

[中国侠文化]

西南大学学报(社会科学版) 今古传奇武侠版 合办

主持人:韩云波

主持人语:文学问题从来都不只是单纯的审美或语言问题,中国古代讲文史哲不分家,而在本期栏目中,朱宁嘉的论文也指出“文学内容形式的逻辑划分是为了便于研究”,也就是说,在近代科学的分门别类之后和之上,是更加综合的一个大系统在有机地运作。武侠小说更是如此。一方面,武侠小说是幻想文化,但也是在市场机制中挣扎生存的现实文化,好的武侠小说必然有相应的文化创意与资本运作。由此,武侠小说的影响范围,实际上早已远远超过文学本身,金庸小说从1950年代以来的传播和接受史,就生动地证明了武侠小说在不同的社会、经济、文化领域都具有很大的影响,凭借金庸小说以及查良镛的社评和香港特别行政区基本法起草委员会小组召集人等多重资源,金庸从武侠小说开始,成功地运作了布尔迪厄所说的文化资本、经济资本、社会资本的举一反三的联动,实现了武侠小说的创意经营,在成功的文化经营中最广泛地传播着中国传统文化。任职上海交通大学国家文

化部文化产业创新与发展研究基地创意产业研究中心主任的朱宁嘉女士,目前致力于文化创意产业的研究,她以金庸小说为范例的研究,深入地剖析了金庸以武侠小说为依托所进行的文化创意产业开发,不仅对当前武侠文化基础理论的观察视域有所拓展,也对当前武侠文化产业链的开发有所借鉴,还对整个创意文化产业的运作有所启示。另一方面,武侠小说也同样伴随着全球化的文化进程。到今天,从文化上说,武侠虽然已经被承认为中华民族民间文化的一种典型形式,但也大量吸收了外来养分,比如在20世纪初,武侠小说作为一种文学类型最早出现于中国的时候,却并不是承袭的秦汉明月照映下的天汉游侠,而是借用了产生于1900年的日本科幻冒险小说的类型描述。那么,本期王阳先生的论文,就论述了“女堂吉珂德”这一西方文学类型与中国女性武侠小说的一种不约而同的内在联系,虽然二者并无具体的文学交往,但在女性主义的文化进程中,却颇有值得比较和研究之处。

金庸武侠小说对文化传承的创意

朱宁嘉

(上海交通大学 国际与公共事务管理学院,上海市 200240)

摘要:根据布尔迪厄的文化资本、经济资本及社会资本联动的文化研究理论解释金庸武侠小说的创意经营,它是在适应特定的社会历史背景、经受不同地域读者的政治文化诉求基础上,以经济经营武侠小说,以艺术传承传统文化,在成功的文化经营中最广泛地传播了中国传统文化,是一个文化创意经营的成功范例。

关键词:文化资本;经济资本;社会资本;文化传承;创意

中图分类号:I207.424 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-9841(2007)05-0029-06

金庸的出现,无疑对中国主流文学界构成了严峻挑战。然而,无论是接纳还是拒绝金庸,研究者们都很难跳出雅与俗、精英与大众等二元对立思维模式,即使是接纳金庸的学者也是把收编金庸作为自己的使命。以二元对立思维模式来衡量金庸雅俗兼具、模糊二值判断的武侠小说无疑是削足适履的。金庸小

说事实上已对20世纪建立起来的中国文学理论和文学史观念体系提出了挑战,那么,如何跳出这种二元思维设定的框架与模式,调谐接收金庸作品的文学研究频道?本文试图依托布尔迪厄的文化资本、经济资本及社会资本联动的文化研究理论,探寻金庸武侠小说的创意经营。

* 收稿日期:2006-12-20

作者简介:朱宁嘉(1964-),女,浙江宁波人,上海交通大学国际与公共事务管理学院、文化部文化产业创新与发展研究基地,副教授,文艺学博士,主要研究文化产业创新。

一、文化资本：在当代思想给养中运作中国传统文化

布尔迪厄认为，资本可以表现为三种基本的形态：经济资本、文化资本和社会资本。经济资本可以直接转换成金钱，它是以财产权的形式被制度化的；文化资本在某些条件下能转换成经济资本，它是以教育的形式被制度化的；社会资本是以社会义务（联系）组成的，在一定条件下可以转换成经济资本，它是以某种高贵头衔的形式被制度化的。文化资本通常以三种状态存在：具体的状态、客观的状态和体制的状态。文化资本的积累集中体现在我们所称的文化、教育、修养之中，文化资本的经营是对累积的文化资本的现实运用与转化，这一过程表现为投资者的辛苦劳作，显现为经营者各个时期劳动力的变化，这种文化资本的自觉经营，为“文化资本”整合其他资本，转化为经济资本，获取高额回报提供基础核心，并且在社会结构的再生产中发挥决定性作用。

金庸成长过程和小说显现的人的教养、德行、人性，经由创办报纸、撰写时评与创造小说，表现为一种努力摆脱功利主义、物质主义对个体精神羁绊的努力，尤其是撰写时评体现得淋漓尽致，作为一个政治学出身的文化经营者那份“超目的的合目的性”追求，为他赢得了更多的经济资本与社会资本的经营空间。在小说创作中则体现为他自觉地以更多的时间投入以剖析人性与体悟生命。

金庸自身的文化修养和对待创作的认真态度，是他的文化资本的重要构成部分。金庸以严肃认真的艺术态度对待武侠小说创作，精心建构武侠小说独特的艺术魅力，高度自觉地承传中华文化的价值，是金庸自觉经营文化资本并以此为核心整合经济资本与社会资本的起点。

让传统文化运行于当代思想提供的给养中，这是对传统文化的最好保存。沉淀于历史长河中的传统文化的思想结晶，被从历史深处打捞起来，集聚在与当代文化共同运行的思考之中，这种深入到历史深处的思考，不是要复活传统文化曾有的样子，而是要使曾经鲜活的传统精神气韵在当代文化土壤滋养下，依然保持它曾经存有的鲜活。

金庸成功地融会了传统文化元素与现代文化精神，将武侠小说提升到新的境界，其创作一方面从传统文化资源中汲取大量的营养，另一方面又以自己的智慧、灵感、想象和才情综合运用传统文化资源，从而构成他小说的独特的文化资本。对民族传统文化的传承与创新，或许是良莠兼具，但在社会的特定发展

时期，金庸小说文化资本运营，为社会开辟了一个广泛的市场，为不同的读者群提供了各取所需的文化资源。中华文化精神也在文化资源的现实转化中，着陆生根于我们日常的生活。

对金庸如何在小说中充分激活中国传统文化，将传统文化元素有效地转化为小说的文学性资源，许多研究者都有精彩而充分的展开，不再作添足之论。本文重点旨在论述金庸的文化资本经营在当下语境中的功能与意义。

从对传统文化的传承着眼，形式上借助武侠小说这种传统文化体裁，对中华传统文化进行适合最广大华夏子孙的再创造。金庸利用的是传统的武侠小说形式，在承载传统文化的同时，又赋予小说以现代的思想，即以当代的文化滋养中华的传统文化，让中华传统文化与现代文化一道运思，创造出有别于传统的新武侠小说。

中华传统文化资源极其丰富，但由于缺乏好的创意和再造能力，致使传统文化资源不是闲置浪费，就是大量流失，或为外国文化所利用。众所周知，《花木兰》和《宝莲灯》这两个在我国流传甚广的民间故事，美国好莱坞把它们拿去加以文化与技术的改造，拍成动画片，通过全球的销售网络广泛传播，从而创造了惊人的票房和影响，这就是好莱坞对传统中华文化的改造，我们除了焦虑却无所作为。在全球化背景下，仅仅倡议“越是民族的越是世界的”口号，对民族文化的国际化推进并没有什么切实的作用与意义。我们可以蔑视好莱坞对中国文化的关注将目光仅仅投放在最没有中国文化特色的“中国功夫”上，也尽可以蔑视好莱坞的中国面孔拼贴的仅仅是中国文化的边角余料。但是，如何遏止好莱坞的文化影响和意识渗透在中国的进一步扩大，这才是中国人自己的使命，如果忽略这一点，那才是最可悲的了。

金庸小说的可贵价值也正在于，他以自己的文学尝试和艺术作为，较好地传承和传播了中国本土文化和文学传统，有效避免了20世纪中国主流文学的发展过程中出于种种现代性焦虑而导致的文化和文学资源断裂、本土性流失等致命问题，从而成为一个独特的存在。文化的弘扬和保护，不在于花巨资把传统文化的物质形态束之高阁，建几座博物馆，保存一些传统的音像资料，在某些与史实沾亲带故的风景区盖几间房子、写几幅对联，等等。文化的真正弘扬和保护在于通过自己的创造让人记住历史。《神雕侠侣》让人们记住了元好问的词句“问世间情为何物”。《天龙八部》并非金庸所创的这一书名，虽取自佛经，但却是因为金庸的生花妙笔才名闻遐迩，才使“天龙八部”

赢得了独特的含义。

金庸武侠小说在弘扬传统文化、追求高蹈豪迈的同时,更看重生动形象的塑造、生动曲折情节的细节,作品在人性 and 人情表述上的创意,以便为更广大读者接受。譬如对待爱情,明知自己所爱非人,是一个不为社会价值观所肯定的对象,依然一往情深无怨无悔地爱着对方。这是一种建立在对人性复杂性的深刻体认基础上的人物塑造。这就将文化精髓融于百姓喜闻乐见的形式中,使中华文化在获取最多读者的同时根植心中,成为百姓寻常生活的精神支柱。

文学内容形式的逻辑划分是为了便于研究,在小说中,二者是相互依存互为作用的。文化精髓得以在最广阔的日常生活土壤中生存,也在于小说形式本身是传统与现代的对接。金庸自己认为,如果说他的作品有什么价值,“我想只有一点——‘民族形式’。武侠小说是我国文化中一个历史悠久的传统”^{[1]202}。但同时,他推陈出新,努力吸纳各种现代创作与表现方法。《雪山飞狐》就是一个典型的例子,表面上是古典小说的章回形式,但时间设置上却恰恰是现代戏剧创作方式。小说最后为人们津津乐道的那一刀的开放性结局运思,更是现代小说表现手段的成功借鉴与运用。记得粉碎“四人帮”不久出品的由杨延晋导演的《小街》,也采用了开放性结尾,这在当时给人留下深刻的印象。依循时间顺序,对开放性结尾的采用,金庸在杨延晋之前;而对开放性结局的感受,杨延晋在金庸之前;开放性结局给人的震撼,金庸又在杨延晋之上。或许因为那是爱恨情仇的聚焦,更是攸关生死的一瞬。金庸小说的章回形式又恰好适应了现代报章连载的形式要求。现代传媒广泛而强大的影响力,不只给他的小说创作带来了丰厚的经济回报,更重要的是与此同时也使他的小说获得了最广泛的社会效应与强烈的社会反响,小说的海外市场激起并唤醒了置身海外的华侨族群对中华文化的思乡之情。

金庸武侠小说的创作,是在当时被具有文化沙文主义思想的我们称为文化沙漠的香港。香港文化产业的市场经济与商业运作方式,小说创作必须考虑运用怎样的方式吸引最广大的读者,这样报纸才能生存下去,而报纸的生存完全依靠商业运作,就要策划有市场和读者的文学创作,这使得金庸的武侠小说创作从一开始就有产业化运思,增加作品娱乐性的思考;也就是对武侠小说进行精心的文化资本运作。香港的商业文化成就了金庸武侠小说的文化商业。金庸武侠小说创作首先考虑的是读者市场,而不是传统精英文化文以载道的宗旨。作者在娱乐性通俗读物的写作上,在战略上,从一开始就卸下文学创作载道的

沉重使命,但是在战术上表现了高度的重视,单从金庸对作品语言的多种精心考虑,我们就可以体会到作者创作态度的认真和严肃:

据我写《书剑恩仇录》的经验,因为这是一部以清代为背景的小说,所有现代的语汇和观念我是以绝大的努力来避免的,比如我设法用“转念头”、“寻思”、“暗自琢磨”等等来代替“思想”、“考虑”;用“留神”、“小心”等来代替“注意”等等。^{[1]201}

吊诡的是,恰恰因为作者在战略的轻视,在战术上的重视,反而成全了它最广泛地传播作品文化思想的业绩,“只要有华人的地方,就有金庸小说”。

中华传统文化的根本出路,只有从社会经济发展中审视定位,从文化受众需求中探寻方向,从现实生活中吸取养料,从现代精神中激活感情,从文化碰撞中开拓新意,才能生生不息,绵延不绝。

二、社会资本:政治与文化的相互结合与转化

一直以来,我们关注的是金庸小说文本本身经典化的努力,以及对传统文化的创造性传承,即对文化资本的精心经营,而忽略了小说的社会资本经营。

布尔迪厄提出“社会资本”之后,经济学家卢里也使用了这个概念。根据现有成果,我们将社会资本表述为:实际或潜在资源的集合。这些实际或潜在资源存在于社会关系中,既包括社会关系中的制度、规范和网络化等组织结构特征,又包括公民所拥有的信任、威望、社会声誉等人格网络特征。作为实际或潜在资源集合的社会资本,以信任、规范和网络为载体,通过对人际关系的协调、对互动能力与合作潜力的开发,提高社会效率,增加物质资本和人力资本收益。

基于金庸文化资本运作的“无目的的合目的”追求,他的政治时评持中的超越政治思想分野态度,获得社会不同阶层和持不同政见读者的认可,这为金庸小说超越不同的意识形态风行三地两岸做了最经济的社会资本运作,从而实现了文化最广泛的传播。产品的市场热销表面上与政治扯不上关系,而政治的力量与文学的热销在金庸小说这里却是互为促进的。

“事实不可以歪曲,评论大可自由”,如果说《明报》在创办初期是以金庸武侠小说来吸引目光的话,到了1960年以后则进入了以政论赢天下的查良镛时代。查良镛时代的赢得,源于金庸提出的公正、善良、独立的办报宗旨,即报人要有自己的立场和态度,而不是下三滥的讲金钱的报纸,不屈服于商业利益或者权力,从而打造报纸的公信力所在。办报纸客观准确

最重要。

金庸客观准确的政治时评得到百姓与政要接受肯定与文化认同,是政治与文学联姻的基础。各方政治力量充分意识到流行文化对政治的巨大影响,并希望通过时评家与媒体操控文化。《明报》在香港公民中所确立的信任、威望与社会声誉,使得各方力量都愿意借助他的喉舌作用;而在1997年香港回归前的敏感时期,各方都借助《明报》传达各自的政治主张。1981、1984和1993年,邓小平、胡耀邦和江泽民分别接见过金庸。1982年9月英国首相撒切尔夫人访问北京之前,单独会见金庸45分钟。金庸在每一次见面后发表的谈话记录,都充分流露出知识分子关心国计民生的情操。他的赤子情怀也成就了他小说的商业成功。

如果说,金庸小说本身具有的典雅文字、历史文化内容是在两岸三地获取“文学通行证”的基础,那么,金庸借由时评获取的在香港、台湾与大陆政要的认同,对金庸小说的畅销更是推波助澜。回顾金庸小说的大陆接受与研究历史,我们可以发现一个有趣的现象:政治敏感点与小说畅销、研究升温的时间表。邓小平于1981年接见金庸,这一年香港大众文化包括金庸武侠小说长驱直入。1997年香港回归年,国内第一次全国性金庸学术研究会浙江召开。

金庸小说在台湾的商业成绩,也经由精密设计、完美包装而呈现出来的,是文学、政治及商业的缜密组合,以金庸作品的文学素质为基础,配合着政治松绑的时机,再加上一连串有计划商业行销手法。尽管金庸小说在台湾的软着陆,有着与大陆不同的商业宣传和政治契机,但都是通过精英化的方式。大陆以学术研究推动,台湾是以商业宣传运作,也配合以学术研讨。只是台湾的学术研讨,开始不过是出版社精心策划的宣传促销计划。而且台湾的金庸学术研讨会,并没有把会议当成是一个单纯的学术会议来对待,学者提交的论文涉及社会、医学、性别、心理、宗教、民俗等各个方面,是政治、文化、经济与传媒的结合联动。这是一场大众化的“另类”研讨,1998年11月4日至6日在台北举行的“金庸小说国际学术研讨会”,政界人士如当时的“副总统”连战也出席了开幕式;商人借机出招,邀请台北市市长候选人马英九等出席大会为与会者而设的晚膳“射雕英雄宴”;报纸、电视与网络媒体合作联动,主办了一个名为“夜探金庸茶馆——金庸小说答客问”晚会等,不一而足,这些都是社会资本的经济经营。

金庸小说的社会资本成功经营,金庸作品不只找到了最广大的读者群,中华文化的种子也得到最广泛

的播撒。当年,在茶楼谈及金庸小说某一内容,茶楼女招待和邻座茶客都会随即插口告诉你。《书剑恩仇录》出来时,“谈起这部书或写信给我的人中,有银行经理、律师、大学的讲师,也有拉手车的工人,有七八十的老婆婆,也有八九岁的小弟弟小妹妹”^{[1][201]}。《射雕英雄传》蝉联2005年香港公共图书馆“书王”,共被借9777次,成为990万本藏书中外借次数最高的书籍。据香港媒体报道,在香港康文署统计的2005年各别“热爆”外借书籍中,英文小说以罗琳的英文版《哈利·波特5》最受欢迎,但外借次数只及《射雕英雄传》的1/3^[2]。

三、经济资本:自觉创意打造武侠文化生产与传播产业链

金庸武侠小说的创作与传播,一开始就自觉以市场为运思,这不仅体现在精心经营文化资本、精心利用社会资本上;更体现在他始终与市场卖点紧密联系,尽可能地调动和利用现代艺术生产的生产资料与人脉,扩展艺术生产与传播的产业链,从而实现艺术生产的经济资本转换。自觉将经济资本转换为社会资本与文化资本,在武侠小说的生产中实现三种资本的联动。

金庸的小说创作更多更直接的考虑是如何创作生动而吸引读者的作品,这与实现作品最大的市场化是相一致的。文化产品的市场运行机制以及市场这只无形的手,潜在地具有一定程度影响甚至降低作品艺术质量的问题存在,尤其是在文化市场开放的最初阶段或者说是通俗小说对读者开禁之初。但是,有市场意识并不意味着必然迎合市场,也并不意味着迎合观众的口味,观众的口味也并不必然是庸俗的。严家炎评价金庸小说是“一场静悄悄的文化革命”,就是指如何利用传统文化资源进行文化的再生和创造;那么,金庸武侠小说生产与传播则充分利用了现有的艺术生产资料,打造以小说为核心的产业链,自觉实现小说经济资本的文化和社会资本转化,进行的是“另一场静悄悄的文化革命”。

金庸小说进入大陆之初,大陆文化产品还没有文化市场化的概念。90年代末再兴“金庸热”,正是文化市场化在大陆的第一轮兴起,这是港台文化人抓住香港回归祖国的政治机遇所掀起和带动的。它始于港台歌曲在大陆市场的抢滩,到梁羽生、金庸等的武侠小说广泛传播,成为香港文化产品市场化成功运作的实战示范。然而,对文化产品产业化资本运作的系统关注,学术界至今依然欠缺。香港与大陆对待文化产品态度的差异,导致对文化产品经营方式的差异,

尽管不否认有体制因素,但如何创新利用文化产品的经济资本并实现转换,确实是一个值得探讨的问题。

如果说金庸最初对盗版的默许还得考虑时代的因素,当时客观条件限制他对盗版作品叫板,这种默许无意间成就了他小说影响的扩大神话,那么,一元钱版权应该说是成功的商业营销策划。我们知道成功营销中有一条策略即制造事件!金庸以一元钱——一个象征性的价格,把版权卖给了中央电视台中国影视摄制中心,这是一个空前成功的经济资本转换举动。金庸深谙媒体的宣传力量,并有意识地充分加以利用。企业需要排长队花巨资才能上央视做广告。金庸制造一元钱版权事件,一方面,以自身名人效应的无形社会资本赢得最充分的广告效应,同时,又为他的武侠小说广泛传播寻找到影响力最广的全国性官方媒体,以最经济的方式将小说与影视传媒联系在一起,实现文化资本利益的最大化。

在金庸这儿,他的艺术性不只限于艺术创作本身,更体现在金庸对三种资本联合运作的极具艺术性的运筹。当然,最富才情的资本运筹,让人们可见的就是文化产品产业链的打造,既要考虑艺术效果,又考虑市场因素,还要兼顾政治与技术等。

金庸敢于在香港这么一个媒体非常发达的地方办报,成功地拓展成为一个庞大的报业集团,是经过艺术性的操纵与艰苦卓绝的奋斗让三种资本逐渐形成良性互动的成果。1959年金庸自立门户办《明报》,据说是觉得“自己的小说发表在人家的报纸上,给人家的报纸赚钱,怎么算也是吃亏的事情”。其实,这只能算是一种调侃。真实的情形应该说是,《明报》创办之初,小说的连载立下了汗马功劳;如果没有连载小说,《明报》连萌芽阶段都挺不过去;而《明报》最终靠金庸尊重事实的政论与时评赢得查良镛时代,又为小说生产与传播拓展空间。

金庸不仅几副笔墨同时挥舞,艰苦创业,为了吸引读者,对小说创新从内容到形式都是殚精竭虑。《飞狐外传》中金庸小说创作开始采用“连环格”,《射雕三部曲》则是连环格在长篇小说中的自觉运用,这种让不同时期创作的小说在情节上发生关联的连环格的使用,从艺术上考虑是增强不同小说之间彼此的关联,以增强作品的历史真实感;而从市场考虑,引发读者产生欲罢不能的阅读欲望,阅读了这一本还产生渴望阅读与此相关的另一本小说的欲望。“这是极有艺术眼光,又有市场眼光的。”^{[3]102}

文化的时代发展要求艺术生产的越界融合,也为武侠文化产业链的打造和广泛传播提供助推作用。“自司马迁在《史记》中为游侠立传,到今天各路武侠

派别纷纷出现,纵观武侠小说的发展史,每个时期都有其代表性,每个地域又有不同特征,当今最明显的一个特征就是:以市场化的武侠传媒为核心,形成了创作界、传媒界、理论界、产业界的界域融合。”^[4]金庸武侠小说的传播,主动而富创意地利用了现时代给艺术创作提供的生产力,成功打造出文化的产业链。

积极创意,以其他形式一再改进小说产品,如精装本、平装本、口袋书、电影电视、动画、漫画等,在最广泛的复制中建构起产品的产业链,最大限度扩大产品的社会影响同时,实现文化最广泛的传播,获取产品社会价值与经济价值的最大化。在一个读者口味多元快速变化的时代,创作者对目标读者群的需求越多关注与关心,催生形式多元的经销方式,让最广泛的读者能在多样可能中通过多种渠道获取文化信息,这不仅积极促进传统文化的广泛有效传播,相当程度上有效地保护了传统文化的传承和弘扬。

金庸不仅不放弃任何可能的市场与读者,并极力通过各种方式,扩大小说可能潜在的读者市场。语言的当地化与现代报纸的充分利用,使金庸武侠小说创始之初,就获取了东南亚中华文化圈的最广大读者,在现代传媒竞争极其激烈的香港脱颖而出。这不仅积极促进传统文化的广泛有效传播,而且让这种具有产业化潜质的新武侠小说中外咸宜,中华文化在这种广泛的传播中落地生根于寻常百姓生活,从而在相当程度上有效地保护了传统文化的传承。

且不说根据金庸作品的仿作、续作在市场上不胜枚举,也不说根据金庸作品改编的各种其他艺术形式。单就影视界,我们知道,根据金庸作品改编的影视剧已经形成了产业,并且产生了与韩剧、日剧等并列的“金剧”一词。此外,还产生由金庸作品改编的新的艺术样式。

此外,金庸授权,大陆各家出版社动足脑筋,以各种样式将金庸作品推向市场。广州出版社2005年12月正式推出了全新修订版口袋书《金庸作品集》,定价极具震撼力,出版方力推8元本概念,全套共计36册,买齐全套仅288元^[5]。

金庸小说漫画以非电子版与电子版在大陆出版,2005年4月29日大陆首部金庸小说漫画本——《天龙八部》漫画精华本在杭州首发。《天龙八部》漫画精华本共90余页,全彩页设计,改编和讲述了入选大陆高中语文《读本》的那段“萧峰上少林”的故事。精华本由上海文艺出版总社动漫中心和上海人民美术出版社联合出版,郭竞雄担任绘画,得到了金庸高度肯定,题词表示“热诚期望中国人的漫画成功进入世界市场”^[6]。

金庸已是一个商标、一个符号。这表明三种资本运作已经进入良性互动多边赢取效益的阶段。包括经济的与社会的。进而,人们对金庸品牌价值的全面开采已经不局限于文学领域,已经跨越行业边界,并最大限度地利用和使用金庸作品的文化附加值。文化产业链在这一过程中不断得到拓展,金庸小说甚至被大面积抢注商标^[7]。通过国家工商总局官方网站进入中国商标网进行查询,输入“笑傲江湖”、“天龙八部”、“郭靖”、“小龙女”等金庸武侠著作及人物名称等,发现均已被大面积注册。这些“大名鼎鼎”的商标覆盖了烟草、酒类、服装、饮料、药品、游戏、软件、文化用品、旅游、电脑周边,乃至杀虫剂等几十种产品。每一种名称往往又有好多种商标注册,如“笑傲江湖”共注册了 25 类商标;“天龙八部”共注册了 20 类商标等。还有很多商标使用了著作名的谐音,如“倚天屠龙剂”成为一种杀虫剂的商标,“金庸之火”成为热水器产品商标等。

可以肯定的是,金庸作品深入人心,极具商业开发价值。如果我们能够摒弃原有的将精英与大众对立的二元对立的思维模式,正视文化产品的巨大文化价值的实现,往往可以通过市场的途径,也就是说社会价值和经济价值可以经由市场获得双赢,像“韩流”一样重视对自己影视作品的附属产品的推介,那么,就开始学习打造文化产业链,也因此可以开始尝试将“武侠产业化”,并与 IT 行业、电影道具行业、武术团体、武术学校等建立多层次合作。

三种资本创新联动,成功打造文化产品的产业链,这需要经营者在一个口味多元化的时代,对创作的目标读者群非常明晰,在文化传播心中对读者生活方式改变的动态关注,对读者阅读情趣与可能多样的考虑,那么,从创作到传播都能得到越多读者的认可与买账,从而切实地将文化的种子播撒到当代更广阔的生活土壤中生根萌发。

不管人们怎样批评甚至“拒绝”金庸,金庸作为文坛长青树,至今依然引领着时代阅读的潮流。近日,著名文学网站“红袖添香”在它的中学生用户群中所进行的一项民意调查“谁是对你影响最大的现当代中国作家”问卷中,金庸依然位列对青少年影响最大的十位男作家之列。

如果说易中天今天的走红,最初是无心栽花的结果,那么,金庸华山论剑、研究生招生、开辟网络金庸茶馆等一系列活动,则可以看作是将他的“武侠小说”产业化的有心栽花之举,产业化经营是打造金庸文化产品产业链的推手。而且,他对文化的经营,我们可以发现并不是直接为卖钱的经营,“一元钱版权”事件是最好的例证。正如他对张三丰剑术的推崇一样,他对文化的经营是“无招胜有招”的至高经营,是立足文化传承与弘扬文化发展的经营。所以,孔庆东说:“他的武侠小说的创作就不仅仅是为了给自己的报纸促销了,而是更加有意地表达自己对政治、对社会、对人生的种种见解。”^{[3]66}是文化的关注,致使文化资本、社会资本、经济资本以鱼水相融的方式,获得三方最大的共赢。

参考文献:

- [1] 金庸,梁羽生,百剑堂主. 三剑楼随笔[M]. 上海:学林出版社,1997.
- [2] 钟禾. 金庸《射雕英雄传》蝉联香港“外借书王”[N]. 东方早报,2006-02-07.
- [3] 孔庆东. 金庸评传[M]. 郑州:郑州大学出版社,2005.
- [4] 张守刚. 纵观武侠小说发展史 千年江湖以文为剑[N]. 北京娱乐信报,2006-04-04.
- [5] 新修订版口袋书《金庸作品集》低价推出[EB/OL]. 新华网广东频道,2005-12-22.
- [6] 邢宇皓. 金庸小说漫画“登陆”内地[N]. 光明日报,2005-08-30.
- [7] 王伟,秦佩华. 金庸小说被大面积抢注商标[N]. 人民日报,2006-03-31.

责任编辑 韩云波

The Creative Ideas of Inheriting Culture in Jinyong's Swordsman Fictions

ZHU Ning-jia

(School of International and Public Affairs Management, Shanghai Jiao Tong University, Shanghai 200030, China)

Abstract: Based on Pierre Bourdieu's cultural, economic, and social capital theory, this article aims to explore how Jin Yong's swordsman fiction adapts to the specific social and historical situations, satisfying the political and cultural needs of readers from different parts, and spreading Chinese traditional culture widely with successful cultural management.

Key words: cultural capital; economic capital; social capital; cultural inheritance; creative ideas