

奋斗意志,“戏说”或歪曲民族历史,导致个体人格扭曲或分裂(沉溺幻象中的自我感的丧失)。这些披着审美外衣的文化消费品往往僭越原初界域,而向不同生活群体、生活层面和生活领域侵蚀,张扬享乐主义原则和赤裸裸的丛林规则,追逐快感凸显感官欲望的满足,培育自我表现的生活方式,生成自恋、自私的人格。文化贸易逆差更负面的影响还不止于对消费者“趣味”的培育,更是左右大众文化的生产机制和模式,出现大量仿制、跟风现象,萎缩了民族文化产业的创新能力,以及整个文化切合当下生活的传承、整合和原创能力,长此以往就会出现“腰斩”文化的断裂现象,从文化传统厚土中“拔根”的功利现象。在文化贸易中,“所谓强势文化与弱势文化实际上反映和揭示了当代世界文化力量的一种对比关系的存在性状况,反映的是当代世界文化力量的一种对比关系。……衡量的标准,不仅是文化本身,而且还包括一种文化背后的政治、经济;包括文化生产力的发展水平、文化传播力的水平和文化影响力的水平等等。而所有这些能力指标都与一定国家的政治、经济和社会发展的总体水平相一致。”^①文化力量失衡下文化贸易逆差的存在,和在短期内难以根本改变的现实,严重影响我国文化竞争力的提升,在文化霸权的喧嚣声中抑制了中华文化在世界格局中的声音,阻碍了现代化中国“和平崛起”中的国家文化形象的建构和展示。

文化产业以其生产内蕴价值观和审美经验的产品的被消费来参与国家文化形象建构,并成为展示国家文化形象的途径和载体。尤其在海外市场,人们是通过文化产品的消费来了解这个国家和民族,只有基于一定了解和相互文化交流才能形构真实的国家文化形象。因而,我们亟需提升文化产业在国民经济格局中的战略地位,生产出具有民族特色和代表中国发展水平的文化产品,不但输出优秀的传统文化,还要把现代中国建设社会主义的伟大成就和经验展示给世界,把新中国取得的现代文化推向世界,使世界各民族人民了解、理解现代中国,以去蔽其心目中“妖魔化”的中国形象,构建清新刚健奋发有为负责的“和平崛起”的中国形象。文化产业的发展要立足国内、国外两个市场,国内要在繁荣文化的大格局中,在市场环境中最大限度地整合资源、凝聚力量,满足人民大众日益增长的文化需求和文化消费,生产出健康有益抵御媚俗、低俗之风的优秀文化产品,配合文化事业以担当校勘社会发展航向,及中华文化所应当的走向及其应对现代生活的智慧,成为在政府引导下使文化格局走向有序化的重要途径之一;国外主要输出中华民族的优秀文化、审美经验、人生智慧,以及我们现代化探索的独特经验,及其所持守的信念和文化理想,以世界各国特别是西方发达国家能够接受的形式,尤其以人类社会应坚守的公共价值为底线来制定“走出去”策略,以真诚有为参与世界文化秩序重建,在全球化进程中发出中华民族的声音,展示与我国在世界战略格局中地位相匹配的文化形象。

解放思想,更新观念, 以文化体制改革促文化产业发展

章建刚 (中国社会科学院文化研究中心)

党的十六大报告不仅明确了发展文化产业的目標,更明确提出了文化体制改革的任務,并要求“抓紧制定文化体制改革的总体方案”。在一定意义上说,不进行文化体制改革,文化产业就难以真正做大做强。近两年来,围绕十六大报告这一精神的落实,一批相关单位已经进行了改革试点,正力争实现新的突破。然而,改革的路从来都是不平坦的,观念的僵化一直是改革的第一道障碍。这里,我想有两种

^① 胡惠林:《论中国文化产业发展的“走出去”战略》,载《思想战线》2004年第3期。

恐惧的现象值得一提,而为了解除这两种恐惧,有两个基本理论问题值得重新一提。

首先是有对市场化的恐惧。有人说,市场我们不反对,但不能提市场化,说市场化就是让一切都进入市场。有那么简单吗?发达国家搞了多少年的市场,今天也并非一切都在市场里。大部头的公共部门经济学著作的理论前提就是市场失灵。而我们的市场开放程度还远远不够,文化市场还几乎没有真正意义的开放。现在我们说市场化无非是讲改革有一个过程,无非是说改革是市场取向或市场导向的,是以社会主义市场经济制度为方向的,要逐步进入市场。

和它相似的还有所谓产业化的问题,说我们要搞文化产业,但不能提产业化,因为文化有意识形态性质等等。的确,十六大报告在文化领域中区分了文化产业与文化事业,要求两方面的工作都要做好,但这并不等于产业化的话不能说。今后的文化事业单位更多要承担公共文化发展的使命,在财政上更多依靠转移支付的方式,但同样要面对市场,要讲求效率,要像企业那样运作。因此把这些改革措施统称为产业化也没有什么不可以。

这里“市场导向”的意义是,首先大幅度开放市场,在市场迅速扩大、商业机会不断出现的同时,进行原有文化事业单位的体制和机制改革。否则在旧体制中和旧观念束缚下,部门间保护既得利益,争夺新的“势力范围”的钩心斗角会层出不穷,真正的改革举措难以出台和实现。人们只要认真观察和思考一下,就可以得出一个结论:已经进行了两年来的文化体制改革试点工作,最大的问题就在于改革的目标不清晰,改革的总原则不明确,说到底就是不敢理直气壮地提市场化。

事实上无论是希望改革的人还是惧怕改革的人,无论是真正希望改革的人还是希望在改革过程中渔利的人,都已经看清了自上世纪80年代起进行的农村改革和城市国企改革的历史进程及其中的种种利弊,不过是有人希望趋利避害,有人希望混水摸鱼。

回顾历史,在上世纪80年代改革启动之初,连党的最高领导集体甚至改革开放的总设计师也不敢贸然说出市场经济的目标,而只能“摸着石头过河”;到了90年代初,改革开放已经取得了明显的成就,已经得到了广大群众的拥护,党的最高领导仍然要求“不争论,大胆试”。这样的政治策略有效地推动了改革举措的实施,但同时也留下了不少的隐患和弊病。比如市场不规范、国有资产流失和官员腐败的问题就是例证。之所以会如此就是因为在特殊的历史情境中,一方面实践急切地要求理论指导,另一方面社会现实、各种力量的对峙又不能承受较为超前的理论、观念。这就是中国社会发展、改革的两难处境。这就好比盖房子之前不能有完善的设计,而只能由设计师在施工过程中不断诱导。而由于设计师的意图不宜过早暴露,因而建筑的地基无法满足未来建筑层高的需要,留下诸多遗憾和安全隐患,为不断地改建付出高昂的代价。现代甚至后现代社会必然是复杂的,必然要求充分的先期策划。中国人的思维方式尤其是社会实践方式如不能发生根本的变化,其发展道路必然充满艰辛。而中国人要转变思维方式,首先就必须承认理论思考的超前性,必须真正从制度上肯定思想解放和理论创新。在文化体制改革过程中,不能明确改革的市场化方向,损失会比前两个阶段的改革更大。反之,我们应该汲取前两个阶段改革的经验和教训,让理论再彻底一些。这样改革会更顺利一些。

包括了文化产业和文化事业两中模式的体制改革的文化市场化究竟会带来什么可怕的后果呢?我们不妨回想农村改革之初,当时有人担心农民会走资本主义道路,开了联产承包制这个口子,来的就是洪水猛兽。结果如何呢?在土地、气候等条件基本未变的情况下,我们的农副产品迅速满足了巨大的市场需求,相当一部分农业人口,尤其是沿海地区的农民们迅速致富,并继而通过开办乡镇企业,踏上了工业化、城镇化的奔小康路程。

也不妨回想90年代,当时我们将农村改革的成功经验加以推广,全面建设现代市场体系,全面推动国企改革,又有人有了类似的忧虑。一些“理论家”竟然根本不关心人民群众已经得到和进一步可能得到的实惠,执意要问“姓资姓社”的问题。小平同志果断制止了这种无聊的争论,而实践上的结果马

上就出来了:我们的GDP和人均可支配收入持续高速增长,综合国力不断提升,产业结构优化升级,国有大中型企业与各种所有制企业共同成长,更多工业产品打入国际市场,国家现代化进程加速。

现在要进行文化体制改革了,那种被多次证明没有意义的老调会不会换上一些借口再度重调呢,比如文化市场化会导致“反动腐朽”、“色情暴力”的泛滥等?

这些论点的出现以及相关的论争也许不可避免。只要不因此延缓文化体制改革,使我们再度丧失机遇,争论本身是一件好事。但我认为,既然文化体制改革是市场取向的,和先前进行的改革历程一样,人民群众文化权益的落实、先进文化的发展也很会是在文化产业发展的推动下实现的。因此在讨论有关文化部门、文化产品市场化的特殊性之前,有必要讨论一些基本的经济学问题。

针对第一种恐惧我们希望人们想一想经济学的的一个基本假定。所有的经济学都必须假设消费者是理性的、是成年人,他对自己的需求有正确的了解;他的消费偏好是可以引导却不能被包办的。因此假设文化市场放开,只有反动、黄色的东西畅销,实在是没有必要也不合逻辑的,除非是你对“反动”、“黄色”事物的判定是错误的。

当然市场是一个复杂的构建过程,而不仅是一个撒手不管、自由放任的过程。西方固然有“看不见的手”的理论,但在西方市场首先表现为一套严谨的法律制度,这分明是一只“看得见的手”。重要的是在进行市场化改革的时候必须极其严肃、认真地进行市场建设和市场规范,而这种建设也依赖于极其严肃认真的理论探讨。这样做就叫“开渠放水”,而撒手放任就叫“自由漫灌”。不能将自由漫灌造成的水害说成是放水的罪责,这是一个简单的道理,除非你是别有用心。除了市场建设的技术性措施之外,这里说到底还有一个如何看待人民群众的问题:他们究竟是英雄还是群氓,是成人还是永远长不大因而永远需要监护的孩子、未成年人?我们的“三个代表”中所说的“最广大人民”或“中国最广大人民”是前者还是后者?人民群众从根本上是需要生活与富裕还是需要“黄赌毒”?!市场经济假定人们首先是有正常的文化生活需求的。而商人只是从对消费者有效需求的迎合中赚到钱的。

在“建立与社会主义经济相适应、与社会主义法律规范相协调、与中华民族传统美德相承接的社会主义思想道德体系”方面,我们的理论工作者的确还有大量的工作要做。我们应该在文化产业经济学方面有更多的研究和建树。我们不是要用市场外的伦理去要求市场内的主体,而是要发现市场内的伦理从而更好地规范市场。

二

第二种恐惧是对文化内容放松管制的恐惧。文化体制改革意味着这个领域与农村城市的改革一样,要逐步放宽市场准入限制,让不同所有制的生产部门进场竞争。农村集贸市场不开放,联产承包责任制就不会有效;生产资料和工业制品市场不开放,国企改革也还只会在权力收放的怪圈中徘徊。同样,文化体制改革也要以大规模开放市场为前提,尤其是传媒。但有人总以为文化产品与物质产品不同,涉及到观念、价值观尤其是意识形态的问题,而意识形态问题放开是要出乱子的。

我觉得这很像是个假问题,除非我们没有真正做到“三个代表”。另外从发达国家的经验看,国家对传媒也总会有某种程度的管制,西方传媒的意识形态属性显示得也很清楚。美国传媒的商业化程度最高,同时它的意识形态性质、民族主义情绪都表现得最突出。发达国家的传媒中不同声音很多,但国家却显得更为团结。这说明并非所有的意识形态都与市场经济与商业相冲突,更不是说文化产品由于有意识形态属性就不可以市场化。这里仅涉及管理的方法和尺度的把握问题。

针对这样的恐惧,我们希望讨论一个基本问题,即要使我们的文化产品满足大多数人的口味和需要,究竟应优先考虑人类文化价值中具有共性的方面,还是其差异的方面?我们的意识形态到底是与最大多数人的价值追求相吻合的,还是只与少数人的“空洞说教”相吻合的?

一个社会大约总会有一些“异端”思想。许多的“异端”的确就是异端,慢慢就会消失,但有时“异端”还可能是未来的“真理”。马克思当时就是西方社会里的“异端”,但他死后思想却传播得很远很远。

问题是我们今天讨论文化市场化和放松对文化内容的管制时,我们并不针对“异端”。我们是要让适用于最大多数人的文化消费品丰富起来,要让人民群众的文化权益通过市场化的方式得到落实。市场交换是买卖双方的自愿行为,并且是由消费偏好主导的。因而尽管文化产品或多或少与意识形态问题相关,但其多数内容是符合最大多数消费者的需求偏好的。这一点应该没有什么疑问。如果再考虑让中国文化“走出去”的问题,我们的话题就更明显地指向所谓“共同人性”的问题。

显然,在文化产业发展的起步阶段,国家产业政策应鼓励我国的文化企业迅速形成生产力和出口能力。而要做到这一点就必须放开创作内容方面的不必要限制,首先要鼓励原创作品在共同人性内容方面的创作和出新,而不是要提倡文化个性尤其是意识形态或地域文化的特殊性方面的创作。这当然主要是指文化价值观或作品思想内容而言的。好莱坞或迪斯尼的作品之所以能在中国及世界其他国家的文化市场上大倡其道,主要并不是因为它们宣扬了美国文化或基督教,而是因为它们的作品底层有基本人性甚至传统伦理道德的支撑。有了这个基本内容层面,再加上民族文化形式的表层“包装”,各种文化产品打入世界市场的前景就会相当不错;至于用其他民族的文化资源进行再创作,制成文化产品争夺市场,美国人已经用《花木兰》的故事替我们做过尝试。

《花木兰》再创作的成功可以给我们两点启示。第一,传统文化即使是精华也仅仅是一种文化资源,还不是现成的产品,不经过创新就难以有长久的生命力,也难以让市场买账。我们今天有不少专家希望让孩子们重新“读经”,希望有更多官方的仪式“祭孔”或“拜谒黄帝陵”,希望设立更多传统文化节日。这些主张没有什么不好,但离开了创新,所有这些活动都不会有多大的作用。第二,在传统文化资源的再开发过程中,我们究竟是着眼于价值观的普遍性一面,还是特殊性一面?我们所要求的民族或地方文化特征究竟应该是“内容的”还是更多属于外在形式上的?我以为,后者可能是更主要的。郭沫若先生当年创作了一些历史剧,用他的话说借几具历史僵尸,重新吹嘘进一些新的精神、新的灵魂。这话固然听上去有些“异类”,而将特殊价值向普遍价值方面解释,并在这一过程中获得新颖、入时的表现形式,这可能是文化创新的一种有益方法。这样的文化发展也才是可以持续的。

当然,长期不开放的市场一下子开放也会有不适应,甚至会引起麻烦。因此开放文化内容市场是一个需要谨慎从事的工作。我们应该建立起文化内容进入市场的各种缓冲环节,让包含了一些争议内容的文化创新产品从小众市场逐步进入大众市场,让市场不仅是一个简单接受的过程,也是一个批评鉴别的过程。在文化市场准入问题上按意识形态性质较强和相对较弱来分类实施也是合乎国情的。重要的是在这个过程中,不仅使社会有个适应的过程,也培养了受众的趣味水准,引导了消费偏好。应该说,90年代以来我们在文化内容市场开放方面已经进行了谨慎而有成效的尝试,无论是对严肃文学和学术性期刊的管理,还是对大众化互联网的管理都力争给出更高的宽容度。这一点对于营造一个和谐的社会来说是至关重要的,对于发展起我们自己的文化产业来说也是至关重要的。

看来,文化体制改革要求我们在许多理论问题和观念问题上重新思考。我在这里也只是提出问题而没有给出详尽的论证和解答。关键是在新的改革举措到来的时候,我们不要怕否定自己的过去,思想和理论的创新同时就是对自身原有形态的扬弃。十六大报告说:“我们要突破前人,后人也必然会突破我们。这是社会前进的必然规律。”在文化体制改革即将实质性启动的时候,人们有理由希望理论界表现得更前瞻,更自觉。