

【文化产业研究】

全球化背景下的中国文化产业政策及其影响

贾旭东

(中国社会科学院文化研究中心, 北京 100732)

摘要: 刚刚进入 21 世纪, 中国即宣告了战略性文化产业政策正式形成, 从此结束了政府垄断文化生产的时代, 开启了政府和市场合作进行文化生产的全新时代。战略性中国文化产业政策, 既是对全球化和中国市场化改革的回应, 也是改革开放 20 多年来中国文化发展的实践探索和文化体制改革经验的结晶。战略性中国文化产业政策的出场, 引发了中国文化体制的全面改革, 开辟了中国文化发展道路的新方向, 提出了许多需要认真思考和研究的文化发展理论课题。

关键词: 中国文化产业; 战略性政策; 文化生产

中图分类号: G124

文献标识码: A

文章编号: 1009-3060(2009)03-0049-07

全球化是一种逻辑, 以全球共享的游戏规则为表征, 以人类共同的价值追求和行为准则为内核。在此意义上, 全球化过程外在表现为全球共享的游戏规则的形成、扩散、博弈和不断调整、修改、补充、完善的过程, 其内在的实质则是人类不同的价值追求和行为准则在不断碰撞、冲突和融合中逐步在承认和尊重差异的基础上达成共识的过程。现在, 全球化的逻辑, 完全不顾及那些反对者的主观意愿, 已然渗透到了文化领域之中, 威胁着传统的人类文化发展范式, 并开始展现出新范式的雏形。这种人类文化发展的新范式至少有两个基本构成部分, 一是文化生产的市场化, 二是文化交流的贸易化。人们普遍担忧的全球化逻辑可能导致的文化同质化问题, 正在通过政府间保护文化多样性的共同能力, 转化为所谓“创造性的文化多元共存”^①的政策行动。与此同时, 文化的冲突和竞争却前所未有的频繁和激烈, 为捍卫文化权利和争夺文化利益的较量甚至在意识形态基本相同的国家间展开。

随着中国积极加入全球化的进程, 全球化的逻辑及其影响下的国际文化发展新趋势, 也深刻地影响着中国文化发展的道路。中国文化产业政策的出场, 可以称得上是对这种影响的积极回应, 它集中表现和反映着中国的态度、政策和应对战略。有学者认为, “确认‘文化产业’合法性的首先意义就在于, 它代表着对前现代文化观念的‘去魅’(disenchantment), 对计划经济时期旧文化观的深层解构, 它使当代中国文化政策获得了全新起点。”^②本文认同这一观点, 并试图以此为基础进一步深入探讨和全面评估中国文化产业政策及其影响。

严格地说, 中国文化产业政策一词包含两种理解, 第一种理解应表述为: 中国文化产业“政策”, 重点在于政策, 即关于中国文化产业的政策, 或者说是关于中国要发展文化产业的政策; 第二种理解应表述为: 中国文化“产业政策”, 重点在于产业政策, 即关于中国文化的产业政策, 或者说是关于中国要发展文化产业的产业政策。之所以区分这两种不同的理解, 是因为它们要解决的是两类不同的问题。第一种理解解决的问题是中国“要不要”发展文化产业的问题, 现行政策的回答是肯定的, 很显然, 这一决策的结果具有不可逆性, 正是由于这是一个几乎无法逆转的政策, 因而是一种“战略性政策”。第二种

收稿日期: 2009-05-11

基金项目: 本文得到福特基金会与中国社会科学院合作项目“全球化与中国”的资助。

作者简介: 贾旭东(1963-), 男, 辽宁辽阳人, 中国社会科学院文化研究中心副主任、研究员。

① 创造性的文化多元共存, 是联合国教科文组织在 2000 年世界文化发展报告中提出的, 包括多种文化群体积极的和动态的共存; 把当地社会环境和公共活动领域相结合, 允许创造性地接触和转变。详见: 联合国教科文组织:《世界文化发展报告——文化的多样性、冲突与多元共存(2000)》, 北京大学出版社, 2002 年版, 第 34-35 页。

② 李河, 张晓明:《当代中国文化政策 10 年》,《中国社会科学院院报》, 2008 年 5 月 8 日, 第 8 版。

理解解决的问题是中国“如何”发展文化产业的问题,很明显,这类问题是操作性的问题,对应的政策属于政府经济政策的范畴,决策的结果相对容易逆转,因而是一种“操作性政策”。^①作为本文论题的中国文化产业政策,指的并不是操作性政策,而是战略性政策,所要讨论的正是这一战略性政策出场的背景、理论内涵和政策影响。

一、中国文化产业政策的形成与背景

作为战略性政策的中国文化产业政策,于2000年10月召开的十五届五中全会上正式提出,经过2001年3月召开的九届全国人大四次会议的正式批准,最终于2002年10月召开的十六大上正式形成。

2000年10月,十五届五中全会通过的“中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议”中,明确提出要“推动信息产业与有关文化产业结合”,要“完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动有关文化产业发展”^②的建议。“文化产业”和“文化产业政策”概念,首次明确出现在官方的正式文件中,标志着中国文化产业政策的正式提出。2001年3月,九届人大四次会议批准的《国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》,^③采纳了十五届五中全会关于文化产业和文化产业政策的提法,发展文化产业被正式纳入国民经济和社会发展计划,成为国民经济和社会发展总体战略的重要组成部分,这标志着中国文化产业政策得到了国家最高权力机关的正式认可和承认。2002年11月,十六大报告中明确提出文化事业和文化产业的“二分法”,并且鲜明地提出“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径”的重要观点,进一步要求“完善文化产业政策,支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力。”^④“文化事业和文化产业“二分法”和“发展文化产业是……重要途径”观点的提出,标志着作为战略性政策的中国文化产业政策的正式形成。

大卫·赫斯蒙德夫指出:“政策既是对社会文化、经济和技术状况的回应,也是结果。”^⑤战略性中国文化产业政策的出场,是改革开放基本精神和总体战略作用于文化领域的必然结果,是新的社会历史条件下文化发展的客观要求和自觉选择。在改革开放的宏观社会历史背景下,中国战略性文化产业政策的出场有三个内在推动力:

(1) 改革开放释放出来的企业家精神和大众娱乐需求相结合催生的文化市场推动力。1979年,广州东方宾馆开设的国内第一家音乐茶座,被认为是我国文化市场兴起的标志。此后,歌厅、舞厅、录像厅等相继出现,并很快遍及全国。这种自发形成的、以营利为目的、以满足被压抑多年的大众娱乐需求为内容的“文化市场”,在1987年获得了合法地位,^⑥并于1988年2月文化部、工商行政管理局联合发布的《关于加强文化市场管理工作的通知》中获得了明确的法律定义和规范。文化市场的合法化,进一步激励了更多经营者进入,刺激了大众娱乐需求的日趋增长和不断升级,文化市场也因此迈入了新的发展阶段,开启了新一轮扩张的序幕。电子游戏厅和书刊发行第二渠道诞生,演出穴头和演员走穴

① 关于战略性政策和操作性政策的区分见《公共政策分析导论》,中国人民大学出版社,第162-163页。

② 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》,《人民日报》,2000年10月19日第1版。

③ 《国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》,《人民日报》,2001年3月18日第1版。

④ 江泽民:《全面建设小康社会,开创中国特色社会主义事业新局面——在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告》,《人民日报》,2002年11月18日第1版。

⑤ [美]大卫·赫斯蒙德夫:《文化产业》,中国人民大学出版社,2007年版,133页。

⑥ 以舞厅获得合法地位为标志,开始了文化市场的合法化进程。1987年2月9日,文化部、公安部、国家工商行政管理局联合发布《关于改进舞会管理的通知》,意味着正式解除了对曾引起众多争议的营业性舞会(厅)的禁令,赋予了其合法地位。

等现象也开始在文化市场中出现。应该指出,这时的文化市场还相当原始,其主要形态是在简陋的娱乐场所提供简单的自娱自乐的娱乐服务市场,真正的文化产品和服务市场还没有形成,要素市场等市场形态还在萌芽之中,大量的优质文化资源仍然控制在国有文化单位手中。但是,就是这样原始和初级的文化市场的出现及其不断扩张,开启了中国文化市场化发展的新路径,成为战略性中国文化产业政策出场的第一个推动力。

(2) 经济改革的示范效应和文化事业面临的生存压力相对比引发的国有文化事业单位生存模式创新推动力。中国的改革始于经济领域,走出了一条新的农村包围城市的道路。经济改革的成功经验,对于面临生存压力的文化领域产生了强烈的示范效应,并以极快的速度被引入文化领域,引发了国有文化事业单位生存模式创新热潮。从1978年广东、广西等省自治区公社文化站举办的某些活动收费开始的各种形式的“有偿服务”,到1981年著名京剧表演艺术家赵燕侠承包北京京剧团开始的多种形式的“承包制”,始于群众性文化事业单位生存模式创新的热潮,迅速漫延到剧团、影剧院、图书馆、博物院、文化馆等专业性文化事业单位。据统计,1988年,全国文化事业单位开展有偿服务和“以文补文”活动的网点达11458个,全年纯收入1.8亿元,相当于当年国家所拨文化事业经费的12%左右。^①体制束缚和财政预算约束共同导致了国有文化事业单位的生存困境,国有文化事业单位为谋生存借鉴经济改革成功经验进行的生存模式创新,突破了僵化的文化管理体制,为国有文化资源进入文化市场打开了一个通道。国有文化事业单位生存模式的创新,成为继文化市场之后战略性中国文化产业政策出场的又一个推动力。

(3) 结构调整的需要和人民日益增长的精神文化需要相叠加造就的文化发展客观需要推动力。其实,早在1992年,“文化产业”概念就已经进入政府相关部门的视野,^②文化部更是在1998年设立了文化产业的主管部门“文化产业司”,至此,战略性中国文化产业政策呼之欲出。如果说是人民群众的娱乐需求敲开了紧闭的当代中国文化产业大门的话,那么可能正是国家整体发展战略的需要将这扇大门彻底打开了。当改革开放进入第二个10年的后期,中国高速发展积累的经济结构不合理的矛盾日趋加剧。1999年底,中央经济工作会议明确指出,“调整和优化经济结构,是促进经济发展,提高经济增长质量和效益的根本性措施。要把调整经济结构作为明年和今后一个时期经济工作的主要着力点。”并且特别指出,“当前面临的经济结构调整不是暂时性、局部性的调整,而是战略性的调整。”^③正是在这种背景下,2000年召开的十五届五中全会关于国民经济和社会发展第十个五年计划建议中,首先是在发展服务业部分提出发展文化产业任务的,当时的提法是“引导文化娱乐、……等产业发展,满足服务性消费需求。”然后在发展信息产业部分,提出要“推动信息产业与有关文化产业结合”。^④一方面是当时国家垄断的文化生产形式根本不能满足人民群众日益增长的精神文化需求,另一方面是经济结构调整所提出的发展文化产业的迫切需求,正是这两种需要相叠加,成为战略性中国文化产业政策出场的最后推动力。

二、中国文化产业政策形成的理论基础

战略性中国文化产业政策的出场,标志着在中国由政府全面包揽文化生产时代的结束和全新的文化生产时代的来临。所谓全新的文化生产时代,实际上是由两种调节机制三种不同的文化生产方式构

① 马洪、刘国光等:《中国改革全书(1978—1991年)》,《文化体制改革卷》,大连出版社,1992年版,第36页。

② 最早使用“文化产业概念”的政府部门是国务院办公厅综合司,参见罗干:《重大战略决策——加快发展第三产业》,中国政法大学出版社,1992年版。

③ 《中央经济工作会议在京召开》,《人民日报》,1999年11月18日第1版。

④ 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》,《人民日报》,2000年10月19日第1版。

成的。第一种是“看得见的手”——政府调节机制,第二种是“看不见的手”——市场调节机制。政府调节机制下的生产方式是继续由政府全部资助的所谓的“公益性文化事业单位”。市场调节机制下的生产方式是由市场调节的所谓“经营性文化产业”,它对应着两种生产方式,一是相对简单的中介机构或个人组织的文化生产,如演唱会、音乐会、艺术品展览会和拍卖会等等;二是较为复杂的各种专业化和组织化程度更高的公司组织的文化生产,如电影、电视剧和动画片的生产,等等。

当代中国这种全新的文化生产方式,似乎和雷蒙德·威廉斯(Raymond Williams)划分的文化生产的三个时代(era),即资助(Patronage)时代、专业市场(Market Professional)时代和专业公司(Corporate Professional)^①时代相对应,也和始于20世纪八九十年代的几乎席卷全球的文化市场化浪潮^②有着某些共同的特征。这表明,人类文化的发展可能遵循着某些共同的规律,然而真正支配不同国家文化发展道路选择的却是各自的特殊性和这些共同规律的特殊表现。理解战略性中国文化产业政策的出场或当代中国文化生产方式的转型,可能需要进一步深入探索其背后起决定作用的文化发展理念或理论基础的变化。

人民群众是否具有文化消费上的选择权。在这个问题上,一直以来的回答都是否定的,文化主管部门及其领导家长式的作法根本取消了人民群众在文化消费上的选择权。生产什么、生产多少、为谁生产等这些基本问题都由主管部门及其领导决定,生产出来的产品的好坏也由他们来评价。生产什么你就看什么,或者说让你看什么你就看什么,不让你看你就不能看,想看也看不见。这种状况到改革开放后开始发生了变化。由娱乐需求释放而引发的文化的“娱乐属性”得到承认开始,在逐渐获得合法性的文化市场上,人民群众的文化产品和服务的消费主体地位逐渐得以确立起来。随着改革开放的逐步深入,大批国外文化产品开始进入中国,加之国有文化事业单位企业化经营所生产的文化产品和服务的渐渐丰富,文化的“产业属性”逐渐显现并日趋明朗化,也逐渐获得了事实上的承认。以此为标志,人民群众的文化消费主体地位得以巩固和最终确立。承认人民群众文化消费的主体地位,也就意味着承认人民群众具有文化消费上的选择权,也就是说,每个人都可以根据个人的偏好、预算约束和时间约束在文化市场上自由地选择文化产品和服务。这种变化的意义可以说是革命性的,它意味着文化生产必须从根本上改变过去那种根本无视群众需求的状况,相反,必须从群众的文化需求出发去组织文化生产,做出文化生产的一系列重大决策。后来,这种变化在2003年被概况为“两个面向”,即,面向市场、面向群众。两个面向是统一的,其实质就是要将政府包揽的文化生产方式彻底转变为市场调节的生产方式。人民群众具有文化消费上的选择权,构成战略性中国文化产业政策出场的理论基石。

政府是否应该垄断文化生产的权力。由于文化产品的特殊性,使政府干预文化生产成为一种国际惯例,连最崇尚新自由主义市场理念的美国也不例外。但是,中国长期以来选择的却是最为严厉的干预方式,即政府生产,^③也就是由政府垄断文化生产的权力。在中国,政府垄断文化生产权力的基本做法,是由政府全资设立文化事业单位,然后将文化生产权力赋予这些事业单位,由这些文化事业单位具体组织文化生产活动。支持政府垄断文化生产权力的理论依据有两个,一是文化具有意识形态属性,二是全能政府理论。文化产品的准公共产品性质,集中反映着文化所具有的意识形态属性。但是,随着人们思想观念的独立性、选择性、多变性、差异性的明显增强,所谓“一言兴邦、一言丧邦”的情况将不复存在。特别是随着人民群众文化消费上的选择权的确立,文化的意识形态属性日益离不开其产业属性,文化的意识形态功能越来越依赖于其产业功能。只有占领市场,才能占领群众。也就是说,一种文化产品如果不能在市场上被消费者所选择,那么它的意识形态属性就根本不可能实现。文化产业属性

①、② [美] 大卫·赫斯蒙德夫:《文化产业》,中国人民大学出版社,2007年,第57-58、130-154页。

③ 公共经济学认为,政府的干预方式有三种:一是公共(政府)生产;二是用税收和补贴鼓励或阻止特定的私人生产活动;三是旨在保证企业以合意的形式行动的政府管制下的私人生产。参见[美] 约瑟夫·E·斯蒂格利茨:《公共部门经济学(第三版)》,中国人民大学出版社,2005年,第211-212页。

的确立,特别是意识形态属性和产业属性的这种关系,从根本上消解了意识形态属性成为政府应该垄断文化生产权力的理论基础。全能政府理论是支持政府垄断文化生产权力的另一个理论依据。然而,随着社会主义市场经济体制的确立,全能型政府理论的根基被彻底动摇了,转变政府职能成为完善社会主义市场经济体制的一项重要任务,特别是建立公共服务型政府目标的确立,使政府继续垄断文化生产权力变得既缺乏理论依据,也丧失了获得所必须的充足的公共财政支持的理由。上述两方面证明,政府垄断文化生产权力的理由已经不再存在,政府必须转变其在文化领域中的职能,让出其不该拥有的那部分文化生产权力。政府不应该垄断文化生产权力,成为战略性中国文化产业政策出场的重要理论基础。

文化是否应该市场化。很显然,政府不再拥有垄断文化生产权力的观点部分地成为支持文化市场化的理论根据。然而,这并不是问题的关键所在。自从阿多诺(Theodor Adorno)和霍克海默(Max Horkheimer)创立“文化工业”(Cultural Industry)一词以来,在西方世界对文化商品化或市场化的批判就没有停止过。在中国,自改革开放以来,从开始的娱乐市场化,到后来国有文化事业单位“以文补文”和企业化经营引发的文化市场化,改变了文化生产方式,创造了丰富的文化娱乐产品和服务,在一定程度上扭转了改革开放之初文化产品短缺的局面,也丰富了人们的精神文化生活。当然,也存在着许多问题,突出的是片面追求经济效益所导致的各种问题,如有偿新闻、出版低级趣味的书刊杂志、买卖书号等等。这些问题的存在,为反对文化市场化的人提供了口实,有人甚至将这些问题概括为是“人民币当了总编辑”。^①但是,在这些表面问题背后支持反对文化市场化的真正理由有两个:第一个理由认为,文化价值与经济价值是对立的;第二个理由认为,文化具有卓越性,文化生产应该由精英决定,而不能迎合大众的需求。对于第一个理由,决策层提出了根据公益性强弱进行分类的解决方案,也就是说,并不将所有的文化都产业化或市场化,只将那些公益性弱的部分推向市场。第二个理由表现的是精英主义的文化观,而这种文化观在历史观上是错误的,因为人民群众才是历史的创造者,人民群众当然具有追求精神文化需要满足的权利,而且这种追求也具有合理性和合法性。其实,文化市场化并非其反对者所想像的那样是为了单纯追求经济利益,而是要改变过去那种政府垄断的文化生产方式,让市场在文化资源配置中起基础性作用的根本目的,还是为了促进文化发展。文化应该市场化,成为战略性中国文化产业政策出场的关键。

三、中国文化产业政策的重要影响

战略性中国文化产业政策的出场,是当代中国文化发展中的一个具有里程碑式意义的标志性事件,它结束了中国文化发展模式的探索历程,开启了具有中国特色的文化发展道路的新方向,对全球化背景下和社会主义市场经济条件下的中国文化发展理论和中国文化发展实践都具有极其深远的重大影响。

中国文化体制的全面改革。战略性中国文化产业政策出场的第一个重大影响,就是提出了应全面改革现行文化体制的客观要求和实践课题,引发了中国文化体制的新一轮改革。因为中国现行的文化体制是计划经济时代的产物,无论是宏观的管理体制,还是微观的运行机制,都根本不能适应全球化特别是社会主义市场经济条件下发展文化产业的客观要求。

尽管中国的文化体制改革早在上世纪80年代就已经开始了^②(从某种意义上说,战略性中国文化产业政策的出场也是改革的结果),但是,这次的改革却有着以往改革完全不同的全新特质。对此,有

① 参见《不能让人民币当总编辑》,《光明日报》,1993年8月6日。

② 改革开放后,最早提出文化体制的是文化部。1980年2月,在文化部召开的全国文化局长会议上提出,要“坚决地有步骤地改革文化事业体制,改革经营管理体制”。1983年6月,在六届全国人大一次会议的《政府工作报告》中,提出“文艺体制需要有领导有步骤地进行改革”的任务。

论者认为,这次改革不同于以往,“它的目标不再仅仅指向体制内国有文化事业单位,而是把‘建立与社会主义市场经济体制相适应的新的文化体制’当作基本宗旨”。^①也有论者评论说,这次的文化体制改革“加速发展、全面推进,实现了一系列重大突破。”^②还有论者强调指出,“文化体制改革到这个时期,已经由被动改革向主动改革转换,由主要模仿经济体制改革向把握文化体制改革自身规律转换。”并把这次的改革概括为“推广型体制改革”,以与此前“应对型体制改革”^③相区别。然而,除了全局性、全面性和主动性之外,这次改革更重要的特质是在全新的文化生产格局基本形成的情况下所进行的从宏观的文化管理体制到微观的运行机制的全面改革,以使我国的文化体制更好地适应文化力发展的客观要求。

以新一轮文化体制改革的这一重要特质为视角,我们可以更全面地理解和把握新一轮文化体制改革的实质和意义。首先是要使文化体制和经济体制并轨,以从体制上解决长期存在的经济与文化“两张皮”问题,实现经济文化一体化。关键是将市场机制引入文化生产领域,使其成为文化资源配置的基础性力量,建立起与社会主义市场经济体制相适应的“科学有效的宏观文化管理体制、富有效率的文化生产和服务的微观运行机制”。^④其次是从解放和发展文化生产力的角度,或者说,从有利于发展文化产业的角度,进行文化体制的重构,为文化产业的发展扫清思想障碍和体制障碍,实现文化产业整体实力和竞争力的显著提高。关键之一是培育新型的文化市场主体,使其成为文化产业发展的核心力量,成为文化创新的主体,“形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局”。^⑤关键之二是培育现代文化市场体系,打破条块分割、地区封锁、城乡分离的市场格局,“形成统一、开放、竞争、有序的现代文化市场体系”,“建立依法经营、违法必究、公平交易、诚实守信的市场秩序,创造公开、公平、公正的市场竞争环境。”^⑥第三是明确区分政府与市场在文化发展中的地位与作用,加快政府职能转变,以解放长期存在的政府错位、越位和缺位问题。关键是“管办分离”、“政企、正事、正中分开”,健全文化法律法规和政策体系,建立健全新的文化监管体系。

中国文化发展道路的新方向。改革开放以来,在探索中国特色的经济发展道路的同时,中国特色的文化发展道路的探索也从未间断过,战略性中国文化产业政策的出场可以说就是这种探索的最重大的成果,它改变了中国文化生产的基本格局,开辟了中国文化发展道路的新方向。

中国的文化产业从边缘走来,走向核心地带的边缘,并开始由边缘向核心地带渗透。其间,既有创新的文化业态,也有原有业态的产业化发展。但是,不论何种形式,总体上走的都是一条“增量”发展的道路。也就是说,在政府包办的文化事业之外,又新增加了一个文化发展路径。当然,中国文化产业的发展,对政府包办的文化事业产生了强烈的冲击,使其经历了开始阶段的萎缩、中间阶段的迷茫到最后重新定位的痛苦历程。在社会主义市场经济条件下,政府只是出于保障人民基本文化权益、满足人民群众基本文化需要的目的提供基本公共文化服务,其余文化产品和服务的生产完全交由市场机制进行调节。过去全部由政府垄断的文化生产权,除了现在认为必要的之外,大部分已经分权给了市场,文化生产进入了上面描述过的“两种调节体制”、“三种生产方式”的全新时代。

战略性中国文化产业政策的出场,既是对这种全新文化生产格局的固化,也为这种全新文化生产格局的调整提供了广阔的政策空间。政府的职责是保证先进文化的前进方向,弥补市场失灵,提供公共文化服务。但是,提供公共文化服务,并不意味着一定要政府生产。政府也可以不生产,而通过购买的方式提供。也就是说,出于效率的考虑,未来中国文化生产格局中,政府生产的部分具有进一步缩小的可能与趋势。但为了保证文化产品和服务的公平和公正的分配,以及提高国家文化软实力的需要,

① 李河、张晓明:《中国文化政策10年》,《中国社会科学院院报》,2008年5月8日第8版。

② 曹普:《20世纪70年代末以来的中国文化体制改革》,《当代中国史研究》,2007年第5期。

③ 成思行:《改革开放30年我国文化发展和体制变迁之路》,《北京日报》,2008年10月9日。

④ ⑤ ⑥ 中共中央、国务院:《关于深化文化体制改革的若干意见》,《人民日报》,2006年1月13日第1版。

政府提供公共文化服务的力度和范围具有加大和增加的可能与趋势。为了推进改革而提出的文化事业和文化产业“二分法”,根据文化发展的客观规律,在未来将不再重要,事业和产业的区分是不科学的。文化生产都要遵循相同的文化发展规律和市场经济规律,而文化产品和服务的分配遵循的是另外的法则。经过不断的调整,中国特色的文化发展道路将会越来越清晰。

文化发展的理论课题。理论是灰色的,实践之树长青。实践总是为理论的发展提出新的课题,同时也为新课题的解决准备了素材。全球化的深入发展,使人类进入了一个前所未有的文化竞争时代;高新技术的飞速发展和迅速普及,改变着文化生产、存储和消费的方式;特别是数字技术和网络技术的飞速发展引发的多媒体、多频道化以及通信、互联网和广播电视融合的趋势,为文化内容的发展提供了潜在的需求和广阔的空间。在文化发展面临着这些全新的经济、技术和国际环境的条件下,在20多年中国文化发展和文化体制改革实践基础上形成的战略性中国文化产业政策的出场,给我们提出了许多需要思考和研究的理论课题。从理论上研究和回答这些课题,是战略性中国文化产业政策有效实施的客观需要,也是构建中国特色文化发展道路理论基础的客观要求。

文化当代价值及其实现方式问题。战略性中国文化产业政策的出场,意味着对文化在当代所具有的巨大经济价值的承认,特别是表现出来的实现其经济价值最大化的政策诉求。这就不可避免地产生一个重大理论问题,即文化的当代价值及其实现方式问题。这个问题包括以下几个具体内容,除了巨大的经济价值外,文化在当代还具有哪些价值?这些不同价值之间是什么关系?是否存在着冲突?如果发生冲突,哪些价值应该优先考虑?文化当代价值是如何实现的,具有哪些新的特点?等等。事实上,这个问题既涉及文化的属性及其相互关系,也涉及文化的社会效益和经济效益的相互关系。

文化与经济、政治的关系问题。当今时代,文化与经济、政治日趋融合,文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉,越来越成为综合国力竞争的重要因素。在这样的大背景下,用产业化或市场化的方式发展文化,必然会使文化与经济、政治的关系发生新的变化。比如,在过去文化与经济的关系中,文化通常处于附属地位。但是现在,文化不仅本身可以创造经济价值,而且正在成为经济发展的一个重要动力,甚至连经济发展的目的本身也需要用文化才能得到合理的解释。赋予文化产业以合法地位,意味着文化领域权力的重新分配和转移,不可避免地会产生新的文化利益格局,文化权力和利益格局的变化将给政治带来哪些影响,政治对文化产业发展又会具有哪些新的约束,同样需要思考和研究。

文化卓越性的保持问题。赋予文化产业以合法地位,意味着承认大众文化的合法性,而大众文化的大众性、通俗性、普及性和易变性特点,决定了卓越性不是它的主要追求。但是,保持文化的卓越性是人类文化发展的基本要求,代表着一个国家的文化精神、文化品味和文化发展水平。在全新的文化生产格局中,谁对文化卓越性的保持负责,通过什么样的方式生产卓越性,并使其与大众文化形成良性互动,充分发挥其引导和提升作用,这些都需要认真思考和研究。

四、结 语

战略性中国文化产业政策的出场已经6年了。在过去这6年里,操作性文化产业政策相继出台并已经渐成体系;文化体制改革也已完成了试点任务,正在全面展开;同时,提出了构建公共文化服务体系的任务,并初见成效。中国特色文化发展道路的基本框架初步形成,中国的文化产业有了长足进步,中国文化发展显现出了新的气象。所有这些都表明,战略性中国文化产业政策的出场,的确是当代中国文化发展进程中的一个具有里程碑意义的标志性事件,毫无疑问,它的深远历史影响还将在中国未来的文化发展实践中继续显现。

(以下“英文摘要”转第68页)

Signs and Symbols: Illustration on the Significance of Characters in Classical Novels

JIN Xin-rong

(Nanjing University Press, Nanjing 210093, China)

Abstract: In the process of historical evolvement and according to the readers' experience, the characters in Chinese classical novels have transformed from individual roles to social roles. These characters are beyond their contextual meanings and become a kind of cultural symbol, which bears multiple social meanings in areas such as ethics, morality and emotion. The reading experiences such as morality proclamation, themes of reprimand and punishment, selfhood metaphor and role identification demonstrate the aesthetic reception of readers, and the pass of those meanings will become constantly renewed in the transition of time and space.

Key words: role transformation; cultural symbol; aesthetic experience

(责任编辑: 谢 闽)

(上接第 55 页)

Policies of Cultural Industry of China and Their Influences under the Background of Globalization

JIA Xu-dong

(Center for Cultural Research, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100732, China)

Abstract: At the beginning of the 21st Century, China announced that the new strategic policies of cultural industry had been established. This ended the era of government monopoly of cultural production and opened a completely new era of the cooperation of government and market for cultural production. The strategic policies of cultural industry of China are not only the response of globalization and market economical reforming, but also the practical exploration of Chinese cultural development and empirical crystallization of the reform of cultural system. The presence of strategic policies of cultural industry of China evokes comprehensive reforms of Chinese cultural system, opens up new directions of the way of Chinese cultural development, and poses many theoretical theses of cultural development that need to consider and research seriously.

Key words: policies of cultural industry of China; strategic policies of cultural industry; cultural industry

(责任编辑: 周淑英)