



张晓明

市场“缺位”导致文化饥渴

在一个精神生活极度饥渴的国家，不平衡的快速发展付出了极高的代价，文化的缺失和全民性的精神苍白就是最突出的表现

● 张晓明

庸俗，或者低俗现象的存在是一个既定的事实，如何看待低俗问题的产生原因，才决定了我们将采取何种措施，向什么方向前进。我这里要说的是关于低俗成因的三个基本判断。

短缺导致低俗

低俗现象是文化发展滞后造成的。当经济发展、人民群众生活水平提高，消费支出增加，文化消费需求强烈，而文化产品和服务却不能充分满足供给的时候，就会出现饥不择食现象。由于长期没有丰富和多样的精神产品的滋养，一般大众对于高雅和通俗便无从判断，对于什么是通俗，什么是低俗便无从区分，情况必然如此。

这种情况的出现源于我国传统的发展方式中存在的问题。我国2009年人均GDP超过3000美元，提前10年实现了以前制定的、以GDP为主要指标的“全面小康”发展目标。东部发达地区开始超过10000美元，进入了中等发达程度国家的行列，这种不平衡的快速发展付出了极高的代价，文化的缺失和全民性的精神苍白就是最突出的表现。根据有关研究，与国际上相同发展程度的国家相比，我国人民群众的文化消费水平仅及四分之一到五分之一。在一个精神生活极度饥渴的国家，人民群众缺乏基本的文化鉴赏

力，不要说通俗文化无从分辨，就是高雅文化也难以定位。

市场不开放或者半开放导致低俗

低俗现象是文化发展的调节机制混乱造成的。文化生产历来就有两种资源配置机制，一种是计划（或者称为“供养制”），一种是市场。历史地看，市场经济国家经过几百年的发展，形成了将市场作为资源配置基础性手段，将财政供养作为国家弥补市场失灵缺陷手段的体制机制，高雅和通俗于是各归其位，和谐发展。计划经济源于对市场失灵的校正，但是“矫枉而过正”，错将计划作为文化资源配置的基础性手段，将国家作为文化创造者，将适应多样化需要的市场化文化产品和服务一概否定。幸而我国已经实行改革，走在“转型”的路上。

但是转型时期往往变得问题更加复杂严重。就我国目前的情况而言，体制内文化事业单位长期实行双轨制，全面改制刚刚展开，市场开放程度还较低，行为方式显得特别混乱。比如说一些传媒机构，既有极强的产业功能，又承担了意识形态宣传的责任，身份定位不清，两种资源配置机制混用（甚至是狭公权以谋私利），经常出现过度商业化运作以追求收视率，不把社会效益放在首位的现象。

低俗文化往往就是在这些机构助推下风靡起来的。我们现在需要的不是清一色的高雅文化，而是要以市场化的机制生产更加多样化的文化产品以满足多层次文化消费需求，公共文化服务机构回归本位显得尤为重要。不希望再出现公共文化服务机构一窝蜂地追捧流行文化的不正常现象了。

缺乏基于市场环境的合理的管理机制

在市场机制调节文化资源配置的社会里，消费产生供给，高雅和通俗各有市场，甚至低俗的服务也有需求。只要不事关公序良俗，不冲击道德底线，不付出过大的社会成本，就要尊重其消费者和生产者有权生产和消费的权利。关键的问题是要有一套适应市场经济环境的管理机制：必须科学地评估、合理区分、分类管理各种类型和层次的文化服务，最大限度地降低其可能的副作用。在这一点上，市场经济和前市场经济社会有重大区别。发达市场经济国家普遍实行对于文化活动实行“一臂间距”管理模式，对传媒区分公共媒体和商业媒体管理，对电影实行分级管理制度，对营业性娱乐场所实行分类管理，摸索了一些成功的经验，值得我们借鉴学习。（作者为中国社会科学院文化研究中心副主任）

人民论坛