

在改革中 拓展公共文化服务空间

——对中央新闻纪录电影制片厂的调研与思考

■ 中国社会科学院文化研究中心课题组 王艳芳 张晓明

文化体制改革如何保证和拓展公共文化服务空间的问题,是当前一个焦点。现以中央新闻纪录电影制片厂为例略作说明。

“红色影像数据库” 的尴尬与出路

中央新闻纪录电影制片厂是我国唯一生产新闻纪录电影的专业厂,其前身是1938年建立的延安电影团。1953年7月7日,中央新影在北京正式成立,成为一家专业性国有企业,同时承担着事业单位功能,在文化、人才、技术方面拥有独特优势。厂里至今保存着党和国家重要的历史资料,包括5000余部纪录片、28000多本历史影片资料,它们真实地记录了新中国诞生和发展的历史进程。这些宝贵资料使新影厂成为一个名副其实的“红色影像数据库”。

深厚的历史文化资源加上优秀

的人力资源,本是生产优秀文化产品的最佳基地。但近些年来,随着即时性更强的电视媒体兴起,“新闻简报”逐渐引退,新影厂的效益下滑,这个“红色影像数据库”逐渐处于尴尬的境地。

1993年10月,经广电部批准,新影厂划归中央电视台领导。此举意在适应“制播分离”的改革,继续保持发挥影视协同的效应。新影可以得到财政专款、制作费和租金等收入,维持生存。

但是,以上措施仅仅能保证新影厂这个“红色影像数据库”的简单再生产,不能保证长远发展。如果新影厂不能进一步改革,不仅其现有资源和潜力得不到进一步开发,而且,在文化体制改革深入进行,广电事业出现跨越式发展的情况下,原有人才还在流失。2004年,中央电视台做出决定,以新影厂为载体,开播新的历史文化频道,并将新影厂作为与国际知名品牌“发现频道”的

合作平台,新影厂出现了前所未有的新的发展生机。

公共文化服务的战略定位

新影厂的尴尬以及最近在改革中显示的新出路表明,应该从战略性的高度重新认识现代传媒业中公共文化服务的定位问题。

目前,新影厂的基本思路已经明确,即加强开发“红色影像资源”,并在此基础上进一步整合历史文化资源和优秀人力资源,以独特优势打造专门的历史文化内容播出平台,最后形成以制作和传播公共文化服务内容特点的现代传媒集团。这一思路切合了现代传媒业发展的大趋势,对于形成我国公共文化服务新格局具有战略意义:

首先,从现代传媒业的一般发展格局看,新影所拥有的内容属于“公共文化服务”,它应有自己的充分地位。

国外的广电传媒通常分为商业

频道、收费频道、国营频道和公共频道（国营频道）。商业频道和收费频道都是以营利为目的，国营频道依赖财政支持，公共频道也不以营利为目的，而是向公众提供文化服务（以教育、文化类节目为主），其多元化的财政来源不限于政府，因此，其身份是社会化的。

在这个格局中，我们目前最需要关注的是“公共频道”。因为，一个社会必须有公共领域，公共文化的生产和传播也需要有更广阔的公共空间。文化服务的公共频道应运而生。公共频道的本质在于用优质文化引导大众精神消费，培养长期需求，关注边缘文化和主流文化的张力，关注弱势，扶持原创，提升本土文化的活力和影响力，以期提高公民素质、增强公民文化认同。有专家预测，随着信息网络的飞速更新，媒体竞争愈加激烈，所有传媒都逐渐汇流，会形成一个巨大的媒体网络空间，造成知识过载。在杂乱的信息海洋中，公共文化内容会成为组织、过滤信息内容，建立知识导向的重要线索，而公共频道作为这个线索提供者，可以协助公众进入他们所希望了解的知识领域。因此，我们的社会不仅需要公共文化服务，而且需要强化公共文化服务，它的位置是不可替代的。

其次，从我国传媒业的现状看，公共文化服务“缺位”严重，新影厂正好起到弥补缺位的作用。

在计划经济时期，我国的传媒机构是由国家建立，执行宣传功能，并在意识形态主管部门的直接管理下运营。改革开放以后，逐渐开放商业广告，直到目前基本上依靠广告

收入，实现了“自收自支”。因此，历史形成了我国广电传媒“国营+商业”的双重性质。同时承担两种功能的弊端在于，常常只考虑意识形态需要和商业需要，而忽视公共文化的需求。或者说，意识形态和商业利润是“刚性要求”，而公共文化服务则是“弹性要求”。结果便是公共文化服务事实上的缺位。

当然，我国现有的电视频道不是完全没有提供公共文化服务，近年来中央电视台有些频道的内容正在越来越显示出高文化品位的特点。但是，此类节目在“国营+商业”的体制环境中呈游离状态，没有明确定位和可靠的发展空间，而且还常受被淘汰的威胁。

在这样的形势下，像新影厂这样制作历史文化类节目的文化企业就显得特别宝贵了。公共文化服务的缺位正好是新影发展的机遇。因为相对于公众文化需求而言，我国文化内容生产的缺口巨大，而公共文化则是其中最大的缺口，新影厂是可能弥补这个缺口，提供公共文化产品的典型机构，而适时开设公共频道就是启动这一类内容生产的关键所在。从国家政策的层面说，依靠具有高文化内容产品生产能力的机构，设立专门的公共文化播出平台，是我国文化内容生产迅速走向完整和饱满的最好出口。

打造广电业公共服务的平台

在经济全球化的新时代，我们肩负着传承与发展的重任。无论从国内外的要求，还是从文化体制改革的要求来看，我国都亟须有一个新型的国家级的公共性的历史

文化频道，对内承担重大的导向功能，对外传播中华民族悠久的历史。新影厂最近的新举措已经显示出公共文化频道的雏形，对此应予以充分肯定和支持。为此，我们建议：

针对我国广电领域公共服务缺位的问题，可考虑开辟正式的公共频道提高到战略性高度。为可行起见，可以考虑在盘活新影厂现有资源和加大投入的同时，进一步整合文化资源，将目前中央电视台内分散在各个频道的公共文化类节目整合在一起，并将中央电视台内分散用于制作不同历史文化节目的财政拨款集中起来，交给新影厂或类似的机构做集中开发，形成制作高品位历史文化特色节目的基础，并开设为专门化的历史文化内容播出频道。

这个历史文化公共频道要实现体制和机制上的创新，给公共服务提供足够的发展空间。可以借鉴国外公共电视成功的经验，在内容上有多元化的内容提供者（自主制作和对外采购并举）；在监管上落实“一臂间隔”原则，设立包括文化专家、公众代表等组成的理事会进行监管，保证公共频道的公益性和相对独立性，保证节目具备公共文化服务的方向和质量。

待时机成熟时，进一步开辟多元化的资金融通渠道，以支持对于公共文化内容产品的大规模制作。公共频道设立之初，需要对现有资源进行整合与改造，须有财政的充分支持，才能维持对历史文化资源的开发。条件适合时，就可以逐渐引进社会资金，方式可以是设立基金会、吸收社会捐赠等等。