

中国文化产业 评论

第24卷

Commentary
on
Cultural
Industry
in
China

胡惠林 陈昕 主编

单世联 李康化 凌金铸 副主编

中文社会科学引文索引(CSSCI)来源集刊

上海交通大学国家文化产业发展创新与发展研究基地 主办

胡惠林 论文化产业及其产业化与品牌

——原创文化产业的认知模式和价值实现

康亚林 当代中国文化治理的生成逻辑与制度建构

徐海峰 我国文化治理若干关键节点及破解策略

李少康 崔昌麟 中国地方政府现代公共文化服务体系建设模式文本分析

——政策创新与绩效期望

陈柏桐 编辑 中国文化产业评论(十二卷)——陈惠林的中国文化产业学术史

——中国文化产业评论(十四卷)学术讨论

中国文化产业 评论

第24卷

Commentary
on
Cultural
Industry
in
China

胡惠林 陈昕 主编

单世联 李康化 凌金铸 副主编



中文社会科学引文索引 (CSSCI) 来源集刊

上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地 主办

上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业评论.第24卷/胡惠林,陈昕主编.

—上海:上海人民出版社,2017

ISBN 978-7-208-14547-4

I. ①中… II. ①胡… ②陈… III. ①文化产业-中国-文集 IV. ①G124-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 141203 号

责任编辑 黄玉婷 范 晶

封面设计 范昊如 夏 雪

中国文化产业评论(第24卷)

胡惠林 陈 昕 主编

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路193号 www.ewen.co)

世纪出版集团发行中心发行 上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 720×1000 1/16 印张 26.25 插页 2 字数 438,000

2017年7月第1版 2017年7月第1次印刷

ISBN 978-7-208-14547-4/G·1853

定价 69.00 元

《中国文化产业评论》编委会

顾问:谢绳武 王仲伟 叶取源 王永章 刘玉珠

主任:郑成良 陈 昕 胡惠林

常务编委(按姓氏笔画为序):

刘世军 齐勇锋 祁述裕 李凤亮 李 炎

李康化 张国良 单世联 孟 建 荣跃明

胡惠林 贾旭东 贾磊磊 傅才武 熊澄宇

编委(按姓氏笔画为序):

王亚南 尹 鸿 叶必丰 冯应谦(香港)

齐书深 江奔东 李本乾 李向民 汪俊昌

张晓明 张 敏 陈少锋 陈文玲 陈立旭 吴江波

范玉刚 明立志 金元浦 郝振省 施惟达

顾 江 郭少棠(香港) 凌金铸 陶东风 崔成泉

章建刚 蒋 宏 韩永进 蒯大申

国际编委(按英文字母为序):

安德鲁·罗斯(Andrew Ross,美国)

安迪·C.帕拉特(Andy C.Pratt,英国)

克里斯·吉布森(Chris Gibson,澳大利亚)

汉斯·姆马斯(Hans Mommaas,荷兰)

贾斯汀·奥康纳(Justin O'Connor,澳大利亚)

凯特·奥格莉(Kate Oakley,英国)

马克·班克斯(Mark Banks,英国)

主 编:胡惠林 陈 昕

副 主 编:单世联 李康化 凌金铸

目 录

理论研究

论文化产业及其演化与创新

——重构文化产业的认知维度和价值观

胡惠林[003]

文化革命理论的继承与转向

——苏联文化革命理论的形成与转向

凌金铸[045]

文化规制的两种倾向：以“禁书”为中心的研究

马 健[069]

文化治理视域下江苏文化产业治理模式创新研究

朱锦程[082]

流动与关联：城中村社区遗产价值重构

任 珺 李蕾蕾[093]

“欧洲理论”与“本地经验”：解读《澳洲神话》

杨 光[105]

文化治理与公共文化服务

当代中国文化治理的生成逻辑与维度建构

唐亚林[121]

我国文化治理若干关键短板及破解方略探讨

徐清泉[131]

泛数字时代的文化治理：特点、难点与“痛点”

刘 炜 冯 佳[150]

从生活社区到文化社区

——中国社区建设的文化维度

严静峰 刘建军[157]

中国地方政府现代公共文化服务体系建设的文本分析

——政策创新扩散机制视角

李少惠 崔吉磊[170]

产业研究

城市文化创意产业集聚的特征及影响因素

——基于北京的实证分析

刘 鑫 秦 波[185]

上海文化创意产业发展的影响因素实证研究

——基于灰色关联度模型分析

李建军 万翠琳[202]

江苏动漫产业的地域文化特征及其嵌入性研究

孟召宜 陈晓楚 渠爱雪 杜霖 冯立娅[220]

稀缺与通约:地方文化的产业逻辑

秦枫[242]

专家视角下的中美休闲

——一种跨文化比较研究

唐建军[258]

2016年中国内地影视动画产业发展回顾

邓林 李易儒[274]

文化投资研究

我国文化创意企业融资结构演变的制度分析

易华[297]

基于质押融资的文化企业知识产权价值评估研究

甄烨 薛耀文 王文利[306]

实体产业文化化的溢价机制及品牌发展策略分析

袁文华 吴美玉 吴婧 李建春[320]

政府补贴对数字内容产业绩效影响的实证研究

——基于我国上市影视公司的全业态数据分析

杨毅 张琳 王佳[334]

艺术政策研究

新常态下财政支持文化改革发展的政策路径研究

陈庚[351]

西方博物馆艺术授权的模式、价值链及其启示

王秀伟[363]

中国台湾艺术资助机制及政策研究

任明[379]

文化产业学术史研究

《中国文化产业评论》十三年:一段重要的中国文化产业学术史

——《中国文化产业评论》十三年学术统计分析

陈柏福 杨辉[393]

编后记

[411]

约稿启事

[413]

理论研究

第24卷

Commentary
on
Cultural
Industry
in
China

论文化产业及其演化与创新

——重构文化产业的认知维度和价值观

上海交通大学 胡惠林

〔内容提要〕 文化产业是由文化产品来定义的。没有文化产品和文化产品的生产,也就没有文化产业。文化产业是社会文化经济形态从低级阶段演进到高级阶段后出现的一种新型社会文化经济类型,是从农耕文明、工业文明发展到信息文明社会演化的重要产物,具有很强的社会生物演化特征。“人+手→人+机→人+网”构成文化产业演化的三种形态与三个阶段,形成推进社会发展的文化生产力形态,文化产业在这个过程中形成“人与社会一切文化关系总和”这一本质特征,共同构成文化产业发展表现出来的基本规律。中国文化产业的演化、创新与发展必须对以下问题予以高度重视并展开分析研究:(1)对“文化产业本质”认识上的偏差是导致和造成在文化产业实践上出现偏差的重要原因,必须建立对文化产业科学的认知维度,指导中国文化产业科学发展。(2)“能力不足”是最大的中国文化产业问题,也是最突出的国家文化安全问题,能力不足的核心是创新能力不足,必须使创新真正成为中国文化产业发展的灵魂。(3)文化产业政策缺乏清晰的价值导向和道德标准,文化产业政策践行中的实用主义原则,已经成为中国文化产业承担更大的全球文化责任的主要障碍。(4)“中等收入陷阱”不只是一个经济发展问题,也是一个严峻的文化产业发展问题;“修昔底德陷阱”对于中国文化产业参与全球竞争也同样如此。(5)大国权力向中国转移正日益成为国际社会共识,但这种大国“权力转移”尚未在文化领域表现出明显的战略迹象。如何使中国文化产业的发展与“权力转移”的中国进程相适应,已经成为在思考中国文化产业发展战略和创新战略时不得不面临的突出问题。

〔关键词〕 文化产业本质;文化产业演化;文化产业创新

什么是文化产业？我们的时代为什么需要文化产业？需要什么样的文化产业？文化产业对于我们今天的价值何在，是什么？

文化产业在中国的迅速发展，在改变了中国文化的发展形态和增长方式的同时，这一系列重大理论问题和政策问题，依然严肃地摆在我们面前。文化产业是什么，或者说什么是文化产业？当前中国文化产业发展的基本矛盾和主要矛盾是什么？文化产业在当前中国发展中究竟发挥什么样的作用？这种作用与文化建设、社会发展和国家战略力量的培育究竟是一种什么样的关系？什么才是文化产业发展的本位（文化产业发展本位论）？提升国家文化软实力，怎样提升？是否得到提升的标准是什么？如何正确处理这种提升的需求规律与市场配置资源的关系？怎样制定风险评估的尺度和标准？文化产业发展中出现的一系列问题，不断引起人们的关切、质疑和忧虑，成为困扰当前中国社会的重要问题之一。所有这些问题不仅一般地涉及关于文化产业的定义，关于文化产业的认知，而且更为重要的是直接关系中国文化产业政策的制定和国家文化发展战略的制定。因而，文化产业同时又是一个重要的文化建设的实践问题。尤其是中国文化产业正在逐步展开它的无限的丰富性的时候，它的矛盾性也进一步展现出来，并由此而提出了一系列新问题，从而使中国文化产业的发展遭遇新的体制性障碍和结构性矛盾。

“中等收入陷阱”和“修昔底德陷阱”在给中国带来新的发展挑战难题的同时，也深刻地影响着中国文化产业发展的未来走向，从而使得中国文化发展战略和中国文化产业发展战略在提升国家文化软实力和建设社会主义文化强国中的作用，又进入了一个新的再定位阶段。这就使得关于文化产业性质的讨论在中国文化产业经历了十年的快速发展之后，具有特别重要的实践意义；这就使得关于文化产业演化规律和创新规律的探讨具有重要的原理性基础建设意义：中国文化产业是否也同样遭遇“中等收入陷阱”和“修昔底德陷阱”？迄今为止关于文化产业理论、政策与战略的研究，似乎尚未引起学界的高度重视。也许正是因为这个缘故，所以，至少是在中国的学术界和业界，甚至于文化政策界，文化产业成为一个盲区。这带来了一个后果，就是在关于文化产业外延不断地扩张过程中，尤其是在文化产业科技化、资本化和文化产业旅游化的进程中，文化的本质似乎被人们遗忘了，似乎也没有人关注，或者说一些人对此问题根本就不屑一顾。这使得文化的本质与中国文化产业发展路径不断地被消融于科学技术和经济指标的形式之中。为了GDP而忘记了价值，为了科学而遮蔽了文化，构成了当下中国文化产业发展的现实场

景。本文就此展开论述,并试图从演化理论和研究路径的回答上提出问题,重建文化产业的认知维度。

一、文化产业是文化产品生产与服务的社会文化系统

首先,文化产业是由文化产品与文化产品的生产来定义的。没有文化产品和文化产品的生产,也就没有文化产业。这是我们讨论文化产业本质的前提。

一个产业的本质属性是由该产业的核心产品的生产、分配与交换所决定的。在所有的产业形态中,文化产业与农业有着高度的相似性。两者的核心特点都以生产人类社会的必需品定义自己。所谓必需品是有了它不一定行,但是,没有它一定不行。比如有了粮食人不一定不死,但是没有粮食人一定饿死。农业以五谷杂粮为主的粮食产品生产、分配和交换为核心,而“农具”则是用来耕作的辅助性劳动手段。毫无疑问,农具是提高农业生产力的重要形态。农具的使用可以提高农产品的产量,但是,农产品的质量还是要通过对农产品的创造性培养来实现。袁隆平的杂交水稻就是一例。人们为什么对转基因农产品有恐惧感,是因为转基因农产品的使用可能导致和造成对人类种族繁衍的危害与伤害,尽管一部分科学家再三声明说转基因农产品是安全的,还是依然无法消除人们对其“粮食安全”的担忧。

文化产品是人类社会生产的第二种生活必需品:定义人之所以为人的唯一标识物。有了它,人不一定能获得全面发展,但是没有它人一定不能获得全面发展。人与人、族群与族群、社会与社会乃至文明与文明之间都是由文化产品的生产、分配和交换来定义和建构的。没有文化产品这一人类社会生存与发展的必需品,人类社会与人类文明就无法进化,也就无法发展。这是人类从灵长类动物种群中发展成完全独立的种群的关键。正是这一关键在整个地球生态系统中缔造了人类社会这一生态系统——文明。广义的文化产品包括人类社会所有的人的劳动产品,但是,当精神生产与物质生产逐渐分离发展出一个独立的生态运行系统的时候,文化产品主要就是指满足人的属人的社会性存在的观念性劳动产品,以满足人的精神心理需求为特征和主要功能。而所有关于它的生产、分配与交换构成了与一般的粮食产品需求既相一致,又特立独行的产业形态,即文化产业。它是以文化产品生产、分配与交换为核心功能

的社会系统,精神心理与表达载体构成其体系。而“文具”——机器与载体——则是用来文化创作的辅助性劳动手段。同理,“文具”是提高文化生产力的重要形态。正是因为工业革命和互联网革命所提供的“机器”和“网络”这一“文具”形态,这才极大地提高了人类社会的文化生产力和文化生产率。但是,文化产品的质量还是由文化产品所提供的创造性与创新性程度决定的。这就是电视机和思想的本质区别。而恰恰是后者规定和决定了文化产业的本质和本质属性。“文具”的先进性和现代化程度并不能决定文化产品的创造性。

其次,文化产业是文化产品的社会生产系统,是社会发展最重要的动力机制之一,是社会发展最重要的动力源。文化产品是人类为解决共同的生活问题而创造的一种交往手段,一种意义表达与沟通形式,以便于传播与记忆,进而传递,保障共同生活的有序、连贯和可持续,因而又是人类共同生活的一种空间形式:文化地生活着。这种空间形式是精神的,与物质生活空间相对应。在这个空间形式里,人们得以诗意地栖居。人类共同生活发展的需要不断创造出形态和形式无限丰富多样的文化产品,以展示和展现人们共同生活的丰富多样性与复杂性。因此,文化产品也就自然地成为人类一切生活的阐释与演绎。一部人类文化产品发展史就是一部人类社会的生成、演化、阐释与演绎史。人类社会的各种形态在这个空间里得以展示和展现,并且把在现实的物质空间中不能展现和表达的东西,在文化产品中展现和表达出来,从而建构一个与人们的物质生产不一样的精神生产世界,甚至是一个与物质世界相对抗的精神世界。于是,在物质的现实空间生活中有多少内容,在文化产品中也就有多少内容;甚至在现实的物质生活世界中没有的内容,在文化产品中也有深刻而丰富的表现。离开文化产品这样一个人类社会的精神性存在,便没有人类社会的存在。某种意义上说,人类社会是存在于人类所创造的文化产品的世界之中的,即所谓另一种意义上的“想象的共同体”^①,通过今天仍还存在的史前人类所创造的文化产品我们才能证明人类从万年前至今的存在史。文化产业是文化产品的生命之树,文化产品是文化产业生命得以存在的循环系统,这是一个不断生长的、具有内生动力的循环系统,离开了这一动力循环系统,文化产业生命之树也就死了,因而文化产品是文化产业生命存在的全部依据。

^① 原意为美国学者本尼迪克特·安德森在《想象的共同体——民族主义的起源与散布》(上海人民出版社2005年版)一书中用以论述民族而提出来的理论。

选择什么样的文化产品,实际上涉及向消费者传播什么样的价值观和思想,以及生活态度、生存方式等问题。这些问题,无论是主观有意,还是主观无意,都客观存在,影响在一定生活条件下的人们的思想,每个消费者的思想。这种影响是潜移默化的、长期的,最终会发生爆发式的转变,产生和出现一个文化大爆炸时代。文艺复兴、启蒙运动和五四运动莫不如此。一部《共产党宣言》改变了一部现代世界史的进程,也改变了一代中国先进的知识分子,进而在中国掀起了一场伟大的史无前例的共产主义运动,在改变了中国面貌的同时,也改变了世界的文化面貌。文化产业便是这样一种生活的社会生产系统,通过文化产品和服务给人类社会提供有效帮助、提高工作效率和价值实现的精神供给系统,一个能满足人类社会各种需要的精神生态系统和生产机制。文化产业是人类解决精神与物质交往问题的一种意义生产工具,文化产品就是人类共同生活的空间形式,精神与心灵居住的地方。一开始是为自己的,后来便发展成为在为自己的同时也为他人,从而建立起一种彼此交流、沟通、了解与对话的载体。文化产品内容的千差万别是因为人的精神与心灵居住方式的千差万别,但也正因为是人的精神与心灵居住的地方,因此,不同的文化产品可以为人的心灵带来共同慰藉,也正因此,不同的人之间可以通过文化产品来交流与沟通,彼此了解和认识对方,并且在同一个地球上共生。

文化在一个很长的时间内是有生产而无产业。产业是一种系统性社会生产形态和体系,就文化而言,所谓系统性社会生产形态和体系就是说有关文化产品的生产超越了个人生产的范畴,而成为社会集体性共同行为。这种集体性共同行为意味着关于某种文化产品的生产,不仅有普遍的自我需求,而且有关于该类文化产品生产的某种规范性要求,获得了普遍性认同,包括它的性质、形制、审美、伦理,等。这是一种社会演化最重要的动力机制转化过程:个体向集体转化,单一的力量体系向集合的力量体系转化。社会发展的一切产品的生产只有获得普遍性认同,才有可能在生产方式的选择上表现出群体性选择的生产力特征,并且以这一选择获得彼此的类的认同和交流,进而在这个过程中实现价值交换。社会系统进而社会文化系统的进步就是在这个动力机制的演进过程中实现和完成的。不能实现精神价值交换的产品不是文化产品,关于这一类产品的生产不是文化生产,它的系统性形态当然也就不是文化产业。它是由社会发展到一定阶段内生的一种动力机制。

第三,文化产品是表达自由的实现与方式。文化产品生产是表达自由的实现行为与过程。文化产品的丰富多样性及其生产机制和生产系统,构成文

化产业与表达自由复杂的社会关系。对文化产业的权利是人权的一种,是人通过改变文化产业来改变自身的一种权利。既是一种经济权利,同时也是一种社会文化权利。这是一种以表达自由为核心的文化权利。谁以及哪些人有权赋予文化产业的意義?它们又赋予文化产业什么样的意义?这是文化产业发展中的法律命题。

表达自由与言论自由是人类社会制度的重要文化形态和社会发展机制。但是,世界上从来没有抽象的表达自由和言论自由。一切所谓表达自由和言论自由都是一定社会制度下定义的自由形态,也就是说,都是法律制度下的言论自由与表达自由。只要有家庭和私有制、只要有法律和国家,就没有抽象的表达自由和言论自由。一切的表达自由和言论自由都是具体的,都是家庭、法律和国家制度下的。有责任就没有自由,反抗责任就是反抗自由。当责任成为必须履行的法律义务的时候,不履行法律义务就必然遭受法律惩罚。而惩罚就是对某种自由的剥夺,即没有反抗责任而不履行义务的自由。由于表达自由与言论自由同时又是一个政治法律问题,因此,这就提出了一个文化产业发展中的政治文化传统问题。不同的国家在不同的文明体系下其政治文化传统是不一样的。发达国家、新兴经济体不同国家的形成条件规定和决定了文化产业的生存与发展形态,而文化产业也正是在这个意义上成为这些国家不同社会文化系统的表现方式。

文化产业是社会的表达形式与表达载体。从言语表达、物质载体表达到符号表达、意义表达,文化产品的出现既是表达自由的最高形式,也是它的最低实现与表现。由于所有的文化产品形态都是一定历史条件下社会文化生产力发展水平的结果,因而,也都是—定条件下社会表达自由和言论自由的历史形态,都集中表现和表达了一定历史条件下人们对表达自由、言论自由的认知、理解、接受与表现。毫无疑问,是当时条件下社会制度以及与之相适应的社会文化体制与制度的表现。这是以往一切历史物品对于今天的价值与意义。离开一定的社会历史条件、社会文化生产力发展水平以及社会整体性进步与发展提出的文化发展的要求,抽象地谈论表达自由与言论自由是没有意义的。从这个意义上说,一切文化产业的产业形态和文化生产力形态也都是文化的社会体制形态。以手工业为主要生产方式的传统文化生产力形态和传统文化产品体系,就是它的文化社会体制和社会文化系统的一种非物质存在方式和依据;而以大规模机器复制为主要生产方式的现代文化生产力与现代表文化产品体系,则是资本主义工业社会文化生产体制的表现,是资本主义社会

文化系统的折射。文化产业发展与言论自由和表达自由的实现程度与实现方式就存在于这种具体的历史形态之中和产生于这种具体的历史形态之中。历史的文化产业是如此,今天的文化产业同样也是如此。从这样的角度看问题,我们就可以对今天中国的文化产业发展与社会文化制度之间的关系有一个历史的维度,从而有助于我们克服和消除在文化产业发展与表达自由的关系问题上超历史主义、脱离历史实际的局限性,而更好地在历史发展的进程中,在大力发展文化产业的同时,发展我们的表达自由、实现我们的表达自由和维护我们在法律下的表达自由。

二、文化产业是社会发展的文化生产力形态

文化产业是文化生产发展到原有的文化生产力和文化生产形态不足以满足文化的发展而生成的文化生产力形态和文化的社会体制形态。

首先,文化产业是社会发展的文化生产力形态和文化发展的社会体制形态。文化发展的生产力形态经历了前工业化形态、工业化形态与后工业化形态三个历史阶段。如果我们把这三个形态看作文化生产力发展的三个阶段的话,所谓前工业化形态也就是前文化产业形态。这是一个在相当长的历史阶段人类社会最主要的文化发展形态。在这一阶段,文化生产力是与整个人类社会进步的生产力相适应的,那就是以农耕文明为基础、以手工业为主要生产手段的传统文化生产力形态。这种文化生产力不仅一般地形成了与之相适应的文化生产关系,以及建立在其上的文化制度系统,而且 also 与社会发展对文化的基本动力需求相一致。但是随着工业革命的发生、社会生产力形态的巨变以及由此而产生的社会发展对于文化的基本动力需求的革命性变化,原有的文化生产力形态和手段已经无法满足和适应这种新的文化需求的时候,变革文化生产力形态以适应变化的文化发展需求便成为不可抗拒的历史规律。无论是古登堡现代印刷技术革命的发生,还是电影工业的出现,以及今天正在深刻地影响着人类社会进步与发展的信息技术和互联网,无不印证了这一文化发展的基本规律。因此,我们说,文化产业并不是外在于文化发展的某种异己力量的产物,而是文化自身发展到需要进行革命性变革来实现自己更高阶段的发展的表现形态,是文化发展规律的必然的历史形态和历史阶段。由于文化的生产力形态直接关系一定社会形态的界定,以手工业为主要生产手段的文化生产力形态是与农耕社会体制或者说乡村社会体制相一致的,那么,以工

业文明为基础,以大规模机器复制为主要生产手段的现代文化生产力形态也就与工业社会体制或者说与社会体制在内在结构上相一致。正是在这个意义上,我们把文化产业看作现代工业文明的产物,看作现代人类社会文明进步的一个标志。因为,生产力的发展程度作为一种革命性的力量在任何情况下都是用来衡量一个社会进步和文明程度的历史性尺度。当中国的发展登上 21 世纪的历史阶梯的时候,提出要发展文化产业,并且把文化产业发展列为国家战略和国家发展规划,这就标志着中国的文化生产力的发展和社会体制的发展进入了一个以现代化为主导的历史发展新阶段,并且使之与中国长达数千年的农业社会和农耕文明的文化生产力形态相区别,从而成为中国文化进步与发展的一个现代标志。

文化产业作为社会发展的文化生产力形态主要表现在两个方面:改变经济增长与经济发展的动力结构与动力形态;为社会生产力的解放和创造性提供动力源。这种动力源就是由文化产业的产品生产系统所供给的精神思想,以及由这种精神思想推动的社会变革。中国是印刷术发明的母体,但是并未引发如欧洲那样的宗教改革。手工生产率的低下,导致印刷品的传播速度和扩散速度缓慢,从而不可能催生大规模的社会思想革命。这是印刷术虽为中国所发明,却未能引发中国社会革命与变革的重要原因。欧洲资产阶级的宗教改革与古登堡印刷机的发明直接相关。在这里,印刷生产力以及由此而生成的出版业与思想革命爆发之间构成正相关关系。思想生产的能力越大,传播、扩散速度越快,社会变革与革命越容易发生,越有助于新兴的社会生产力登上历史的舞台。《新青年》为什么率先在上海创办、中国共产党为什么选择在上海成立?现代出版业为什么会在上海率先诞生?这与近代工业在上海的发生所创造和提供的现代生产力相关。大规模机器印刷需要大规模能源动力的支持。上海近代能源工业的发展规模为这种大规模机器生产提供了发展的动力与可能,电影业、唱片业等文化产业在中国的早期发展速度和规模与此存在正相关关系。这就使得以上海为基地的中国文化产业发展走在了亚洲的前面,上海的社会变革与创新走在了中国的前面。

农业、工业不同生产力文化形态的构成成分,影响和决定了一国在今天影响力的构成。今天的中国依然是一个农业社会,小农经济思想及其文化依然根深蒂固,并且给中国的现代化进程以很大的影响。传统文化的影响力既是中国社会与文化可持续发展的动力,同时也是中国社会与文化现代化发展的阻力,具有很强的历史惰性。这种惰性是文明型惰性,要经过一个长时段的现

代文明的演化与改造才会消失。这是今天中国社会发展中的生产力文明与精神价值观文明的重叠与冲突。文化产业发展中暴露出来的问题是这种重叠与冲突的集中表现。一方面我们要发展文化生产力,另一方面我们在很多的时候又是用一种“跑马圈地”的落后方式来发展文化生产力。这就构成了发展文化生产力与发展文化生产力的方式不相适应之间的矛盾。正是这种矛盾与冲突一方面构成了中国文化产业发展的张力和狂野之气,同时另一方面也就不可避免地构成对文化生产力发展内生需求的破坏。文化与科技相结合的重要战略价值就是要从根本上重塑和重建文化生产力形态,并且在这个基础上推进新兴和新型文化产业业态和形态的出现。

其次,科学技术是社会发展最重要的社会生产力形态之一,也是文化产业发展最重要的文化生产力形态。一部文化产业发展史某种程度上就是科学技术发展史的文化表现形态。印刷术产生了以印刷品为代表的出版物和出版产业,机器的发明和能源动力系统的应用以及化学工业的出现,催生了“电”和“影”的结合——“电影”这一与文字符号系统为主要表达方式截然不同的意义生产系统和表达系统,并最终形成了电影产业,无线电技术的发明催生了广播电视产品和广播电视业,而互联网和数字技术的发明则建构了一个与传统文化产业完全不同的产品形态与文化产业形态——网络文化产业。在欧洲,正是印刷术的“古登堡机器革命”,才使得印刷品大规模出版,印刷出版产业兴起,成为宗教改革的直接动力,并最终帮助资产阶级登上历史舞台,实现了人类社会发展史上一次空前的社会革命。离开了印刷术传入欧洲和印刷出版产业在欧洲的兴起,人类社会发展史的资本主义社会是不可能到来的。正是由于文化产业在社会生产力构成中不可替代的革命性意义,不断地把科学技术成果积极地应用于文化产品形态的创造性生产,从而通过全新的文化产品形态和文化产业形态来促进和推进社会生产力的进步与发展,也就成为人类社会后来发展的自觉行为。

科学技术是社会分工最重要的动因之一,同时也是社会文化生产分工的直接制造者。传统、现代、新兴三种文化产业形态既互相影响,又互相区别,是一个完整的社会文化生态系统。现代从传统中生长出来,又不断地与传统一起催生新兴的产业形态。创意产业中有相当大的一部分就是传统文化产业与现代文化产业互相催生的产物。它们相互之间构成了一个张力系统,既互相竞争与排斥,又互相补充与接受。各以对方来丰富自己,强化和突出自己的存在。在这里内在的现代性指向性具有特别重要的意义。数字技术与互联网的