

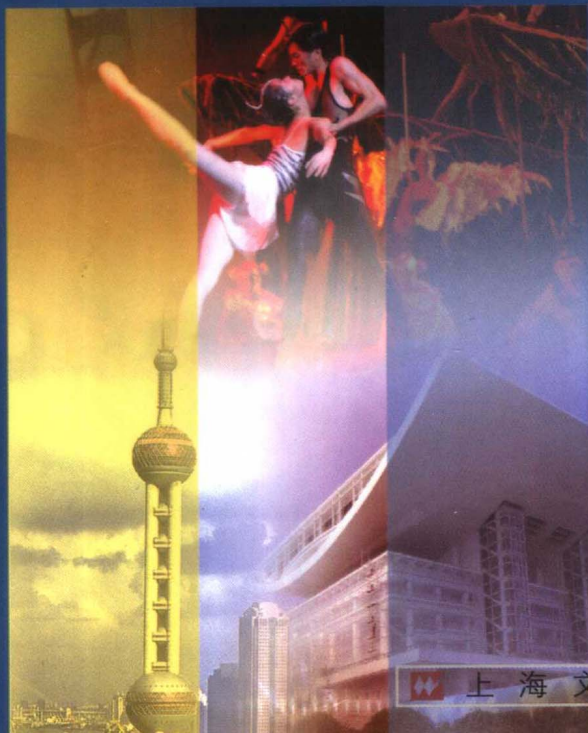
面向21世纪
文化管理系列教材

主编 胡惠林

文化产业学

现代文化产业理论与政策

胡惠林著



上海文艺出版社

面向21世纪

文化管理系列教材

主编 胡惠林

文化产业学

现代文化产业理论与政策

胡惠林 著



上海文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化产业学:现代文化产业理论与政策/胡惠林著. - 上海:
上海文艺出版社, 2006. 4

(面向 21 世纪文化管理系列教材)

ISBN 7-5321-2971-3

I. 文… II. 胡… III. ①文化-产业-理论-中国②文化-
产业-政策-中国 IV. G12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 006484 号

责任编辑: 赵南荣

封面设计: 王志伟

文化产业学

——现代文化产业理论与政策

胡惠林 著

上海文艺出版社出版、发行

地址: 上海绍兴路 74 号

电子信箱: cslem@publiel. sta. net. cn

网址: www. slcm. com

新华书店 经销 上海市印刷十厂印刷

开本 890 × 1240 1/32 印张 11. 125 插页 2 字数 292,000

2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月第 1 次印刷

印数: 1—5,100 册

ISBN 7-5321-2971-3/G·84 定价: 22.00 元

告读者 如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系

T: 021-59671164

前 言

胡惠林

《面向 21 世纪文化管理系列教材》是为适应我国文化事业和文化产业的迅速发展对该领域高级经营管理专门人才培养的迫切需要编写的,也是我国高校编写的第一种关于文化管理的系列教材。

随着中国加入世界贸易组织(WTO)和进一步融入现代世界体系,在更深入地参与经济全球化的同时,也受到来自全球化的巨大挑战。国际服务贸易领域市场准入原则在中国的实行,以及进一步扩大对外开放,使得中国的文化产业和文化市场面临着来自世界文化市场竞争空前巨大的压力。国内文化市场历史性地成为国际文化市场。它不仅意味着中国在文化领域里的“游戏规则”将发生许多重大变化,而且同时也要求在这一领域里的经营者和管理者的知识结构和队伍结构进行战略性调整和重组。由于长期以来我国严重忽视了对文化经济、文化产业和文化市场高级专门人才的培养,从而使“入世”后在这方面的压力变得比其他任何领域里的压力都要大。因此,大规模地培养这方面的高级专门人才也就历史性地提到了“入世”后的中国文化发展和文化管理者的面前。然而,迄今为止,能满足这种迫切需求的专门性教材还相当缺乏,原有的高校文科教材已不能适应这种需要,中国文化产业和文化市场的迅速发展所形成的对文化经营管理高级专门人才培养的需求,呼唤着这样的系列教材早日问世。《面向 21 世纪文化管理系列教材》就是在这样的背景下组织编写的。

文化艺术管理是一门跨学科、宽领域的新兴交叉学科,也是一门新的文科专业。上海交通大学是经原国家教委批准于1993年率先在国内创办这一专业的高校。在课程设置和学科体系国内尚无先例可资借鉴和参考的情况下,上海交大从建设有中国特色的社会主义文化的实际需要出发,借鉴西方发达国家同类专业课程设置和学科体系的文明成果,探索性地建立了以文化经济学、文化市场营销学、文化管理学、文化行政学、文化政策学等为主干和特色的课程体系,并为国内多所高校同类专业所采用。《面向21世纪文化管理系列教材》就是以这个基础构架为基础,吸收了国内有关高校的课程设置的新鲜内容,根据发展的实际需要进行设计的。

这套教材的撰写工作得到了文化部、中国社会科学院、上海社会科学院、中共浙江省委党校、上海交通大学等有关单位的领导和专家的支持。文化部文化市场司司长刘玉珠、中国社会科学院文化研究中心副秘书长张晓明、章建刚研究员、上海社会科学院文化研究中心花建研究员、中共浙江省委党校文史部陈立旭教授、上海交通大学人文学院院长胡近教授、上海交通大学人文学院文化管理系黄飏副教授、李康化博士等,参加了这套教材的研究和撰写。

上海交通大学将这套系列教材的研究和建设,列入了校“985”重点建设项目。

在这套教材中有的国家“九五”社科基金规则项目成果(刘玉珠、柳士发《文化市场学》),有的是全国艺术科学“十五”规划项目成果(胡惠林《现代文化产业理论与政策》),有的是作者多年潜心研究的成果,也有的是在讲义的基础上整理而成的,因此,在体例和风格上也就呈现出多样性,这也许是由这样一个尚未充分展开和发育成熟的研究对象所决定的。同时,也正因为如此,要出色地完成这一项具有创新意义的工作,就必然有一个不断完善、充实和提高的过程。我们不揣浅陋把眼前这套书奉献给社会,就是希望能得到广大读者和专家学者的批评,尤其是希望能听到来自文化艺术经营和管理领域领导和专家批评的声音,从而使这套教材在社会各方的共同努力

下,能够真正形成一个较为科学的、真正能够面向 21 世纪和服务于 21 世纪的文化管理教材。

谨向所有给予这套教材出版以关心、支持和帮助的领导、同行和朋友致以深深的谢意和崇高的敬意。

目录

前言 胡惠林

导论 作为科学的文化产业学的理论建构

- 一 中国文化产业研究兴起的背景 1
- 二 文化产业概念的学理品格和学科基础 6
- 三 文化产业学的研究对象与学科属性 8
- 四 文化产业学的理论系统架构与研究方法 11
- 五 中国文化产业理论建设的学术创新品格 15

上 编

第一章 文化产业理论的形成与发展

- 第一节 文化产业研究探源 19
 - 一 文化产业的物质基础与技术因素 20
 - 二 文化产业与大众文化 22
- 第二节 法兰克福学派的“文化工业”理论 23
 - 一 “文化工业”概念的源起 23
 - 二 “文化工业”理论的内涵 24
- 第三节 西方文化产业理论的发展 28
 - 一 基础理论 29
 - 二 应用理论 31

第二章 中国文化产业研究的历程

- 第一节 中国文化产业研究的发生 34
 - 一 从文化全球化的角度看中国文化产业研究的意义 34
 - 二 中国文化产业实践的兴起 37
 - 三 中国文化产业发展和研究的政策性支持 39

目录

第二节	中国文化产业理论研究发展阶段	44
一	中国文化产业基础理论研究:从表象到实质	44
二	中国文化产业应用理论研究:从启蒙到理性	50
第三节	关于文化产业定义、范畴与特征的界定与探讨	53
第四节	中国文化产业实践提出的一系列重大理论命题	59
一	中国产业政策	59
二	文化产业发展战略	62
三	WTO 与中国文化产业关系	66
四	文化体制改革与文化产业的发展	70
五	文化产业行业研究	73
六	区域文化产业研究	76
第三章	文化产业与现代社会运动	
第一节	文化产业与现代社会构成的文明方式	81
一	文明方式构成的历史性尺度	82
二	文化产业对于现代文明社会建构的意义	83
三	现代文明传播的科学媒介	85
第二节	文化产业与现代社会文化关系	87
一	作为社会结构的文化结构:文化社会关系	87
二	作为经济结构的文化结构:文化经济关系	89
三	作为政治结构的文化结构:文化权利关系	91
四	作为文化结构的文化产业结构:文化关系	92
第三节	文化产业与现代社会发展道路	95
一	文化发展与社会发展	95
二	文化发展模式与社会发展模式建构	99
三	文化产业发展与国家发展道路选择	100

目录

第四章	文化产业与意识形态	
第一节	文化产业的属性与运动规律	103
一	文化产业的多重属性与相互关系	103
二	文化产业发展规律的多样性与复杂性	111
第二节	文化产业与意识形态建设	115
一	意识形态作为存在和科学的对象	116
二	意识形态作为权力形态理论的变迁	119
三	要把文化产业作为意识形态建设抓	129
第三节	市场经济与先进文化的实现方式	132
一	先进文化是一个历史范畴和概念	132
二	先进文化与市场经济之间的同构关系	134
三	人类文明前进方向与中国先进文化的前进方向	136
第五章	文化产业发展与国家文化安全	
第一节	全球化与国家文化安全问题的增生	138
一	全球化是一种改变世界的力量	139
二	全球化是现代国家关系中新的国家安全机制	141
三	国家文化安全取决于全球化进程中文化力量关系的对比	144
第二节	当今世界的软力量竞争与国家文化安全主题	145
一	国力理论的演变与全球化时代的新国力观	145
二	软力量的提出与世界竞争战略形态及安全重点的转移	148
第三节	文化产业具有特殊的国家文化安全意义	152
一	国家文化安全的内涵与外延	152
二	文化产业发展的文化安全意义	153
三	在融入现代世界体系中实现国家文化安全	155
第六章	中国入世与文化产业发展	

目录

第一节	中国入世与文化产业发展的冲突和整合	157
一	WTO 作为国际文化政策文本分析	157
二	WTO 与我国国家文化安全观和规制冲突分析	159
三	入世与中国国家文化安全战略变化	161
第二节	中国入世与文化产业创新体系建设	163
一	制定积极的文化产业政策	163
二	构筑“国、民文化经济利益共同体”	164
三	建立平等、公正的市场竞争机制	166
四	大力发展国际文化贸易	167
五	加强国家文化安全立法建设	168
六	进一步改善我国文化产业与文化管理整体创新的政策环境	168
第三节	中国入世与文化产业国际化道路	169
一	“走出去”是中国文化产业发展必然之路	170
二	树立国际文化贸易观念	171
三	创建新的国家文化外贸制度	173

下 编

第七章	文化产业结构与文化产业组织	
第一节	文化产业结构与创新	179
一	产业结构与文化产业结构	180
二	文化产业结构的变动与增长效应	187
三	文化产业价值链与授权产业	191
第二节	文化产业组织及其运动	195
一	文化市场结构与市场形态	196
二	文化企业行为与市场绩效	206
三	文化产业组织的运动与发展趋势	212

目录

第三节	文化产业结构与文化产业组织互动	214
一	文化产业结构与文化产业组织的一般关系	215
二	文化产业结构变动中的部门文化产业差别	216
三	中国文化产业结构的调整与制度创新	220
四	中国文化产业组织与文化产业结构的互动	225
第八章	文化产业运行机制	
第一节	文化产业运行的市场机制	233
一	文化市场主体与市场经济结构	233
二	文化市场规则与机制	235
三	文化市场体系	237
第二节	政府宏观调控机制	241
一	“市场失灵”与宏观调控	241
二	市场经济体制下的政府作用	243
三	宏观调控的目的、原则与手段	245
第三节	现代企业制度与文化产业运行机制	247
一	中国文化企业制度分析	248
二	现代企业制度与文化产业运营机制创新	249
三	国有文化资产管理与中国文化产业现代企业制度的建立	256
第九章	文化产业战略与布局	
第一节	文化产业战略与国家战略	259
一	和平崛起与当代中国文化战略理念	260
二	战略机遇期与中国国家文化安全战略需求的调整	262
三	中国和平崛起的文化使命与国家文化战略目标	264
四	文化大国战略是中国文化产业发展的根本战略	265
第二节	文化产业空间布局及其不平衡规律	269

目录

一	文化产业布局与区域文化经济	270
二	文化产业布局的规律和任务	275
三	文化产业布局的非均衡规律克服与区域文化产业规划选择	279
第三节	文化产业规划的基本原则与战略选择	282
一	文化产业规划选择的制约因素	282
二	文化产业战略规划的原则与区域文化产业布局战略选择	287
三	文化产业集群与区域文化产业发展	298
第十章	文化产业政策	
第一节	文化产业政策的性质、特征与作用	301
一	文化政策与文化产业政策	301
二	文化产业政策的特征与作用	303
第二节	文化产业政策的结构与内容	310
一	文化产业政策的结构	310
二	文化产业政策的内容	312
第三节	经济全球化背景下中国文化产业发展政策选择	324
一	全球化背景下的国家文化安全政策建设问题	324
二	确立以国家利益为最高利益的文化发展观	326
三	建立积极的国家文化安全预警系统	329
四	以公共的力量构筑国家文化安全体系	333
五	加快国家文化外贸体制改革	337
六	全面推进国家文化创新能力建设	339
	后 记	342

导论：作为科学的文化产业学的理论建构

中国文化产业及其理论和政策建设,是在文化体制改革不断深化和社会主义市场经济改革目标的确切而被提出来的。改革开放,不仅带来了中国政治、经济的巨大变动,也带来了文化形态和文化建设的巨大变动。中国文化建设开始由过去单一的福利性的“文化事业”,向市场型的“文化产业”和公共性的“文化事业”共同发展,用文化产业来推动文化事业发展的方向转变。文化产业在整个国家文化建设中的地位和作用,随着文化市场的全面拓展和开放,知识经济价值的被发现,而凸现成为当今中国建设的两大主题之一。由此而提出来的关于文化产业高级专门人才的培养,文化产业学科建设,也成为我国高等院校建设和发展的重要内容之一。作为科学的文化产业学的理论建构,正是在这样的学术背景下成为我们重要的思考对象。

一、中国文化产业研究兴起的背景

1. 20世纪80年代后中国建设的形态性变化

新中国成立以后,因循苏联的社会主义模式,全面建立计划经济体制,同时也建立了与之相适应的文化体制。所有文化商品的生产、消费和流通都纳入了计划经济的统一模式之中,即国家生产什么,社

会就消费什么和流通什么。文化生产主要是根据政治任务的需要来安排,市场主体和消费主体并没有自主的文化选择权。客观上存在着的文化市场,由于被纳入一种静止的计划状态,无法在文化资源配置中发挥基础性作用。由于一切都是按计划进行的,因而也就不存在市场竞争。统购统销的供给型、福利型文化管理模式,使国家成为文化商品生产唯一的投资方、唯一的受益方,同时也是唯一的风险承担方。一切关于文化的生产、流通和消费,都是在文化事业的政策范围内被社会认知和运作,政府及其文化行政部门成为国家办文化的惟一主体。文化产业在一个很长的时期里,一直没有在我国国民经济和社会发展整体规划和管理中获得理论、政策和实践的存在形态和合法性身份。

进入 20 世纪 80 年代后,全面推进的改革开放带来了文化形态的巨大变动:音乐茶座和营业性舞厅的兴起,使得文化娱乐业在中国重现;演员“走穴”使少数文艺人先富起来,推动了院团体制的改革;图书零售业的放开,使得国有新华书店一统天下的局面不复存在;文化搭台经济唱戏,国家不再包揽文化建设的一切事务。文化发展的理性回归,一方面使得文化建设陷入了前所未有的困顿和迷乱:中国文化向何处去?一方面又使得文化建设获得了前所未有的活力和新的生长形态。文化娱乐业不仅丰富了人民群众的文化生活,满足了人们精神消费的需求,而且还改善了一方的投资环境,为地方经济发展提供了新的就业机会。税源丰富和税种的增加,使得人们第一次看到了文化巨大的经济能量。音像业的异军突起不仅带来了全新的文化消费方式和文化消费理念,而且还给经济结构的调整和重组提供了新的题材。电视业所创造的巨大利润给电影业带来的巨大冲击。文化产品形态的变化,标志着市场主体的变化和文化消费形态的变化,所有这些变化所孕育的是整个中国文化建设形态性变化。自主选择,市场导向,消费需求和利润目标,成为市场主体的动力机制,文化市场在文化资源配置中的基础性作用,已经成为中国文化和发展的全新的运动形态和存在方式。用文化产业的发展来推动

文化事业的发展,日益成为中国社会主义文化建设的重要动力。社会力量的参与和介入,改变了政府办文化的格局,使得当代中国的文化生产力和生产关系发生了重大的形态转型。2000年10月,中共中央十五届五中全会通过的《中共中央关于“十五”计划的建议》第一次明确使用了“文化产业”的概念,提出要“推动有关文化产业的发展”;2001年3月,这一建议被正式写进九届全国人大四次会议通过的国民经济和社会发展的“十五”规划纲要,从而使得文化产业作为中国当代文化建设的重要形态,获得了合法性身份。

然而,文化产业的理论研究和政策研究的长期缺席,使之严重地滞后于中国文化产业发展的实际。文化产业的迅速扩容、延伸及其对国民经济、社会发展和人们的精神生活所带来巨大影响的同时,迫切希望得到关于它的理论指导,而国家关于文化产业政策的科学制定更需要理论成果的学术支持。尤其是在中国文化建设步入21世纪,文化产业在中国经济结构的战略性调整中扮演着越来越重要的角色的时候,文化产业形态丰富性的成熟展开,从而使得对它的理论研究和理论建设重要性的认识进入了一个新阶段。

2. 冷战后国际文化关系的变动与世界文化力量格局的重组

冷战结束后,全球力量对比的格局发生了根本性的变化。苏联和东欧社会主义阵营的解体,使得西方世界尤其是美国一夜之间失去了对手,瞬间的突变导致了瞬间的政策无能。这种无能以及由这种无能所导致的历史重心的位移,都可能使历史的前行改变它的方向。对象存在性的丧失,意味着为对象而存在的对象战略变得毫无意义。长久以来,冷战赖以建立的关于意识形态之争变得不重要了,为这一主题服务的整个国家文化机器,它的资源配置和制度安排必须寻找新的出路,服务于新的战略需要,并以此来构筑新的战略优势。以冷战为主题而形成的世界文化秩序应当在新的国际文化关系格局的巨大变动中实现重建。在福山宣告“历史终结”后,亨廷顿站在“防卫中的美国国家安全利益”的立场上提出“文明冲突”的理论,揭示了这种重建的历史趋势,并勾勒了它的未来世界文化图景和理

论模型。

世界文化的未来走向是否如亨廷顿所描绘的那样进入“文明冲突”的时代并不重要,但美国政府确实调整了它的全球文化战略“大棋局”和政策取向。在乌拉圭回合谈判中,美国坚持要把文化产品列入服务贸易自由化范畴;在对华经贸合作中和在与中国入世谈判中,美国不断实施知识产权战略,强行要求它的视听产品进入中国市场,抬高中国入世门槛。这就使中国文化面临着—个重新认识和判断文化和意识形态在新的国际文化关系中的地位和作用问题。国际文化关系的变动,使得冷战时期建立起来的关于意识形态斗争的理论发生了革命性的变化,以前一直未加充分注意的领域——文化产品及其市场成为新的世界文化秩序重建的关键性因素,而在这一领域,无论是政府部门还是舆论界、知识界,在整个20世纪80年代,在整个观念形态上,对于文化及其产品的社会功能定位并未发生根本的变化,尤其是在理论和实践上都已经在尝试着“文化市场”和“文化商品”的时候,率先出来反对“文化市场”和“文化商品”的并不是政府有关部门的政策考虑,而是知识界的学术性批判。对象的陌生性,导致了理论上的迷茫和政策选择、政策决策上的犹豫不决,“大众文化”和被作为与“精英文化”相对立的概念在否定性的意义上被提了出来。20世纪90年代初,所谓“纯文学”与“俗文学”之争,实质上反映了中国的学术界、尤其是文艺理论界对国际文化关系变动所带来的世界文化秩序重建需求这一全球趋势的隔膜。因此,当人类社会已经走完它20世纪最后一段历程,当大众文化与文化产业运动在世界文化秩序重建中日益发挥着重要作用,国际文化关系格局正沿着文化产业这条中轴线充分展开的时候,如何科学地认识、分析和判断文化、文化产业及其系统运动所构成的力量在世界文化秩序重建中的权重,自然地成为当代中国在处理国际文化关系迫切需要解决的重大课题。建立科学的文化产业理论和政策系统,给予当代中国文化产业中所遭遇到诸多问题、困难和阻力以科学的回答,进而在世界文化秩序重建过程中拥有与之对话的全新的文化形态和文化模

式,这就不只是文化产业理论和政策的科学建构问题,而且具有国家文化战略需求的意义。也许正是在这个意义上,中国政府在分析世界各种思潮相互激荡及其对中国的影响和中国应采取的态度时,明确地把它放到了“关系到把什么样的中国带进 21 世纪”这样前所未有的高度了。

3. 经济全球化给中国文化产业发展的全面挑战和历史要求

经济全球化作为当今世界发展的趋势,不仅深刻地影响着世界各国的经济政策和经济运动,而且还深刻地影响着世界各国的文化政策、文化运动和文化产业发展的走向,影响着国际文化秩序的变动和文化力量格局的重组。由于经济全球化带来了资本的自由流动和信息的自由交流,全球性资源的再分配拉动和刺激了文化商品的全球流动和文化形态的对撞,传统意义上的文化传承在全球化的语境下正越来越失去固定的空间,国家和民族文化边界正在被消解,国家文化主权受到严重威胁和挑战,这就使得全球化最终将不仅是经济战略问题,而且也是文化战略问题,是文化产业发展战略问题。由于全球化过程的经济实质和文化实质是在西方发达资本主义国家集团主导下进行的,因此,面对以美国为代表的西方强势文化利用其资本、技术和市场优势对其他弱势文化的渗透、控制和强行“市场准入”,经济全球化带来的文化产业全球化,中国入世的承诺与文化市场的开放,使得尚不成熟的中国文化市场和弱势的文化产业,一下子暴露在世界文化市场和强势文化产业面前。

落后是要挨打的。在经济全球化已经成为一种世界趋势的情势下,信息技术的飞速发展,从根本上改变了人类社会生产力的构成和创造财富的手段。谁掌握了信息,谁就将拥有整个世界。信息掌握能力的高下,正越来越成为衡量现代国家社会发展水平的重要尺度。由技术力量推动的经济全球化正面临根本性转折,它正在改变世界的政治结构、经济结构和文化结构。试图阻挠技术变革所带来的全球化是不可能的,文化正由技术变革而发生着飞速的变化。全球化