

北京大學
藝術管理與文化產業
博士生論文集
(第一輯)

向
勇◎主編



本书出版得到2010年国家广电总局部级社科基金项目课题资助

【项目名称】

以广播影视为创新引擎的“泛媒介革命”发展道路与战略对策

——中国特色社会主义广播影视产业创新体系研究

常州大学
术管理与文化产业
士生论文集
(第一辑)

向

勇◎主编

常州大学图书馆
藏书章



华文出版社
SINO-CULTURE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

北京大学艺术管理与文化产业博士生论文集 / 向勇 主编.
—— 北京: 华文出版社, 2012.8
ISBN 978-7-5075-3823-6
I. ①北 II. ①向 III. ①文化产业-博士生-文集 IV. ①G114-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第196140号

北京大学艺术管理与文化产业博士生论文集

编 著: 向 勇
责任编辑: 罗 亭
出版发行: 华文出版社
社 址: 北京市西城区广外大街 305 号 8 区 2 号楼
邮政编码: 100055
网 址: <http://www.hwcbs.com.cn>
投稿邮箱: hwcbs@126.com
电 话: 总 编 室 010-58336239 发 行 部 010-58336277 58336270
责任编辑 010-58336195
经 销: 新华书店
印 刷: 北京科彩印业有限公司
开 本: 787×1092 1/16
印 张: 18.25
字 数: 360 千
版 次: 2012 年 8 月第 1 版
印 次: 2012 年 8 月第 1 次印刷
标准书号: ISBN 978-7-5075-3823-6
定 价: 42.00 元

版权所有 侵权必究

本书若有印装质量问题, 请与发行部联系调换

序 言

文化产业发展的时代潮头一浪高过一浪,我们的未来需要不断超越前人的学术新人。

在经济全球化和技术全球化的背景下,世界文化产业的发展呈现出新的趋势。经济与政治、社会与文化的一体化打破了文化产业发展的空间局限,国际间的文化产业竞争也日益激烈。我国在2011年“十二五”规划中确立了文化产业作为国民经济支柱性产业的发展方向,更需要加强文化产业的理论研究和人才培养,这是我国文化产业倍增目标和文化强国目标实现的根本保障。其中,高级理论研究人才和高级管理人才的培养更是至关重要。文化产业在全世界是一个朝阳产业,在中国文化产业的势头也正方兴未艾,而朝阳的躯体更需要青春的血液汇入。因此,我国文化产业学术界,尤其是高等院校,一直都高度重视文化产业的学科建设和高级理论人才的重点培养。

北京大学自2009年招收艺术学专业文化产业方向的博士生以来,就一直致力于推动文化产业领域里年轻学者的高端培养。大家知道,博士生阶段是一名学者专业成长的关键环节,其敏锐的项目选题能力、扎实的科学研究能力、熟练的学术表达能力等这些创新能力,都是在博士学习时期锤炼而成的。然而,博士生创新能力的培养要求立足于开阔的学术环境,要有频繁的学术交流与沟通,要有常设的学术展示平台;博士生创新能力的培养要求理论与实践相结合,要鼓励学生开展探索型、基础性的理论研究和实践探究,要积极完善知识的系统建构,要有以国际视野来审视文化产业当下发展的学术情怀。所有这些,仅靠单一的课堂学习或导师指导是远远不够的,要推动广泛的学术交流,要营造一口新思想不断涌出的泉眼。为此,北京大学定期举办博士生文化沙龙、学术研讨会、实践调查、海外学术考察等学术交流活动,为强化博士生研究方法、知识结构和研究能力的培养提供国际化的交流平台和跨学科的创新条件。

由北京大学研究生院资助,北京大学艺术学院和文化产业研究院分别于2010年和2011年共同主办的“北京大学文化产业国际博士生论坛”便是在这样的背景下产生的,并逐渐发展成一个很好的专门面向青年学者的学术交流平台,对进一步提高北京大学研究生培养质量、推进研究生教育国际化进程起到了一定的作用。博士生论坛以国际前沿问题和理论热点为核心议题,旨在促进海内外博士生间的学术交流及青年学者圈的网络建

立。论坛每年邀请来自英国、美国、澳大利亚、韩国、日本、中国大陆、中国港澳台等不同国家和地区 30 名博士生和青年学者参加。与此同时,论坛还会邀请国内外知名学者担任引言嘉宾或评议嘉宾,对青年学子进行现场学术指导。

每届博士生论坛的议题选择既要考虑到国际的潮流和实践的趋势,又要结合参与者正在从事的博士论文选题或其他项目课题的研究需要。通过挖掘前沿问题中的研究焦点,论坛激发起了不同文化和学术背景中的思想碰撞,拓展了青年学子们学术问题的相互启发、研究方法的相互借用及学术视角的相互印证,并让他们在点评专家的指导下更准确地把握研究的思路与方法。论坛让青年学子们彼此交流博士论文的写作经验,从不同侧面、不同角度对论文的科学思路、研究方法等重要问题进行讨论,使论文研究的方向、设计方案和内容结构更为合理,从而分享了研究心得,建立了学术联系,又进一步提升了博士生的培养质量。

本书收录的正是在这两届博士生论坛上发表的部分精彩论文,总共 24 篇,分为四部分,分别包括数字技术与文化消费、创意管理与文化投资、价值评估与商业运营、集聚效益与园区建设等内容。其中,

第一部分收录的论文,主要从国家、市场和企业等三维度阐述了数字技术的发展为文化产业所带来的变革与挑战。从国家层面来讲,如何利用数字技术合理有效地监管文化内容、以确保国家安全,是在复杂的国际环境中所要面对的严肃思考。对于市场受众而言,数字技术改变了其文化消费的方式与习惯,流行于数字出版领域的浅度阅读使数字出版产业呈现产品类型单一、缺乏把关人效果等特征,需要重建指向精神世界的阅读体验。数字技术改变了传统文化产品的传播方式,特别是在文化遗产的再现方面,受众将得到全新的体验。从企业运营而言,互联网企业在数字化的浪潮中很好地诠释了“机遇”与“挑战”两个词:一方面,作为新领域的开拓者,以网络视频为代表的互联网企业获得了前所未有的发展机遇;另一方面,日益升级的版权纠纷和逐渐加大的版权成本,困扰着诸多网络视频网站,网络自制剧的出现是其探寻新商业模式所迈出的一步,其未来的发展趋势也值得我们期待。

第二部分收录的论文,从经济学、管理学和财政学的角度探讨了文化产业的运营管理与融资模式。在文化产业投融资领域,无形资产本身的特点以及当前无形资产评估方面的诸多问题,直接影响了文化创意企业的投资和融资等商业行为,成为制约文化创意企业发展的瓶颈。在管理层面,文创企业要明确地辨析出其企业是如何创造价值的过程,企业所提供的产品和服务要符合顾客需要的价值理念,文化企业才能为顾客创造价值而获取利润。对于公共文化服务体系而言,利用公共财政资金可以弥补市场失灵,保证财政资金的有效性配置,体现文化产品的公共属性。

第三部分收录的论文,介绍了文化产品如何在艺术与商业之间寻求平衡发展之道。

传统文化究竟该以何种方式得到传承和发扬,同时又能带来利润?台湾霹雳布袋戏的个案以约翰·科特的“企业成功转型8步骤”,为我们展现了传统文化如何通过特色营销的方式获得成功转型的经验。围绕博物馆文化资本开发的讨论也是文化价值与经济价值融合的关系研究。在市场经济下,博物馆需要兼顾文化推广和商业发展的双重价值,要充分把文化馆藏变为经济资本,进行合理有效的开发文创商品,促进博物馆实现良性发展,走出一条可持续性的发展道路。

第四部分收录的论文,主要针对文化产业园区的发展现状及发展模式进行分析、诊断和研究。在中国,文化产业园区作为地方文化产业发展的主要模式,其重要性日益突出。目前,中国文化产业园区的发展存在相关政策法规体系不健全、园区核心竞争力不强、盈利模式较单一等问题。在韩国,文化产业园区兴起于本世纪初,随着文化产业园区的快速发展,其管理及运营模式的问题日益显露,一些产业园区出现“空城”现象。在澳大利亚,创意集聚区已经成为创意产业和城市政策的管理工具,用“场景、空间和群落”的管理框架推动了一种城市治理的新混合模式。这种城市治理融合了自我管理、协同治理机制和商业战略。

这些前行在文化产业学术之路上的青年学子们,以新颖独到的观点、多元灵活的视角向我们充分展现了他们对文化产业的由衷热爱和积极思考。当然,他们还正年轻,论述的文字难免显得稚嫩,研究的方法难免显得生涩。欢迎业内专家学者批评指正,给他们提出宝贵的修改意见,以帮助这些青年学子们在文化产业的学术园地里茁壮成长。

编者

2012年7月15日

目 录

序 言	1
-----------	---

第一部分 数字技术与文化消费

数字化促进文化创意产业发展的思考	2
三维文化话语权的博弈——小议数字时代我国的文化内容监管	7
数字时代中国互联网版权问题初探	17
从传统到现代——数字时代下大遗址影像传播的文化逻辑	30
二重性的数字阅读及其产业影响	40
“网络自制剧”观念与实践探析	52
从 Family Computer 到“红白机”:香港的日本电子游戏在地化	60

第二部分 创意管理与文化投资

创投投资文化创意产业评估模型研究	78
公共财政投入公共文化服务体系的绩效评估探析	96
创意旅游企业营运模式之初探	112
剧院联盟的美国经验与促进我国演出业联盟经营的对策建议	118
成都建设中国文化创意产业标杆城市的可行性分析	132
“国际艺术岛”:海南“国际旅游岛”的路径选择	152

第三部分 价值评估与商业运营

从艺术传播看台湾地区百年本土意象	164
台湾地区霹雳布袋戏之个案分析——由组织变革理论的角度切入	181
声音与影像、情感的互动关系——由动画《幻想曲》谈起	191
文化产业的可持续发展与博物馆文化资本的创新开发	202
中国奢侈品折扣网站兴起的宏观环境动力分析	210

第四部分 集聚效应与园区建设

Scenes, Quarters and Clusters: A Typology for Creative Places	220
浅析我国文化产业园建设中存在的问题及对策	246
韩国文化产业园区的运营模式和特征——以坡州出版文化信息产业园区为例	254
代表地区的节日庆典——国际电影节以釜山国际电影节和上海国际电影节为例 ...	259
鄂豫皖苏区文化教育模式研究(1927—1932)	264
世界格局与中国软实力	277

第一部分

数字技术与文化消费

数字化促进文化创意产业发展的思考

翁春萌(武汉大学)

摘要:数字化是文化创意产业发展的重要推动力量,不仅带动文化创意产业内容的兴起与发展、加速文化创意产业内容的表现方式与形式创新,且促进文化创意产业升级。文化创意产业的数字化,体现了文化、技术和经济相结合的特点,如何更好、更稳妥地促进文化创意产业大发展,值得深入思考。

关键词:数字化 文化创意产业 内容 创新 升级

2010年,胡锦涛总书记强调我国转变发展方式刻不容缓,并指出要从“中国制造”走向“中国创造”。国家“十二五”发展规划中明确提出,要推动文化产业成为国民经济支柱性产业。文化产业中非常重要的部分——文化创意产业,对于建设创新型国家,可谓是战略性工具,面临前所未有的发展机遇。

在进入21世纪信息时代、全球化的今天,数字化已是一股不可逆转的潮流。文化创意产业的数字化,体现了文化、技术和经济相结合的特点,如何更好、更稳妥地促进文化创意产业大发展,值得我们深入思考。

一、数字化促进文化创意产业的内容再生产

文化创意产业是一种基于人的创意的、内生型经济增长模式。作为一个新兴的、且极其注重创新的独立产业,文化创意产业从诞生之初就是一种积极开放的、乐于接受新生事物的业态。所谓数字化是多媒体技术,如数字、文字、图像、语音,包括虚拟现实及可视世界的各种信息和软件技术、智能技术的基础,也是信息社会的技术基础。数字化技术还正在引发一场范围广泛的革命:各种电器设备,信息处理设备都在向数字化方向迈进,如数字电视、数字电影等,现在通信网络也向数字化方向发展,文化创意产业也概莫能外。

(一)数字化是文化创意产业发展的助推器

达芬奇曾说:“艺术借助科技的翅膀才能高飞。”作为当代重要的科技创新之一,数字

化为文化创意产业不断推陈出新提供了有力保证。

1975年,王选首创汉字激光照排技术,实现了印刷业步入“光与电”的变革;90年代后期,数字化印刷技术及计算机直接制版技术的应用实现了按需调整数量和内容排版个性化的需求。新闻出版总署公布的一组数据显示,2009年,出版业总产值突破1万亿元。其中,图书销售增长20%,而数字出版产业同比增长42%,其发展速度远远超过了传统出版业的增长水平。可见现代出版业在激光照排技术、卫星传版技术、计算机新闻采编系统等技术基础上迅速壮大;全新的数字出版印刷繁荣了出版事业,对我国文化创意产业的整体快速发展具有深远影响。

诞生于20世纪80年代的数字电影,是高科技的产物。许多传统电影制作做不到的镜头可以借助电脑完成,并使影片更趋于完美。1993年《侏罗纪公园》首次使用数字电影技术,制造出更加逼真的视觉效果,开创了数字电影时代。1999年,第一部无胶片数字电影《玩具总动员续集》首映,表明数字电影走向电影观众时代已经到来。2009年,《阿凡达》携3D技术带来历史性的突破,给全球观众以巨大震撼,票房价值高达27亿美元,成为一部被载入电影技术发展史的力作。数字电影使得电影信号具备直接的数字传送和放映的可能,原来电影发行中的拷贝复制、储存、运输、回收等巨大的发行费用可以减少高达90%;与此同时,数字画面和用计算机生成的数字电影,拷贝保存难题也迎刃而解;在确保绚丽影像质量的前提下,电影具备了与其他新兴媒体一样的实时互动等长处。可以说,数字电影——以技术上的突破将电影的艺术震撼力和现场感染力推向一个新的高度。新技术在营造空前的视觉体验的同时,也促成整个电影业的发展与升华。

2010年,上海世博会中国国家馆的“清明上河图”、沙特馆如梦如幻的巨幕高清电影——数字媒体技术向世间展示了非凡的魅力。相应的数字媒体产业,也正在世界各地高速成长。“十一五”期间,上海数字媒体产业的年产值从不足500亿元,扩增到当下的700多亿元,平均年增长率超过了25%。企业数量由4000家激增到10000余家,大力发展数字媒体产业正成为上海“调结构、转方式、促发展”的重要战略手段。

还有诸如电视业、网络游戏、动漫制作的数字化,在此就不一一赘述。综上所述,数字化对于20世纪文化创意产业的变迁与飞跃,起到了巨大的作用。

(二) 数字化加速文化创意产业内容的兴起与发展

文化创意产业的本质就是提供内容,作为产业它也必须内容化,要让自己的产品与服务成为内容的载体。文化创意产业提供给消费者的恰恰是内容消费,必须展现自身独特的魅力与风格。换言之,创意解决的是内容表达的方式,文化创意正是通过内容的创造使人在有限的自我时间中拥有更精彩体验。

对于文化创意产业而言,由知识、技术、智力、灵感组合而成的新观念、新思维必须要

载体去传达,这个载体就是相应的产品与服务。而数字化的发展,可以改变产品与服务的功能结构,为消费者提供新的、更高的实用价值;数字化还能将文化创意产业产品对于传统载体的依赖降低到很小的程度,内容的快速翻译和复制、甚至再生产使得效率大大提高的同时,降低消耗。

数字信息技术的应用与普及,带来了文化生产、文化传播和文化创新的重大革命。文化遗产的数字化,在解决文化遗产保护的同时亦可以开展文化再生产;文化旅游的数字化,可以提供不局限于实地旅游的文化体验……

以数字技术、互联网技术、通信技术为主要特征的现代科技,在文化创意产业的领域中,完成了通信、传媒、娱乐等多个领域的跨界与融合,不断催生出新兴文化业态。文化创意产业与互联网融合、对接,衍生出网络游戏、网络出版、网络动漫、网络文学、网络广播、网络杂志、网络电视、博客等文化新业态;文化产业与移动通信网融合,衍生出手机短信和彩信、手机广播电视、手机出版、手机报刊、手机动漫、等文化新业态;文化产业与广播电视网融合,衍生出车载移动电视、有线数字电视等文化新业态。在产业融合的大趋势中,文化产业的内涵不断丰富,新兴的文化业态将不断涌现。这些以文化为载体的数字化生产、传播和消费等新兴文化业态具有三个典型特征,即生产内容的数字化、传播媒介的新型化和消费体验的娱乐化。

瞩目当今世界文化发展,数字化在文化创意产业领域的广泛应用,为文化艺术提供了新的表现形式和传播渠道,使文化创意产业的内容更加引人入胜,文化内容的传播更加便捷与迅速。

(三) 数字化加速文化创意产业内容的表现方式与形式创新

从内容上看,文化创意产业是最强调创新创意的产业:从形式和载体上看,文化创意产业本身会随着新技术的运用、新消费习惯的出现自发地创新求变。即数字化对于文化创意产业而言,不仅可以完成“新内容”的数字化生产,也可以完成“旧内容”的数字化转换。

以艺术与设计领域为例,数字化首先是作为一种技术工具,提供了艺术创作的更多表现可能,极大的丰富了视觉效果;不仅如此,它还催生了新的设计语言——设计的概念已经从“物”扩充到“非物”。不论是突出“为我”的艺术,还是追求“为他”的设计,数字化都提供了表达的空间——人类和信息世界的媒介,是人类文化与科学技术情感交融的结晶,是人类社会文明发展的必然产物。人们通过与数字化把握着创造世界的自由,更无拘无束地架设未来。现代设计在保留传统的设计方式的同时,又熟稔电子世界的语言,在现实中发展且改变着现实,真正为人类服务。

还以出版业为例,数字图书、数字报刊、数字音乐、数字教育、数字印刷和互联网出版、手机出版、数据库出版、按需出版、跨媒体复合出版等以数字化内容、数字化生产和数字化

传输为主要特征的数字出版产业的迅猛发展,表现出旺盛的生命力。不同媒体和传播范围相互交叉、相互借鉴、相互融合的发展态势加速了文化传播手段的创新,是文化创新的重要支撑。数字化阅读习惯正逐步养成,以数字化为主要手段和特征的新兴媒体迅速发展和壮大,已经成为创新发展的必然趋势。进一步推动数字化在文化创意产业领域的深度融合与应用,大力推进各类新型传播媒体的开发,推广实体创意产品与艺术、设计服务,以增强文化创意产业的整体竞争力。

二、数字化促进文化创意产业升级

数字技术不仅带来了文化创意产业中“网游”等新兴业态的兴起,也被广泛应用于舞台表演、新闻出版、广播电视等传统文化产业,成为促进传统文化产业升级的重要动力。

在演艺业,数字技术极大丰富了舞台艺术的表现手段和艺术魅力。如大型山水实景剧《印象刘三姐》、《印象西湖》等,都大量运用了数字技术,实现了艺术与技术的结合。演艺票务的数字化(全国票务系统)不仅服务于文化演出,还能进一步造福于百姓更方便、快捷的享受文化产品。

新闻出版产业的数字化推动整个行业进行着深刻的变革。2002年,我国内地互联网出版业产值接近16亿元,2003年为24亿元,2004年为35亿元。到2006年底,我国数字出版产业整体收入逼近200亿元,其中,手机出版所占的比例最高,仅手机铃声、手机彩铃、手机动漫的收入就达80亿元。

电影、电视、网游与动漫等诸多领域的成功实例表明,数字化颠覆、超越传统业态,可以带动文化创意产业的跨越式发展。

三、文化创意产业在数字化进程中应注意的问题

(一)文化创意产业的数字化必须注重内容生产

数字化固然是时代前进的必然趋势,但是在文化创意产业的运作实际中需要牢记核心——内容生产。成功的文化创意案例,应该提供富有内涵的文化作品、彰显创意的表现力,从而避免数字化的喧宾夺主。

詹姆斯·卡梅隆认为运用精进的电影工业技术与特效,可以使一个原本就精采的剧情更引人入胜,但是单靠特效无法成就一部好电影。耗时14年时间构思、拍摄的《阿凡达》,带给观众全新的观影体验,这是一部运用创新技术创作的影片,也是一部关注人物情感,反思人类的力作。人称“技术狂人”的卡梅隆在影片中反思了一味追求物质技术的恶果,仿佛亨廷顿“文明冲突论”的影像图解。恰恰是这些饱满的精神内核提供给观众视觉

震撼之后的思考,可以说数字化如果抽离了内容的支撑,就仅仅是哗众取宠的形式。

(二)知识产权保护亟待解决

正如前文所说,数字化加速了文化内容的生产、复制与传播,其良性发展也对版权保护的力度与广度提出了更高的要求。版权保护技术上如果不实现,版权保护问题如果不能解决,整个产业链就无法成立、更不可能良性的发展。需要政府、企业、个人携手,从立法与执法层面保护权利人利益;从技术层面最大限度地去保护权利人利益。

从文化创意产业的产业链角度来看,产业链要得到实现就必须充分保障上游的利益,即内容业者的利益。如果内容业者没有利益,谁会来做出好内容呢?谁又有长久的动力不断生产出更好的内容?知识产权是文化创意产业的核心。随着数字化技术的迅速发展,侵犯知识产权犯罪已成为联合国规定的17类跨国犯罪中最为严重的犯罪之一。为了预防和应对数字化技术给知识产权保护带来的影响和冲击,需要做的工作还很多,任重而道远。但是为了保证和促进文化创意产业健康、有序、快速的发展,这个硬骨头一定要攻下。

参考文献

- [1] 贾丽学,郑欣,杨晓兰. 文化产业的数字化趋势探索[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版), 2009. 2
- [2] 夏德元. 中国出版数字化转型中的文化冲突[J]. 新华文摘, 2010. 14
- [3] 解学芳. 基于科技创新的文化产业发展脉络研究[J]. 科技进步与对策, 2008. 11
- [4] 辜晓进,韦杰. 柏林:一座崇尚创意的城市——近观柏林创意设计产业[N]. 深圳特区报, 2009. 10. 25(A11)
- [5] 王建. 政策 技术 资本三重利好加速新兴文化产业发展[J]. 中国城市经济, 2011. 4
- [6] 张文珍. 推动文化产业由大到强 创意能力是关键[N]. 人民日报, 2010. 11. 19

三维文化话语权的博弈

——小议数字时代我国的文化内容监管

刘素华(上海交通大学)

摘要:与经济政治体制相对稳定的西方国家不同,数字时代我国的文化内容监管问题发生于技术变革与社会变革综合推进的背景之下。文化政治话语权、文化经济话语权和 cultural 社会话语权三种力量消长不同,新的三维权力结构虽尚未完全成形,却已与传统的结构大相径庭。因此,技术进步与社会结构变动共同造就了现有文化内容监管体系的相对滞后,而变化的持续性又为文化内容监管体系的合理调整带来挑战。只有把握三维文化话语权的博弈过程,看到社会结构变动的趋势,才能调动各方力量,充分利用数字技术的优势,合理有效地监管文化内容,以确保国家文化安全乃至国家安全。

关键字:数字时代 文化内容监管 文化话语权 博弈

数字时代的文化内容监管指电子信息条件下对文化内容生产、传播、消费的监督和管理。随着信息社会的到来,新兴媒体不断涌现,毫无疑问,它们的出现是人类社会进步的标志。但随着新媒体应用的普及,硬币的另一面也开始显现。从网络盗版到淫秽色情信息的流传,从网络、手机诈骗到网络赌博、网络迷信的蔓延,这均是当下我国文化内容监管中面临的现实问题。再从国外来看,美国先后制定了《1998 年儿童在线隐私保护法》、《1998 年数字千年版权法》、《未成年人互联网保护法》等专门性法律,韩国也通过《年轻人发展法令》来规避年轻一代接触网络中的有害信息,这些法律的出台表明如何有效监管新媒体中的文化内容是多个国家共同面临的问题。而近来爆发的中东茉莉花革命及伦敦骚乱事件中 Twitter 和 Facebook 活跃的身影也使人们再次陷入互联网自由应在何尺度之内的思考。至此,一个时代的命题——如何将数字时代文化内容的生产、传播和消费纳入合理的社会规制中已呼之欲出。

然而需要指出的是,虽然“数字时代”的表述强调的是技术变革,但技术变革不可能脱离社会环境发生,所以数字时代文化内容的监管需置入具体的社会语境。为了规避民族国家多样性陷阱,本文将命题限定为“数字时代我国的文化内容监管”,以求在当下中国的

政治社会条件下考察数字时代的文化内容监管。下文就将在我国的现实图景中将其逐一展开。

一、数字时代的技术与社会变革

与西方国家不同,在数字技术革命发生的同时,我国还经历着波澜壮阔的社会改革,就文化领域而言则表现为文化体制改革的推进和文化产业的兴起,这增加了数字时代文化内容监管的复杂性。因而必须将文化内容监管问题置入技术革命与社会变革的双重背景之中,才能更好地观照当下的文化内容监管体系。

一方面,数字媒体的兴起从技术上构建了不完美的社会公共空间,支撑了文化社会话语权的扩大,另一方面文化产业的兴起则增加了文化商业话语权的影响,虽然两种话语权本身也具有局限性,但它们的崛起无疑改变了原有体制下文化政治话语权占绝对主导地位的权力结构,政治—经济—社会三维文化权力结构的调整是数字时代我国文化内容监管的深层背景。

(一)数字媒体兴起

2000年左右,随着计算机的普遍使用和网络应用的日渐成熟,数字技术发展受到全社会的普遍关注,而其中对文化发展影响最为深远的便是数字媒体的兴起。一方面传统媒体开始谋求数字化转向,数字电视、数字广播、数字出版等逐渐被认为是突破传统瓶颈的发展方向;另一方面,新兴数字媒体展现出巨大活力,网络媒体在短短几年内由新兴媒体迈入主流媒体行列,而手机媒体的发展也颇为迅猛。数字媒体遭到全社会的追捧并不仅因为它们有助于传播过程中信息质量的提高,更在于它们使传播和交流更为便利,其具有的海量信息,互动传播,即时传播,匿名传播等每一个特点都颠覆了传统媒介的性质。尤其是互联网在技术上使社会公共空间中的不同意见表达成为可能,隐约描绘出哈贝马斯社会交往理论中的图景。虽然有学者(2010)质疑网络交互行为与其参与者本身的合理性,从而认为将互联网交互世界缔造为理想中的公共领域仍需走过漫长的路程^①,但这种观点并未否认网络世界作为公共空间的主体参与性,所以且不论其中的表达合理或正确与否,网络空间确实已成为凝聚公共力量的场所。以网络为代表的数字媒体兴起一方面推动了文化社会话语权的扩大,使其成为制约文化政治话语权与文化经济话语权的一股力量,在另一方面,由于主体与交互空间的非理性,新媒体空间中的文化社会话语权也难免衍生出不良文化内容(如“三俗”内容等),从而成为被监管对象。

^① 秦峰. 从哈贝马斯理论看新媒体与社会交往[EB/OL]. 2010. 12. 08. [http://media. people. com. cn/GB/137684/13478324. html](http://media.people.com.cn/GB/137684/13478324.html)

(二)文化产业发展

与数字媒体兴起几乎同步的是文化的经济效益在新的世纪获得承认并益受瞩目。2000年,中共中央在《关于“十五”规划的建议》中首次赋予文化产业合法身份,提出要“推动有关文化产业发展”。2005年国务院办公厅发布《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》,鼓励民营资本和外资进行文化产业领域的投资。2009年,国务院又出台了《文化产业振兴规划》。而2011年3月发布的“十二五”规划中更是前所未有地单列一节,明确提出要“加快文化产业发展”。

在文化产业发展的浪潮中,数字文化产业因被视作未来的发展方向而更受关注。实际上,由于生来便要经受市场的洗礼且没有传统体制的包袱,它们在产业化道路上走得较快也较好。与政府间的相对独立性使数字化新媒体在深化体制改革,放松政府管制等方面表现出更激进的倾向。但残酷的市场竞争却又使其不免生出“经济利益高于一切”的价值取向,“文化”因沦为“产业”的手段而弱化了社会效益。像不少网络游戏、网络小说中均充斥着淫秽色情等不良信息、网络赌博和网络迷信也成为获利颇丰的“产业”,这些现象背后均存在利益链条,对经济收益的渴求是一些违法和不良内容在网络空间弥散和流转的深层动机。正是在这个意义上,文化产业兴起在纠正原有体制中文化唯政治取向的同时,却又有陷入唯经济论的潜在危险。文化经济话语权的一家独大同样会给文化内容的生产和传播带来噩梦,工具性文化将丧失自我,最终给文化创新带来毁灭性的打击。但文化经济话语自身不具备克服这个弱点的属性,所以在文化经济成长为相对独立的话语权的同时,警惕这种权力的过分扩张也是这个时代我国文化内容监管的职责之一。

(三)政治—经济—社会三维文化权力结构调整

正如上文所说,数字媒体与文化产业的兴起促进了文化社会话语权和 cultural 经济话语权的扩大,这改变了传承自计划经济时代的文化政治话语权过大的原有结构。在计划经济时期,文化产品与其他社会产品一样,从生产、传播到消费均受到政府计划的严格控制,因而政府对文化内容也拥有强大的掌控力。政府既是文化内容监管的主体,同时又是监管的对象,因为生产何种文化内容基本由政府决定。此时的文化政治话语权占有绝对主导地位。直到1978年改革开放之后情况略有转变,但与经济部门相比,文化领域的改革一直相对落后。直到近年来,原有的粗放型经济发展模式遭遇瓶颈,文化产业因低污染、低能耗而被寄予推动中国产业转型的厚望,从而步入快车道。与此同时,数字技术的快速发展宣告了数字时代的来临。于是,一方面由于政府谋求职能转变而主动削弱了文化政治话语权的影响半径,给社会和经济话语权的壮大腾出了空间;另一方面,数字时代的技术与社会变革也推动着文化社会话语权和 cultural 经济话语权的扩大。因而,文化发展中的政治—经济—社会三维权力结构向更平衡的方向发展(如图1)。但总体而言,当下我国文化权力结构中,文化政治话语权所占比重仍最大,文化社会话语权最为弱小。