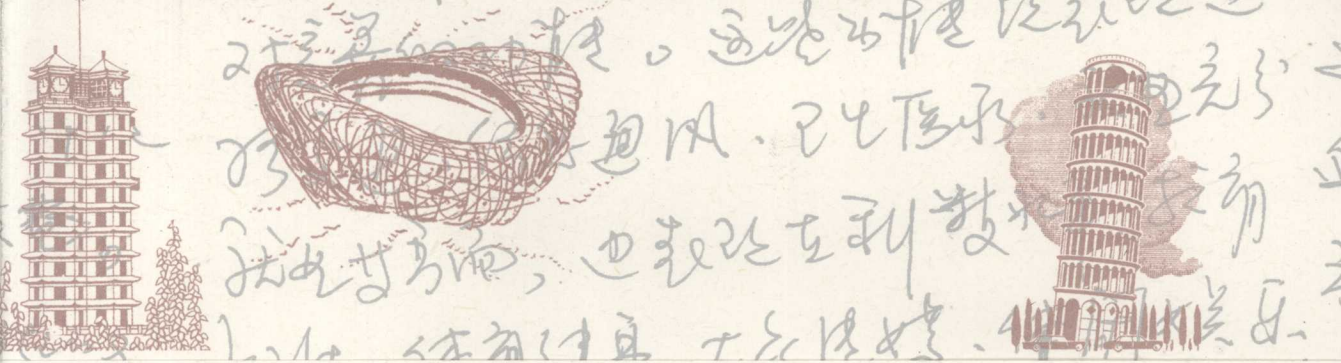




城市文化

杨丽萍 著

大象出版社

城市是人类的聚居地，是生产力发展到一定阶段的产物，是人类文明的标志。城市不仅是一个国家或地区的政治中心、经济中心，更是文化的集中地和发源地，城市既传承历史文明，又承载现代文明。城市在长期的发展中，经过积累、沉淀、改造和创新，必然形成特有的城市文化，并成为支撑城市发展的内在力量。

城市文化

手稿

杨丽萍 / 著



大象出版社

图书在版编目(CIP)数据

城市文化手稿/杨丽萍著. —郑州:大象出版社,2008. 11
ISBN 978-7-5347-5298-8

I. 城... II. 杨... III. 城市—文化—研究 IV. C912.81

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 132119 号

城市文化手稿

杨丽萍 著

责任编辑 杨吉哲

责任校对 李接力 李建平

装帧设计 刘 & 王

出 版 **大象出版社** (郑州市经七路 25 号 邮政编码 450002)

网 址 www.daxiang.cn

发 行 河南省新华书店

制 版 郑州普瑞印刷制版服务有限公司

印 刷 郑州新海岸电脑彩色制印有限公司

版 次 2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

开 本 787×1092 1/16

印 张 17.75

字 数 280 千字

印 数 1—3 000 册

定 价 45.00 元

若发现印、装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

印厂地址 郑州市文化路 56 号金国商厦七楼

邮政编码 450002

电话 (0371)63944233

目 录

第一章 城市文化的概念 /001

一、城市文化的范畴 /003///// 二、城市文化的本质 /004///// 三、城市文化的内容 /007///// 四、中国城市文化发展 /009//////////

第二章 城市文化的功能 /017

一、城市文化引领城市革命 /019///// 二、城市文化变革城市功能 /021///// 三、城市文化助长城市经济 /023///// 四、城市文化提升城市品质 /025///// 五、城市文化形成城市特色 /026///// 六、城市文化《北京宣言》/027//////////

第三章 城市文化的特征 /031

一、城市文化的聚集性和开放性特征 /033///// 二、城市文化的凝聚性和多元性特征 /034///// 三、城市文化的创新性和先导性特征 /036///// 四、城市文化的大众娱乐性和消费性特征 /037///// 五、城市文化的本土化和全球化特征 /038//////////

第四章 城市教育文化 /041

一、城市教育是城市文化的基石 /043///// 二、要把青少年的全面发展作为基础教育的目标 /044///// 三、大学教育要承担使命引领文化 /046///// 四、大力发展城市职业教育 /050///// 五、要把培育创新精神作为社会教育的重点 /054///// 六、实施终身教育,推进学习型城市建设 /055//////////

第五章 城市传媒文化 /059

一、传媒的定义 /061///// 二、传播的技术 /063///// 三、传媒经济

的影响 /065///// 四、传媒的社会责任 /067///// 五、大众文化的传播 /070///// 六、传媒对城市的宣传与策划 /072///// 七、传媒的数字化时代 /075////////////////////////////////////

第六章 城市基层文化 /079

一、城市基层文化的基本内涵及特征 /081///// 二、城市基层文化的几种主要形式 /082///// 三、全民健身的体育文化 /091////////////////////////////////

第七章 城市休闲文化 /095

一、城市休闲文化兴起的社会背景 /097///// 二、城市休闲文化的现状 /099///// 三、城市休闲文化产业的现状 /102///// 四、城市休闲文化对城市生活的影响 /102///// 五、对城市休闲文化的文化思考 /104////////

第八章 城市生态文化 /107

一、城市对自然生态的追求 /109///// 二、城市要突出自然生态环境营造 /114///// 三、城市要突出人文生态环境营造 /116///// 四、城市生态建设要因地制宜发挥特色 /117///// 五、城市生态建设要做到以人为本 /119///// 六、城市发展要牢固树立生态文明意识 /121////////

第九章 城市建筑文化 /125

一、什么是建筑 /127///// 二、城市建筑所代表的文化内容 /128///// 三、城市建筑所体现的时代精神 /131///// 四、城市建筑所反映的风土人文 /133///// 五、城市建筑所传递的愉悦美感 /134///// 六、城市建筑的文化符号 /138///// 七、我国城市建筑的文化困境 /144///// 八、城市设计的人文追求 /146////////////////////////////////////

第十章 城市文化作品 /149

一、优秀的文化作品引领精神构筑文明 /151///// 二、文化作品创作需要文化创新 /154///// 三、文化作品生产要尊重自身规律 /158////////

第十一章 城市文化产业 /169

一、文化产业的内涵和界定 /171///// 二、21 世纪文化产业的发展趋势 /173///// 三、我国城市文化产业的发展现状 /176///// 四、迅速提升我国城市文化产业的思考 and 对策 /179//////////

第十二章 城市文化基础设施 /185

一、城市文化基础设施的分类 /187///// 二、城市文化基础设施的经典内容 /189///// 三、城市文化基础设施的现代形式 /200///// 四、城市文化基础设施的功能布局 /204///// 五、城市文化基础设施的重要作用 /206///

第十三章 城市公共文化服务 /209

一、城市要为居民提供基本的公共文化服务 /211///// 二、政府提供公共文化服务的途径 /216///// 三、建立适合国情的城市公共文化服务体系 /219//////////

第十四章 国外政府公共文化服务 /225

一、文化管理机构的几种模式 /227///// 二、文化资助的几种模式 /233///// 三、文化服务的主要内容 /238//////////

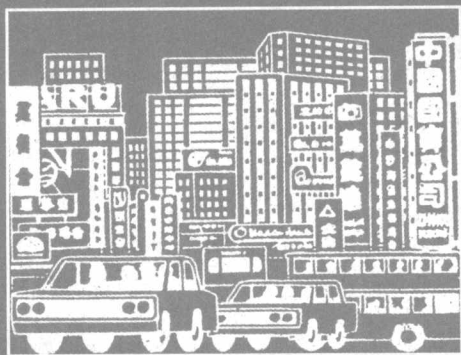
第十五章 当代城市文化发展的案例 /245

案例一 长沙市“十五”期间发展文化产业的主要做法 /247///// 案例二

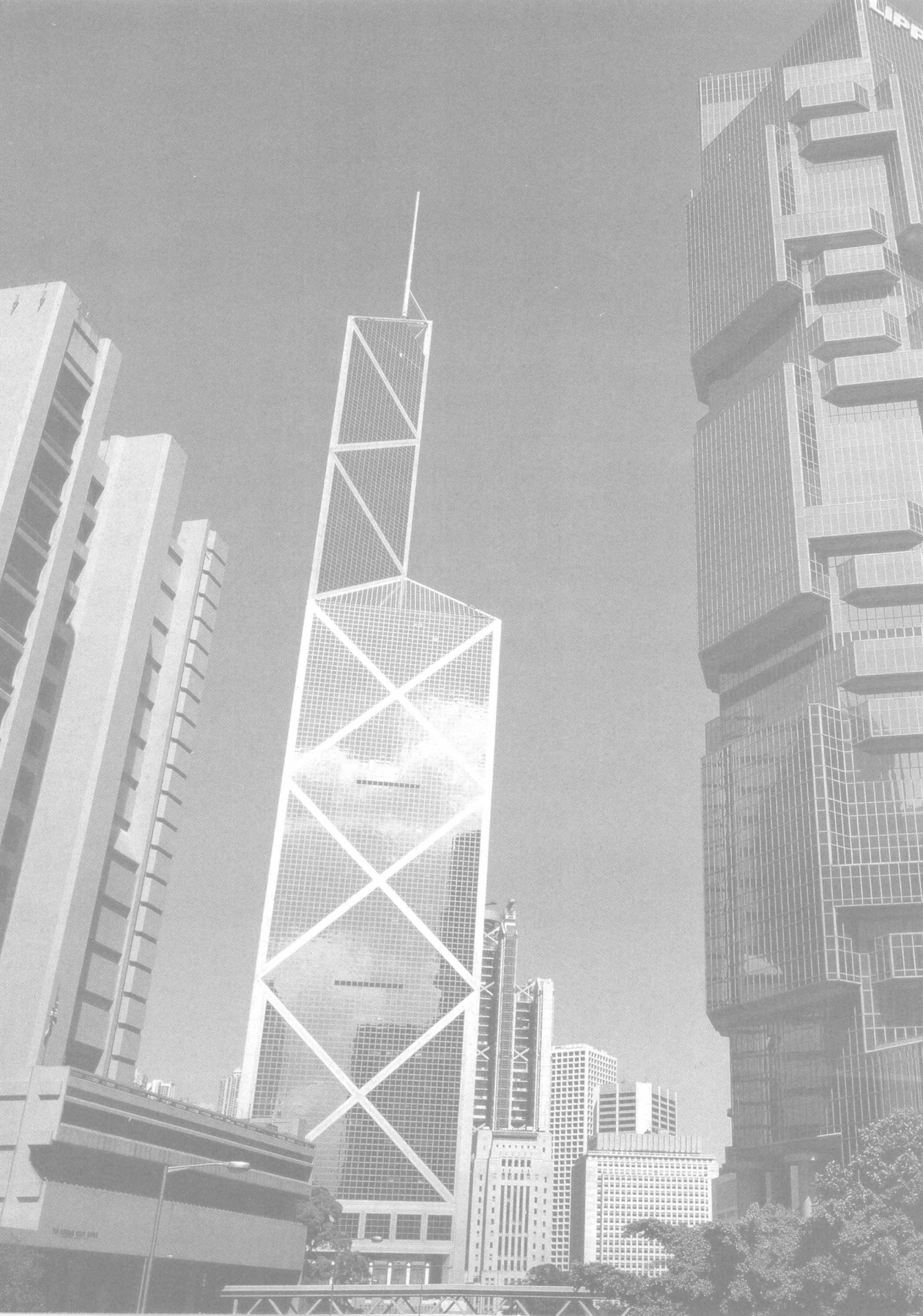
郑州市文化资源和 2006 年文化产业发展情况 /252//// 案例三 作为
城市文化空间的城市之光书店 /261//// 案例四 广州街头剧团
/267////////////////////////////////////

主要参考文献 /272

第一章 城市文化的概念



人们为了生存聚集于城市,为了美好的生活居留于城市。许许多多伟大的文化都是由城市产生的。从完整意义上讲,城市就是“艺术”、“剧场”,甚至就是文化本身。



一、城市文化的范畴

城市是人类的聚居地,是生产力发展到一定阶段的产物,是人类文明的标志。城市不仅是一个国家或地区的政治中心、经济中心,更是文化的集中地和发源地,城市既传承历史文明,又承载现代文明。城市在长期的发展中,经过积累、沉淀、改造和创新,必然形成特有的城市文化,并成为生成和支撑城市发展的内在力量。

有关文化的论述很多,第一个全面而明确地为“文化”下定义的是英国学者爱德华·泰勒。他在《原始文化》一书中指出,“文化或文明,就其广泛的民族意义来讲,是一个复合整体,包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及作为一个社会成员的人所得的其他一切能力和习惯”。《辞海》对“文化”一词的解释是,广义指人类在社会实践过程中所获得的物质、精神的生产能力和创造的物质、精神财富的总和;狭义指精神生产能力和精神产品。

在不同的场合、不同的环境下,文化有着不同的内涵。当我们用文化来衡量一个社会的文明程度时,文化是指人类在社会实践中所创造的物质财富和精神财富的总和。当我们将文化相对于经济、政治范畴来论述时,文化是指人类在实践中所创造的精神财富的总和;包括哲学、宗教、科学、技术、文学、教育、风俗等观念形态的一切社会意识形态。当我们用文化来衡量一个人、一个群体、一个民族的素质、品位高下时,文化是指这个人、这个群体、这个民族如何对待自己、如何对待他人、如何对待自己所处环境的思维方式和行为模式。

因此,当我们用文化的视觉来衡量城市的社会文明程度、研究城市文化时,城市文化不仅仅是指城市的文化基础设施、人的知识水平、受教育程度等,还包括人们在这个城市的社会实践中所创造的物质财富和精神财富的总和,当我们将城市文化区分于城

市的政治、经济活动论述时,城市文化包括城市建筑、雕塑、广场、公园、文化体育设施、历史文物、自然景观、文化传播网络等物质层面所体现的文化内容,还包括人们在城市的工作生活中创造的哲学、宗教、文化、艺术、科技、风俗等精神产品以及精神生产能力,包括人们在城市生活中表现出的思想观念、思维模式和生活方式。

人类从乡村走到了城市,城市是人类文明发展的标志,城市所创造的一切都是城市文化。从狭义上讲,城市所创造的富有文化内容的建筑、设施和所有精神文化产品、思想观念、意识形态,包括城市所体现出的精神风貌、形象气质,城市民众的人文素质和生活方式,都是城市文化的内容和研究的对象。

二、城市文化的本质

城市文化的本质来自城市。

亚里士多德说过:“人们为了生存聚集于城市,为了美好的生活居留于城市。”

从旧石器时代算起,人类已经有了数百万年的历史。在漫长的原始社会,人类为获取食物求得生存不得不与自然抗争。人类从事采集、渔猎,后来是农业、畜牧业。农业导致了固定居民点村落的产生。

随着剩余食品的出现,手工业和商业开始从农业中分化出来,有了剩余产品,就有了私有财产,人类社会出现了阶级分化。商品交换的出现和奴隶主阶级防御的需要,导致了城市的出现。“市”,指进行商品交易的场所;“城”,指有四周垣墙具抵御作用的城郭。“城”、“市”相互融合,称为“城市”。

据记载,我国夏代就产生了城市。目前人们能从地面上看到的最早的城市,是距今3600年的郑州商城遗址。从复原图看,郑州商代的城池已达到相当规模,是一座具有内城、外郭和完整防御功能体系的建筑。包括城郭区在内,总面积达25平方公里,内城城墙呈规则的长方形,周长约7公里。至今地面上还保留着约3公里长的夯土城墙。城中有宫殿、平民住宅区,有铸铁、制骨、制陶等手工业作坊,还有农业居住点,也有一些墓葬区。整座城市依三条河流而建,手工业作坊相对集中。

郑州商城、偃师商城、郑州小双桥遗址,还有安阳殷墟,这些遗址都是中国最古老的城市,迄今都有3400年以上的历史。这些都城遗址都是中国商朝政治、经济、文化高度发展的集中体现。到了周代,城市的兴起和建设已有了一定的建制,周人已经具有城市规划的思想和实践。

《史记·五帝本纪》记载：“一年而所居成聚，二年成邑，三年成都。”都，指中心，指城市，后来多指国都。聚、邑、都，说明了人类历史上城市有一个从低级到高级的发展过程，即从小自然村落、村庄、镇，到城市、大都市、大都市区、集群城市或城市群、城市带或城市连绵区。其中，村落、村庄、镇、城，古而有之；城市、大都市是工业经济的产物；大都市区、城市群、城市带则是后工业化阶段的城市现实。

城市实质上就是人类的化身。城市从无到有、从简单到复杂、从低级到高级的发展历史，反映着人类社会、人类自身的发展过程。

城市是社会进步的重要标志，是人类进步的重要推动力量。城市的数量随着社会的进步而不断扩大，蕴含着各个民族成千上万的人们从农村到城市迁徙着的波澜壮阔的奋斗历程。城市意味着社会巨大的进步和人类目前能够达到的文明。

城市是人类文明之花。虽然城市的产生与发展主要是基于经济的发展，但城市的本质和内涵，并不仅限于经济的体现。城市的发展实际上体现了人类文明的发展。人们不仅要居住，要工作，还要有优美的生活环境，还要从事各种文化活动。城市有着更为广泛和积极的意义。

作为完全不同于乡村聚居方式的城市一旦出现，就会产生一种新的文化情境。英文中的“文明”(civilization)一词就是从“城市”(city)一词演化而来的。城市作为人类所创造的物质财富和精神财富的结晶，本身就是一种文化形态。城市作为人类文化的符号，反映着它所处的时代及社会、经济、科学技术、知识经验、生活方式、人际关系、哲学观点、宗教信仰等。城市就是时代最高文化的体现。没有文化的城市是没有灵魂的城市。如果说世界上的城市是千差万别的，根本的差别就在于城市文化的不同。一座城市能够千百年地延续下来，很大程度上取决于城市文化的延续。城市的文化特性是城市间的民族历史传统差异的体现，是城市应保存的有价值的文化内涵，是城市居民对本民族、本地区和本城市的历史传统、宗教信仰固定的认同的看法和行为表现，城市得以延续的重要原因就在于城市文化。

城市最大的特点是各种要素的聚集和流动。人类社会总的发展趋势是城市化，人类的财富、信息、权力乃至全部生活方式都是以城市为中心汇集起来的。大城市从来就是各种文化互相融合、互相作用、互相生成的熔炉。

在这个聚集过程之中，城市文化扮演着协调行为方式、思维方式和感觉方式并构成确定城市居民的集体行为的角色，并且使自身的涵盖面越来越宽，凝聚力越来越

越强。尤其在当代城市化的迅速发展中,各种要素的聚集性更加突出,城市文化的凝聚、整合、协调作用越来越强大,并成为城市综合竞争力的主要源泉。

城市文化的要素是城市地理要素、经济要素和人文要素的综合体。每个城市、每个区域都受到不同地域的自然环境的影响,有着各自不同的历史以及由此形成的深层次的文化差异,自然的和人文的影响越多样化,城市的聚集性就越复杂、越个性化,越容易形成城市各自不同的文化性格和文化特色。

城市通过它所集中的物质和文化的力量,加快了人类交往的速度。城市通过纪念性建筑、书籍、碑文、档案等将文化一代一代传承下来。城市积累着人类活动的各种经验,集中了人们的智慧和力量。其各种中心既是人们交往集中的场所,也是传播人类文化的源泉。因此,城市所给予人类的最大贡献在于它能保存、流传和发展社会文化。如果说在过去许多世纪中,许多城市成功地支配了各自国家的历史的话,那就是因为这些城市始终能够代表其民族的文化,并把其绝大部分流传于后代。

城市文化不仅作为整合各种要素的凝聚力量,作为一种知识体系信仰体系,作为某一历史阶段特有的生活方式而存在,今天的城市文化还作为一种生产力而发挥作用。尤其在当今社会,城市文化越来越成为经济社会发展的战略资源,成为一国、一地和一城综合竞争力的重要组成部分。在知识经济大发展的 21 世纪,看一个城市是否有吸引力和竞争力,最重要的是看它的文化资源、文化氛围和文化发展水平。独具特色的城市文化是一个城市参与全球城市竞争的巨大优势。

城市在自己的发展过程中,也并非总是代表着人类的积极因素。古代城市体现着政权的意志和统一,把人类的理想、抱负集中在政权神权的统率之下,战胜各种灾害,进行各种建设,并建立起秩序和道德。但同时,城市文明也导致了战争和奴役、罪恶和不平等。人类的工业文明极大地促进了经济和城市的发展,同时也产生过环境污染、瘟疫甚至经济萧条的混乱。现代生产和城市扩张的进程日益加快,同时,资源短缺、环境污染、贫富差别、战争威胁等问题,作为城市发展的附带产品也随之而来。这种城市化的发展、反文化反文明的趋势,是否符合人类生活的真正目标和质量,是否符合人性原则的理想,应当给予高度的关注和百倍的警惕,仍然需要世界城市联合起来,下大力气维系保护城市发展回到它本质的轨道。

城市的本质,是人类本质的延伸和物化,城市是人类自身内在品格外化而形成的物质环境构造体系。城市是文明人类的存在形式,城市状况取决于城市人群的

素质和质量,城市的规模和复杂程度与它所聚集的和流传的文化的规模和复杂程度有直接关系。城市居民的共同理想,决定着城市的前进方向。

人们为了生活得美好来到城市。今天,心目中的城市,不仅仅作为设置政府机构的地方,也不仅仅是经营商业的场所,更不是传统意义上的军事堡垒,而是作为实现和表现人类美好愿望的重地。古埃及人在创建城市时,都要把神安置在他们的神殿里。在我们的城市里,要把人类的美好愿望和最高利益放在全部活动的中心地位,城市必须体现全体民众的共同意志,必须具备优美的环境、良好的文化氛围、高尚的道德情操和良好的人际关系。因此,城市活动的中心将不仅仅是工商业发展,而且是以人为本的全体民众的全面发展。

城市文化的全部任务就是从城市发展的实际出发,维护全体民众的共同利益,建设全体居民的核心价值体系和共同理想,创造良好的文化环境和和谐的人际环境,激发全体居民的创造活力,培养更优秀的建设人才,促进城市更好更人性地发展。

三、城市文化的内容

法国学者斯宾格勒在《西方的没落》一书中有句名言:“人类所有的伟大文化都是由城市产生的。”

刘易斯·芒福德认为,从完整意义上讲,城市就是“艺术”、“剧场”,甚至就是“文化本身”。他认为整个人类文明史就是以城市为中心发展起来的,城市与文明是不可分割的,城市是文明的实体。他还指出:“的确可以说,城市从其起源时代开始便是一种特殊的构造,它专门用来贮存并传承人类文明的成果。这种构造致密而紧凑,还以最小的空间容纳最多的设施。同时,又能扩大自身的结构,以适应不断变化的需求和社会发展更加繁复的形式,从而保存不断积累起来的社会资产。”

从文化的观点来看,城市绝不仅仅是单个人的集合体,也不单单是各种社会设施,诸如街道、建筑物、电灯、电车、电话等的聚合体。城市也不只是各种服务部门和管理机构,如法庭、医院、学校、警察和各种政府机构人员等的简单聚集。城市是一种生活方式。这种生活方式从微观上看塑造了城市人的性格,从宏观上看催生着城市文明。城市是一种心理状态,是各种礼俗和传统构成的整体,是这些礼俗中所包含并随传统而流传的那些统一思想和感情所构成的整体。换言之,城市绝非简单的物质现象,城市建筑也绝非简单的人工构筑物。城市已同其居民的各种重

要活动密切地联系在一起,它是自然的产物,尤其是人类属性的产物。

城市文化作为人类在城市发展中创造的物质和精神财富的总和,作为城市公共生存状况、行为方式、精神特征及城市风貌的总体形态,是城市品质的外化、城市文明的标志、城市发展的灵魂。

一个城市由三部分要素构成:

一是城市居民。人创造了城市。城市是人们为了自己生活得更好聚集在一起共同创造的人类奇迹。人是城市的主体,没有人的城市将是一座死城。因此,城市的发展必然是为了满足城市居民的各种需要而进行。城市居民,需要衣食住行,还需要生产、工作、学习、交往、休闲、娱乐、旅游等各种活动;需要物质文明,还需要社会文明和精神文明;需要自然属性,还需要社会属性。而城市的多功能性正是满足城市居民的多方面需要而日益发展、日益丰富的。说到底,人是城市的主体,城市的最根本目的是满足人的多方面的需求,城市的建设与发展必须以人为本,创造适宜人们居住、工作、生活、学习、发展的活动空间和人文环境。

二是城市建筑。城市居民的活动绝大多数时间都在不同的建筑物内进行,如住宅、学校、机关、工厂、商店、医院等。建筑构成了城市的主要载体。随着社会的发展,建筑在尽可能满足人们对遮蔽物的功能需求、充分体现使用功能的同时,还集中展现了城市居民的社会观念、精神追求、生活情趣和审美取向,展现了城市的时代精神、心理素质、文化品位和民族特色。

三是城市环境。城市环境是指人们在城市建筑物外的活动场所,包括道路、广场、公园、游园、庭院、河流、山峦等所有的城市空间。城市需要由钢筋混凝土构成的建筑物,还需要一个由街道、广场、园林、绿地、庭院以及山水组成的多样性、多层次、可持续发展的符合城市居民需求的优美环境。城市有路,便将城市的多个部分变成一个四通八达、能够密切和快捷联系的整体。就像人的骨骼一样,城市道路网系统支撑着城市有血有肉的肌体。城市有水,水不仅是城市生活、城市生产离不开的资源,而且能够滋养城市的空气和居民的心情,城市因而风情万种,魅力四射,人们因水而文明聪慧。城市有绿,有森林、园林、绿地、庭院,给城市带来生命的绿色,保持着城市的生态平衡,也为居民拥挤紧张的城市生活提供贴近自然、平抚心情、保持健康、提高舒适程度的居住环境。城市有动物,如鸟类、兽类、鱼类、昆虫等,给单调的人类生物带来了丰富的生态环境,表现了人与动物共存共荣、自然和谐的价值取向。

城市作为一个复杂的整体,其结构有着与众不同的特点,城市文化也有其特定的体系和内容。

城市文化首先反映在城市的物质层面上。如城市布局、城市道路、城市建筑、城市通信设施、住宅、厂房、广场、花园等,这些城市的可感知的、有形的各类基础设施构成了城市文化的物质外形。这些物质现象首先要纳入城市文化的范畴,因为它是一个城市文化风貌的最生动、最直观、最形象的景观,体现着不同城市的历史文化风格。北京的紫禁城和巴黎的凡尔赛宫,代表着东西方民族不同的历史文化内涵和不同的民族气质。研究和考察城市文化在城市物质层面的体现是区别于其他文化的重要内容。

城市文化其次反映在精神层面上,它是城市文化的内核和最主要的内容。它包括一个城市的知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及市民素质、生活方式和行为习惯。在城市的精神文化中,可分为有物质载体表现的能够记录、表现、保存、传递的文化,如书、报、刊、电视、广播、网络、舞台艺术等,还可分为以思想观念、心理状态等意识形态形式存在于城市居民大脑中的文化,如人们的观点、知识、行为习惯、思维方式等。就文化的投资和收益方式来分,可分为公益性文化、经营性文化。就文化形式而言,可分为产品文化、观念文化、活动文化。就文化生产主体来分,可分为专业文化、基层文化、休闲文化等。不同城市有不同的历史背景,不同的城市定位,因而形成了城市特色文化。

无论是城市的物质层面,还是精神层面,其文化形态都是城市文化研究的内容。

四、中国城市文化发展

(一) 改革开放启动了中国城市文化的发展

只有在市场经济时代,文化的产业属性被认识、被发掘,城市文化的发展繁荣才成为可能。应该说,计划经济时期,我国城市文化曾有过一段崭新的发展时期,也创作了一定数量的戏剧、电影和文学作品,出版了不少图书、报纸、期刊,而且高度发挥了文化产品意识形态的作用,成为为政治服务的有力工具。但是,正是由于大多数文化产品仅仅服从、服务于政治,过分强调其政治作用和意识形态属性,文化的经济属性、产业属性没有得到应有的重视,因而品种单一,优秀作品不多。特别是十年“文革”时期,“八亿人民八个样板戏”,电影、话剧、歌剧、音乐、舞蹈、美术

创作很少,广播节目数量少,质量低,内容空洞,形式单调,一些国产电影公式化、概念化,观众不满意,文化的发展进入了死胡同,城市的文化产品远远不能满足人民群众的精神文化需求。从严格意义上讲,计划经济时期片面强调文化作品的意识形态属性,不可能形成符合现代产业经济学意义上的文化产业;只有在市场经济条件下,文化作品、文化活动以工业化的生产程序进行开发、生产、销售,城市文化产业化发展,满足居民群众不断增长的精神文化需求才成为可能。

20 世纪 70 年代,十一届三中全会的召开,标志着“文化大革命”的结束和改革开放政策的确立,涉及国家政治、经济、文化和社会各个方面和各个领域的改革运动开始。随着城市经济逐渐得到恢复并取得初步发展,当理论家们还在进行文化反思和文化批判的时候,城市公众大胆突破极左思想束缚,以自己的方式和智慧,以自己对文化市场的了解和把握,开始了对新的文化生活的追求。城市文化首先从娱乐业革命开始。录音带、录音机、营业舞厅到文艺“穴头”的出现,标志着现代城市文化的觉醒和诞生。

70 年代末,国外盒式录音带和录音机涌入我国城市,80 年代初,上海、广州出现录音制品出版社。1979 年,上海电视台出现了国内企业第一条电视广告和第一条外商广告,1984 年,广州出现第一家营业性卡拉 OK 厅。后来又出现了第一家音乐茶座,第一家营业性舞厅,建立了最早的文化演出公司。城市娱乐业从无到有,开始起步,群众的文化消费市场逐步得到恢复。尽管文化的生产和流通还不能完全从计划经济体制的束缚中解放出来,城市文化商品无论是数量还是质量都还不能满足城市公众的需求,但是一场新的以文化产业崛起为标志的文化改革,已经在我国城市中出现,新一轮的城市文化的发展开始风起云涌。

(二) 经济全球化成为中国城市文化发展的巨大动力

随着中国国门的打开,经济全球化推动着中国社会的转型,也改变着人们的思想观念、价值观念和文化观念。广泛开展的各种学术交流,频繁的人员往来,互联网上无时空限制的信息往来,尤其是大量外来的文化产品和与以往中国不同的文化发展模式,对中国城市的文化事业和文化产业的发展带来了重大影响。

国外文化产品的进入,压缩了中国文化事业和文化产业发展的时间和空间,挤占了中国的文化市场,对中国的文化事业和产业的发展形成了巨大压力。

西方发达国家不论是出于对我国 13 亿人口这一巨大市场的利益诱惑,还是出