

高等学校文化管理类专业系列教材

WENHUA GUANLIXUE GAILUN

文化管理学

概论

田川流 著
何群



中国美术学院美术考级教材

文化管理学

概论

（第二版）

中国美术学院美术考级教材

WENHUA GUANLIXUE GAILUN

文化管理学

概论

田川流 著
何群

云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化管理学概论/田川流, 何群著. —昆明: 云南大学出版社, 2006. 12

ISBN 7 - 81112 - 103 - 4

I. 文... II. ①田... ②何... III. 文化管理—管理学—高等学校—教材 IV. G0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 146435 号

责任编辑: 冯 峨

封面设计: 刘 雨

文化管理学概论

田川流 何 群 著

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 云南大学出版社印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17

字 数: 320 千

版 次: 2006 年 12 月第 1 版

印 次: 2006 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7 - 81112 - 103 - 4/G · 454

定 价: 33.00 元

云南大学出版社地址: 云南大学英华园内 (邮编: 650091)

电 话: 0871 - 5031071 5033244

网 址: <http://www.ynup.com> E-mail: market@ynup.com

《高等学校文化管理类专业系列教材》编委会

编委单位：上海交通大学文化产业与管理系

山东大学历史文化学院

山东艺术学院艺术文化学院

云南大学文化产业研究院

中国海洋大学文学院

华中师范大学历史文化学院

编委会主任：胡惠林（上海交通大学）

成员（以姓氏笔画为序）：

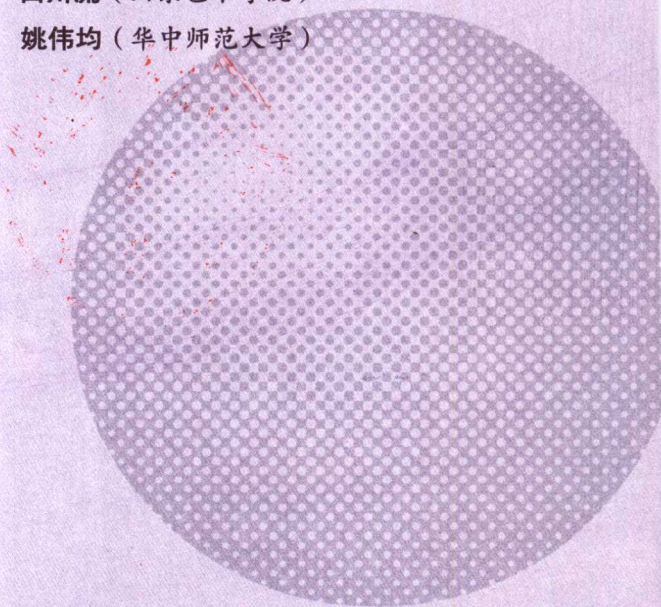
王育济（山东大学）

田川流（山东艺术学院）

刘孔庆（中国海洋大学）

姚伟均（华中师范大学）

施惟达（云南大学）



目 录

第一章 绪论：文化管理的内涵、性质与目标	(1)
第一节 管理与文化管理学	(1)
第二节 文化管理学的基本内涵	(4)
第三节 文化管理的特性	(10)
第四节 文化管理的目标系统	(16)
第二章 文化管理的社会实践及其理论的形成	(28)
第一节 中国文化管理的历史实践与特点	(28)
第二节 西方现代文化管理的基本特征	(43)
第三节 现代文化管理理论的形成及其社会动因	(51)
第三章 文化管理主体系统	(59)
第一节 文化管理主体阐释	(59)
第二节 文化管理主体系统的构成	(61)
第三节 文化管理者的素质与修养	(77)
第四章 文化管理客体系统	(82)
第一节 公益性文化系统	(82)
第二节 文化产业系统	(91)
第三节 文化管理客体系统的基本特性	(107)
第五章 文化的宏观管理	(119)
第一节 行政管理	(120)

第二节	经济调节	(125)
第三节	法律制约	(130)
第四节	舆论引导	(135)
第六章	文化的微观管理	(140)
第一节	文化生产组织及其管理	(140)
第二节	文化经营活动中的价值链管理	(156)
第七章	文化管理过程	(167)
第一节	文化管理信息	(167)
第二节	文化管理预测	(177)
第三节	文化管理决策	(181)
第四节	文化管理控制	(187)
第八章	文化管理实践	(194)
第一节	影视制片管理	(194)
第二节	演出经营管理	(200)
第三节	图书项目管理	(205)
第四节	文化经纪管理	(210)
第五节	文化会展管理	(216)
第九章	文化管理的理论创新与实践	(223)
第一节	文化管理创新的含义与特征	(223)
第二节	文化管理创新的当代意义	(227)
第三节	文化管理创新的基本内容	(237)
后 记	(260)

第一章 绪论：文化管理的内涵、性质与目标

第一节 管理与文化管理学

文化管理学是一门将多种现代文化学科与现代管理学科予以交叉、有机融合的新兴学科。这门学科的兴起，适应了现代社会发展的需要，它是在文化学、艺术学、管理学以及其他相关学科得到较快发展的基础上应运而生的。

人类在文化管理方面的实践和理论研究，已有相当长的历史。文化管理的实践同人类文化的起始一样古老。古希腊神话中关于文艺女神缪斯的神话就表现了人们对文艺管理的一种想象：宇宙之王宙斯和“记忆女神”摩涅莫绪涅生了9个女儿，她们分别成为专司各种不同的艺术与其他学科的女神，如手中拿一把琴的埃拉托主管抒情诗，头戴金冠、手持短剑与权杖的墨尔波墨涅专管悲剧，体态轻盈、手操七弦琴的忒耳西科瑞则专管舞蹈，等等。这些虽是神话，却表明了人们的观念：文艺的产生与发展，都离不开管理者们对它的组织和管理。

但是作为一门学科，文化管理学在世界上兴起的时间并不长，迄今只有几十年的时间，世界各国对其称谓也各不相同。西方许多国家的大学均设置文化管理专业或学科，与我国通常所称的文化管理类专业基本类同，只是在其学科的内涵与外延上略有差异。根据我国的国情和文化管理的历史与现状，目前不同院校分别设为公共事业管理（文化艺术管理）、文化产业管理、艺术管理、音乐管理、美术管理、戏剧管理、影视管理等专业，它们均属于文化管理类专业或学科。

文化管理学是现代社会发展的产物。当人类处在以小农经济、个体经济生产方式为主体的社会状态时，人们的文化或艺术活动多以个体的、小群体的形式出现，其范围和规模都很小，呈现出自我欣赏、友情往来、相互赠答的形态，以自生自长的态势缓慢向前发展。随着社会经济的发展和生产力水平的提高，人类对文化的需求大幅度提高，文化或艺术活动的范围和规模越来越大，人类文化或艺术活动的社会性因素也在不断增长。与其相适应，人们对文化的管理也就随之产生，并在漫长的社会演进中逐渐得以充实和提高。但是，由于社会发展，特别是经济发展的原因，人们对文化或艺术活动的管理只能长期徘徊在一个较低的层面上，未能形成科学的管理体系和系统的管理思想，当然更无从产生文化管理学这一凝结了现代艺术精神与科学思想的学科。

文化管理学只有到了现代社会才能够得以产生和发展。在现代社会，企业化生产成为社会经济发展的主要形式，商品生产及其交换渗透到社会的每一个领域。文化及艺术领域也不例外，同样受到商品生产的制约和影响。由于经济杠杆的巨大作用，以及文化或艺术活动内在规律所驱使，越来越多的文化或艺术活动开始以企业化生产的面貌出现，其产品不断进入市场，完成了从生产到流通的全过程，并以此推动其再生产；越来越多的文化及艺术产品具有了商品属性，或以完全的商品形态出现，体现了一定的交换价值和价值；越来越多的文化或艺术工作者成为文化商品生产者，同时也相应产生了许多文化市场中的经营者和管理者。当文化或艺术产品的生产与流通形成较大规模时，便会成为一种重要的社会产业，即文化产业。文化或艺术活动以及文化市场、文化产业迅速发展，就会促使文化管理学产生，促使人们对于文化或艺术活动的各个环节、全过程的规律和特点进行科学的分析与研究，以引导和推进文化活动、艺术活动的发展。

当然，文化或艺术产品不等于普通的商品，不会全部进入市场流通领域，文化或艺术活动也不可能整体性地纳入市场经济的范围。比如，某些高雅艺术品种全部推向市场就难以存活；大量社会性的群众文化活动也不可能以商品交换的形式来进行；对于图书馆、博物馆等公益类文化，更不可能使之转化为文化产业，进行营利性的经营。这样讲，并非否认市场经济对上述领域的影响，相反，在进入新世纪以来，文化活动的各个方面都将不同程度地受到市场经济的制约和影响，各类文化的管理都亟须进行研究和改善。为了适应现代社会科学、教育和文化发展的需要，所有文化及其艺术部门都面临着—个历史性的转折，均应更新观念，增进现代管理意识，不断改进和完

善管理体制、管理方法，建立符合自身特点的现代管理思想和管理体系。

鉴于现代世界经济的迅速发展，西方发达国家对于文化活动艺术管理的研究已有较长的时间和较大的规模。可以说，没有现代科技和经济的高速发展，便不会产生现代管理科学；没有经济因素的影响和推动，文化活动也不会发生深刻的变化。正是基于文化及其艺术活动的现代特点，以及文化或艺术相关部门结构与职能的变迁，并借助于现代管理科学的指导，现代文化管理科学才得以产生。

文化管理学是一门正在探索中的学科。到目前为止，不论是西方还是我国，对文化及艺术管理的研究都处在不断探讨、不断深化的过程之中。作为一门学科，文化管理学尚缺乏多方位、多层次的研究体系，缺乏系统性、科学性的科研成果，更缺乏较长时间的理论验证和实践检验。由于不同国家社会制度、人文特点以及人民群众文化生活习惯的差异，每个国家又应根据自己的国情，建立与自己国家经济、文化状况相适应的文化管理学。就我国而言，文化管理学是一门起步不久的学科，“文化管理学”的概念于20世纪80年代初期才提出来，之后，不少研究者陆续写出一些涉及文化及其艺术管理的文章，又相继出版了多种专论文化管理学的著作，这些成果对文化及其艺术管理学进行了垦荒性的探索，具有开创性的意义。但正因为是初探，各方面的研究均比较薄弱，有许多重要的课题亟待人们去探讨。我们对该学科的研究，更应充分借鉴其他国家成功的经验，同时根据我国的国情，逐步建立符合社会主义市场经济条件下文化发展战略的文化管理学，使之具有鲜明的时代和民族特色，既充满理论的思辨与构想，又具有切实的对社会实践的指导意义，同时还能对其他国家提供有益的经验。

文化管理学又是一门动态的学科。一切社会科学的研究均应以社会发展的轨迹为基本依据和参照，文化管理学更是如此。社会经济与文化的发展状况将对该学科不断提出更新的研究课题和更高的理论要求。社会主义市场经济条件下的文化管理学与计划经济条件下的文化管理学就有许多不同之处，进入新世纪以后的文化管理学又会有更多的发展。比起其他许多学科，该学科具有更鲜明的动态变化特点。

作为人类社会活动的重要领域，文化活动的每个分支系统及其特点的变化，文化产业与市场的拓展，人民大众文化接受与欣赏趣味的变化，都会时时对文化管理学提出新的启示与新的要求，促使文化管理学不断研究新问题，不断充实和完善自身，在推动全社会的精神文明建设中发挥重要的作用。

文化管理学是在世界经济和文化发生巨大变化、进入现代社会的基础上兴起的，它同样会在社会的不断发展和演进中得以完善。因而，它永远是一门年轻的、充满活力的学科。

第二节 文化管理学的基本内涵

文化管理与文化管理学是一对既相联系又相区别的范畴，文化管理是一项重要的人类社会管理活动，具有突出的社会实践性意义，而文化管理学则是对于这一活动的系统研究与理论阐释。

一、文化管理学的界定

文化，是人类社会特有的现象。自从有了人类，也就逐渐有了文化。文化贯穿于人类发展的全过程，渗透在人类社会生活的各个领域。尽管如此，人们对于“文化是什么”这样一个最基本的问题却至今没有定论。1952年，美国人类学家克罗伯和克拉克洪经研究发现，各家对“文化”概念的理解竟达164种之多。几十年来，又有许多新的理论问世，对“文化”的解释就更加纷纭复杂。总的来看，人们是从不同的角度、以不同的前提和方式来论证同一个问题，自然会仁者见仁，智者见智，得出不同的结论。英国著名人类学家爱德华·泰勒于1871年发表了《原始文化》，他对文化所作的经典性定义是：“文化或文明，就其广泛的民族学意义来说，乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的包罗万象的整体。”这一精辟的分析，对后来的理论有很大的影响。

我国许多学者认为，应当把文化的实质与人的发展作统一的认识，认为文化的实质即人化。《易经》中说“观乎人文，以化成天下”（《易·贲·彖》），即要用人文来教化大家，改变人的精神面貌，提高人的素质。从人化的角度来看待文化，就是指在历史发展的进程中，人类运用自身的力量在改造自然、社会和人本身等方面所创造的物质和精神成果的总和，以及达到的高度和采用的形式。不论在任何时代、国家和民族的文化中，均表现出特有的生活方式、艺术方式和智能，这些都是人的尺度和人化的形式。

文化通常有广义、狭义之分，从人类在社会实践中所创造的物质与精神成果总和的意义上来审视，即是指广义的文化。广义的文化一般可分为物质文化、精神文化、制度文化；狭义的文化则是指以社会意识形态和文化艺术

活动为主要内容的精神文化体系，它一般与社会的精神文化和艺术文化相联系。

管理，也是人类社会的重要特征。人类社会是由大大小小的群体构成的，这些群体可以称之为社会的组织。组织，就是按照一定的目的、任务和形式编制而成的系统结构。社会组织无论大小，都包含人员、任务和管理等基本因素，其中管理是最具有活力的，它可以使一个组织发挥最大的潜力，有效地取得并使用各种资源，以实现最大的效能。因此，管理就是指在一个组织中不断进行一系列有意识、有计划的协调活动，以发挥集体潜力、达到特定目标的行为机制。

文化管理，是指文化活动的整体系统或者组织、团体为了达到特定目标，不断进行的一系列有意识、有计划的协调活动。可以看出，文化管理具有与一般管理活动相类同的要素，但也有其独特之处。实施这种管理的部门是从事文化活动的系统、组织和团体；它的管理对象是存在于文化或艺术活动中的人员与事件，它要达到的目标应当与文化事业的总体发展目标相一致。

文化管理学，是在对于文化活动的内在规律、生产与流通过程予以把握的基础上，对于文化管理的内在规律及其管理机制、管理方式、管理原则以及发展趋向等进行深入研究的专门学科。它所涉及的范畴，是指与人类精神文化密切相关、又具有一定物质属性的文化方面的活动，包括社会的公共文化、文化产业，以及相关联的群众文化、娱乐文化等。

二、文化管理学的学科意义

任何一门新兴学科的出现，均具有其特定的价值和意义。文化管理学面对的研究对象，是与该学科密切相关的人类文化活动及其与之相联结的管理活动。它在当代文化建设的发展进程中，具有重要的学科意义。

文化管理学的形成与发展，有助于把握当代文化活动的特性及规律。

文化管理学的研究对象，是人们所从事的文化活动。文化管理学应当把探讨各类文化活动的基本规律与特点、对文化活动实施管理的内部系统与内在运行机制予以深入研究并推进其发展作为自身的历史任务和使命。正是在这样的基点上，文化管理学的学科意义及地位才得以确认。对人类文明的发展产生了重大影响的文化与艺术活动，包括了文化及艺术产品的生产、传播与流通、服务与消费等方面，在人类的社会生活与生产中占有非常重要的地位。从事文化管理学的研究，就要密切关注文化活动的各个环节及不同领域

的动态发展状况，使其在科学的管理和指导之下健康、有序地运行。

根据当代文化活动不同性质与特点，可以将文化活动大体分为公益性文化和文化产业两大部分，文化管理学对于这两个方面均具有重要的研究意义。

公益性文化主要是指由政府或社会为人民大众提供的可以免费或低费享用的社会性或服务类文化活动。这一领域的部门带有社会性、公益性、福利性、教育性等特点，服务于全社会，不以文化商品的形式出现，旨在为广大人民群众提供多方面的、优越的娱乐场所和条件，提供接受文化教育的条件，从而提高全社会的文化水准和精神文明水平。它包括各类图书馆、博物馆，国家承办的各级电视与广播台（站），各级群众文化馆（站），各类艺术院校，等等。对文化活动实施有效的管理，应当将科学的管理思想渗透于这一活动的每个环节。文化管理学研究的不断深入，对于把握公益性文化的特性与规律，不断提高管理的水平与质量，具有不可或缺的作用。

文化产业在当代文化活动中越来越显现出重要的地位。根据社会分工的不同，文化产业类活动主要是指文化生产、文化传播、文化市场等方面，其具体表现形态，又体现为文化的创作与制作、文化传播、文化营销等。

在文化建设呈现出多元形态的当代社会，无论是对于公益性文化还是文化产业领域的认识与掌握，均会生成许多新的课题，有待于人们研究，文化管理学正是适应了这一历史性要求应运而生的，它在推进社会文化发展中具有特殊的作用。

管理学形成与发展，对于当代公益性文化与文化产业的发展具有重要的作用。

对公益性文化或服务性文化部门实施有效的管理，是许多国家均十分重视的事业。文化及艺术的服务性活动不同于一般将文化产品纳入市场流通渠道的做法，有其特殊的性质。一个国家和民族应当具有丰富和多样的公益性文化事业，它是衡量一个社会精神文化水平的重要标志，加强公益性文化事业的管理，对于提高全民族的精神文明程度具有举足轻重的作用。在我国，几十年来曾在这方面积累了丰富的经验，而在社会主义市场经济体制已经形成的今天，全社会各类文化与艺术部门位的体制、结构与工作特点仍在发生着深刻的、多重的变化，在不少方面提出了新的课题，亟待人们去研究。工作在这个领域里的管理人员应当积极、审慎地研究这种变化的基本特点和规律，不断作出科学的分析与阐释，提出实际与可行的意见，继续加大发展公益性文化事业的力度，使之既适应市场经济的需要，又能够发挥其重要的社

会作用。

加强对文化产业的管理，更是当代国际社会共同关注的要务。

首先，是对文化生产过程的管理。各类文化与艺术种类的生产均具有自身的特性，各类文化或艺术产品的生产者也有各自不同的特点。对文化活动的生产过程实施管理，就要充分注意上述特点，严格遵循文化及艺术的内在规律，尊重文化产品创作者的个性，既要注重文化产品的精神性因素，又要注重其物质性因素及商品属性，为文化及艺术工作者创造良好的工作氛围、环境和条件，引导人们创作出更多更好的作品来。文化及艺术产品的生产又包括两个阶段：其一，是创造主体的构思和个人创作阶段，该阶段主要体现为人们的个体性精神劳动；其二，是文化及艺术产品的制作、成批生产或对社会展演的阶段，在这个阶段，主要体现了艺术品的物化过程，以及针对社会需要所进行的集体或个人的制作程序。搞好对文化活动生产环节的管理，就应密切注视社会对文化及艺术产品的需求特点，同时又根据社会精神文明建设的需要，适时把握和调整各类产品的生产规模与产品的更新，积极推进和繁荣文化产品的生产，以满足人民群众日益增长的精神文化生活的需求。

其次，是对传播环节的管理。文化传播在文化产业中既具有生产的特性，也具有市场的特性，既在生产与市场流通中起到中介的作用，同时也具有自身特有的性质和存在价值，因而拥有重要的地位与作用。在文化管理学的研究中，将传播环节完全视为生产或流通都是不妥的，无论是电视广播的传播，或是网络、书刊的传播，以及广告的传播，都不仅具有生产与流通的意义，同时也具有管理的意义、文化的意义，因此对于传播的研究显得尤其重要。

再次，是对文化产品与市场流通环节的管理。文化产品的生产、传播与流通紧密相连，产品的流通又直接通向消费。引导人们进行高质量、高密度的文化消费，则可以极大地推进艺术生产。因此，必须准确地把握市场动态，做好文化产品流通过程以及流通与消费联结环节的管理。在所有文化种类中，多数文化产品的生产、传播与流通是分离的。如文学作品的创作完成与出版发行、电影的拍摄结束与发行放映，两个阶段的划分是明显的，其间都有一个很重要的中介环节。也有一些文化产品（比如舞台表演艺术），生产、传播与流通连接为一体，表演者艺术生产过程的完成，也就是市场流通过程的完成。对文化活动市场流通过程的管理，主要应根据国情及民族的审美习惯，以及人民群众对于精神文化生活的需求状况，采取包括法制的、经济的、舆论的、行政的等各种形式和手段，对文化产品的流通渠道特别是各

类文化市场进行严格管理。既要把握人们对文化产品量的要求，更要恰当把握其内在质的水准；既要顺应文化市场和文化消费的客观规律，又应积极掌握其运行轨迹，采用各种有效方式对其进行科学的管理和良性的引导。

文化管理学的形成与发展，对于丰富和完善文化学、管理学等学科体系同样具有重要的意义。

文化管理学，是当代文化学（包括艺术学等）与管理学整合的结果，它的形成与发展，势必对于文化学和管理学的动态演进与完善具有重要的意义。

科学的文化管理学，应当特别关注文化活动内部管理系统及其内在运行机制的衍变。近年来，社会经济与科学技术的突飞猛进推动着多元媒体的文化传播功能与文化市场的迅速发展，人民群众的文化消费需求不断增长，文化活动的范围和规模空前扩大，这些都对文化的管理体制及其内在运行机制产生着重要影响。我们应当立足于当代文化的高度，着眼于21世纪文化的繁荣，对发展中的文化管理体制与内在运行机制进行深层的思考。从广义的角度探讨管理体制的整体框架。我国目前对文化事业实施管理的机构，主要是指国家各级政府设置的文化行政主管部门，以及相应的管理机构，同时包括社会各种群众文化团体及民间文化组织，参与文化产业、文化市场经营活动的部门与个人，以及从事文化传播和交流的媒体与机构。这种多层次、多元的管理结构，形成了一个有机的、适应未来文化发展的体系。认识和研究这一体系的内在运行机制，是文化管理学的重要任务。

三、文化管理学的研究内容

文化管理学的研究内容是与其所承担的研究任务和历史使命相一致的，是其使命的延展和深化。具体说来，文化管理学的研究内容主要包括如下方面：

1. 文化管理学基本理论

文化管理学作为一门年轻的学科，其自身的基本理论构架亟待建立和完善。无论是该学科的理论基础，还是它的基本性质、特点、内在发展规律与学科体制，或是它与其他相邻学科之间的必然联系和区别，都有待于人们下很大的气力去探索和研究。缺乏对学科基本理论的系统研究，便无从构建该学科的体系。

2. 文化管理史

文化管理史，包括中国和世界文化管理史。这一研究，能够帮助我们从

历时性角度认识文化管理活动的兴起、演变和运行轨迹，并通过对历史的分析，总结可供我们今天借鉴的经验和教训，这对于加强当代文化管理学科的理论建设，无疑是非常有益的。研究文化管理史应当具有较大的包容性，无论是中国古代还是现代的文化管理，无论是欧美还是发展中国家的文化管理模式，都应当认真研究，通过分析和鉴别，找到富有价值的东西。

3. 文化管理的主体与客体系统

主体系统，即从事文化管理事业的部门、机构和团体。在当代，国家和政府的管理、社会和群众团体的管理仍是重要的组成部分，而具有当代意义的文化管理，其生产与经营的管理、传播与交流的管理，都应成为管理主体系统中的重要因素。从宏观的角度透视管理的主体系统，才能做到对其全面的、整体性的把握。所有从事文化管理工作的人们都置身于这一体系之中，以管理者或同时又是被管理者的身份出现，共同驱动着全社会文化活动的运行。文化管理者的修养与素质是从事文化管理活动的基本条件；客体系统，即处于文化管理对象位置的部门、个人和运行机制。这一系统可分为公益性的文化活动、文化产业活动两个子系统。公益性的文化活动，具有社会服务及公共性特点；文化产业活动，包括文化生产、文化的传播与营销系统。这样分析文化管理的客体系统，有助于我们对其有一个高屋建瓴的理解。

4. 文化管理的目标

在社会上，每一个人都有自己的人生目标，每一个组织和群体也有自身的奋斗目标，每一个国家和地区更要有总体的发展目标。作为文化管理，也需要有一个明晰的目标体系。为了统一人们的思想和意志，取得事业的更大成功，就要对管理目标进行研究，让从事这一事业的每一个人都明确共同的方向，并最终实施有效的目标管理。

5. 文化管理机制

文化管理机制是指在管理主体系统中运行机制的具体构成及其模式。对于管理机制的研究，是管理主体系统研究的延伸，管理机制的合理与优越是保障文化活动健康发展的基本条件。

6. 文化管理的原则

文化管理的原则，即从事文化管理必须遵循的原则和法度。无论任何方面的管理，均要按照科学规律办事，把握既定的策略和法度。文化管理更是如此。它既要遵循文化或艺术规律，又要遵循市场和经济规律；既要适应社会意识形态的要求，又要适应大众审美心理的变化，其管理的复杂与难度超过一般物质生产的领域和部门。因而必须审慎地研究和确立文化管理的基本

原则，否则很容易出现管理实践的偏差和失误。

7. 文化管理的方式和方法

文化管理的方式和方法，即在从事文化管理中应当采取的方式与手段。当代文化管理者必须掌握科学的管理方式与方法，以使既定的方针和计划得到顺利实施。文化管理的方法研究是一项极富建设性的课题，人们试图在原来一般采用单纯行政方法的基础上，探讨以法律的、经济的、社会的等方法并举的综合性手段来管理文化活动，这无疑是具有积极意义的。

8. 文化管理的过程

文化管理的过程，即实施文化管理的操作程序与运作过程。一般说来，文化管理的过程主要由管理信息、管理预测、管理决策、管理控制等环节构成，具有很强的科学性与系统性。在这样的系统中，每个环节之间环环相扣，又层层递进，形成一个完整和体系化的管理网络。研究这一管理过程的基本特性，将有助于管理程序的操作，以及对管理过程的整体把握。

文化管理学的研究内容极为丰富，它还会在我们的动态研究和实践中不断得到充实，更加趋于科学与完善。

第三节 文化管理的特性

一、文化管理学的基本性质

研究文化管理学的基本性质，有必要将该学科与其相邻学科加以比较，通过对它们之间异同的分析和鉴别，深入认识该学科的内在规律和特点。

首先，是文化管理学与文化学、艺术学、出版学、新闻学、传播学等学科的关系。文化学，是研究文化的各种现象、并阐释其基本规律和原理的学科。文化是一种历史的范畴，每一个时代和社会都有其相适应的文化，随着社会的发展、特别是物质生产的发展，文化也就相应地发生变化；文化与一定的经济和政治的关系，是本质的、决定性的关系，一定的经济和政治制约和影响文化，文化在一定程度上也同样影响和制约着经济与政治；文化具有很强的民族性；文化的发展具有历史的连续性，今天人类文化的状况，就是历史上文化发展的延续。文化学的研究，应当对包括上述规律在内的所有文化发展的规律予以探讨。艺术学，是研究包括文学在内的所有艺术的各种现象，从而阐明其基本规律和基本原理的科学。艺术学的研究内容主要包括艺术基本原理、艺术史、艺术批评以及各分类艺术学，是专门对艺术文化