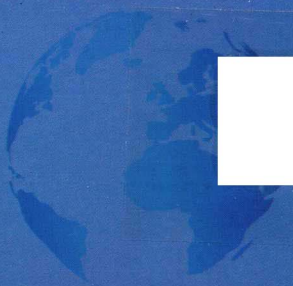


文教事业管理

林金枫 赵琳 主编

 哈尔滨工程大学出版社

林金枫 赵琳 主编

HEUP 哈爾濱工程大學出版社

内 容 简 介

文教事业管理是为培养自学应考者的文化事业与教育事业管理的基本理论和应用能力而设置的一门实用性很强的课程。本书内容主要分为两部分,即文化事业管理与教育事业管理。文化事业管理部分的主要内容包括:文化事业管理概述、文化事业管理体制、文化政策与法律等十章内容;教育事业管理部分的主要内容包括:教育事业管理概述、教育管理体制、教育政策与法律等十一章内容。

本书既可以作为公共事业管理及其他相关专业本科生的教材使用,又可作为从事文化教育事业行政及其他相关人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

文教事业管理/林金枫,赵琳主编. —哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社,2016. 7

ISBN 978 - 7 - 5661 - 1284 - 2

I. ①文… II. ①林… III. ①文化事业 - 行政管理 - 中国②教育行政 - 行政管理 - 中国 IV. ①G12②G526

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 142014 号

选题策划 卢尚坤
责任编辑 张忠远 姜宏哲
封面设计 恒润设计

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
社 址 哈尔滨市南岗区东大直街 124 号
邮政编码 150001
发行电话 0451 - 82519328
传 真 0451 - 82519699
经 销 新华书店
印 刷 哈尔滨工业大学印刷厂
开 本 787 mm × 960 mm 1/16
印 张 18.5
字 数 336 千字
版 次 2016 年 7 月第 1 版
印 次 2016 年 7 月第 1 次印刷
定 价 52.00 元

<http://www.hrbeupress.com>

E-mail: heupress@hrbeu.edu.cn

前言

PREFACE

现今,经济全球化发展,科技进步日新月异,国际竞争日趋激烈,一国文化与教育事业的发展状况越来越成为该国综合国力和国际竞争力的重要体现。

发展文化事业,是人类文明进步的共同要求,也是中国特色社会主义建设的重要内容。全面建成小康社会,离不开文化事业的发展,应对外来文化冲击也呼唤着加快我国文化事业的发展。发展文化事业,是培育现代社会合格公民和促进人的全面发展的基本途径;发展文化事业,不断提高全民族的文化素质,是提高我国综合国力的重要手段;发展文化事业,是文化继承与创新的有力保障。

就教育事业而言,它不仅仅是对国家全体国民个人素质的保证,而且也关系国家的前途和命运。21 世纪人才是最重要的,而人才的出现与教育事业密不可分,大力发展教育事业也是保证国家人才所需的条件;教育是个基础性事业,它的发展关系到国家的每个行业,这种牵一发而动全身的关键领域,其水平直接决定了社会的发展水平;当前,国家建设正在以高速的形式发展着,社会的进步和发展,是依赖人才的。所以,大力发展教育事业,意义重大。

在经济全球化的大背景下,当今世界正处于快速变革的时期,经过改革开放,中国经济及社会各项事业都获得了突飞猛进的发展,随着经济体制与政治体制改革的不断深入,我国的文教事业发展也面临着诸多的机遇与挑战。本书就是在这样的背景下,在综合了国内外相关研究成果的基础上,吸收了大多数人的研究成果,综合形成了本书的框架,在内容与结构体系上包含文教事业相关概念与理论,同时也包含具体的实践内容,以及未来文教事业发展的一些改革与完善的相关思路。希望综合各家之长,为社会实践者提供有用的理论支持和方向指导。

借此对支持和参与本套教材的编审专家和学者们表示最诚挚的感谢。

林金枫

2016 年 5 月

目录

CONTENTS

文化事业管理篇

第一章 文化事业管理概述	1
第一节 文化事业的含义	1
第二节 文化事业管理的含义及内容	5
第三节 文化事业管理的基本原则及方法	7
第二章 文化事业管理体制	11
第一节 文化事业管理体制概述	11
第二节 我国文化管理体制存在的问题	11
第三节 我国文化事业管理体制改革的内容及方向	14
第三章 文化政策与法律	19
第一节 文化政策概述	19
第二节 文化政策过程	21
第三节 我国当前的文化政策	24
第四节 文化事业法律制度概述	31
第五节 我国现行文化事业法律制度	34
第四章 文化组织	41
第一节 文化行政组织	41
第二节 文化产业组织	47
第三节 文化事业组织	50
第四节 群众文化组织	53

第五章 文化市场管理	59
第一节 文化市场概述	59
第二节 文化市场分类	62
第三节 文化市场规范	67
第四节 文化市场管理手段及内容	74
第六章 文化产业管理	79
第一节 文化产业概述	79
第二节 文化产业管理概述	84
第三节 我国文化产业的政策取向与发展路径	91
第七章 公共文化服务体系建设	93
第一节 公共文化服务体系概述	93
第二节 公共文化服务体系的内容	95
第三节 公共文化服务体系的创新	97
第八章 农村文化事业管理	101
第一节 农村文化事业管理概述	101
第二节 我国农村文化事业管理的现状与存在的问题	105
第三节 加强我国农村文化建设与管理	107
第九章 城市文化事业管理	111
第一节 城市文化概述	111
第二节 我国城市文化建设中存在的问题	118
第三节 完善我国城市文化建设的措施	120
第十章 社区文化事业管理	124
第一节 社区文化概述	124
第二节 社区文化的类型与功能	127
第三节 社区文化事业的建设与管理	128

教育事业管理篇

第十一章 教育事业管理概述	133
第一节 教育管理与教育管理学	133
第二节 教育管理过程与内容	136
第三节 教育管理的基本方法	143
第十二章 教育管理体制	146
第一节 教育行政管理体制的性质	146
第二节 我国现行的教育行政管理体制	149
第三节 我国教育管理体制的职能转变	154
第四节 教育行政组织的变革	156
第十三章 教育政策与法律	159
第一节 教育政策概述	159
第二节 教育法与教育行政	163
第三节 教育法的制定与实施	166
第四节 教育改革、发展与教育法规建设	169
第十四章 教育领导与决策	173
第一节 教育领导	173
第二节 教育领导者	175
第三节 教育决策	181
第四节 决策技术	183
第十五章 教育规划与教育计划	194
第一节 教育规划	194
第二节 教育计划及其编制过程	198
第三节 教育计划制订的技术与工具	201
第十六章 教育督导	207
第一节 教育督导概述	207



第二节 教育督导的基本职能与意义	213
第三节 教育督导机构与人员	215
第四节 教育督导过程	218
第十七章 教育评价	223
第一节 教育评价概述	223
第二节 教育评价的种类与内容	227
第三节 教育评价的主体与程序方法	230
第十八章 教育经费与教育财政	234
第一节 教育经费与教育财政概述	234
第二节 教育经费的筹措、分配和管理	237
第三节 教育财政体制改革	243
第十九章 教育人事管理	249
第一节 教育行政机关工作人员	249
第二节 教师的招聘	250
第三节 教师培训	252
第四节 教师考核与薪酬	254
第二十章 学校质量管理	259
第一节 学校工作质量管理概述	259
第二节 学校的全面质量管理	261
第三节 学校工作的质量评价	264
第四节 学校工作的质量控制	266
第二十一章 学校公共关系管理	269
第一节 学校公共关系及其管理	269
第二节 学校公共关系管理过程	271
第三节 学校公共关系管理对象	273
参考文献	283



文化事业管理篇

第一章 文化事业管理概述

第一节 文化事业的含义

发展文化事业,是人类文明进步的共同要求,也是中国特色社会主义建设事业的重要内容。全面建成小康社会,离不开文化事业的发展,应对外来文化的冲击也呼唤着加快我国文化事业的发展。若要正确理解文化事业以及文化事业与文化产业的区别与联系,明确文化事业的发展方向,必须正确理解文化产品与文化服务的类型与属性。

一、文化产品与文化服务的类型和属性

所谓文化产品与文化服务,是一种以提升人们精神生活为目的的特殊产品,包括精神和物质两种形态,是以文化为实体,按照一定的标准生产、再生产、储存、分配并且耗费一定成本的物品或服务。

1. 文化产品的类型与供给方式

文化产品按照公共性的不同又可以分为纯公共物品、准公共物品和私人物品。“公共物品”一词最先见于西方经济学论著。萨缪尔森认为,公共物品有如下两个特征:①非排他性,即不能把未满足公共物品供给者提出的条件的潜在使用者排除在使用者的范围之外;②非竞争性,即一个人对公共物品的消费不会导致其他人消费公共物品数量减少和质量的降低。在现代社会中,各种类型的文化产品和文化服务共同存在。既有纯公共物品性质的

文化产品(如文化基础设施建设),又有准公共物品性质的文化产品(如新闻、出版等),也有私人物品性质的文化产品(如游乐场、电影等娱乐类文化产品)。不同类型的文化产品和服务的提供方式不同。私人文化产品可通过竞争市场予以提供,而公共文化产品和准公共文化产品则需通过政府或由政府主导的机制提供。

2. 文化产品与文化服务的双重属性

在社会主义市场经济下,文化产品一旦进入市场,就以一种特殊的功能在市场上运转流通,这个特殊的功能表现为产品的二重属性,一个是商品属性,另一个是社会属性。伴随着我国改革开放和市场经济的发展,文化市场迅速崛起,使文化商品和服务在市场经济中日益活跃,这种产生经济效益并满足公众娱乐消遣的文化产品的属性为商品属性。然而,任何精神文化产品反映出的思想性、艺术性、审美性,即精神价值,都具有社会导向功能,带有明显的意识形态特征,体现一定的社会效益,此为文化产品的社会属性。文化产品与服务的商品属性受市场经济的调控,而社会属性则由社会主义价值观念引领。

现实中,精神文化生产的经济效益与社会效益存在着相互矛盾和排斥的一面,面对这种对立关系,我们必须把社会效益放在第一位,强调其社会属性,即文化生产本身的质的规定。文化产品和服务在双重属性的制约下,除了满足人们文化娱乐的消费需求,为经济社会发展增加物质财富,更重要的是担当塑造公民人格品质,提高国民整体素质,促进人与社会全面发展的重任。因此,我们提出,文化产品的本质属性是其意识形态属性,是其社会属性。我们要强调文化产品与服务的社会属性,“要坚持把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益的统一”,这不仅是中国特色社会主义的本质体现和价值要求,也是文化意识形态规律合乎人类社会逻辑发展的一种必然选择。

强调文化产品的社会属性,坚持把社会效益放在首位,并不意味着否认文化产品的经济效益和商品属性。我们要克服旧体制单纯、片面地讲究社会政治效益而忽视价值规律在文化生产活动中作用的弊端。不能一讲社会效益,就连必要的经济效益也不要。不仅如此,还要通过必要的文化经济政策来调节文化产品的生产,维护和保障文化产品正当的、合法的经济权益。

二、文化事业的定义

在中国,文化事业具有两层含义:其一,指文化事业单位组织;其二,指文化事业单位

提供的文化服务与文化产品。二者相辅相成,构成了文化事业内容和形态的关系。所谓文化事业,是指人们在文化艺术、新闻出版和广播影视等领域从事的具有一定目标、规模并对社会发展有重要影响的经常性活动。文化事业不仅包括有关这些领域的思想理论、价值准则、精神形态等主观内容,还包括这些内容的载体、传播方式、文化设施和文化组织机构与管理体制等客观因素。广义的文化事业既包括文化产业,又包括无法进行产业化运作的公益性文化事业。公益性文化事业,以人人享有基本的公共文化产品和服务为主要目标,服务于人的全面发展,促进政治、经济、文化的协调一致和社会的进步。与公益性文化事业相对的文化产业主要指经营性文化产业,发展文化产业是为了实现文化的经济价值,满足人们日益多样化的文化消费需求。

三、文化事业的特征

1. 公共性

文化事业最大的特点就在于它的公共性。从公共文化事业的主体看,事业单位的公益性主要指单位的资产由社会共同拥有、产品及服务全社会共享共用。从公共文化产品和服务看,产品及服务的公益性指事业单位提供的服务和产品以教育、科技、文化、卫生为主要活动领域,着眼于公共效益和公众利益,而非针对个人或特定群体提供的个性化服务和产品,在允许的范围内,人们对这些公益性产品和服务的消费具有非竞争性和非排他性,即每个人都可以免费和同等享用这些产品和服务;从社会发展看,在社会转轨和经济转型的背景下,通常用公共产品和公共服务来体现文化事业的发展水平,从而衡量一个国家社会文明进步的程度,反映公共文化服务体系的健全度。

2. 均等性

均等性主要体现在三个方面:首先,社会大众享受基本公共文化服务的机会均等;其次,社会成员人人享有基本相等的公共文化产品和公共文化服务;最后,逐步实现基本公共文化服务均等化。

3. 超前性

文化事业具有见效慢、发展周期长的特点,需要预先发展,否则将严重影响社会的整体进步。

4. 多样性

文化多样性是人类历史上普遍恒久的特征。任何一种文化,只有在它能够与其他文化相区别时才能被辨识,也才能有现实的存在。一方面,基于不同的自然环境和历史条件,文化的起源和演化不可能是同一的;另一方面,人类需要结构的差异性和欲望理想的丰富性,也只能由文化的多样性来表达和满足。

四、发展文化事业的意义

1. 促进人的全面发展的基本途径

繁荣发展文化事业,是培育现代社会合格公民,促进人的全面发展的保障。人人享有公共文化服务,这不仅是国家公共建设的任务,也是公民的基本权利。我国实行支持文化事业发展的政策,增加对公益文化的投入,重视发展哲学、社会科学、文学艺术、新闻出版、广播影视等各项事业,特别强调要加强图书馆、博物馆、文化馆、科技馆和青少年活动场所等文化设施的建设,其目的就是为了提高全社会的文化生活质量,满足人民群众日益增长的精神文化需求,使全体公民都享有公共文化服务,提高全民文化素质,培养合格公民。丰富健康的文化生活是衡量人民生活质量高低的重要标志。繁荣发展文化艺术事业,对建设社会主义精神文明,提高国民素质,培养合格公民,促进人的全面发展和社会全面进步具有重要意义。

2. 提高我国综合国力的重要手段

繁荣发展文化事业,不断提高全民族的文化素质,是提高我国综合国力的重要手段。文化是民族的灵魂,是凝聚与激励全国各族人民的重要力量,是一国综合国力的重要组成部分。渊源于五千年历史、植根于当代伟大实践的中国特色社会主义文化,是全社会形成共同理想的强大精神动力,是激励各族人民建设富强、民主、文明、和谐的伟大国家,实现中华民族伟大复兴的强大凝聚力。要在新世纪实现中华民族的伟大复兴,就必须努力发展面向现代化、面向世界的、面向未来的,民族的、科学的、大众的社会主义文化事业。

3. 文化继承与创新的有力保障

坚持社会主义先进文化前进方向,兴起社会主义文化建设新高潮,激发全民族文化创造活力,提高国家文化软实力,使人民基本文化权益得到更好的保障,使社会文化生活更加丰富多彩,使人民精神风貌更加昂扬向上,需要我们处理好继承和创新的关系。继承是为

创新而存在的,继承是手段,创新才是目的,发展文化事业是继承与创新的重要保障。我们要继承和发扬中华民族优良的文化传统,吸收和借鉴世界各国的优秀文化成果,依靠广大文艺工作者和各方面的专家学者,在社会主义现代化建设的伟大实践中,创造出无愧于先人和后人的属于我们这个时代的科学的、民族的、大众的新文化,从而实现中华文化和中华民族的伟大复兴。

第二节 文化事业管理的含义及内容

一、文化事业管理的内涵

文化事业管理是各级政府及其文化行政部门和各种文化企事业单位对各项文化事业和具体文化活动的规划、组织、协调和监督,包括宏观文化行政和微观文化管理两个层面。在宏观层面上表现为各级政府及其文化行政部门以文化法律和法规为基本依据,以整个国家的文化事业为管理对象,对有关文化行政系统和文化企事业单位的事务进行调控、组织和协调的行政行为。

文化企事业单位对自身文化经济活动的管理是文化事业管理的微观层面,其管理内容主要涉及企事业单位的管理制度、管理机构、人员安排、运行机制和对具体文化活动的组织与协调等。其目的是在各种约束条件下,最有效地利用各种资源,实现文化企事业单位的既定目标。

总之,文化事业管理是各级政府及其文化行政部门和各种文化企事业单位对文化领域的各种社会活动,包括文化设施建设、文化人才培养、文艺创作活动、文化交流、文化产品生产与流通、文化消费等的管理。

二、文化事业管理的基本内容

文化事业管理内容繁多,涉及面广。从工作对象来看,可分为艺术管理,图书文献管理,新闻出版管理,文物管理,音像品管理,广播、电视、电影事业管理等;从管理范围来看,可分为农村文化管理、城市文化管理、社区文化管理等;从工作性质来看,可分为人事管理、经营管理、市场管理、安全管理等。从政府管理职责的角度,我们将文化事业管理的基本内

容概括为以下几个方面。

1. 构建公共文化服务体系

公共文化服务体系是指与中国特色社会主义事业和全面建成小康社会的历史进程相适应,按照结构合理、发展均衡、网络健全、运行有效、惠及全民的原则,以政府为主导,以公益性文化单位为骨干,鼓励全社会积极参与,努力建设以公共文化产品生产供给、网络设施、资金人才、技术保障、组织支撑和运行评估为基本框架的制度和系统的总称。

2. 完善文化法规体系,制定文化发展战略与规划

为文化事业发展提供良好的制度环境是文化事业管理的一项重要内容。依法治国是我国政府运作与管理方式的基本走向,而目前我国文化领域的立法却不完善,因此,加强文化领域的立法显得极为紧迫。

制定文化发展战略是文化事业管理的一项重要任务。文化发展战略是一定时期为实现国家、社会总体目标而制定的文化发展整体计划。其内容包括文化发展的目标、重点、发展阶段、投资数量和方式,以及文化创造和生产的组织方式、布局安排等。制定文化发展战略与规划旨在使文化事业随着政治、经济等社会事业的发展而获得协调发展,使文化事业能适应这种发展并不断促进社会的进步。

3. 优化文化资源配置,推动文化产业壮大

文化资源是人们从事文化生产或文化活动时所利用或可资利用的资源。在市场经济条件下,文化资源通过市场机制进行的流通和传播,是将文化资源转化为文化产业的根本途径,最能实现文化资源的经济价值。同时也需要政府在研究分析各地文化资源分布、配置情况的基础上,积极利用经济政策手段控制文化资源的流向,引导社会投入,加大文化产业开发力度,优化文化产业结构。

4. 管理文化市场

文化产品与文化服务一旦以商品的形式进入流通领域,就构成了文化市场。文化市场是推动文化事业全面发展的重要力量,它一般由出版市场、文化娱乐市场、文艺演出市场、文化交流市场、文物市场和文化艺术培训市场等几大类别构成。文化市场的管理主要包括以下内容:制定文化市场管理规范;管理文化市场经营者,包括对进入文化市场的经营者和服务者的资格审查,规范文化市场经营者的行为,培育、支持或扶持文化市场经营者;对文化产品本身进行管理,包括对文化产品是否具有商品资格进行鉴别,对文化产品内容是否

符合有关法律法规进行审查;文化产品价格管理,包括对文化产品和服务的收费标准进行检查,对实行指导价的文化产品进行管理,对一些文化产品实施特殊的税收与价格政策。

5. 引导文化消费

文化消费是人们为满足精神文化生活需要所进行的消费活动。政府的积极倡导对人们的消费选择有很大影响。政府不但要维护文化消费者的合法权益,还要通过加强文化消费领域的管理和引导,使人们能自觉选择健康的消费品和消费服务,使这种积极向上的文化消费在促进公民自我发展的同时,能够推动精神文明建设的健康发展和社会文化水平的全面提高。

6. 开展对外文化交流,维护国家文化安全

文化是国际交流的重要渠道,是增进各国之间相互了解和友谊的重要手段。开展对外文化交流是文化事业管理的另一项重要职责。文化的对外开放与交流也引发了国家文化安全问题。经济全球化背景下的文明冲突会给国家造成文化认同危机甚至国家危机,所以,维护国家文化安全是一国政府在开展对外文化活动中的一项重要责任。

7. 培养高素质的文化工作者队伍

培养高素质的文化工作者,保证文艺队伍的团结与稳定是繁荣发展我国文化事业的重要保证。促进团结与稳定,必须大力倡导尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造,努力营造一种能够充分调动文艺人才积极性、创造性的良好氛围。促进团结与稳定,就必须切实抓好人才队伍建设,大力实施“人才兴文”战略,逐步建立合理的人才队伍结构,培养和造就一支高素质的文化工作者队伍。要通过制定切实可行的政策措施,为各类人才创造施展才华的良好环境。

第三节 文化事业管理的基本原则及方法

一、文化事业管理的基本原则

1. 把握先进文化前进的方向

- (1) 维护马克思主义的指导地位;
- (2) 从整体和长远上把握社会主义初级阶段文化事业管理发展战略和方针政策;

(3) 推动文化思想和观念、内容和形式、体制和机制、方式和方法的创新。

2. 坚持政事分开的原则

一是重新界定、调整、收缩和转换国家的文化事业职能范围,从根本上改变国家包办文化事业的状况;二是实行政事分开,建立与中国社会主义市场经济体制和文化事业自身发展规律相适应的现代文化事业管理体制。

政事分开是推进文化事业管理体制改革的必须坚持的一项原则。其内涵主要包括四个方面:

- (1) 政事职能分开;
- (2) 政事机构编制分开;
- (3) 政事管理方式分开;
- (4) 政事经费分开,事业单位经费自筹,政府不再拨款。

3. 坚持分类管理的原则

分类管理是现阶段我国文化事业管理必须坚持的一项原则。目前我国的文化单位呈现多种形态:从经济性质看,有经营性的企业单位,有非经营性的公益事业单位;从资金来源看,有国家全额拨款单位、差额拨款单位、专项资金资助单位,也有资金完全自筹的国有或民营单位;从产品形式看,有提供实物形态文化用品的单位,也有提供文化服务的单位。对于如此复杂的形态,如果采用同一种方式进行管理显然是不适当的。把文化单位一律当作事业单位管理的方式已难以为继。分类管理,就要分清不同类型文化单位的性质和特点,针对不同的性质和特点,制定具体的管理措施。

二、文化事业管理的方法

目前,我国文化事业管理的基本方法可以概括为行政方法、经济方法和法律方法三种。

1. 行政方法

行政方法主要指依照行政命令,用国家机关制定的方针、政策、指示、规定等指令性方式管理文化事业,按照行政系统自上而下地直接组织指挥管理对象,使文化生产经营活动顺利进行。

文化事业管理行政方法的作用主要体现为制定文化发展规划。在规划的制约下,集中国家财力、物力,建设那些大型的、起骨干作用的公益文化设施,是个体和集体经济力量一

般达不到的。通过规划、法规,合理布局,统一建设,避免产生盲目性和不必要的浪费。

行政方法具有权威性、直接性和明确性的特点。

行政方法的优点:一是运用行政方法贯彻党和国家的方针政策,有利于保证文化事业发展的社会主义方向,维护国家和人民的根本利益;二是有利于合理地引导和调控文化生产的方向、文化产品的品种、文化市场的布局以及文化消费的指向等;三是有利于文化与经济的协调发展;四是促进文化事业管理工作的规范化。

行政方法的局限性:过多地采用这种方法,容易造成权力过分集中,文化行政部门管得过多、卡得过死,导致政企不分、政事不分,文化机构臃肿,办事效率低下。

2. 经济方法

经济方法是政府在宏观调控中常用的手段。经济方法在管理国家文化事业中也是最常见的重要手段。文化事业管理的经济方法,就是运用投资、税收、价格、利润、工资、奖金等经济杠杆,按照文化生产经营规律和经济规律的要求,对文化生产经营活动进行管理的方法。这种方法是物质利益作为动力,经济方法主要有四种手段。一是政府拨款,即政府直接投入;二是税收,可以视为政府的间接投入,实行正确的税收优惠政策,对调控文化产品的生产、流通、分配、消费,促进文化事业的繁荣有着积极意义;三是利息,作为一种辅助手段,可以通过银行的贷款利率,调控文化产业;四是引导和鼓励社会投入,在鼓励社会资本投入文化建设方面,我们还需要进一步加强和完善。

3. 法律方法

法律方法是文化事业管理的一种基本方法,即对文化生产中带有规律性的原则、制度和办法,用国家法律、法令、条例的形式固定下来。政府在宏观调控中对法律手段的运用,主要是通过执行国家权力机关颁布的法律,以及制定和执行行政法规来调整文化关系,保护文化发展环境,引导文化事业的发展。法律手段的特点首先是具有平等性、普遍性和适用性,其次是具有强制性。法律手段的这些特点,保证了政府管理的宏观性和控制力度。

在政府文化管理职能发展变化后,文化管理方式应当尽快完成由指令到指导、由直接到间接、由单一到多样的转变。

本章小结

所谓文化产品与文化服务,是一种以提升人们精神生活为目的的特殊产品,包括精神