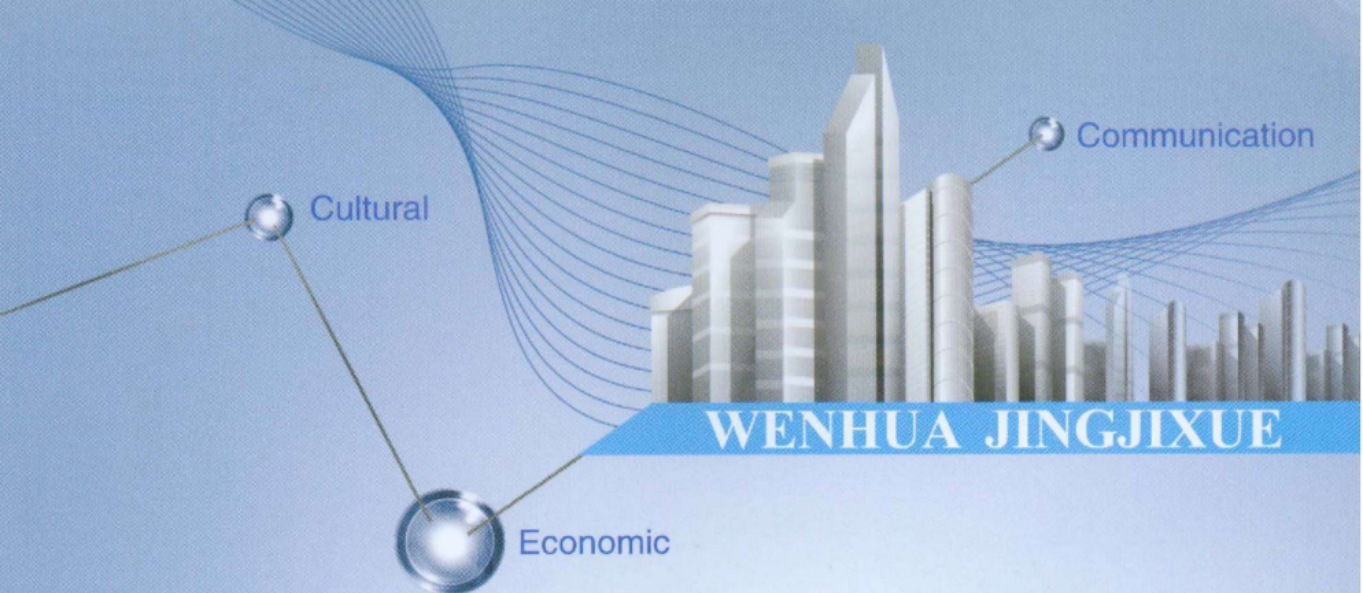




WENHUA JINGJIXUE

文化经济学

主 编 陈元刚 孙 平 刘 燕



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>

内容提要

文化消费总量和质量的提升,加快文化产业大发展,将助推中国消费结构和经济结构转型升级。扩大文化消费基于供给经济学理论,从文化产品和服务供给端入手,以改善供给,来满足文化需求,刺激文化消费,从而推动文化消费需求稳步增长。本书从经济学视角进行写作,内容包括:导论、文化及文化生产、文化资源与文化产品、文化消费与文化商品、文化需求与文化供给、文化商品的价格、文化市场、文化产业、文化资本与文化投资、文化经济效益与经济核算、文化经济管理与文化产业政策 11 章内容。本研究将帮助人们增加文化经济学基本理论知识,把握文化经济发展规律,提高文化事业决策和经营管理水平。

图书在版编目(CIP)数据

文化经济学/陈元刚,孙平,刘燕主编. —重庆:重庆大学出版社,2017. 1

ISBN 978-7-5624-9914-5

I. ①文… II. ①陈…②孙…③刘… III. ①文化经济学
IV. ①G05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 134484 号

文化经济学

主 编 陈元刚 孙 平 刘 燕
责任编辑:沈 静 版式设计:沈 静
责任校对:邹 冠 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行
出版人:易树平
社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号
邮编:401331
电话:(023) 88617190 88617185(中小学)
传真:(023) 88617186 88617166
网址:<http://www.cqup.com.cn>
邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)
全国新华书店经销
万州日报印刷厂印刷

*

开本:720mm×1020mm 1/16 印张:12.5 字数:205 千
2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-5624-9914-5 定价:29.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

在 21 世纪,人类文明前沿已经进入知识社会,知识社会的物质生活已经极大丰富,文化生活逐步成为社会大众的主要追求,文化产业成为国民经济的战略产业,文化经济成为国民经济的主导经济。

文化经济学是一门新兴的边缘性经济学科,也是一门应用型经济学科。2009 年出版的《辞海》对文化经济学的解释是:“研究文化的生产、交换、分配和消费各领域的运行机制及其发展规律的学科……主要研究内容包括:文化商品、文化资源和文化产业、文化生产和劳动报酬、文化需求和供给、文化市场、文化商品价格、文化经济效益与经济核算、文化消费、文化投资、文化经济政策、文化经济管理体制等。”

文化经济学在其发展进程中,实际上形成了边界清晰的两门学科方向——以文化艺术产业、文化商品和文化市场为研究对象的“狭义文化经济学”和以文化与经济发展之间的关系为研究对象的“广义文化经济学”,这两种不同演进路径的文化经济学,在方法论和理论体系上有着明显的区别。狭义的文化经济学实际上是文化产业、文化产品和文化市场的经济学分析,“方法论上的个人主义”仍然是其突出特征。广义的文化经济学则探讨文化对经济思想、经济行为以及经济绩效的影响模式、影响渠道和影响效应,文化因素被当作影响经济系统运行的重要变量。狭义的文化经济学的发展方向已从原来的理论研究、经验研究转向政策研究,而广义的文化经济学则出现了在理论框架上与新制度经济学相互融合的趋势。

随着国家经济的发展,人们对于文化消费的需求也会伴随

着收入水平的提高而不断增加。国际经验表明:当一个国家人均 GDP 达到 3 000 美元时,该国的文化产业和文化消费就会快速发展。当人均 GDP 达到 5 000 美元时,文化产业和文化消费就会出现井喷式增长。2012 年,我国人均 GDP 达到了 6 100 美元,已经进入文化产业和文化消费的快速发展时期。在此时期,扩大文化消费,对改善人民群众文化精神生活意义重大。党的十八届三中全会指出,要“建立健全现代文化市场体系”。从经济学的视角来看,建立健全现代文化市场体系的一个重要内容,就是要满足人民群众日益增长的文化需求,而文化需求的满足将最终体现在文化消费方面。因此,扩大文化消费就成为社会主义文化建设的必然要求和重要任务。

在国际金融危机的宏观背景下,外需持续疲软的态势短期内难以改变,扩大内需既是中国经济持续健康发展的根本动力,又是加快推动我国经济发展方式转变的迫切要求和基本保证。实现国民经济可持续发展,避免出现经济周期的过度波动,必须更多地依靠内需拉动。从消费结构演变的规律来看,随着我国经济持续发展,国民收入稳步提高,消费结构升级趋势明显:居民衣食住行等基本日常生活消费已趋于饱和,更高层次的文化消费在内需中的地位将不断提升。目前,我国城乡居民在文化消费上的支出占总消费支出的比重正在逐年增大,扩大文化消费将成为促进内需的重要突破点。而扩大文化消费,加快发展文化产业,不仅可以推动中国经济转型升级,而且能够有效地增加就业,为提升内需提供有力支撑。

虽然我国文化消费潜力巨大,但目前文化消费总量和结构都还不尽如人意,原因在于文化消费的两端不匹配,即文化供给和文化需求不匹配。供需不匹配主要是因为文化供给远远落后于文化需求,主要表现为文化供给规模和结构不合理、产品和服务创新性不足,不能满足动态变化的居民文化消费需求。因此,扩大文化消费应该基于供给经济学的理论框架,从文化产品和服务的供给端入手,以改善供给来满足文化需求、引导文化需求、增加文化需求,从而扩大文化消费。

从加快发展我国文化产业的角度出发,加强文化经济学理论研究的意义主要有以下几方面:

有助于更加深入和全面地研究文化产业,促进文化产业又好又快发展,从而不断增强我国的综合国力和国际竞争力。当今世界,各国在不断壮大经济实力、科技实力和国防实力等硬实力的同时,都在努力增强文化软实力,其中一个重要方面就是发展文化产业。例如,美国有 1/4 的 GDP 是文化产业创造出来的,文

文化产业出口额在其外贸出口中居首位;日本文化产业的产值已超过汽车工业,占GDP的1/5。改革开放以来,我国文化产业如影视业、音像业、文化娱乐业、文艺演出业、文化旅游业、新闻出版业等发展较快,取得了很大成绩,但与发达国家相比还存在较大差距。我国文化产业总体规模不大,水平不高,对国民经济的贡献和影响力较小,与人民群众的新期待和国际竞争的新要求还不相适应。因此,近年来,中央高度重视发展文化产业。

有助于增加政府主管部门人员和文化产业从业人员的文化经济学理论知识,使其能准确把握文化经济发展规律,提高文化企业经营管理水平,从而减少或避免由于知识欠缺而导致的决策失误。文化产业要实现又好又快发展,离不开一支既懂文化发展规律又懂文化经济与市场经济规律,并善于经营管理文化企业的高素质人才队伍。我国文化产业总体实力与发达国家存在较大差距的原因是多方面的,如缺乏高素质人才就是一个重要方面。重视文化经济学理论的学习和研究,是提高文化主管部门人员和文化产业从业人员素质的必由之路。

有助于丰富我国高等学校文化产业管理专业的教学内容,改善学生的知识结构,从而培养出更多适应文化产业发展需要的人才。目前,我国有近百所高校设置了文化产业管理专业。要把这个专业办好,不断提高教学水平和质量,就必须加强文化经济学理论研究,使相关教师和学生具备扎实的理论基础、宽广的学科视野,更好地适应文化产业的快速发展变化,成为高素质、创新型人才。

因此,本书围绕上述写作目标,展开了对文化经济学的讨论,本书共分为11章,内容主要包括:导论、文化及文化生产、文化资源与文化产品、文化消费与文化商品、文化需求与文化供给、文化商品的价格、文化市场、文化产业、文化资本与文化投资、文化经济效益与经济核算、文化经济管理与文化产业政策等内容。

本书是重庆理工大学和重庆师范大学有关老师合作完成的成果。由陈元刚、孙平、刘燕担任主编,参加编写的有陈元刚、唐春花(第1章和第2章),孙平(第3章),黄万才(第4章),王全意(第5章),霍灵知(第6章),卓丽霞(第7章),刘燕(第8章和第10章),秦雷(第9章),李凌(第11章),最后由主编统稿。

2016年9月

第1章 导 论	1
1.1 文化与经济的关系	1
1.2 文化经济学研究的对象、目的和方法	6
1.3 文化经济学与相关学科的关系	8
第2章 文化及文化生产	11
2.1 文化及文化产品的种类	12
2.2 文化生产的形态	15
2.3 文化生产的特点及阶段	18
2.4 文化产品的管理	20
第3章 文化资源与文化产品	24
3.1 文化资源的存在形式	24
3.2 文化资源与文化产品的关系及开发	27
第4章 文化消费与文化商品	35
4.1 文化消费的意义	35
4.2 文化消费的类型	39
4.3 我国文化消费现状及问题	44
4.4 发展我国文化消费的措施	48
4.5 文化商品的价值与文化消费扩大	52
4.6 我国文化消费市场的发展	55

第5章 文化需求与文化供给	60
5.1 文化需求及其特征	60
5.2 文化供给及其特征	65
5.3 文化供需均衡、失衡及其调节	68
第6章 文化商品的价格	73
6.1 文化商品的价值和价格构成	73
6.2 文化商品的价格和价格体系	85
6.3 文化商品价格的制定	98
6.4 文化商品的定价目标和策略	106
第7章 文化市场	110
7.1 文化市场的划分和基本特征	111
7.2 文化市场体系及文化市场类型	113
7.3 文化市场交易及规则	116
第8章 文化产业	121
8.1 文化产业的定义及种类	122
8.2 文化产业组织结构	125
8.3 文化创新与产业增长	129
第9章 文化资本与文化投资	134
9.1 文化资本	134
9.2 文化投资的定义、性质和特点	143
9.3 文化投资的分类	149
第10章 文化经济效益与经济核算	152
10.1 文化经济效益	152
10.2 文化经济效益的经济核算	156

第 11 章 文化经济管理与文化产业政策	161
11.1 我国文化经济管理体制	161
11.2 文化产业政策	166
11.3 公共支持与捐赠	172
11.4 税收让与	177
参考文献	182

第1章 导 论

文化活动属于非物质生产领域,文化是对人类生存和发展的基本内涵进行表现和描述。纵观人类社会发展的历史,人类社会的一切现象都可以被视为文化现象。从社会发展的深层次看,文化是最能反映社会经济发展的综合性尺度,经济发展的整个过程始终反映并体现着特定文化的基本特性;从本原来看,经济基础是文化的基础;从发展角度看,文化则是决定和影响经济发展的根本因素。“文化经济学”的命题正是基于这一思路引发的。

1.1 文化与经济的关系

1.1.1 文化的定义

文化是人类发展进化过程中逐步掌握的能改善人类生活的知识、能力、习惯的总称。它分为两个方面:一是物质文化,它是人类创造的种种物质文明,是一种可见的显性文化,如种植技术、手工艺技术、工业技术等;二是精神文化,属于不可见的隐性文化,如文学、绘画、哲学、音乐等。

对文化的概念进行界定,是一个非常复杂的理论与实践问题。据有关资料统计,到目前为止,关于文化的定义已经超过 250 种,每一种观点都是从不同的角度、不同的层次或不同的范围进行分析界定的。就所有观点而言,大体可以归纳为两种比较成熟的观点。其一为广义的文化概念,认为文化是人类创造的一切物质文明和精神文明的总和,是人类自身的一切延伸,把文化看成无所不包的东西;其二为狭义的文化概念,认为文化是指人类的精神活动产物及其延续与发展。

文化是从人脱离自然界,人摆脱其动物本性而独立为人类的角度所观察到的社会。从这个意义上讲,一切社会的财物、知识、人类组织都是人类文化的产物,都是文化的因素。从人与自然的关系看,人类对自然物的改造,留下人类行为痕迹的自然物,都是人独立于自然的标志,所以都是文化的要素。所谓物质文化也就是在这个意义上说的。从人与人的关系来看,人独立于自然界,脱离其动物本性的过程又是与人类具有共同行为规范和方式密不可分的,所以文化为人类的各种行为和习性的总和。

1.1.2 经济的定义

经济指的是整个社会的物质资料的生产和再生产,是指社会物质生产、流通、交换等活动。经济是人类社会的物质基础,与政治是人类社会的上层建筑一样,是构建人类社会并维系人类社会运行的必要条件。社会一切行为都离不开人类劳动和资源的耗费,所以一切社会行为都是经济因素。

1.1.3 文化与经济的关系

人类社会是一个极为复杂的综合体。当我们从政治角度观察社会时,整个社会关系都带上了政治色彩,表现为政治关系的总和。当我们从经济角度观察社会时,整个社会又都无不是经济因素。当我们从文化角度观察社会时,整个社会都是人类文化的产物。任何社会实体都可以从政治、经济和文化3个方面进行观察和分析,可以说政治、经济和文化是确定一个社会的三把尺度,如果把他们连接起来构成一个三维坐标,那么由此就可以提出“社会空间”的概念。到目前为止,任何社会实体都存在于由政治、经济和文化所构成的三维社会空间中。不同社会,由于政治、经济和文化发达的程度不同,所占据的社会空间也不同。社会实体所占据的社会空间的大小,为比较不同社会的发达程度提供了综合性的量的指标。当然这需要对政治、经济和文化坐标的质与量的规定性作进一步的探究。

政治,我们把它广义地理解为社会内部强制的组织和权力关系的总和。在阶级对立的社会里,这种强制的组织和权力关系主要表现为社会各阶级间统治和被统治的斗争。由于社会强制的组织和权力关系渗透到社会的每一个角落,因此我们说从政治角度观察,社会表现为一个极为复杂庞大的政治网络,法律、军事、政权、民主等都只是政治实现的方式或手段而已。

经济是从人类劳动的耗费和再产、自然资源的有效使用和配置的角度所观察到的社会。经济活动是人类财富的生产、交换和消费行为的总和。社会一切

行为都离不开人类劳动和资源的耗费,所以一切社会行为都是经济因素。与人类相联系的自然环境是经济因素,人类的生产力是经济因素,人们的生产关系是经济的核心因素,为人类生产服务的一切科技、教育、管理、艺术表演经济因素,消耗人类财富的政治斗争,战争也是经济因素。

文化是从人脱离自然界,人摆脱其动物本性而独立为人类的角度所观察到的社会。从这个意义上讲,一切社会的财物、知识、人类组织都是人类文化的产物,都是文化的因素。从人与自然的关系看,人类对自然物的改造,留下人类行为痕迹的自然物,都是人独立于自然的标志,所以都是文化的要素。所谓物质文化也就是在这个意义上说的。从人与人的关系来看,人独立于自然界,脱离其动物本性的过程,又是与人类具有共同行为规范和方式密不可分的,所以有人定义文化为人类的各种行为和习性的总和。从人对自然和社会的认识关系来看,人脱离自然又适从这种认识,并与此成正比,所以又有人把文化定义为人们对共同理想的追求。如果从人离开自然界过程的形式方面看,那么人的这种活动总要采取一定的方式,这样文化也可定义为方式。总之,我们把文化看作人脱离自然界和摆脱人的动物本性而独立于人类的历史过程。把文化定义为人类通过摆脱人的动物本性的历史过程,而达到的一种脱离自然界的独立状态,这样既不与绝大多数的文化定义相左,又可以容纳他们。这样,凡是在这个历史过程中产生的并起到一定历史进步作用因素的都是文化的要素,反之则不是。各种文化要素以特定的结构联系起来,形成一个时代或一个社会的文化整体。每个时代和每个社会的人们都依据特定的文化整体而独立于自然,确立起自身的社会存在。任何文化要素,只有处在文化整体中,才是文化要素,才发挥着特定的文化要素的功能,独立出来,割裂开来就不再是文化了。如一款服装,一类建筑,只有在一定的社会中,与其他文化要素联系起来考察,才代表一种文化,表现一定的文化模式。孤立来看,服装就是服装本身,建筑就是建筑本身,除此以外什么也不是。这是由文化的整体性和系统性所决定的。

以上我们极其简略地叙述了社会空间、社会实体、政治、经济和文化间的关系和各自含义。根据本文主题的需要,我们再来进一步分析经济和文化的辩证关系。为了单独分析经济和文化的关系,我们在社会空间中撇开政治坐标,由文化坐标和经济坐标构成社会空间中的一个经济—文化平面。借助这个经济—文化平面,我们可以比较直观地说明经济和文化的特征和性质。参见图 1.1,经济和文化是同一社会的两种性质,是互相渗透融为一体的两个社会系统,我们无法

在现实社会中划出一条界线,把经济和文化截然分开。现实社会既不存在纯粹的经济活动,也不存在纯粹的文化活动,任何社会事物总是既具有经济性质,又具有文化性质,纯粹的经济和文化只存在于抽象的理论假设和分析中。一切经济领域同时就是文化的表现,一切文化层次都制约着经济运动的各个领域。

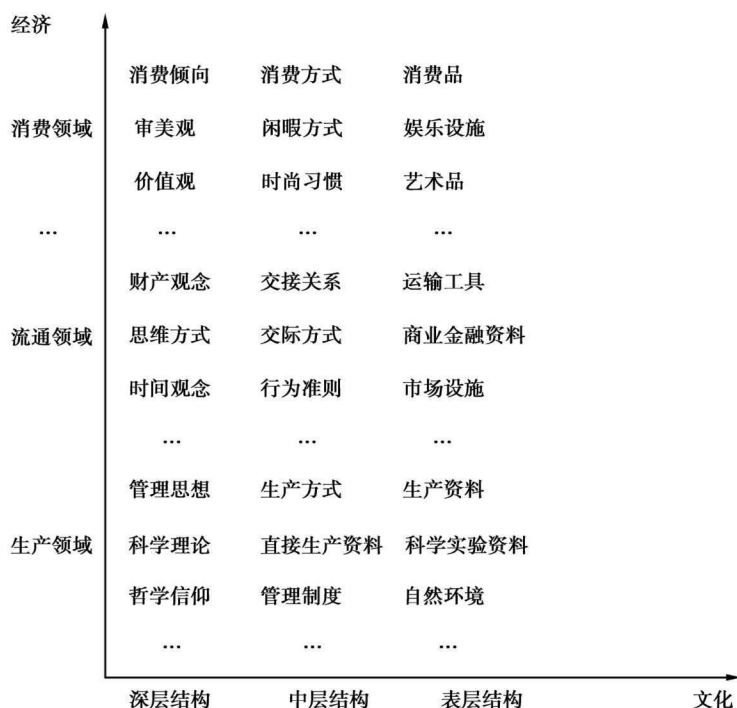


图 1.1 经济和文化的关系平面图

我们把社会经济分为 3 个相对独立的运动领域,生产、流通和消费。任何社会财物总要通过这 3 个领域而完成其经济使命。分配并不单独成为一个经济运动领域。因为在生产领域中就包含着生产资料的分配,并且潜在地决定了消费资料的分配。流通是分配实现的途径,消费领域是分配最后实现的场所。所以,从一定意义上说,分配贯穿于 3 个经济活动领域而不单独构成一个经济运动领域。

文化作为一个系统,我们粗略地把它划分为 3 个层次,表层、中层和深层。文化的表层结构是人类创造和改造过的一切物品的总和。当人们与异文化相接触时,呈现在眼前的首先是文化的表层结构,道路、服装、建筑、食品和生产工具等。文化的中层结构是人们行为方式的总和、各种社会规范的总和、各种社会制度的总和,一句话是人们的社会关系的总和。文化的深层结构是人们的社会意

识的总和,它包括社会心理、价值观念、思维方式、社会观、宇宙观、哲学信仰等。文化的这3个层次各自又可以划分为几个更细的层次,但这就超出了本文所要论述的深度和广度了。文化的3个层次的划分是与文化变迁的规律相一致的。在文化变迁的历史过程中,文化的深层结构表现出巨大的稳定性,文化的表层结构则表现出极为丰富的色彩变换。文化的中层结构则介于两者之间。社会矛盾、社会冲突、社会进步都可以从文化的这3个层次由于变迁速度不一致所产生的矛盾运动中得到很好的历史说明。例如,文化的中层结构包括人们的政治关系和经济关系,这表明文化的中层结构是在政治与经济相互复杂作用中变动的,对一个特定的社会来说往往是政治的变动先于经济关系的变动。首先经济决定政治,从人类历史的总过程来看是完全正确的。但对于一个具体社会的特定时期来说,并不一定如此,这就显示了文化三层次结构划分的合理性。其次,文化的发展也可以用文化的三层次的丰富程度来衡量。一种文化的贫乏相应地就表现为它的三层次内容的单一。同样,经济的发展,也表现在经济的3个领域的丰富程度上。生产资料的简单,流通方式的单一,消费物品的匮乏,都是经济落后的表现。经济和文化越是发达,一个社会实体在社会空间中的经济坐标和文化坐标上所占据的跨度也越大,从而它的社会空间也越大,人的自由活动余地也就越大,人的潜力也就越能发挥无遗,一个社会也就越发达兴旺。需要指出的是,在以上关于经济和文化的示意图中,主要是从总体上表示经济与文化的关系。文化三层次结构中的具体内容与经济的三大运动领域并不都是严格对应的。在文化的表层结构中,我们能够比较准确地区分出经济的三领域,在文化的中层结构中,经济三领域的界限就变得模糊了,如行为准则、经济制度、生产关系等都是三领域同时存在的东西。至于在文化的深层结构中,经济三领域的界限基本消失。因为思维方式、价值观念和审美观等都同时存在于经济的三领域。可见,从文化的表层结构、中层结构到文化的深层结构,经济三大领域的界限越来越模糊并趋于消失。但是这并不妨碍这个示意图的意义,我们通过它主要说明经济的三大领域,从文化角度看,存在表层、中层和深层3个文化层次。一旦我们理解了经济领域的这3个文化层次的运动规律,就不难揭示出当前改革的性质及其在社会文化变革中的地位,我们当前的文化建设如何与当前的改革保持一致,为经济改革的顺利进行提供切实的社会文化保证和强大的社会文化精神上的动力。

1.1.4 文化经济学

文化经济学是一个独立的、涉及面相当广的兼有文化和经济双重特性的领

域,它有着自身的矛盾运动及其发展变化的规律,在自己的活动领域中表现出种种特殊的矛盾性。因此,从这个意义上来说,文化经济学是文化生产活动与经济生产活动相互融合衍生出来的一门边缘学科,是以经济学理论为基础并从根本上把自己同其他经济学分支和文化学分支区别开来的经济分支学科。

经济涉及资源、商品(产品)、价值、价格、供给、需求、消费、市场、成本、效益、资本、投资以及分工、贸易、竞争力等。文化经济学则有文化资源、文化商品(产品)、文化价值、文化供给、文化需求、文化消费、文化市场、文化生产率、文化资本、文化投资以及文化分工、文化贸易,文化竞争力等。另如经济学中的市场是指商品交换的场所,而文化经济学中的市场是以文化商品为经营对象的市场。这两个市场的活动,都要受到价值规律的支配。

从以上罗列对比可以看出,文化经济学作为经济学的一门分支学科,它的概念、范畴和内容应是经济学的拓展和延伸,并以这些基本范畴为核心,再加上其他派生的范畴,一起构成文化经济学的研究内容和理论体系。并且,通过对这一系列范畴的分析,阐明整个文化经济系统的运行机制和发展规律。正如概念、范畴和内容是经济学的拓展和延伸一样,文化经济学也需要吸取经济学科学体系的精华,构建自己的理论体系。同时,要注意经济学研究的是物质生产的一般规律和特点,而文化经济学研究的则是文化生产中的特殊规律和特点:如经济学和文化经济学中研究的“商品”都有价值和使用价值。物质产品本身没有特殊的社会属性和阶级属性,但文化产品一般都有鲜明的社会属性和阶级属性,它是一种特殊的商品。因此,文化经济学没有必要也不应机械地模仿经济学,应根据自身特点以一定的逻辑顺序构建本学科的理论研究体系。

1.2 文化经济学研究的对象、目的和方法

文化经济学是一门用文化视角去研究社会经济发展及其规律的交叉性学科,直到目前这门学科的体系尚在探索之中。从学科属性看,文化经济学具有交叉学科或边缘学科的特征,也可作为大经济学的一个新兴的分支学科,它有自身的研究对象、研究目的和研究方法。

1.2.1 研究对象

文化经济学的研究对象并不是文化本身。任何一门科学,都有它特定的研

究对象,而研究对象又是依据科学研究特殊领域确定的。文化经济学也不例外,它之所以能形成一门独立的科学,就是因为它也有自己特定的研究对象。

文化领域中确保文化事业发展的具体经济活动,是文化经济学的研究对象,因此,文化经济学的研究对象是以文化生产活动为研究对象,是从经济学的角度和视角对文化资源、文化商品、文化商品价格、文化市场、文化投资、文化发展战略和文化经济管理等一系列主要范畴的具体分析,深入研究和探索文化生产、分配、交换和消费过程及其发展规律的科学。因此,作为文化经济学的对象性研究范围,主要是指和文化生产、流通、分配和消费有关的文化活动现象,包括文学艺术、广播电视、图书出版、文化娱乐、文物博物、音像制品、文化旅游,以及与之相适应的设施与组织机构,如艺术表演团体、出版社、影剧院场、影视制作公司、书店、图书馆、美术馆、博物馆等。

文化经济学是以文化生产活动中的微观和宏观经济行为为研究对象,从经济学的角度和视角深入分析和研究文化的生产、流通、分配、消费等环节的运行机制和运动规律。其分析框架应以文化资源配置角度为起点,从微观、中观、宏观乃至全球层面层层展开其研究内容。同时,文化经济学研究应始终注意文化的“经济性”和“文化性”这一对与生俱来的深刻内在矛盾。

1.2.2 研究目的

经济学研究的基本问题是资源的配置,如何最大限度地提供文化及相关产品以及有效地配置文化资源,是文化经济学研究的核心问题。因此,文化经济学研究的目的是从文化资源配置的角度分析,使经济在微观、中观、宏观以至于全球各个层面上得以有效发展。

1.2.3 研究方法

文化经济学的研究方法采用现代经济学的量化研究方法。在方法论上,文化经济学与主流经济学并无二致,方法论上的个人主义仍然是其突出特征。在文化经济学的分析框架中,个人仍是在约束条件下追求效用最大化的理性经纪人,文化因素对经济行为人的影响是外生的,因此文化不作为内生变量出现在理论模型之中。文化经济学运用主流经济学的价格理论、增长理论、周期理论,以及产业经济学、劳动经济学、计量经济学、信息经济学、发展经济学和数理统计学方法等,寻找影响文化发展的因素和数量关系,为我国文化建设提供理论指导和政策建议。

文化产品与普通商品具有相同的特征,都能给消费者带来效用,这些共同性

决定了经济学的研究方法可以用来研究文化现象。文化经济学不同于经济学的原因是文化现象具有特殊性,这些特殊性决定了文化经济学不同于经济学的研究工具。这些研究工具有:

1) 成本疾病理论

文化经济学在长达 40 年里,很长一段时间基本停留在对视觉与文字表现艺术的经济问题研究之中,其研究方法沿袭鲍莫尔(Baumol)于 20 世纪 60 年代提出的成本疾病(Cost Disease)理论。成本疾病理论是指现场演出的相对成本增加的现象,这个成本的增长说明了这一艺术形式越来越依赖国家的补贴,当消费品是劳动力本身时就会发生这种现象。

2) 价值理论

文化产品不同于普通商品之处就在于文化商品的价值不同于普通商品,文化产品除了具有普通商品具有的经济价值之外,还具有文化价值,文化产品正是由于具有不容忽视的文化价值才成为文化产品。因此,文化经济学除了要研究文化产品的经济价值之外,还要时刻关注文化产品的文化价值。

3) 文化资本

大多数文化产品的消费都是既满足了当时的消费愿望,又增加了以后理解文化产品的能力,因此,积累了长期消费文化产品的资本。文化产品不仅为人们的消费提供服务,还为人们的生产活动提供服务,所以文化产品和服务具有资本的特性,在讨论文化时必须考虑到文化的这一特征。

4) 文化的持续性

由于文化可以多次被使用,很多文化产品和服务也是不能被重新生产的,因此在考虑文化生产消费活动时,应考虑文化的持续性问题。

1.3 文化经济学与相关学科的关系

任何一种理论都有它的理论基础,都是从一定的理论前提出发,并在此基础上创新发展的。文化经济学是一门建设中的新型交叉性学科,涉及许多科学领

域。深入地研究文化经济学构建的理论基础,以及它与相关学科的关系,是科学地构建文化经济学的重要前提。

1.3.1 文化经济学的理论基础

文化经济学兼有文化科学和经济科学的双重品格,是一门全新的理论科学。社会主义文化经济学,必须以马克思主义的政治经济学和马克思主义的文化理论为指导。文化经济学研究的理论基础是马克思主义关于社会生产力和生产关系理论:关于社会生产和社会文化关系的理论,关于生产劳动的学说和劳动价值学说,关于价值规律和再生产的理论,关于精神生产的发展与物质生产的发展不平衡的理论,关于文化产品具有价值和使用价值的理论和关于文化消费受物质消费制约的理论等。这些都是确定我国文化经济学的研究方向和目标、体系和结构、内容和方法的科学依据和指导思想。

1.3.2 文化经济学与相关学科的关系

文化经济活动是文化活动与经济活动的有机结合。作为综合性的社会活动,它具有政治、经济、文化、审美、娱乐等多种特性。因此,作为一门边缘学科,文化经济学必然要在自己的成长过程中与其他相关学科发生这样或那样的关系。

1) 文化经济学与政治经济学的关系

作为经济活动中最一般的原理、原则和规律的科学概括,政治经济学具有理论基础的指导意义。然而,政治经济学所研究的是国民经济活动中的普遍性原则、一般性规律,其基础的指导性适用于所有的部门经济学。而文化经济学所研究的是文化活动中与经济相关联的特殊矛盾运动的规律性。作为部门经济学,文化经济活动除了受经济活动中一些共同规律的作用之外,还具有其他经济活动所没有的内容、形式和特殊规律性。文化经济学与政治经济学的关系,实际上是个别与一般的关系。文化经济学所研究的是文化领域、文化活动中的经济关系、经济原则和经济规律,是关于文化经济的个别性原理的归纳和总结。因此,在学科体系上,文化经济学必须以自己的理论构建的个性与政治经济学相区别。

2) 文化经济学与文化学的关系

文化学是研究文化现象最一般规律的科学,它是人类文化活动的综合概括,包括文化史学、文化人类学、文化社会学、文化生态学等。文化经济学是文化学的一部分,着重考察和研究文化活动中的经济要素,揭示在市场经济条件下文化