



文化产业研究 战略与对策

熊澄宇 等著



清华大学出版社



文化产业研究 战略与对策

熊澄宇 等 著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书系熊澄宇教授主持的国家哲学社会科学创新基地——清华大学文化产业研究中心的学者们近年来的研究成果。书稿对我国文化产业各个层面的现状、特点及发展趋势从战略和对策的角度作了多方位的阐释及解答,为我国文化产业发展的理论与实践提供了许多新的思路和建议。对文化产业相关的管理者、从业人员和研究者,都将有所助益。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

文化产业研究 战略与对策/熊澄宇等著. —北京:清华大学出版社, 2006. 5
ISBN 7-302-13042-6

I. 文… II. 熊… III. 文化—产业—文集 IV. G114-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 047250 号

出 版 者: 清华大学出版社
<http://www.tup.com.cn>
社 总 机: 010-62770175

地 址: 北京清华大学学研大厦
邮 编: 100084
客户服务: 010-62776969

责任编辑: 纪海虹 (Jihh@tup.tsinghua.edu.cn)

封面设计: 吕宇翔

印 装 者: 清华大学印刷厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 165 × 238 **印 张:** 20.75 **字 数:** 344 千字

版 次: 2006 年 5 月第 1 版 2006 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-13042-6/G · 715

印 数: 1 ~ 3000

定 价: 40.00 元

目 录

CONTENTS

我国文化产业发展的机遇、挑战与战略对策	1
---------------------------	---

战 略 篇

数字化生存与人性化思考	15
从科学技术的融合创新看文化产业的综合发展	20
数字版权的适度保护及其实现	25
数字时代的公共广播电视	55
都市再造与文化产业的创新体系	77
区域文化产业评价指标体系的构建	85

对 策 篇

2004—2005 年中国传媒产业发展报告	99
北京市文化产业发展与空间布局研究	130
北京互联网出版产业政策研究	179
十一五期间海淀区文化发展和管理体制变革研究	234
2006:中国电视产业大解码	257
国际传媒集团案例分析	295

我国文化产业发展的机遇、挑战与战略对策^①

信息、传媒和文化,因其拥有人类社会持续发展所必需的资源、沟通和人文三大要素,成为 21 世纪战略家、思想家和科学家们关注的焦点。综合这三大热点形成的文化产业,已成为综合国力竞争的重要方面。

在新的形势下,我国党和政府对文化产业的发展十分重视。2000 年 10 月,中共中央十五届五中全会第一次提出要“完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动文化产业发展”。2001 年 3 月,文化产业发展正式被纳入全国“十五”规划纲要。2002 年 11 月,党的十六大报告明确提出积极发展文化事业和文化产业,深化文化体制改革,要求“完善文化产业政策,支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力”。文化产业在中国特色社会主义建设中的战略地位得到了充分肯定。

一、我国文化产业发展面临的机遇与挑战

我国发展文化产业有着自己的优势。中华文明博大精深、源远流长,国民经济持续健康快速发展,人民群众精神文化生活需求日益增长,文化事业文化产业有了长足进步,党和政府对文化事业文化产业发展高度重视,这些都是我国文化产业得以进一步发展的有利条件。

(一) 源远流长的文明传统为文化产业的发展提供了极其丰厚的资源

我国是文化资源大国,有五千多年的文明史,有五十多个民族,文化积累十分深厚,文化类型极其丰富,为我们积累了难以估价的文化资源。经对夏商周断代工程研究,中国历史上第一个有记载的王朝是约建立于公元前 2070 年的夏朝。以甲骨文、青铜器、先秦思想、汉唐文学、宋元科技为代表的中国文化,几千年来绵延不断。十五世纪前,我国文化、科技、经济等都领先于世界,

^① 本文作者熊澄宇教授,清华大学文化产业研究中心主任。



并且世界百分之八十以上的重要发明创造都出自中国人之手。虽然遭遇过鸦片战争以后一百年的低潮,但作为世界四大古文明的仅存硕果的中华文化,今天仍然在发扬光大。

当今世界文化的冲突、环境的破坏、战争的灾难、贫富的差距、科学的负面性等,都是人类社会发 展面临的问题。消除和解决这些问题和矛盾,中国文化具有西方文明无法取代的作用:“大道之行,天下为公”的理想;“先天下之忧而忧,后天下之乐而乐”的胸怀;“苟利天下生死以,岂因祸福避趋之”的精神;“天人合一,君子和而不同”的观念;“老吾老以及人之老,幼吾幼以及人之幼”的态度;“己所不欲,勿施与人”的行为,这些中国文化的精髓在今天仍然具有强大的生命力。英国科技史学家李约瑟博士曾经指出:“今天保留下来的和各个时代的中国文化、中国传统、中国社会的精神气质和中国人的人事物在许多方面,将对日后指引人类世界作出十分重要的贡献。”

(二) 文化建设的巨大成就为文化产业发展提供了坚实的基础

改革开放以来,我国文化事业文化产业有了长足发展。以图书出版和广播电视为例,图书出版从改革开放之初的 1.4 万种,增长到 2002 年的 17 万种,发行数量达 156 亿册,销售金额 920 亿元。我国现有广播电台 1988 座,广播节目 1777 套,电视节目 1047 套,广播和电视的人口覆盖率发展到 90% 以上,全国有线电视用户 9000 多万。经过二十多年的培育和建设,我国已经初步形成了以广播电视业、图书报刊业、电影业、音像业、演出业、娱乐业、文物艺术品业以及网络文化业等门类为主干的产业体系。

在应对加入世贸组织的新形势下,文化事业文化产业进一步深化改革,加快发展。到 2003 年 7 月,我国已组建各类新闻出版广播影视集团 76 家,积极探索转换管理体制和运行机制,努力做大做强。在近年改革实践基础上,经中央批准,2003 年 6 月底,在全国启动了 35 个文化企事业单位和 9 个省市的文化体制改革试点工作,新一轮改革正在积极稳妥地推进。

(三) 经济和社会的繁荣为文化产业发展提供了空前的市场需求

近十年来中国的经济发展取得了举世瞩目的成绩。按国家统计局 2003 年 2 月的数据,我国国内生产总值从 1997 年的 7.4 万亿元增加到 2002 年的 10.2 万亿元,按可比价格计算,平均每年增长 7.7%。城乡居民人民币储蓄存款余额达 8.7 万亿元,人民生活总体已达到小康水平。

文化事业和文化产业发展是经济发展到一定程度的必然要求。按经济学

家波特的从“要素驱动”、“投资驱动”、“创新驱动”到“财富驱动”的经济发展四阶段理论,当人的初级的、低层次需求得到充分满足以后,高级的、高层次需求的地位就会日益突出;当物质需求得到充分满足以后,人们就会更加注重生活质量的全面提高和个体的全面发展。

目前,我国的文化消费市场有着巨大的发展空间。据国家统计局统计,2001年我国城乡居民直接用于娱乐、教育、文化类支出总额为4555亿元。专家估计,2002年城乡居民直接文化消费支出总额大约应在5000亿元左右,今年将逼近5500亿元。经济发展推动文化发展,文化发展又向经济发展提出了更高的要求。满足人民群众不断增长的物质和文化生活需求,为人民群众提供更多更好的精神食粮,是文化产业发展的责任之所在。

(四) 加入世贸组织的新形势为文化产业发展提供了新的机遇和挑战

加入WTO使我们能够更好地利用两种资源、两个市场,用中国高质量的文化产品和服务去获取全球市场更大的份额,向世界传播优秀中国文化,可以更好地吸收国外优秀文化成果,借鉴国外发展文化产业的做法,为我所用。WTO的规则和协定仍然是在动态的发展过程中,作为正式成员,我们可以在讨论和协商有关问题的过程中,引导最终结果向有利于中国文化产业的方向发展。

在这方面,我们也有特有的优势,就是全球华人的文化认同。这是中国文化产业开拓海外市场的有利条件。以汉字和华语为传播符号的中华文化拥有世界上最多的受众群:13亿大陆人口加上台港澳和海外华人构成了相对稳定的文化圈。同文同种的文化传承与乡情亲情的心理暗示,形成共同的文化认同。

同时,我们对我国文化产业发展面临的挑战也要有足够的估计。随着加入世贸组织承诺的兑现,西方发达国家的资本、文化产品正在以前所未有的规模力图进入中国市场。国外流行音乐、数码影视和其他流行文化产品在校园和城乡日渐风行,外国网络游戏与相关文化信息产品升温热卖,好莱坞影视大片分享我国城乡电影市场。世界五家最大的文化产业集团已经以不同方式进入。时代华纳在上海合资建立了电影院线,贝塔斯曼把经营核心的书友会引入中国,新闻集团在珠江三角洲落地,维亚康姆的MTV进入了4000万中国家庭,迪斯尼的米老鼠准备在我国的主题公园中登场。

这些在市场观念、产业资本、高新技术、经营机制和管理经验上有着明显



优势的外国资本和产业集团的进入,对我国文化产业、文化传统、文化主权、意识形态阵地带来了强烈冲击。我国文化产业在体制机制转换、结构调整、市场整合等方面还有大量的工作要做。在这种情况下,外来文化的价值观念、行为方式潜移默化的影响,将是我们不得不面对的现实。

挑战也是一种机遇。如果积极应对,完全可以化被动为主动,在激烈的市场竞争中,把我们的文化产业做大做强。

二、我国文化产业发展的战略与对策

我国的文化产业是建设中国特色社会主义事业的组成部分,必须符合社会主义精神文明建设的特点和规律。我国文化产业的起步和发展是在经济体制改革初步建立的基础上进行的,必须努力适应社会主义市场经济的发展要求。我国的文化产业是在现代高新科技日新月异的新形势下提出的,必须体现先进生产力要求,努力实现跨越式发展。这是我们提出文化产业发展战略与对策的基础。

(一) 始终坚持先进文化的前进方向,发展中国特色的文化产业

文化产业首先是文化,其次是产业。在我国,凡是提供文化产品和服务的生产部门都应当是传播先进文化的重要阵地。面对世界范围各种思想文化的相互激荡,我们要保持高度的政治警觉,牢牢把握先进文化的前进方向。

1. 始终坚持把社会效益放在首位,努力做到社会效益与经济效益统一。邓小平同志 1985 年 9 月在中国共产党全国代表大会上指出:“思想文化教育卫生部门,都要以社会效益为一切活动的惟一准则,它们所属的企业也要以社会效益为最高准则。”市场机制的引入对文化产业的发展有巨大的促进作用,也不可避免地会带来一些负面影响。俄罗斯 M1 电视台为提高收视率推出的“赤裸裸的新闻”节目就是一个极端的事例。因此,在发展文化产业的过程中,如何坚持社会效益第一、处理好经济效益和社会效益的关系,是一个重大的现实问题。

社会主义的文化产业应当追求经济效益和社会效益的统一。不讲求经济效益,产业难以形成投入产出的良性循环;不被消费者接受的文化产品,其社会效益也无从谈起。在现实中,优秀的文化产品往往都是经济效益和社会效益的完整统一。上海电影制片厂的《生死抉择》和北京人艺的话剧《万家灯火》

都有非常好的票房和社会影响力。把握好经济效益和社会效益的关系,关键在人,而不在市场经济本身。市场经济是一种经济形态,是工具和手段,关键看人如何运用它。

2. 弘扬民族文化和吸收借鉴相结合。中国文化产业的发展负载着弘扬中华民族历史文明的重大责任。英国历史学家汤因比认为,在近 6000 年的人类历史上,出现过 26 个文明形态,只有中国的文化体系长期延续而从未中断。我们看到,奥地利交响乐团在维也纳金色大厅的新春音乐会上演奏中国民族交响曲时,掌声最为热烈。2008 年北京奥运会会徽选用中国篆刻和书法为特征的标志受到中外评委的一致推崇。积极发展文化产业,就要充分发挥好民族文化这个优势,利用好这些资源。通过推动文化复兴完成民族复兴,是摆在我们面前的历史任务。

中国文化产业的发展要有世界眼光。要注意吸收和借鉴国外先进文化的内涵。现在世界上约有 63 种宗教,192 个国家,292 个民族,6700 种语言,在不同文化环境的生产生活过程中,不同的国家、民族、宗教和语言都产生了自己的优秀代表。古希腊的神话、贝多芬的交响曲、巴尔扎克的小说、达·芬奇的油画,这些人类文明的结晶,是全人类的共同财富。今天在发展文化产业的过程中,我们仍然要把弘扬民族文化与吸收和借鉴外来优秀文化结合起来,展现中国作为一个文化大国的泱泱风范。

3. 正确处理公益性文化事业与经营性文化产业的关系。在整个社会主义文化建设中,公益性文化事业和经营性文化产业都是十分重要的组成部分,各自发挥着不可替代的独特作用。

发展公益性文化事业是保护和实现人民群众基本文化利益的重要途径。目前,我国文化设施建设,特别是中小城市和西部地区的图书馆、博物馆、影剧院、文化站等设施建设较为薄弱。农村基本文化条件严重不足,农民的基本文化权利得不到实现。九五期间国家投资亿元以上的文化设施项目 44 个,除云南省图书馆、成都艺术中心、陕西省图书馆、西安光明电影院和西安文商大厦外,其他 39 个项目均在东部地区和大城市,其中上海 8 个,北京 5 个,广东 5 个。

发展经营性文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径。文化产业是具有精神产品特点的经济形态,是文化事业发展的物质基础和解放文化生产力的有效途径。积极发展文化产业,一方面有利于调动广大文化工作者的积极性和创造性,活跃和繁荣文化市



场;另一方面还可以创造更多的物质财富,通过产业方式实现文化的经济价值和自我积累、自我发展的任务,使国家有更多的物力和财力用以支持公益性文化事业的发展。

4. 发展文化产业要做到繁荣与管理并重。在文化产业发展过程中,繁荣和管理是相辅相成的两个侧面。对涉及意识形态和社会稳定层面的文化产业类型,所有与新闻、宣传、舆论等意识形态相关的内容产业,都要由国家主导或监管。对市场反应敏锐、经济属性明显的某些类型文化产业,要通过制定规则,建立公平竞争的市场环境来体现政府的管理职能。对加入世贸组织承诺放开的领域,政府的管理方式要向综合运用法制、经济、行政、舆论等多种调控手段转变。宏观调控与市场规律并重,努力促进文化产业和文化市场的繁荣发展。

(二) 尽快制定总体发展规划,把文化产业纳入国家整体发展战略

文化产业的发展是一项巨大的社会系统工程,是国家经济和社会发展的重要组成部分,在国家总体发展规划中必不可少。建议根据国家国民经济和社会发展纲要,组织力量,制定跨部委的国家文化产业发展中长期规划,以指导全国涉及文化产业的各行各业在统一规划下有序发展。

建议在国家文化产业发展总体规划中考虑以下因素:

1. 把文化产业发展纳入国民经济与社会发展的整体战略和国家整体改革之中,使之在经济结构的战略性调整中扮演重要角色,促进经济增长和推动社会全面发展,使文化体制改革能够接应经济体制改革所带来的放大效应,让先进生产力的发展要求体现在先进文化的前进方向之中,为文化发展提供一种产业动力机制。

2. 确定一批重要文化发展项目,推动精品生产。从一定意义上讲,文化产业就是内容产业。如果没有一批反映先进文化前进方向的文化产品,中国特色社会主义文化产业就无从谈起。建议像当年搞两弹一星那样,制定切实可行的项目规划和实施方案,发挥社会主义制度能够集中力量办大事的优势,动员全社会的力量广泛参与,把兴起文化建设新高潮与十六大提出的建设全民学习、终身学习的学习型社会结合起来,把五千年的中华文化精髓贯穿到教科书、知识读物和各种学习型活动中,做到目标落实、组织落实、经费落实、效果落实。

3. 建立健全国家文化产业政策法规体系。根据现阶段发展文化产业的

需要,要研究和制定相关法规和政策,为文化产业的快速发展提供法律保障机制和政策支持系统。

4. 努力提高集约化经营水平,提高产业集中度。要以资产和业务为纽带,运用市场机制,推动兼并、联合、重组,实行跨媒体经营和跨地区发展,打造文化品牌,培育和发展一批拥有自主知识产权和文化创新能力、实力雄厚的大型文化产业集团。

5. 制定发展文化产业人才培养规划。搞文化的人多数不懂经营或不屑经营,搞经营的人不少又不熟悉文化。经营人才的缺乏是制约文化产业发展的一个瓶颈。2002年,南方某市面向全国公开选拔150名处级以上干部,7天中有5236人报名,可是大剧院总经理的职位竟无一人应聘。因此,要有计划地培养一批有文化、懂科技、会管理的复合型文化产业人才。建议在有条件的高等院校开设文化产业的专门课程,与文化产业单位和国际机构合作,联合培养有实践经验的高级管理人才。

(三) 推动文化体制和机制创新,促进文化产业快速、持续、健康发展

当前,我国文化产业在经济发展和综合国力竞争中的重要作用尚未得到充分发挥,文化建设与全面建设小康社会奋斗目标的新要求,与人民群众日益增长的精神文化需求,与社会主义市场经济体制的逐步完善,与我国加入世贸组织后对外开放的新形势还不适应。有相当一部分文化企事业单位还保留着计划经济旧体制的影响,主要靠行政方式配置资源,文化资源浪费严重。部分文化产品生产和文化服务不是以满足市场需求为目的,而是只限于系统内部的“小循环”,成本高,效率低。政企不分、政事不分、管办不分现象还很严重。文化产业链和文化市场被条块分割,缺乏一个统一、开放、竞争、有序的市场体系。文化法制建设相对滞后,管理方法比较单一,过多地依靠行政管理和政策调节。缺乏统一的行政执法力量,有法不依、执法不严的现象大量存在。

最近,中央召开了文化体制改革试点工作会议,部署了“健全文化管理体制、健全微观运行机制、健全文化市场体系、健全文化经济政策、健全资源配置机制、健全对外文化交流机制”的六大任务。结合文化产业的发展,深化文化体制改革需要突出解决以下几方面的问题:

1. 把深化改革与调整结构、促进发展结合起来。要充分发挥市场在国家宏观调控下对文化资源配置的作用,逐步打破条块分割和市场封锁;推动文化产业结构、产品结构和所有制结构的调整;运用现代高新技术,加快产业升



级;提高企业的集约化经营水平和产业集中度。

2. 理顺政府和文化企事业单位的关系。要实行党委领导、政府管理、行业自律、企事业单位依法运营,实现政企分开、企事分开、管办分开;行政主管部门进一步转变职能,减少行政审批、作品评奖等具体事务,强化宏观调控、政策引导、依法行政、市场监管和公共服务。

3. 加强文化法制建设,加强宏观管理。要适应社会主义市场经济发展、社会全面进步和加入世贸组织的新形势,构建文化法制建设基本框架;提高立法质量,推进依法行政;建立统一的文化执法队伍,切实解决文化管理中长期存在的多头执法问题。

4. 着力进行体制机制创新。要使我们的文化管理体制和运行机制,既能适应社会主义市场经济的发展,遵循一般产业发展规律,又能体现意识形态工作的要求,遵循文化发展的内在规律。既要放得开,又要管得住。

(四) 把握科学技术发展趋势,开拓文化产业新的增长点

现代科技与传统文化的结合与互动,是文化产业得以形成的基础。当今,以计算机信息处理技术为代表的科学技术不仅为文化产业发展开拓了新的广阔空间,而且在文化基础设施建设、传播渠道、经营模式、受众对象以及人们的消费习惯方面产生了革命性的影响,对现有的产业格局和管理政策提出了新的挑战。

除了继续大力发展广播电视、电子音像制品等科技含量较高的文化产业之外,目前有三种与高新技术直接相关的文化产业形式值得我们关注:

1. 电脑与网络游戏。在美国,这个产业近年来的年产值均以百亿美元计,已经可以和传统媒介产业如电影业比肩而立。在韩国,由于政府的大力扶持和其他因素,游戏市场产值从1998年的5亿美元增到2001年的11.6亿美元,也为韩国经济从1997年金融危机中复苏贡献了力量。据2003年初在广州召开的广东首届网络游戏文化高层研讨会透露的信息显示,我国现有网络游戏玩家已接近4000万人,网络游戏产业年产值约10亿元人民币,并以每年近50%的速度快速增长,预计明年中国网络游戏产值将突破20亿元人民币。

应该看到,电脑游戏不仅是娱乐,还是一种新的传播媒介。它综合了文本、图像、音频、视频等各种媒介符号形式,并允许使用者进行多层次的信息传播和交互行为。它已经拥有超过两亿的遍布世界各国的使用者,超越了种族、性别、年龄界限。电脑游戏和流行音乐、电视剧、广告等文化现象一样,客观上已成为青少年成长的背景。建议政府应该考虑积极的应对政策,在规范



管理的同时,鼓励开发具有中国文化特色的电脑游戏产品,以推动这个新兴的文化产业在中国的发展。

2. 基于移动通信的文化消费。手机短信在 2002 年已形成热潮,2003 年春节拜年和 SARS 事件又推动手机短信的应用上了一个新的台阶。据有关统计数据,到 2002 年底,我国移动电话用户已达 2.066 亿,2002 年国内的短信发送量为 750 亿条。以目前短信基本资费每条 0.1 元来计算,这 750 亿条信息意味着 75 亿元的收入。

一般人知道手机短信可以发讯息和浏览网页,而实际上,手机也可以收发的文件格式包括文字、声音、照片、视频、游戏和小动画,其内容和一份小型杂志差不多,还可不断更新和互动。从产业发展的角度看,从多媒体到互联网是一大飞跃,单机版的光盘变成了可链接全世界数据库的网络,这一步解决了存储空间的问题;从网络到无线移动又是一大飞跃,这一步解决了任何时间、任何地点与社会的联系。今后两三年将迎来与移动通信相关产业的发展高峰。目前,信息业、媒体业与通信业已形成三位一体的发展态势,如再加上与文化相关的内容业,其发展势头将不可阻挡。

可以设想,在不远的将来,这一产业领域还将随无线技术的发展衍生出许许多多新的增值文化业务,如随身听、视频点播、互动游戏等。这些与文化直接相关的移动消费形式肯定会牵动一个大的文化产业链的正式成形,其对文化产业的影响可能不亚于现在的电脑游戏、电影和电视。建议对这一新兴产业形式组织专家学者进行跨部门、跨学科的对策研究,为政府提供决策依据。

3. 大容量数字化文化资源库的开发与应用。图书馆、博物馆和美术馆是人类文明保存和传播的重要场所。以计算机和互联网的普及为标志的信息社会和知识经济社会的到来,使人们对数字资源的需求量越来越大。数字图书馆、数字博物馆、数字美术馆等大容量数字化文化资源库的出现则反映了人们在现代高新技术条件下对文化资源共享的要求。

按我国文化信息化发展规划,“到 2010 年,争取做到全国重要的民族文化遗产、艺术作品、文化艺术科研成果和历史文物,都制成数字化产品;在城市和发达地区建构虚拟文化社区,对文化事业的发展起到主干作用”。在数字空间中弘扬我国的民族文化的同时,如何对这批资源进行产业化的开发与利用是时代的要求,是一项新的任务。

文化信息数字化后,其易复制、易存储、易传输,以及多媒体、跨时空、可交互、易检索等特性使其在文化遗产的保存、复制和传播方面有无可匹配的优

势。发达国家不仅对自己拥有知识产权的数字化资源库进行产业开发,而且已经把手伸向了发展中国家,通过技术援助获取产业利益。随着网络用户数量的不断增加,数字资源的市场也在不断扩大,考虑到中国文化网吧内容的缺失和街头报刊亭的增多,建议对文化信息化的产业功能加以规划,在已经有了前期投入的基础上,用小钱办大事,也在一定程度上缓解不发达地区面临的数字鸿沟问题。

(五) 主动参与国际文化产业竞争,积极维护国家文化安全

文化产业既是民族产业,又是世界产业。发展文化产业要主动参与国际文化市场的竞争。

西方发达国家在当代文化、自然科学和社会科学成果的发现、传播和社会影响上占有明显的优势地位。据联合国教科文组织《世界文化报告 2000》发表的 1980 年和 1996 年两次对作品最经常被译成其他文字的作者统计:前 100 名当中没有一个中国人。国际文化交往和学术活动中的议程设置和话语权由他人主导,中国学者多数只能在既定的话题中去阐述自己的观点。学术评估体系、人文和自然科学领域的七大文摘和索引都由西方发达国家掌握。有一项统计说,全球以英语为母语的人有 4.2 亿。相比之下。中国的人口数量是世界第一,使用中文的人数也是世界第一,然而,中文不是信息世界的强势语言。目前,全球 75% 的电视节目是英语节目,80% 以上的科技信息用英文表达,几乎 100% 的软件源代码用英文写成。

据北大一位教授研究,从 1900 年到 2000 年 100 年间,中国全文翻译的西方学术著作将近 10 万册,但是西方完整翻译中国的书不到 500 册。与这个数字相关,值得我们思考的另一个数字是:1894 年,就是“甲午海战”之前,日本每年要翻译 70 本中国的著作,1894 年打败了中国以后到 1911 年 16 年间,日本翻译中国的书一共只有 3 本。

我们应加大把中华文化送出去的力度,除专项国际文化交流活动外,可利用各种商务、外事和其他国际交流场合,为文化传播搭台唱戏,在积极参与国际文化的建构与交融中,塑造中华文化的整体形象。利用 WTO 和各类国际平台,推动境外高品位资金和资源的引入,增大中国文化产品进入发达国家文化市场的可能性。民族语言一直是文化争论的焦点。要利用联合国官方语言的有利地位,坚持中文的使用场合和空间;积极参与文化领域的国际对话,以及相关国际标准、规则的制定;始终做到以我为主,在运动和发展中争取话语和议程设置的主导权。

在认同中华文化的前提下,要最大限度地调动一切积极因素,关注华语文化产业的整合与互动,主动吸纳港澳台和海外华人的资金与产业运营经验,共同拓展华文、华语在世界文化市场的份额,并通过文化的整合力和凝聚力,促进祖国统一。

用民族语言和先进文化去占领网络空间,一直是近年来文化传播和交流领域的热点问题。我国已出台了近两百个管理网络空间的法律和法规,涉及参与管理的部委级机构有十来个之多。建议有关部门进一步加大管理力度,让家长、老师和孩子们放心地在一个健康有益的网络空间里去交流,去创造,在理想与现实的交互中去构筑他们的未来。

在扩大对外开放、加快文化产业发展中,要高度关注文化安全问题。要看到,文化属于意识形态。随着人们的社会生活进一步发生变化,经济成分、组织形式、就业方式、利益关系和分配方式的多样化日益明显,社会价值取向呈现复杂性、独立性、多变性和差异性的特点。随着全球经济文化交往的加深,西方敌对势力依仗其在经济、科技、军事及文化上的优势,千方百计利用一切途径进行思想文化渗透,旨在输出其价值观念,对我进行“西化”、“分化”。文化产业发展处在一个更加开放更加复杂的环境之中。

对文化发展和文化建设的支持、引导、管理和调控是现代政府的重要职能。任何一个国家的政府对文化都不会放任自流,不会听任外来文化泯灭本民族的文化特征。要积极维护国家文化主权和文化安全,在文化产品的生产、进口和流通的各个环节掌握发展和管理的主动权。特别要注意境外资本对媒体的渗透,采取有效措施,坚守和发展壮大思想文化阵地。

法国启蒙主义思想家伏尔泰 1745 年在《人类思想史新提纲》中写道:“吃着印度、中国等东方古国土地上生产出来的食粮,穿着他们织就的布料,用他们发明出来的游戏娱乐,以他们古老的道德寓言教化习俗,我们为何不注意研究这些民族的思想?而我们欧洲的商人,则是一等找到可行的航路便直奔那里的。当你们作为思想家来学习这个星球的历史时,你们要首先把目光投向东方,那里是百工技艺的摇篮,西方的一切都是东方给予的。”

在伏尔泰所生活的年代,世界思想库和现代化标杆在东方,在中国;三百年后,世界的目光又一次转向了经济持续高速增长的中国。中国能够再一次实现经济和文化的同步辉煌吗?中国文化事业文化产业发展的结果将回答这个问题。

战略篇

