

教育部哲学社会科学系列发展报告

MOE Serial Reports on Developments in Humanities and Social Sciences

2011

中国文化产业年度发展报告

The Annual Development Report of Chinese Cultural Industries

叶朗 主编

 北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

教育部哲学社会科学系列发展报告

MOE Serial Reports on Developments in Humanities and Social Sciences

“十二五”国家重点图书出版规划项目

# 2011

## 中国文化产业年度发展报告

The Annual Development Report of Chinese Cultural Industries

叶朗 主编



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业年度发展报告. 2011/叶朗主编. —北京:北京大学出版社, 2011. 8

ISBN 978 - 7 - 301 - 19331 - 0

I. ①中… II. ①叶… III. ①文化产业 - 研究报告 - 中国 - 2011  
IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 154849 号

书 名: 中国文化产业年度发展报告(2011)

著作责任者: 叶 朗 主编

责任编辑: 黄怀京

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 19331 - 0/C · 0688

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016 出版部 62754962

电子邮箱: [ss@pup.pku.edu.cn](mailto:ss@pup.pku.edu.cn)

印 刷 者: 涿州市星河印刷有限公司

经 销 者: 新华书店

730 毫米 × 980 毫米 16 开本 29.75 印张 503 千字

2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 65.00 元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子邮箱:[fd@pup.pku.edu.cn](mailto:fd@pup.pku.edu.cn)

## 序 一

### 文化“走出去”的三个问题<sup>①</sup>

严隽琪

近年来党和国家对文化建设高度重视,始终将文化建设摆在重要的位置上。今天,我从中国民主促进会的角度来做发言。有很多文化界的专家与学者,与文化的渊源很深,为推动社会主义文化大发展、大繁荣做出了贡献,体现了我们党派的特色。近年来,我们陆续就民俗民间文化、文化体制改革、文化产业发展、社区文化建设和公共文化服务体系建设等问题开展深入调查研究,积极建言献策,开展社会服务。比如,2006年,我们赴浙江就促进我国文化体制改革和产业发展进行了专题考察;2007年,我们在云南就社区文化建设进行了专题考察。今天,将我在这些工作中所获得的一些认识在这里跟大家交流。

统筹国内国际两个大局的要求,是中国进一步发展的重要战略决策,近十年来社会各界就这一点取得了共识。“走出去”首先是在经济领域提出的一个战略,最早明确提出是在2000年10月召开的中共十五届五中全会上。在此次全会上通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十个五年计划的建

---

<sup>①</sup> 本序选自十一届全国人大常委会副委员长严隽琪同志在2011第八届中国文化产业新年论坛上的主题演讲。原文载于向勇主编:《北大讲坛:面向2020,中国文化产业新十年》,金城出版社,2011年版,第3—8页。

议》明确提出：“实施‘走出去’战略，努力在利用国内外两种资源、两个市场方面有新的突破。”

经济领域“走出去”战略的推进无疑将波及、扩大到文化领域。中国文化走出去如同中国经济走出去一样，都是中国国家利益的现实要求。在经济全球化浪潮澎湃之际，中国要屹立于世界民族之林，就一定要推动中华文化更加主动地走出国门，进入国际市场，将一个发展的中国、开放的中国、文明的中国的全新形象展示给世界；以中国文化对世界的新贡献维护人类文明的多样性，促进不同文明、不同社会制度和发展道路的国家相互交流，取长补短，和谐共处，这是中国进一步发展的重要战略抉择。

对此，党和国家领导人有着清晰的思路。2003年12月，胡锦涛总书记在全国宣传思想工作会议上的讲话中指出：“大力发展涉外文化产业，积极参与国际文化竞争。”2004年9月，中共十六届四中全会通过的《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》提出：“推动中华文化更好地走向世界，提高国际影响力。”2005年10月，中共十六届五中全会通过的《关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》再次强调：“积极开拓国际文化市场，推动中华文化走向世界。”

2009年7月，国务院常务会议讨论并原则通过了《文化产业振兴规划》，这是新中国成立60年来第一次对文化产业做出的规划，它的发布表明文化产业作为国民经济新的重要增长点，已经上升到国家战略层面，标志着文化产业发展进入了一个新的阶段。可以说，这在中国文化产业发展的历程中，具有里程碑意义。也是在这一年里，文化部联合商务部、广电总局、新闻出版总署等部委，出台关于进一步支持文化出口企业的重点指导意见，文化产业成为我国新经济增长点。同时，文化体制改革深入推进，使文化生产力得到进一步释放，通过推进公益性文化事业单位改革、文艺演出院团体体制改革、出版发行体制改革，推进文化资源整合，加快国有经营性文化单位转企改制的步伐，培育具有活力的文化市场主体，促进政府职能转变，形成有利于文化发展的体制环境。这一切都进一步增强了我国文化产业发展的后劲和整体实力，使经营性文化产业占国民经济比重明显增大，国际竞争力逐步增强，为推进文化企事业单位走向国际市场创造了良好的环境。

2011年是中国加入WTO十周年，也是“十二五”规划的开局之年，中共中央关于“十二五”规划的建议提出，在推动文化产业成为国民经济支柱性产业的基础上，加强对外宣传文化交流，创新文化“走出去”模式，增强中华文化的国际

竞争力、影响力。与十年前的情况相比,今天的中国文化“走出去”,正在逐渐承担起全球化背景下大国文化活力的先锋使命。这一使命要求中国文化“走出去”战略的实施,在“十二五”期间有跨越式发展和超越性突破。在改革开放三十多年的历程中,中国文化“走出去”从跨入国际舞台、呈现亮点,到形成规模、有所影响,现在应该进入打造品牌、讲求效益、进行长远规划的新阶段。在这个阶段,我们要重点加快推进文化企业“走出去”,借鉴和利用国际通行的商业模式和渠道,加强对两个市场、两种资源的统筹协调,政府推动与企业市场化运作的统筹协调,对外文化交流与对外文化贸易的统筹协调,要进一步完善文化产品出口和文化服务出口的资金补助、出口奖励、税收减免等政策。鼓励中国文化企业在境外兴办实体,推动海外文化阵地的本土化。做到这一点,要实现国际化,创造一个良好的政策制度环境。如何培育这样一个好环境?怎么才能使国家层面的一系列政策落到实处,需要我们认真地面对和研究。

在这里,想就中国文化“走出去”亟待解决的三个问题和大家交流感受,分别是“走出去做什么”、“什么应该走出去”以及“怎么走出去”。

第一个问题,“走出去做什么”。这是中国文化走出去实现跨越式发展需要解决的首要命题。

对这个问题的回答,需要我们对当今世情与国情做全面的了解和深入的把握。一方面,当今世界正处于全球性深度调整和转型的变革期,金融危机、能源资源问题、气候变化、粮食安全、公共卫生、重大自然灾害等各类全球性重大挑战和威胁凸显,在这些关于未来人类命运和世界发展的问题上各种类型的价值观念交锋深刻复杂,在新的时代条件下,“国际话语权”的竞争日益走到综合国力竞争的第一线并扮演起战略主导的角色;另一方面,中国形象和地位正在发生深刻的变化,我国以令人惊叹的经济增长速度赢得世界瞩目,但部分西方发达国家对中国特色社会主义道路由来已久的误读仍难消除,“中国经验”背后的文化价值观在世界范围内的认知度和认可度快速增加的同时仍面临建构国际话语权的重任,而“中国文化走出去”是这一使命责无旁贷的主要承担者之一。

纵观当今国际文化的战略竞争,已不仅是文化产品、企业实力和产业水平的竞争,更高层次也更为核心的是以文化制度理论、制度模式及相关文化法律体系为表现形式的文化话语权的竞争。回望十年来中国文化“走出去”与“引进来”的历史征程,在至今仍未扭转的文化贸易逆差之外,在伴随可口可乐、好莱坞电影等文化产品对不止一代人文化价值观的巨大影响之外,更值得关注与思考的,是我们对既有国际文化市场规则突破、创新和超越的努力直至目前近乎

空白。面对新一轮的发展周期,面对当前形势下国际文化新秩序和国际文化产业制度创新的诸多挑战和机遇,“中国文化走出去”战略的深入实施必须完成从加强对外文化交流、扩大对外文化贸易到为中国文化价值观在全球舞台争得一席之地并争取占据主动地位的跨越,全方位建构中国文化的话语权,提升国家软实力和国际影响力,在全球文化竞争的舞台上建树中国经验、中国观念直至中国标准。

第二个问题,“什么应该走出去”。这是中国文化走出去实现跨越式发展需要把握的战略重点。

一直以来,关于传统文化走出去还是文化传统、当代文化走出去,文化价值走出去还是文化产业、文化产品走出去,精神文化走出去还是制度文化、器物文化走出去,先进文化走出去还是“有市场的”文化走出去的争论始终伴随“文化走出去”战略的实施。回答这些问题,深刻地关涉到对文化概念的理解。理论上说,文化产业结构的各个层次的产品和服务都可以走出去,都应该服务于国家文化走出去战略,但有必要对各个层次的文化产品和服务对于国家战略的贡献,做出正确的估量,否则,容易根据文化产业的总产值和贸易额的快速增长,而错误地判断文化走出去战略推进的形势、战略实施的效果、相关政策的有效性。

从以往“文化走出去”的实践来看,在对外文化交流、对外文化贸易领域都不同程度地存在着对以“中国特色”、“有吸引力”为标签的传统文化的偏重,对当代中国精神,尤其是改革开放30多年来“中国故事”背后的中国精神、独特价值的反映与呈现则相对较少,“中国威胁论”、“文化赤字”现象的存在折射出当代中国文化价值在“走出去”战略中的短板问题已经影响到中国文化国际竞争力的提升。

今天,面对一个文化多元、产品多样、流通渠道日益全球化的新时代,我们需要在现代文明的基础上传承中华文化,生产富有竞争力和市场魅力的文化产品,更需要以与时俱进的文化价值观与国际社会进行广泛而深入的对话。这就需要未来“文化走出去”完成从文化产品走出去到文化价值尤其是当代中国文化价值走出去的跨越,对未来“走出去”的内容的合理性、全面性、针对性做战略规划,并围绕这一战略的实施制定相应的配套政策。

第三个问题,即“怎么走出去”。这是一个系统的课题,也是一个需要时刻研究的动态课题。这里,结合我们在调研中遇到的情况,简单谈几点建议:

第一,正确处理文化走出去战略与国内文化建设的关系,在“十二五”规划

中明确实施文化走出去战略的重点安排。在充分考虑国际文化市场的需求和国内文化资源优势、人才优势、技术优势的基础上,明确战略重点,进而集中优势企业,抱团走出去,实现重点突破。此外,还可以尝试制定文化走出去战略的区域发展规划,以充实文化建设十二五规划。

第二,加强国家与地方的上下联动。国家层面掌握着开展对外文化交流的优势渠道和广阔平台,而地方则拥有丰富的文化资源和文化产品。加强国家和地方两个层面的联动,实现上下联动、优势互补。

第三,进一步完善、配套文化出口扶持政策。建议在认真落实现有各项发展文化产业、支持文化“走出去”政策的基础上,完善支持文化产品和服务出口的政策文件,尽快形成有利于对外文化交流和贸易的配套性政策体系。

第四,加大对文化出口企业的服务力度。建议建立由文化、广电、新闻出版、商务、外宣等部门组成的文化产品和服务出口贸易协调机制,充分发挥各部门优势,整合各方资源,为文化企业“走出去”提供服务。

第五,加快文化走出去复合型人才的培养。建议加快文化外贸人才培养和输送;加强在职培训和继续教育,提高对外文化工作者和文化企事业单位经营管理人员的综合素质和业务水平;通过多种方式、多种渠道,有计划、有步骤地吸引一批国外高端文化人才。

当前及未来一段时期,中国文化走出去仍将处于探索和培育的阶段。一方面,我们要看到推进文化走出去是一个长期的任务;另一方面,中华文化具有强大生命力和走向世界的光明未来,新一轮的发展周期为“对内要有凝聚力和崇高的价值取向,对外要有感召力和伟岸的精神魅力”的中华文化提供了广阔的发展空间。

我们希望:中国所倡导的“和而不同”、“和为贵”的理念能得到世界的理解与认同,中国与世界各国的文化关系更加紧密,在国际文化事务中的作用更加突出。这样的论坛会为我们2011年的工作奠定一个良好的开端,我希望能和在座诸位一起努力,总结成功的经验,研究存在的困难、不足及其产生的原因,探索解决的思路与方法,为中国的社会主义文化事业尽绵薄之力。



## 序二

### 新时期文化产业发展的三个重点<sup>①</sup>

郑万通

文化对于国家的重要性是不言而喻的。文化是民族的血液和灵魂,是国家发展、民族振兴的重要支撑。文化与国家命运荣辱与共、兴衰与共,文化软实力已经成为衡量国家综合竞争力的重要指标。在新世纪十年之交的时候,探讨“面向2020:中国文化产业新十年”这一重要主题,必将有助于推动我国文化产业的繁荣和发展,促进我国综合国力的全面提升。

首先,我们认为,新世纪第一个十年见证了文化产业发展的不平凡历程。

过去十年,是中国文化产业由萌芽渐至成熟的十年。自2004年以来,全国文化产业年均增长速度保持在15%以上,以超同期GDP增速6个百分点的高速增长成为拉动宏观经济的新引擎,在应对全球性金融危机的考验中成为一大亮点。2009年,我国文化产业国内外市场规模达到8000亿元,文化产业增加值占同期GDP的2.5%。回顾过往,我想应该可以说,中国文化产业交出的是一份闪亮的成绩单。

<sup>①</sup> 本序选自十一届全国政协副主席郑万通同志在2011第八届中国文化产业新年论坛上的主题演讲。原文载于向勇主编:《北大讲坛:面向2020,中国文化产业新十年》,金城出版社2011年版,第9—13页。

我国文化产业发展走过了不平凡的历程。从根本上说是一个不断探索社会主义文化发展道路的过程,也是一个不断摆脱政治上、思想上、认识上束缚的过程。从上个世纪八九十年代开始,对文化的意识形态属性和商品属性、经济效益和社会效益、主旋律与多样化、教育功能与娱乐功能等诸多问题,展开了广泛而持续的讨论。这实际上是我们对于社会主义文化功能的大反思。在这个过程中,我们广泛吸收、借鉴西方发达国家发展文化产业的理念、模式和制度,这当中包括美国的版权产业、日本的内容产业和英国的创意产业,等等。

在此基础上,我们不断解放思想,深化认识,并结合我们的自身国情,最终确定了一个“一手抓文化事业,一手抓经营性文化产业”的文化发展大格局。这种认识上的巨大突破,从根本上奠定了今天文化产业大发展的格局。

过去十年,中国社会对文化产业的认知有了巨大的提升。文化产业逐步从理论界的一个边缘化属性,上升为国家发展规划的重要概念。2000年,“十五”规划第一次使用“文化产业”的提法。2004年,十六届四中全会首次提出“文化生产力”这一概念。2007年,“文化软实力”概念的提出,引发了社会各界的热议。在全国政协常委会议上,对软实力的讨论曾经引起常委的高度共鸣,留下了许多真知灼见。2010年十七届五中全会进一步明确,推动文化产业成为国民经济的支柱性产业。我们可以发现,这十年是党和国家对文化产业不断进行新思考、新定位、新部署的十年,也是全社会接受文化产业、重视文化产业、发展文化产业的黄金十年。

在进一步审视我国文化产业所处的发展背景和发展阶段的基础上,我们提出新时期文化产业发展的三柄利剑。

在世界经济全球化、政治多极化、文明多样化的大背景下,今天的中国正以宏大的气魄、坦荡的胸襟融入国际社会,在世界发展的大格局中进行自我定位、自我完善。同时,随着国际经济、政治、金融、安全、文化等众多领域的动态发展,国际格局、发展模式、利益关系都处在深刻的调整和变革之中。党的十七届五中全会深入分析了今后一个时期,我国经济社会发展的国内外环境,强调综合判断国际国内形势。我国仍处于一个重要的战略机遇期,既面临着难得的历史机遇,也面临诸多可以预见和难以预见的风险。

文化产业发展要紧紧把握住这一重要战略机遇期。目前,我国文化产业尚处于总量大、水平不高、对国民经济影响较低的地位,我们面临的挑战在于我国经济结构、社会结构和产业结构调整的巨大压力,西方强势文化及其产业体系、经济体系、资本体系的强力冲击,以及我国文化产业自身发展过程中累积的深

层次问题。要使我国文化产业在未来十年真正成长为国民经济的支柱性产业，应该高度重视以下三个方面：

### 一、立法与规划

金融危机后，我国对发展战略性新兴产业寄予厚望，并且上升为国家战略。战略性新兴产业的发展能够极大地促进产业结构、经济结构的优化升级，乃至对社会结构的调整产生深层的影响。不仅能够推动经济发展方式的根本转变，而且有利于促进我国经济社会协调发展。从这个角度看，战略性新兴产业的发展，不仅具有重大的经济意义，而且具有十分重要的社会意义和政治意义。文化产业与战略性新兴产业二者之间具有同等重要的地位，那么同样，战略性新兴产业是新兴科技和新兴产业的深度融合，既代表科技创新的方向，也代表产业发展的方向，完全可以推动新一轮的产业革命。实际上，文化产业也可以说是文化与产业的深度融合，这种融合可以使得文化无形地、巧妙地介入工业文明、商业文明之中，不仅创造了文化发展的方向，也可以推动产业革命，甚至能够催生新的社会文明形态。

然而，我国文化产业的发展，受到了立法与规划滞后的制约。全国政协也就立法问题进行了深入调研，向中央报送了尽快制定文化产业促进法的建议报告。在国家层面上，突出解决市场主体培育乏力、骨干企业竞争力不强、文化市场管理不完善、产业规划不明晰、行业管理不规范、高层次文化创意人才稀缺等问题，明确文化产业促进法的立法框架，有序地推进立法。

2009年，国家出台了《文化产业振兴规划》，对推动文化产业发展发挥了重要作用。与此同时，应尽快制定系统长远的文化产业专项规划。我国的文化产业分属几个部门管理，然而，产业群的发展需要高度的协调性和统一性。下一个十年，文化产业发展将在更宽领域、更深层次、更高水平的开放市场环境下进行。在这样的发展阶段，文化体制改革的深入推进，文化产业发展方式的转型升级，国际文化产业资本、产品企业的加速进入我国，都会带来种种挑战，需要更加具体、专项的战略规划加以规范和引导。此类专项规划要从根本上推动各种资源的有效整合，防止各自为政，有力地推进文化产业的健康和持续发展。

### 二、创新力与执行力

创新能力不足，已成为制约我国文化产业发展的主要瓶颈。与之密切相关，但却常被忽视的是，执行能力不足也成为影响我国文化产业做大、做强的主

要原因。文化产业要胜任国民经济支柱性产业的新决策,也取决于创新力与执行力能否取得实质性的突破。过去十年,我国基本采用的是拿来主义,遵循文化产业发达国家的制度和模式、经验和技術,通过借鉴、消化、吸收,以及在此基础上的微创新,构建了文化产业发展的布局。这种模式,在推动文化产业快速发展中发挥了巨大的作用,但也留下了后遗症,直接导致文化产业创新力的缺失、执行力的不足。从本质上说,我们的创新力体现为模仿而非创新,执行力多体现为生产而非创造。所谓微创新,不值得沾沾自喜,更不能替代自主创新。

面向未来,只有建立在对我们自身文化深刻理解与运用上的创新力,才能走得更远。只有把创新思维通过强大的知识力转化为创新产品,才能真正在世界舞台上立足。我们应该充分自信的是,与我国数千年传承积淀的巨大文化优势相比,文化产业发达国家目前的竞争优势主要体现为基于技术优势的文化传播,而不是文化传承力。面向未来,中华五千年文化优势的积淀与创新力、执行力的高度结合,一定能支撑我国文化产业在全球文化的博弈当中,由制度和标准的接受者与咨询者、廉价低端产品的提供者,转变为国际文化秩序重建的参与者或者是新闻形态的缔造者。

### 三、高端人才与国民素质

产业提升期待着人才,要使文化能力真正成为国民经济的支柱性产业,离不开高素质、高层次的领军人才和创新团队。国民素质是现代化的基石,国民素质的高低在国家社会发展中发挥着巨大的主导作用,对文化产业发展更具有积极的作用。可以肯定,对高端人才的培养,将是未来产业发展的决定因素。

对文化产业人才的培养,我国当然也高度重视。在2010年出台了全国文化人才发展规划,提出了目标,也提出了要求,我们真心希望这个目标和要求能够提上日程,抓紧抓实。中国文化产业尚处于起步阶段,以娱乐方式满足精神宣泄这种大众流行文化是目前文化消费市场的主要产品。一方面,娱乐消费文化,表面反映出文化产业人才素质的提升和高端人才的培养,这是一种社会现实;另一方面,其传导效应之大,加剧了社会转型中的道德和伦理示范,制约着国民素质的全面提升。对这种现象,需要我们在战略层面、文化层面进行适当引导,高端人才的培养和国民素质的提升全社会都责无旁贷,而高等教育的作用更不可替代。教育提供战略导向和人生意义的传统不能丢,只有以深厚的文化底蕴做支撑,才能灵活自如地驾驭科技、引领时尚、传承文明,才不至于走偏。

我们期待北京大学在周其凤校长的带领下,不断弘扬深厚的人文传统和巨大的文化影响力,为我国文化产业的发展培养、培育和储备更多具有中国底蕴和世界眼光,具有产业影响和精神追求的高素质文化产业领军人才,也为我国国民素质的全民提升,发挥基础性、全局性、战略性的作用。叶朗教授是北大著名教授,也是享誉中外的文化学者,对中国文化、美学、艺术学等诸多领域都有着深刻的领悟和深入的研究,他的文字极具感染力和表现力,给人一种独特的享受,他的著作深入浅出,举重若轻,为中国文化的传播以及走向世界做出了重要贡献。他倡导创意文化产业新年论坛,是着眼于中国发展全局,着眼于中华文化推广。搭建的这样一个平台,必将在我国文化产业发展的进程中起到重大作用。叶朗教授作为无党派代表人物,曾连续两届担任中国政协常委,在这里我再次向叶朗教授表示诚挚的敬意。

未来十年,是我国全面建设小康社会的关键时期,也是历史给予中国文化、给予中国文化产业发展的一个重要契机。在这辞旧迎新之际,让我们共同祝愿中国文化产业在未来十年取得更加令世人瞩目的成就。

### 序 三

---

## 文化产业发展面临的四个战略性问题<sup>①</sup>

叶 朗

进入 2011 年就意味着 21 世纪已经过去了十年,我们已经跨入了 21 世纪的第二个十年。

在这个时刻,我们要看一看,这个时代是不是出现了新的特点?我想至少有两个特点:

第一,经过“八五”、“九五”、“十五”、“十一五”,我们国家的经济确实有了大发展,经济实力、综合国力大大增强了。国家经济的发展和广大群众物质生活的逐步富裕,推动了广大群众在文化方面和精神方面的需求。现在,城市社区的老年大学发展很快,并普遍开设绘画艺术和书法艺术的课程;以文化、哲学、艺术为内容的总裁进修班大量涌现;大学生、公务员和白领阶层对古琴、昆曲等高雅艺术的兴趣愈加浓厚。对于这一点,我想每个人都会有不同程度的感受。

国际经验表明,人均国内生产总值达到 3000 美元的时候,人们的精神文化

---

<sup>①</sup> 本序选自北京大学哲学社会科学资深教授、北京大学文化产业研究院院长叶朗同志在 2011 第八届中国文化产业新年论坛上的主题演讲。原文载于向勇主编:《北大讲坛:面向 2020,中国文化产业新十年》,金城出版社 2011 年版,第 14—18 页。

需求和消费必然快速增长。现在我国人均国内生产总值已经达到了3700美元,有的省市已经超过了5000美元。在这种情况下,人民群众的文化需求和消费正在进入一个空前旺盛的时期。我们对人民群众这种精神文化需求的迅速增长必须有充分的认识,要使我们的文化事业和文化产业的发展改革步伐及时赶上人民群众的这种需求。人民群众的需求也就是时代的需求、历史的需求。

第二,随着我国经济实力和综合国力的增强,国际社会对中国的文化也越来越关注。就我个人的体会而言,一直到上世纪90年代,国际社会对中国文化并不怎么关注,但是进入了21世纪后,情况就大大改变了。有人说世界各地出现了汉语热,这个可能有点夸张,但是世界各地学习汉语的人数在不断地增加,这是事实。更重要的是,国际社会的朋友们已经不再满足于对中国文化的表面了解,比如:中国的饮食、中国的功夫、中国的明星等。除此之外,他们迫切地想了解中国文化的精神,希望了解中国当代文化的真实面貌。国际社会的这种需求需要我们去应对,这种需求同样是时代的需求、历史的需求。

以上两点,粗看是我们这个时代在文化层面的特点,其实这种文化层面的特点也正是这个时代的特点。也就是说,在我们这个时代,文化在国家历史上和世界历史上的比重正在日益加大。

从某种意义上也许可以说,我们的时代正在走向一个文化的时代。面对这样一个时代的特点,从文化战略高度,我想提出以下四个方面的问题供大家讨论和研究。

第一,能不能提出一个概念,对我们国家当代文化的面貌进行描述和概括?大家知道德国科学家雅思·贝尔斯提出了一个文明的概念,当时出现了伊斯兰教、印度教文明和中国哲学,这个时候提出的哲学概念极富原创性。又如,欧洲历史上有一个文艺复兴的概念,概括了欧洲14世纪到16世纪,以人文主义为核心的时代特征。我国的学者也曾提出过一些概念,来概括我国历史上的时代面貌,例如,有的学者提出“盛唐”这个概念来概括大唐盛世。我们今天能不能提出一个概念来概括21世纪前30年或者前50年中国文化的面貌?如果能够提出一个概念准确地概括我们这个时代的文化面貌和文化特征,意义将会十分重大。因为,这说明我们对这个时代的文化有深度的把握,将成为21世纪前30年或者前50年整个文化战略的灵魂。

第二,要高度重视文化的内容生产,高度重视文化产品的人文内容和人文导向,高度重视校园文化环境和整个社会的文化环境的建设。广大群众的文化需求空前旺盛,我们不仅要从量的方面满足广大群众的这种需求,而且也要从

质的方面满足广大群众的需求。

文化产品从生产角度说,不仅有一个技术问题,更重要的还有一个内容运用问题,比如说我们的电影、电视,有了高清晰的技术、3D技术,但是如果没有内容,那还是空的。现阶段我国文化产品的内容生产和内容出口都非常薄弱,面对当代、面对国际的原创力不足,还不能和美国、日本这些文化产业强国竞争。在这种情势下,我们应当确立一个内容战略,把文化产业的内容建设提到一个战略的高度。文化产品从社会功能来说,不仅有娱乐、消遣的功能,更重要的它还有提升人的精神境界、发展完满人性的功能。

党的十七大报告谈到小康社会建设目标的时候提出,“要使我们国家成为一个具有更高文明素质和精神追求的国家”。把精神追求作为全面建设小康社会的一个目标、一个标志,我认为这有极为深刻、极为深远的意义。一个国家的物质生产上去了、物质生活富裕了,如果没有高远的精神追求,那么物质生产和社会发展最终会受到限制,这个国家就不可能有远大的前途,天长日久就会出现人心的危机,那是十分危险的。我们的文化产品应该引导广大群众,特别是引导广大青少年有一种更高的精神追求。文化产业和文化事业,都不能脱离文化精神。文化精神又被称为文化理念或者文化理想,它应该贯穿在文化事业和文化产业之中。即使是商业片也不能只追求票房,不讲求人文内涵,因为文化产品和物质产品不同,文化产品是精神产品,不能不考虑文化精神。

我们过去强调文化产品的政治导向,政治导向很重要,但还有一个人文导向。人文导向和政治导向有联系,有的作品政治导向没有问题,但人文导向有问题。因此,除了政治导向以外,我们还应该注重文化产业和文化产品的人文内涵和人文导向。以现在垄断电影院线的大片来说,它们对广大青少年的影响极大,渗透在这些大片中的趣味、格调、价值观,以至于它们的政治倾向,对广大青少年影响很大,也许可以说已经超过了校内课堂教学对青少年的影响,非常值得我们研究。

校内文化环境的建设,以及整个社会文化环境的建设,也是一个十分值得我们关注的问题,而且这方面的问题也非常多、非常突出,我们大中小学都要尽可能营造浓厚的文化氛围和艺术氛围。大学要营造浓厚的学术氛围,我们要创造条件,使大学生更多地接触文化经典和艺术经典,用文化经典和艺术经典引导青少年去寻求人生的意义,去追求更高、更深、更远的东西。这两年我经常举一个例子,俄罗斯电影大师曾经说过,从小他的母亲就让他看《战争与和平》,并且经常告诉他哪些片段精彩,从此《战争与和平》就成为他衡量艺术品位和艺术



深度的标准。在这以后,他就再也不能忍受那些垃圾了。可见,青少年读的书、看的电影、听的歌都可以构成一种文化权利,潜移默化地影响着他们。如果青少年经常接触的是垃圾,那么他们以后就再也不能接受经典了。这对于我们民族来说,是一个非常大的问题。

第三,科学与艺术的结合应该成为文化事业和文化产业的一个普遍的指导原则。钱学森先生去世后,大家写文章纪念他,很多文章讨论一个问题,叫“钱学森之问”。就是钱先生提出,我们现在为什么不能出一流人才的问题。实际上钱先生回答了这个问题,至少从一个角度回答了这个问题。当时有记者采访他,他说我现在岁数大了,小问题我不考虑,我就考虑大问题。什么叫大问题?就是培养杰出人才的问题,怎么办世界一流大学的问题,这个就是他考虑的大问题。怎么培养杰出人才?怎么办世界一流大学?他提出一条,根据历史经验,也根据他本人的经验,我们的大学教育要实行科学与艺术的结合。钱先生这个思想,我认为非常重要,其实不光钱老,季羨林先生晚年也一再强调这个。我这两年考虑钱先生、季先生提出的科学与艺术、科学与人文结合,不仅应该成为我们的教育事业、人才培养的指导原则,而且也应该成为我们一切文化事业和文化产业的指导原则。

文化产业的本质特点是运用高科技手段,但是只有高科技是不够的,它必须与艺术和人文相结合。比如说动漫产业,我参观了许多动漫产业基地,看到我们的动漫产业在科技方面进展很快,但是缺乏艺术想象。这个成了一个制约我国动漫产业发展的瓶颈。所以我想,科学技术与艺术、人文的结合,应该成为我们的文化事业、文化产业的一个普遍的指导原则。我们要从战略高度来看待这个问题。

第四,中国文化“走出去”,应该特别重视向国际社会介绍我国当代的文化经典和艺术经典。前面提到国际社会的朋友迫切希望深入了解中国文化内在的东西,特别希望了解中国当代文化的真实面貌。一些国际社会的朋友说,他们对中国古代文化多少知道一点,但对中国当代的文化几乎什么都不知道,也就是说对于国际社会来说,中国当代的国家文化形象不清晰、不突出、不强烈。西方国家还有少数人士出高价收购和渲染某些丑化中国形象的所谓作品,造成国际社会对中国形象的误解,他们的目的是损伤中国文化的吸引力,也就是损伤中国的软实力。这是一个大问题。

我们在介绍和传播中国传统优秀文化的同时,要特别关注介绍和传播我国当代的文化经典和艺术经典。我们是否可以提出一个中国当代文化或中国当