

北京大学文化产业研究院·学者文丛

· 解读文化 探析产业 ·

全方位了解文化产业的内涵 多角度把握文化产业的发展现状

文化产业读本

陈少峰 著



金城出版社
GOLD WALL PRESS

本读业产文化

陈少峰 著



图书在版编目(CIP)数据

文化产业读本/陈少峰著. —北京:金城出版社,
2009.8

ISBN 978-7-80251-215-3

I. 文… II. 陈… III. 文化—产业—研究—中国
IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 141358 号

文化产业读本

作 者 陈少峰

责任编辑 雷燕青

特约编辑 陈黎明 范 颖

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 22.25

字 数 234 千字

版 次 2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

印 刷 北京嘉业印刷厂

书 号 ISBN 978-7-80251-215-3

定 价 39.80 元

出版发行 **金城出版社** 北京市朝阳区和平街 11 区 37 号楼
邮编 100013

发 行 部 (010)84254364

编 辑 部 (010)64210080

总 编 室 (010)64228516

网 址 <http://www.jccb.com.cn>

电子邮箱 jinchengchuban@163.com

法律顾问 陈鹰律师事务所 (010)64970501

前言

—

文化是一个多面体性质的概念,它有时指具有客观性的某种现象,有时则作为主观性的态度出现;有时是指具体领域的事项,有时则是内涵广泛的抽象概念。因此,对许多人来说,谈论“文化”时,界限可能是很模糊的。例如,有人说,“有知识但没文化”。于是,人们似乎很困惑:为什么转化一下视角或者随意使用一个组合的概念,事情的性质就发生了根本性的变化了呢?其实,在许多场合里,事情的客观性质并没有发生变化,而是因为人为地改变了看问题的视角造成了对于概念或者问题理解的差异。让我们仍以“有知识但没文化”这句话为例。“有知识”虽然表明一个人有文化知识,但是他却没有或者不一定具有良好的文化修养;这里的“文化修养”不是指文化知识多少的修养,而是指道德修养、对某些文化艺术的感受性或者利用文化知识做好事情的能力等。

作者写作本书的动机,恰好是要引导读者达到“既有文化知识也有文化修养”的目标。要达到这个目标,就需要读者慎思明辨。在本书中,我将探讨和分析以下几个层次的文化问题,使读者逐渐把握哲学的基本分析方法,即对具体的文化问题做出具体的分析。

其一,揭示“文化”概念的类别和层次性。我将按照文化的层次性结构把文化分为不同类别的文化。层次性是指文化的性质不同,如历史文化的性质是习惯积淀为主的文化,生活文化是指与当代人们的生活方式相关的文化,文化艺术是指文化和艺术,特别是偏向于艺术的文化,文化娱乐是指

娱乐体验的文化等；而历史文化又可以根据历史积淀的深度不同区分为深层次、中间层次和表层三个层次。概念的类别是指具体的一组文化或者某种特定的文化，如文化事业和文化产业不一样，陶瓷艺术和摄影艺术不一样。

其二，规范不同层次和类别的概念的使用范围。例如，有人说“文化是一个民族的灵魂”。在这里，“文化”这个词就太模糊了。因为文化是一个系统，而在一个民族的文化系统中，好的文化和坏的文化都存在，假如以所有文化作为一个民族的灵魂，就会出现好坏不分的情况。因此，以上的说法只能这样表达：优秀的文化是一个民族灵魂的象征和体现。再举一个例子来分析。某位名人评论今日中国某些大学的文化特点是“围着市场转”，认为太商业化，应当远离市场。实际上，“围着市场转”可以解释为两个不同层面的意思，一个层面是为市场经济建设服务，一个层面是过于商业化。显然，大学太商业化当然不好，但是“围着市场转”则未必就一定是不好的。

其三，提出结构化分析问题的方法，帮助读者减少不必要的争论。例如，很长时间以来，人们一直在争论教育是否应当产业化，见仁见智。但是，我们可以对“教育”这个概念进行结构化的性质分类，可以把教育区分为基础教育和继续教育。我们不要争论教育是否应当产业化，而是询问基础教育能不能产业化，继续教育能不能产业化。那么，结论是显而易见的：基础教育不能产业化，而继续教育必须产业化。再举例来说，文化事业的目标是追求公益性，但是，任何具体的文化事业单位都可以开展经营和体现盈利的目标，只要其盈利用以公益性的目标就是合理的。因此，文化事业和文化产业的区分不在于是否有经营性收入，而在于其经营活动的目的是什么。

其四，分析人们文化行为的差异及其各自的本质特点。例如，某人认为部分外国人杯葛中国奥运会，然后问“为什么外国人对中国的好事非得

予以排斥呢?”实际上,这句话问得不对,需要澄清问题的内容才能予以回答。一方面,不是“外国人”杯葛中国奥运会,而是“少数外国人”杯葛中国奥运会;另一方面,不同的杯葛的意图是不一样的,有的是直接反对该国运动员参加奥运会,有的是希望借助奥运会让中国更开放一些,而有的是借这个时机意图获得其他的好处,比如引起别人的关注等等,目的是不一样的。如果我们能够认清不同做法的主体以及问题的性质,就知道其实杯葛者中也存在冲突和不一致,而且仅仅是少数人在捣乱而已,那么我们就不会感觉那么生气难受了。

其五,指导读者如何利用文化知识和文化修养来做事。例如,当人们谈论文化产业和文化创意产业时,经常出现将点子等同于产业化的情形。实际上,文化产业或者文化创意产业这两个概念不是指文化创意或者创意,而是指产业,是强调与文化娱乐相关领域的产业发展,因此,它和企业的经营管理密切相关。易言之,不管是赋予其他产业的文化内涵还是从事文化产业本身,都必须和企业管理中的顾客导向联系起来才能做好创意,其点子才有意义。当然,不同的领域有不同的做事规律,需要不同的方法。本书中将探讨文化事业和文化产业领域中如何通过提升文化知识和文化修养来做事,取得更好的效果。

二

本书的主题是结合对文化基础知识的介绍,针对中国当代文化发展的现状,提出完善文化建设、以文化推动经济社会发展和促进文化产业建设的系统化建议。

中国已经迈上通往高度文明的文化强国之路。好的优秀的文化是一种软实力,它与硬实力是相辅相成的。在经济发展的同时,特别是经济高

速发展的时期,文化发展显得更加急迫而重要。要发展文化,需要建立新的文化发展观,在继往开来的指导下,长期培育和创造新的文化。我们需要持续探索在文化底蕴深厚的国度,在国际化与全球文化市场一体化的时代,如何实现文化的复兴与强盛,如何建设中国特色的文化强国。文化的继承与创新,度的把握很重要。也可以说,发展文化是件艰巨、长期乃至无止境的任务。与注重继承的古代时期相比,当代的文化发展需要全民参与、需要创新与创造;即使是吸收传统文化资源,也应当实现创造性的转化环节。

大力发展文化产业,是新时期文化发展战略的一个重要组成部分。发展文化产业的目的,既是经济上的要求,也包含着繁荣文化的意义。文化产业不仅是个生活与环境友好型的产业,具有成为支柱产业的价值,而且能够通过产业的文化环节带动制造业的升级,丰富人们的文化与精神生活,因而也是提升文化软实力和文化国际竞争力的必要途径。不过,在重视文化产业的同时,也需要澄清一个观念,即在文化产业领域,凡是主张类似于“社会效益优先”的各类观点都是错误的。正确的观念是“经济效益与社会效益并重”。因为发展文化和建设文化事业都是以社会效益优先,而发展文化产业则不能以社会效益优先,否则就会导致用文化理念来做文化产业和从事文化企业的经营,必然扭曲了文化产业自身所需要的合理性做法。

在中国的历史上,人们在谈到“文化”时都带有美好的联想,因而也时常以理想化的眼光来看待人们的娱乐生活和文化活动。实际上,对于普通老百姓的生活来说,他们的文化知识和文化素养往往达不到精英人士对他们的期待,他们只能欣赏通俗性的大众文化,有时通俗中还有一些“低俗”的内容。这些“低俗”的内容可能是通俗作品中的内在要素,而不是十分有害的东西。因此,对于不同人群的不同文化需求,只要没有对抗社会核心

价值,就需要予以包容和宽容,而不是一概加以排斥。从以人为本的角度来说,文化精英们不仅不能排斥那些通俗的文化和文化产品,而且需要为普通老百姓着想,尽量满足他们的文化需求,在满足他们的需求的过程中寓含着引导和提升的力量。

三

文化涉及的范围非常广泛。对读者而言,把握以下十个文化领域的关键词,对于理解文化的重点领域和文化的层次性具有重要的作用。

价值观。价值观又名“价值取向”或者“价值选择”,它是文化的核心,包括习惯、道德、宗教、审美、人权、正义、个人爱好等等。在国家的层面上,包括制度选择的价值和意识形态的部分内容。社会核心价值要求具有普遍的共识或者一致性,其他具有差异性或者个性化。

思维方式。思维方式一方面受到文化习惯的影响,如“惯性思维”,一方面和个人的学问、修养有关,如某种逻辑思维、科学思维或者辩证思维等。总体上说,除了对付“敌人”以外,所谓辩证思维不能作为主导性的思维。

道。中国古代以来一直把某种学派或者个人主张的核心价值、本质性的思维方式或者人生观、世界观称为“道”。道有时指人生境界;有时指技艺境界,如和“术”相对应;有时指规律等。道有时是指原则,即所谓“道不同不相为谋”。

生活方式。不同的人有不同的生活方式。生活方式包括衣食住行的习惯、价值偏好、性取向、生活态度和与人交往的方式等等。尽管不同的生活方式的特点不一样,但是尊重不同的生活方式是人们涉及文化交往时的一种基本要求。

文明。文明是指文化的体系化或者文化的物质化及其总体成果。文明中的物质性成果有时会过于偏向所谓的现代化和物质化而缺乏文化传承和文化内涵。因此,好的文明应当是传承优秀传统文化和具有文化创新能力结合的文明。平常人们所谓的“文明礼貌”则是另指人们具有一定的文化素养和礼仪、礼貌等。

艺术。有时艺术是指传统某些文化内涵的继承和表现,有时是与传统某些文化内涵不一致。后者强调的是创新。总体上说,艺术以创新为主,以艺术表现主体的个性化为主,和历史文化的继承不一致。

文化冲突。尽管人类的不同文化之间都有某些共性,但是,由于不同的文化之间存在差异,因而在观念和行为上的表现各不相同,有时这些不同会造成冲突。对于文化冲突,总体上要求求同存异,在原则上需要各自保留,在非原则上需要相互包容。

思想解放。所谓“思想解放”和“转变观念”是一致的,主要强调用不同于既往的价值观和思考问题的方式来对应新的问题,如不能用阶级斗争的观念来对待社会发展,需要用科学发展观来取代片面追求经济发展速度等。

青少年文化。青少年这个概念是对应于成年人这个概念的。所谓的青少年,应当指以未成年人或者开始工作不久、刚告别未成年人不久的成年人为主。那么,青少年文化的特点就是需要成年人的引导。不过,青少年的文化行为具有特殊性,不能简单化地以成年人的标准强制青少年。

爱。爱是文化上的不同层次的态度,包括爱情、爱心、爱护、爱好、偏爱、热爱等等。积极意义上的、出于以人为本的价值观的爱是文化修养的理想境界,也是人类最崇尚的积极价值。在许多情况下,其他价值需要“爱”的调剂,如正义感需要爱心的调剂才会避免滑向仇恨情绪和片面强调惩罚。

四

在本书作者的视野中,文化问题既是个跨学科交叉研究的问题,也是理论与实践结合紧密的课题。即使对于将文化艺术应用在工作中,也是任何成年人都需要研究的课题。以和人们生活密切相关的“茶”为例,只要一个人希望获得“茶文化”修养的提升,就不仅要求懂得各种茶的特性,知道“好水”对于烹茶的重要性,而且也需要了解不同茶文化的内涵,包括茶道文化和不同文化中的茶道文化的异同等等。至于从事 IT 产品开发、通信、玩具、教育等领域的工作者,也需要深入了解青少年文化的特点。

本书在结构上分为五个相关部分。一是文化的基础知识,包括对文化概念的哲学考察和一些文化问题的分析。二是我国发展和繁荣文化的途径和政策建议。三是文化与经济之间的关系,包括如何促进文化对经济发展和产业结构调整推动作用,以及如何利用企业文化推动企业发展。四是推动文化事业发展的措施,包括提高文化事业效率的方法。五是文化产业政策、发展趋势、商机及其商业模式。我期望和相信,前四个部分的内容对于真正关心、研究文化问题和利用文化知识文化修养做好各项工作的读者而言都具有基础知识的意味,对于重视用文化来推动管理和经济、社会发展的各界人士来说,也具有一定的方法论价值。最后关于文化产业的部分对于学习和从事文化宣传、动漫创作、新闻传播、举办文化活动如会议展览、图书编辑出版、影视艺术、工艺美术和各类设计、房地产、旅游、表演娱乐、音乐艺术、体育、网络信息、IT 技术、文学研究等学科和专业领域的大学、白领和其他实际工作者而言,或者具有开拓视野的价值,或者具有熟悉文化产业经营管理的启发意义。

本书尽量体现通俗易懂的特点。不过,书中的许多内容都是经过专业

化研究得出的结论,是作者长期研究中国文化、比较文化、企业文化和文化产业中的一些领域的研究心得,其中许多观念和内容都具有原创性。因此,我希望本书能够成为那些关注文化问题,旨在提升文化知识、文化素养和了解文化产业管理、以文化艺术促进工作绩效的人们的基础读物。

目 录

前 言	1
第 1 章 文化面面观	1
一、文化多样性	1
二、文化的历史积淀及其层次区分	5
三、文化活动的层次性	8
四、文化核心的变革及其层次	12
五、常见的误区	16
第 2 章 当代中国文化及其走向	19
一、文化转向	19
二、发展前瞻	22
三、教育促进文化发展	25
四、常见的误区	27
第 3 章 核心价值与公民文化	29
一、核心价值	29
二、政治文化	33
三、公民文化素质	37
四、公民文化发展	40

五、常见的误区	43
第4章 文化创造力与文化软实力	47
一、文化创造力	47
二、文化软实力	49
三、提升文化软实力需要处理的几个关系	51
四、文化走出去	54
五、常见的误区	59
第5章 文明的冲突	61
一、冲突的根源	61
二、冲突的几种格局及其应对	64
三、中国崛起的形象塑造	65
四、关于国家文化安全的思考	68
五、文化与中国发展模式	71
六、普世价值的问题	73
七、常见的误区	74
第6章 精英文化与大众文化	77
一、精英文化	77
二、大众文化	80
三、青少年文化	82
四、生活方式与人生价值	86
五、常见的误区	90

第7章 传统文化的继承与发展	93
一、传统文化	93
二、创造性的继承与发展	96
三、保护传统文化要处理好几个关系	99
四、传统文化与现代社会管理智慧	101
五、传统继承与对外开放	102
六、常见的误区	104
第8章 文化立法与文化体制改革	107
一、文化立法与政策	107
二、文化体制改革	110
三、公共文化服务	112
四、三农问题与乡村文化建设	114
五、常见的误区	115
第9章 文化批评与媒体传播	119
一、文化批评	119
二、媒体传播	122
三、新媒体文化	124
四、常见的误区	125
第10章 社会文化与生活文化	127
一、社会制度	127
二、社会文化	128
三、基本价值与文化	130

四、生活质量与人际关系	131
五、生活的艺术	132
六、常见的误区	133
第 11 章 艺术与艺术设计	135
一、文化与艺术	135
二、艺术设计	136
三、艺术设计产业	138
四、常见的误区	139
第 12 章 文化人才培养	141
一、人力资源的本质	141
二、文化人才培养	143
三、人才培养的举措	145
四、常见的误区	147
第 13 章 城市文化	149
一、城市形象	149
二、城市文化产业	151
三、城市的经济与文化	153
四、文化强市	154
五、常见的误区	156
第 14 章 企业文化	157
一、建设企业文化的意义	157

二、好的企业文化	158
三、企业文化的层次性	160
四、企业文化建设的程序	161
五、文化企业的企业文化	164
六、常见的误区	166
第 15 章 经济发展与文化发展	167
一、文化与经济互动	167
二、经济与文化发展的新战略	170
三、文化与中国的制造业	171
四、道德与经济可持续发展	173
五、行政干预的文化	174
六、发展文化产业	176
七、常见的误区	177
第 16 章 文化产业的特性	179
一、文化产业与创意产业	179
二、文化产业的内在特性	180
三、文化产业的学科分解	183
四、其他关联性条件	184
五、常见的误区	185
第 17 章 政府的文化产业发展战略	189
一、文化产业发展趋势	189
二、国家文化产业战略	192

三、区域文化产业战略	194
四、政府工作方式的转变	195
五、常见的误区	197
第 18 章 文化企业发展战略	199
一、企业战略的基础	199
二、产业趋势分析	200
三、核心竞争力	201
四、发展战略	203
五、文化企业的二次创业	204
六、常见的误区	206
第 19 章 文化产业商机与商业模式	207
一、商业模式要义	207
二、商机与商业模式	209
三、青少年的娱乐与生活方式的变化	212
四、好的商业模式	213
五、商业模式创新	216
六、常见的误区	218
第 20 章 文化产业的商业模式及其创新	221
一、文化产业商业模式的形态	221
二、文化产业商业模式创新	227
三、常见的误区	230