

“解放传媒生产力”初探

——从邓小平生产力理论看传媒生产力的解放

罗以澄¹, 包国强²

(武汉大学 新闻与传播学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 罗以澄(1944-), 男, 上海人, 武汉大学新闻与传播学院教授, 博士生导师, 主要从事传媒发展与传媒实务研究; 包国强(1971-), 男, 湖北武汉人, 武汉大学新闻与传播学院博士生, 中南财经政法大学新闻学院教师, 主要从事传媒经济与管理研究。

[摘要] 解放文化生产力是邓小平生产力理论的重要组成部分。未来世界的竞争终将是文化力的竞争, 解放与发展文化生产力已成为 21 世纪最核心的话题之一。传媒产业是文化产业中最重要的组成部分, 传媒生产力的解放, 不仅仅关系到传媒产业自身的发展, 而且关系到文化产业和整个社会经济的发展。传媒生产力的解放, 关键在于制度创新。要以邓小平生产力理论为指导, 解放传媒生产力, 加速我国传媒体制改革, 加快我国传媒产业的发展。

[关键词] 邓小平生产力理论; 传媒生产力; 文化体制改革

[中图分类号] G210 [文献标识码] A [文章编号] 1671-881X(2006)05-0632-05

—

发展传媒产业关键在于解放传媒生产力, 而要真正认识、厘清解放传媒生产力的问题, 抓住邓小平生产力理论则是关键之关键。我们认为, 邓小平生产力理论主要包括如下要点: (1) 发展生产力是社会主义的根本任务。(2) 解放生产力就要进行改革。(3) 人民群众是发展先进生产力的生力军。(4) 科学技术是第一生产力。(5) 有利于生产力发展是衡量改革开放的标准。(6) “两手抓, 两手硬”, 即既要发展物质生产力, 也要发展文化生产力。邓小平指出, 我国现阶段物质生产落后, 文化生产也不发达, 与人民群众的物质文化需求形成矛盾。要全面解决这个矛盾, 就是坚持生产力发展目标的双重性, 即物质生产力和文化生产力要共同协调发展, 彼此促进。他深刻指出, 不仅要抓物质文明建设, 而且抓精神文明建设, 坚持“两手抓, 两手都要硬”, 不能“一手硬, 一手软”。将精神文明的建设提高到生产力发展的高度来认识是邓小平的又一伟大和高明之处^[1] (第 63-70 页)。

经典马克思主义曾对精神——文化生产力问题作过精辟论述, 马克思主义一个极为重要的理论发现, 就是它的大生产力观和精神生产力理论。按照马克思主义的一般理解, 从人类社会发展的历史来看, 随着社会分工的日益精细, 社会生产便日益明显地区分为物质生产与精神生产两大部分。社会分工促成了物质生产者与精神生产者的分化, 两种生产力因而在自身相对独立的发展中逐步形成了具有自身内在特征的生产力形态。物质生产力主要面对人同自然的物质关系, 具有实用的、基础的、物质形态的主导品格; 而文化生产力则主要是“精神方面的生产力”^[2] (第 205 页)。

邓小平指出,中国特色社会主义文化为现代化建设提供精神动力,智力支持,思想保证;建设繁荣的社会主义文化(包括传媒),是社会主义现代化的客观要求,是生产力解放的重要部分。在改革开放初期,邓小平就指出:“我们要在发展高度物质文明的同时,提高全民族的科学文化水平。发展高尚的丰富多彩的文化生活,建设高度的社会主义精神文明。”1985年,他再度深刻地指出:“无论过去,现在和将来,这都是我们的真正优势。”^[1](第134页)结合邓小平的生产力理论,不难看出,他是多么重视文化(理所当然包括传媒)生产力的解放与发展。

文化产业是一种生产,而且是一种大规模的社会生产。作为文化产业的一分子的传媒产业,也是一种大规模的社会生产,它也天然地具有社会生产的基本特征,具有流通、交换、消费等基本环节,具有市场条件下经济运作的全部过程。文化生产力是整体的社会生产力的一部分,传媒生产力也是整体的社会生产力的一部分。传媒作为一种精神方面的生产力量,必然有其自身独特的生产方式^[3](第360页)。也就是说,它有自己独特的发生发展史,有形成本体的历史过程,有对精神生产者的精神创造能力的内在要求,也有对生产对象的内在要求。同时,它还受到生产条件包括物质技术水平的限制。传媒生产力具有明显的物质性。传媒生产同其他文化生产和物质生产一样,也具有一般实践活动的特征,即由实践主体通过劳动,将一定的材料加工改造为新的存在物,因此传媒生产的过程也表现为一个物化的过程。它也要改变物质的现实形态,获得物质的存在形式。一句话,传媒产品必须具备物质的依托方式。

具体地说来,传媒生产力就是指传媒自身物质和精神生产的能力,包括两层含义,一是传媒产业的经济或物质层面的生产,二是传媒产业的社会或精神层面的生产,这两个层面构成了传媒生产力的有机整体。衡量传媒生产力发展的标准也要将物质和精神层面结合起来,任何人为的割裂都是不科学的。长期以来,由于各种各样的原因,我们习惯于将传媒生产力的发展片面地理解为精神文化层面,甚至是局限于意识形态、舆论导向层面的把握,而几乎无视或是有意回避传媒产业的经济物质层面和精神文化层面的全面发展。这种思想导致我国传媒产业发展的滞缓,阻碍了真正意义上的传媒生产力的解放。

传媒生产力的解放意味着要不断改革、砸碎一切阻碍传媒生产力发展的旧体制,意味着传媒产业不仅要为人民群众提供丰富多彩的精神文化产品,而且要为社会直接创造物质财富。这两者不仅不矛盾,而且高度统一于邓小平的生产力解放理论之中。在邓小平的思想里,解放传媒生产力与改革传媒体制,“市场与阵地”间有着内在的天然的逻辑,决非某些人所理解的那样“非此即彼,你死我活”。近期,中央推行的文化体制改革重大举措和决策,是解放文化——传媒生产力的英明之举。在这场改革中,传媒生产的经济功能和规律将被重新认识。

二

解放我国的传媒生产力,是发展我国传媒文化事业、打造具有持久竞争优势的文化力的中心任务和必要前提。具体地说来,要解放我国的传媒生产力,要从如下方面入手:

1. 解放传媒生产力同样需要改革,甚至革命。从某种意义上讲,传媒生产力的解放比物质生产力的解放难度更大,意义更为重大,任务更为艰巨。难度更大,是因为解放传媒生产力,必然涉及到传媒体制的改革,乃至整个上层建筑。中国的国情决定了中国的改革道路注定是渐进的。传媒体制与意识形态关系密切,与政治体制关系密切,传媒体制改革势必影响到政治体制。同时,如果没有相应的政治体制,传媒体制改革成功几乎是不可能的,或者说注定的事倍功半的。

意义更大,是因为解放传媒生产力、进行传媒体制改革将会促进政治体制改革,巩固经济体制改革所取得的成果。成功的传媒体制改革,势必呼唤出一个政治昌明、经济发达、传媒繁盛的大好局面。成功的传媒体制改革对传媒生产力的解放举足轻重,这将直接关系到中华民族赖以与世界竞争的可持续的文化力的铸造,它将大大地增强民族团结的向心力,提升我国在国际上的竞争力。

任务更艰巨,是因为解放传媒生产力的改革注定是一场攻坚战。传媒体制的改革是解放传媒生产

力的必然要求。我国的传媒体制脱胎于传统计划经济的基础,过去的陈旧观念根深蒂固,过去的体制弊端积重难返。这场改革正面临内有积弊缠身,外有强手虎视的严峻形势。值得庆幸的是,十六大提出的“三个一切”为文化—传媒体制改革扫清了思想障碍。解放传媒生产力的关键在于传媒体制的改革,然而旧体制长时期以来形成的利益主体和惯性不会自动退出历史舞台。传媒体制的改革复杂而艰巨,牵一发而动全身。一方面,要在政治安全与市场要求之间审慎地维系平衡;另一方面,改革不可避免会遭遇到一些习惯势力和既得利益者的阻碍。解放传媒生产力的改革之所以艰巨,还缘于它是一个系统工程,它与政治体制改革和经济体制改革存在密切联系。

2. 解放传媒生产力要充分依靠广大人民群众,以是否有利于传媒生产力的发展来衡量我国的传媒体制及相关改革。按照邓小平的生产力理论,人民群众是先进生产力的主力,他们创造历史,创造先进文化,创造先进生产力。所以,在这场传媒生产力解放的大变革中,要充分相信群众,依靠群众,让他们在这场伟大的变革中唱主角。要通过改革,调动群众参与传媒生产力解放的积极性,提高他们参与的广度和力度,激发他们身上的生产创造潜能。包办一切的做法注定是失败的。在这场变革中,尤其要注意调动广大知识分子的积极性,提高他们的参与意识,为他们施展才华提供一个宽广的舞台。知识分子是人民群众的重要组成部分,他们掌握了先进的知识,见多识广,是传媒生产力解放的主力。邓小平指出,“科技是第一生产力”,科技是由掌握了知识的知识分子掌握的,对知识分子的态度直接影响“科技是第一生产力”的转化机制。

然而,传媒生产力解放的征途注定是艰险的。出现问题,出现争议是正常的。衡量传媒改革,尤其是传媒体制改革是否正确标准只有一个,即是否有利于传媒生产力的发展。凡是有利于促进传媒生产力发展的改革和作法,我们就拥护,就提倡。这个标准完全符合邓小平的光辉思想和理论精神,符合党和群众的根本利益,符合“实践是检验真理的唯一标准”的唯物辩证原理。邓小平说:“发展是硬道理”,“不发展就是死路一条”。可以说,在外国强大的文化攻势面前(传媒往往是先遣部队和主要通道),中国的传媒产业不能做大做强,不能取得长足的发展,同样是死路一条。当然,衡量传媒体制及相关改革的标准还有,是否有利于增强国力,是否有利于提高人民生活水平(物质和精神的),但归根结底是看它是否有利于传媒生产力的发展。

3. 从社会主义的根本任务上认识传媒生产力的解放,确定传媒产业的新观念。邓小平指出,社会主义的根本任务是发展生产力。只有发展生产力,才能满足人民日益增长的物质、文化需求。要满足人民群众的文化需求,仅靠物质生产力的发展是不够的,也需要传媒生产力的发展。20世纪90年代中后期,都市报在中国异军突起,取得了经济效益和社会效益双丰收的良好效果,不仅为社会创造了巨大的物质财富,也为社会创造了极大的精神财富。都市报成功的根本原因在于它及时地满足了广大城市居民的精神文化需求。如果无视人民群众的文化需求,造成的后果将是异常严重的。

长期以来,我们重视对人民群众的思想引导,乃至教育,而忽视了对他们合理的精神需求的满足。这种极端做法的后果是教育引导的失灵,甚至广大群众会寻找其他途径来满足其精神需求。这种错误的观念禁锢了传媒生产力的解放,制约了作为持续竞争优势的文化力的形成,要彻底摒弃。

社会主义的根本任务理所当然地包括传媒生产力的发展,否则社会主义的根本任务便无法完成。

我们要以与时俱进的思想来认识我们的传媒事业。时代前进的步伐告诉我们:传媒生产的工业化和市场化时代已经到来。20世纪以来,随着工业化的发展和技术的进步,传媒生产发生了重大变化,一个巨大的传媒产业形成了。具体表现在以下方面:第一,随着物质生产规模的扩大,传媒生产的规模也大大地扩大了。第二,随着技术的进步,信息载体日益多样化。第三,传媒生产对物质技术手段的依赖更为突出。从某种意义上讲,国家间的文化力的竞争,往往表现为精神生产的投入的竞争。一些经济实力强大的国家,有条件把自己的传媒产品更为广泛地推广到其他国家,从而施加他们的传媒文化影响力。美国文化的强大影响力离不开美国传媒的强力传播,如美国好莱坞大片、华盛顿邮报公司、纽约时报等就是典型的例子。有专家称,中国文化在全球的影响日益式微,这多少和我国传媒的强弱有关系

的。的确,中国传媒在全球的弱势地位与我国的大国形象极不协调,直接影响了中国的国际竞争力。第四,传媒生产的市场化程度提高。近代工业化进程是同市场化的进程同步发展的。市场导向促进了传媒产业的发展。

传媒产业的出现是人类社会发展的必然产物,有着历史的必然性。我们也应尊重这种历史的必然性,转变观念,树立传媒产业的发展理念。这就意味着,我们要承认传媒产业的双重特性,即社会性和经济性。社会性要求传媒产业发展要讲社会效益,将社会效益放在第一位;经济性要求传媒产业发展要讲经济效益,注重投入产出成本核算,争取以最优的生产要素配置组合创造最大的物质财富。传媒生产力的解放意味着要做大传媒产业,创造最佳的社会效益和最大的经济效益。物质财富的积累可以为传媒产业创造最佳的社会效益和最大的经济效益打下基础。物质财富的积累可以为传媒企业自身的发展提供更多的物质保障,最佳的社会效益为更大经济效益的创造提供精神动力。两者相辅相成,相得益彰,辩证统一于经典的精神——物质的矛盾运动中。

三

解放传媒生产力,不仅关系到我国传媒产业的发展,而且关系到我国社会经济的全面持续发展,关系到我国怎样贯彻全面、协调、可持续发展的科学发展观,意义十分重大。解放传媒生产力,加快传媒产业的发展,是我国战略发展中的重要组成部分。

要提高中国在国际上的竞争力,没有高度发达的传媒产业是绝对不行的。作为“软力量”的文化竞争力,是大到国家、民族,小到城市、地区参与竞争的一个重要砝码和战略武器。我国也不能例外。当今世界文化与经济相互交融、经济与文化一体化发展的新趋势,使传媒在经济社会发展中的作用日益重要。传媒资源与经济高新技术相结合,形成了新的传媒产业,成为知识经济的重要载体和新的经济增长点。随着经济全球化、信息化趋势的增强,传媒产业正在成为迅速崛起的“朝阳产业”,是全球范围内快速成长和利润较大的行业之一。其发展水平已成为衡量一个国家或地区综合实力的重要标志。传媒产业是一面镜子,是区域综合竞争力的重要体现,而传媒实力又影响其国际政治地位。

要贯彻党和国家提出的全面、协调、可持续发展的科学发展观,解放传媒生产力,发展传媒产业是不可避免的核心内容之一。发展传媒产业,是推进文化强国建设的重要途径,是我国全面建设小康社会、率先基本实现现代化的重要内容。

目前,我国传媒产业发展取得了一定成绩,但阻碍和制约我国传媒产业发展的突出问题依然很严重。中国的传媒产业还处于粗放型经营运作的水平上,存在的问题主要有:(1)整体发展水平低,缺乏有市场和舆论号召的金字品牌。传媒产业生产无法与外国先进国家相比,最明显的标志就是没有自己在全球真正有广泛影响力的传媒品牌。我国传媒产品目前在国外的传播地域和影响力也还非常有限。(2)传媒产业运作理念相对落后,传媒运作生产的国际化、标准化程度低。从总体上说,与巨大的传媒产业市场潜力相比,我国的传媒产业的开发程度还很低,传媒产业的巨大能量还没有真正得到释放,还有着极大的增长空间。(3)中国传媒产业普遍缺乏真正的职业传媒经理人等专业化高级人才。传媒产业人才资源不足或者没有得到充分的挖掘、利用及培育,这是制约传媒产业发展的一大瓶颈。相对国外、香港等地某些传媒而言,内地传媒缺乏对顶级优秀人才的吸引力和号召力,怎样吸引、留住、培育优秀人才是摆在面前的一个重大且重要的问题。(4)政策法规不配套,管理机制僵硬。管理并不完全意味着控制,更意味着促进创新。在实践中,中国传媒产业受制约多,激励少,致使创新活力不足。好的管理应是控制力和创新力的统一。传媒集团政(事)企不分,责、权、利不明确,体制不顺,机制不活。在经济转轨过程中,不适应市场运作,尤其是加入WTO后面向国际市场的运作。“事业单位,企业化管理”多流于口号和形式,很多报业领导人不知道自己是在干事业还是当政府官员,造成了诸多弊端,都是旧传媒体制制造下的。改革传媒体制,建立现代传媒企业制度势在必行。中央政治局常委李长春在考察陕西

时强调,一定要使媒体与行政分离、减少滥用行政职权发行的做法。这些都表明,中国现有的传媒体制必须改变。而这恰恰是当前我国解放传媒生产力、促进传媒产业发展的关键。(5)融资渠道单一。完全依靠传媒产业自身资金积累,不能满足我国传媒产业产业化经营的需要,不利于传媒产业做大、做强、我国传媒产业短时间内还难以缩短与外国大型传媒集团的差距。

综上所述,我国要解放传媒生产力,发展传媒产业,打造具有永久生命力的国家文化竞争力,最为关键的就三句话:传媒体制改革是先导,遵循传媒规律是核心,重视传媒人才是关键。需要重点指出的是,无论是遵循规律也好,还是人才的培养、引进、使用,都离不开传媒体制的改革。没有好的传媒体制,规律和人才将永远被搁置。这是因为“制度是内生的,它对经济社会的影响重大”^[4](第12页)。

[参 考 文 献]

- [1] 邓小平. 邓小平文选:第3卷[M]. 北京:人民出版社,2000.
 [2] [德]马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第23卷[M]. 北京:人民出版社,1972.
 [3] 程恩富. 文化经济学通论[M]. 上海:上海财经大学出版社,1999.
 [4] [美]R. 科斯, A. 阿尔钦, D. 诺斯, 等. 财产权利与制度变迁[M]. 上海:三联书店,1994.

(责任编辑 车 英,于华东)

Brief View on Relieve Media Productivity

LUO Yicheng BAO Guoqiang

(School of Journalism & Communication, Wuhan University, Wuhan 430072 Hubei China)

Biographies: LUO Yicheng (1944-), male, Professor & Doctoral supervisor, School of Journalism & Communication, Wuhan University, majoring in news business; BAO Guoqiang (1971-), male, Doctoral candidate, School of Journalism & Communication, Wuhan University, majoring in news management.

Abstract: In DENG Xiaoping theories system, the productivity theories is the core of its theories frame. Relieving the culture productivity is an indispensable importance in theories in productivity of DENG Xiaoping. in the future, the competition of world eventually will be culture dint, the liberation of culture has become the most core. media productivity, not only relates the media industry oneself only, and relates the culture industry and the whole social economic development. To liberate the media productivity, the key consists in the reformation of the media system. DENG Xiaoping productivity theories is the guide to relieve the media productivity, to accelerate our country media system reform.

Key words: the productivity theories of DENG Xiaoping; media productivity; media system reform