

[文章编号] 1671-881X(2010)03-0339-08

多元文化环境下强化文化管理战略的价值、内涵与政策思路

傅 才 武

[摘 要] 当今世界业已进入到一个整体性文化竞争的新时代,文化软实力以及支撑文化软实力的文化战略管理日益成为民族竞争的利器。在当前中国文化战略管理开始从自发转向自觉阶段的过程中,仍然存在战略目标设置不尽合理、战略资源配置不协调、政策工具不充足等问题。要建立中国的文化竞争优势,仍然需要进一步创新和完善文化战略管理框架,大力推进文化职能体系的重构,实现由战时文化体制架构到文化建设体制架构的转轨。

[关键词] 文化战略;战略管理;文化体制

[中图分类号] G124 **[文献标识码]** A

近半个世纪以来,西方主要发达国家在经历了制造业竞争、品牌竞争、国际标准控制竞争之后,进入到一个文化竞争的时代。全球化进程将民族国家的文化发展环境整体性地“植入”世界文化市场,形成不同民族文化的产业化生存、民族文化形态之间的生存竞争和民族国家文化安全的时代话题,“文化软实力”、“文化创意产业”、“动漫外交”和“文化立国”等概念范畴体现出西方一些发达国家的文化发展战略思想与发展模式,并由此引发了各国意识形态与“文化霸权”的战略博弈^①。

在全球化语境下,西方主要发达国家借助于信息技术优势,日益形成了对于后发国家的“文化霸权”。20世纪80年代以来,数字技术赋予了发达国家新的力量形态,为其提供了新的力量来源。先发现代化国家的文化行业借助于模拟现实(the virtual reality)和模拟空间(the virtual space)获得了具有超越物质“疆域”的能力,文化产业和“文化软实力”成为了先发国家通向世界的“文化装备”,文化国力的兴起改变了国家间以物质力量为基础的传统全球力量分布形态,建构了经济、军事硬实力与文化软实力相结合的新型国家综合竞争力概念,大国之间的竞争日益由硬实力竞争向软、硬实力的综合竞争演进,“文化竞争”成为国际间的常态。因此,实施国家文化战略管理业已成为获取国家竞争优势的内在要求,实施国家文化发展战略管理,就是要维护和发展“国家文化主权”,“要在吸纳世界最优秀的文明的基础上确立中华文明的主体地位,通过国家主权的张扬来拓展国家利益。”

在这种情况下,西方全球性“文化霸权”的建立迫使后发国家进行文化战略管理,由“大国博弈”所导致的国家文化战略管理日益成为民族国家的一种“文化自觉”。出于建立文化竞争优势的需求,后发国家必然要将民族文化资源纳入到国家战略管理的范畴,建构民族国家的“文化软实力”就成为世界上后发国家出于安全战略需求所形成的一种全新的国际战略竞争形态。

一、中国文化发展战略管理的构成及效率评价

改革开放以来,中国作为后发现代化国家,在经济地位持续上升的同时,中华文化也开始由边缘向

作者简介:傅才武,武汉大学国家文化创新研究中心主任,教授,博士生导师,湖北 武汉 430072。

基金项目:国家哲学社会科学基金重大招标项目(09 & ZD016)

世界文化中心渐进,并参与世界主流价值体系重建的过程。正是在这一过程中,中国文化发展战略逐步形成。

(一)当代“再中国化”进程构成了中国文化发展战略转型的基础背景

当代中国文化发展战略的确立与中华民族文化在世界文化体系中的定位相关。世界上的先发现代化强国,不仅是经济强国,也是在文化上能够广泛地影响世界的文化大国,“是一个思想家辈出,在参与世界知识体系建构的知识生产中,不断推出新的整体性思想体系的国度,……必须在人类文化价值观上,拥有影响和引导这个世界前进的文化力量。”而我国的实际情况是,自 1840 年鸦片战争以来 170 年间,中华文化在世界文化体系中经历了“中国化—去中国化—再中国化”的循环。

在近代史上,中华传统文化遭遇到西方霸权话语的“合法性”暴力,在西方“坚船利炮”等“硬力量”的压迫下,中华传统文化对世界的魅力逐步丧失,一步一步地由世界文化的中心位置,退守到世界文化体系的边缘。1949 年建国以来特别是改革开放以来,由于中国经济的持续增长、综合国力的快速上升,一直处于西方发达国家主导下的世界文化霸权体系有所松动,中国开始从世界文化话语霸权的边缘慢慢走向世界文化舞台的前沿,学界称之为从“去中国化”到“再中国化”的过程,但总体进程仍然有限^②。

在当代,与中国经济发展水平持续上升趋势不相匹配的是,中国文化对于世界主流价值体系的影响不大,当代中西方之间经济贸易的顺差和文化贸易的严重逆差,业已引起了西方世界对于中华民族和平崛起的“误读”,极大地影响到中国在世界和平崛起的进程。对于中国来说,21 世纪中国和平崛起于世界的进程体现在文化建设上,即是当代中国文化战略管理问题。未来中国要从世界文化边缘走向世界文化的中心地带,要从“政治中国”、“经济中国”走向“文化中国”,必然要确立明确的战略目标和战略路径。未来中国是走经济上“世界工厂”、文化上“西化”的道路?还是走经济上“中国制造”、文化上“儒家特色、集成创新”的道路?这同样需要从国家层面上进行战略架构。建构未来 10 年或 20 年的大国文化发展战略,“守望文化江山”,成为中国政府和学界的基本共识。

(二)当代中国文化战略管理模式的构成

在历史上,中国共产党从 1921 年到 1949 年近 30 年的政治军事斗争环境中形成了一套具有鲜明战时特征的文化战略管理模式。这一模式特征是:将文化工作作为战争动员和社会动员手段的目标定位;给予文化工作明确的保障政策、措施;建构大众宣传舆论渠道^③。西方学者认为,中国共产党的胜利很大程度上缘于政治宣传上的胜利和文化动员上的胜利。

建国后,在苏联文化体制示范和根据地文化体制惯性的作用下,我国建立了文化发展与文化意识形态管理相统一的文化战略管理体系。20 世纪 80 年代以后,随着社会基础结构由计划体制向市场体制转型,中国文化体系开始由政治文化一体化向文化独立化(产业化)、文化福利化(公共文化产品化)的方向演进,中国文化战略管理模式出现了新的变化。文化体制改革、文化产业发展、文化创新和文化“走出去”构成了当代中国文化战略管理的基本框架。

第一,在文化体制上,中国文化发展方向由计划型模式向市场型模式演进。1978 年十一届三中全会以后,我国文化行业也进入到一个战略发展方向的转型过程。我国文化管理体制先后经历了 1979—1985 的演出承包责任制改革、1985—1988 年的“双轨制”改革、1988—1992 年的“两权分离”改革、1992—2002 年的内部管理机制改革、2003 年以来的企业化改革、“制播分离”改革、文化产业集团化改革等发展阶段,体现了一个由外层制度改革进入到核心制度改革的演进改革的路径特点,形成了我国文化行业独特的改革发展道路。

第二,在文化产业发展战略上,中国文化发展道路由单一文化事业型路径向事业与产业复合型路径演进。建国初直到 20 世纪末,我国文化行业在文化事业体制中踌躇前行。改革开放后,随着文化市场的逐步成长,“文化产业”在民间日益成长并在体制外形成制度示范。2000 年 10 月,《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》首次使用“文化产业”的概念,发展文化产业逐步成为国家战略部署。2001 年 10 月,文化部颁布了《文化产业发展第十个五年计划纲要》,2002 年 11 月,党的十

六大第一次正式提出了“一手抓公益性文化事业,一手抓经营性文化产业,‘两手抓、两手强’”的文化发展战略。2003年10月,《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》将文化产业纳入国民经济发展总体规划。2005年4月,国务院公布了《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》,体制外资本进入文化产业领域获得了准入许可证。2006年9月,《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》进一步完善了“十一五”时期国家文化产业发展的战略部署。至此,文化产业作为文化发展的战略路径被纳入到国民经济的整体体系之中,成为推动我国社会主义文化建设、提升文化软实力、增强国际竞争力的重要手段。

第三,在文化创新推进战略上,国家文化宏观思路由生产主导模式向创新主导模式演进。从20世纪90年代开始,西方发达国家基于科技创新和市场组织创新所表现出来的文化生产力给后发国家形成了强烈的经验示范。我国发展模式中的文化创新问题开始受到党中央国务院的关注,逐步形成了由技术创新——文化创新——创新型国家的宏观战略思路。2001年7月,江泽民同志在《庆祝建党80周年重要讲话》中明确提出在“积极进行文化创新,努力繁荣先进文化”。2002年5月,江泽民同志在“五三一”讲话中提出要“积极进行文化创新,不断增强有中国特色社会主义文化的吸引力和感召力”。

2002年党的十六大报告明确了我国文化创新的战略地位,将文化创新与理论创新、科技创新以及其它各个方面的创新作为我国长期坚持的治党治国之道。此后,国家文化创新体系建设的战略思路日益明确,并成为我国新时期重要的文化发展战略部署。2006年9月,《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》提出,“始终把文化创新作为文化发展的战略基点和前进动力”;2007年10月,党的十七大报告提出要“推进文化创新,增强文化发展活力”,“研究制订推进文化创新政策”。计划体制下形成的生产主导型战略管理模式是一种基于国内单一环境下的相对简单化管理策略,这一管理模式不能适应全球市场一体化、文化经济一体化、科技创新与内容创新一体化这一复杂环境对战略管理的要求。中国文化创新战略的确立,是我国为适应21世纪全球文化竞争环境而确立的重要战略安排,业已成为推进中国文化建设的有力手段。

第四,在公共文化服务战略上,国家公共文化发展道路由供给主导型向需求主导型演进。21世纪初,我国学界业已提出了建立国家公共文化服务体系的理论构想,至2005年10月,建设公共文化服务体系作为国家战略正式纳入到国家议程,《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十一个五年规划的建议》明确要求“加大政府对文化事业的投入,逐步形成覆盖全社会的比较完备的公共文化服务体系”。2006年9月,《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》,将“公共文化服务”单列一章进行论述,初步明确建构了“公共文化服务体系”目标和基本内容。2007年8月,中共中央办公厅、国务院办公厅联合下发了《关于加强公共文化服务体系建设的若干意见》,明确了我国公共文化服务体系建设的指导思想 and 目标任务,规定了公共文化服务体系建设的pecific内容和主要途径。至此,建设国家公共文化服务体系战略框架基本定型。

第五,在文化“走出去”战略上,文化发展方式由单一内向发展模式向外向发展模式演进。文化“走出去”战略的确立与实施,体现了环境变化对于国家文化战略管理的要求。2000年10月,《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议》中首次明确提出:“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。”2002年,江泽民在党的十六大报告中强调:“实施‘走出去’战略是对外开放新阶段的重大举措。”2004年9月,党的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》确立了“推动中华文化更好地走向世界,提高国际影响力”的战略目标。2005年10月,《关于制定国民经济和社会发展的第十一个五年规划的建议》再一次明确了“走出去”战略,即“积极开拓国际文化市场,推动中华文化走向世界。”2006年9月,《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》提出:要拓展对外文化交流和传播渠道,培育外向型骨干文化企业,实施“走出去”重大工程项目。随着经济文化的一体化和文化市场的全球化,世界文化的发展环境发生了根本性的变化,中华文化“走出去”

2

2

[illegible]

:

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
国家	美国	日本	英国	德国	法国	中国	意大利	西班牙	韩国	澳大利亚
文化产业产值	3880	894	668	547	417	339	323	232	219	155

2

④

()

1

2

2.以战时体制的架构来承担和平时期的文化建设任务,整体上导致了国家文化管理职能体系的“错位”。

3. 国家文化管理体制设计对信息技术与文化内容汇流的重大影响评估不足,没有在战略架构上建立内容与技术整合发展的体制结构。

?1994-2017 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

1. 实施国家文化发展战略规划管理应立足于中国国情,确立统一的国家文化形象定位。

2. 实施国家文化发展战略的系统管理应整合政府和社会两种资源,规划构建国家文化软实力的系统工程。

3. 实施国家文化发展战略的路径管理应深化文化体制改革,提升民族文化产业的核心竞争力。

4. 实施国家文化发展战略的特色 管理应传承创新中国优良传统,突出中华文化特色。

5. 实施国家文化发展战略的执行管理应改革战时文化体制框架, 建立以大文化部制为基础的国家文化管理职能体系。

“ ”。1840 年鸦片战争以来, “ ” “ ()”——“ ”()——“ ()”——“ ()”

30 年来中国经济的持续高速增长,

。21 世纪是中华民族伟大复兴的世纪,

。21 世纪,

①

《 》(, 2009);《 》(, 2005);《 》(, 2006)。

- (桂 莉)