

中国文化产业未来研究趋势探析

魏 婷

(中国传媒大学媒体管理学院, 北京 100038)

[摘 要] 过去10年,“官学研”各界对中国文化产业进行了多角度、多方位的研究总结,但多停留于宏观层面,尚未形成系统的研究体系,文化统计数据短缺、现有统计数据没有整合,偏重于文化艺术研究方法而经济学、管理学研究方法少。未来的研究重点应是:官学研结合,合理界定文化产业及建立科学的统计指标体系;研究制定和规范文化产业行业标准;学界和业界合作机制研究;采用国际视野,对中国的文化贸易展开更有针对性的研究;研究形成完善的文化产业人才培养模式。

[关键词] 文化产业;文化产业研究;研究趋势

[中图分类号]F287.5 **[文献标识码]**A

[文章编号]1000-971X(2011)04-0081-05

中国文化产业的发展以1998年文化部设立文化产业司为开端,迄今为止已经10年有余。10余年间,中国政府通过制定颁布一系列的政策法规,加大对文化产业的扶持力度,而文化产业业界也适逢其时。经过10年的快速发展,中国文化产业正处在一个历史发展节点上,面临着新的机遇和挑战。而实践离不开理论的指导,对于学界来说,全面盘点文化产业研究的上一个“10年”,总结经验教训,绘制文化产业研究的下一个“10年”蓝图,对于中国的文化产业发展来说显得尤为重要和迫切。

一、过去10年中国文化产业研究

过去的10年间,中国的“官学研”各界对中国文化产业进行了多角度、多方位的研究和总结。1999年和2002年,文化部分别与上海交通大学和北京大学合作设立了国家文化产业创新与发展研究基地。2005年,为推动高校参与文化产业理论研究,文化部又分别与中国传媒大学和深圳市文化产业研究所合作设立了国家对外文化贸易理论研究基地。2007年,为进一步推进文化产业理论研究和创新的纵深发展,中国文化产业部命名清华大学、南京大学、南京航空航天大学、中国海洋大学、华中师范大

学、云南大学等6家高等院校的文化产业研究机构为国家文化产业研究中心。^[1]在此期间,各种文化产业论坛蓬勃兴起,文化产业博览会四处开花,高校设立文化产业专业如雨后春笋,一大批学术著作和学术论文发表。一时间,文化产业研究成为“显学”。

据笔者以“文化产业”为标题关键词对中国期刊网(CNKI)的中文期刊全文数据库进行的全面的检索,共获得3857篇相关论文,其中1999年至今,各类期刊上发表的相关论文有3450篇,全国优秀硕士学位论文172篇,全国博士学位论文21篇;而自2000年至今,在全国重要会议论文中以“文化产业”为标题的论文有214篇。另外,关于文化产业研究的著作也不断出版,已有的研究中较有代表性的著作主要有:《中国国家文化安全论》(胡惠林,2005)、《中国文化产业竞争力研究》(祁述裕,2005)、《文化产业战略与商业模式》(陈少峰,2006)、《文化产业发展战略研究》(朱建纲,2006)、《文化产业研究战略与对策》(熊澄宇,2006)、《区域文化产业研究》(向勇、喻文益,2007)等。这些论文和著作分别从不同的角度和领域,对我国文化

[作者简介]魏婷(1972—),女,山东潍坊人,中国传媒大学媒体管理学院副教授、博士。主要研究方向:国际文化贸易、传媒经济、国际市场营销。

产业发展战略中若干问题作了比较深入的研究。

此外,近10年来,我国文化产业发展战略研究的一大特点还表现为:以研究报告的形式对我国文化产业发展进程中一系列重大发展问题进行跟踪性的动态研究,形成了我国文化产业发展战略研究的独特的“蓝(白、绿)皮书现象”,其中比较有代表性的有:《文化蓝皮书:中国文化产业发展改革报告》、《中国文化产业发展改革年度报告》、《中国文化产业市场发展报告》以及《中国传媒产业发展报告》、《中国广电产业发展报告》、《中国出版产业发展报告》等等^[2]。另外,以各省、市为主体的区域性的“文化发展蓝皮书”也不断出版,这些蓝(白、绿)皮书关于我国文化产业发展形势的分析以及对我国文化产业发展战略的预测和政策建议,受到中央决策层和社会各界,尤其是产业界和政府部门的高度关注,对我国文化产业发展产生了重要的影响。

由于政府的推动和学界的研究推动,当前,我国的文化产业蓬勃发展,形成了一些有较大增长空间的产业门类,涌现出一批有较强竞争力的企业集团,全社会参与文化建设的积极性空前高涨,以国有资本为主导、各种所有制成分共同发展的文化产业格局初步形成,国家的文化“软实力”也在逐步增强。

二、过去10年文化产业研究存在的问题

当然,10余年对中国的文化产业研究来说,仅仅是个起点,在此过程中不可避免地存在诸多问题。笔者认为主要有以下问题值得我们学界深思:

(一)文化产业研究多停留于宏观层面,而微观层面的研究则较少

就笔者检索的情况看,目前的研究成果大都局限于探讨文化产业研究的必要性、文化产业与国民经济的各种联系,例如较为宏观地谈论文化产业现状与未来发展、机遇与挑战、战略分析、政策制定、体制改革、与区域经济发展的关系,侧重于发展文化产业的意义、作用的论证和描述等等。尽管一些文献已经深入到某些区域、某些行业,但深入到微观层面且能够细致地对文化产业的生产方式、组织结构和管理机制等这些对文化产业发展具有实践意义的研究亟待加强。因此,从总体上看,从微观角度对文化产业运行规律进行的研究非常欠缺。

(二)文化产业尚未形成系统的研究体系

大多数学者一般是根据自身的学术背景,从单个领域或某一角度出发来研究文化产业问题。在这其中主要分为两个派别,即“经济学派”与“非经济学派”。“经济学派”主要强调文化产业的市场化手段和产业化运营,强调文化的商品经济属性;“非经济学派”则尤为重视“文化”及“人文精神”在文化产业中的作用,将研究的重心放在文化上,强调文化和内容在文化产业中的核心地位。然而,多数情况下,“懂文化的不懂经济学,懂经济学的不懂文化、社会学等”,两派各执一词,都无法深入地把握和借用对方学科的核心要素,从而形成了文化产业研究领域中的盲点和分歧,最终导致目前仍没有形成对文化产业研究的系统性的体系框架。

(三)文化统计数据短缺,现有统计数据没有整合

研究文化产业,离不开统计数据的支撑。但长期以来,中国在文化产业范围的界定上一直很模糊(尽管2004年1月,国家统计局对文化产业做了一个大致的界定,将文化及相关产业划分为四层)。中国的文化统计,还没有适应文化生产已从“事业模式”向“产业模式”转变这一事实,文化统计还停留在事业单位统计描述的初级阶段。产业界定不明确自然导致指标范围不明确,指标体系不健全;而各部门由于职能并不明确,对于文化产业的统计往往也停留在自己的职能范围之内,于是生产统计领域中存在文化产业的统计数据,消费统计领域中存在文化消费的统计数据,投资领域中存在文化设施投资的统计数据,涉外经济关系统计中存在文化国际交流的统计数据,而相对完整的关于文化产业的指标体系尚未建立起来。此外,在现有的统计资料中,较多关注“实物量”统计,而缺少“价值量”的核算。从国家统计系统公布的统计资料来看,文化统计仍主要停留在人员数、机构数、演出场次、图书册数等“实物量”指标的描述上。^[3]这些实物量指标虽然可以反映文化产业发展的现状,但它反映的仅仅是某一方面的情况,无法对整个文化产业的发展状况做出整体描述。而其中关于文化产品贸易方面的数据更是少之又少。另外,统计数据短缺还会导致研究者在研究过程中滥用现存统计数据的情况。

(四)文化艺术研究方法多,而经济学、管理学

研究方法少

不可否认,文化生产在中国仍具有较强的意识形态属性,然而文化产业最终隶属于经济。目前国内对文化产业的研究,从从事文化产业研究的人员构成来看,仍然主要由文化学、艺术学、社会学以及哲学等学者为主。从研究成果来看,把文化作为一种观念、一种意识、一种精神活动,乃至作为一种上层建筑中的意识形态来研究,所采用的理论和方法也主要以这些学科的方法和工具为主,侧重于对现象的定性描述和分析,即使涉及经济和管理层面,由于研究者的知识背景原因,也是蜻蜓点水、浅尝辄止。真正从经济学、管理学角度研究文化产业的文献还不多见,经济学的定量分析方法和工具还没有得到广泛的应用。

此外,在 10 余年的文化产业研究中,研究者们多次提出文化产业人才培养的重要性,但却忽视了对于文化产业人才培养模式的研究。

另外,尽管中国的文化贸易研究也已经起步,但由于缺乏数据支持或者其他种种原因,很多研究也多数停留于表象,对于中国文化产业“走出去”并没有提供行之有效的实践指导。

总之,近 10 年来国内学术界对于文化产业研究所形成的这些问题,本文认为根源在于对文化产业本质属性认识的差异和研究者背景及研究方法的分歧。

三、未来 10 年的文化产业研究趋势

目前源于美国的金融危机对各国实体经济的影响正在逐步加深,经济危机正进一步席卷全球。从历史来看,每当经济萧条的时候,文化产业就面临着发展的新机会。例如上世纪 30 年代的经济大萧条,间接促成了好莱坞电影的黄金时代。上世纪 80 年代美国经济不景气,但以好莱坞为代表的美国文化却一片红,文化经济成为复兴其经济的一个亮点。1997 年亚洲金融危机时,韩国经济衰退,失业者无所事事,就在电脑上玩游戏来消遣,韩国政府发现优秀的作品带来了低成本的快乐,于是抓住机会,鼓励动漫产业发展,使电子游戏产业在危机中“另类崛起”。不仅如此,韩国的影视剧、流行音乐也迅速发展起来,在亚洲掀起了一股“韩流”。有统计数据显示,我国 2008 年 1-10 月份的增长率与 2007 年相

比回落了 5 个百分点,很多产业的增长速度也开始下滑。但是,文化创意产业却逆势而上,以北京、上海和深圳为例,2007 年,北京经济增长 12.3%,文化创意产业增长 19.4%;上海经济增长 13.3%,文化创意产业增长 22.8%;深圳经济增长 15%,文化创意产业增长 25.9%。^[4]2008 年,上海盛大网络发展有限公司和北京的九城网络技术集团有限公司的出口大幅增加,特别是第 3 季度比第 2 季度增长了 20% 以上。即便是在英国,尽管其经济已经开始衰退,但其创意产业仍在最近 3 年里保持着 6% 左右的增长速度。也就是说,在历史与现实中,“口红效应”作为一种文化和经济社会现象连续得到了证实。中国政府在中央经济工作会议上也强调:扩大内需不单单是指物质产品方面,也包括扩大精神产品方面的需求。种种迹象表明,未来的 10 年将是中国文化产业腾飞的“黄金十年”,对于文化产业的研究来说也同样如此。笔者认为对于中国的文化产业研究来说,未来的研究重点应当在以下几方面展开:

(一)官学研结合,合理界定文化产业及建立科学的统计指标体系

凡事“必先正名”。文化产业虽作为新的产业,但统计上却一直没有统一的国家标准。尽管中国已经于 2003、2004 年先后对文化产业给出界定,但仍然存在界限模糊,实践性不强等问题。长期以来,中国对文化产业的统计范围条块分割严重,统计数据问题层出不穷。作为新兴产业,界定和统计方面的薄弱,会带来对文化产业统计口径不一、遗漏和重复等一系列难题,也必然会导致对文化产业的政策支持和扶持无法跟进。只有早日建立科学的文化产业统计指标体系,提高文化及相关产业统计信息收集和科学的科学性、可比性和可操作性,正确反映我国文化产业发展状况,才能更好地为国家文化产业发展决策提供依据。这尽管对于“学界”提出了不小的挑战,但对于未来中国文化产业的研究和发展势必起到一个良好的促进作用。

(二)研究制定和规范文化产业行业标准

标准化对于文化产业的发展具有重要意义,它是文化设施设备质量与安全的保障,是文化服务质量的保障,是规范文化市场的重要手段,也是促进文化产业升级的必要条件。目前总体看来,我国文化

产业标准化基础十分薄弱,标准数量少,门类缺,内容陈旧,技术水平低,而且宣传贯彻差。

未来10年,关于文化产业标准的研究应在以下方面深入展开:

1. 进行文化产业标准化基础建设

应尽快完成文化行业标准化基础研究,推出一批文化行业标准化基础理论研究成果;全面推进文化标准体系研究,形成涉及文化领域安全、环保、质量、工艺、功能、技术、检验检测、资质、等级评定、保护消费者权益的标准体系;建立较为完善的图书馆、博物馆、文化馆、美术馆、演出场所、社会艺术教育、文化娱乐场所、网络文化、动漫游戏、乐器、工艺美术等国内文化行业分类标准。

2. 编制文化产业技术标准

制定公共文化服务体系分类标准、文化设施分类标准、文化信息系统标准、文化内容数据库等标准;制(修)订美术馆、文化馆等文化设施建筑设计规范、社区文化设施建设标准、数字图书馆技术规范;制定图书馆、美术馆、博物馆、文化馆、剧院等公共文化设施的服务规范;制定音响师、灯光师、舞台机械师、舞台美术师、录音师等执业岗位认证标准和等级评定标准。

3. 编制涉及公共文化安全标准

制定涉及文化安全、文化环境保护、公共文化活动场所安全的相关标准;研究和制定文化资源数字化等涉及文化资源安全的技术标准和管理标准;研究和制定关于抢救和保护物质的、非物质的文化遗产管理技术规范;研究和制定文化内容管理规范,限制多媒体、互联网等文化载体中的文化公害,保护文化环境的健康发展;研究和制定剧场、互联网上网服务营业场所、歌厅、露天演出、文化集会等公共文化活动场所的安全管理技术规范。

4. 积极与国际标准接轨

目前国际上出现了标准趋同的大趋势,为了制约和消除技术贸易壁垒,世界各国的标准都在向国际标准靠拢。因此,要积极采用国际标准和国外先进标准,加强与国际有关标准组织的交流与合作,学习和借鉴国外先进的标准化经验,研究制定既适合中国国情,又与国际高度接轨的文化产业标准。

(三) 学界和业界合作机制研究

随着社会分工的日益细化,以高等院校为代表的研究者作为传承文化的知识分子,对一国文化产业发展具有重大意义,而新媒体、动漫等新兴文化产业,更是无法脱离高校科技教育的支撑。但一方面,以高等院校为主的研究机构因为不直接受市场经济的冲击,因而无论在产业立场还是价值取向上都相对滞后。另一方面,又由于学界和业界之间缺乏良好的激励制度安排,甚至在一定程度上二者的运作体制是相互矛盾的,导致了理论与实践相脱离的尴尬境地,也没有制度和渠道让学界从业界的繁荣中得到相应的资源和激励,两者间的有效互动难以实现。从这个意义上讲,学界和业界结合的方式也是未来我们应该研究的重点。例如这种合作关系可以是一个论坛、一个基金会、一个产学研合作基地、一个合作协议或者一个共同的研究机构等等。此外,学界应借鉴业界实践体系构建完整的文化产业研究体系,坚持艺术美和文化产业的普遍融合,只有在这个层面上学界的产业研究才有意义和价值,才能真正发挥服务社会,达到文化推动经济的现实作用。

(四) 采用国际视野,对中国的文化贸易展开更有针对性的研究

改革开放以来,我国文化产品生产始终处于国际文化市场的影响之下。与制造业一样,我国文化市场走过了一个从引进国(境)外文化产品,到逐步参与国际文化产品生产的过程。随着我国文化市场与国际文化市场的联系趋于紧密,我国文化产品生产和服务也越来越融入国际文化生产体系之中。如同众多制造业一样,目前我国文化产品生产在国际文化市场体系中,总体上处于低端环节。以至于文化部部长助理丁伟曾经痛心地说过“中国文化产业无外贸!”

尽管我国目前文化贸易逆差还是很大,但正像学者祁述裕所说的那样“引进是走向原创的必不可少的过程”。我认为当前或者说未来一段时间在文化贸易方面应该关注:

1. 利用货物贸易体系进行文化产品的宣传和推广

将文化出口和货物出口结合起来,加强中国制造业大企业与文化企业合作,借助货物贸易的营销体

系进行中华文化的宣传和推广,实现货物销售的“文化增值”,同时利用中华文化的影响和吸引力带动中国产品出口。也就是说,商品生产企业应该培养、丰富产品的文化内涵,在产品开发、生产设计上与文化产业结缘、升级。具体来说,从商标设计到产品理念、营销模式,以至产业结构的调整、经营战略的重构、产品的升级换代等,都应该体现出中国文化的内涵。

2. 加强国际合作

德国康士坦茨大学经济系的舒尔茨教授运用引力模型,对全球 49 个最大贸易国的文化艺术贸易进行了统计分析证明:语言和文化习俗相近、地理位置比较靠近以及收入水平越高的国家之间从事文化贸易的可能性会更大。因此在未来的文化贸易中,我们可以与亚洲各国展开深度合作,与发达国家的一流企业进行合作。

(1) 借助于区域经济一体化,与亚洲各国进行文化领域的合作。其实无论是 CEPA, 还是中国—东盟以及泛北部湾文化产业合作,都是区域文化产业合作与发展的一种模式。中国和东盟各国以及日韩同处亚洲地区,在文化系统方面,用美国哈佛大学教授亨廷顿的观点来看,同属于儒家文化圈。共同的亚洲价值观的文化认同和地缘政治与经济的相关性,使得中国和东盟各国以及日韩在区域发展中有着许多共同的利益,而这些共同的利益正遭遇到文化产业全球化和文化霸权主义的深刻挑战,而这是中国和东盟以及日韩各国都面临着一个同样的问题。我们可以在文化领域谋求与东盟或者日韩的进一步合作,找到行之有效的合作方式,整合各国优势资源,实现共赢。

(2) 支持中外企业合作。融入欧美主流文化市场可以考虑选择美国纽约、法国巴黎、德国法兰克福等国际中心城市,与欧美一流的企业合作,采用共同投入、收益分账、保底分成的形式,推动中国文化企业“走出去”,建立中国文化出口的营销网络。

(五) 研究形成完善的文化产业人才培养模式

目前文化产业人才培养的模式存在两方面问题。一是专业热,就业冷。表现为:专业培养目标过于广泛;招生考试制度难以选拔真正的优秀人才;课程设置不尽合理,缺乏特色;教材匮乏,脱离实际;师资力量薄弱。二是文化产业领域高级人才培养欠

缺。人才的缺乏,已经成为制约中国文化产业发展和“走出去”的瓶颈。

在培养相关专业人才方面,应着力做好以下几点:

1. 充分利用高校资源,设立相关专业

目前我国开办与文化产业管理有关的学科专业的高校已达到 50 多所,已成为近年来高校新办专业中发展最快的专业之一。^[5]今后还要适当扩大招生规模,应充分利用高校资源,对文化、艺术专业和经贸专业进行整合,设立专门的“国际文化贸易”等相关专业,培养文化产业经营方面的专业人才。

2. 为中外文化产业人才交流提供机会

(1) 通过设立专项基金、企业委托培养、交流等方式,为中国文化产业人才到国外深入学习提供机会,使中国文化产业人才能够直接接触国外市场。(2) 邀请国外知名导演、编剧、市场营销人员等定期来华进行交流合作。(3) 使中国文化企业海外参展、参会人员固定化,避免因人员更换过于频繁而影响中外文化企业间的交流与合作。

3. 为贸易人才的“转向”提供便利条件

随着文化产业的发展和对外文化贸易规模的不断扩大,充分利用其他领域已经成长起来的贸易人才是一条值得尝试的捷径。加强有关培训,可设立专门的培训和资格认证考试,定期组织其他领域的贸易人才参加。

参考文献:

[1] 张来春. 文化经济:国内研究现状、问题与展望——基于 CNKI (1991 - 2007) 文献的分析[J]. 学习与探索, 2008, (05).

[2] 胡惠林. 关于我国文化产业发展战略研究的思考[J]. 东岳论丛, 2009, (02).

[3] 孙建华. 值得期盼的文化统计[J]. 中国统计, 2008, (04).

[4] 厉无畏. 创意产业:经济寒冬里的一股暖流[J]. 中国流通经济, 2009, (02).

[5] 李辉. 文化产业管理人才培养存在的问题与对策[J]. 新疆艺术学院学报, 2009, (03).

(责任编辑:周 杰)