责任编辑：戴菁　E-mail:daijing314@163.com　电话：010-62805132　　2013年12月23日

文化产业发展的文化关注

□扈海鹏

文化产业，亦即文化工业，在当代获得更多正面意义上的探讨。文化产业，涉及了大众文化、消费生活方式的诸多方面。在中国进入新媒体时代后，文化工业已分化出上千个门类。然而，文化产业的发展不同于经济产值的竞争，它还需要文化研究的准备。在我们赞叹欧美国家文化产业的成就时，不可忽视其背后文化研究理论的探索，其思路能给我们某些启示与思考。

反观“文化工业”早期定义时的人文立场

当我们去寻找文化产业最早的定义时，就会追溯到阿多诺、霍克海默的名字。接着，又会发现“文化工业”一开始被定义时，它是个否定性的概念。这并不是一种偶然。

作为法兰克福学派的领军人物，阿多诺、霍克海默在20世纪40年代就指出，文化工业出现是“技术和社会层面的分化和专业化”的必然结果。文化工业存在着“资本主义工具理性支配”趋势与危险。工厂资本的逻辑在于培育了文化产业中的梦工厂，“一度与人类主体性发展联系在一起的文化和其他商品一样，变成了对象”。阿多诺、霍克海默当时认为，文化工业导致了文化产品的标准化、单一化、伪个性化的趋向。

美国学者马丁·杰认为，在20世纪的知识分子中，很少有人能像阿多诺那样敏锐地感受到文化的多重意义和矛盾内涵。阿多诺不仅看到了“文化作为一种理想、信念、价值取向”在新的时代扮演着“宗教的代用品”的地位，而且他认为这种精英文化在19世纪是以人的最宝贵的成就出现的。它常常处于“大众”文化或“民俗”文化的冲突之中，处于与文明的更具物质性的成就的紧张之中。这也就是文化本身的多个层面的问题。

20世纪40年代，西方国家正处在新一轮技术革命兴起中——电的发现，电力在日常生活中被运用，电影、留声机、照相机等的发明，为新的大众娱乐产业提供了可能性。阿多诺睿智地看到，“产业化的文化就是同质的文化”，文化工业对消费者的影响是通过娱乐确立起来的。商业就是他们的意识形态。晚期资本主义的娱乐是劳动的延伸。阿多诺认为，这种文化产业是对启蒙精神的一种倒退。这也就是马尔库塞后来说的发达资本主义条件下的“单向度的人”的状态。

法兰克福学派的文化批判一直伴随着争议，但其历史作用，在于“它赋予了文化、艺术相对于某种社会政治作用机制的重要性”。从文化社会学角度上说，阿多诺的命题预设了一个“文化工业”发展的人文价值的底限、预设了一个伦理风险警示，即在资本原则、“工具理性”被任意扩大后的危险。

这对今天的中国依然是个启迪：只要文化产业发展中还存在着一味被工具理性价值所垄断的现象，只要还存在着经济与文化之间的人生意义寻找，坚持文化产业的人文价值的立场就是必须的。

反思文化学者对生活方式、日常生活体验的关注

文化研究学者并没有停留在阿多诺的结论与担忧上。从20世纪60年代到80年代，欧美发达国家经历了从机械化到信息化的革命过程，与之相联系的是后工业社会、消费社会、汽车社会、后现代社会、信息社会、全球社会的一系列新的社会特征的来临。互联网时代的技术品格深深影响了产业结构、社会结构的分化，影响了生活方式本身的分化与转型。

英国文化研究中心的学者对战后英国社会的生活方式变化给予了大量关注。比如他们对青少年流行音乐亚文化的研究、对英国伦敦东区工人阶级生活方式、对差异政治的研究等。另一方面，与“文化工业”相关的生活方式分析、符号分析也在被阐述。随着经济发展的文化导向的强化，消费文化下格调、风格、品牌符号的生产与流行，成为非常重要的东西，大于具体物质商品本身的价值。

通过对日常经验的研究，英国学者霍尔认为大众文化产品的消费，并非像阿多诺所说的那样都是被动的，而是存在着一种主体“接收”的文化过程。不同的读者会以不同的方式来解码文本。这就肯定了大众文化产品包含着认知主体的肯定及文化的民主性。

雷蒙·威廉斯看到了文化现代性下人们的“感觉结构”。他认为“这种感觉的结构就是一个时期的文化”，“新一代人将会以其自身的方式对他们继承的独特世界作出反应”。这些分析把阿多诺命题的精英姿态放置于一种平视的、互动的、对经验事实的关注上。

在全球生活方式的影响下，文化工业与消费文化联系在一起，“在商业世界及生活方式的结构化中具有核心地位”。文化产品与商品的供给、需求、资本积累、竞争及垄断等市场原则联系在了一起，运作于生活方式领域。文化风格的消费，转而又推动了大众文化生产的发展。

那么，在日常生活中人们是否就可随心所欲地享受消费文化呢？文化研究的一个重心是关注文化与权力的关系，即对底层阶级的关怀。法国学者布迪厄认为，“生活方式趣味的膨胀产生于一种结构性的生活空间，在这个空间中，特定的阶级与阶层竞相把自己的特定趣味作为合法趣味强加于人”。阶层关系不在文化工业运行外面，就在里面。

20世纪60年代青年运动的社会结果，看上去只是使“流行文化”成为文化产业、生活方式，并且越来越广泛——变成全球文化产业、全球生活方式的象征。但其实它也表达生活政治的诉求，它使文化民主的权益普遍化了，包括种族平等、阶级平等、社会性别平等、年龄平等的认同。它直接或间接地形成了欧美公共文化服务体系背后的平等理念。

这对依然存在城乡、地区二元结构的中国，如何加快构建公共文化服务体系，是很有借鉴意义的。

文化产业发展中的文化不平衡性的挑战

中国正处在文化产业发展最好的时期，在北京奥运会、上海世博会之后，中国的国际文化影响在增大。中国的科技文化园、民族文化街区、文化旅游景点越来越多，中国人的日常生活越来越依赖于电视连续剧、电视娱乐节目，依赖于网上的文化生活，依赖于手掌上的手机微信的文化生活。和30年前全民只能观看八个样板戏的情景，不可同日而语。

但同时中国也处在一个问题时代，表现为：经济发展了，大众消费的文化产业红火，但社会信仰、文化归属感、基本文化秩序并没有建立起来。中国人的纸质书的阅读与日本相比是1∶13，与以色列相比是1∶60，国民素质的水准显然是相形见绌。在消费主义、实用主义的影响下，中国的文化产业发展也出现金钱崇拜、碎片化、平面化的现象，社会价值观混乱。在中国快速的经济发展下，缺少底线的社会秩序，“文化与社会之间存在一种让人困惑、充满痛苦的脱节”，这似乎是一种代价。

现在我们往往用“文化软实力”这样一个词，来代表我们在全球化中文化产业的一个整合方向。文化产业被假设将增强了“文化软实力”的力量。但其实文化产业在量上的增加并不简单等于软实力。约瑟夫·奈认为，“文化软实力，主要体现为价值观、文化传统、政策等”，以及在非强制力下的对外的吸引力、感染力。当某个文化工业产品并不支撑价值观时，其文化产品可能是垃圾产品。对软实力而言，它可能就是一个负值。境外旅游的中国游客如只是表现为奢侈品购买力很强，行为粗俗，那么中国人的形象依然不会对世界产生文化影响力。

中国的社会转型处在全球化背景下，新技术使许多文化现象成为“共时态”。斯拉科·拉什在文化研究中认为，世界已从“文化工业”过渡到“全球文化工业”。阿多诺时代的“文化工业产品”是确定的，而今天的“全球文化工业产品”是不确定的。在前一个文化工业中，生产表现为流水线式和劳动密集型生产；全球文化工业中，生产表现为后福特式设计和密集型的差异性生产。如今中国城市中多样的消费情境，类别化的创意产品，微信中对图像、文本、视频的选择等，拉什把此称为“媒介的物化”。在新的阶段，文化产品、文化消费从生产者的控制中解脱出来，在流通、消费过程中发生变化，个体认知的作用越来越大。阿多诺时代所批判的“文化工业产品的同一性、标准性”，在互联网时代经历着新的个体性、差异性的认同。每台电脑的界面，就像一部“差异机器”。

中国确实赶上了推动文化产业大发展，增强文化软实力的机遇与挑战。它是创造性与复杂性的机遇与挑战。文化软实力增强，首先要有一种全球视野。认同全球文明是一个方向，这是一个长期的学习过程，不能做新“井底之蛙”。欧美大片、跨国品牌、世界体育、影视明星被接受，“全球生活方式”的吸引力，其实质是人们对开放性、多维性、选择性的思维、价值观、技术及生活方式的接纳。

文化软实力的增强，也在于全球性与本土性的再度整合中。这也是文化产业发展的民族性的选择。世界性就是民族性，它意味着“机遇与空间”。正如人类学家所言：“文化由显见的和隐含的模式组成。”近年来，国学热、“民国范儿”的怀旧，都是对文化遗产的再认同。中国文化的积淀也会在旅游、出版、休闲、创意产品、流行时尚的文化设计中体现出来，创新出更为巨大的文化市场。文化产业的张力在于全球化与本土性的互动中。中国“文化产品”魅力在其能行走在“亦古亦今”“亦中亦西”之间。

我们现在最大的风险是把文化产业，只做成“产业”“产值”，丢掉了文化；忽视文化原创性，思维僵化，乐于山寨式模仿。缺乏优质的文化设计、优质的服务精神来运作，使好的文化资源陷入困境。最糟糕的还有为业绩考核的“立竿见影”，糟蹋了文化符号与资源。更长远地看，中国还需要做“文化人的修养”“文明秩序”，来铺垫文化产业的底盘，因为东方文化的韵味在此。一定意义上说，没有教育与文明风尚，就不会有真正的民族文化产品的发展与审美欣赏。

阿多诺当年表达出的人文知识分子的信仰，与中国文化的“文以载道”“厚德载物”是相通的。做强中国的文化产业、做强“文化软实力”，要有文化建设的高度与厚度。它是一个综合的系统工程，需要文化管理的学习、积累及制度设计。我们要不断推进文化体制的创新，包括社会制度建设、公民素质建设、国民教育中价值观的培育。适应“经济文化化、文化经济化”的全球潮流，增加文化产品的人文感染力，促进文化产业发展的规范性、整体性和创造性。

（作者单位：江苏省委党校）

学术评论

世界社会主义视野下的中国特色社会主义

□张勤书　孙劲松

当前，世界社会主义发展的总体态势是：苏东剧变引起的震荡、彷徨和混乱已基本结束，世界左翼力量开始探索后苏联时代的社会主义新道路。21世纪以来，以中国特色社会主义、拉美21世纪社会主义为代表的世界社会主义运动显示出新特点和新趋势。中国特色社会主义成为新时期世界社会主义运动中最引人注目的重要探索。

中国特色社会主义是世界社会主义发展的新阶段

19世纪社会主义产生的特征主要表现为理论创造和群众运动，即以马克思主义为标志的社会主义理论和以欧洲工人运动为代表的实践形式。伴随着资本主义的确立和发展，作为工人阶级利益的理论表达和理论创造是19世纪社会主义发生发展的重要特征。19世纪社会主义思想和理论为20世纪社会主义实践提供了指导原则和初步制度构想，并深刻影响了20世纪人类社会发展的方向。

20世纪社会主义发展的特征主要表现为实践，即以苏联模式为代表的国家制度形式的实践。苏联模式的实践在4个方面具有重要影响：苏联国家制度第一次给资本主义占主导地位的世界提供了一个没有失业、全民医保和养老的社会发展形式的图景；苏联模式的早期成就是二战以后西欧福利国家建设的动力之一；苏联的支持和帮助是二战以后民族解放运动的重要推动力量，因此也是社会主义走出欧洲、走向世界的决定性因素；苏联模式的实践给后人对社会主义的探索提供了重要的经验教训和警示。

21世纪世界社会主义实践的特征主要表现为探索，即以中国共产党为代表对社会主义进行理论上的再认识和实践上的再探索。这种再认识和再探索的成果就是中国特色社会主义，其内容包括中国特色社会主义道路、中国特色社会主义理论体系和中国特色社会主义制度。中国特色社会主义给后苏联时期世界社会主义的发展提供了新的思想活力和实践形式，它的深入发展标志着世界社会主义运动进入一个新时期。

中国特色社会主义是世界社会主义运动的新经验

第一，人与自然的和谐关系将是未来社会主义的重要特征。从16世纪开始的空想社会主义到19世纪中期的马克思主义经典社会主义理论，再到20世纪苏联模式的社会主义实践，都是围绕着人类社会内部的矛盾斗争。但是，随着工业化现代化的进程，人类社会的可持续发展成为世界各民族人民的共同任务。因此，解决好人与自然的关系已经具有社会发展性质的属性。

第二，全球化将成为世界社会主义的历史舞台。资本的属性是追逐利润，因此，资本的基本特征是无国界、跨文化的。今天世界经济的一体化过程正如马克思恩格斯在《共产党宣言》里分析的那样，全球化的进程将为社会主义的传播和发展提供有力的历史条件。

第三，多样化将成为世界社会主义运动的常态形式。社会主义实践形式的多元化越来越多地表现为民族或地域特点。比如，查韦斯主张的“21世纪社会主义”中的“玻利瓦尔革命”因素、朝鲜金日成的“主体思想”、越南共产党的“胡志明思想”等。这些不同的社会主义思想内容，无一不是与本国的文化传统和民族精神相联系。

第四，社会主义的阶段性目标越来越直接地与国家现代化目标相联系。在世界社会主义运动的范围内，除了欧洲民主社会主义，其余的大多数以社会主义为社会发展方向的国家都是发展中国家，这些国家社会主义建设目标中的一个重要内容，就是追求迅速实现工业化现代化。因此，确立社会主义建设中的经济目标，以改善人民生活，增强国家实力，反对西方国家的霸权地位，将是大多数发展中国家追求社会主义的真实而重要的动力。当然，现代化也包括人的现代化和社会政治发展的现代化，但经济发展的现代化显然是发展中国家的重要内容。

第五，中国特色社会主义将成为世界社会主义运动的重要推动力量。中国特色社会主义道路、中国特色社会主义理论体系、中国特色社会主义制度，是中国共产党和中国人民九十多年奋斗、创造、积累的根本成就，是对中国社会主义建设的经验总结和理论概括。建设中国特色社会主义，总依据是社会主义初级阶段，总布局是五位一体，总任务是实现社会主义现代化和中华民族伟大复兴。

中国特色社会主义实践的基本经验主要是：第一，坚持实事求是，解放思想的思想路线，破除理论教条和僵化的思维定式，大胆探索，勇于实践，稳步推进，理论总结。这是从20世纪社会主义实践中得出的重要经验教训。第二，坚持中国共产党领导，高举中国特色社会主义旗帜。这是现代以来中国一切发展的根本经验。第三，改革与创新。中国特色社会主义取得的成就给予我们道路自信、理论自信和制度自信，带领中国人民建成社会主义现代化是中国共产党的历史使命和时代责任。中国在追求现代化的过程中，尝试过很多外来模式，这些高昂的学费最终让中国人明白了，只有“走自己的路”，才是最可靠的。毫无疑问，中国尝试和探索一条适合自己的、不同于西方发展道路的经验和教训，对于广大发展中国家来讲具有重要影响。

中国特色社会主义表明了一个事实，即任何制度与价值体系都应在不同的社会文化土壤、不同历史条件下经受实践的检验。所以，中国道路对世界社会主义运动的影响将是不可避免的，它必将成为世界社会主义深入发展的重要推动力。

（作者单位：山东省委党校；中央党校科社部）

理论研究

政府购买公共服务的现状及问题

□何　平

新一届中央政府对加快转变政府职能、改善公共服务作出重大部署，明确要求在公共服务领域更多利用社会力量，加大购买服务力度。十八届三中全会强调，要“推广政府购买服务，凡属事务性管理服务，原则上都要引入竞争机制，通过合同、委托等方式向社会购买”。正确认识、积极稳妥地推进政府购买公共服务工作，不断创新和完善服务提供方式，是我国建设服务型政府的必然要求。

当前政府购买公共服务的现状与问题

近年来，一些地方立足实际，在政府购买公共服务方面进行了积极的、渐进式的探索，涉及社区服务、社会管理、医疗救助、技能培训等许多领域，取得了良好的社会效益。如在安徽省，铜陵市在社区服务、养老助残等方面向3A以上等级的社会组织优先购买服务，马鞍山市在安徽率先以政府购买的方式来确定退役士兵教育培训机构，芜湖市采取政府购买居家养老服务的方式解决社会化养老问题。虽然各地对政府购买服务进行了有益的尝试和实践，但进展程度不一，做法也不尽相同，仍面临不少困难和挑战，亟待进一步深入研究。

一是政府认识不到位，政府职能转变进程缓慢。政府购买服务是一种新型的公共服务供给方式，购买主体和承接主体是平等自愿的关系。但是，一些政府对其重要性认识不充分，对己有利的事情不愿交出去，反之则想甩包袱推责任。购买服务须引入评价机制，要变“政府配餐”为“百姓点菜”，但一些地方政府仍不习惯让群众说了算，使购买服务流于形式。此外，有些政府部门担心改革会造成权力资源减少，出现服务“真空”或监管失职，对其职责尚未进行细致梳理，对哪些属于公共服务，哪些公共服务应通过购买方式解决，尚未作出明晰界定，或者把应该推向市场的事项变换方式仍由政府承担。

二是政府购买服务的运行机制不完善，缺乏系统性和长远规划。首先，购买服务的范围不明确。目前，政府购买服务尽管涉及领域较广，但在教育、文化等主导性公共领域购买的服务较少。各地对项目选择的原则、标准、条件都不统一，政府购买什么类型的服务项目、购买多少、怎么购买等都还存在着一定的随意性，缺乏完善的项目选择机制。其次，购买服务的招投标机制有待规范，公开、公正的招投标信息发布制度，严格的投标方资格审查制度以及招投标的方式、程序和评估规则都需要进一步完善。最后，有效的资金保障机制亟待建立。政府购买服务的项目资金没有列入财政预算，政府各部门之间缺乏统一协调的意见和行动，对资金安排造成困难。

三是社会组织发展不平衡，政府购买服务领域竞争乏力。政府购买服务无疑将为社会组织成长带来巨大机遇。但从目前状况来看，现有独立社会组织发展缓慢，自身实力弱小，规模偏小，能力偏弱，对即将到来的政府购买心有余而力不足，无法承接所有政府购买服务的内容。社会组织发育不成熟与承接能力不足，成为制约政府购买服务的重要因素。

四是政府购买服务的监管制度不完善，绩效评估机制不健全。政府作为出资者，向社会力量购买公共服务但责任依然存在，既要对服务项目的实施过程进行监管，也要对完成的服务项目进行绩效评价。目前，实践中缺乏一个专门机构对公共服务的质量和效果进行科学系统的监管与评估。由于公共服务项目具有非量化性、绩效滞后等特点，虽然购买服务合同内容涵盖了一些主要的、基本的方面，如合同对双方权责的规定，但往往表述不够明确，缺少具体的量化指标和规范的工作流程。

进一步推进政府购买公共服务的建议

转变政府治理理念，进一步强化公共服务职能。一是确立治理理念，实现“传统管理思维”向“现代治理逻辑”转变。在新型公共服务体系中，要理顺政府与社会的职能关系，将社会力量置于重要合作伙伴位置，发挥政府与社会力量各自功能优势，相互弥补，相得益彰，形成多元公共服务供给格局。二是实现“柔性控制”向“刚性约束”转变。政府与社会力量在购买服务过程中是平等的合作关系，政府确定购买内容和标准并承担监管责任，承接主体依约享有权利并承担义务，尽可能减少双方责任关系的随意性，增强刚性约束。三是确立责任理念，实现“结果管理”向“过程管理”转变。购买服务并不意味着责任的转移，提供服务的责任仍属公共部门。政府作为出资者，应站在公共利益角度，明晰服务项目的要求、期限及效果，对合同进行全程监控，防止低效率和欺诈行为。

健全政府购买服务运行机制，促进购买服务规范化、常态化。加快推进政府向社会力量购买公共服务，当务之急是要解决“购买什么、如何购买”的问题。一方面，各地应根据经济社会发展实际和人民群众对公共服务的现实需求，在充分听取社会各界意见基础上，尽快研究制定政府向社会力量购买服务的指导性目录，明确政府购买的服务种类、性质和内容，并及时进行动态调整。另一方面，积极发展以竞争性购买为主的多元化公共服务购买模式。按照公开、公平、公正原则，及时、充分向社会公布购买的服务项目、内容以及对承接主体的要求和绩效评价标准等信息，积极发展公开招标、邀请招标、竞争性谈判、单一来源、询价等多元化的购买服务方式。规范政府购买服务招投标，设定招标资质门槛，畅通信息发布渠道，强化惩处问责机制，不断推动购买程序规范化、常态化。

继续扶持社会组织发展，营造公平竞争的市场环境。政府要加大对社会组织的扶持力度，这是解决公共服务“向谁购买”的重要保障。要积极转变观念，重新审视社会组织在社会管理中的角色定位，降低社会组织注册门槛，通过提供资金支持或者税收减免等方式鼓励其发展。引入多元主体，鼓励社会资本进入竞争性公共服务生产领域，拓宽社会组织参与公共事务管理的有效途径。作为提供社会化公共服务的重要载体，应重点培育和优先发展行业协会商会类、科技类、公益慈善类、城乡社区服务类社会组织，不断完善社会组织培育政策，解决政策缺失问题。在社会组织人才队伍建设方面，要大力开展对社会组织专职工作人员的教育培训，引导社会组织重视和加强人力资源开发。

建立监督评估机制，为政府购买服务提供制度保障。建立完善的监督管理机制，是解决“谁来监督”购买服务的有效保障。要发展由独立的第三方监督机构、社会公众和媒体的监督、专家监督所构成的多元化的外部监督机制。在内部监督方面，要研究制定政府购买服务的相关财政与财务管理办法，研究细化和完善政府采购有关规定，拟定将购买服务纳入政府采购的具体条件、程序和监督管理办法以及与部门预算管理的相关政策、制度衔接问题，确保政府购买服务资金的制度化安排和规范化运行。同时，严格绩效评价机制，是解决“如何考核评估”政府向社会力量购买服务的重要措施。要建立健全由购买主体、服务对象及第三方组成的综合性评审机制，对购买服务项目数量、质量和资金使用绩效等进行考核评价，确保群众享受到丰富、优质、高效的公共服务。

（作者单位：安徽省社会科学院）

实践探索