

建构和谐社会的价值体系 汇聚 科学发展的文化力量

——全国艺术科学规划特别委托课题“中国文化发展战略研究”综述

贾磊磊

2006年8月1日全国艺术科学规划小组正式批准,“中国文化发展战略研究”立项为全国艺术科学规划特别委托课题(立项号为06IG001)。整个项目是在文化部领导的直接领导与相关司、局的支持下展开的,是在中国艺术研究院和内地科研机构、高等院校专家、学者的通力合作下共同完成的。课题研究的内容包括文化事业、文化产业的发展政策与策略,文化核心价值观传承与重构,非物质文化遗产的保护,国家文化安全,国家形象的塑造与传播,中国文化“走出去”战略,公共文化服务体系的建构等诸多重要的理论问题与现实问题。

1. 把握文化发展的客观规律推进国家的文化建设

在文化发展战略研究的理念上,课题组改变了以往那种按照一般文化理念对现实问题进行梳理与描述的思路,从国家文化发展的高度切入问题,对所涉及的命题进行了新的价值阐释与新的体系建构。中国艺术研究院院长王文章和马克思主义文艺理论研究所所长陈飞龙提出,要从国家文化发展的战略高度认识文化遗产保护的重大意义,非物质文化遗产是认知我国实施文化战略的重要途径和实施方式,正确认识非物质文化遗产保护所面临的主要问题,把握非物质文化遗产的传承规律,脚踏实地做好非物质文化遗产的保护工作,是关涉国家核心竞争力的重大问题。清华大学胡光宇研究员指出,中国城乡发展不平衡、地区发展不平衡、经济社会发展不平衡,也使硬实力与软实力发展不平衡,特别是中国传统文化建设滞后于经济建设。他强调大遗址是国家

文化传统的重要传承载体,现在尤其需在古迹遗址保护和经济增长这两个要素之间寻求平衡。

随着国家文化产业的不断发展和相关学术研究的勃兴,在文化战略的研究格局中文化事业受到关注。中国艺术研究院副院长王能宪将我国文化事业性质概括为公共性、原创性与人民性,并且依照其功能把我国的文化事业分为三种类型,即“向社会提供公共文化产品的机构”、“教育与科研机构”和“从事文化产品生产经营但不以营利为目的的机构”。提出要把文化事业发展作为不断增强国家软实力,继承弘扬传统文化,提高全民族的创造能力的国家战略来对待。文化部教科司司长韩永进将新的文化发展观归纳为和谐文化论、文化创新论、文化产业论、文化体制改革论、国家文化安全论等十个方面的内容。提出繁荣社会主义先进文化,建设和谐文化必须在理论和实践上破解一般市场经济理论(原理)与社会主义先进文化、和谐文化的矛盾;市场经济本身缺陷与社会主义先进文化、和谐文化的矛盾;物质和精神产品生产异同与社会主义先进文化、和谐文化的矛盾。

2. 建构文化核心价值观为社会和谐发展提供精神力量

文化发展战略研究是在全球经济一体化、文化多元化的形势下提出的,各国都在强调文化多元化、多样性。王文章指出,中国的经济正在快速发展,文化的影响力、凝聚力亟待增强。所以,要深入研究中华民族的核心价值观,在继承的基础上做好文化创新。韩永进司长认为核心价值体系是一个国家和社会的精神支柱,在我国经济社会发展中,经济体制转轨和社会结构转型同步进行,社会的生活方式、利益诉求、价值取向出现多样化趋势,不同区域之间、阶层之间、代际之间的认识差异日益明显,在这种情况下,建设具有广泛感召力的社会主义核心价值体系,对于加强社会团结和睦、建设和谐社会至关重要。国家发改委经济体制与管理研究所文化产业研究中心主任齐勇锋认为“构建社会主义和谐社会”是对一种新型的社会文化形态的构想,即在继承中华民族传统的“天人合一”、“和为贵”等儒家思想和道德文化精髓的同时,吸取民主、科学和法制等当代人类公认的价值准则,在市场经济基础上建立一种新型的社会文化形态和人类文明成果。

中国艺术研究院文化发展战略研究中心主任贾磊磊和潘源博士提出文化的核心价值观是一个民族、一个国家、一种文化整个价值体系中处于中心地位、具主导作用的价值取向,它集中体现着人们关于个人、家庭、国家乃至人类社会的终极理想,左右着人们在政治、社会、伦理、审美、历史领域对于是非、善

恶、美丑、正邪的基本判断。在全球化历史语境中,一个社会的和谐进步与稳定发展,除需建立多元化的文化对话机制之外,还需建构一种文化的核心价值体系。这种核心价值体系的建立,对外可以确立国家自身的文化品格,构成与异域文化进行对话、交流、互动的基础,进而改变单一的意识形态话语机制,为中国文化走向世界搭建更为宽阔的交流平台;对内可以实现不同利益群体间的相互认同,消解利益分配中可能形成的价值观分化与对立,从而确立一种全社会普遍信守的文化理念,以实现对中国文化精神的集体认同,为社会主义核心价值观构筑坚实的文化根基。作为中国传统文化的核心价值观,“和谐”、“仁爱”、“自然”反映了中华民族对世俗生活的现实要求以及对未来前景的美好憧憬。它既是中国文化代代相传的历史基因,也是建构社会主义核心价值观体系的重要文化资源,是推进中华文化不断发展的无形力量。

3. 塑造国家形象增强全民的国家认同感和文化凝聚力

在国家形象的建构方面,课题组通过充分的事实举证和作品分析,对艺术作品中的国家形象及国家形象的认同问题进行了全面论述,从而把通常对艺术作品的分析提高到国家文化战略研究的高度。南京艺术学院刘伟冬教授等将“国家形象”界定为以该国的物质要素、精神要素为内在基础,能够引起一个国家整体想象的特定具象符号。提出塑造“艺术中国”命题,意在通过中国艺术塑造“艺术中国”,在当代各类艺术中自觉承担起艺术地塑造中国形象的神圣使命,从而以更强烈的国家意识和更精湛的艺术创造,参与到当代中国全面构建国家形象的宏伟任务之中。人民日报文艺部主任郭运德指出,国家的文化形象作为国家文化传统、文化创造、文化实力的集中体现,反映出一个国家的国民素质和精神风貌,反映出一个国家的文化消化力和创造力,也是一个国家国际影响力的重要标志。良好的文化形象不仅是国家经济形象和政治形象的精神支撑,也是国家宝贵的无形资产。

贾磊磊和肖庆从塑造国家形象增强全民的国家认同感和文化凝聚力的角度提出:中国目前“国家文化安全”的现实问题主要是:(1)文化认知的历史断裂,中国人对本国的文化认知的程度很低,国民普遍对传统文化具有陌生感,这导致了国人民族文化认同的自觉性差、整体文化凝聚力不强及对民族文化精神的保护意识淡薄。(2)文化传承的“意义真空”,由于传统文化在传承的过程中出现过断层,民族文化传统在现实层面上又受到来自不同方面的消解,导致文化传承的“意义真空”。(3)文化产业发展过程中出现“价值脱节”,单纯地追求产品的经济效益,忽略了文化价值观的传播,造成产业经济价值与文化价值的脱节。

4. 建设国家公共文化服务体系,体现公平、正义和普适价值原则

就国家公共文化服务体系的命题背景、构建原则和与意识形态关系方面,中国艺术研究院王列生研究员提出必须以公平正义原则、普适价值原则和基本权益原则为构建行动的满足条件,而满足的程度直接影响国家公共文化服务体系的功能形态和完善状态。提出意识形态前置方案,就是既确保其选择权,又规置其自律,从而使我们的公共文化服务体系充分体现根本价值观前提下的科学性、公开性、技术理性和世界范围的可通约性。中国人民大学吴琼教授提出,随着区域间经济发展差距的拉大,文化事业发展中的区域不平衡现象也日益突出,对此他提出:在社会主义市场经济条件下,政府是市场规则的制定者,不应是市场竞争的参与者;政府要转变职能,构建公共文化服务体系;特别要依托经济手段,积极培育文化市场,发展文化产业,推动文化经济。重塑文化市场主体,增强企业活力和竞争力。应当加强公共文化基础设施的建设,以大型公共文化设施为骨干,以社区和乡镇基层文化设施为基础,逐步建成布局合理、门类齐全、功能完备的公共文化基础设施网络,进而从根本上解决文化事业发展中区域不平衡问题。

5. 确立文化产业的知识范式与大众文化品牌的法律保护机制

文化产业是国内近年来的热点话题,课题组有学者认为社会主义文化事业的特点决定繁荣文化事业是发展文化产业的必要条件,应把文化事业发展作为国家战略考虑,不断增加国家的软实力。我国当前文化发展仍落后于经济发展,与经济建设不相协调,这种现象决定文化市场化更需谨慎、稳健。暨南大学傅莹副教授指出文化产业是一种产业门类,在当前世界知识语境中“文化产业”命题的知识范式基本上统辖于经济学领域,在文化批评、文化价值和经济分析三个语义指令中,只有经济分析符合文化产业发展战略的现实路向,现在占据言说中心的恰恰是文化价值,经济学家的相对言说缺席导致命题主旨出现误区,从根本上影响和制约着中国文化产业发展的理论建构和实践推进。中国传媒大学李丹林教授提出,对于不同含义的传统文化品牌进行全面协调的法律保护,这不论在保持文化多样性、民族身份认同方面,还是在提升国家软实力、增强创新能力方面都具重大战略意义。在健全不同含义的传统文化品牌保护的法制建设过程中,应将保存、传承传统优秀文化作为更高目的。中国艺术研究院博士后汪献平指出,在当今的消费时代,品牌战略已成为大众文化产品占领市场和保持生命力的最有力手段。利用媒体传播策略,建立品牌文化认知,已成为进行品牌传播的一致认同的主导观念。在策略上对此重视与否,势必会影响到品牌传播和品牌文化认知的最终效果。