

# 论文化产业及其运作规律

张曾芳 张龙平

---

---

本文立足于精神产品特殊的商品属性与社会属性，揭示了文化物化形态由产品、商品直至产业的内在逻辑过程，考察了当代文化产业作为人类经济史上第五次产业群体兴起的内部结构与外部形态及其经济与文化意义，剖析了文化产业运作中的双重价值规律（商品价值规律与社会价值规律）及其作用方式，并为文化产业的良性运行提供了对策性建议。

**关键词** 精神产品 文化产业 社会价值规律

作者张曾芳，1953年生，江苏省社会科学院副院长、教授；张龙平，1973年生，广州军区总医院政治部干事。

---

---

## 一、文化产业的基本性质

文化产品有两种基本的物化形态：一是形成既有物质形态又有文化符号并用于交换的文化产品，如书画、摄影、音像、工艺制品等；二是以交换为直接目的向社会提供劳务形态的文化服务，它除了传统的艺术表演外，还包括文化设计、经纪、策划、咨询、公关、代理等广泛的文化服务。文化服务是现代文化商品中的重要内容，它既可以满足直接的文化需求，也可以通过有形的文化服务将无形的文化内涵、文化构思、文化形象和文化象征等文化因素渗透到其他产业及产品中去，从而实现普通商品的文化增值。

作为人类精神活动的物化成果，文化产品具有以自己的属性来满足人们某种需要的“有用性”，即使用价值。它可以直接作用于人的精神领域，也可以作用人的物质生产和生活领域。但是，作为一种精神产品，文化产品主要以自己的精神属性或精神要素满足人们的需要，这是区别于物质产品的本质特征。

文化产品不仅具有使用价值，还具有作为商品赖以交换的价值。作为产品的精神文化，其“有用性”的形成需要耗费一定的劳动时间，它形成文化产品的交换价值，具有同其他社会产品交换的价值基础，它构成了文化产品参与商品交换的内部驱动力。事实上，在价值这种内部动因的作用下，文化产品参与直接的市场交换古已有之，比如，古代的民间艺人走上街头卖艺、卖唱、卖字、卖画聊以糊口，实际上就是零星而个别的文化商品行为。

文化商品化进程的加快，与社会分工细化和市场经济的发育等外部催化因素密切相关。人类历史上的社会大分工，特别是脑力劳动与体力劳动的分工，使一批劳动者相对独立地从事精神文化的创造成为可能，这对文化生产的社会化和职业化有决定性意义。到了社会分工日益细

化、市场经济日益发达、文化活动日益广泛的现代社会，文化不再是少数人创造、少数人享用的精英文化和特权文化，文化产品也不是少数人的私人产品或业余产品，它更多地表现为社会专业人员有成本、有核算、大规模的、社会化的职业行为，即文化产品逐渐成为一种用于交换的职业产品。社会化、职业化是一种强制的力量，它外在地推动着文化产品参与交换并实现其价值，即文化人作为平等的社会生产者所投入的一般人类劳动得到相应的补偿。对绝大部分文化工作者来说，文化产品不但可以用于交换，而且必须用于交换，这是社会分工规律的必然。

商品属性是文化商品化的原动力，它内在地驱动着文化生产者将文化产品推向市场以使文化劳动耗费得到必要而及时的补偿，在社会分工和市场经济等外部因素的催化下，作为一种追求劳动价值实现的过程和结果，文化产品的商品化是一种不可逆转的历史趋势。

产业化是商品化的高级阶段，是对工业化和商品化的提升和超越。一个产业的基本特征是，产业整体具有独立生产和扩大再生产能力，产业内部具有强大的自我协调和自我积累能力，产业内部各行业之间形成一个完整而不是相互断裂的链条。有了商品化，文化的生产方式由传统的手工作坊过渡到现代工业，但如果只有小规模、零散的生产和销售行为，没有按照生产、流通、销售、消费这样一个循环去生产文化产品，就不算是文化产业；有了工业化，但靠政府财力不断地注入资金这样的一种外部力量去维持文化生产链条的连续，也不能算是一个产业。只有按照产业标准进行生产、再生产、储存以及分配，并在自我积累基础上实现扩大再生产的才是文化产业，而这至少需要两个方面最基本条件：

第一，社会整体文明程度的普遍提高创造了有效的文化需求。这主要依赖于现代民主政治的推进、现代国民教育的普及以及社会经济发展程度的提高。现代民主保障绝大部分人拥有文化消费和发展的权利和机会，国民教育的普及使绝大部分人能够产生文化需求，物质生活的普遍富足使大多数人可以进行文化消费。

第二，产业资本的渗透与文化产业意识的觉醒。在完成了对物质产品控制后，资本也逐步向精神文化领域延伸，把文化、至少是其中一大部分纳入商品范畴，使其成为资本增值的工具和途径，从而使文化生产具有技术革新、效率革命的内在利润动因和外部市场压力。与此同时，还需要有文化产业意识的觉醒和文化管制政策的松动，因为产业资本只能沿着经济轨道运行，对于非经济壁垒是无法超越的。在一个意识形态控制和文化行业管制严格的地方，不可能有文化产业。

据介绍，联合国教科文组织对文化产业的定义是：文化产业就是按照工业标准，生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。<sup>①</sup>在这里，“工业标准”包含了工业生产的专业化、程序化等一般内容，它侧重指文化生产中的物化劳动，并不意味着文化劳动中精神劳动部分的模式化和标准化。我们所指的文化产业，不仅仅是指物化劳动过程市场化和企业化，更不仅仅是文化活动的创收和营利问题，而是指文化生产的各个系统和环节有机关联并达到社会化、规范化、规模化的程度，是文化商品化、市场化由个体的、自发的局部行为上升到社会的、自觉的整体行为，是文化生产的企业化、工业化由量变到质变、由零散到系统的重大飞跃。

现在我们可以对文化产业下一个基本的定义：广义的文化产业，是指生产文化产品或提供文化服务以满足社会需要的各类行业门类的总称；狭义的文化产业，是指生产文化产品或提供文化服务以满足社会精神需要的各类行业门类的总称，它排除指向于物质生产和物质生活领域的文化活动，例如某些高科技产业化活动、技术贸易和服务活动等。本文采用广泛意义上的文

<sup>①</sup> 参见黎元江《关于发展文化产业的十个问题》，载《光明日报》2001年8月25日。

化产业。无论是广义的文化产业还是狭义的文化产业，在资源配置方式上，都以市场为基本手段；在生产方式上，都采用社会化大生产的方式，尤其是工业生产的方式。

## 二、文化产业的结构与形态

文化产业不仅包括了科学、教育、文艺、出版、影视、旅游、娱乐、体育等主体产业部门，还包括了推销、印刷、中介、管理、咨询等服务配套行业。从实体结构上看，文化产业包括了文化产业的主体部门群（以文化自身的形态进行生产的部门）、文化产业的交叉产业链（以文化形态为重要资源和手段向相关行业纵向递进或横向延伸形成的部门或行业）以及文化产业的延伸行业网（在文化产业交叉产业链的基础上进一步向其他产业行业延伸形成的综合产业网络）。在组织结构上，文化产业包括了以政府部门、行业协会、管理咨询机构为主的行业管理系统；以记者、作家、艺术家、编辑、计算机技术人员、节目制作机构、印刷机构、拷贝机构为主的文化生产系统；以发行机构、推销处、专业商店、文化经纪人、广告公司、代理机构为主的商品推销系统；以相关设备制造机构、技术咨询机构、通用研究开发机构、舆论研究机构、数据统计机构、学术研究机构为主的技术支持系统等。

文化产业是在文化经济一体化发展的高级阶段出现的。在这一阶段，产业机制和经济因素以愈来愈多的形式和愈来愈高的程度融入到文化活动的过程和状态中，它直接导致产业形态的各类文化经济实体悄然兴起。此时，文化发展已不再是经济发展的配角，而是通过提供文化产品或文化服务的方式直接参与到国民经济的运行之中并成为国民经济结构中的重要组成部分。依据文化生产的特点和内容，当代文化产业有以下主要形态：

科教产业。包括科技产业和教育产业，是以生产技术产品或提供知识服务创造财富的特殊产业。科技产业以物质文化形态的高科技产业园区为主要表现形式，并包括了技术贸易和服务贸易在内的广泛内容。教育产业是教育机构（主要指非基础类的高等教育机构）对产业活动主动介入、社会力量对教育活动的主动介入以及教育界产业意识的觉醒、企业家精神的增强、对学校品牌的主动追求等诸多因素所引致的相关行业实体兴起的结果。

休闲产业。文化休闲产业是包括旅游业、艺术表演业和娱乐服务业等行业在内的、以满足人们休闲、娱乐等精神需求为主的大产业，其主要的特点是“将文化资源转变成需要付钱的个人经历和娱乐”。休闲是“上帝给予人类的赠品”，随着人类生产力的提高，必需的社会劳动时间缩小，人们的休闲时间增多，有效的休闲需求不断增加，休闲产业应运而生。

媒介产业。媒介产业是以新闻出版、广播影视等机构为主要载体、以文化传播的独特优势为依托向产业领域挺进形成的综合性产业，包括报业产业、广电产业、出版产业、发行产业和文娱产业。在欧美国家，巨型的文化托拉斯不断出现，报纸、广播、电台之间和企业之间相互持股形成了传播媒介集团。这些传播媒介集团以广告业为基本武器，裹挟着巨大的资金向广泛的产业领域迈进。自 1995 年以来，美国媒介产业的综合化出现了新的变化，与媒介相关的其他产业如娱乐、电信、电脑等与媒介又特别是与广播电视台的兼并购买和联合成为新潮流。西屋电气公司兼并了哥伦比亚广播公司（CBS），时代—华纳公司与美国有线电视新闻网（CNN）所属的特纳广播公司合并，而全国广播公司（NBC）则与信息产业巨子微软公司联手成立 MCNBC 公司，开发一种兼具有电子报纸与电视音像综合优势的新闻产品，它代表了媒介传播的网络化与传播手段的高科技化趋势，表明美国媒介产业集团已经突破单纯的媒介业，向更大规模的综合信息产业集团发展。

体育产业。体育产业是一个新兴的文化产业，它意味着是以体育运动自身形态进行生产并提供财富，包括体育器材、设备生产销售业，还包括保健运动、体育表演、设施建设、设施经营、情报信息、彩票业、门票收入、电视转播、企业赞助等。体育成为产业的历史虽不足百年，发展速度远远超过其他产业，每年以20%速度增长，目前，全世界体育产业产值在4000亿美元左右，相当于1997年中国GDP产值的一半，在北美、西欧、日本，体育产业年产值排在国内十大产业之内。

### 三、文化产业演进的历史意义

文化产业的兴起在20世纪80年代以来的经济结构优化与升级的结构性变革中发生了独特作用。按照传统的产业划分法，文化产业属于传统的第三产业。但是，文化产业的发展，不仅仅表现为推动第三产业总量的扩大，更重要的意义在于它对原有的第三产业结构有着巨大的提升和催化作用，它促使传统的第三产业迅速裂变出第四产业直至第五新兴产业群。文化产业是智力型、知识型的产业，它以信息基础科学知识的成果为信息技术的兴盛提供了基本条件，由此诱发一场信息革命，形成了当代经济发展的第四产业——信息产业，将人类社会的产业结构提升了一个档次。信息技术的变革为文化产业的发展奠定了坚实的物质技术基础，在第四产业大发展的基础上，文化产业以精神产品商品化、社会化、系列化、规模化的方式直接进入到产业经济的循环中，在满足人类文化需求的同时创造着巨大的经济效益，给物质生产过剩的世界经济疲软注入了一剂强心针。从生产特点、生产内容和作用的方式与范围上看，文化产业远远超越了信息产业的物质领域，它以其特有的广泛性和渗透性提升着物质生产领域的文明程度，带动着科教、休闲、传媒、体育等继信息产业之后的庞大的第五次产业群体蓬勃兴盛，由此推动着人类知识经济时代高级阶段的来临，由此带来的是经济结构的根本性变革。正如华盛顿经济发展基金会主席杰里米·里夫金在《大肆宣扬的合并的背后：超资本主义》中所指出的那样，“以产品和财产所有权商品化为起点的资本主义旅程将随着人类文化自身的商品化而终结”<sup>①</sup>，即人类将进入以非物质资本为主的文化经济时代。如果说信息经济是知识经济的初期阶段的话，那么文化经济时代的来临则意味着知识经济高级阶段的来临。

20世纪90年代以来，面对日益枯竭的自然物质资源和日渐恶化的人类生存环境，“可持续发展”的概念随着一场关于人与自然的大讨论被响亮地提了出来。以经济增长为核心的传统发展模式把经济增长视为目的，忽视人的全面发展，其活动中心是发展的客体即物质对象，它使人成为物的奴仆。文化经济时代的发展观将人的不断完善当作发展的战略旨归，强调发展在生态上、经济上和社会上的持续性，它要求人类从以破坏自然为代价向人与自然及社会和谐发展转变，要求人类从以发展的客体为中心向以发展的主体为中心转变，要求人类追求真善美统一的境界，保证人的素质和潜力不断得到提高和发挥。人类的自然资源是有限的，而人的资源却是无限的，是一种比自然资源更为可贵的资源。文化产业作为智力型、清洁型、增值型的产业，以精神生产开发为主，将人类发展转向自身资源的开发。由于人类精神需求的无限弹性，文化产业没有传统产业的扩展边界，这使得人类的可持续发展变得可能。正因为如此，60年代的罗马俱乐部主席佩恰依在谈论“增长的极限”时就预见性地指出“未来的发展只能是文化的创造”；同一组织的博特金也说：“人类依然拥有没有束缚的想象力、创造力和道德能力等资源，

<sup>①</sup> 转引自朱光烈《文化经济时代的到来》，载《中华读书报》2001年1月23日。

这些资源可以被动员起来帮助人类摆脱它的困境。”<sup>①</sup> 因此，只有依赖于文化产业的不断发展以及人类精神生活的根本改观，人类面临的资源匮乏问题才能真正解决，社会的可持续发展才有希望。

产业化之前的文化停留于精英文化形态，即由少数文化人创造、供少数上流社会享受，这是一种垄断型、特权型的文化，以求古、求纯、求玄为特征，这种阳春白雪的象征性文化曲高和寡，与人民群众离得很远。现代信息化、民主化、市场化进程打破了文化垄断和文化特权，在产业机制的作用下，文化走出权力的藩篱，相当一部分文化机构由无偿的事业型、公益性向有偿的企业型、法人型生产转变，大众文化及其消费市场应运而兴，大大缩短了精英文化与大众之间的距离，社会文化资源为社会大众所共享。大众文化是为人民大众所喜闻乐见的文化内容与文化形式的统一，其优点是大众性、娱乐性、参与性、消费性和社交性，具有可流行性、通俗性以及商品化特点，它使群众性文化消费市场迅速扩大，从而推动着文化艺术在内容和形式上实现前所未有的改革和创新，网络文艺、电脑艺术、工艺美术、娱乐电影、家庭肥皂剧、现代广告、消遣文学、卡拉OK、MTV、摇滚乐、流行歌曲、交际舞、时装表演、选美甚至追星等新文化现象层出不穷，大大推动了传统文化艺术的多元化和现代化进程。大众文化的兴起对精英文化的生存构成了威胁，它从外部施予精英文化以变革的动力和压力，一些高雅艺术不得不在深刻反省的基础上加速通俗化、大众化的步伐，精英文化及其相伴的传统文化也开始了由说教化向大众化、由灌输型向贴近型的变革与调适。大众文化给社会公众带来了实惠，人民真正成为文化“主人”。改革开放以来，社会主义文化市场空前繁荣，广大人民群众的精神生产也日益丰富，图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物以及电影、电视、摄影、雕塑等文化产品丰富多彩，精品纷呈，文化领域出现了繁花似锦、百家争鸣的新局面，这些成绩的取得，离开文化的产业是无法想象的。

冷战后，经济全球化带来了资本自由流动和信息自由交流，民族文化的边界正在被消解，文化领域成为许多国家政治渗透的特殊渠道。以美国为首的西方国家无视世界上二百多个国家和地区在社会制度、价值观念、历史传统和文化背景上的差异，借助其完备的文化产业体系不遗余力地向世界各地输出西方的文化价值观。利用一些国家思想文化混乱的局面和法律上的漏洞，西方国家大量收买或接管新闻媒体等文化设施，从而使文化渗透在电视、电影、计算机等领域内广泛展开。在美国，文化产业拥有巨量的资本，在产业经济的众多领域纵横捭阖，支撑起世界头号文化大国的地位，并通过其完备的文化产业系统将“美国制造”的文化推向全世界，成为其全球战略的得力工具。改革开放以来，伴随着中国对外经济文化交流活动的扩大，西方国家“文化演变”也趁虚而入，通过广播节目、影视产品和电子软件等文化产品的输出和倾销制造巨大的文化贸易逆差，从而将资本主义的生活方式和价值观念推销过来。我国文化领域面临严峻形势。在产业化之前，文化发展受制于意识形态的束缚，没有相应的物质基础和群众基础，文化发展局限在狭小的圈子里，文化传播效益十分微小，这种生产方式使得文化独立发展和自我积累的能力十分薄弱。中国是具有五千年文明史积淀的文化资源大国，但由于社会经济综合实力较弱，文化发展的规模和结构都很脆弱，在咄咄逼人的“文化帝国主义”和“文化霸权主义”面前，民族文化的发展受到了严峻挑战。20世纪90年代以来，我国的文化生产逐渐走上市场化和产业化的道路，文化产品固有的商品属性得到承认和张扬，文化生产者的劳动价值得到了最大程度的实现，劳动者的积极性得到充分的调动，更多的优秀人才投入到文化生产队

<sup>①</sup> W. 博特金等：《回答未来的挑战》，上海人民出版社，1984年，第5、8页。

伍中来。借助于产业机制，文化生产投资走向主体多元化和社会化之路，它解决了政府力量解决不了也解决不好的资金、技术、人力和管理问题，文化走上自我积累和自我发展的道路，文化生态的良性循环成为可能。借助于产业机制特殊的倍增效应，民族文化的凝聚力和生命力大大提高，社会主义优秀文化的影响力、渗透力和战斗力也得到了明显的增强，社会主义精神文明建设的各个领域都发生了可喜的变化。

在揭示文化产业化的必然趋势充分肯定其进步意义的同时，也应看到其负面效应。“文化工业”是法兰克福学派对“晚期资本主义社会”大众文化的总称，在西方学界具有广泛影响，并已成为现代西方文化研究中最著名的批判性、否定性话语。文化生产批量方式及其商业运作机制对文化价值的贬损是“文化工业”批判的核心，此外，反工业文明论者还认为，在逐利资本的指引下，文化生产的重心将逐渐向以取悦人的感官需要为主的娱乐文化倾斜，规模化、机械化的文化生产方式助长了重复化、媚俗化、游戏化的享乐主义文化。这种色彩缤纷、松软而甜爽但是缺乏审美价值的市场娱乐文化助长了金钱享乐生活方式，它削平了人们的审美空间，把审美变成单纯的消费，将复杂的审美过程简化为感官的刺激反应。当大众文化被商业机制催化为一种单纯的享乐文化时，它会让人逃避现实、忘掉矛盾、磨灭意志、涣散精神、离析社会的凝聚力、吞噬社会创造力，并容易使人变为本能的奴隶。在无孔不入的享乐主义文化的影响下，文化价值失落到文化游戏的低层面，大多数人难以保持缄默与庄重，人的尊严与责任销蚀于嬉戏之中，其极度泛滥的结果是消解权威、消解价值，打乱了文化发展的正常秩序，模糊了人们的文化价值追求，妨碍主流文化价值在社会生活中的推行。

但是，文化产业的发展并没有带来“文化工业”论者所预料的那种“导致资本主义系统结构性崩溃”的结果，其原因在于它忽略了政府调节对市场缺陷的弥补和修正作用以及文化产业本身具有的自我调节的产业自觉性。经过政府、市场、社会、历史的多重选择和维护，产业机制与文化艺术价值之间的对立可以缓解，其间并不存在不可调和的矛盾。我们可以看到，即使在美国这样大众消费文化高度发达的社会里，高雅艺术与大众文化仍然能够保持距离并充满活力。借鉴“文化工业”的批判理论，对文化生产的商品拜物教倾向保持警惕是必要的，但必须看到文化产业负面效应的有限性，肯定文化产业的正面效应是主流，否则就会“一叶障目，不见森林”。

#### 四、文化产业运作的双重价值规律及其调控

价值规律是商品生产的基本规律，凡有商品生产和商品交换的地方，价值规律就一定存在并发挥作用。价值规律的基本内容是，商品的价值由生产商品的社会必要劳动时间决定，商品以价值为基础实行等价交换。马克思指出，“宗教、法庭、国家、法、道德、科学艺术等等，都不过是生产的一些特殊形态，并且受生产的普遍规律支配。”<sup>①</sup>价值规律就是这种“生产的普遍规律”之一，它对于社会化的物质生产和精神生产普遍地发挥作用。在文化产品的生产、流通和消费过程中，价值规律的作用具体表现为：文化生产受到供求机制、价格机制和竞争机制的强烈影响，等价交换原则、赢利最大化原则不以人的意志为转移地渗透到文化生产过程中并进一步影响到文化生产方向、效率和文化生产者的行为选择。

产业化以市场为基本取向，生产由市场调节是产业化的基本内容，这也是价值规律作用于

<sup>①</sup> 马克思：《1844年经济学—哲学手稿》，人民出版社，1979年，第74页。

文化产业的基本形式。但是，由于价值规律作用的自发性，市场机制本身不可避免地带有盲目性和局限性，这是因为：

其一，文化产品供求矛盾的特殊性决定了市场调节手段的有限性。文化产品是满足精神需要的精神产品，精神产品的需求弹性很大，影响需求量的因素很多，这使得文化需求具有特殊的层次性、多样化和不确定性的特点；与此同时，文化生产也因为文化资源的丰富性、生产过程的主观性而具有强烈的独创性和个性化色彩，这使得文化产品的供求矛盾比物质产品更为突出。文化产品的供求矛盾，一部分是可以通过市场价格机制得到调节的，如那些满足公众直接的、现实的文化需求的娱乐类、劳务类文化产品，价格可以成为文化需求的真实反映，它的生产可以根据市场行情及时作出相应调整。但是，还有相当部分的文化生产是市场价格机制无法调节的，如那些具有超前性、基础性和公益性的文化产品，它们满足的是人们长远的、整体的文化需求，这种需求不是个体即期文化需求的简单相加，而是经过社会机制提升后表现为带根本性的社会需求，对于这类产品，价格信号无法反映其供求的真实信息，这是市场手段失灵的文化领域。

其二，商品交换基础的单一性决定了市场机制调节文化生产的局限性。价值规律里的价值是单一的交换价值，等价交换以文化生产过程中的劳动价值为基础，撇开了文化产品的社会价值，它只反映和调节交换价值，不能够反映和调节社会价值。社会价值是一种超经济的价值诉求，它是对商品使用价值的根本提升和相对规束，并为使用价值的创造和实现设置社会空间。在市场上，一些社会价值很低甚至毫无社会价值的淫秽书刊、反动读物等，由于有包装、推销等相当的“社会必要劳动时间”投入，它在市场上的标价会很高，显然，价格机制对于这些文化产品的社会价值调节是失灵的，因此，寻求市场之外的调节手段就显得非常必要。

价值规律的自发性使得文化生产的一部分在得到价格信号的有效调控时处于一种充满活力的自觉状态，而文化生产的另一部分却因为市场机制的局限处于一种缺乏激励约束的自在和自为状态，这种文化领域中的市场失灵需要国家在规划、政策、管理等方面加以宏观调控，避免在文化发展中出现结构性失衡、放任自流等问题，以保证文化的健康、有序发展，关于这一问题，后面还将谈到。

由于文化还具有超经济的社会性特点，即文化不仅仅是一种经济产品，它更重要的是一种“社会产品”。如前所述，尽管大部分文化活动及其产品具有经济意义的商品属性，但是，只有超经济的社会属性才是文化的本质属性。马克思在用“经济基础”与“上层建筑”等术语说明社会构成时，将文化现象归属于“上层建筑”的范畴中，从而与“经济基础”领域内的物质活动加以区别。文化的社会属性在文化消费中表现得更为明显。文化产品以精神观念的形态存在着，不因附着物的消失而消失，不因为一个人使用而排斥另一个人使用，这使得文化产品在消费过程中具有持久性、兼容性、外部性和连续性特点。正因如此，文化产品在满足人们精神需要的过程中表现出特殊的自我扩张机制，即文化的消费效用可以通过消费过程得以不断地自我扩散、自我强化、自我增值。好的文化产品之正面效应可以无限扩张、流芳百世；当然，坏的文化产品之负面消费效应也会同样加速扩散、遗害万年。文化消费的增值性特点是文化产品的社会属性在消费领域中的动态反映，它使得文化消费远远超出了单纯的物质消费领域，从而在广阔的社会空间上展开并对整个社会产生综合的全面的影晌。

文化产品作为一种社会产品，具有深刻的社会属性，它内在地规定：文化的存在与发展不仅仅是对于个人的、群体的或经济的、政治的意义和作用，更主要地是对于整个社会存在的意义和作用；文化活动及其产品不是单一的个体行为或群体行为，也不是纯粹的经济行为或政治

行为，它有着广泛的外部性、社会性。

文化的社会价值是文化内在的社会属性在价值层面的外化和凝结，同时也是文化的一般“有用性”在社会范畴内的升华。最一般意义上的价值，即哲学意义上的价值，是指客体对主体的某种需要的满足，“价值这个概念所肯定的内容，是指客体的存在、作用及它们的变化对于一定主体需要及其发展的某种适合、接近或一致”<sup>①</sup>。价值是主客体之间在实践关系与认识关系中产生的，社会价值则是社会作为主体与一定的客体在实践关系和认识关系中形成的。价值的主体是人，它分为个体主体、群体主体和社会主体三个基本层次而不仅限于单个的人，当社会作为主体参与到价值实践中时，社会价值问题就产生了。社会价值的形成与某一客体的“有用性”即使用价值有关，但客体的使用价值只是社会价值的载体而不是它的实体，“有用性”只有进入社会主体的实践关系中才能升华为对于社会整体的“有用性”即社会价值，因此，客体具有使用价值并不意味着它具有社会价值，因此，社会价值是某一客体对于社会主体需要的某种适合、接近、一致或满足，这种需要是社会生存、发展和完善的根本需要。具体说来，文化的社会价值可以表述为：文化生产、文化产品、文化发展以其要素、结构、属性和功能对社会的生存、发展和完善的积极意义。

社会效益是社会价值的显性化和具体化，文化的社会效益则是文化作用于社会各领域时所产生的对于社会生存、发展和完善的积极功效，它是文化内在的社会价值在社会领域的显性化和具体化。因此，文化的经济功效和政治功效是文化社会效益的主要表现形式和重要构成部分，但绝不是文化社会效益的全部，除此之外，文化还具有某种相对独立和超脱的社会功效，这种社会功效不具有阶级属性和利益属性，主要体现在文化具有益智功能、教化功能、凝聚功能、审美功能等，它既不囿于阶级的私利，也不限于经济的实用，从而形成了文化的社会价值并具体化为内涵丰富的文化社会效益。

社会价值规律的基本内容是：事物的社会价值由社会生存、发展和完善的根本需要决定，社会主体的价值标准（在阶级社会主要指统治阶级的意识形态）对于价值实践活动和认识活动具有内在的规定性。社会价值规律的作用方式主要表现为相对稳定的社会价值评估体系对文化生产和消费经常性的规制和引导作用。社会价值规律作用的基础源于社会价值本身的某种可把握性，这是因为，在具体的社会历史条件下，社会价值可按某些标准进行度量，如历史的标准、公众的标准、集团的标准、专家的标准等直至形成法规形式的社会价值评估体系。社会价值的评价活动通常是按照公众投票、国家立法等形式强制地发挥作用，政党政策的行为导向、国家法规的事后追惩、公众舆论的道德强制是社会价值规律发挥作用的经常性形式。由于社会价值实践活动的主体具有高度的主观能动性，社会价值规律的作用也具有高度自觉性特点。政党执政、法律规制、舆论监督、专家评审等社会价值实践活动的全局性、公正性、科学性、超前性等特点，无一不体现着社会价值规律发挥作用的自觉性。

文化生产的社会价值规律是文化的社会属性反作用于文化活动所形成的规定性，是社会价值规律在文化领域的具体化。虽然，社会价值规律不是文化生产特有的规律，但是，由于文化产品具有特殊的社会属性、特殊的生产过程和特殊的作用方式，社会价值规律在文化生产领域表现得更为直接、更为深刻。在阶级社会，社会价值的标准与统治阶级的意志密切相联，意识形态在社会价值规律中具有重要的作用。当然，在内容浩繁的文化生产中，还有相当一部分是非意识形态属性的文化产品，它们与生产力直接相联系，不具有阶级性，评判此类文化生产的

<sup>①</sup> 李德顺：《价值论》，中国人民大学出版社，1987年，第13页。



价值必须代之以超越阶级私利的社会价值，按文化的社会价值规律配置资源、组织生产，否则，文化生产本身就难以为继。总之，忽视文化生产的意识形态规律是错误的，但把意识形态价值与社会价值等同、无限夸大意识形态规律的作用也是十分危险的，“文化大革命”就是深刻教训。

商品价值规律与社会价值规律是文化产业运作中的基本规律，也是政府调控文化产业的基本依据。为此，政府调控应以商品价值与社会价值的最大化为直接目的，在保证社会价值最大化的前提下，致力于达成二者的默契与平衡，这就需要做好两项基本工作：一是转变和优化调控职能，努力为商品价值规律发挥作用创造必备的外部条件。政府逐渐从直接办文化、管文化的具体事务中摆脱出来，抓好宏观性、根本性、基础性的重大文化活动，着重解决文化产业中市场解决不了、解决不好的问题，其中尤其需要强化战略规划、政策指导、产业协调、配套服务及外部环境建设等职能，努力保持文化市场的活力。二是充分发挥社会价值规律的自觉性优势，致力于弥补和修正商品价值规律的自发性缺陷。首先是要解决好文化产业内部的结构效益问题。文化产业是一个有机联系的庞杂体系，由于文化产业内部分工的差异，各部门的文化劳动及其产品在质效上有较大区别，相应地在产业行为的融合过程中程度有深有浅、形式有隐有显、速度有快有慢，由此导致文化产品参与社会交换的“深度、广度和形式”有差异，并在产业内部形成了不同生长态势。有些文化产品参与社会交换的程度深一些、广度大一些，所获得的直接经济利润就多一些，在市场经济中处于优势地位；反之，另一些文化产品在市场经济中就处于劣势。在这种情况下，应该尽快地建立一整套内部转移制度，运用文化产业内部的利润转移来防止“商品拜物教”倾向的文化变异行为。在调控的方向上，应加大对文化产业中弱质部分的扶持力度，特别是对交响乐、芭蕾舞、歌剧以及图书馆、博物馆、文物机构、美术馆、宗教寺庙等代表民族优秀文化水准、满足社会根本性文化需求并带有公益性的文化生产活动，通过自觉的内部利润转移政策弥补市场机制的自发性缺陷，从而保证在整个文化产业的规模效益与结构效益之间达成协调；另一方面，政府需要扶持一种中介性或中立性的文化批判力量，对文化产业保持一定的压力，给大众以一定的提醒，进而保持住文化产业中的艺术理性与价值导向。

〔本文责任编辑：孙 麾〕

° He gives no account of the linguistic or cultural foundations of science and technology; hence he treats technological action as limited only by rationality.

° He exaggerates the role of modern technology in ideology, ignores the contributions of scientific rationality to the humanistic spirit, and fails to note any consistency between humanistic spirit, scientific rationality and technological action; hence he fails to see the rational channel of technological action.

The paper advances new concepts of scientific rationality and the standard of technological action as the basis of a new framework for ideological theory.

### (7) **Scientific Realism in Contemporary Times: A Dilemma and its Solution**

*Guo Guichun Cheng Sumei* ° 87 °

Scientific realism is currently in difficulties and lacks a sound defense strategy. Critiques stemming from anti-realism and non-realism—and some problems in them—are revealed in this paper, which spells out three possible solutions for realism and its future development: transcending “realities” and moving towards “possibilities”; transcending divisions and moving towards integration; transcending substance and moving towards discourse.

### (8) **The Culture Industry and Its Modes of Operation**

*Zhang Zengfang Zhang Longping* ° 98 °

Mental creations have specific attributes as commodities and social products. This paper reveals the inherent logical development of culture from product, to commodity, to industry. We investigate the internal structure, external form and the economic and cultural significance of the contemporary cultural industry as a key industrial sector in the fifth upsurge in human economic history. We also look into the double law of value (i. e., of commodity value and of social value), and as it affects the culture industry’s operations. We finally propose measures to maintain a non-vicious cycle in these operations.

### (9) **Decline of the Imperial Examination System and the Disintegration of Institutional Confucianism**

*Gan Chunsong* ° 107 °

Institutional Confucianism was the basic mode in which traditional Confucianism endured. The imperial examination played a core role, and its decline was fateful. The author argues that population pressure, internal social unrest and the deterioration of imperial examination system led to the gradual loosening of the links between Confucianism and power and “truth”; radical contradictions between the new educational system and its ideas and the Confucian conception of education and talent, led to the ultimate elimination of the examination system. With it came the gradual disintegration of Confucianism in its institutional mode.