

# 建国以来我国文化产业价值取向的历史演变及其启示

任成金<sup>1</sup>, 潘娜娜<sup>2</sup>

(1. 山东科技大学, 山东 青岛 266590; 2. 青岛市委党校, 山东 青岛 266071)

**摘要:** 改革开放以前, 我国社会主义文化的经济属性和价值在一定程度上得到了发掘, 但是没有形成现代意义上的文化产业, 其价值取向主要是服从和服务于政治的, 不仅服从于国家文艺发展的方针, 而且要为执政党的具体政策和任务服务。改革开放以后国家对文化产业发展与价值取向的关系已经有了较为理性的认识, 处理二者的关系上开始从被动走向主动, 文化产业的價值取向呈现出主导性与多样性相结合的特征。但是如何进一步增强政府对文化产品创作生产的引导力、调控力, 如何增强社会主义核心价值观对文化产业主体的创作生产的引领力, 如何实现社会效益和经济效益的统一等, 这些依然是我们需要深入研究和实践的课题。

**关键词:** 文化产业; 价值取向; 集体主义; 社会主义核心价值观

中图分类号: G 114

文献标识码: A

文章编号: 1000-260X(2015)05-0103-07

文化产业的价值取向可以理解为文化产业建设主体基于自己最根本的价值观, 结合自身需要, 在对文化产业发展进行价值判断的基础上确定文化产业发展的价值目标以及追求目标的过程。不同国家的价值观决定了文化产业发展的不同价值取向。具体到我国来讲, 中国的文化产业问题是在十一届三中全会之后, 伴随着经济体制改革的深入和文化体制改革的不断深化而逐渐凸显出来, 并进入学术研究视野。改革开放以前, 文化的经济属性在一定程度上得到了发掘, 但是没有形成现代意义上的文化产业, 其价值取向主要是服从和服务于政治的; 改革开放以后, 文化产业的经济价值、娱乐价值和教育价值得到进一步凸显, 价值取向呈现出主导性与多样性相结合的特征。

## 一、建国以来我国文化产业价值取向的演变

我们以文化产业的发展历程和社会主导价值观的变迁为线索, 并根据当时经济、政治和文化发展对文化产业发展的不同需求和文化产业发展的价值目标, 把文化产业发展划分为三个阶段, 并研究每个阶段文化产业的价值取向及其特点。

### (一) 价值取向单一性时期(1949-1978)

这一阶段我国文化产业的价值取向呈现出单一的政治化倾向, 虽然文化生产是面向市场并谋求一定的经济利润, 但是文化产业的发展目的主要是服从和服务于政治的, 呈现出鲜明的政治色彩, 文化产

收稿日期 2015-05-06

基金项目 国家社科基金项目“西方对我国文化误读的影响与应对策略研究”(12CKS026)

作者简介 任成金, 山东科技大学讲师, 四川大学博士研究生, 从事文化产业与马克思主义中国化研究; 潘娜娜, 青岛市委党校副教授, 历史学博士, 从事文化研究。

业发展不仅服从于国家文艺发展的方针,而且要为执政党的具体政策和任务服务。

新中国成立初期,国家实行的是新民主主义制度,对文化及传媒产业的产业属性予以鼓励和支持,私营文化单位和公营文化单位的企业化探索得到一定程度的发展,产业属性得到一定程度的释放。1949年,新闻总署在北京召开会议,通过了《关于报社经营的决议》,决定实行报纸企业化经营方针,“多登有益广告”<sup>[1]</sup>。在这一方针的指导下,报纸发展按照企业方式组织生产和经营,通过“多登有益广告”的方式既注重了报纸的意识形态属性,又注重了报纸的经济属性,改善了报纸的收益状况。1952年12月26日《中央人民政府文化部关于整顿和加强全国剧团工作的指示》中,提出“国营剧团应采取企业化经营方针”,逐步达到自给,但是“应该防止单纯营利的错误观点”<sup>[2]</sup>(P403)。1953年2月27日《中共中央宣传部关于改组文艺团体和加强对文艺创作领导的报告》中指出:要改变作家的生活制度,鼓励作家创作,“实行‘按劳取酬’原则”,“使作家们依靠自己的稿酬、版税和上演税来维持生活”<sup>[2]</sup>(P68)。1957年1月,《文化部关于改进电影制片工作若干问题给中央的报告》对领导方式和经营管理进行改革,提出了自选题材、自由组合、自负盈亏和导演为中心的“三自一中心”方案,“在创作人员中准备实行一种基薪、酬金的制度,根据各种不同性质的创作人员分别订出基薪数目和酬金办法,以刺激生产”,“推动制片厂(或制片单位)厉行经济核算,自负盈亏”<sup>[3]</sup>。

但是在当时高度集中计划经济体制下,以报刊业为代表的文化企业的产业化探索只能是有限度的产业化。对当时大多数人而言,实行产业化是超越当时时代的问题,同时国家也不断强化对文化企事业单位的思想政治领导,发挥文化企事业单位的意识形态功能,“公营的报纸和非公营的报纸不论读者对象如何都必须以宣传党的纲领、路线、方针、政策和贯彻实施这些纲领、路线、方针、政策等内容为主,一味地强调加强宣传,引导群众”<sup>[4]</sup>。文化生活贫乏、单调,没有选择余地,中国人民的文化生活被8个样板戏包围了,以致出现了“八个样板戏被八亿人看了八年”<sup>[5]</sup>。这一时期文化生产是完全依附于政治的,文化产品所体现的主要内容高度政治化、道德化,人这个主体不断地被虚无化,主体意识缺失,国家成了唯一存在的最高主体<sup>[6]</sup>。

随着三大改造完成和高度集中的计划经济体制的全面确立,所有关于文化的生产和流通都纳入计

划经济体制。到了“文革时期”,文化完全成了阶级斗争和政治斗争的工具,文化生产赖以存在的市场因素全部消失,文化生产的企业化经营的探索戛然而止。

## (二)价值取向单一性向多样性转变时期(1978—2002)

这一阶段是文化产业发展的自发阶段,文化产业发展摆脱了依附于政治的局面,经济属性逐渐显现,文化产业的经济价值、娱乐价值和审美价值都有了深度挖掘,文化产业的价值取向呈现出多样化的特征。但是由于传统的理想型的以集体为本位一元价值观与社会发展的实际脱节,对社会的规范、引领和调控力度减弱,导致文化产业在兴起的同时也呈现出崇外主义、个人主义、功利主义等错误取向,对社会的主流价值观构成了相当大的冲击。

1980年邓小平提出文化为人民服务、为社会主义服务的方针,打破了文化发展从属于政治的藩篱,文化事业发展改革开始走上正轨。在国家文化事业政策改革的刺激下,文化的商品属性开始展现,娱乐功能开始受到重视,文化产业发展的价值取向呈现出多样化的特点。

首先,文化产业的意识形态话语系统在减弱,经济价值、娱乐价值得到进一步发掘。1992年国务院在《关于加快第三产业发展的决定》中将文化艺术产值列入第三产业统计指标;江泽民在十五大报告中,再次提出“弘扬主旋律,提倡多样化”,对主旋律文艺加以弘扬,作为多样化的文艺而加以提倡;2000年10月党的十五届五中全会首次提出了“文化产业”和“文化产业政策”概念,指出要“完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动有关文化产业发展。”<sup>[7]</sup>这表明文化产业已经摆脱了政治需要的束缚,文化产业发展呈现出价值取向多样化的特点。

其次,大众文化产品中个体意识觉醒。人既是文化的创造者,又是文化的服务对象。在计划经济时代,坚持国家和集体本位,个体意识缺失。随着经济体制改革的进行和西方思想的传入,到了80年代作为精神个体的人重新获得了文化上的合法性和自觉性,大众文化产品输入了崭新的个体意识,表现现实生活的人的种种思想、情绪和要求成为当时大众文化产品的一个突出特征。崔健的一首《一无所有》诞生出“我”的概念,宣告了个体独立意识的觉醒;《大众电影》期刊不再拘泥于传统的集体主义风格,封面中逐渐出现了爱情题材照和歌星、演员的个人照。

虽然这一阶段文化产业获得了相当的发展,但

是由于国家对文化产业的性质、定位和作用的认识仍处于探索阶段,与中国特色社会主义相符的社会主导价值观尚未建构,加之西方思想大量涌入,文化产业发展在呈现价值取向多样化的同时也导致了与社会主流价值观的众多矛盾和冲突,主要体现在:

首先,国家在对待文化产业一些做法上是矛盾的。这一时期,由于国家对文化产业的属性认识不全面,管理方面没有任何经验,党和政府对文化产业的认知上仍然是矛盾的,一方面对文化产业属性认识不全面,认为其仍属于事业属性,意识形态属性和教化功能是主要的;另一方面逐渐放开对文化的管制,从直接限制走向宏观管理,对文化产业发展和价值取向引导之间并未形成明确的思路,导致了文化政策的冲突和文化市场的混乱。如邓丽君的歌曲被冠以“黄色歌曲”和“靡靡之音”的称呼;李谷一的《乡恋》也在这种背景下成为受批判的典型,原因是他们的歌曲写得开始像港台歌曲了;1989年,对“流行音乐”的大批判又铺天盖地而来,流行音乐被当做“一大批宣传淫秽、色情、荒诞、暴力的出版物和音像制品”<sup>[8]</sup>而加以批判。同时由于这一时期,文化管理水平不高,执法手段落后,导致文化市场乱象丛生,假冒伪劣、盗版现象严重,扰乱了文化市场正常秩序,并对文化生产者的创作热情和我国的国家形象造成了严重影响。据统计,1999年查获的盗版类图书音像总量为2052.35万件,到了2002年则达到6790.43万件,增长了3倍,其中盗版图书、盗版期刊、音像制品、电子出版物、盗版软件分别增长了2倍、3倍、10倍、4倍、28倍<sup>[9]</sup>。

其次,大众文化产品对我国主流价值观造成很大冲击。由于这一时期,我国仍然是计划经济体制,宽松的文化市场和文化生态环境并未形成,这时候文化产业的发展很大程度上是自发的,因此,在文化产业发展的价值目标、价值标准等的认识和定位上都是模糊的,模仿西方和港台的大众文化成为当时最流行的生产样式,很多情况下文化层面的价值是相矛盾的,文化产品的价值取向同国家主流价值观是相冲突的,掺杂其中的价值观对我国的主流意识形态造成了相当大的冲击。西方文化思想不断涌入并对中国人的价值观产生重大影响,“理想信念迷失”,“社会主导价值观受到侵蚀,终极价值选择迷茫”,“道德失衡”,“腐败升级”,“文化权威失落”<sup>[10]</sup>。

总的来说,这一阶段国家对文化产业发展与价值取向的关系已经有了较为理性的认识,处理二者的关系上开始从被动走向主动,不过仍然未能把文

化产业作为推广主流价值观的有效传播方式和复兴民族文化的重要支撑,导致文化产业多样化的价值取向对我国社会的主流价值观造成了很大的冲突和挑战。

### (三)价值取向主导性与多样性结合时期(2002—今)

这一阶段,我国文化产业发展由自发进入自觉阶段。国家对文化产业经济价值厘清和文化产业对人、社会和国家发展具有的积极意义有了充分认识,把文化产业作为推动文化繁荣的重要途径和传播社会主义核心价值观的重要载体来对待,在社会主义核心价值观的融入方面、经济效益和社会效益的相统一方面,国家和文化产业市场主体开始形成了共识。

2002年党的十六大报告明确提出了“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径。”这是第一次在中央报告中正式提出“文化产业”概念,并指出文化产业的价值不仅在于增强“整体实力”和“竞争力”的经济价值,而且具有“繁荣文化”和满足人们“精神文化需求”的文化价值。2011年10月党的十七届六中全会指出“社会主义核心价值体系是兴国之魂,是社会主义先进文化的精髓”<sup>[11]</sup>,把社会主义核心价值体系“体现到精神文化产品创作生产传播各方面”<sup>[12]</sup>。《决定》明确了文化产业发展的基本原则,即“坚持以人为本”、“坚持以马克思主义为指导”、“坚持把社会效益放在首位,坚持社会效益和经济效益有机统一”和实现“文化强国”的战略。这样不但厘清了文化产业与社会主义核心价值观的内在联系,指明了文化产业发展与社会主义核心价值观的传播的思路,为实现对文化产业价值取向的引领提供了条件,而且还从个人、社会和国家三个层面阐明了文化产业发展对社会主体需要和利益的满足,即文化产业发展对社会主体生存和发展的积极意义。2013年党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中指出要“坚持以人民为中心的工作导向”,“培育和践行社会主义核心价值观”,“健全坚持正确舆论导向的体制机制”,“健全文化产品评价体系”等,这对我国文化产业发展的根本目的、价值目标、评价标准和核心价值观的融入等方面有了更加深入的认识。2014年党的十八届四中全会指出要“建设中国特色社会主义法治体系”,“贯彻社会主义核心价值观”,“建立健全坚持社会主义先进文化前进方向、遵守文化发展规律、有利于激发文化创

造活力、保障人民基本文化权益的文化法律制度”<sup>[12]</sup>，“制定文化产业促进法，把行之有效的文化经济政策法定化，健全促进社会效益与经济效益有机统一的制度规范。”<sup>[12]</sup>这表明，我国文化产业发展的合理化的价值取向的实现，不仅依赖于国家政策规范和核心价值观引领，而且越来越注重法律的保障作用。

当前我国文化市场的现状是大众文化过度膨胀，低俗化倾向滋长，文化价值与经济价值的不平衡规律再度展现。如何进一步增强政府对文化产品创作生产的引导力、调控力，如何增强以社会主义核心价值观对文化产业主体的创作生产的引领力，如何实现主旋律和多样化的统一、社会效益和经济效益的统一等等，这些依然是我们需要深入研究和实践的课题。

## 二、我国文化产业价值取向演变的趋向

(一)文化产业的价值标准：由社会效益为主向经济与社会效益相统一转变

计划经济时代，虽然文化生产也面向市场并谋求一定的经济利润，但是文化生产的社会效益是主要目的，经济利润是从属于政治任务的，“以文艺为政治服务、为工农兵服务为宗旨，以政治标准第一、艺术标准第二为批判标准”<sup>[13](p2)</sup>，爱国主义、集体主义和社会主义价值观是文化产品所体现的主要内容。这是由当时的政治经济形势决定的，一方面社会价值观要与社会主义经济、政治制度相适应，另一方面则是建国初期马列主义毛泽东思想尚未被全国人民所接受，未形成社会共识。因此倡导与社会主义制度相适应的价值观，确立马克思主义在思想文化领域的指导地位，成为这一时期的必然选择，也是社会主义文化生产的主要目的之一。

随着经济体制改革的推入和深化，文化产业的经济效益不再是可有可无的，而是文化产业的主要目的之一。1991年中宣部、文化部、广播电影电视部印发《关于当前繁荣文艺创作的意见》提出“正确处理社会效益和经济效益的关系”<sup>[14]</sup>。1994年党的十四届四中全会通过的《中共中央关于加强社会主义精神文明建设的若干重要问题的决议》中指出：文化产品“要坚持把社会效益放在首位，力求实现社会效益和经济效益的最佳结合。”<sup>[15]</sup>2011年十七届六中全会《中共中央关于深化文化体制改革的决定》，“坚持

把社会效益放在首位，坚持社会效益和经济效益有机统一”，2014年十八届四中全会“制定文化产业促进法，把行之有效的文化经济政策法定化，健全促进社会效益与经济效益有机统一的制度规范。”<sup>[12]</sup>这表明，文化产业的评价标准越来越转移到经济效益与社会效益的有机统一上来。

(二)文化产业发展的价值目标：由原来重集体向集体和个人兼容转化

改革开放以前，在计划经济体制下，文化生产的目的是为了国家和社会的集体利益。这个集体是将集体利益和个人利益对立起来的集体，只讲共性，不讲个性；只讲集体，不讲个人，即“任何时候任何条件下都一律以集体利益高于个人利益，甚至一味的以集体利益压制个人利益”<sup>[15]</sup>。文化产业的指导思想则是“六条政治标准”<sup>[16]</sup>，文化内容则是以集体的兴趣爱好代替了个人的兴趣爱好，无产阶级高大上的英雄形象代替了人物塑造的“人情人性”、“男女之情”，如《智取威虎山》、《奇袭白虎团》、《杜鹃山》等，这样才以至于出现“八个样板戏被八亿人看了八年”<sup>[15]</sup>的局面。

改革开放以后，出现了价值观的世俗化，原有的理想型的集体主义出现了信仰危机，现有的集体主义是“真正的集体”，是集体利益和个人利益兼容，不仅体现了对社会理想的追求，还体现了个人的生活理想；不仅是为了增强国家整体实力和提高民族文化素质，而且是为了满足不同层次的个人的精神文化生活需要。文化产业发展的目的是为了满足不同层次的个人精神文化需求，这里的“人民”不仅包含集体，还包含现实中的个体，即文化产业发展是否娱乐身心，是否提升了个人素质、文明程度。文化产业发展的价值主体由原来的“虚幻的集体”到现在的现实的个人，即开始越来越关注个人权利、利益等方面的价值。

(三)文化产业的价值观：由一元价值观向一元主导多样并存转变

改革开放以前，人们的价值观是大一统的一元化的价值观，即集体主义价值观，个性色彩极少，统一、抽象、封闭和稳定是基本特征。集体主义不仅是社会的主导价值观，也是社会的唯一价值观，马列主义、毛泽东思想是唯一指导思想，社会效益是文化生产的主要目的，爱国主义、集体主义和社会主义价值观是主要内容。从影片来看，如《白毛女》、《钢铁战士》、《新儿女英雄传》等体现的“主要是斯大林式的社

会主义思想与集体主义、革命英雄主义精神”<sup>[13]</sup>(P6)。

改革开放以后,市场经济打破了利益主体和价值取向单一化的格局,利益主体由原来的国家和集体分化出具体的个人和利益群体,利益主体和利益诉求的多元化导致了价值观的多样化。作为一定社会经济、政治反映的精神文化产品则在弘扬社会主义核心价值观体现国家主流意志的同时,又起到了唤醒劳动者长期被压抑的主体意识、满足个体不同的文化诉求的作用,体现了主导性和多样性的统一。一元主导多样并存在当下突出的表现为在巩固社会主义核心价值观在我国社会价值观念和道德规范中占支配地位前提下,加强社会主义核心价值观同其他价值观的对话,既要充分发挥社会主义核心价值观对文化产业的引领作用,“让不同类型文化产品都成为弘扬社会主流价值的生动载体”<sup>[17]</sup>;又要尊重不同价值主体在利益、需要、兴趣和信念等方面的差异,向着尊重差异,包容多样,最大限度的形成社会思想共识发展。

### 三、我国文化产业价值取向演变的启示

(一)加强和改进党对文化产业工作的领导是正确实现文化产业价值取向的根本保证

党的十七届六中全会指出:“加强和改进党对文化工作的领导,是推进文化改革发展的根本保证,也是加强党的执政能力建设和先进性建设的内在要求。”<sup>[14]</sup>(P581)党对文化工作的领导是全方位的,不仅包含文化事业的领导,而且包含文化产业的领导。

首先,要加强党对文化工作的领导权。加强党对文化产业工作的领导,并不是全方位的具体业务上的领导,而是政治、思想和组织上的领导。政治领导指的是党对文化产业工作政治原则、政治方针上的领导,目的是保障文化产业发展的正确的政治方向和性质;思想上的领导则是用马克思主义的世界观和方法论指导文化工作的进展,以创造出“来源于生活又高于生活”的文化作品;组织上的领导则是指在坚持党管干部党管人才的原则下,建设好文化领域的领导班子,创新文化团体、文化队伍建设,发挥党员的模范带头作用,形成有生机、有战斗力的文化创作团队。党的政治领导、思想领导和组织领导三者有机统一,保障了文化工作的顺利开展。

其次,要改善党对文化工作的领导方式。文化领导权的实现重在认同,用单纯行政命令来处理意

识形态领域的问题,往往是难以奏效的。坚持党对文化工作的领导,需要改善党对文化工作的领导,需要进一步改革和完善党的领导方式和执政方式。要在观念上和行动上改变过去那种一元化的领导方式和领导作风,不能仅靠行政权力、行政管理来实现,而要依靠党在思想、人才、文化生产、创造上的优势,保证党更好地行使政治、思想和组织领导;改进党的领导方式还需要掌握文化产业发展的规律,不断审视党对文化工作的方针、政策;同时还要注意改善文化产品中社会主义核心价值观的建构方式。社会主义核心价值观的融入和构建既要体现公众意志和人类普遍价值,又要按照不同境界和水平进行不同层面的创作和生产。社会主义核心价值观的构建要避免机械套用和照本宣科,在文化产品中要体现社会主义核心价值观对人民群众的亲和力,与人民群众的情感脉脉相通。文化大革命期间,我国曾经出现过政治过度干预文化创作、违背创作规律的情况发生,我国的文化事业造成了极大的损失。以此为鉴,在文化产业建设中按照文化产业发展的客观规律办事,实行对文化产业的内行领导,这是实现文化领导权的关键所在。

可见加强党的文化领导权,改善党对文化的领导方式,这不仅有利于社会主义文化的大发展大繁荣,而且是增强党的执政能力和维护政治稳定的需要。

(二)坚持经济效益与社会效益的有机统一是评判文化产业价值取向的基本原则

文化产业具有文化属性和产业属性,分别对应并衍生出社会效益与经济效益。文化产业的社会效益体现在“社会政治、思想道德、文化传播、教育益智、审美评价、抒情娱乐等无形的虚化的公众反映和社会评价体系上”<sup>[18]</sup>;文化产业的经济效益主要体现在业务收入、增加值和利润率等有形的物化的经济指标和量化数字上。经济效益是文化建设的重要手段和目的,是实现社会效益的重要经济支持和保障;社会效益是文化建设的根本目的,社会主义的性质决定了社会效益是文化产业发展的根本目的所在。随着我国文化产业不断发展和文化产业政策的日渐成熟,把社会效益放在首位,实现经济效益与社会效益相统一,是我国文化产业发展的基本要求,也是评判文化产业发展的价值取向的最基本原则。正如习近平同志在文艺座谈会上指出的那样:“一部好的作品,应该是把社会效益放在首位,同时也应该是社会效益和经济效益相统一的作品。……是既能在思想

上、艺术上取得成功,又能在市场上受欢迎。”<sup>[19]</sup>

在中央历届文化(产业)的政策中,经济效益与社会效益相统一已经成为评判文化产业发展的基本原则和社会各界的共识,从党的十二届六中全会首次提出文化事业的社会效益问题,到党的十六大报告首次指出文化产业“始终把社会效益放在首位”,再到十七届六中全会、十八大、十八届三中全会等,中央历届大会关于文化产业的政策无不把社会效益与经济效益相统一作为文化产业发展的基本前提和重点来认识和推进。其中,十二届六中全会最早提出了文化事业的社会效益概念,要求必须把社会效益作为最高标准。在1991年中宣部、文化部、广播电影电视部印发《关于当前繁荣文艺创作的意见》<sup>[20]</sup>中首次提出两种效益的关系,指出“端正业务方向,明确方针任务,正确处理社会效益和经济效益的关系”。十四届四中全会指出:文化产品“要坚持把社会效益放在首位,力求实现社会效益和经济效益的最佳结合。”之后,十六大报告、十七大报告、十七届六中全会、十八大、十八届三中全会等均提出把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益有机统一。

在市场经济条件下,文化产业兼具社会效益和经济效益两种品性,两者在存在一致性的同时也存在着相当程度的矛盾性,往往会造成文化产品在生产和消费过程中两种效益的分离或倒挂。这就要求文化产品和服务的提供者应当追求文化价值与社会价值双赢、社会效益和经济效益双效的价值取向,而当经济效益同社会效益发生矛盾时,必须以社会效益为最高准则。

(三)正确处理文化内容主导性与多样性的关系是正确实现文化产业价值取向的关键所在

文化内容的主导性就是在文化产业多样化内容中坚持社会主义核心价值观的主导地位,在涉及方向性、思想性、价值性等方面的内容,必须体现社会主义核心价值观的内容要求。文化内容的多样性是指在坚持社会主义核心价值观主导地位的基础上,尊重文化多样性,坚持“百花齐放、百家争鸣”的政策,只要不触犯社会主义法律法规就允许各种思想、各种文化自由发展。

首先,在多样性中坚持主导性。党的十八届三中全会《决定》指出,发展文化产业,建设社会主义文化强国,必须巩固马克思主义的指导地位。文化生产和创作可以体现多种价值观,但是必须坚持马克思主义指导地位,必须坚持社会主义核心价值观的价值

准则和价值取向。习近平总书记指出,要创作“有筋骨、有道德、有温度”的文化产品,其中有筋骨即是有政治立场,就是坚持社会主义核心价值观的基本遵循。社会主义核心价值观在我国社会价值观念和道德规范中起着基础作用和支配地位,要充分发挥社会主义核心价值观对文化产业的引领作用。“引领”的关键就是要把社会主义核心价值观融入到文化产品创作生产中,用核心价值观吸引、领导文化产业所体现的各种价值观朝着积极的方向发展,形成价值共识,以彰显社会主义核心价值观的主导和统摄作用,进而实现“一元价值主导”与“多样价值追求”的统一。

其次,在坚持主导性前提下发展多样性。在现阶段发展多样性,就要充分汲取中华民族优秀传统文化的积极成分,正确处理与大众文化的关系,充分发挥其积极因素,只有这样才能增强社会主义核心价值观的引领力。习近平总书记在中共中央政治局十三次集体学习时强调:“培育和弘扬社会主义核心价值观必须立足中华优秀传统文化”<sup>[21]</sup>。中华优秀传统文化与世界各种优秀文化都蕴含一定的正确价值观,正是这些特定的价值观决定了中华传统文化的“有筋骨”、“有道德”、“有温度”的精神风貌。要深入发掘优秀传统文化中的思想精华和道德精髓,进行创造性转化和创新性发展,“使中华优秀传统文化成为涵养社会主义核心价值观的重要源泉。”<sup>[21]</sup>另外,还要正确处理与大众文化的关系,增强对大众文化的引领力。大众文化与社会主义核心价值观具有相契合的一面,具有广泛影响力的大众文化产品是培育和完善社会主义核心价值观的重要载体。社会主义核心价值观对大众文化进行引领的过程既是大众文化接受引导、科学发展的过程,也是社会主义核心价值观走出庙堂、走向大众的过程。大众文化产品虽然以通俗性、娱乐性和盈利性为主要生产目的,但是一样承担着传播社会主义主流文化的教化功能与社会责任。社会主义核心价值观只有借助大众话语和通俗形式融入大众文化生产与消费,才能使社会主义核心价值观传播更具针对性和更加贴近大众口味,才能增强社会主义核心价值观的渗透力和感召力。

综上所述,对于一个国家的文化产业发展而言,最重要的不是已有的文化成果,而是指导文化产业发展前进方向的价值取向。价值取向的作用有正负之分,有真善美与假恶丑区别,只有确立正确的价值取向,才能进一步增强政府对文化产品创作生产的引导力、调控力,增强以社会主义核心价值观对文化

产业主体的创作生产的引领力,更好地实现社会效益和经济效益的统一,这对以后我国文化产业的健康发展具有重要的意义。

#### 参考文献:

- [1] 刘海贵.中国报业发展战略[M].上海:上海人民出版社,2006.46.
- [2] 中共中央文献研究室.建国以来重要文献选编(第3册)[M].北京:中央文献出版社,2011.
- [3] 吴迪.中国电影研究资料(中)(1949-1979)[M].北京:文化艺术出版社,2006.94.
- [4] 宁启文.1949-1956年大陆报业企业化经营概述[J].新闻与传播研究,2001,(2):60.
- [5] 陈煜.中国生活记忆:建国60年民生往事[M].北京:中国轻工业出版社,2009.120.
- [6] 廖小平.论改革开放以来价值观变迁的五大机制[J].北京师范大学学报,2013,(4):95.
- [7] 中共中央文献研究室.十五大以来重要文献选编(中)[M].北京:人民出版社,2001.1395.
- [8] 陈志昂.流行音乐再批判[J].人民音乐,1990,(5):37.
- [9] 胡惠林,王婧.2013:中国文化产业指数报告(CCID1)[M].上海:上海人民出版社,2013.266-269.
- [10] 鲍宇.整合与重构:全球化视阈下的中国文化重构[M].北京:原子能出版社,2007.91-95.
- [11] 中共中央文献研究室.十七大以来重要文献选编(下)[M].北京:中央文献出版社,2013.564.
- [12] 中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定[N].人民日报,2014-10-29(1).
- [13] 孟梨野.新中国电影艺术史稿(1949-1959)[M].北京:中国电影出版社,2002.
- [14] 北京新华通讯社.中国年鉴编辑部.中国年鉴1991[M].北京:中国年鉴社,1991.373.
- [15] 廖小平.改革开放以来价值观的变迁及其双重后果[J].科学社会主义,2013,(3):89.
- [16] 毛泽东.毛泽东文集(第7卷)[M].北京:人民出版社,1999.234.
- [17] 中共中央办公厅.关于培育和践行社会主义核心价值观的意见[N].人民日报,2013-12-24(1).
- [18] 孙安民.文化产业理论与实践[M].北京:北京出版社,2005.114.
- [19] 坚持以人民为中心的创作导向 创作更多无愧于时代的优秀作品[N].人民日报,2014-10-16(1).
- [20] 中宣部,文化部,广播电影电视部.关于当前繁荣文艺创作的意见[Z].1991-03-01.
- [21] 把培育和弘扬社会主义核心价值观作为凝魂聚气强基固本的基础工程[N].人民日报,2014-02-26(1).

【责任编辑:周琍】

## The Historical Evolution and Enlightenment of the Value Orientation of the Cultural Industry since the Founding of New China

REN Cheng-jin<sup>1</sup>, PAN Na-na<sup>2</sup>

(1. Shandong University of Science and Technology, Qingdao, Shandong, 266590; 2. Party School of CPC Qingdao Municipal Committee, Qingdao, Shandong 266071)

**Abstract:** Before the reform and opening up, the economic attributes and values of China's socialist culture have been in some ways developed, but there is no cultural industry in a modern sense. In terms of value orientation it always serves politics. It is not only subject to the national cultural development policies, but also serves the specific policies and tasks of CCP. After the reform and opening up, the state began to have a more rational understanding of the relationship between cultural industry and value orientation, and shift from being passive to being proactive in handling the relationship between the two. The value orientation of cultural industry shows the combination of dominance and diversity. Nonetheless, how to get the government more involved in guiding, regulating the creation and production of cultural products, how to better use the socialist core values to guide cultural industry, and how to coordinate social and economic interest are still topics of research.

**Key words:** cultural industry; value orientation; collectivism; socialist core values