

文化经济化与经济文化化的逻辑及协同

王彦林

(河北工程大学 管理工程与商学院, 河北 邯郸 056038)

[摘要]文化是人类社会的“灵魂”,是社会经济、政治的导引和社会发展程度的标志。文化需要的增进与文化供给的缺口是人们文化生活的根本矛盾,解决这一根本矛盾有赖于经济文化化和文化经济化的演进,进而表现为以公共文化服务与文化产业协同带动社会经济发展,满足人们文化需要。

[关键词]文化经济化;经济文化化;公共文化服务;文化产业;协同

doi: 10.3969/j.issn.1673-9477.2019.02.001

[中图分类号] F014

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-9477(2019)02-001-06

文化是社会发展的标志与特征,也是社会经济、政治的导引。在特定的社会生产、生活条件下,人们会形成特定的生产方式、生活方式和思维方式,这些模式化的行为、思维及其载体的总和就是广义的文化,其附着的物质载体或以特定行为表现出来的活动即为文化产品。随着工业技术的提高和人们精神文化需要的增进,文化生产和传播逐渐以市场化、规模化、标准化的形式展开,文化经济化现象突出,由此文化产业蓬勃发展。同时,经济发展越来越渗透更多的文化因素,经济文化化趋势显著。

一、文化:人类社会的“灵魂”

一定数量的个体人组成人类社会,个体人既是社会的一部分,又是社会的基础和前提;个体人离不开社会,社会也是其之所以为人的根据和条件。人类社会在个体人为生存、发展而进行生产、生活过程中形成并不断演进。演进中,人类社会形成经济、政治和文化三个层次,这三个层次又内在于个体人之中。

为满足人的生命力所体现的生理和心理欲求,个体人必须认识和改造自然物,通过劳动创造生产和生活用品,这就是经济。而要更好地劳动更好地满足自己需要,个体人需要相互交往、协作,形成强有力的组织,这就是政治。也需要形成共同的价值观、思想理论和行为规范,即文化。人类社会的发展是经济因劳动而总量增加、质量提高的过程,是作为经济内在机制的政治不断优化和进步的过程,也是文化不断积累、丰富、进步和文明的过程。

由个体人组成的人类社会的经济、政治、文化三个层次是内在于个体人本身的,每个个体人都体现着这三个层次。首先,个体人是经济、政治、文化的主体。经济上的生产、分配、交换和消费都是个体人的活动;政治上的国家、政党、法律、政策

等由代表其阶级利益的个体人主导,由个体人去维护和执行;文化上价值观、思想理论、伦理道德等都由个体人创造并贯彻于个体人。其次,个体人思想和行为的内容就是特定经济、政治和文化的不同层面的展开。个体人的吃穿住用行是其经济活动,选举被选举、言论出版结社、政党活动、战争等是其政治活动,认识世界、形成世界观人生观价值观和思想理论、宗教伦理道德是其文化活动。再次,个体人的思想和行为的“总和”就是人类社会经济、政治、文化。这是个体与总体、个性与共性、特殊与普遍的关系。

经济、政治、文化作为人类社会的三个层次不可分割,也各有其地位和作用。经济是人以劳动在交往中有意识地满足需要的社会活动,是社会存在和发展的基础性内容。政治是对人社会地位关系的规定和社会发展的规范和导引,它是经济利益、经济关系的集合也是其内在社会机制,它通过国家、政党等形式参与并控制全部经济生活,调节经济关系。文化一般是指人们对人生和社会关系的意识,是社会经济、政治在意识中的反映,它反过来通过政治制约经济。通俗地说,经济是人的“骨肉”,政治是人的“筋脉”,文化则是人“灵魂”,骨肉、筋脉、灵魂密不可分。人类社会的发展就是经济、政治、文化互动、变革和演进的过程。

文化是人类社会的“灵魂”。人的社会性是区别于其他动物的本质特征,而社会性主要体现为文化,文化是人的社会性形成过程中的决定性因素。文化是人类特有现象,文化的本质是“人化”,它既是个体人对自然界、人类社会的认识和改造,是个体人对社会总体的认知,又体现着社会总体对个人的制约。初生婴儿在父母养育下,开始是模仿父母言行举止、音容笑貌,而后在亲人、老师指引下学习生活生产技能,再后独立生产生活,形成特定的

[投稿日期] 2019-04-27

[基金项目] 文化部文化艺术科学研究项目(编号:14DH48);河北省教育厅人文社科重大攻关项目(编号:ZD201408)。

[作者简介] 王彦林(1973-),男,河北肥乡人,教授,博士,研究方向:马克思主义理论、文化经济。

思维方式、生活方式和生产方式,这其中无不包含文化因素的渗透、扩展与制约。文化是“人化”,人也是文化的塑造物。文化是“灵魂”,体现在“文化总是‘润物细无声’地融入经济力量、政治力量、社会力量之中,成为经济发展的‘助推器’、政治文明的‘导航灯’、社会和谐‘粘合剂’……要化解人与自然、人与人、人与社会的各种矛盾,必须依靠文化的熏陶、教化、激励作用,发挥先进文化的凝聚、润滑、整合作用”^[1]。文化的最终目的是人性的升华。

文化是社会发展程度的最重要标志。古往今来,大国强国无不以繁荣、深厚的文化著称,所谓“文化内辑,武功外悠”,“敷文化以柔远”^[2],即是文化作为大国强国的一种标志。在社会发展过程中,文化作为软实力依托并引导着经济增长和波动、政治稳定和变革、社会文明和进步,并对环境生态产生重要影响。社会中个人、家庭、人际关系、伦理道德、制度体制、法律政策、社会活动、社会管理等各个方面都需要文化纽带的缠系与浸润,越是先进的文化越是能够促进社会文明和发展;社会越是文明和发展就越能够加速文化的繁荣与创新。个人是文化的创造者、承载者,也是文化作用的对象。在先进文化熏陶下的个人往往能够做出更多有利于社会进步的事业,先进文化越是传播广泛并被更多的人接受,社会越是具有更高的文明程度。因此,人类社会的发展必须注重文化培育和创新,这既是社会发展的需要,也是人自身的内在需要。

二、文化矛盾:文化需要的增进与文化供给的缺口

文化需要是人作为社会性动物的特有需要,是人生存、享受和发展需要的一部分。有文化需要就要有文化供给,文化需要与文化供给的矛盾是人类文化生活中的基本矛盾。

(一)文化需要在人们生产生活中的地位日益提高

只是维持生存,单有物质需要的满足就可以解决,而要追求发展和自我完善,就离不开文化需要的实现。没有文化需要的产生和满足,就没有对现实的超越和人自身的发展。在社会发展过程中,当人的物质需要得到基本满足之后,人的文化需要就会迅速增长,这是人的需要从生存层次向享受和发展层次提升的表现,也是社会发展进步的必然结果。

改革开放以来,我国城乡居民生活水平快速提高,消费环境明显改善,消费水平和消费质量有了历史性进步。人们的生活在经历了消除贫困、解决温饱、基本实现小康的基础上,正在接近全面小康

社会的实现。随着物质生活的改善和提高,闲暇时间的增多和家务劳动的减轻,人们的精神文化需要出现了前所未有的普遍增长和高涨的态势,主要表现为:求知欲的增强,文化娱乐活动剧增,文化消费快速增长。改革开放以来我国城乡居民消费结构明显优化,恩格尔系数显著下降,享受和发展型消费比重上升,农村居民家庭恩格尔系数从1978年的67.7%下降到2017年的31.2%,城镇居民家庭则从57.5%下降到28.6%,2018年全国居民消费进一步升级,恩格尔系数为28.1%;2018年,全国居民用于教育文化娱乐的人均消费支出达2226元,占人均消费支出比重为11.2%。

当前,文化需要越来越展示出其主体性、多样性、广泛性、参与性特点,学知识、有文化已成为每个个体人人生价值之一,社会总体对文化的推崇也日益彰显,文化在人们生产生活中的地位变得越来越重要。

(二)人们对文化的需要是一个不断增进的历史过程

人类进入文明社会之前,文化以口传心授、风俗习惯等自在的形式展开,人们掌握文化的要求尚不明显。进入文明社会,随着阶级分化和国家的产生,文化也开始分为不同层次,以文化主体不同大致分为劳动者的文化和非劳动者的文化,这两种文化既有共性又具有重大区别,其共性主要表现为在特定区域和生活环境中形成相同的风俗习惯、伦理道德、思维方式等;不同点则主要表现为人生观、价值观、生活和思维方式的不同。非劳动者文化几乎成为一种“奢侈品”,只能存在并“消费”于统治阶级的范围内。进入工业社会,现代技术广泛应用,文化载体日益被规模化、标准化地生产出来,作为产业的文化日益繁荣,文化的渗透、传播与创新日渐兴盛,文化越来越成为现代生活的必要内容,并作为软实力与经济实力等一起成为强盛国家的标志。

当今时代,文化需要的增进表现为多个层次和方面。

文化强国已成为一些国家的国家战略。文化是一个社会和民族的灵魂,是国家软实力的重要标志,是国家综合国力的重要体现,世界强国无不重视文化建设与推广。美国以强大的电影、电视等文化产品甚至辅以军事手段推广其“普世价值”,成为事实上的全球文化霸主;欧盟英、法、德等主要国家都非常重视本国文化的保护和传播;日本和韩国在20世纪90年代相继提出文化立国战略,将文化作为国家经济发展的战略性支柱产业加以扶持。我国是文化大国,但目前还不是文化强国,发展文化产业和

公共文化事业走文化强国之路是我国实现“中国梦”的必然选择。

文化能够提高群体组织的凝聚力和推动力。人们总是为一定目的形成群体,为实现目的就需要协调人们之间的关系,形成最优组织机制。这个最优组织机制的形成需要先进、科学的文化导引。从人类社会这个大组织系统的历史发展看,每次社会制度性质的改变和跃进都伴随着先进思想文化的诞生与推动。春秋战国的百家争鸣导引了中国集权官僚制的萌芽和形成,欧洲文艺复兴运动为资本主义制度的形成奠定了思想基础,马克思主义的传播和指引使社会主义制度诞生、生成和发展。从微观的企业、社会组织看,代表时代精神、与社会需求相一致、具有核心价值取向和凝聚力的企业文化、组织文化是支撑、推动一个企业、组织持续、快速、高效发展的内在精神动因,微软、苹果、阿里巴巴、华为等企业都形成了自己独特的企业文化。根本讲,个体人在先进、科学文化熏陶下素质技能会不断提高,企业、组织在先进、科学文化渗透中其运转机制的效率也会不断提高。文化是群体组织最具功效的凝聚力和推动力。

文化知识水平高低成为衡量人的价值的重要标志。国家、民族的文明程度是由其劳动者的素质技能决定的,劳动者的素质和技能则是其受教育程度以及由此形成的文化程度决定的,因此各国、各民族都非常重视教育和文化塑造。

文化学习成为个体人生存和发展的内在需要。随着经济发展,物质生活水平提高,精神需要日益成为人们生活的重要方面。人们日益追求在获得生存技能的同时更加注重知识积累、能力提高和思想文化等综合素质的完善,满足享受性需要、发展性需要、受尊重和自我实现需要成为人们主要需要,而满足这些层次需要的“精神食粮”即是文化的核心内容。人们对知识的学习和追求成为自我完善的内在需要。

文化供给创造新的文化需要。当今,互联网和大数据的普及与应用已成为改变人类生存方式的革命性力量。互联网使大量数据的发生、获取、聚集、存储、传输、处理、分析等变得越来越便捷,“大数据”作为一种分析、解决、决策与预测问题的新方法和新手段,日益深耕播撒于经济社会各领域。在互联网和大数据的渗透、构造、重塑、拓展和革新下,文化供给巨量增加、创新迅速。互联网、大数据引发并打通了文化领域各个产业链之间的关口,使文化产业业态整体升级,创造着新的文化需要。另一方面,随着经济社会的迅速发展,人们物质生

活水平不断提高,精神需要物化为对文化产品的需求而迅猛增加,这必然导致资本的大量迅速涌入,加上互联网、大数据等现代技术的大力推动和文化体制变革释放的文化活力,文化产品的研发、生产、供给不断增加,质量也逐步提升,这不仅使文化产业发展壮大,而且使文化领域出现了诸多新兴产业、部门和业态,文化生产力的地位作用越来越突出,这直接助推着文化供给和需要。

人们对文化的需要的不断增进,既是人的社会性的内驱力的推动,也是社会经济发展和创新、文化积累和丰富、文化生产力提高的结果。

(三) 文化需要增进凸显文化供给缺口

不同时代和区域的人们在自己的生存历史和环境分别拥有不同的文化供给。原始洪荒时代,人们在艰难的生存条件下,觅食几乎成为生活的一切,学习生存技能即是其文化生活的全部。农耕时代,劳动者和非劳动者分别拥有不同的生活方式,劳动者以劳动获得生存条件,在学习生存技能的基础上简朴的习俗和文娱活动成为其文化生活的主要内容;非劳动者以掌握各种政治和经济权力获得剥削劳动者的权利,他们寄生在劳动者劳动基础上,追求物质享受和精神娱乐成为其主旋律,在追逐“功名利禄富寿喜”的过程中夹杂“琴棋书画诗酒花”。工业时代,“文化”逐渐作为工业产品以文字、数字、图片、音像、程序、演出等形式展现出来,并开始规模化、标准化、产业化生产,文化产业诞生并迅速发展,文化生产和文化消费日益成为与吃穿住用行等物质生活一样重要的生活活动,它渗透、贯穿在不同工作类别、生活环节、精神层次等各个方面,且比重不断增大。

当代,随着文化需要的增进,文化供给也迅速增多,但文化需要与文化供给之间并非同比、等进和完全相一致,这一方面是因为人们对精神文化的追求是一个永无止境的过程,另一方面则是文化需要的膨胀化、层次化、个性化和文化供给特定化、标准化、规模化以及由此造成的文化需要与文化供给结构性错位造成的,突出表现为文化供给不断增多的同时缺口也不断扩大。

从根本上讲,文化供给缺口是文化生产力与人的文化需要矛盾的结果,而人的文化需要的主观性、理想性的特点,使其文化欲望往往永无止境。当前,文化供给缺口主要有数量缺口、质量缺口和结构性缺口。

数量缺口,即文化产品总量不能满足人们对文化产品消费的总需求。据测算,当前我国文化消费潜在规模近5万亿元,但实际文化消费量仅约2万

亿元,文化产品供给和需求存在3万亿元左右的缺口。国外发达国家,同样存在这样的问题。文化需要的增多,一方面是社会经济发展和个人收入增多的推动,另一方面也是人类进步由自在到自觉、自为的需要。

质量缺口,即现有文化产品质量、水平、层次不能完全满足人们要求。不同文化和学历层次、生活和工作背景的人们对文化产品的种类和质量要求不同。社会精英分子更青睐于其专业性和自我完善性的文化作品,大众则更喜欢娱乐性、轻松化、专技性的文化作品。当前,我国供大众消费的电影、电视、游戏等品种繁多、产量巨大,但良莠不齐,缺少精品和经典,其中不少是诸如抗日“神剧”等让人匪夷所思、莫名其妙的作品,而高质量、高水平、超经典、雅俗共赏的好作品短缺,这已成为我国文化生活的一个重要问题。

结构性缺口,即文化供给和文化需求之间相互错位而造成的文化供给缺口。市场化条件下,文化生产片面追求经济效益,机械化生产、快餐式消费问题突出。如在电子终端普及的基础上,数字阅读异军突起,但“读屏时代”的碎片化、低龄化、肤浅化等问题普遍,以致于“眼球文化”、低俗庸俗媚俗文化泛起,造成精品文化缺口。传播渠道和平台不畅以及作品质量不高也造成部分结构性缺口,如我国制作的电视剧中,几乎有一半没有播放平台,而能播出的一半里又只有50%可以盈利。又如目前我国有500多家出版社,每年出版图书40多万种,库存积压严重。海量的文化产品不能全部转化为有效的消费需求,其中还存在着大量的无效供给,现有文化产品供给依然无法让消费者解“渴”。这种结构性缺口亟需弥补。

文化需要的增进与文化供给的缺口成为当今文化领域的一个重要矛盾,有待随着文化生产力的提高、文化体制改革与创新、先进文化的导引与推进以及文化产业与公共文化服务的协同发展而得以解决。

三、文化与经济合流:经济文化化与文化经济化

尽管文化与经济、政治是人类社会相互渗透、相互作用、不可分割的三个组成部分,但不同历史时期和社会条件下三者的存在形式和结合方式又有所不同。当今世界,文化与经济已呈现出一体化的合流趋势,表现为经济文化化和文化经济化的同步演进,形成了文化经济的新范畴,成为解决文化需要增进与文化供给缺口矛盾的必然路径。

(一) 经济文化化

经济从来没离开过文化。采集、狩猎、农事稼

穡中包含有对象选择、经验传承、合作互助等文化因素,手工和工业生产中产品样式、形态、雕饰、功用等更渗透着人的对象化的特定文化因素。只要是人的活动必然包含有文化因素,但这些还不是经济文化化的内容。

经济文化化,是指经济活动中文化因素渐趋增多,且成为引领经济发展重要因素的过程,即以特定文化为“卖点”驱动经济,其实质仍然是经济。经济文化化的形式主要有以下几种:(1)借助特定文化提高某产品附加值,如使用某种著名品牌商标,获得品牌市场价值而提高产品价格。(2)借助特定文化提高某产品销售量,如产品通过在媒体平台做广告的形式提高其销售量。(3)借助特定文化提高生产运营能力,如企业一般都注重塑造积极的企业文化以凝聚员工思想、提高管理效率进而提高生产运营能力。(4)借助特定文化活动带动某种经济活动以获得经济增长,如人们常说的“文化搭台,经济唱戏”的旅游大会、主题节庆会展、购物节等。

经济文化化是经济形态变革、业态创新的必然产物,是人们文化需要、文化生活、文化追求的结果,但必须认识到没有经济活动就不会有经济文化化。

(二) 文化经济化

文化是政治、经济的反映,也反作用于政治、经济,经济和政治中有文化,文化中也有政治和经济,文化内在于经济生活和政治生活之中。文化的这种反映特性和内在性根本上是人的意识的能动性、传承性决定的,这也是其相对独立性的内在根据。

从文化发展史看,文化与经济的“距离”和“紧密度”是渐趋缩小的。文化与经济的“距离”,一方面由精神反映物质的“跨界”而显示距离,且文化反作用于经济往往需要政治作为中介逐步推广与渗透,这种“距离”便展现出来;另一方面,文化的传承性决定了现时代的文化中包含有以往时代的文化内容和因子,这些继承下来的文化内容与现时代的经济状况具有明显的“距离”。但这种“距离”随着社会发展的加速而呈现出快速缩减趋势,文化与经济的紧密度越来越强。

文化经济化,是指特定文化内容被物化为物质载体而进入经济领域或带动特定经济活动的过程,即文化的产业化过程,其实质仍然是文化。

文化经济化,以满足当代社会文化需要为目的,以特定文化内容为内核,以现代科学技术广泛应用为物质基础,是人的文化需要和社会经济发展相结合的产物。

(三) 文化经济

经济文化化和文化经济化是同一过程的两个方面,经济文化化是以文化推进经济增长和发展,文化经济化是以经济拓展文化的广度和深度。文化反映经济并相互作用的关系决定了经济文化化和文化经济化之间划不出明显的界限,而只能在理论研究上加以界定,现实中二者是相互交叉交融、“你中有我、我中有你”的关系,可称之为广义的文化经济。

经济文化化和文化经济化的合流,就是文化和经济的合流,是指二者越来越在同一社会层次和渠道发生、延伸、共振和发展,直至合流前进,同时满足人们的物质和精神需要。

文化和经济的合流,开创了社会发展的新源泉。中国当前正处于社会经济发展的新常态,经济结构正从增量扩能为主转向调整存量、做优增量并举的深度调整,发展方式正由规模速度型转向质量效率型。高投入、高消耗、高污染、低效益的产业将减少或消除,代之以低消耗、低污染、高增值、高知识、高效益的绿色产业,而文化经济正符合这些低碳环保、可持续、融合性强的特点而成为新常态下现代产业发展的新亮点、经济转型的新方向、经济发展的新引擎。文化经济在产业调整与转型升级中与科技、金融甚至工业、农业及其他传统产业相融合产生了新的产业业态。“文化+互联网+技术+品牌+时尚……”的潮流在提升产业结构的同时也创造着高附加值的商业模式,正是文化经济化和经济文化化合流的典型。

文化经济,有广义和狭义之分。广义上的文化经济,是指经济文化化和文化经济化的合体。由此兴起一门新兴交叉学科——文化经济学,即从文化和经济的视角去审视所有社会经济现象,探讨和揭示经济现象中的文化因素、文化现象中的经济因素及其文化和经济的互动规律。随着我国经济的快速增长和文化大发展大繁荣,文化经济学研究呈现勃兴态势。

狭义的文化经济,单指文化的经济属性,是为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合,可分为两部分:一是以文化为核心内容,为直接满足人们的精神需要而进行的创作、制造、传播、展示等文化产品(包括货物和服务)的生产活动,具体包括新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营和文化娱乐休闲服务等活动。二是为实现文化产品的生产活动所需的文化辅助生产和中介服务、文化装备生产和文化消费终端生产(包括制造和销售)等活动。文化经济包含公共文化服务和文化产业两部分,公

共文化服务属于文化经济中的公共经济范畴,文化产业属于文化经济中民间经济范畴。

随着经济文化化、文化经济化的深度融合和发展,文化经济尤其是文化产业日益成为国民经济的重要支柱。人们越来越认识到,国家强大、民众富有、国与国的竞争根本上取决于经济、文化、政治的综合因素,而文化经济恰恰占据了三者的集结点,它既是经济硬实力的组成部分,又是文化和政治软实力的“催化剂”、“孵化器”、“放大器”。文化经济的发展有赖于政府与市场协调作用下公共文化服务与文化产业的协同发展。

四、协同推进:以公共文化服务与文化产业协同带动社会经济,满足文化需要

文化发展与繁荣离不开社会经济发展,社会经济发展同样离不开文化发展与繁荣,文化发展与繁荣、社会经济发展二者共同目的即是满足人们生产生活的物质和文化需要。现代社会条件下,文化需要的满足有两种基本途径和方式——公共文化服务和文化产业。

(一) 公共文化服务与文化产业的互促共进

公共文化服务是为满足人们基本文化需要而由政府供给文化产品的活动,侧重于文化经济化。公共文化服务一般由政府以公共财政供给,以政府购买等形式,社会资本也可参与其产品和服务的生产运营,在管理运转上以公共部门为主,其他机构和社会组织为辅,其主要功能在于为国民普及文化知识、传播先进文化、提供精神产品,满足人民群众基本文化需求,保障人民群众基本文化权益。

文化产业,以生产和经营文化商品和文化服务为主要内容,以创造利润为核心,以文化企业为骨干,以文化价值转化为商业价值的协作关系为纽带,侧重于经济文化化。文化产业一般具有产业性文化行为、企业化经营方式、文化价值的市场转换性、文化与经济的双重功能、高技术和高智力含量等特征。

公共文化服务与文化产业都是文化需要的满足方式和途径,是社会经济与文化的集合点,但其主体、目的、形式和机制不同。公共文化服务以满足人们基本文化需要和实现文化的社会价值为目的,由政府调控,表现为公益性的行政或事业单位的文化服务行为,其供给主体多为实行行政管理体制的机关事业单位。文化产业以文化企业营利和实现文化的经济价值为目的,由市场调控,表现为经营性、产业化的企业行为,实行企业市场化运行体制。二者的相同点和不同点正是二者协同发展的前提条件。

由政府调控的公共文化服务与由市场调控的文化产业相结合共同满足人们的文化需要才是优化的文化产品供给模式。在现有社会生产力水平下,尤其是现有文化生产力水平下,人们既不能完全按照个人需要分配和消费文化产品,又摆脱了过往社会上层统治者垄断文化产品的局面。不能按需分配和消费,是现阶段文化产品生产数量有限性和质量一般性决定的,而现有工业科学技术尤其是互联网等信息技术的快速创新发展以及社会经济的发展与繁荣,又为文化产品的生产传播和发展繁荣创造了基本条件,在人们文化需要剧增的趋势下,文化产品供给也必然迅速增加。

由政府调控下的公共文化服务供给公共文化设施、公共文化信息、文化生活基本条件等公益性、大众化、均等化的文化产品;由市场调控下的文化产业供给广播影视、文艺表演、文化娱乐等盈利性、个性化、市场化的文化产品。在现有文化生产力下,政府与市场双轮驱动,二者分领域、分类别、分层次、分环节,互相补充,相互促进,共同为满足人们的文化需要服务,这是现实条件下符合实际的科学的文化产品供给方式。

(二) 公共文化服务与文化产业协同是带动社会经济、满足文化需要的基本途径

社会经济文化发展是多方面合力的结果,但在不同历史阶段和社会条件下,起关键性作用的因素不同。当前,世界经济正呈现出以经济长期低速增长为主要特征的“新平庸”状态,表现为修复、调整下的增长缓慢、需求疲软、走势分化、动荡加剧、下行风险突出等,世界经济在一定时期内仍将处于低速且不均衡增长态势,而要完全走向稳定持续增长,还要经历一个长期曲折的过程。随着我国综合国力和外向度的增强,我国与世界经济新型互动态势日益明显。现阶段,我国经济发展进入短期波动和中长期下行相互交织的“新常态”,表现为经济增长速度从高速增长转为中高速增长、经济结构不断优化升级、从要素驱动和投资驱动转向创新驱动。新常态既蕴含着我国经济整体向好具有长远前景的

发展机遇,又给当前及今后一定时期的我国经济社会发展提出了新问题、新挑战。我们必须看到,我国发展仍处于可以大有作为的重要战略机遇期,速度变化、结构优化、动力转换的新常态下,经济长期向好基本面没有改变,发展前景仍然广阔,具有巨大的韧性、潜力和回旋余地。世界经济的“新平庸”与我国经济的“新常态”,要求找出突破口,转变传统发展方式而创新性发展。

当前,在互联网、大数据、生物技术、智能技术等新一轮科技革命推动下,由技术革命引领以新的市场需求推动的产业各业态的“跨界、融合”已成为当前社会经济发展的新特点和新趋势,产业变革蓄势待发,突出表现为制造业与服务业的融合、金融资本与实体经济的融合以及以互联网为纽带的产业跨界融合。新产业、新业态、新模式将迎来新的发展空间和突破。从经济文化化和文化经济化趋势入手,抓住文化和经济合流的机遇,即是世界和我国社会经济文化发展的突破口。

兼具文化和经济合流特性的公共文化服务和文化产业凭借其独特的产业价值链、快速的成长方式及广泛的渗透力、影响力和辐射力充当了跨界融合的急先锋。“文化+科技”、“文化+金融”、“文化+贸易”、“文化+创意”、“文化+旅游”、“文化+设计”等等催生相关行业产业的“越界、渗透、融合、提升”,从而形成诸多文化新业态,移动应用、移动娱乐、移动社交、移动购物、网络广电、动漫游戏、网络视频、公共视听载体、数字出版、手机出版等新兴文化业态迅速崛起。公共文化服务和文化产业新业态正在重塑并创新着新的文化发展模式,凸显其对经济发展的溢出和共振效应。以公共文化服务与文化产业协同带动社会经济文化发展必将成为当今社会发展重要动力之一,同时也是满足人们文化需要的基本途径。

参考文献:

- [1] 习近平. 之江新语[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2007: 149.
- [2] 曹道衡. 汉魏六朝辞赋与骈文精品[M]. 长春: 时代文艺出版社, 1995: 746.

[责任编辑 陶爱新]

The logic and coordination of cultural economization and economic culture

WANG Yan-lin

(Department of Management Engineering and Business, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

Abstract: Culture is the "soul" of human society and the symbol of social economy, political guidance and social development. The promotion of cultural needs and the gap of cultural supply are the basic contradictions in people's cultural life, and the solution to this basic contradiction depends on the evolution of economic culture and Cultural Economization. Then it shows that public cultural service and cultural industry promote social and economic development in coordination to meet People's cultural needs.

Key words: cultural economization; economic culture; public cultural service; cultural industry; synergy