



首页

动态信息

新闻所

新闻学院

学术资源

您所在的位置: 首页 >> 重点推荐

请输入关键词

站内搜索

新闻所

本所简介

所领导

所学术委员会

机构设置

综合办公室

新闻学研究室

传播学研究室

媒介研究室

网络学研究室

信息室

编辑室

新闻所档案

所务公开

本所论坛

本所成果

本所课题

期刊杂志

本所学者

方勇：突出社会效益 推动数字文化产业高质量发展

作者：方勇 中国社会科学院新闻与传播研究所党委书记、教授 发布时间：2021-11-02 17:30:00 来源：

文化产业是一个创造需求的产业，他不同于其他以需求确定生产的产业，文化产业可以创造需求拓展市场，提升地方经济活力。在庆祝中国共产党成立100周年的大会上，习近平总书记提出了“构建新发展格局，推动高质量发展”“坚持社会主义核心价值观体系”的重要要求。而数字文化产业作为文化产业的最新产业形态，因能够在贯彻落实习近平总书记的上述重要指示上发挥举足轻重的作用，进而呈现出了良好的发展前景。与此同时，在实际工作中切实激发数字文化产业所具有的社会效益，并快速推动该产业高质量发展的一系列问题，也逐渐引起了各界人士的关注。在具体实践上，应在正确、全面认识当前我国数字文化产业的政策与理念的基础上，不断加强和完善国家文化大数据的体系建设，最终实现以社会主义核心价值观型塑社会的奋斗目标。

把握数字文化产业的政策与理念

中央和国家关于文化产业的方针和政策，为数字文化产业的高质量发展提供了根本遵循与可靠依据。

首先，国家关于文化产业的战略部署，为数字文化产业指明了前进的方向。党的十九届五中全会审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》（以下简称《建议》）。在《建议》里要求，到二〇三五年基本实现社会主义现代化，其中的一个核心标志就是文化强国，那么如何实现文化强国？在《建议》的“十四五”规划当中，第九部分“完善文化产业体系”中提出了要实施“文化产业数字化战略”，这是国家的战略部署，是推动数字文化产业高质量发展的核心操作手段。数字化将是文化产业发展的一个新的阶段。在乌镇召开的2021年的互联网大会上提出了“迈向数字文明新时代，携手构建网络空间命运共同体”的主题，习近平总书记给大会的贺词里提出“让数字文明造福各国人民”，深刻阐明数字技术的发展趋势，明确指出数字文明时代已经到来，并提出数字文明不仅仅是要造福中国的广大人民群众，更要造福世界各国人民，体现出对利用数字技术推进人类共同福祉的关切，进而也明确了数字文化产业的发展方向与任务。

其次，我国文化产业的相关政策，为数字文化产业内涵、价值、功能的丰富与提升提供了重要的保障。2017年4月，文化部提出了《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》，在这个文件里首次以文件的形式提出了“数字文化产业”的概念。数字文化产业是一个智力密集型、高附加值的一个新兴产业，它的鲜明特点就是创新性、引领性、低消耗，文化部及时出台指导性文件，提出了推动数字文化产业创新发展的手段和方法。经过两年多的推动发展，2020年9月文化和旅游部提出《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》（以下简称《高质量意见》），就数字文化产业如何高质量发展，又提出了新的要求。该文件确定了数字文化产业发展的基本原则，并突出了方向强调了内容，《高质量意见》要求“把握正确导向，坚持守正创新，坚持以社会主义核心价值观为引领，把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一。”文件强调数字文化产业的意识形态属性非常强，要以“社会主义核心价值观”进行引领。《高质量意见》要求“把握数字文化内容属性，坚持内容为王、质量为先，以优秀的数字文化产品弘扬和培育社会主义核心价值观，更好地引领社会风尚。”强调数字文化产业要把内容作为建设的重点，要以“社会主义核心价值观”引领社会型塑社会。文件在方向和内容中都强调了“社会主义核心价值观”的重要作用，说明国家对数字文化产业的社会效益期许。

第三，要把握文化产业的形态。要推动数字文化产业高质量发展，必须把握传统文化产业的形态。传统文化产业的形态众多，文化产业边界日趋模糊，文化产业已经深度融合到国民经济的大循环中，体现在我们生产生活的方方面面。业界将文化产业定义为分层结构，分核心层、外围层和相关层。核心层包括新闻出版、广播电视电影、文化艺术等内容生产，外围层包括网络文化服务、文化休闲娱乐服务，及其他文化服务。相关层主要是文化产品设备和生产和销售。虽然业界提出了文化产业的分层结构概念，但文化产业边界日益模糊，形态繁多，分类困难。文化产业的分类从2004年开始，国家统计局就出台了文化产业统计的分类标准，2012年出台第二版，2018年出台第三版。在2018年的版本里，文化产业一共分9大类、43个中类、146个小类。在9个大类当中，前面是新闻信息服务和内容创作生产，后边是创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营、文化娱乐休闲服务，还有文化辅助生产和中介服务、文化装备制造、文化消费终端生产等9大类，新闻信息服务排在第一类，说明新闻信息服务的重要性。

第四，精准把握数字文化产业的两个实现维度。如何推动数字文化产业高质量发展，要贯彻落实“数字经济”国家战略，从数字文化产业的两个维度入手。一是文化产业数字化维度，即对传统文化产业数字化赋能，也就是传统文化产业转型升级，或者对传统文化产业数字化，我们要利用“弯道超车”加速推进传统文化产业数字化。我国的融媒体发展很快，特别是一些区县融媒体中心建设非常先进，它的内容要比一般的平台要超前很多，商业平台内容还是比较单一，而我们区县的融媒体中心包含的内容比较全面，特别是融媒体中心“综合服务平台”和“社区信息枢纽”的建设，使得融媒体中心具有很强的用户粘性，能够真正发挥引导群众、服务群众的作用。二是数字化文化产业维度。数字化文化产业是一个新兴产业，我们要利用“换道超车”加快数字文化产业的发展，我国的网络视听、手机游戏等抓住了先机，发展非常迅速，取得了非凡的业绩。数字化文化产业有两个模式，一是目前商业平台的做法，就是深度挖掘消费数据，是需求侧改革的一种驱动模式，主要是通过商业平台所掌握的消费数据，深度挖掘用户需求，利用这些消费数据向消费者提供精准定向服务，把数字文化产业做强做大。另外就是政府推动的做法，充分利用文化资源，是供给侧改革的一种驱动模式，把企事业单位掌握的文化资源进行数字化，为社会提供数字文化产业服务，目前正在开展的国家文化大数据体系建设工程是重要的措施。

完善国家文化大数据体系建设

推动数字文化产业高质量发展，必须加强和完善国家文化大数据体系建设。

《高质量意见》提出要“落实国家文化大数据体系建设部署”，就是加强和完善国家文化大数据体系建设，充分利用文化资源供给的数据来推动数字文化产业高质量发展。习近平总书记多次强调要发挥中华优秀传统文化资源的作用，“让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”，国家文化大数据体系建设是贯彻落实习近平总书记指示的重要措施。中国社科院发布《中国文化发展研究报告（2017~2020）》中分析指出“几千年中华文明历史积累下来的优秀中华文化资源是中华民族取之不尽用之不竭的战略资源，而将国家文化资源从传统介质向数字媒体的全面转移是将传统文化资源开发为经济资源的关键步骤”，将优秀中华文化资源数字化是落实“数字经济”国家战略的有效手段，所以必须加强和完善国家文化大数据体系建设。

国家文化大数据体系建设，业已得到了我国不同地区、不同规模的博物馆、纪念馆、展览馆、文化馆等机构的支持与试点建设。其建设的核心理念为“资源驱动，关联增效，创意见效”。建设的核心架构是“双网一体、双环驱动”（双网就是生产网与消费网一体，双环就是生产环与消费环）。逻辑上是两个环两个网，一个内环、一个外环，一个内网、一个外网。实际物理上它是一个环一个网，从数据安全及信息管理的角度，用认证安全等设备把相关的人员、机构、信息和设备进行隔离，形成逻辑上的两个环两个网。系统的核心组成结构是“四端一网两翼”，国家文化大数据体系从早先的概念“三库三体验一网一平台”发展到现在的实体“四端一网两翼”，这是国家文化大数据体系建设过程中必然产生的结果。因为从早期的概念设想，到试点实施，完善了国家文化大数据体系的组成结构。通过“生产端”的实际操作运行，越干越丰富、越干越复杂，遇到了很多问题。例如，在博物馆、展览馆、文化馆等公益一类单位开展试点工作时，通常会遇到的问题有：一是定位问题，文化资源的数字化需要大量经费投入，谁来投入？国家投入或地方政府投入，国家投入这么大经费显然不切实际，经费需求太大。如果要地方政府投入就要看地方政府的财政收入状况，对东部沿海省市可能问题不大，但对于中西部地区显然无法做到。二是方法问题，公益一类单位体制的限制，没有经营权，也不能开商业发票，也没有生产经营的预算，没有开发文创产品的预算，开发文创产品需要大量的人员经费的投入、材料的投入消耗等。三是机制问题，公益一类单位挣了钱了怎么发放，发放给谁？而且每个事业单位都有绩效总额限制、发放比例限制等。四是产权问题，大量的文化资源属于国家财产，怎样保证国有资产不流失？此外，还有数字化的文化资源的版权问题，由这些资源开发出的文创产品的版权归属怎么处理，创造的利益归属问题等。近期由八部委下发的《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》（以下简称《若干意见》），则为上述国家文化大数据体系建设试点中遇到的问题，提供了解决路径与思路。《若干意见》强调要依托文物文化单位、文化文物单位馆藏文化资源，加强文化创意产品的开发工作；提出开发工作要有利于推动中华优秀传统文化创造性转化创新发展，有利于培育和弘扬社会主义核心价值观，有利于社会主义文化强国建设；提出要坚持以社会主义核心价值观为引领，保护传承弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化，深入挖掘文化文物资源的精神内涵，使文化创意产品成为广大人民群众感悟中华文化、增强文化自信的重要载体。从上述《若干意见》所涉及的内容来看，数字文化产业的发展要注重数字文化产业的意识形态属性，要坚持社会主义核心价值观，要始终把社会效益放在首位。《若干意见》对国家文化大数据体系建设中遇到的定位问题、方法问题、机制问题与产权问题等，均提出了相应的解决思路与有效方案，进而为推动数字文化产业高质量发展提供了重要的遵循。

用社会主义核心价值观来型塑社会

推动数字文化产业高质量发展，不仅要把社会效益放在首位，更要坚持用社会主义核心价值观来引领社会型塑社会。

一是要准确把握数字文化产业的本质属性。习近平总书记多次强调“文化产业既有意识形态属性，又有市场属性，但是意识形态属性是本质属性”，总书记明确指出了文化产业的本质属性，同样也指出了数字文化产业的本质属性。习近平总书记强调：“用社会主义核心价值观凝聚共识、汇聚力量，用优秀文化产品振奋人心、鼓舞士气”，指出了我们新时代中国文化产业从业人员应当承担的时代责任。总书记要求我们文化产业从业人员要以当代中国价值观念，以中国特色社会主义价值观去引领社会。如何把中国特色社会主义价值观念，特别是社会主义核心价值观融入到我们文化产业里面去，是我们每个文化生产者和创作者的责任。

二是要深刻认识数字文化产业的社会价值与功能。关于文化的定义有很多，其中的一种定义就是“观乎人文，以化成天下”，从中可以看出文化有两个核心要素，一个核心要素是“文”，就是“人文”，它是一种表意形式。另一个核心要素是“化”，就是要“化成天下”，这是一种作用，一种功能，对人和社会的影响。数字文化产业对社会的影响很大，所以我国以及世界各国都对文化产业有很多的要求。例如，在我国刚出台的《市场准入负面清单（2021年版）》征求意见稿中，就明确禁止非公有资本开展新闻传媒相关业务。再例如，当前国家与政府相关部门业已对由文化内容衍生而来的影视作品、演艺节目与游戏项目等，采取了内容上的审核把关。具有很强文化传播功能的抖音曾经被美国特朗普政府封锁，现在在美国、澳大利亚等都要求本地化。

三是要充分发挥文化的功能作用。习近平同志2005年在浙江的时候就提出“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。”明确指出文化功能的重要作用。文化可以解决人与自然、人与社会、人与人之间的矛盾，满足人的生理性需求、社会性需求和心理性需求，因此我们要充分发挥文化的生理性功能、社会性功能和心理性功能，让数字文化产业更好地服务于社会。

四是要充分利用数字文化产业的社会形塑机制。文化产业贯穿于大众生产生活的各个环节，数字文化产业更是与大众生产生活如影随形，能够实现对大众主体价值观的型塑，从而实现数字文化产业的社会效益。文化产业参与内循环，以市场化对文化产品的消费推广社会核心价值理念，起到型塑“国民观念”的作用。文化产业参与外循环，则以多元化、开放性的文化供给推动当代中国社会价值观念的国际对话，从而型塑“国家形象”。在数字文化产业生产消费的各个环节中，文化生产者持有什么样的价值观念最为重要。文化生产者包括作家、画家、音乐家、演员、设计师等，作为文化生产者，首先要自我型塑，要树立正确的价值理念。如果生产者自己没有正确的价值理念，就无法生产出好的文化作品。因此，一定要加强对文化生产者的教育和型塑，加强中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的教育，加强社会主义核心价值观的培育，让每个文化生产者担当起引领社会的责任。在文化生产消费的消费环节，文化生产者的价值观型塑是型塑社会的关键，也较为复杂。观念型塑过程是一种心理活动过程，包含关注、感觉、知觉、记忆、想象等一系列认知过程。“关注”是观念型塑的前提，没有关注就没有消费，没有消费就没有型塑。因此，文化生产者创作的文化作品必须与消费者的自身利益相关、或者与公共利益相关（暗含消费者自身利益）、或者抓取消费者的猎奇心理（如云南象群迁徙，华南虎事件等）、或博取消费者的同情心理、佩服心理等，从而引起消费者“关注”。“感觉”是观念型塑的核心，要注重“感觉”的设计，要让消费者愿意消费、喜欢消费，要寓教于乐，切不可采取说教的形式，让消费者没了“感觉”。“想象”是观念型塑的关键，有了“感觉”就会形成“记忆”，通过“想象”将“记忆”中的价值观念融入到主体价值观念中，从而实现对个体价值观的型塑。如何让消费者对文化作品有“感觉”，形成“记忆”，产生“联想”，应按照《高质量意见》中的要求“培育和塑造一批具有鲜明中国文化特色的原创IP”，让文化作品具有鲜明的故事情节，是目前数字文化产业的重中之重。

五是在数字文化产业发展中加强文化功能的植入。突出社会效益推动数字文化产业高质量发展的核心理念是“功能驱动、媒介增效、型塑社会”。“功能驱动”就是在创作文化作品时，要将中华优秀传统文化和社会主义核心价值观等功能要素植入到文化作品中。一要加强中华优秀传统文化功能要素植入，将中华文明的核心文化功能要素植入到文化作品中，如植入代表中华文明的儒家文化核心思想观念“仁者爱人”，让每个公民做到关爱他人，塑造和谐社会；二要加强革命文化功能要素的植入，以革命烈士的英雄事迹激励人，型塑

奋进向上的社会思潮；三要加强社会主义先进文化功能要素的植入，要引导国民大众坚持和发展中国特色社会主义道路，牢固树立中国特色社会主义是实现中华民族伟大复兴的正确道路的认识。通过加强中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化功能要素的植入，以“功能驱动”，积极培育社会主义核心价值观。

六是提高利用新媒介的水平。“观乎人文，以化成天下”，这里“化成天下”需要媒介传播，扩展“人文”的知晓范围，才能“化成天下”，达到“媒介增效”的目的。要把握文化传播的变化规律，重点要做好以下几个方面：(1)全面掌握文化传播载体的变迁规律，文化传播载体从最早的语言，然后变成文字、音视频、到现在的数据，比起前面几种载体，数据更加容易保存、传播、复制与重构；(2)正确认识文化传播媒介的变化规律，文化传播媒介从原来的固定式，到移动式，到现在的沉浸式、体验式，现在以多感官获得信息，从冲击、震撼中加深了对文化的理解与把握；(3)了解文化传播媒体的变迁历程，从最早的个体，到出版社，到广播电视台，到现在的融媒体、数字平台，形成现在综合的传播方式、多样的传播渠道，传播力极强；(4)及时掌握文化传播规模的变迁规律，从早期语言的口耳相传，到文字印刷的规模化传播，到广播电视大规模传播，到现在数字化加网络，打破时空的无处不在；(5)充分重视文化传播的社会形态形成规律，社会文化形态的变化是渐进的过程，从社会制度，到大众自觉，再成为社会习俗，再成为人们的道德观念，最后才能成为整个社会的表现模式——社会文明。(6)科学理解与运用文化传播的个体梯度递进规律，文化传播在大众个体中首先以“感觉”有所认识，通过文化传播的不断地重复影响变成自己的“思想观念”，再通过不断地重复变成自己的“习惯”，最后固化为自己的“信仰”。

我们进入了中国特色社会主义新时代，社会主义核心价值体系作为国家的制度体系，如何让社会主义核心价值观成为社会文明，成为每个人的信仰，需要我们文化产业从业人员不懈的努力，在推动数字文化产业高质量发展中突出社会效益，以社会主义核心价值观创作文化产品引领社会型塑社会，促进社会进步和发展。

[关于我们](#) | [联系我们](#) | [版权信息](#)

Copyright © 2009 mediaresearch.cn, All Rights Reserved

中国社会科学院新闻与传播研究所 (京ICP备05012900号) 版权所有 ©