

国有文化企业为城乡公共文化服务体系建设赋能

文_潘 娜

DOI:10.14117/j.cnki.cn11-3331/d.2021.03.017

党的十九届五中全会审议通过的《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》提出，“推进城乡公共文化服务体系一体建设，创新实施文化惠民工程，广泛开展群众性文化活动，推动公共文化数字化建设”。2021年政府工作报告明确将“推进城乡公共文化服务体系一体建设”作为增进民生福祉，不断提高社会建设水平的重要内容。进入新发展阶段，体系化、数字化成为城乡公共文化一体建设的着力点，城乡群众文化需求的相互性、文化事业和文化产业的关联性、线上线下结构化的驱动作用愈加凸显，各类文化建设主体协同交叉融合成为必然要求、必然趋势和必然结果。其中，国有文化企业作为文化“新基建”的主要赋能对象，参与推进城乡公共文化服务体系一体建设不仅已是题中应有之义，更成为领跑数字化迭代的发力基点。

一、国有文化企业参与城乡公共文化服务体系一体建设的主要功能

推进城乡公共文化服务体系一体建设，不仅是统一标准、并轨制度的问题，更关键的是如

何实现城乡文化有机融合，从而达到一种“城在乡中，乡在城中”的文化境界，这比其他领域城乡公共服务一体化建设所需要的底层系统更为复杂，效益抵达的不确定性和变动性也更大，是文化建设领域需长期投入、持续攻坚的重点和难点问题。尤其是随着人民群众对实现自身文化权益的要求和对精神文化生活的期待越来越高，城乡公共文化服务体系建设的主要矛盾已经由“缺不缺、够不够”的问题转变为“好不好、精不精”的问题，需求分化进一步加深了破解城乡文化二元结构的复杂性。而经济社会全面数字化智能化大转型，为超越传统文化建设格局和分工、事半功倍地解决这一问题带来了转机，亟须顺势而为，积极发挥国有文化企业以市场逻辑实现社会使命的独特优势，激发城乡公共文化服务体系一体建设的内生动力。

加快城乡文化资源双向流动和深度融合。

城乡群众文化需求的相互性，是城乡公共文化服务体系一体建设可持续的内在动力。也就是说，文化领域的城乡一体化，不仅要着力于推动优质文化产品和服务“下乡”，更要考虑红色文化和乡土文化如何高质量“进城”的问题，这是目前的短板。从近年来的民间实践来看，“李子柒”“滇西

小哥”“阿木爷爷”“侗家七仙女”“理塘丁真”等乡土文化IP在社交网络上爆红并保持高人气，都反映出这种巨大需求的可挖掘、可创造、可形塑空间。那么，以这种自发性、散点式的乡村文化展演活动（公益性和商业性）为启示，推进城乡公共文化服务体系一体建设就不能囿于以城带乡的思路，更应该在促进城乡优质文化资源双向流动上做好文章，从而在根本上破解城乡文化之间的区隔。这就需要在政府主导下，大量引入富有活力的“蜜蜂型”主体来“异花授粉”，以创造一个适宜于城乡文化交融生长的生态环境。

所谓“蜜蜂型”主体，是借鉴了英国学者约翰·埃尔金顿提出的企业变形矩阵模式，即根据不同的价值观和影响规模把企业分为“蝗虫型”“毛毛虫型”“蝴蝶型”“蜜蜂型”四种类型并置于不同的矩阵。其中，“蜜蜂型”企业作为一种具有责任竞争力的市场主体，其自身发展壮大对大环境起到改善和优化作用，与“蝗虫型”企业越壮大越形成破坏力恰恰相反。考察各类文化建设主体，国有文化企业无疑最适宜承担起“蜜蜂型”主体的责任，这是由于一方面，国有文化企业集中掌握着大量优质文化产品和演艺资源，引导其面向乡村加大供给，有益于提高乡村公共文化服务水平。尤其新中国成立70余年来创作生产历史所积累的大量以“四史”为主题的典藏文艺精品日益显现出其历史价值，往往能够引起人民群众强烈的情感共鸣，对于加强基层思想文化阵地建设具有不可忽视的积极作用。另一方面，经济落后不意味着文化资源匮乏，贫困地区往往沉积了大量原生态文化资源，欠缺的是对这些资源合理地进行生产要素化，而这恰恰与国有文化企业的生产性需求相契合。从这个角度而言，国有文化企业扎根乡村基层探寻生产创作源泉，正是其区别于一般文化娱乐企业而回归初心使命的必经之路。城乡文化资源在“取”和“用”中形成良性循环，有益于提高城乡公共文化服务体系一体建设

的有机性和可持续性。

推动公共文化设施网络数字化智能化升级。

基础设施是城乡公共文化服务体系一体建设赖以推进的基本条件。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视公共文化服务体系的建设与完善，通过建立国家基本公共文化服务标准制度、健全公共文化服务财政保障机制、深入实施文化惠民工程等有力举措，大幅提高了基本公共文化服务标准化均等化水平，推动公共文化服务各领域基本实现乃至超过“十三五”时期主要发展指标：2020年，全国共有公共图书馆3203个，受新冠肺炎疫情影响，总流通5.7亿人次，而新冠肺炎疫情暴发前的2019年总流通量已达到8.8亿人次，超过8亿人次的指标要求；广播节目综合人口覆盖率达到99.4%，电视节目综合人口覆盖率达到99.6%，均达到大于99%的指标要求。值得肯定的是，国家级贫困县中有公共图书馆的县比重达到99.1%，有综合文化站的乡镇比重达到99.4%，有图书室或文化站的行政村比重达到98.9%，充分彰显了国家脱贫攻坚的坚实成果。与此同时，以县级文化馆、图书馆为中心推进总分馆制建设，加强对农家书屋的统筹管理，加强基层综合性文化服务中心建设，推动农村、城市社区公共文化服务资源整合和互联互通。全国1649个县（市、区）已建成文化馆总分馆制，1711个县（市、区）建成图书馆总分馆制，分别占比68.5%、73.8%；全国共建成基层综合性文化服务中心56万个，覆盖率超过95%，一个覆盖城乡的公共文化服务设施网络基本建成。以此为基础，“十四五”时期公共文化服务设施网络将迎来大规模的场景化升级，建设技术含量更高、传播力更强，与其他文化体验场所的结合度更高。

2020年以来，以国家文化大数据体系为基础框架的文化“新基建”正如火如荼地开展。5G、大数据、人工智能、物联网、云计算、区块链等信息技术将普遍应用于文化数字化赋能平台的塑造，

一个数据深度共享、业务高度融合的文化建设新生态正在形成,这将从整体上提升公共文化基础设施的运营效率、服务水平和管理水平。三库两场景(中国文化遗产标本库、中华民族文化基因库、中华文化素材库和文化体验园、文化体验馆)、国家文化专网、国家文化大数据云平台、数字化文化生产线建设的全流程,嵌入了政府、社会、市场各部门主体,文化产业和公共文化服务体系被全面整合,文化建设的集成化水平将大幅提高。正因如此,数字化智能化正在不断加深事业和产业的内在关联,二者在各个环节上都有可能实现相互转化,已没有必要明确划分边界。协同交叉融合的新型事企关系迭代“二分法”逻辑,成为文化体制改革否定之否定的必然趋向。

在国家文化大数据体系建设中,以各地有线电视网络公司为代表的国有文化企业迎来政策机遇期,有望摆脱因互联网平台企业冲击而急剧衰落的困境。尤其中国广电在四大5G运营商之中,其700MHz频段资源在乡村和偏远地区建网独具优势,如果其与中国移动合作建网的5G战略能加快进入实质性推进阶段,无疑将进一步加速有线电视网络“全国一网”整合并增强其高覆盖衍射、大带宽和低成本优势,甚至有可能在国家文化大数据建设框架下形成全国统一的国家文化专网,由此催生出一批数字化新兴业态,以数据创新为驱动、场景创新为基底,推动文化发展方式和建设格局发生重大变革。可以预见,公共文化、文旅产业、信息科技深度关联将提高全要素生产率,大幅提高城乡公共文化服务水平。

担当维护数字公共文化安全的顶梁柱。2013年12月30日,习近平总书记在中央政治局第十二次集体学习时强调,“要系统梳理传统文化资源,让收藏在禁宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”。在数字化智能化趋势下,公共文化服务体系建设的重心正在向线上转移,形成线上线下一体发展结构,这为文化资

源“活起来”创造了有利条件。公共文化机构和文化生产企业的各类文化文物资产正在进行高精度的标准化、结构化和解构处理,从孤岛状态转化为开放共享的生产素材。例如,当前全国102万家国有单位的超过1亿件(套)国有可移动文物,都将成为数字化文化生产线建设的基础资源。在这种情况下,公共文化资产的安全性问题就变得越来越突出,其中最核心的就是算法的正义性问题。

近年来,我们已经切身感受到了互联网平台企业的算法控制力,如网页排名算法、信息匹配算法、智能调度算法、社交网络分析,等等。在各种隐秘的算法模型背后,体现的是企业价值观的分野,是制造“信息茧房”还是促进信息对称,是加剧社会排斥还是凝聚思想共识,是刺激过度消费还是维护公众理性,这都指向了算法伦理问题。以追求经济利益最大化为根本目标的商业企业,不能希冀其为了维护国家和公众利益而牺牲自身利益。这就是为什么国家文化专网建设必须依托于全国有线电视网络设施,以国有文化企业为承建主体的根本原因。从实践来看,国家文化大数据体系建设已经形成了产学研联盟并在多省落地,《国家文化大数据标准体系》也已经发布,合力布局新基建、研发新算法日益具备现实条件和技术可能性。

二、国有文化企业参与城乡公共文化服务体系一体建设的推进路径

支持鼓励国有文化企业为推进城乡公共文化服务体系注入新动能,重在加强整体规划、细化考核指标、抓牢重点任务。当前,应以制定五年规划和修订发展指标为契机,将国有文化企业参与推进城乡公共文化服务体系一体建设的合理性和可行性予以明确,并落实到政策供给、关联和执行层面,使其进退有据。

规划管理:以体系化思维做好整体规划和政

策关联。应以体系化思维将“十三五”垂直部署阶段制定的各项政策予以关联,在“十四五”政策深化期形成整体规划。如前分析,国有文化企业深入参与城乡公共文化服务体系一体建设的政策窗口主要是国家文化大数据体系建设。国家文化大数据体系建设极为复杂,涵盖标准、伦理、技术、内容、场景、监管等方方面面,需要各部门协同。但是,目前国家文化大数据体系建设仅以中宣部文改办下发的《关于做好国家文化大数据体系建设工作的通知》为顶层政策,由隶属于中国公共关系协会的国家文化大数据产业联盟具体落实,层级较低。这不仅与国家文化“新基建”的重要地位不匹配,更难以与中办国办和各部委下发的关于公共文化数字化建设的相关政策文件相衔接。因此,应着力于理顺政策体系的上与下、整体与部分的关系,明确国家文化大数据体系建设重塑文化建设格局和分工的框架性地位。

另外,虽然近年来公共文化建设的相关政策文件鼓励社会力量参与公共文化设施建设、管理和服务,也支持文博单位搞文创经营,但对国有文化企业提升公共文化服务水平的独特作用缺乏考虑。甚至囿于文化事业和文化产业“二分法”的认识局限,唯恐将脱胎于事业体制的国有文化企业引入公共文化服务领域。但是,仅仅着力于繁荣文化产业的功能定位,反而局限了国有文化企业发展壮大的业务空间。可以在区域政策层面先行拓展国有文化企业的功能定位,使其参与推进城乡公共文化服务体系一体建设有理有据。建议各地区在酝酿“十四五”规划编制工作时,重新梳理公共文化服务和文化产业相关政策的关联性,重点将国有文化企业参与推进城乡公共文化服务体系建设的五年规划做扎实,再细化到年度计划,以增强规划管理的合理性和可行性。

细化考核:充分发挥社会效益评价体系的引导作用。2020年,图书出版单位、国有文艺院团、国有影视企业社会效益评价考核试行办法已

经全部出台并施行,各地主管部门也正在积极制定具有针对性、可操作性的评价考核细则,以解决国有文化企业长期以来“经济效益硬指标、社会效益软指标”的问题。建议充分考虑“十四五”重点任务,鼓励各地在制定具体实施方案的过程中,将国有文化企业参与推进公共文化服务体系一体建设,明确列入社会效益评价考核指标体系并加大权重,使这一任务转变为主责主业,从而“倒逼”企业创新思路,面向乡村基层挖掘生产要素、开发服务场景。与此同时,鼓励国有文化企业和公共文化服务机构建立长期互惠合作关系,引入经营性理念,推动红色和传统文化资源的创新性转化和大众化传播,更好实现公共性文化资源和生产性文化资源的有效转换。

抓牢重点:大力支持国有文化企业增强算力、算法。基于5G生态圈的数字化文化生产线建设,实际上是通过大规模算法来实现精准匹配。算法不仅是数字化生产的核心竞争力,更是编辑民族文化基因、塑造思想价值观念的重要力量。近年来,国有文化企业的质量和实力稳步增强。但除了少数骨干企业,大部分企业仍然处在小、散、弱的状态。尤其在大数据技术上,国有文化企业与互联网企业差距较大,尚不具备算力、算法优势,但如前分析,其主体责任无法由其他性质的企业替代。据了解,目前数字化文化生产线建设还没有找到合适的算法,亟须通过政策引导和投入保障,通过文化和科技融合专项资金等途径,大力支持国有文化企业在数字化智能化升级中着力加强新基建技术装备,加快提升算力、算法,增强有效解决文化生产数据黑箱和算法歧视等不良现象的能力,加快构建以正义性、普惠性、安全性为底层逻辑的数字文化生产新生态,运用好新结构性力量事半功倍地推进城乡公共文化服务体系一体建设。■

(作者系中国社会科学院当代中国研究所副研究员)

(责任编辑 胡秀荣)