

文化体制改革视阈下西藏期刊业的发展研究

葛艳玲

(兰州大学西北少数民族研究中心,甘肃 兰州 730020)

[关键词]文化体制;改革;西藏;期刊业

[摘要]在文化体制改革背景下,西藏期刊业应积极进行“两分开”的探索,注意社会控制问题的解决,加强期刊信息传递者队伍的建设,突出民族文化和地域特色办期刊,使之具有鲜明的个性和文化品味;使期刊发行走市场化道路,建设地域性期刊发行网络;并注重盈利模式——期刊广告的推动。通过期刊业以点带面的推动力量,带动文化体制的变革,从而建立一批体系全、服务优、潜力大的期刊市场是西藏期刊业未来发展的方向。

[中图分类号]G120 [文献标识码]A [文章编号]1000-0003(2011)04-0027-11

一、文化体制改革问题的提出

人类作为文化的创造者和承载者,在自身的实践活动中不自觉地推动了人类文明的进程,而由此带动的文化及文化产业,无一不是人类文明不断演进的结果。进入21世纪,文化产业创造的社会价值和经济价值在飞速增长,这种增长远远高于传统产业部门,逐渐发展为主导产业,成为拉动社会发展和经济增长的“引擎”,文化产业在一段时间曾被认为是与公益性相对的营利性而非经营性产业。随着文化体制对文化产业领域的干预不断加强,文化体制改革开始备受人们的关注。

“文化体制是一个国家关于文化与政治、经济关系的制度性体现和反映,集中体现

了一个国家执政主体关于这三者关系的理论主张,以及在这种理论主张下建立起来的国家文化体制和政策系统。”^[1]也有学者认为,“所谓文化体制是指一定社会经济发展阶段中文化产品的生产、管理和传播的具体形式和运行方式,它包括文化生产组织、管理制度、管理形式方法及传播方式等。文化体制的类型和社会性要素规定着文化产品生产、管理、传播等实践活动的特点,体现着主体从事实践活动的方式,制约着文化产品的生产效率,也制约着文化创造的状况与文化产品的价值取向。”^[2]综上所述,文化体制主要包括以下几个方面的内容:一是经营管理制度(包括规定政府、企事业单位和劳动者各自

[收稿日期]2011-04-24

[作者简介]葛艳玲(1980—),女,新疆石河子人,博士研究生,讲师,主要从事民族文化研究。

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

的责、权、利,调节各方面的关系及规定不同的经营方式);二是管理形式(包括根据行政区域划分而设立的各级政府文化管理机构以及按照国家文化管理职能与文化生产、传播方式内在联系所建立起来的文化行政管理机构);三是文化生产及文化传播方式(主要包括事业生产方式、产业生产方式和事业产业相结合的生产方式,计划经济的生产方式和市场经济的生产方式,政府主导的文化传播方式和市场主导的文化传播方式等)。随着社会文化事业不断发展,原有的文化体制出现了与经济、政治发展不相适应的地方,主要表现在:现有的文化事业发展水平不能满足人们日益增长的文化需求、现有的文化产业与市场经济体制不相适应、与现时代的科学技术进步不相适应、现有文化领域的影响力与国家经济实力的增强和国际社会地位的提升不相适应等等,因此,文化体制改革势在必行。

2006年是文化体制改革最为重要的一年,在之前的两年多时间里,中国的文化体制经历了改革试点探索阶段。随后中共中央、国务院联合出台《关于深化文化体制改革的若干意见》,文化体制改革工作会议在全国各省陆续召开,并且颁布实施《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》,这一系列的政策措施的颁布标志着我国文化体制改革由试点进入了全面推广的新阶段。对于文化事业而言,体制是具有根本性、全局性的组织制度,机制则是对这种组织制度的内部构成、因果联系和工作原理的设计。文化体制改革是针对文化事业单位的转企改制,以此而改其与政府及其他组织的责、权、利关系;而机制

改革则是在体制不变的前提下对文化事业内部运行机制进行改革,以此提高其运行效益^[3]。文化体制改革即指文化管理体制的改革,从大的方面讲,是将文化产业进行区分:即分为公益性文化事业、非完全公益文化事业、非公益性文化事业。对于公益文化事业主要是深化机制改革;对于非公益文化事业是深化体制改革和机制创新;对于像党报、党刊、电台、通讯社及承担重要社会科学研究和出版任务的单位和体现民族特色的国家艺术院团等非完全公益文化事业则实施事业体制,由国家重点扶持,一般不进行体制改革,而以深化机制改革为主,若是进行体制改革则要保证国有绝对控股、保证主体部分属事业体制。由于文化体制可以划分为三类大的体制系统,即宏观管理体制、行业管理体制、微观管理体制,因而文化体制改革也就是对以上三方面的变革。

深化文化体制改革是文化产业发展的唯一出路,文化体制改革是一场有别于经济和政治体制改革的全新改革,改革的重点应放在厘清公益性文化产业还是非公益性文化产业,并转换政府职能,在产权制度、治理结构、组织结构、管理模式等方面进行改革,从而促进文化事业的繁荣与发展。本文以西藏和平解放60年来文化体制改革的历程为线索和脉络,研究探讨新时期文化体制改革背景下西藏期刊业的发展。

二、西藏期刊业在不同历史时期的发展

(一)西藏和平解放初期,文化体制在计划经济中存在的弊端

在社会主义制度建立之初,西藏经济较为落后,处于社会主义初级阶段的低层次发

展阶段。在西藏和平解放之前没有现代意义上的学校,由于文化落后,西藏真正意义上的第一份报刊是光绪三十三年(1907年)由驻藏大臣联豫在西藏拉萨创办的《西藏白话报》;第一本有关藏族的综合性期刊是以宣传党义,号召五族共和,报道校情为主的《蒙藏专门学校月刊》,创刊于民国12年(1923年)。由于西藏经济文化发展滞后,报纸、期刊业发展也受到影响,早期的几家印经院,印出的经文也仅供寺院僧尼念经用。1959年西藏民主改革后,其新闻出版业开始逐渐发展,受众人群逐步扩大,由于西藏农牧区期刊阅读人数少,受众则主要集中在文化程度较高的城镇居民中间,因而期刊需求量不大,发展较为缓慢。在计划经济时期,西藏期刊业的发展完全依赖国家财政,国家采取行政命令方式直接调控,一时满足了西藏各族人民群众的需求,但同时也出现了一系列的问题,其弊端表现在以下几个方面:

1、过度强调文化产品是意识形态领域的问题,用政治领导文化决策的方式硬性判定文化的阶级属性,追求“纯社会主义文化”,并采用政治斗争和文化批判的方式管理文化。建国以来,西藏地区的文学作品、文艺演出、报刊杂志、广播电影一直被看作是重要的政治宣传和教育工具。各类政党类期刊紧密配合各个时期的大政方针,突出期刊内容在藏区群众中的宣传教育作用,而对文化建设的经济目的重视不够。在文化产品意识形态的管理过程中,又坚持“以阶级斗争为纲”,看不到文化产品的特征及具有西藏独特文化的民族特色刊物,人们人为地将文学艺术、学术研究和影视作品撕裂为资产阶级文化和社

会主义文化,干预文化产品的生产。

2、人事制度僵化、老化,没有正常的人员流动和淘汰机制,完全成了政府办期刊,文化生产按照政府的指令或计划进行,从业人员的工资与绩效没有联系,平均主义问题严重。文化产业的公益性和非公益性不分,员工被划分为国家干部,由政府养着,其生存依赖政府的庇护,并掌握着垄断性资源。期刊业从业人员积极性丧失,内部管理僵化。总体说来,期刊杂志和其他传媒一样属于不能完全开放的特殊行业,期刊杂志的定价、增张、改名、刊期变换等事项必须征得相关上级管理部门的同意,申办新杂志非常困难,主管部门在总量上实行控制,杂志投资不允许非国有化,期刊积累下来的资产是国有资产,期刊杂志必须接受来自政府部门的调控。政府运用行政指令性手段调节文化产品生产、分配、交换和消费等各个流通环节,在这种情况下行政指令则会成为调节文化生产的主要手段,使本该具有创新和自由性质的文化产业显得死板和机械,使得文化产业失去了应有的活力。

(二) 改革开放后,市场经济准入机制带动西藏期刊业的发展

十一届三中全会之后,在改革开放和信息革命的双重背景下,国内国际大环境发生了急剧的变化,经济全球化的趋势日益明显,为适应这个新形势,我国实行了对内改革、对外开放的政策。社会主义市场经济体制逐渐成为体制改革的方向与目标。1979年10月,中国文化界也迎来了改革的浪潮,具有里程碑意义的是邓小平在中国文学艺术工作者第四次代表大会上的致词,提出了新时期我

国文学艺术事业发展的一系列指导方针:关于党对文艺工作的领导问题上,他强调“党对文艺工作的领导,不是发号施令,不是要求文学艺术从属于临时的、具体的、直接的政治任务,而是根据文学艺术的特征和发展规律,帮助文艺工作者获得条件,来不断繁荣文学艺术事业,提高文学艺术水平”,“衙门作风必须抛弃,在文艺创作、文艺批评领域的行政命令必须废止。”“文艺这种复杂的精神劳动,非常需要文艺家发挥个人的创造精神。写什么和怎样写,只能由文艺家在艺术实践中去探索和逐步求得解决,在这方面,不要横加干涉。”^[4]此后,文化产业出现了真正意义上的复苏,期刊业也同其他传媒产业一样变得非常活跃。该会议是对我国文化建设的拨乱反正,由此我国文化工作的发展方向得以扭转。

随着文化事业不断发展,原有的文化体制弊端日益暴露。因此,文化界提出改革的步骤:一是要明确文化体制改革的任务和目标;二是提出文化事业单位“双轨制”的改革

思路,即一轨为国家扶持的文化产业、二轨为多种所有制的文化产业;三是引入市场准入机制。与此同时,非公益性文化事业的产业属性逐步显现,期刊业作为文化产业正在发生着从事业向产业的嬗变,期刊企业在发育过程中同证券市场及民间资本的融合日益深化,有些正在脱离原始资本积累的期刊企业,充分运用资本运营的手段实现期刊媒介经济的飞跃。改革开放带动了我国期刊业的迅速发展,在世界期刊联盟每年出版的《世界期刊概况》一书中,中国期刊在五十强排行榜所占比例逐年增长。与此同时,西藏期刊业发展也迎来了春天,截至1999年10月,西藏已经公开发行的报刊杂志有34种,内部发行的有80多种,书店67家,出版单位有西藏人民出版社、西藏音像出版社、西藏藏文古籍出版社等8家、印刷单位有新华印刷厂、军区印刷厂及几处不正规的私营或承包性质的印刷小厂^[5]。34种公开发行的期刊涉及的内容也很广泛,发行刊物所涉及的领域如下表所示:

| 期刊分类 | 自然科学和技术类 | 少儿及教育党建类 | 文学艺术宗教类 | 社会科学类 |
|------|--|---|--|---|
| 刊物名称 | 《西藏地质》、《西藏科技》、《西藏医药》、《西藏体育》、《西藏农业科技》、《西藏旅游》等 | 《少年发明与创新》、《西藏教育》、《西藏党的生活》、《西藏纪检监察》、《西藏公安》、《西藏发展论坛》等 | 《西藏文艺》、《西藏文化》、《雪域文化》、《邦锦梅朵》、《山南文艺》、《西藏佛教》、《西藏艺术研究》、《西藏民俗》等 | 《西藏研究》、《西藏民族学院学报》、《主人》、《西藏大学学报》、《半月谈》、《人民西藏》等 |

资料来源:西藏自治区新闻出版局报刊处。

其中藏文期刊有14种、汉文期刊有19种、英文期刊有1种,在34种期刊中,汉藏文同步的有《西藏文艺》、《西藏教育》、《主人》、《西藏艺术研究》、《西藏大学学报》、《西藏纪检监察》、《人民西藏》;汉藏英文同步的有《西藏研究》(各自组稿,内容不同,英文版上世纪90年代停刊,目前正积极争取重新创办)。汉维藏文同步的有中宣部委托新华社主办的时事政治性期刊《半月谈》,用以指导西藏信息传播。西藏期刊业在不断满足市场需要的同时,打破了过去文化只能与“事业”联系的概念,在市场经济条件下,文化除具有“事业”属性还具有“产业”属性,从而适应了市场的需要,也满足了不同民族及不同层次的受众需要。

在西藏300万人口中90%多为藏族,这就决定了藏语是西藏基本的交际语言,藏语作为信息传播媒介,一直以来都受到国家相关部门的重视。解放后,藏语言及其文化也获得了根本性的发展,建立起了独立的媒介地位。首先是随着西藏与外部世界联系的增多,藏文的影响力受到了挑战,在现代传媒期刊业发展迅速的今天,虽然没有人公开否认“以藏文为主”的发展战略,但由于受到现实客观条件的制约,这一发展战略仍停留在观念层面,发展过程中阻力重重;其次是西藏经济的跨越式发展和西藏城市化进程速度的加快,使得汉文传媒成为主流,而在西藏农牧区以藏文为主的媒介日显衰弱,加之农牧区人口中文盲与半文盲比例较大,使得藏、汉文期刊之间产生了隔阂。在文化体制改革的大背景下,基层藏文通讯员和编辑人数不足,信息来源匮乏,专业人才流失严重,使得藏区期刊在

人力、智力上储备不足,加之内地传媒强有力的冲击,制约着藏文期刊的发展;更令人担忧的是藏文期刊的受众在不断缩减,藏文期刊在西藏城镇影响力较为有限,这是由于具有藏语言能力的城市人越来越少,藏文期刊的受众没有因为藏文期刊种类的增多而呈现出增多的趋势。在西藏,大多数受众,特别是农牧区居民居住较为分散、且宗教观念在思想意识形态中根深蒂固,加上文化水平有限,与传媒关系并不紧密,成为藏文期刊发展停滞不前的关键因素。

(三)“入世”后文化体制改革对西藏期刊业的冲击,使西藏期刊业面临挑战和机遇

中国加入世界贸易组织后,对包括期刊在内的新闻出版业影响很大。跨国贸易和跨国营销使世界各国文化产品的生产、流通、交换与消费都趋于全球化。“入世”后,我国期刊业传统的经营理念、发行渠道和经营方式都受到了不同程度的挑战。面对境外传媒的强力竞争,西方国家还可能趁此进行意识形态与文化领域的渗透^[6]。面临如此严峻的形势,中国文化产业和文化市场由试点的政策性开放转变为法律框架下的按中国政府承诺的时间表开放,由单方面为主的自我开放转变为中国与世贸组织成员之间的相互开放,在保护国内文化产业的同时,引领中国文化进入世界市场。世贸组织与中国期刊业签订的协定主要包括《货物贸易多边协定》、《服务贸易总协定》、《与贸易有关的知识产权协定》,上述协定分别关系到中国期刊业“入世”之后的流通、印制乃至编辑出版等诸多环节。

入世以前,中国期刊业综合实力在世界

上处于偏弱的状况,正如国务院新闻办公室主任赵启正所言“我国的传媒业与世界同行相比,在资金实力、经营理念、管理体制及人才素质上都存在一定差距。”^[7]2001年,中国大陆共有期刊8889种,总印数28.95亿册,总印张100.92亿印张,期刊数量占世界期刊总量的6.3%,仅次于美、日、英、德,居世界第五位,一些国内期刊如《中国税务》、《读者》、《家庭》、《家庭医生》已经进入世界各类期刊的前10名^[8]。然而,值得期刊界反思的是“九五”至“十五”期间,国内期刊业呈现出品种增长而总印数下降的趋势,作为期刊业发展最为重要的指标“总印数”决定了期刊出版物与读者的联系度,出版数量(即总印数)越大则表明读者的消费量越大,对社会的贡献度越高,特别是2003至2005年期刊总印数下降了近两亿册,这种逆向发展着实令人担忧。期刊出版在我国图书及其他出版物中位居中间,其产业规模小于图书出版和报纸出版,大于音像出版和电子出版。2005年期刊销售收入为67.56亿元,实现利润8.03亿元,分别占出版业整体销售收入的2.89%,占利润总额的5.52%^[9]。国内期刊业市场的发展态势对西藏地区的期刊业也带来了冲击,在西藏公开发行的刊物中,由西藏纪检委创办的《西藏纪检监察》(藏汉版)发行数量最大,总印数为6500册;西藏总工会宣教部主办的《主人》(藏文版)印数为6000册,位居第二;《西藏党的生活》(藏文版)和《西藏旅游》印数均为5000册。西藏期刊业主要是以媒介产品的经营来实现收入增长和产业发展,以资本的积累为特征,其发行量没有取得与拥有人数相称的地位。

就上述问题,新闻出版总署出台了《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》,其中指出:非时政类报刊出版单位要全部转制为企业,要按照《公司法》的要求,加强产权制度改革、完善法人治理结构、建立现代企业制度,使企业成为真正的市场主体,参与市场竞争,计划于2011年底完成全部转制,这标志着非时政类期刊出版单位的转制工作也将全面启动。2003年前后,国内部分传媒力图突破这一传统的经营发展模式,试图借力于资本市场,通过价值化、证券化操作的物化资本,来提升媒介经营的效益,实现规模扩张与资本增值。西藏地区第三类文化单位明确指出要实行转企改制,改革的要求是创新体制、转换机制,面向市场、壮大实力。首先要转制,通过清产核资、明晰产权、资产评估和产权登记,确认出资人,建立资产经营责任制,对于规模较大的可以实行资产授权经营,使之成为独立的法人主体。转制企业自工商登记之日起,一律实行企业化的财政、税收、分配、社会保障、劳动人事制度的管理,一定时期内国家将在财政、税收等方面实行优惠政策,支持改制的企业能够做大做强。

三、文化体制改革促使西藏期刊业进行有意义的探索

文化体制改革是国家继市场经济体制改革之后又一项关系全局的重大决策,通过解放和发展文化生产力,实现经济价值和社会价值的最大化,对我国的文化事业和文化产业的发展意义重大,同时对西藏民族地区期刊业的发展起到了推动作用,西藏期刊业也开始走上了积极的探索之路。

由于期刊业作为文化特殊部类的特异性,使得文化产业发展危机根源于“事业”与“产业”双重属性下的混合型体制和二元运作机制,并且制约着期刊业发展的体制性障碍依然存在,过去仅仅停留在对机制与管理层面的修修补补的改革,没解决根本性问题,使得期刊业主体地位始终不明确,产权归属关系依旧模糊,资源配置跟不上,期刊产业化水平较低。文化体制改革作为新的制度安排,涉及的正是体制性的制度内核。改革必然进行,没有改革就没有发展,尤其是体制层面的改革。“事业单位企业化管理”这种二元体制是作为一种过渡性和不规范的制度安排而存在。由于缺少明晰完整的目标体制设计,因而,文化体制改革使得不同地区的传媒期刊业在既存体制下进行着产业解构与重组的探索。

(一) 期刊业“两分开”的探索

在社会主义市场经济体制下,西藏除少数期刊(如学术性期刊和党政期刊)必须由国家补贴外,一般期刊都在文化体制改革的重组中成为经济独立核算的主体,无市场则无生存,因而,期刊市场有生有灭。党的十六大报告首次把“积极发展文化事业和文化产业”并列提出,并将此任务纳入了党的全国代表大会通过的政治报告,同时,报告把文化单位分为两大类:一类是公益性文化事业;另一类是经营性的产业。西藏期刊业在深化公益文化事业的机制改革的同时,强抓经营性文化产业的体制改革,使得期刊业的“公益性”部分和“经营性”部分逐步分开,承担不同的任务。部分西藏期刊业采取采编资本与经营资本部分剥离,这仍然不是一种完全意

义上的剥离。期刊业整体转制使得内部事业法人和企业法人相对独立。西藏期刊业自诞生以来,无论是大众期刊还是专业期刊都倡导推动社会进步,以改革积弊、不断探索创新的精神在市场上求生存。期刊经营的好坏多数是通过期刊内容及组织的活动来占据市场,其中起决定性作用的三个部门分别是:编辑部、广告部和营销部。期刊业作为传媒集团独立的市场竞争主体,通过产权制度变革、法人治理结构的建立以及资本运营、跨媒介、跨区域经营等方式不断变革与创新。在运行机制层面实行采编与经营的剥离,为真正意义上的“两分开”做准备,从而最终实现公益性传媒与经营性传媒的“两分开”,使“两分开”后的期刊业内部事业法人和企业法人相对独立^[10]。即在逐步走向整体“两分开”的过程中,对于党刊和学术期刊实行党委领导下的事业法人治理结构,而专业类且非时政类的期刊在经营上实行集团控制下的企业发展,引进现代企业制度,建立企业法人。

(二) 期刊业社会控制问题的解决

期刊是新闻与传播的一部分,是对公共信息、公众观点和各种形式出版的公共娱乐内容进行系统的、可靠的收集、创作、解释、处理和传播的载体,是一种定期出版且包含丰富内容的信息传播媒介。作为独特的舆论力量,期刊媒介有着与政府有别的影响力,甚至有时会产生政府无法抗拒的“第三种力量”,所有体制政策的归结点都是谁来控制的问题^[11]。期刊业本身具有的意识形态属性和产业属性,公益性和商业性属性,对于不同的媒体具有不同的权重关系,在一个合理的传媒产业结构中,公益性传媒和商业性传媒侧

重不同的社会功能,但是都必须在现有的传媒制度下承担相应的社会责任,按照既定的控制规则进行运作。西藏期刊业的改革不能完全照搬其他区域的模式,在意识形态、价值观念、行为规范等潜在约束条件下,西藏的媒介更多的涉及到国家的稳定和信息安全,作为党和国家“耳目喉舌”的控制机制是不可能改变的。由西藏党委组织部主办的《西藏党的生活》和西藏人大常委主办的《人民西藏》都是党和政府的宣传阵地。政府的宏观调控作为一种必要的市场补充手段,也将对期刊业的发展进行宏观的指导。营利性与公益性、控制与开放更为显著地成为期刊管理政策中的两对“矢量”^[12]。一方面,市场逻辑在深化;另一方面,以承认传播文化的非商业性为前提的公益性“文化事业”和“公共文化产品”概念以及以国家主权为基础的“文化安全”概念也在主流政策话语中得到了阐释。

作为继承、传播、营建西藏文化的藏区期刊业,其公益类、政党类、学术类等核心刊物应实行党委领导下的事业法人治理结构,而对于非时政类、专业类、娱乐休闲类等非核心领域期刊,应在经营上实行集团控制下的企业发展,引进现代企业制度,建立企业法人控制机制。

(三) 期刊信息传递者队伍的建设

提高编辑人员素质、调动专业人员的积极性、通过事业留人、待遇留人、感情留人,吸引一批知识更新速度快、编校质量水平高的技术人才,也是至关重要的。

按照国家新闻出版署出台的期刊出版政策法规和质量检验标准来看,对期刊编辑及

从业人员提出了相当高的要求,例如对期刊内容质量的检验提出:凡在思想、文化、艺术、科学等方面有一定价值,有文化积累价值或使用价值的视为合格;在此方面没有价值,且有严重问题或违反国家有关出版政策、法规的视为不合格;对图书编校质量检查,错误在0.25/每万字以内视为优质,错误在四万分之一至二万分之一以内视为良好,错误在二万分之一至万分之一之内视为合格,错误超过万分之一视为不合格^[13]。当前,严格的考核制度使西藏期刊出版业面临着严峻的考验。要创办具有西藏特色且能保质保量的期刊,需要一批优秀的信息传递者队伍。

在西藏恶劣的自然气候和偏远的地域条件下,建立一个专业化的采编队伍至关重要。例如,针对学术理论期刊应培养一批具有理论素养高、专业划分门类齐全的采编队伍;对党刊应选拔政治觉悟高并能以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和江泽民“三个代表”思想为武装的思想精英队伍;针对大众文化类期刊则需求一批懂市场、会营销的记者编辑队伍,将社会效益和经济效益最大化的统一起来。记者和编辑是文化产品的直接创造者,是信息产品的“把关人”,加强记者和编辑队伍建设,提高其政治觉悟、知识积累水平和敏感度,建设一支高素质的期刊团队,是目前西藏期刊业需要努力实现的首要目标。

(四) 突出民族文化和地域特色办期刊,使之具有鲜明的个性和文化品味

民族地区期刊特色定位不突出,就很难走向市场。西藏展示在世人面前的形象应该具有民族性、文化性和地域性的特点,通过传

媒向广大受众介绍西藏,使过去神秘且距离遥远的西藏真实再现于广大受众眼前,向受众介绍西藏在和平解放60年来所发生的巨大变化和蕴藏的发展潜力,介绍西藏经济与时代市场经济接轨的过程中崭新的时代风貌,介绍在环境幽闭、高寒缺氧、荒芜贫瘠的西藏生活的各族人民克服恶劣的环境,与大自然做斗争的同时所创造了神秘的宗教文化和具有民族特色的雪域高原文化。期刊作为宣传西藏的“窗口”,让更多的人了解和感知西藏,西藏文化建构者们以开放的精神牢牢站在这一基点上,做好传统文化的继承工作,使西藏传统文化与现代文化完美地融合。

西藏期刊业要走“请进来、走出去”为主的双向交流传播机制,因为西藏渴望了解世界,与此同时,世界也需要听到西藏的回应。在创办模式上走藏汉双语传播,以适应广大藏族、汉族及其他民族受众接收信息的需要。扩大特色期刊在国内及国际市场中的影响力,在西藏特色鲜明的文艺类期刊有西藏文联主管的《西藏文艺》、《西藏文学》、《邦锦梅朵》,还有西藏文化厅主管的《雪域文化》等。其中《西藏文学》是西藏唯一一本纯文学刊物,刊载的作品向世人展现的是藏族群众与其他民族团结奋进、共创美好家园的时代画卷。《西藏文艺》则是作家、诗人、评论家、文学翻译家的文艺园地,同时也是培养文学爱好者的阵地。《邦锦梅朵》坚持以民间文学为内容、以基层读者为对象的办刊方针,刊载民间传说故事、民间歌谣、谚语等优秀民间文学作品。《西藏旅游》、《西藏艺术研究》、《西藏佛教》、《西藏人文地理》旨在透视和挖掘西藏特色,从不同角度深度报道和阐释西藏的

人文世界,以生动的文字和精美的图片引领读者走近西藏,此类期刊始终以把握社会主义先进文化方向,传播和谐理念,培育和谐精神,营造和谐氛围,回应时代呼唤为办刊宗旨。针对西藏社会、自然科学类的期刊如:《西藏研究》、《西藏大学学报》、《西藏农业科技》、《西藏地质》、《西藏教育》则是紧紧围绕现代科技与时代发展,以西藏研究为个案,从不同学科展开理论探索性的学术研究。西藏期刊业在继承西藏传统文化精华方面显示出自己的民族特色和地方特色,并且注重西藏的历史与现实。

(五) 期刊发行走市场化道路,建设地域性期刊发行网络

从期刊发行来看,我国大多数期刊发行主要靠邮局部门,订户先把钱交到邮局期刊杂志订阅处,邮局按月或按年与期刊社结算经费,邮局可从中占用读者订阅款的利息,而对期刊杂志社来说,他们很难得到自己订户的相关信息资料。近些年来,一些新创办的杂志搞起了自办发行,零售市场也逐渐扩大,但稳定有效的地域性期刊网络尚未形成。

在期刊发行销售过程中,杂志社信誉、订户读者信誉、支付手段等诸多问题都在阻碍着发行网络的建构。在欧美发达国家里,订阅杂志的价格往往比零售价格便宜许多,而在中国,期刊杂志的读者订户群却得不到订阅优惠,期刊订阅吸引力条件不具备,因此呈现出畅销期刊杂志的零售量远远超出订阅量,这主要源于邮局对订户的分销速度过慢,读者无奈之下退订或不订阅,而选择零售方式购买。因此,在市场经济条件下,西藏期刊业走入市场的同时就应该建立健全区域性期

刊订阅发行网络,通过掌握读者的期刊需求信息来拓展快捷、便利、准确、廉价的发行渠道,减少中间环节,让需求性期刊顺利抵达读者手中。

(六) 盈利模式——期刊广告的推动

在我国传统的传媒结构中,期刊一直是一种弱势媒体,维持其生存和发展的经营模式基本上是以发行和零售为主。这种情况从20世纪90年代末期开始有了很大的改观。1998年期刊的广告收入还是负增长,而一年后情况发生了逆转,1999年期刊广告收入骤增25%,2000年更是增长了49%,成为所有媒介类型中增长最快的方式^[13]。作为期刊的经营者,面对市场的变化,应当保持清醒的头脑。期刊广告,固然是期刊非常重要的收入来源,但它与期刊本身的发行量是互为因果的。期刊要想从其他媒体中分流广告,其本身必须具备分流广告的能力。国内著名学者白润生表示,大多数民族期刊都地处边远地区,阅读民族文字版的读者也大都分布在边远地区,由于人口分散,发行起来十分困难。即使是《中国民族》、《民族画报》等在北京出版的民族期刊和一些在首都的期刊在发行民族文字版时也存在这些问题。“一些杂志很难维持下去,因此,对于这类期刊,国家应该多投入,给予政策和资金上的扶持。”另外,广告少也是制约民族期刊发展的一大问题。有些广告商认为,“在穷地方做广告,做了也是白搭。”^[14]西藏属经济欠发达地区,期刊的广告收入相对较少,特别是在市场经济情况下,对于一靠发行、二靠广告生存的期刊来说,这无疑又是一个不利因素。如何使广告成为西藏期刊业在日后发展中的盈利模

式,是值得我们思考的问题。

四、小结

文化体制改革涉及到全国的文化产业链,若用“文化传播、科技推广”来概括西藏的期刊业的功能和价值未免狭义,作为地处祖国西南边陲的西藏,一直以来都是反分裂斗争的前沿阵地,西方敌对势力和流亡国外的达赖集团对“藏独”不肯放弃,市场经济和“入世”使得敌对势力通过意识形态领域进行渗透更为便利,党政期刊在政治上的宣传可以起到团结民众的作用,但从长远眼光来看,构建完善、科学的文化产业系统,建立一批科学、严谨的文化产业部门,用先进科技与优秀文化武装头脑的西藏民众才是最坚不可摧的力量。通过运用先进的文化产业管理手段,建立明晰的文化产业归属体系,不断壮大西藏传媒期刊事业的发展,可以有效地抵制国际敌对势力的挑拨离间,维护国家的统一和民族的团结。西藏期刊业作为我国文化产业的组成部分,其作用至关重要。通过期刊业以点带面的推动力量,带动文化体制的变革,从而建立一批体系全、服务优、潜力大的期刊市场,是西藏期刊业未来发展的方向。

[参考文献]

- [1] 胡惠林. 论文化体制改革[J]. 开发研究, 2005, (4).
- [2] 陶彦霓. 文化体制改革与文化创新[J]. 云南社会科学, 2004, (4).
- [3] 罗争玉. 文化事业的改革与发展[M]. 北京: 人民出版社, 2006: 78.
- [4] 邓小平文选(第二卷)[M]. 北京: 人民出版社, 1994: 155 ~ 156.

[5]肖干田.西部大开发与西藏期刊趋势研究[J].
西藏大学学报 2001 (3).

[6]林双川.“入世”对我国期刊业的影响[J].传
媒 2001 (11).

[7]赵启正.中国传媒:发展潜力巨大的产业[J].新
闻记者 2003 (1).

[8]杜大力.中国与世界主要国家期刊出版情况对
比[J].北京大学学报 2001 (6).

[9]徐柏容.期刊:长流的江河[M].北京:首都师范
大学出版社 2009:106.

[10]黄玉波 张金海.从“部分剥离”走向“整体转
制”——当前中国传媒产业体制改革趋向初探
[J].新闻大学 2006 (3).

[11]喻国明.中国传媒产业发展轨迹与前瞻[J].
青年记者 2004 (11).

[12]赵月枝.文化产业、市场逻辑和文化多样性:可
持续发展的公共文化传播理论与实践(上)
[J].新闻大学 2006 (4).

[13]肖干田.西部大开发与西藏期刊趋势研究[J].
西藏大学学报 2001 (3).

[14]刘清华.发展期刊产业的四大误区[J].中国出
版 2001 (11).

Study on the Development of the Periodical Industry of Tibet
Under the Reform of Cultural System

GE Yan – ling

(Center of Ethnic Minorities Study in Northwest China Lanzhou University Lanzhou Gansu 730020 China)

Keywords: cultural system; reform; Tibet; periodical industry

Abstract: Based on the reform of the cultural system the paper discusses the development and reform of the periodical indutry in Tibet. The periodical industry of Tibet Should make active exploration in order to provide theoretical guidance and constructive suggestions in the new era of periodical industry development.

[责任编辑:蓝国华]
[责任校对:塔 措]