

展的激励机制与奖励系统的研究；⑤企业物质投资与非物质投资的效益比较研究；⑥国际对华技术转让与投资效益问题研究；⑦家族意识与家庭网络在市场经济运行中的作用与影响；⑧城乡居民消费意向与消费行为的市场调查；⑨科技、高教战线及社科研究单位面向市场经济的改革措施与效果的研究；⑩城市居民住宅建设与社会保障问题研究；⑪广告的消费导向和传播效益研究；⑫社会舆论调查与民意测验的研究。

我们开列以上的研究课题，并不排斥对中国经济社会发展有重大理论意义的研究和应用性研究，例如社会变革中的婚姻家庭问题，大学生的人生观演变与心理障碍，精神文明的指标体系与“文明人”的评估标准，知识分子的社会心态与工作环境问题，医学社会学与医疗行为等问题。

### 三、社会主义市场经济下社会学的改革

为了实现在市场经济下社会学的研究方向和任务，社会学学科的自身改革势在必行。

首先，改革社会学的科研、教学体制。面向社会、面向实际、面向市场，充分发挥社会学在市场经济中的创造性与活力，逐步实现科研与教学、科研与科普、科研与应用、科研与市场的真正结合。充分利用学科的自身优势，积极创办、试办一些面向社会、企业、政府的咨询服务及社会调查事务机构，分流科研人员，自筹自支，有偿服务。实现官办与民办相结合、研究项目与部门任务相结合、研究与企业效益相结合的发展方针。

其次，拓宽国际学术和人员交流渠道，加强国际学术合作研究。在学习和借鉴国外先进的研究方法和技术的同时，争取国外的基金资助。国际调研项目，则按质论价，实行有偿服务。在互惠互利的基础上，用国外的钱搞我们自己的研究项目，培养我们自己的人才，获取应得的收益。

最后，转变科研观念，放活科研政策，改革社科基金投向。在市场经济下，对社会学的科研成果评估，既要注重长期成果的隐性效益，也要注重近期成果的显性效益。社会学要在适应市场经济、发展市场经济的环境下求得自身发展。社科基金的使用，应激励和奖励能真正产生重大社会效益和经济效益的成功课题。

## 深圳文化产业的调查与思考

深圳市文化局 杨宏海

### 一、深圳文化产业发展的现状

发展社会主义市场经济，必然对文化领域产生辐射力、影响力和推动力。深圳建市以来，伴随对外开放与商品经济的发展，众多的文化艺术产品、文化娱乐项目和文化艺术服务，均以商品的形式进入流通领域，形成了颇具规模的多门类、多层次、多形式的文化市场，与深圳崛起的劳务市场、人才市场、证券市场、金融市场一道，共同构成特区较为全面的市场体系。

文化市场的兴起，必然带来文化产业的发展。迄今为止，深圳市的包括文化娱乐业、演出经营业、电影和音像制品业、文化艺术品经营业、图书报刊的发行销售经营业、广播电视业、文艺培训业、图书文献信息业、营业性文化活动经营等行业在内的文化产业已经有了迅速的发展并具备了相当的规模。

值得一提的是，第三产业中的旅游业和广告业，与文化产业有着相互交叉的密切联系。深圳华侨城“锦绣中华”缩微景区与“中国民俗文化村”之所以成为举世瞩目的旅游热点，很大程度上归功于其对文化资源的开发。继上述两大景区之后，华侨城又投资3亿多元人民币，兴建占地面积44万平方米，含116个微缩景观的“世界之窗”文化旅游区。此外，为进一步发展文化旅游业，最近，宝安区拟通过外引内联投资5亿元人民币，兴建占地3万平方米的“天下名人馆”。由此可见，文化产业具有很广的价值功能，它能满足人们物质与精神文化的双重需要，能促进商品的流通与消费，进而推动商品扩大再生产和经济繁荣、推动世界文化的交融和经济与文化的一体化。因此，文化产业在第三产业中的重要位置是不容置疑的。

## 二、发展深圳文化产业必须解放思想、开拓新路

深圳是率先走向市场经济的特区，日益崛起的市场经济必然产生强烈的文化效应。在特区市场经济的发展中，文化艺术领域不能不顾及市场因素的作用。过去计划经济体制下的文化建设，人们往往看重其“事业”的一面，并在相当长的时间内将其看作是“福利型、服务型”的事业，而忽略其具有“商品性、产业性”的另一面。这在很大程度上与我们对文化产品、文化服务进入流通领域后是否成为商品的认知模糊有很大的关系，因而不能将“文化”作为一种产业资源来开发。文化市场发展的实践使我们认识到，进入文化市场的文化产品、文化服务都是文化商品，也与其他商品一样具有价值。因此，文化生产、文化服务与文化市场关系密切。可以说，没有文化产业的高度发展，就不可能有特区文化艺术的高度繁荣。深圳的文化产业，可分为由文化部门办与由社会各界办两大层面，被评为“全国先进文化站”的龙岗镇文化站以及深圳市区众多的歌舞厅可以说是这两大层面上比较典型的成功实践。

若我们将视角进一步拓宽，更可以探视文化产业的发展前景。根据世界经济现状，有专家认为，进入90年代，艺术品将成为继股票和房地产之后的第三投资热点。近年来，随着中国字画在海外市场价格飞涨，海外人士购买中国字画的热情也在日益增长，中国艺术品正成为亚太地区买家们的抢手货。可以预测，在不久的将来，深圳与国内一些地区将建立起中国的“苏斯比”（英国著名的拍卖公司），通过拍卖行将艺术品推向更为广泛的市场。

尽管深圳的文化产业已初具规模，但由于文化产业的特殊属性，其与第三产业的其他行业相比，仍较多停留在自发状态。尚未进行宏观的规划以及制订完善的文化产业政策。许多人还未形成“文化市场”的市场观念与“文化产业”的产业意识，思想还不够解放，胆子还不够大，经营管理人才及文化经纪人还很缺乏，这是当前存在的主要问题。此外，文化市场管理法规的不健全，一定程度上制约了文化产业更快更好地发展。

## 三、发展深圳文化产业必须深化文化体制改革

深圳特区作为中国改革开放的“试验场”和“窗口”，到本世纪末要建起经济繁荣昌盛、社会全面进步的外向型、综合性、国际性城市，其中重要的一条是要提高社会化服务水平和市民生活质量，在文化娱乐、广播影视、图书出版、体育康复、文化旅游等精神生活方面满足市民更多、更高的要求。与此同时，要建起一个以弘扬民族文化为基础、吸收外来文化精华、具有深圳特色的特区文化“窗口”，这就必须加快发展文化产业以适应市场经济发展和人民群众日益增长的需求，促进两个文明建设。要达到这一目标，就必须对原有的文化体制进行大胆的改革，要从转变观念入手，要充分认识到文化事业应从以计划为主转向以市场

为主、从以产品为主转向以商品为主、从以事业为主转向以产业为主、从以“供血”为主转向以“造血”为主、从自我封闭转向面向世界开放。因此，文化事业与文化产业都必须在改革中协调发展。改革的方向和具体思路如下。

1. 逐步实现并不断加强文化事业的行业管理；
2. 逐步实现由供给型向经营管理型的转变；
3. 产业化经营的文化单位要走向市场，逐步实行企业化管理，引进市场调节机制，对全市歌舞厅、卡拉OK厅的营业证照进行拍卖，拍卖所得用于发展文化事业；
4. 进行艺术表演团体的体制改革，探索艺术团体表演人员流动的良性机制，提倡、支持企业和产业部门与艺术表演团体联姻合作；
5. 扩大开放，支持对外演出和艺术家自费参加国际比赛，适当放宽特区对外文化交流的审批权限；
6. 大胆利用外资、侨资、台资以及社会各方面力量多形式、多渠道筹资发展文化事业与文化产业，建立变单纯依靠国家无偿投资为有偿和无偿相结合的文化投资体系；
7. 利用海外资金建设文化设施，采取多种形式如独资、合资，购买股份、债券等有价证券，购买土地房屋及其他自然资源使用权，引进先进文化器材设备和高科技手段，发展文化产业；
8. 改变国办文化设施由国家包养终身的状况，逐步采取对以经营性为主的文化设施实行国家一次投放或部分投放，建成后交给经营者自主经营、自负盈亏的方式；
9. 文化行政部门实现从微观管理向宏观管理、从单一管理向综合管理（即既管理文化事业，又与有关部门配合管理文化产业）、从“办文化”为主向“管文化”为主的转变。

#### **四、发展深圳文化产业需要制定相应的政策法规**

当我们在强调进入文化市场的文化产品、文化服务具有商品的一般属性的同时，也应明确地认识到文化产业是较为特殊的产业，具有精神文化产品的特殊性。

特区文化市场从总体上看主流是好的，但也的确存在一些问题。社会主义的文化产业应在顺应群众多层次文化需求的同时，引导群众健康的文化消费，这就需要制订相应的文化产业的政策与法规，综合运用经济的、行政的、法律的多重措施，规范文化产业经营者的生产经营活动，为文化产业经营者平等竞争、优胜劣汰、提高社会效益提供重要的外部条件。通过产业政策明确产业发展目标、发展重点并规划发展方向；通过法律、法规约束文化产业经营者和文化市场经营者的短期行为，使之既发挥文化计划生产的优越性，又发挥市场调节的积极作用。

1. 实行多形式、多途径加速发展文化产业；
2. 多渠道、多形式增加文化产业投入；
3. 建立文化产业自我发展经营机制；
4. 推动劳动人事制度改革，积极鼓励文化部门行政人员和文化事业单位中的富余人员从机关和单位分离出来，向文化产业流动；
5. 逐步完善文化产业的分配政策，各项经营收入的分配，可根据实际情况与当地有关部门制定可行的比例，使之既有利于发展与扩大再生产，也有利于增加集体和个人福利；
6. 遵循价值规律，允许价格放开，利用市场机制和价值规律，调节文化产品和文化服

务的价格，实行国家统一定价与浮动价相结合并以浮动价为主的文化产业服务价格体系；

7. 简化审批手续，赋予从事文化产业的单位更多权利，包括进出口权；
8. 在金融和税收政策上予以扶持；
9. 合理规划和安排兴办文化产业用地和经营场所；
10. 加强和健全文化产业法制建设。

进入90年代，深圳特区已经制定出第三产业发展的战略目标并把“文化旅游中心”这一目标列入深圳第三产业的发展战略之中。因此，对文化产业的兴起与发展，不应听其自然，而应更好地扶持、指导、规划，认真研究并制订文化产业政策并辅之以切实可行的管理法规，以促使该产业更健康地发展，进一步推动深圳特区的两个文明建设。

## 珠江三角洲农村职业群体在利益 分化中的心态与行为倾向调查

广东省社会科学院社会学研究室 肖海鹏 平 萍

十一届三中全会以来，随着家庭联产承包责任制的推行和乡镇企业的崛起，农民队伍发生了较大的分化。总的来看，分化循着两个方向同时进行：一是结构性的水平分化或职业分化，农民群体已从过去单一内涵的种养业劳动者分化为企业工人、个体工商劳动者、乡镇企业管理者等不同职业群体；二是地位性的垂直分化或利益分化。随着农民队伍分化为不同的职业群体，各群体在经济收入、职业地位、社会声望、政治地位、福利待遇、生活条件、文化参与机会等方面逐渐出现差异，正在形成具有不同特点和要求的各种利益阶层。人们对利益分化结果产生的心理反应和行为选择不仅影响到农村的社会分化和社会稳定，而且也成为评价现阶段农村经济与社会协调发展水平的重要依据之一。

### 一、农村职业群体对利益环境的感受

各职业群体普遍认为现在农村中个人发展机会较大，政策较稳定。但也认为现政策倾向于从事工商业者。

从总体情况看，农村各职业群体对农村政策的稳定性、农村的职业及个人发展机会的评价较高。各职业群体对农村各级组织的行为的评价属一般。相比较而言，各职业群体对现阶段农村政策的职业导向评价最低，超过半数的人认为现行的农村政策对从事工、商业的人特别有利。

从不同职业群体的回答情况看，个体工商劳动者和私营企业主对农业政策稳定性的评价要低于其他职业群体，但对农村目前的职业和个人发展机会的评价又高于其他职业群体，有三分之二以上的人持积极肯定的态度。这种矛盾的心态说明这一群体对国家允许多种经济成份并存的政策是欢迎的并肯定了这一政策的积极作用，但他们又担心这一政策会变。与之相反，作为农村知识分子的科教文工作者，他们对农村目前的职业和个人发展机会的评价是各职业群体中最低的，近三分之一的人抱不乐观的态度；对农村组织的评价也低于其他群体。说明这一群体对农村改革的大环境和自身在农村改革中的状况是不太满意的。在几个职业群