

数字文化空间下公共文化服务体系建设的 创新方向与改革路径^{*}

贺 怡 傅才武

摘 要 数字信息技术不断创新发展并持续向文化领域渗透,促进了文化领域数字文化空间的形成,并逐步在文化领域建立起与传统行业范式不同的数字技术范式。正在形成的数字文化空间结构,立足于21世纪初期的大数据、移动互联网和云计算,属于第五代技术台阶,表现为有别于传统物理空间的虚拟化空间。这种文化空间的结构性的转型推动了公共服务供给从线下供给(在场消费)向线上供给(在线消费)的变迁,同时也在制度层面上引发了政府与企业边界的位移,倒逼公共文化服务管理模式不断创新,探索和建立数字技术范式下的公共文化服务体系是深化“十四五”文化体制改革的重点方向之一。表1。参考文献25。

关键词 数字文化空间 公共文化服务体系 文化体制改革 服务创新 改革路径

Trend on Innovation and Path for Reform of the Scheme of Public Culture Service within the Digital Cultural Space

He Yi Fu Caiwu

Abstract: As the digital information technology keeps renovating and penetrating through the realm of culture, it enables the formation of digital space of culture, based on which a “digital technology paradigm”, different from traditional paradigms in culture, has been established. While the forming space takes advantage of the 5th generation of technology featuring big data, mobile network and cloud computing that emerged in the beginning of 21st century, manifesting a non-conventional virtualized space. This big structural shift in space of culture has driven the transition of public culture service supply from offline (service on site) to online (service online), meanwhile causing institutional boundary displacement between public and private entities and forcing the public cultural service models to be more innovative. This paper considers the exploration and establishment of digital technology paradigm in management system of public cultural service as one of the future key directions for deepening the structural reform of culture in the coming 14th Five Year Plan period. 1 tab. 25 refs.

Keywords: Digital Cultural Space; Public Cultural Service System; Reform of Cultural Administrative System; Service Innovation; Path of Reform

在数字化、网络化、智能化浪潮中,文化领域正迈入新一轮的“康波周期”^①,新技术、新业态、新模式、新话语不断涌现,深刻影响着人类的文化生产方式和生活方式。当前文化领域的数字化革命还在继续深入,无论是技术本身的提升、在文化领域的进一步深度应用,还是业态创新,都还有相当巨大的发展空间。文化与科技融合

受到学界的高度关注。傅才武、李国东(2015)比较了我国与欧美发达国家文化与科技融合模式与措施的差异,提出建立符合我国国情的文化科技融合发展模式^[1]。李凤亮、赵雪彤(2017)认为数字化技术不断催生多种文化业态,进一步推动文化产品更新、加快文化企业转型和助力文化产业升级^[2]。

^{*} 本文系国家社会科学基金艺术学重大项目“乡村振兴战略中的文化建设研究”(项目编号:18ZD24)研究成果之一。

^① 是指社会经济以50-60年为周期,从回升、繁荣、衰退最后至萧条,不断循环重复的周期性现象。它是由俄国经济学家康德拉季耶夫于1926年提出,因此它也被称为“康波周期”。

文化从不是孤立存在的,文化与空间、场景之间存在非常紧密的关系,空间、场景是文化的载体与表现形式,同时文化空间也是文化生产实践与文化服务供需对接的重要载体。祁述裕(2017)提出生活文化设施只有依托特定的文化空间环境,与多样性的文化实践活动、多种类型人群的互动整合在一起形成不同的“场景”,以及通过“场景”展示出来的价值观和生活方式所形成的吸引力,才能发挥独特的效用^[3]。陈波(2019)运用“场景理论”,对城市街区公共文化空间开展公共服务的功能结构进行了深入的研究,从理论上回应了数字技术发展对于城市文化服务设施和功能建设的要求^[4]。数字信息技术为公共文化服务体系建设提供了创新路径。Peukert(2019)认为建设数字互联网平台,用户可以自主生成内容,数字文化内容爆炸性增长,大大降低了个人文化参与成本和版权交易成本,企业和个人的文化参与可以进一步增强长尾效应^[5]。肖希明、完颜邓邓(2016)从治理理论出发,指出我国应该从以下几个方面入手推动公共数字文化服务社会参与:创造社会参与的外部环境,扩大参与主体;构建参与网络,发展合作关系;采用分类治理,探索多种参与模式等^[6]。吴理财、解胜利(2019)提出,在基本的阵地服务基础之上,利用数字信息技术积极拓展服务方式,推动流动服务和网上服务的发展,促进公共文化服务供给方式多样化,努力提升公共文化服务的均等化和数字化水平^[7]。

这些研究成果提出了信息技术创新与应用背景下文化科技融合发展、文化空间以及公共文化供给模式的变革等关键问题,也提出了公共文化服务体系建设的改革路径。但现有研究多集中于数字信息技术对于推动政府与公众有效沟通,实现公共文化服务供给主体多元化这一思路,关注共性而非特性,不甚注重变革产生的原因与内在机制。而且就公共文化服务数字化创新研究而言,现有的理论基础不甚完善,对我国数字文化空间的形成、演变以及公共文化服务模式嬗变的制度背景把握不够。本文围绕数字文

化空间的结构转型对于个体、文化单位以及政府部门的影响,深入讨论数字技术范式下传统文化服务体系受到的挑战,并提出公共文化服务体系建设的创新方向,推动服务效能的提升。

1 数字信息技术建构数字文化空间

数字信息技术的广泛应用,特别是互联网的普及,使得信息和文化资源传播的时空阻碍大幅度降低,促进了文化资源的扩散、应用和创新。数字信息技术使得原有的文化空间形态与结构发生了改变,空间距离不再是最大的阻力,个人、文化单位与政府部门获得了一种全新的文化创造活力。

1.1 数字文化空间的形态与结构

1.1.1 文化空间与数字文化空间

对于文化空间的理解,就传统的认知而言,文化空间原本指具有文化意义的物理空间、场所、地点^[8]。但更多的学者认为文化空间是一个社会群体的文化现象、文化需求和历史记忆在一定区域的空间表现,以及社会成员之间在这个空间文化交往的表达式^[9]。傅才武、侯雪言(2016)认为“文化空间”是一个既包括居民文化生活所依托的物理场域,涵盖文化资源、文化活动和文化机制在内的整体性概念^[10]。本文中的文化空间不仅强调空间的公共性,还突出空间的文化性,是民众公共文化活动的物理空间与精神空间建构的共同体,兼具文化建设与价值情感生成功能。

文化空间一般由三个要素组成:一是物理层面的公共空间,本质上是一个主体间平等对话交流的平台;二是文化空间的主体,文化空间中的互动主体既是参与者,也是生产者与建设者,甚至有时会兼具管理者职能;三是文化活动,在文化空间的交往规则与互动机制的支撑下,主体间可以开展相关文化活动,满足自身精神文化需求。在文化空间下,各种社会群体发生互动联系,并在特有的社会环境和新技术推动下,不断创造新的文化表现形式。

随着数字文化空间的形成,文化的载体和表

现形式发生了根本性的变化,大部分的文化载体和表现形式被纳入到以数字产品生产、分配与交换为基础的整合沟通系统中^[11],物理形态的文化资源被转换为比特化的文化资源,原本附着于“地点”(具体时空的物理地点)的文化资源与文化要素在新的数字空间具有更强的流动性,突破了物理空间对人、物的“在场”限制,形成了一个没有边界与时空限制的各主体“共同在场”的新型文化空间。

1.1.2 数字文化空间的形成与结构

德国学者尤尔根·哈贝马斯(Jürgen Habermas)提出,科学与技术不仅仅是一种意识形态,同时也构成了重要的人类社会环境^[12]。随着移动互联与数字技术的社会化创新和应用,传统文化空间下的组织机制与治理体系等基本属性发生了变迁:一是传统组织机制面临新的挑战。在数字技术的环境中,越来越丰富的文化资源要素得以转换成数字资源,文化资源从物理形态、在场和线下的流动与交易方式,转换为线上流通、数字化交易和在线方式(如云上旅游、云上博物馆、线上图书馆等)。这就使得组织管理机制和服务方式发生了根本性的变化,意味着原先按照传统管理建立起来的职能结构和科层式管理体制效能滞后,面临着体制改革和管理流程再造的任务。二是治理方式的数字化。数字文化空间下,个体需求以及数字文化等信息资源呈爆炸式增长。面对公共文化服务中关联领域、主体、渠道

及范围的广泛性和多样性,特别是社会多样化的文化需求,如何处理其海量的、非结构化的数据远远超出某个单一文化机构的专业能力和业务范围。传统公共文化服务中“点对点”及“点对面”的治理模式难以满足被数字化“武装”起来的社会大众的公共文化需求,倒逼公共文化服务进行体制改革。因此,加强数字化治理方式,对庞大的信息资源进行有效的组织、整合和创新,提供快捷、精准的公共文化服务就成为新时期公共文化服务体系建设的核心任务。数字化治理对公共文化服务平台建设、资源内容整合、协作方式等都提出了更高的要求^[13]。

数字文化空间下,个体的数字化形象与文化资源的数字化展现是空间构成的基本元素,个体的数字化需求与意识是政府、文化单位掌握大众文化需求和意识的基本依据,个体的数字行为是政府、文化单位掌握大众文化生产、消费动态的基本素材。总体而言,文化生活更加呈现数字化的特点,政府、文化单位、个体均以数字为媒介加入空间。

1.2 数字文化空间与传统文化空间的特征比较

以大数据和移动互联网等技术为核心的数字信息技术革命,加速知识和信息的传播、扩散和分享,创造了新的用户交互方式,改变了主体间联结的媒介,提高了知识信息的传播速度与容量,创造了新的空间网络逻辑,为新的文化空间的组织形式提供了可能。数字文化空间和传统文化空间的特征比较如表1所示。

表1 数字文化空间与传统文化空间的特征比较(技术基础)

比较维度	传统文化空间	数字文化空间
交互方式	“供给—介质—受体”单向链路互动	“信息—数字媒介—实体”网状拓扑结构互动
缔结媒介	政府组织、社区等	数字媒介
传播速度与容量	容量有限、存在时延	高速、大容量、低误差
网络逻辑	以地域或组织作为逻辑网络	最小单位的人或事

第一,数字技术催生新的交互方式。数字文化空间下,新交互改变着人类交谈的方式、群聚

的方式,向内激发了文化生活主体自我意识和需求表达,数字媒介和技术不再是个人与社区互动

的工具,而成为个体的延伸,并重新规划和界定了文化事业与文化产业的运行秩序与边界。2020年4月5日至6日,600岁的故宫推出“云游”,首次联合人民日报客户端、新华社、抖音等多家融媒体中心平台,对受疫情影响不得不闭馆的故宫开展了3场线上直播,亿万网友跟随直播的镜头“漫步”故宫,感受历史的温度^①。当数百万人共同在线逛故宫,文物与文化相交融,细致而丰富的历史底蕴通过数字技术直接抵达每个人,空间与“在场”被数字文化空间下的全新交互方式重新定义,人们获取知识与文化资源所需跨越的时间与空间距离被大大缩短。

第二,数字技术创造新的缔结媒介。以人工神经网络(Artificial Neural Network, ANN)为核心的算法模式正在逐渐运用到文化生活领域。通过算法分析,个体在通过传统媒介缔结与他人或文化资源的关系外,还可以通过数字缔结互动与参与关系,个人身份、文化消费偏好以及文化生产消费记录以数字的方式呈现与流动,个体的文化生活都在以数字为媒介缔结关系。

第三,数字技术提升知识信息的传播速度与容量。数字文化空间下,以5G为代表的信息技术革新推动知识信息与文化资源的传播速度迅猛提升。增强移动宽带技术(Enhance Mobile Broadband, EMBB)在现有的连通基础上进一步提升了用户的文化生活体验,大大增强了文化空间中的人际互动场景,对人们的工作、学习、科研、消费、旅游、休闲等生产和生活产生了深远影响。

第四,数字技术构建新的网络逻辑。在数字技术发展普及之前,由于受到技术的约束,个体需要紧密关联公共文化服务的供给方,包括政府与文化单位,来实现文化参与、满足精神文化需求。如今,数字技术的应用赋予了个体建构基于自身的文化需求与偏好可表达的机会。数字文化空间下,最小单

位的人的自主性与国家权力的集中性同时存在,构成了一张新的空间网络逻辑。

2 文化空间的结构转型对于公共文化服务体系建设的影

公共文化服务治理结构是随着社会环境的改变和理念的转换而不断演变的,随着技术迭代与社会需求个性化等变革融合,数字文化空间下各种机制与关系网络交汇,个体选择机会倍增,政府和文化单位管理思维发生转变,共同推进公共文化服务体系建设的创新。

2.1 数字文化空间对于个人、文化单位、政府部门的影响

2.1.1 个体消费自由选择机会的倍增效应

在传统技术环境下,由于受到技术手段、取样范围、成本投入等信息成本的约束,很难便捷、广泛、准确地获得公众需求和评价数据信息。随着数字信息技术不断发展,公众通过移动互联网直接提出需求和反馈评价更加便捷,空间范围得以扩展,“从下至上、以需求决定供给”的新型供给方式逐步成熟,消费者主权不断凸显,公众选择的主体性倍增。数字文化空间已然成为文化服务要素流动与集聚的重要空间载体,具有信息密集性、共享性等特征,为政府与公众构建了宽广的沟通与交流平台。公众在公共文化服务中“接受者”的身份界限被打破,逐渐参与到选题策划、内容生产乃至营销推广等各个产业环节,开始拥有更大的话语空间、更多的选择机会、更多的参与方式以及更强的影响力。

2.1.2 文化单位公共服务的定制化

随着数字信息技术的迅猛发展与广泛应用,公共文化服务的供给方可以通过更加广阔的平台渠道获取公众的反馈,并主动提供量身定制的服

^① 据有关方面统计,截至2020年4月6日17时30分,全网总浏览量超过4.3亿,其中总播放量约1.9亿,话题讨论总量约2.4亿。600岁故宫迎来首次大型直播,春日的美好,大家没有缺席[EB/OL]. [2021-02-28]. <http://k.sina.com.cn/article>.

务产品。个体对公共文化的定制化服务需求,要求建立以消费者需求为中心的线上管理模式,对传统的以生产为中心的管理方式形成重大冲击。传统的公共文化服务存在内容渠道单一、分配方式不当、需求分析缺乏动态性与准确性以及服务对象定位不准确等问题。为了解决以上问题,文化单位需要构建一个以云计算、大数据等新技术手段为支撑,以公众、渠道、文化服务资源为内容的整合平台,为大众提供更好的个性化、定制化服务。

近年来,在文化和旅游部全国公共文化发展中心的推动下,全国各地文化部门纷纷推出“公共文化云”建设,这是一种集成式区域公共文化服务“一站式数字平台”。如2016年3月26日,“文化上海云”APP正式上线。“文化上海云”集合了上海每年23.6万场公共文化活动信息,连通780多家市级、区县、街道乡镇三级的文化馆、图书馆、展览馆、美术馆、文化服务中心。市民只需要在热点推荐、兴趣分类、附近搜索等项目中,快速查询并预约感兴趣的公共文化活动,然后通过发送到手机上的短信或二维码,便可完成预约。而且,市民自己成立的文化团体的活动,也可以在“文化上海云”网上登记审核,也可免费预订、使用全市公共文化场馆的场地设施^[14]。“文化上海云”APP基于云计算、云存储、大数据等信息技术改进公共文化服务供给方式,整合零散的公共文化资源,同时聚合各地的受众,利用便利的供给方式实现均等化的供给,为市民提供更能满足其需求的公共文化服务和产品。

2.1.3 政府部门转向消费者需求管理

以登哈特夫妇为代表的学者们基于新公共管理理论,提出了一套“基于公民权、民主和为公共利益服务的新公共服务模式”^[15],其基本观点强调,政府是公共服务中的参与者而不是管控者,是服务者而不是掌舵者,政府应当帮助公众实现利益需求的满足,这是建立公共服务型政府的关键。打造便捷、免费、吸引用户深度参与、以用户需求为中心的服务体验,同时注重数据的价值,这些数字管理的新思维契合新时代公共文化

服务的发展理念。数字文化空间下,公共文化服务不再以政府或服务供给者为中心,而转变为以用户为中心,同时兼顾用户的个性化与增值服务。近年来,各国多地图书馆、博物馆、文化馆等公共文化机构,大力推进“理事会(或文化议事会)”制度试点,聘请专家学者或社会贤达担任“文化理事”“文化顾问”或“文化议员”,对文化领域重大改革与重大文化项目进行调查研究、咨询论证、提出决策并评估结果。这种机制创新,有利于畅通公众诉求表达的渠道,以公众精神文化需求为根本出发点,探索公共文化服务参与式管理新模式。

2.2 数字文化空间对于公共文化服务体系的挑战

2.2.1 消费者选择权的成长对于传统供给方式的冲击

在传统的文化资源供给与调整体制下,一方面,政府管理的各环节仍存在原有思维与体制的惯性;另一方面,我国不成熟的文化市场主体培育及发展机制,进一步削弱了多方主体参与的效果。数字文化空间下,公众在公共文化服务中“接受者”的身份界限被打破,并利用现代信息技术掌握了更多的主动选择权。公众基于线上便捷性的消费选择权得以倍增,随之而来的公共产品供给的分散决策与多中心自治性供给模式对于传统的格式化供给形成颠覆性的影响。公共文化服务治理模式由“政府格式化供给”向“多元主体互动参与”转变成为新的发展趋势。

2.2.2 公共产品的定制化服务方式对科层管理体制的冲击

我国传统的文化体制运作以纵向的层级控制与横向的职能分工为主要特征,形成了从中央到乡镇级的纵向分权管理架构。在这套管理架构中,由于层级繁多,政府自上而下获取公众的基本文化需求与反馈的时间、精力成本较高。相对应的,公众自下而上的参与渠道也受到了限制,进一步加剧了双方间信息的不对称,层级冗余、职能重叠以及管理、供给碎片化等问题日渐凸显。数字文化空间下,公众获取文化信息、表达文化诉求、参

与文化活动、从事文化创造、展示文化成果,已经成为较为普遍的心理需求和行为特征^[16]。这就对传统的科层式管理体制提出了挑战,“去中心化”“扁平化”“网络化”的创新治理形态成为发展改革趋势。林登提出“无缝隙政府”的概念,认为利用信息技术将“串联式”业务流程变成“面向顾客(公众)”的业务流程,将会增加政府与服务对象的直接接触,提高效率与灵活性^[17]。

2.2.3 公共生产效率不足对于文化行业体制的冲击

根据统计数据显示,我国文化事业费与国家财政总支出呈现出逐年上涨的态势,2019年我国文化事业费达1065.02亿元^[18]。但有关学者的研究表明,我国公共文化服务的效能与文化事业财政预算的增长趋势两者并未同步,申亮、王玉燕(2017)对2001至2013年间我国31个省级政府的数据进行计量检验,分析得出省级政府公共文化服务供给平均存在23%的效率损失,且文化事业费占财政支出比重越大效率越低^[19]。这表明公共投入的绩效仍然存在较大的提升空间。

数字文化空间下,新技术、新媒体为文化资源共享和传播提供了更广泛的平台,并且在一定程度上刺激了内容创作和生产。越来越多的主体参与到公共文化服务体系建设中,渠道的优化也让越来越多的文化产品和服务进入到公共文化服务供给网络。文化生产不再局限于政府部门、公共文化机构、社会文化组织,而变成了大众参与的社会化大生产,网络论坛、微博、小视频等的发展让每一个用户从事文化生产成为可能。在网络世界,理论上用户不再需要依赖政府组织与社会文化组织获取文化产品或服务,广大用户能够借助于网络中的数字化资源与流动性生产要素,变成具有自主性与创新性的文化生产主体,同时也变成了新的文化消费主体。文化生产主体全民化发展过程中,传统的公共文化生产方式(文化事业供给方式)受到挤压,网络化文化生产比文化事业体制内生产具有更高的效率,这为传统的行业预算编制、管理、分配等带来冲击,构成了对传统文化行业体制合理性的挑战。

3 公共文化服务的发展方向与改革路径

3.1 “数字技术范式”引领公共文化服务体系创新发展方向

3.1.1 数字技术范式的总体思维

数字文化空间的流动性与开放性等天然优势,有利于多主体进行资源共享、经验交流与生产互动,让每个个体都成为“中心节点”。在交互过程中,个体间会自发地由无序运动发展为个体关联而引起的协调合作运动^[20]。基于数字文化空间的公共文化服务体系建设具有“多中心化”“个性化价值传输”“深度共享”以及“强连接”等显著特征。与此相对应,建立数字文化空间下的多中心自治化管理思维,改造传统的事业供给模式与治理模式,运用信息互联技术提高公共文化服务供给效率与公共治理能力,将有利于形成一个开放包容、虚实交互、协同治理的新形态。

3.1.2 公共文化服务体系发展的新趋势

互联网信息通信技术促使实体性文化空间中的场所、主体发生功能转变,使各要素间的流动和相互关系发生改变。数字信息技术既改变了公共文化服务的呈现方式(实物介质到数字介质),也改变了公共产品的生产与消费模式,改变了公共文化服务的传输方式和服务渠道,从实体场馆和实地服务转变为利用互联网渠道传输资源,打破了公共文化服务的时空限制,改变了个体的参与方式。大数据和人工智能等数字技术还将进一步改善文化生产和传播的信息不对称问题,通过数据分析对用户进行精准画像,依据个体偏好为用户精准推送资源,为个体参与提供新的方式,借此重构公共文化服务供给主体和需求主体的关系。在数字文化空间下,信息交换灵活便捷,各主体充分发挥自身创造性,促使政府改良甚至再造公共文化服务管理流程,推动数字时代国家文化治理体系与治理能力的现代化。

3.2 改革路径

3.2.1 利用数字文化空间平台,突破传统时空限制,推进公共文化服务体系数字化升级

在信息通信技术的支撑下,空间相互作用完

全可以脱离交通、地域的影响而存在,弥补了实体型空间相互作用的不足^[21]。从公共文化服务的供给成本、供给效用,以及价值功能导向来看,基于大数据、云计算的数字公共文化服务体系能够为全国各级各类公共文化服务机构提供统一的技术支撑平台,成为支持多种传输渠道、服务对象全面覆盖的数字化文化服务综合平台^[22]。

例如,成立于2004年的文化和旅游部全国公共文化发展中心,前身为文化部全国文化信息资源共享工程,是全国文化信息资源建设管理机构,主要承担共享工程的规划设计、组织实施与协调管理工作。2018年,更名为文化和旅游部全国公共文化发展中心,其职能定位也从传统文化信息资源建设管理机构,转型为全国文化行业数字化服务平台建设的引领者。如近年来大力推进全国文化馆(站)数字化建设,开展公共文化云平台的建设、管理及服务推广工作,参与推动公共数字文化工程融合发展,面向基层开展公共数字文化服务,取得了一系列明显的成效,体现了国家文化部门大力推进传统文化空间(图书馆、博物馆、文化馆等)向数字文化空间转型的努力。

2020年5月,中央文化体制改革和发展工作领导小组办公室印发了《关于做好国家文化大数据体系建设工作的通知》,提出了“文化大数据的体系架构”的目标和“供给端、生产端、需求端、云端”建设任务。在供给端,主要推动建成中国文化遗产标本库、中华民族文化基因库和中华文化素材库“三个库”。在生产端,主要对各类文化机构(文化事业单位和文化企业)进行数字化改造和升级,包括对博物馆、美术馆、图书馆、文化馆等公共文化机构的藏品进行高精度采集和标注,归入标本库、基因库和素材库;对已建成的数据库进行标准化处理,结构化存储到供给端的三个库;开发供给端三个库的数据,解构形成素材、重构形成文化产品。在需求端(消费端),重点关注

中国特色社会主义文化(包括中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化),推动在旅游景区建设文化体验馆,在中小校园和购物中心(商场)建立文化体验馆,在社区、书店和家庭建设文化体验厅。在云端,主要依托有线电视网络建设国家文化专网,国家文化专网包括省级平台、区域分平台和总平台(国家文化大数据中心)三个层级,连接文化生产和文化消费。“我们的目标是,把以有线电视网络设施为基础的国家文化专网,打造成一张‘双网’——既是文化消费网,更是文化生产网,推动文化数字化走向网络化、智能化,为宣传文化事业发展奠定信息化基础,说白了,就是让210多万个文化机构‘鸟枪换炮’,跟上时代发展的步伐。”^①利用数字信息技术的平台集成功能,可以重新构建政府组织、文化机构、市场主体与公众多元主体互动的“即时化”“一体化”运营机制,提升公共文化服务效能。

3.2.2 创新资源配置方式,突破公共资源体制内循环的局限,打造开放共享型公共文化服务模式

传统文化事业体制下,公共资源的行业内循环导致了资源沉淀,绩效不足。在数字文化空间下,随着信息技术向区域空间的全面渗透与应用,公共文化服务供给渠道不断优化拓宽,公众与政府被共同“镶嵌”进一个新型社会关系网络中,成为“网络价值共同体”,利用数字信息技术的渗透性和平台支撑功能,可以创新公共文化服务资源的配置方式,突破公共资源的体制内循环,重建公共文化服务体系的基础结构。

在数字技术环境下,生产者和消费者的天然界限被打破,各主体间信息数据实时交换,多元主体互动模式逐渐建立,公众智慧与创造力在当前公共文化服务资源供给与配置中的作用越来越凸显。在数字技术范式的支撑下,公私合作的空间得到扩展,在原有的服务体系的基础上打破公私界限,引入社会资本与民间力量,能够使公共文

① 2020年8月29日,“国家文化大数据产业联盟成员代表大会暨2020年工作会”在京召开。中国公共关系协会文化大数据产业委员会副主任委员高书生出席会议,通报国家文化大数据体系建设的进展情况。见:高书生.国家文化大数据体系建设的最新进展[EB/OL].[2021-02-28].<https://www.sohu.com>.

化服务更加符合公众的意愿,贴合公众文化需求^[23]。通过政府与社会组织、商业化组织进行社会合作,使体制内公共文化资源嵌入其他社会领域,发挥公共文化服务对于其他行业的带动提升作用;优化公共文化服务布局,集聚和利用全社会的资源参与到公共文化服务供给的服务链中,把社会资源“引进来”;实现线上与线下对接,公众与文化空间、公共文化服务体系的关系持续重塑,形成面向全社会的文化服务资源大循环,让公共文化“走出去”;全方位推动公共文化服务领域的开放,构建“开放式”“共享化”的公共文化服务模式,不断提升公共文化服务水平。

3.2.3 优化公共文化服务决策机制,突破文化需求弱表达难题,提高民众公共文化参与水平

多年来,我国公共文化服务一直是行政主导的垂直化管理体系。在行政主导的公共文化服务供给过程中,容易出现格式化、同质化、资源分配不平衡、资源结构性过剩等一系列问题。而在数字信息技术的推动下,直接沟通、实时交互已成现实。Dunleavy 和 Margetts 提出了“自助型政府”的概念^[24],Linders 提出了“共同生产型政府”的概念^[25],这些学者都从不同角度认可了公众是现代公共文化服务体系中的“合作者”“参与者”和“生产者”,而不再是传统意义上的被动接受者。具有积极性和主动性的个体,必定会提出个体的文化需求。政府公共文化服务则应最大限度地包容并将满足个体的文化需求,从体制机制上保证具有共性的文化需求能够进入到公共供给和公共生产过程。这就要求政府部门能够充分发挥信息技术的优势,主动识别公众需求,实时、准确收集公众意见,为公众表达需求、获取服务、创造内容、互动交流、评价绩效提供渠道,将数字信息技术应用于公共文化服务的流程再造与管理创新,推动公共文化服务内容的个性化、服务层次的立体化与服务方式的民主化,最终达到扩大民众公共文化参与、保障公民基本文化权益的国家公共文化建设目标。

3.2.4 改进文化财政投入机制,突破绩效评价软约束局限,提高财政资金使用效益

公共财政预算为公共文化服务供给的实现

和发展提供了基础支撑。数字文化空间下,公共文化服务供给模式与用户参与模式发生变革,为了实现既定的目标与愿景,更好地满足人民群众的精神文化需求,实现社会效益与经济效益的“双统一”,财政预算体制也应进一步优化和创新,需要以大数据等数字技术推动财政预算的源头治理——即要突破绩效评价软约束的局限。长期以来,因受到信息成本的制约,无法形成对公共财政投入绩效的科学评价,绩效对于财政投入的约束机制并没有得到充分体现。数字文化空间下,云计算、大数据、人工智能等新技术不断渗入人们的文化生产、生活,为财政预算编制与绩效评价创新带来了新的契机。因此,可利用信息化技术采集需求信息和服务评价信息进行数据分析,同时聘请第三方对公共财政投入的绩效进行评价,根据需求信息和绩效评价结果来确定财政资金投入方向,优化财政文化投入方式,促进财政资源合理流动。首先,政府部门应利用数据收集渠道了解公众的具体文化需求,借助大数据以及人工智能技术进行分析和学习,构建以消费者需求为基本出发点的公共文化财政预算体制;其次,政府应以满意度为基础的评估机制作为公共文化服务效能提升的核心。通过数字技术平台实时收集反馈数据,感知和监测公众需求的动态变化以及文化生活轨迹,实现财政预算绩效的评估与诊断,为下一阶段财政精准施策建立桥梁。

参考文献

- 1 傅才武,李国东.促进文化科技融合的模式与政策路径分析[J].艺术百家,2015(6):57-63,122.
- 2 李凤亮,赵雪彤.数字创意产业与国家文化软实力提升路径研究[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2017(11):2-7.
- 3 祁述裕.建设文化场景 培育城市发展内生动力——以生活文化设施为视角[J].东岳论丛,2017(1):25-34.
- 4 陈波.基于场景理论的城市街区公共文化空间维度分析[J].江汉论坛,2019(12):128-134.
- 5 Peukert C. The next wave of digital technological

- change and the cultural industries[J]. Journal of Cultural Economics, 2019, 43(2): 189-210.
- 6 肖希明, 完颜邓邓. 治理理论与公共数字文化服务的社会参与[J]. 图书馆论坛, 2016(7): 18-23.
 - 7 吴理财, 解胜利. 中国公共文化服务体系建设40年: 理念演进、逻辑变迁、实践成效与发展方向[J]. 上海行政学院学报, 2019(5): 100-111.
 - 8 向云驹. 论“文化空间”[J]. 中央民族大学学报(哲学社会科学版), 2008(3): 81-88.
 - 9 王少峰. 公共政策与文化空间[M]. 北京: 学苑出版社, 2007: 116-117.
 - 10 傅才武, 侯雪言. 当代中国农村公共文化空间的解释维度与场景设计[J]. 艺术百家, 2016(6): 38-43.
 - 11 曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起[M]. 夏铸九, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2003: 465.
 - 12 尤尔根·哈贝马斯. 作为“意识形态”的技术与科学[M]. 李黎, 郭官义, 译. 上海: 学林出版社, 1999: 47.
 - 13 王猛, 等. 公共数字文化服务治理的信息资源管理基础[J]. 图书馆, 2018(5): 37-43.
 - 14 姜丽钧. “文化上海云”上线, 市民可通过互联网预订公共文化活动[EB/OL]. [2021-02-28]. <https://www.thepaper.cn>.
 - 15 珍妮特·V·登哈特, 罗伯特·B·登哈特. 新公共服务: 服务, 而不是掌舵[M]. 丁煌, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2014: 156.
 - 16 巫志南. 公共文化产品和服务精准供给研究[J]. 图书与情报, 2019(1): 31-40.
 - 17 拉塞尔·M·林登. 无缝隙政府: 公共部门再造指南[M]. 汪大海, 吴群芳, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2014: 1-4.
 - 18 国家统计局社会科技和文化产业统计司. 中国社会统计年鉴[M]. 北京: 中国统计出版社, 2020: 281.
 - 19 申亮, 王玉燕. 我国公共文化服务政府供给效率的测度与检验[J]. 上海财经大学学报, 2017(2): 26-37, 49.
 - 20 Haken H. Synergetics: An Introduction, Nonequilibrium Phase Transitions and Self-organization in Physics, Chemistry, and Biology [M]. Berlin: Springer-Verlag, 1983: 206-216.
 - 21 方维慰. 信息技术与城市空间结构的优化[J]. 城市发展研究, 2006(1): 30-33.
 - 22 高福安, 刘亮. 基于高新信息传播技术的数字化公共文化服务体系建设研究[J]. 管理世界, 2012(8): 1-4, 14.
 - 23 杨丰全. PPP模式在公共图书馆中的应用探析[J]. 图书馆建设, 2016(4): 78-81, 86.
 - 24 Dunleavy P, Margetts H Z. The Second Wave of Digital Era Governance [EB/OL]. [2020-09-14]. <https://ssrn.com/abstract=1643850>.
 - 25 Linders D. We-government: An Anatomy of Citizen Coproduction in the Information Age[C]// Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Research Conference: Digital Government Innovation in Challenging Times, USA, NY: Association for Computing Machinery, 2011: 167-176.
- (贺 怡 武汉大学新闻与传播学院传播学专业2018级博士生, 傅才武 教授 武汉大学新闻与传播学院)

收稿日期: 2020-09-14