



## 文化建设的“两个效益”何以统一\*

张 谨

**摘 要:**社会效益和经济效益是文化所蕴含的基本功能,是文化建设的一体两面。从理论逻辑上看,“两个效益”相统一是建成社会主义现代化文化强国的有力保证;从实践逻辑上看,“两个效益”相统一是新中国成立以来文化建设的经验总结;从价值逻辑上看,“两个效益”相统一是实现中国化马克思主义终极关怀的根本途径。而现实生活中,由于文化产品的特殊性、市场经济的内在缺陷以及文化创作生产体制机制不完善,致使“两个效益”难以统一。要实现“两个效益”相统一,就必须坚持文化建设与市场经济文化相匹配、与社会主义核心价值观的培育践行相融合、与人民文化生活需求相适应的发展方略;打造高质量文化品牌,提高社会的文化消费力;建立科学的文化企业评价考核体系,实现“两个效益”均衡发展;开发各类文化资源,形成各具特色的旅游产业。

**关键词:**社会效益;经济效益;文化建设;有机统一

**中图分类号:**G02      **文献标识码:**A      **文章编号:**2095-5669(2020)06-0051-07

社会效益和经济效益是文化所蕴含的基本功能,是文化建设的一体两面。文化建设的社会效益是指在发展公共文化服务、壮大文化产业过程中,通过文化基础设施的生产、文化平台的搭建、文化产品的消费、文化传播等手段,直接影响人们的行为方式和社会的价值取向,进而呈现出的有利于人全面发展的积极效果,它具有间接性、长远性等特点。文化建设的经济效益主要指文化产业增加值对GDP总量的贡献,它更多地靠文化消费来拉动,具有直接性、见效快等特征。获得社会效益和经济效益双丰收,是新时代中国特色社会主义文化建设的根本目的。但是,受主客观多种因素的影响,我们很难做到“两个效益”齐头并进、相得益彰。两者为何难以统一,如

何实现两者的有机统一,这些问题都是我们在新时代必须予以回答和解决的重要课题。

### 一、“两个效益”为何必须统一

从理论逻辑上看,“两个效益”相统一是建成社会主义现代化文化强国的有力保证。习近平总书记之所以多次强调“文化兴国运兴,文化强民族强”<sup>[1]40-41</sup>,最为根本的就在于文化建设能提高国家的软实力和硬实力,即能够取得社会效益和经济效益。文化强国建设是现代化强国建设的重要组成部分,是解决文化矛盾的动态过程。伴随着新时代社会主要矛盾发生转化,文化领域的各类矛盾也出现新变化。从时空维度来看,全球文化与

收稿日期:2020-08-05

\*基金项目:国家社会科学基金项目“新时代中国特色社会主义文化自信生成逻辑及提升路径研究”(19BKS141)阶段性成果。

作者简介:张谨,男,中共广东省委党校马克思主义学院院长、二级教授、硕士研究生导师(广东广州 510053),主要从事马克思主义文化理论研究。

民族文化、传统文化与现代文化相互碰撞,民族粹主义变化多端、不断蔓延,中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展任重道远;从文化生产形态来看,科技文化与人文文化、精英文化与大众文化、语言文字文化与视觉图像文化相互冲突,文化消费主义甚嚣尘上、大行其道,社会主义核心价值观的培育和践行受到严重挑战;从文化可持续发展的实践方式来看,文化生产与文化消费、文化事业与文化产业、文化遗产的科学保护与合理开发相互对立,文化产品的有效供给满足不了人民群众的真实需求,以人民为中心的文化发展理念难以贯彻落实。上述矛盾的表现形式不同,造成后果的侧重点各异,但归根结底都映射出文化的社会效益与经济效益之间存在着尖锐而复杂的矛盾,彰显了社会效益在文化发展中的重要地位。

文化建设的“两个效益”相统一,是马克思主义矛盾观在文化实践中的根本要求,是两点论和重点论在文化建设中的具体运用。社会效益和经济效益是文化建设的“两点”,当社会效益与经济效益发生矛盾时,要把社会效益放在首位<sup>[2]20</sup>,社会效益的优先地位就是“两点”中的“重点”。文化矛盾是推动文化发展的动力和源泉,文化建设的“两个效益”相统一,是不同层面的文化矛盾相互作用、相互转化、相互渗透的结果,是社会和谐稳定、人民幸福安康的重要前提。

从实践逻辑上看,“两个效益”相统一是中华人民共和国成立以来文化建设的经验总结。中华人民共和国成立70多年来,社会主义文化在探索中前行,在反思中改革,在开放中创新,其发展经历了曲折而艰辛的过程,每一次历史性巨变都是文化观念、文化制度、文化内容、文化生活的除旧布新。如何进行文化建设,走什么样的文化发展道路,这些都离不开民族的文化传统,同时也是由国家的经济制度所决定的。中华人民共和国成立之初的计划经济时期,传统的天下为公、劫富济贫的思想根深蒂固,一大二公的所有制经济把

集体主义、理想主义、大公无私精神发挥到极致,但助长了平均主义思潮,禁锢了个人独立的心智,影响了创造性潜能的开发。实行改革开放以后,社会主义市场经济的兴起催生了文化观念的变化,有关文化建设的“意见”“通知”“办法”相继出台,预示着文化制度开始发生变革。随之,文化产业对经济增长的贡献率初见端倪,文化的市场价值和经济属性也得到社会的普遍认同。然而,市场经济不可能解决经济发展中滋生的种种社会伦理道德问题。个人主义、利己主义、享乐主义价值观的盛行,实际上是对社会主义文化价值规范的反叛。因此,物质文明和精神文明“两手抓,两手都要硬”,成为消解物欲羁绊的最强音。文化体制改革的深入必然带来文化开放的进一步扩大。一方面,新时代的文化建设不断与世界接轨,既遵循了市场化的技术与资本逻辑,又重塑了主流文化的价值引领和精神提振功能;另一方面,新时代的文化建设始终秉承以人民为中心的发展理念,既发展经营性文化产业,最大限度地发挥文化的经济功能,又发展公益性文化事业,更好地满足人民日益增长的文化生活需求。由此可见,“两个效益”相统一也经历了从肯定到否定,再到否定之否定的辩证发展过程。

从价值逻辑上看,“两个效益”相统一是实现中国化马克思主义终极关怀的根本途径。马克思和恩格斯在《共产党宣言》中指出:“过去的一切运动都是少数人的,或者为少数人谋利益的运动。无产阶级的运动是绝大多数人的,为绝大多数人谋利益的独立的运动。”<sup>[3]42</sup>马克思主义终极关怀的出发点是整个无产阶级,其最终价值目标是通过无产阶级的经济解放、政治解放、文化解放,实现人的自由而全面发展。这种“自由”和“全面”不再表现为人对物的依赖关系,而是呈现为一种人与物、人与人、人与社会的和谐与共,存在与本质、对象化与自我确证、自由与必然之间由对立走向统一的完美境界。中国共产党人继承和发展了马克思主义终极关怀的文

化传统。从最低纲领到最高纲领,从执政理念到群众路线,从科学发展观到“三个代表”重要思想再到新发展理念,其中贯穿的一根红线就是对人的终极关怀。新时代的文化建设如火如荼,新型文化业态对产业转型升级、经济结构的调整优化的确具有积极的推动作用。然而,以科技为手段的工具理性的过度张扬,加剧了文化现代性的诸种冲突,文化产业兴旺的背后是技术现代性与解放现代性矛盾的日益激化。文化建设可以直接为经济建设服务,但其核心旨趣是人的建设,通过各种文化平台、文化手段、文化作品去感染人、说服人、教育人,为塑造高素质的社会人准备条件。否则,单向度的经济繁荣不会形成社会繁荣,更不可能实现人的真正进步。从此种意义上看,“两个效益”相统一是马克思主义经济社会发展理论的应有之义。

## 二、“两个效益”为何难以统一

文化产品的特殊性使“两个效益”难以统一。文化建设过程中所产生的各种文化载体以及提供的各类文化服务都属于文化产品。它与一般劳动产品的主要区别在于有着丰富的价值层次,包括核心价值层面的“文化故事”、形式价值层面的承载价值或外在价值以及进入市场所衍生的附加价值<sup>[4]</sup>。无论从哪个角度剖析文化产品的价值层次,其鲜明的意识形态属性是一般商品所不具有的。对此,西方学者早有灼见。法兰克福学派的霍克海默和阿道尔诺认为,20世纪40年代开始,随着现代科学技术的发展,通过标准化、齐一化、程序化生产方式,批量化的文化产品蜂拥而至,并借助于广播、电影、电视、报纸、杂志等大众媒介输送给“那些工人、雇员、农民和地位偏下的中产阶级”<sup>[5]149</sup>。由此,文化产品成为统治者营造大众满足社会现状的控制工具,失去了激发否定社会意识的重要功能。在法兰克福学派早期代表瓦尔特·本雅明看来,蕴含技术和艺术的文化产品为民主和解

放提供了契机。美国学者约翰·费斯克对大众文化产品及其消费特性进行了微观政治学分析,他“主观上强调主流意识形态的脆弱性和可变性,积极首肯大众在日常消费活动中的偷袭、挪用、甚至抵抗的‘斗争’潜能”<sup>[6]</sup>。这些论断也可以说明,对文化产品的意识形态考量仍然适用于当下中国,问题在于获取经济利益的同时,其意识形态功能能否发挥正向作用。人们往往看重文化产品的市场价值和经济收益,而它对社会主义核心价值观的涵养、中国精神的弘扬、真善美的传递等作用,都不在考虑之列。

市场经济的内在缺陷使“两个效益”难以统一。文化建设必须面向市场,这同样是市场经济发展的内在要求。诸如:“两区分”,公益性文化事业与经营性文化产业相区分;“三转向”,政府从办文化转向管文化、从微观管理转向宏观管理、从文化管理转向文化治理;“四分开”,政企分开、政事分开、事企分开、管办分离,等等,这些都是由适应市场经济的现实需要而在文化建设中引入市场机制的必然结果。但是,世界上没有什么东西是万能的,市场经济也不例外,它可能会导致贫富两极分化、个人利益和社会利益的冲突、市场垄断、无序竞争、投机与欺诈等。总之,文化市场失灵的重要表现在于,它不能很好地体现国家利益、长远目标、社会公德、人的全面发展等优先性原则。在此境况下,显性的数字业绩受到青睐,因为文化建设的许多硬性指标是看得见、摸得着的东西,如:文化产业增加值占国民生产总值的比重、社会的文化消费总量等。但无论哪种形式的文化消费,它对人们的行为举止、社会公德、人文修养、精神气质等方面的正向作用,是很难用具体数字加以量化的。因此,人们为了在短期内取得宏观绩效,文化建设中“两个效益”顾此失彼、比例失调的现象并不少见。例如:低俗游戏、媚俗直播屡禁不止,低节操嘻哈、虚假广告时隐时现,劣质热搜、商业炒作愈演愈烈,等等。其带来的严重后果无非就是文化发展的“二为”方向被遮蔽,“双百”方针遭曲解。

科学的创作生产体制机制不完善,使“两个效益”难以统一。社会主义市场经济条件下文化创作和文化生产的直接结果,是能动地实现文化产品向文化商品的迅捷转换。市场在文化资源配置中起决定性作用,意味着文化商品的生产、交换、分配和各种文化建设,以资本逻辑的有效运行来实现优胜劣汰。但是,资本的逐利目的与文化建设的最终价值目标之间总是存在较大的偏差,这是因为“假如那些质疑甚至颠覆主导意识形态的文化产品仍然能够生产剩余价值,那么在其他条件都相同的情况下,投资于这类商品完全符合个体资本的利益”<sup>[7]127</sup>。在此情形下,如果没有完善的文化建设制度和科学的体制机制作为前提,文化建设的“两个效益”顾此失彼、比例失调的现象就在所难免。目前存在的主要问题是:其一,缺乏把社会主义核心价值观贯穿于文化创作、生产、消费全过程的系列体制机制,进而使社会主义市场经济发展所要求的价值理念、道德观念与社会主义核心价值观的培育践行,不能紧密地联系起来。其二,社会主义先进文化与科技发展的结合度不高。由于没有完备的文化产业体系、完善的市场体系、科学的文化产业政策作支撑,因而文化领域的供给侧结构性改革成效不大。其三,对文化企业的评估考核指标体系还不完善,社会的监督机制和事后问责机制尚不健全,我行我素的现象依然存在。其四,没有实现先进文化与旅游业的深度融合,讲品位讲格调讲责任与抵制低俗庸俗媚俗的工作机制尚未形成。

### 三、“两个效益”如何实现统一

我们党和政府非常重视文化的社会效益和经济效益的关系问题。2014年习近平总书记在文艺工作座谈会上的讲话中首次明确指出,要把文化的社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益相统一。2015年中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推动国有文

化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》。2017年党的十九大报告提出,要构建把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的体制机制。2019年党的十九届四中全会从坚持和完善文化制度的战略高度,提出建立健全把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的文化创作生产体制机制。为此,我们必须从以下四个方面作出努力。

#### (一)坚持文化建设与市场经济文化相匹配、与社会主义核心价值观的培育践行相融合、与人民文化生活需求相适应的发展方略

中国特色社会主义文化建设是在市场经济条件下进行的。从某种程度上讲,市场经济成熟与否,与市场经济发展水平相适应的法治环境、人文情怀、道德素养等休戚相关。从世界范围来看,市场经济越发达,市场经济文化就越显示出超强的开放性、包容性,这充分说明市场经济发展本身就蕴含着文化的进步,而且市场经济不只是一个经济概念,它包含着更多文化和价值观的要素。由此可见,文化建设不能脱离市场经济的发展目标、原则和要求,必须与市场经济文化相匹配。文化建设与市场经济分属不同的领域,其发展的边界和底线各不相同,文化建设的底线是社会效益,市场经济的底线是经济效益,如果将文化建设与市场经济的底线互换,就会偏离中国特色社会主义发展方向,就会与“五位一体”总体布局背道而驰。在此意义上,文化建设与市场经济不仅仅在视界上相统一,更需要在实践中相匹配。文化产业发展和公共文化服务建设务必把满足人民有效需求放在首位,这是文化建设的根本,是解决新时代社会主要矛盾的关键,是体现社会主义制度优越性的具体表现。同时,这一过程不是封闭僵化的,而是在市场经济的轨道上运行的,在取得社会效益的前提下,必须以促进经济发展为指归。

如果说文化的核心是价值观,那么文化建设的重心就是社会主义核心价值观的培育与践行。如果说文化建设要以人的发展为中

心,那么文化建设的目的就是满足人民日益增长的文化生活需要。社会主义核心价值观的三个维度,即国家、社会和个人之间的关系彰显了生产力与生产关系、经济基础与上层建筑之间相互作用、相互协调的整体性特征,揭示了中国特色社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设以及生态文明建设的高度协同性与融通性,进而呈现出经济效益与社会效益和谐统一的符号化表征。但是,任何应然判断如果不能转化为主体行动的实然判断,其价值主张是不可能实现的。

因此,要重视文化建设与社会主义核心价值观培育践行的高度融合,不能把文化建设仅仅看成是“器物”建设而忽视了对人主观精神世界的改造,更不能把培育和践行社会主义核心价值观游离于文化建设之外而失去宽广的平台。加强文化建设中核心价值理念的精神锻造,不能把社会主义核心价值观仅仅看成是时髦的标语口号,而只会内记于心却不能外化于行,更不能歪曲其话语表达的真理意蕴而远离生活的实际。凸显文化建设中人的地位和作用,不能把文化建设仅仅看成是对人民的“施舍”而使其缺乏参与的主动性,更不能在文化建设中损害人民利益而失信于民。

## (二) 打造高质量的文化品牌,提高社会的文化消费力

文化的很多功能如价值引领、经济驱动、和谐审美、辐射传播等,都是在文化消费中发挥作用的,文化对经济社会的贡献是通过文化消费来实现的。一个社会文化消费力的强弱直接决定文化产业增加值占GDP比重的大小,正是因为文化消费才使人们在潜移默化中接受新思想、新观点、新知识,逐步形成了稳定而成熟的世界观、人生观和价值观。与世界上发达国家相比,我国的文化产业增加值占GDP的比重是偏低的,文化消费力还不足以转化为坚实的文化竞争力。文化消费能力的高低固然有消费观念方面的原因,而其中最重要的因素就是文化产品供给与需求之间的关系,即社会是否能提供高质量的文化

产品来满足人民的文化生活需要,而文化产品有效供给不足的问题会严重制约文化消费力的提高。从目前文化消费市场来看,文化产品和服务种类繁多,但质量参差不齐,与美好生活相适应的高端文化品牌数量还相当有限。其主要根源在于,没有充分利用中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化等多种文化资源,缺乏将文化资源大国转化为文化强国的有效机制。文化与科技的融合力度不大,缺乏以创新的科学手段来有效打造既有文化内涵又有市场前景的文化产品。

任何文化品牌都有特定的符号意义和创意风格,因而能增强市场活力,激发人们的消费欲望。首先,以科技为支撑,赋予文化产品丰富的文化主题,做到内容和形式的完美统一。高科技文化产品要成为品牌,一定要有独立的知识产权和专利技术,这既是文化品牌市场化良性运作的根本保证,又是带动产品附加值的关键。很多文化产品之所以市场竞争力不强、其附加值较低,主要是因为缺乏具有个性化的文化意境,不能折射企业文化的内在精神和时代的审美神韵,创新力的严重不足阻碍了文化品牌的发展。其次,以组建创意开发团队为己任,致力于培养复合型高端人才,做到事业和平台留人。创意是打造品牌的核心,团队和人才是实现创意活动的先决条件。华强文化科技集团下的华强动漫能够在三维动画制作、环幕4D影院、立体成像技术等方面独树一帜,并产生了国际影响,最主要的原因是有一支期盼做世界一流动漫品牌的专业化人才队伍。只懂技术而不懂文化或者只有文化而没有技术的团队,是不可能激烈的文化市场竞争中脱颖而出且行稳致远的。最后,以增加民众的收入为重心,提高文化产品和文化服务的购买力,做到定位精准和服务周全。文化产品一旦具备了品牌影响力就会变成受大众喜爱的消费品,要提升民众对于文化品牌的消费空间,就必须持续打好脱贫攻坚战,千方百计开辟就业门路和增收渠道,从而使文化品牌进入寻常百姓家。

### （三）建立科学的文化企业评价考核体系，实现“两个效益”均衡发展

文化企业在文化建设中起着不可替代的重要作用。仅2019年我国文化产品进出口总额就达到1114.5亿美元，尤其是在电影、电视剧、动漫、网络游戏、数字音乐、网络文化等领域，不仅为国家经济发展增加了外汇储备，而且在推进中华文化“走出去”过程中讲述了中国故事，传播了中国声音，展现了中国风貌。但是从总体上看，我国文化企业体量偏小，创新能力还不强，尤其在处理“两个效益”关系方面还存在许多不足之处。

一是文化企业准入门槛较低，重数量而轻质量。随着互联网的普及和发展，与之相关的直播、快闪、抖音等新兴文化业态有增无减。有些文化企业盲目攀比跟风，为了获得所谓国际大奖而使其产品“去中国化”，甚至置民族情怀于不顾而任意篡改中国历史，迎合他国口味。

二是文化产品和服务处于中低端水平，模仿所占比重较大而原创性不够。高端文化产品和服务是通过产学研一体化来实现的，由于缺乏优势互补、资源共享的合作机制，文化企业不能很好地将人工智能、大数据、虚拟现实技术、增强现实技术等，广泛运用于文化生产和消费领域。

三是相关法律制度还不完善，制约监督举措尚未到位。到目前为止，政府各主管部门出台了部分各类企业生产经营的相关制度，但专门针对文化企业的法规条例并不多见，且操作性不强，致使文化治理缺乏有力的依据，操作起来力度不大、收效甚微。

为了形成讲品位讲格调讲责任的行动自觉，以及抵制低俗庸俗媚俗的良好氛围，在进一步完善文化企业法律制度的同时，建立“两个效益”相统一的评价考核体系迫在眉睫。

第一，按照中央有关精神，国有文化企业社会效益考核权重应占50%以上。在政治导向方面，要坚持党管意识形态，牢牢把握文化企业经营的社会主义方向，以“千磨万击还坚

劲”的意志抵制各种反动文化思潮。在价值取向方面，要把社会主义核心价值观贯穿到文化生产和服务的各个环节，以正确的民族观、国家观、文明观、历史观武装头脑。在内部制度和队伍建设方面，选拔既有文化专业水准、又懂经营管理的复合型人才充实到文化企业中去，使人才梯队的年龄、知识结构日趋合理。

第二，经济效益的量化指标要实事求是、量力而行。适应社会主义市场经济对企业经营理念的要求，不以损害国家、社会、个人利益为前提，加强资本运作的有效性、技术运用的前瞻性，确保国有资本保值增值，进而拓展发展空间，提升产品质量，强化品牌延伸，从而取得更好的经济绩效。

第三，严把制度关，坚决杜绝“四唯”。强调社会效益的首要地位并不是否定经济效益，而是否定不顾经济社会发展的历史条件而盲目追求唯票房、唯收视率、唯发行量、唯点击率等偏颇行为，决不能使之成为考核文化企业优劣与否的根本标准。

### （四）开发各类文化资源，形成各具特色的旅游产业

旅游业是文化产业的重要组成部分，如何赋予旅游业更多的文化内涵，使丰富的文化资源为旅游业服务，是党和政府、学术界探讨的热门话题。近年来，国家出台了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》《关于促进旅游业改革发展的若干意见》《关于推动特色文化产业发展的指导意见》《关于促进全域旅游发展的指导意见》等相关文件，为新时代旅游业的发展指明了方向。尤其是倡导“旅游+”的理念，为文化与旅游业的融合打开了思路。文化资源是文化建设的基础，各种自然景观、人文景观，以及历史文物、艺术作品、民俗、服饰等，都是文化资源的实存形式。中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化都有相应的实存形式呈现于祖国的天南地北。“旅游+文化”不同于以往纯粹的走一走、看一看，其所建构的特殊景观形成了一种蕴含多样化文化意义的

“文本隐喻”，它既能实现视觉享受、娱乐休闲，又能陶冶精神、净化灵魂，因而其过程有助于心智的锤炼、情感的表达、心灵的洗礼、道德的升华。通过它能解读中华民族的发展史、中国共产党的奋斗史、中国特色社会主义发展史、改革开放史，从而进一步理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、社会主义为什么好。“旅游+文化”不仅能提高交通、住宿、餐饮、演艺等行业的经济效益，而且能感化人、塑造人。

“旅游+文化”是中华文化创造性转化为物质力量和精神力量的自觉行动。因此，我们要大力挖掘中华优秀传统文化遗存，综合开发红色文化、生态文化、新农村文化，使之与旅游业结合起来，形成各具特色的古迹旅游、红色旅游、生态旅游、农家乐园游等。开发文化资源、拓展“旅游+文化”不仅要考虑经济利润最大化，而且要遵循文化自身的发展规律，保持经济与文化的协调、可持续发展。任何一种文化遗存都有其特定的历史记忆和故事，开发和利用不能随心所欲、急功近利，而是要在不损害其主题和意义的前提下进行。从总体上讲，我国在开发运用传统文化遗存方面取得了一定成就，积累了很多经验，还需要在工业文化遗存的保护、开发和转化上加强整体谋划。工业遗存的展示，既有利于拓展新的旅游

项目、推动旅游业向纵深发展；又有利于体悟加速发展制造业的重大意义、培育新时代的工匠精神。此外，乡村振兴战略的实施给“旅游+文化”带来了新机遇。诸如创意农业、养生养老、生态餐厅、乡村手工艺、休闲农庄、特色小镇、民风民俗等，都成为旅游内容的重要组成部分，这就需要各级政府职能部门统筹规划、善作善为，把制度优势转化为经济效益和社会效益比翼齐飞的强劲动能。

#### 参考文献

- [1] 习近平.在庆祝中国共产党成立95周年大会上的讲话[M].北京:人民出版社,2017.
- [2] 习近平.在文艺工作座谈会上的讲话[M].北京:人民出版社,2015.
- [3] 马克思恩格斯文集:第2卷[M].北京:人民出版社,2009.
- [4] 张谨.文化生产及其产品的内涵与特征[J].文化学刊,2016(9):124.
- [5] 马克思·霍克海默,西奥多·阿道尔诺.启蒙辩证法:哲学断片[M].渠敬东,曹卫东,译.上海:上海人民出版社,2003.
- [6] 张谨.两种不同的乐观主义大众文化观:瓦尔特·本雅明与约翰·费斯克的比较[J].岭南学刊,2016(4):126.
- [7] 特里·洛威尔.戴从容,译.文化生产[M]//陆扬,王毅.大众文化研究.上海:上海三联出版社,2001.

### How Can the “Two Benefits” of Cultural Construction Become Unified

Zhang Jin

**Abstract:** Social and economic benefits are the basic functions of culture, which are the two sides of cultural construction. From the perspective of theoretical logic, the unity of the “two benefits” is the strong guarantee for building a socialist modern cultural power; From the perspective of practical logic, the unity of “two benefits” is the summary of cultural construction experience since the founding of New China; From the perspective of value logic, the unity of “two benefits” is a fundamental approach to materialize the ultimate concern of Sinicized Marxism. But in reality, due to the particularity of cultural products, the inherent flaws of market economy and the imperfect cultural creation and production system mechanism, it is difficult to get the “two benefits” unified. To achieve the unity of the “two benefits”, we must adhere to the development strategy that cultural construction shall match with market economic culture, integrate with the cultivation and practice of core values, and adapt to people’s cultural needs; build a high-quality culture brand and improve the cultural consumption of the society; establish a scientific evaluation system for cultural enterprises and materialize the balanced development of the “two benefits”; develop various cultural resources and build tourism industries with unique characteristics.

**Key words:** social benefit; economic benefit; cultural construction; organic unity

[责任编辑/李 齐]