

弃了描绘自己的方式的社会将很快坠入受奴役的困境之中。”^①而现任法国总统雅克·希拉克(Jacques Chirac)说得具体：“创造性的作品不能与普通商品混为一谈”，“当今世界正面临着单一文化的威胁”，这是一种“新形式的殖民主义”。^②

2003年10月，由加拿大和法国牵头，大约60个欧洲国家和发展中国家主张签署一项关于文化多样性的国际公约，发起了新一轮的全球文化保护战役。有关各方就正在拟定中的文化多样性国际公约开始谈判。这项公约旨在帮助其他国家保护本民族文化，以免被好莱坞“同化”。法国总统希拉克在联合国教科文组织大会上发表讲话时说，如果这样一项公约得以通过，“担心失去独特身份的国家 and 民族就能以更大的信心向世界敞开大门”^③。

在法国的带领下，大多数欧洲国家对传统民族文化的保护问题越来越重视和关注。同时，同样的危机和问题也摆在了中国人的面前。一方面，以美国为代表的现代流行文化如好莱坞电影、快餐店麦当劳、肯德基，以及耐克、可口可乐等知名品牌在中国人特别是青少年的生活中占据了越来越多的分量；另一方面，中国的近邻日本、韩国也在中国刮起了带有日本、韩国特色的“日流”、“韩流”风，许多青少年把日本、韩国传来的发型、服饰看做流行时尚而盲目追求；木村拓哉、金喜善、安在旭成为众多青少年的偶像；日本的索尼、松下等小家电，韩国的网络游戏如《仙境传说》等吸引了众多中国人特别是青少年的目光，成为人们交流的重要话题。据《新周刊》在北京、上海、广州、台北、香港五地的1990到1995年出生的孩子中做的一项调查显示，有20%的孩子不知道文房四宝是什么，有13.3%的孩子完全不知道“四大发明”是什么^④。在这种情况下，对中国传统民族文化的保护和传统文化元素与基因的传承已经成为现代高速发展的中国所面临的一个重要问题。

当代明显的全球化趋势突出了人类不同文化之间的差异与融合。大众传媒既是全球化的推动者，又是传统民族文化的传播者和发展者。在这种趋势下，大众传媒与传统民族文化的保护和发展之间的互动关系，显然是个应该关注的重要课题。

在文化保护方面，可以说法国是一个很有代表性的国家。从政府到普通老百姓，法国都在文化保护方面走在世界其他国家的前列，为其他国家如何在传播全球化的形势下保护和坚持发展本民族文化做出了可贵的探索。因此，本研究以法国的文化保护政策与大众传媒的关系为研究对象，试图通过对法国文化保护政策产生与推行的历史与社会文化背景的分析，尤其是以揭示当今世界文化传播格局中美国文化及其全球化的发展趋势，探索法国的大众传媒对法国的文化保护政策的推行过程所产生的影响和作用，为中国文化的传承、保护与发展寻找有益的启示和对策。

一、法国大众传媒对文化保护政策的落实及其影响

法国政府所秉承的文化保护主义，总体上来说是在欧盟国家内最具争议性的话题。大到一

① 杨子葆：《密特朗：皇帝或伟大建筑师》，<http://www.etaiwannews.com/Forum/2002/08/19/1029743796.htm>。

② 申伦：《加快信息化建设的重要性和必要性》，http://www.e-works.net.cn/ewkarticles/category13/article5192_2.htm。

③ 《60国主张签署联合国公约阻击“巨无霸”文化》，<http://mil.qianlong.com/4919/2003/10/22/228@1660850.htm>。

④ 《还有多少中国味儿？》，《新周刊》，2004年6月1日，总第180期，第22页。

视台签署转播合同等。这样一来，许多艺术节做到了收支平衡，有的还有盈余。

文化艺术节为举办城市带来的好处是显而易见的。不少城市因艺术节而知名度大增，如戛纳电影节、尼斯狂欢节、阿维尼翁戏剧节、昂蒂波爵士乐节等，每年都吸引众多的爱好者。一年一度的阿维尼翁戏剧节已有 50 多年的历史，每届历时三周，前来观看莎士比亚、莫里哀、高乃依等的古典剧目及各种现代戏剧的观众可达 10 万人。西南部出产白兰地的干邑地区每年举办国际侦探电影节，把侦探电影与白兰地干邑联系在一起，为商业活动注入了文化成分。

文化艺术节大大刺激了当地的消费。阿维尼翁戏剧节的预算是 4650 万法郎，其中 30% 用于在当地购置设备和器材及印制各种宣传品。法国西部布列塔尼每年举办民间艺术节时，城市周围方圆 60 公里之内的旅馆全都爆满。去年，为期 10 天的奥里亚克街头艺术节为当地旅馆业和餐饮业带来了 5000 多万法郎的收入，相当于它们平时三四个月的营业额。此外，文化艺术节的举办，也为各地创造了数量可观的就业机会。

2. 消极影响

温室的花朵：能否适应外来的冲击与竞争？

不管对当今世界的全球化潮流有多少不满和争议，大家都不得不承认，全球化是当今世界发展一个不可逆转的大趋势，世界各国不同文化之间的交流与融合也因此成为当今世界文化发展一个不可逆转的趋势。因此，任何国家想要发展本民族的传统文化，都不可能固守在自己的小圈子里，不和外来文化接触。

文化的力量越来越成为综合国力和国际竞争力的重要组成部分，把文化看做一种国际竞争力，是每个国家发展与壮大自身所必须认识到的一点。当今世界，文化与经济、政治相互交融渗透，世界之争不仅是经济、科技、国防实力之争，也是文化实力和民族精神之争。

我们可以看到，法国执行的文化保护政策，在很大程度上促进了本土文化的发展，保护了传统的法兰西文化在当今世界的地位。但是我们也要看到，过度的文化保护，把法国文化局限在一个小圈子里，不能更好地吸收和借鉴外来文化先进的一面。美国文化之所以能够在全世界取得成功，必然有其值得学习和借鉴的东西。而法国人在这方面则走到了极端的一面。例如禁用英文单词“Email”（电子邮件）一词，对法语的爱护诚然可取，但用一个表述起来复杂得多的法语单词来代替它是否真的有必要，恐怕还需要进一步商榷。再例如，在法国国内，法国人不说英语，这也给到法国旅游访问的人造成了极大的不便。

对于排斥外来文化如此坚决的法国文化来说，总是固守在自己的圈子里，不和外来文化展开竞争，久而久之必然会降低本土文化与外来文化相抗争的能力。在文化交流与融合日益增多的今天，这是绝对不利于本土文化发展的。

对本土媒介产业发展造成的限制

在广播电视方面，根据法国文化部的信息显示，大部分法国电视从业人员和电影发行人都支持配额制度和节目限制，法国两个公共电视频道——法兰西二台和法兰西三台对此尤为拥护。然而，民间对此说法并不全信。因为一些节目制作人说配额制度不仅限制了他们的专业自由，而且限制了观众收看的自由。

津贴制度一直维系着法国电影行业的生存和进一步发展。由此，每年大约 130 余部电影得以制作出来。这样的电影中有很多是与电视公司合作生产的并在电视上播出。即便是这个数量，也达不到电视必须播放的法国电影规定的数量要求。法国法律要求非欧洲制作的影片

播出数量不得超过总数的40%，这项规定常使得法国的电视台捉襟见肘。因此他们只好通过重播和以次充好的方式填充他们的黄金时间段。

电视公司遇到的另一个障碍就是法国法律要求电视公司将营业额的15%用于支持“法国本土作品”的制作。许多电视公司的负责人认为这个数量规定得过多过死，一些内容制造商拿不出好的节目只好滥竽充数。此外，法国是欧洲唯一要求它的电视台购买欧盟成员国节目的国家，而其他的成员国并不承担相应的义务。

尽管欧洲传统的电影制片人仍然想得到政府从津贴到配额制度的保护，但倾向于商业取向的电视制作人对政府所谓保护文化的措施逐渐怀疑起来。因此商业电视协会（the Association of Commercial Television）和传统流派的电影导演之间的冲突越来越尖锐也就不足为奇了。

事实上，遇到尴尬的并不只是法国一个国家，在整个欧洲这个问题具有相当的普遍性。虽然欧洲委员会采取了诸种措施，欧洲五个最大的国家的1800万观众每星期收看的还是类似“Bay watch”的美国节目，美国电视节目依然在欧洲大行其道。欧洲许多大的商业广播公司，例如法国第一家私有制频道TF1就很清楚地认识到这个现实，从而争取进口更多的美国节目。

美国电影在欧洲的出口量也在逐年上涨。法国对国家电影的保护政策有两个目标：保持经济发展以及保护文化传统。法国一直注意对具有“专业性质”的行业的保护，比如电影制作人、技师、演员等行业。此外，法国政府还要关注一个更重要的问题即民族文化的繁荣问题。当然这并不是要完全排斥英语的入侵、美国生活方式的推广、影片为美国产品所作的免费广告的推介，但是这些必须要在法国政府可控制的范围内进行。对法国来说，就像前总统密特朗（Francois Mitterrand）1993年在波兰城市格丹斯克的演讲中所说的那样，电影是一种“不同于其他行业，它通常是一个国家形象的某种透射”^①，他强调精神产品不能简单等同于物质商品，其中所包含的文化成分不能随便被商业化。一个沉溺于借助别人的文化产品展示自己的社会是一个受奴役的社会。

为了扶植电影业，法国政府对外国产品进行了配额限制，并为国内的电影业提供财政津贴。为了使这些措施更有效率，它还积极敦促欧洲理事会采取文化保护主义。然而，这种配额制的执行对保护本土文化实际上又有多大的效果呢？美国娱乐和知识产权律师比尔·格兰瑟姆（Bill Grantham）说，“配额制度并不重要。”^②按照他的观点，视听产品配额制度的强迫接受并不能改变欧洲电视的节目内容，美国影视产品的销量并不会下降。还有人认为，政府的帮助和扶持使得电影生产者忽视产品在市场上可销售性，把有限的预算花在价值可疑的实验上。

但是我们不能将法美之间的这场文化战简单化。法国与美国好莱坞工业之间的关系远远不止于一场争夺战，他们之间更有着合作和互相借鉴的联系。一些法国导演已经着手对好莱坞各种流派进行充分的研究和学习，合作使他们得以分享文化交流和经济收入带来的成果。

我们很容易将美国电影的席卷狂潮指责为“全球霸权”，然而好莱坞的大受欢迎有其内在的意义。虽然美国文化产品包含大量有帝国主义特征的现象，但同时它也建立了一块将所有民族都联系起来的共同领域。好莱坞故事的全能表现对于别国电影业的发展是有借鉴意义的，既可以作为一套基本的文化规则，也可以视为一种经济发展模式。为了战胜这个傲慢的

① 杨子葆：《密特朗：皇帝或伟大建筑师》，<http://www.etaiwannews.com/Forum/2002/08/19/1029743796.htm>。

② 王晓德：《关于“美国化”和全球多元文化发展的思考》，《美国研究》，2003年第3期。

竞争者，借鉴成为一种必需。有识之士认为法国为了重新树立自己的形象，应该仿效好莱坞影片制作的经济原理，并借鉴和改造其艺术理论。只有制作出法国自己的优质产品，才能夺回在文化领域的话语权，建立种种制度以保护自身的文化在世界范围内的影响力。

二、法国大众传媒对法国政府制定文化政策的影响

1. 法国政府对文化保护的新认识

由于法国文化部在文化保护中所处的特殊地位，它一直受到美国所施加的威胁，同时也受到对法国电影的前途担心不已的文化精英们不遗余力的支持。这些文化精英关注的与其说是美国这个“暴发户”来劫掠法兰西民族的创造力，不如说是担心好莱坞是美国施放于法国的一匹“特洛伊木马”——与其产品相伴而来的是，好莱坞电影为美国产品从衣服、快餐到流行音乐所作的免费宣传。“美国输出的不仅仅是它的电影”，法国戛纳电影节主席圣伊莱斯·雅各布（Giles Jacob）说，“它输出的实际上是美国的整个生活方式。”^①

《参考消息》2005年3月22日第3版题为《法国向美国发起“文化反击”》的报道称，法国总统希拉克已发誓对美国的文化统治发起一场新的“反攻”。他正在争取英国、德国和西班牙政府的支持，拟耗资数百万欧元，将整个欧洲文学作品搬上网络。希拉克总统发誓这么做，主要是针对如下消息：美国因特网搜索引擎提供商 Google 公司计划将目前收藏在英语世界五大图书馆中的大约 1500 万册图书和文献搬上网。巴黎的文化部门认识到，“盎格鲁-撒克逊人”的世界图书馆梦想即将取得重大突破。这使他们惴惴不安，从而再次引发了这样的担心：法国的语言和思想有朝一日将被削弱。

2. 法国政府不断加强在保护和发展传统民族文化方面的政策力度

法国政府通过文化部对其文化艺术事业进行管理和指导，主要采取国家财政拨款方式，辅之以行政和立法手段。1993年，法国的文化预算为 128.96 亿法郎，占国家经费预算的 0.93%；1994 年的文化预算比上年增长 4.3%，为 134.55 亿法郎，占国家预算的 0.95%。1995 年文化预算的数额与 1994 年基本持平，为 134.49 亿法郎。1995 年法国新政府更加重视发展本国文化事业。希拉克总统宣布，国家今后每年拨出的文化经费将不少于国家经费预算的 1%。根据这一决定，法国 1996 年的文化预算增加到 155.42 亿法郎，比上年增加了 15.8%，占国民预算的 1%。1997 年法国的文化预算为 151 亿法郎，仍占国民预算的 1%。^②虽然绝对数额有所下降，但因几处大型文化基础工程已经完工，实际费用并未减少。近年来，法国经济形势严峻，财政赤字巨大，失业率高居不下，社会问题丛生，但他们并没有采取牺牲或削减文化投资的方式来孤立发展经济，而是选择了通过增加文化投资，以文化的发展来促进经济发展的道路。文化投资的绝对数额在逐年增加，在国家经费预算中所占比例也在逐年提高，并已稳定在 1%。文化投资的增加不仅促进了经济的复苏，增加了就业人数，更重要的是维护了社会稳定，大大地增强了国家和民族的凝聚力，减少了社会内部各种排斥力量

^① 姜飞：《美国的传播霸权及其激发的世界范围的文化保护》，中国网 <http://www.china.org.cn/chinese/zhuanti/qkjc/844479.htm>，2005年4月21日。

^② 金元浦：《文化产业的对位性机制：市场条件下的文化艺术保护》，文化研究网 <http://www.culstudies.com/rendanews/displaynews.asp?id=1050>，2003年6月2日。

他们认为,任何一种新的信息沟通模式都不仅仅是简单取代旧有模式,还附加了新价值观,因此必须对此加以制衡。历史文化极其灿烂悠久的欧洲,不能在知识文化传播上变成哑巴,有必要利用网络这一最便捷手段扩大欧洲的影响,而“大欧洲”建设也正有赖于人们对欧洲文化影响力的认同和汲取。

法国媒体普遍认为,建设欧洲自己的数字图书馆是法国乃至欧洲文化保护战的一项重要措施。遗憾的是,有着悠久历史文化和先进技术的欧洲国家,在数字图书馆建设方面分散而无力,至今难以形成统一的技术体系。而“谷歌”拥有世界最多的用户,一旦网上图书馆建成,欧洲本土文化将无招架之力。

2005年5月,法国、德国、意大利、西班牙、波兰和匈牙利6国首脑发表了一封公开信,呼吁尽快启动“欧洲数字图书馆”项目。法国总统希拉克和时任德国总理的施罗德想得更为周全,他们提出了全面提升欧洲文化与技术力量的方案——建设欧洲自己的搜索引擎。

据悉,“我搜”不只是一个搜索引擎,而是一整套网络工具,能够用于翻译、识别和索引包括图片、声音、文字在内的信息。这项计划目前还面临诸多技术难题,市场前景也还是未知数。尽管如此,“我搜”的建设已是只能前进不能后退。正如让纳内所言:“鉴于‘谷歌’可能推动美国压倒性的话语权,必须对‘谷歌’的资源垄断进行欧洲人的反击,从而让人们了解欧洲的智慧、历史以及文化遗产。”

小 结

维系民族文化,最根本的就是要维护文化主权,反对“文化霸权”。文化主权是指现代民族国家将本民族文化的习惯、信仰和价值观念上升为国家意志,意味着对本民族文化所拥有的至高无上的权利和权威。文化主权所认同的文化观念来自于民族文化传统,它不排斥外来文明,而是要求对外来文化观念的吸收立足于本民族国家的诠释,并有利于本民族文化的发展。

当前,维护文化主权,首先要形成本民族在文化全球化中的发展战略,这是维护民族文化主权、保证民族文化顺利发展的一项极为重要的任务。在文化战略中要突出文化产业的保护和发展问题。可以说,西方文化以产业形态对其他弱势国家所强行的“市场准入”,构成了发展中国家最大的文化安全问题,维系民族文化的纽带在其剧烈冲击下显得异常脆弱。为此,受文化殖民威胁的国家要从根本上摆脱这种困境,必须从整个国家战略的高度,实行产业政策的战略性调整,构建适合于本国的文化产业体系,以形成能够抗衡西方文化大举入侵的重要力量。

中华民族优秀传统文化博大精深,源远流长,对人类的进步和发展产生了广泛而深远的影响。在新的历史条件下,弘扬和继承中华民族优秀传统文化,对凝聚全民族的意志和力量,振奋民族精神,形成良好的社会风气,保证社会主义市场经济的健康发展,促进整个民族素质的不断提高,实现中华民族伟大复兴具有十分重要的意义。青少年学生是祖国的未来和民族的希望,他们将承担建设中国特色社会主义的历史任务,他们的思想道德、文化素养直接关系到全面建设小康社会的目标能否顺利实现,关系到中国特色社会主义事业的成败。因此,切实加强优秀传统文化教育对于中国的发展是十分必要的。

民族民间文化,是中华文化的根基和重要组成部分,是承载中华民族精神与情感的重要

12. 马胜利:《两个民族的自视与互视——中法关系回顾与思考》,《法国研究》,2003年第2期。
13. 明安香:《试论传播是生产力》,《传播·社会·发展》,成都科技大学出版社,1996年。
14. 琴星:《走向21世纪的法国》,中原农民出版社,1999年1月。
15. 沈坚:《当代法国:欧洲的自尊与信心》,贵州人民出版社,2000年9月。
16. 滕藤:《光荣与梦想的实现:法国百年强国历程》,黑龙江人民出版社,1998年3月。
17. 孙旭培:《中国传媒的活动空间》,人民出版社,2004年4月。
18. 苏旭:《法国文化》,文化艺术出版社,2001年8月。
19. 魏明德:《全球化与中国——一位法国学者谈当代文化交流》,商务印书馆,2002年9月。
20. 翁德明:《法国文化教室——跨越时空的法国文化之旅》,台北:九歌出版,2001年3月。
21. 王岳川:《全球化与中国》,山东友谊出版社,2002年10月。
22. 杨海燕、罗国祥:《法国社会与文化》,武汉大学出版社,2003年6月。
23. 张丽、冯棠:《法国文化与现代化》,辽海出版社,2000年1月。
24. 张晓明、胡惠林、章建刚:《2004年:中国文化产业发展改革报告》,社会科学文献出版社,2004年2月。
25. 朱剑、赵枫:《法国简史》,台北:书林出版,1996年7月。
26. Jandt, Fred E., *Intercultural Communication*, London: Sage Publications, 1995.
27. Samovar, Larry A., *Communication Between Cultures*, Richard E. Porter & Lisa A. Stefani, Wadsworth Publishing Company, 1997.
28. Hir, Marie - Pierre Le, *French cultural studies: criticism at the crossroads*, Albany: State University of New York Press, c2000.
29. Clavel, Maurice, *Délivrance: entretiens recueillis par Jacques Paugam dans le cadre de son émission "Parti pris" sur France - culture*. Paris: Editions du Seuil, 1977.
30. Aron, Raymond, *Quelle crise? Quelle société? / Préf. de Roland Barthes*. Directeur de la publication Roger Pillaudin, Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 1974.
31. Oudot, Simone, *La France: culture, économie, commerce*, Boston: Houghton Mifflin Company, 1984.
32. Garcin, Thierry, *Les impératifs de défense: une enquête internationale*, Paris: Economica: France culture, 1984.
33. Milhouse, Virginia H., *Transcultural Realities*, Molefi Kete Asante & Peter O. Nwosu, London: Sage Publications, 2001.