

# 肆、文化

吳宗憲、張麗卿、余康寧

大陸大學人事薪給制度改革拉開序幕。  
偏遠地區實施「希望工程」遭遇困難。  
北京業者實行電影院設施分級制度吸引觀眾進場消費。  
最受北京白領階層歡迎的休閒據點 - 「鵝和鴨」酒吧。  
因應市場改革，大陸報業2000年起全面自負盈虧，中央和各機關將停辦機關報，所有報紙半年內完成改制。  
大陸地區圖書出版發行已出現多渠道，非國有書店逐漸獲得官方認同，並威脅新華書店正統發行地位。  
「談話」形態成為大陸傳播媒體的新潮流。  
「新聞出版署」發布「出版市場管理暫行規定」，明文放寬外資介入出版物零售業務。

## 一、高層文化

### 大陸大學人事薪給制度改革拉開序幕

大陸「教育部」1999年11月發布「關於新時期加強高等學校教師隊伍建設的意見」。其中強調，到2005年，大學教師的實際工資收入在國民經濟16個行業中將達到中上水平(光明日報, 1999.11.15)。根據此一政策，從11月開始各大學將陸續調整教師薪給。

清華大學首先實行，根據其新的分配辦法規定，全校所有教職員工依據崗位的不同，分為9級，最高的9級教師收入每年增加50,000元人民幣(幾乎是原有薪資的兩倍以上)，最低的1級教師增加3,000元人民幣。而北京大學、復旦大學、上海交大也將接續清大實行調整薪給的政策(中國青年報, 1999.11.16)。

此次調整薪給制度的施行，除可吸引各領域優秀人才進入教育界，更代表以市場為取向的效益概念將慢慢地侵蝕傳統「吃大鍋飯」的分配制度。

### **偏遠地區實施「希望工程」遭遇困難**

根據相關研究指出，大陸為改善偏遠地區學校長久以來積弱不振的現象，所實施的「希望工程」運動，歷經多年仍存在以下問題：

（一）經費短絀：大陸當局投入教育工作之經費一向不足，根據統計，1998年國家財政性教育經費支出占國內生產總額比例為 2.55%(光明日報, 1999, 11, 29)，雖較上一年多出 0.06%，但與聯合國其他國家比較仍為倒數。原已不足之經費在官方發展高等教育之考量之下，分配至偏遠地區之經費便更加不足。

（二）基礎教育仍不受重視：重視大學教育及尖端科技，而忽視中小學的基礎教育。更甚者，偏遠地區的基礎教育已經到了可有可無的地步。例如：藏族的喇嘛寺廟和新疆伊斯蘭教寺廟，其吸引力便比公立學校還大。

（三）分層負責，但卻缺少自主權：結構上既已規定分層負責，負擔經費開支，但政策上又缺乏彈性，使得分層負責空有其名。舉例而言，貧困的基層地區雖有雜費等的收入，卻需上繳，人事經費部分則往往幾個月發不出薪水。

（四）教學內容貧乏，效益低落：若就偏遠地區的少數民族而言，教學語言是一大問題。使用教科書和漢族地區無異，內容格格不入，編排極不合理。結果造成既盲於自己的民族文化，也盲於漢族文化的「雙盲」結果。

## **二、通俗文化**

### **◆北京業者實行電影院設施分級制度吸引觀眾進場消費**

為吸引大陸民眾進入電影院消費，提振北京電影市場低迷的景氣，繼上海市於 10 年前實行「影院評星定級」措施之後，北京市也在 1999 年 10 月 25 日正式採用這項措施。據負責分級制度的「北京市電影發行放映協會電影院星級評定辦公室」指出，電影院設施的評定將分為 1 至 5 星級，5 星級的水準最高。目前北京市共有 24 家電影院申報評定 1 至 3 星級，還沒有影院申請評定 4 星或 5 星級。

據報導，4、5 星級的電影院水準硬體設施要求相當嚴格，包括主體結構耐久年限要達到 100 年以上；必須設有停車場、設有多處的觀眾物品寄物處；具備電腦售票系統，可進行網路購票，另外售票亭、休息室、觀眾席乃至衛生設備都必須符合嚴格的寬敞與舒適標準。然而截至目前，在號稱全大陸文化中心的北京城內，還沒有符合前述 4、5 星級標準的電影院。而在商業大城的上海市，已經有一家 5 星級和 4 家 4 星級的電影院。一般認為，上海市自實施影院分級制度之後，電影院業者愈來愈重視聽環境的營造，對整個市場來說具有良性競爭的效果。

據業者指出，上海 5 星級的電影院票價是 6 至 30 元人民幣，4 星級電影院的票價是 5 至 20 元人民幣，不像北京的電影票價由電影院自行決定。整體說來，雖然上海的票價比北京低，但是票房成績頗為理想。1998 年上海影城播映外片「鐵達尼號」的票房是 780 萬人民幣，排名全大陸電影院票房收入的首位（摘自中國文化報，1999.11.22.，1 版）。

目前，北京已經有多家電影院撒下巨額資金翻修電影院設備，希望能爭取更好的星級評定，以吸引更多的觀眾進場，同時也能藉由星級評定的結果提高票價，增加收益。不過，也有部份電影人認為「影院評星定級」只是治標的辦法，要根本解決大陸電影業適應市場經濟衝擊的危機，仍必須從電影創作觀念的改變及經營體制的全面調整著手。

#### ◆ 「鵝和鴨」酒吧 - 最受北京白領階層歡迎的休閒去處

隨著經濟改革開放，外商企業進駐大陸娛樂市場，近幾年來大陸的娛樂場所數量激增，經營的種類亦趨於多樣化。座落在北京城使館區內的「鵝和鴨」酒吧成立 3 年來，由於經營方式靈活，能充分掌握時下流行趨勢，因而廣受京城地區白領階層民眾的歡迎，成為當地最著名的娛樂消費場所之一。

北京「鵝和鴨」酒吧與京城其他酒吧最大不同之處，在於精心規劃不同的活動安排，滿足顧客多樣化的消費需求。如週一舉辦「電影之夜」，利用大銀幕放映熱門影片；週二與週三舉辦撞球比賽；週四舉辦飛鏢比賽；週五舉辦鋼琴之夜演奏；週六和週日舉辦「鵝與鴨生活時段」和「遊戲日」等活動。遇有

重要節慶活動如耶誕節、新年、則規劃特別節目，為酒吧製造不同的氣氛。據酒吧經營者指出，「營造其樂融融」的氣氛是酒吧經營的基本理念。據統計，北京當地的中外使館工作人員和外商公司白領上班族是酒吧的基本客源(摘自中國文化報，1999.11.29.，2版)。

除了城內的酒吧之外，店主還結合了北京郊區佔地約1,000畝的「鵝和鴨」休閒農莊，提供遊客於園中採摘水果及從事各項野外休閒、體育活動。據業者指出每天前往消費的顧客除了中外企業主、還有一般的家庭旅遊、機關聚會及中學生聯誼活動，生意興隆。從「鵝和鴨」酒吧經營成功的例子可以發現，大陸民眾在三餐溫飽之後，已經愈來愈重視休閒生活的安排與服務品質的要求。一般認為，未來幾年內大陸的娛樂消費市場商機可期。

#### ◆首屆「上海藝術節演出交易會」11月在滬登場

大陸第一屆「上海藝術節演出交易會」於1999年11月10日至12日在上海國際會議中心舉行。據大陸當局指出，活動的目的是為了促進藝術資訊的流通，除了向海外推銷大陸的藝術節目外，也藉此引進其他國家的藝術節目。參加交易會的有來自大陸及海外的演出製作人、經紀人、表演藝術公司及代理商。據報導，交易會期間共簽訂了48項合作計畫，其中有36個為涉外合作項目，包括俄羅斯小白樺歌舞團、瑞士貝加芭蕾舞團等將於2000年至大陸演出，引進的海外藝術節目類型多為交響樂、芭蕾舞和歌舞類。另外，達成口頭協議的也有157項。大陸方面對外輸出的藝術節目主要是京劇、崑曲、越劇、雜技、武術等傳統藝術(中國文化報，1999.11.16，1版)。

據大陸一些演出公司負責人指出，近年來大陸的演出公司發展很快，數量也很多，但發展都不成熟，市場操作沒有明確的規範。整體而言，演出市場真實的資訊太少，對海外藝術團體演出水準的了解更是有限，因此，辦理類似的演出交易會可彌補藝術資訊流通的不足，但是，演出公司的專業化與職業化更為重要(中國文化報，1999.11.15，1版)。事實上，隨著新興娛樂媒體的出現，這10幾年來大陸的表演藝術市場已經有明顯的萎縮，尤其是大都市中的傳統藝術表演衰退情況更是

嚴重，不論是戲曲、歌舞、話劇，很多團體都是演一場賠一場，經營相當困難（「大陸沿海地區主要城市表演場地概況」，本會編印，1999年12月，254頁）。而大陸當局也意識到問題的嚴重性，已經著手進行體制的改革或是推動類似演出交易會的促銷方式，使大陸的傳統表演藝術還能往國際市場輸出。不過，要真正改善大陸的表演藝術市場的體質，其實仍有賴大陸當局放寬對藝術創作思想的控制、擺脫政治教條，讓藝術創作本身具有生命力，才是藝術作品得以承受市場競爭考驗的根本之道。

### 三、大眾傳播

#### 「新聞出版署」發布重要文件，改革報刊市場

跨入新世紀，因應市場改革，大陸報業將出現重大轉變。「新聞出版署」11月16日發布重要文件，正式宣布「中央」和國家機關各部門原則上不辦機關報；原所辦的報紙，發行量在3萬份以下的予以撤銷；自2000年1月1日起，一律自負盈虧，不再發文徵訂；其直接主管主辦的期刊只保留一種；各司、局主管主辦的報刊一律停辦或劃轉；各省、自治區、直轄市廳局除保留一份指導工作的期刊外，不得再與黨報、出版社等聯合主辦報刊；各地（市）級局、辦、部、委不辦報刊，現有報刊一律劃轉或停辦。依此原則預訂2000年上半年大陸現有的2,160家報紙，至少關掉200家（新聞出版報，1999.11.22, 1版）。

「新聞出版署」發布文件中特別指出，原屬各機關部門之機關報「可以在自願、協商基礎上，劃規中央級的人民日報、光明日報、經濟日報等黨報或其他報業集團」，凸顯中共加強組建報業集團的政策方向，現今大陸已先後成立廣州日報、南方日報、羊城晚報、光明日報、經濟日報、文匯新民聯合集團及深圳特區報等7個報業集團，這標誌著大陸的新聞改革在不斷深化，媒體正走向企業化、專業化，以更強勢的姿態適應報刊市場的挑戰。

#### 大陸圖書出版發行已呈現多渠道發展，威脅新華書店正統發行地位

改革開放給大陸地區帶來思想上的大解放，出版業呈現空前繁榮，被稱為「朝

陽產業」，1997年全國出版業總資產達700億元人民幣，在全國33個行業中排名第四。九〇年代出版單位開始設立起自己的圖書發行部門，直接參與圖書發行，逐漸與市場接軌，另外，圖書發行也實行多渠道發展，除了官方新華書店外，亦允許一些屬於集體或個體性質的圖書經銷單位發行圖書。這些「第二渠道」非國有發行單位，往往也主動組織稿件形成個體出版業，並創造出許多暢銷書，雖然官方對此個體出版行為仍施予嚴格限制，但其靈活機動的運作手法，已對官方出版單位產生衝擊，也刺激官方進行更加深入和廣泛的改革。

1998年10月間「第九屆全國書市」正式讓「非國有書店」設立攤位展銷圖書並參與圖書訂貨。「新聞出版署發行司」1999年10月更進一步指出，相關文件沒有「主渠道」和「二渠道」之分，所謂主次之分是市場競爭的結果，那個市場份額大，那個就是主渠道，正式向新華發行系統存續發展提出警訊。

### 「談話」成為大陸傳播媒體的新潮流

走過「文革」人與人鬥爭，相互仇視的年代，大陸民眾逐漸受到世界潮流的影響，開始渴望對談、交流和被瞭解，於是幾年間各種各樣的談話類（包括訪談、交談、聊天等）節目、專欄、文章以至書籍突然地在大陸內部流行了起來，成為傳播媒體中湧動的一股新趨勢。

大陸傳播媒體中率先燃起這股熱潮的當屬電視。中央電視台從早些年「東方之子」，到近兩年的「實話實說」、「面對面」，北京電視台的「元元說話」、香港鳳凰衛視台的「楊瀾工作室」等都是頗受大陸觀眾注意和歡迎的談話節目。這些節目的共同特徵是擺脫空話套話和呆板的形式，營造妙趣橫生的氣氛，展開平民式暢所欲言的對話，圍繞社會關心的熱點話題共同探討，在傳送客觀信息的同時，也提供著文化與思考。

電視談話節目的表達方式，迅速為報紙、雜誌、圖書等傳媒所借用，一些報刊開闢了談話類專欄或刊載談話類文章，有的乾脆將電視節目的「可看」轉化為「可讀」，如文匯報「獨家採訪」專版刊登「楊瀾訪談錄」；中央電視臺的「焦點訪談」、「東方之子」、「實話實說」等節目，則分別以書的形式結集出版，

使節目的影響力更為延展（新聞出版報，1999.9.6，2版）。

「談話」形式在大陸的風行，象徵人民對知識的渴求，除浮面的接收訊息外，更希望深入掌握事情的前因後果，另外也代表人民「有話要說」的傾向，願意主動表達自己的想法，尋求認同者。而年輕一代思想活躍、心態開放，對新思維表現出高度接受的現象，均值得重視。

### 「新聞出版署」發布「出版市場管理暫行規定」

為因應大陸地區出版物新興發行管道之興起，加強出版市場管理，「新聞出版署」於11月8日印發「出版物市場管理暫行規定」。本規定中，大陸當局首度正式明文放寬中外合資、中外合作企業可從事出版物零售業務（即開設書店、有聲出版品或電子出版品銷售賣場等）。對近年市場上熱烈推動的讀者俱樂部、連鎖書店等新興經營型態亦賦予合法地位；正式承認網上購銷行為並規定獲准設立之發行單位經向有關機關備案後，即可從事網路書店業務（新聞出版報，1999.11.22，3版）。

出版業因涉及意識形態傳播，向為大陸當局嚴格管控，並嚴禁外資涉入。但面對即將加入世界貿易組織及境外傳媒集團頻頻扣關之新形勢，大陸出版主管部門之新頒規定已釋放出逐步放寬的訊息，雖然現階段僅放出零售業務，且設下諸多條件，但後續發展仍值得關注。此外，新規定中有關境外出版物之進口仍限定由特定核准之發行單位經營，但在大陸網路發展日益暢旺之際，境外網路書店跨地域的銷售活動，預料將會對大陸現行體制造成衝擊。





