

# 習近平十九大政治報告揭示的文化新境界

彭錦鵬

台灣大學政治系副教授

台灣競爭力論壇總召集人

## 一、習近平十九大報告的文化建設內容

中共總書記習近平 2017 年 10 月 18 日發表十九大政治報告，除了總結五年的政績，也對未來五年的施政綱領做了詳細的論述。報告中不斷強調，思想文明建設的重要性，並以相當大的篇幅，規劃未來文化建設的重點。有鑒於中國大陸的整體經濟建設已經取得重大成就，成為世界第二大經濟體，並在國際政治、軍事領域成為主要參與者的階段，文化建設方面將在國內和國際上創造出何種成就，殊值關切。本文將從政治報告中所呈現的訊息，分析歸納中國文化建設未來的走向、民生產業的影響、以及如何回應科技文明所帶來的挑戰，從而檢討可能開創的文化新境界。

總的來說，報告的主調是，未來五年將發展中國特色社會主義文化，認為文化興，國運興，文化強，民主強。而中國特色社會主義文化的基礎，除了和中國夢結合之外，主要仍在於「中華優秀傳統文化廣泛弘揚、群眾性精神文明創建活動扎實開展、公共文化服務水準不斷提高、文藝創作持續繁榮、文化事業和文化產業蓬勃發展、互聯網建設管理運用不斷完善、全民健身和競技體育全面發展。」

報告中有關文化建設的大段落中，提出幾項重點工作：

- 1 牢牢掌握意識形態工作領導權
- 2 培育和踐行社會主義核心價值觀
- 3 加強思想道德建設
- 4 繁榮發展社會主義文化
- 5 推動文化事業和文化產業

為了要推動以上五項重點工作，所以採取的策略是，將社會主義核心價值觀轉化為人們的情感認同和行為習慣，並且「堅持全民行動、幹部帶頭、從家庭做起、從娃娃抓起」。但是，對於具有千年文化歷史的文化建設如何進行傳承和創新，報告中提出來的指導原則其實更為重要，那就是「深入挖掘中華優秀傳統文化蘊含的思想觀念、人文精神、道德規範、結合時代要求、繼承創新」。

## 二、網路社會和真實世界文化活動之拔河

文化的土壤是隨著時代改變的，21 世紀以來中國的文化建設也開始面對一個全新的世界和多元迅速變遷的社會。

過去短短的 2、30 年內，全球政治、經濟、社會環境大大改變，其中最重大的改變當然是網路世界的來臨，將人類社會、國家疆界所存在的地理和時間隔閡完全打破。科技和各種交通工具、系統的不斷更新，帶來無所不在的全球化影響。伴隨著經濟發展所帶來的各種成果和負面效果，例如全球暖化、跨國毒品、人口販賣、環境污染、戰爭難民，也深刻影響世界各國的政治經濟發展。同時，

由於網路科技的發展無所不在，社交媒體的影響力也如入無人之境。全球化的文化環境逐漸形成，在地化和全球化可以同時共存，而不再如以往的孤立社會，是互相排斥的概念。

快速變遷的科技文明帶來的人類社會轉型，是非常深刻的現實。暢銷的電影大片跨越國界，成為千萬人共同的電影記憶。精彩刺激的電動遊戲成為各國年齡不分大小的電競話題。國際大牌的影歌星、運動明星、才藝人員，都變成各國粉絲追逐的對象。人們對於藝術、建築、文學的喜好，也可以在網路平台上隨時分享，絲毫感覺不到世界之大、國境邊界的存在。以現代人幾乎每日必備，每天接觸上百次、上千次的智慧型手機幾乎已成為是日常生活裡不可或缺的溝通工具、工作配備、經商基礎。智慧型手機的文明現象，不但在已開發國家普遍存在，即便在貧窮落後非洲國家的使用率也是非常高。凡此都說明了，21 世紀的文化發展最根本的基礎，都是建基在科技進步的成果上。2007 年才開始發售的蘋果手機開啟了人類文明的新篇章，蘋果公司所販售的 iPhone 手機定義了人類食衣住行溝通工具的創新水準，短短 10 年之內，藉由 iPhone 手機的技術規範、美學觀點、追求完美等特質，全盤改變人類對於民生用品的美感和科技創新的期待。

和手機科技的發展平行推展的民生科技，還包括了各種不同形式的電子商務、社交媒體，從根本上改變民生消費的習慣、工作和休閒的溝通管道。而這種改變對於人類生活而言，幾乎是 24 小時從不間斷的影響。從兩、三歲的小孩開始，幼兒就被手機、平板、電腦教學、電動遊戲、網路卡通所包圍，進入中小學之後，

除了上課期間也許被管制，但基本上全球的學生都被手機和社交媒體所牢牢黏住，須臾不得脫離。就算到了老年，長者們也可能守住電視、電腦，觀賞影片、學習休閒文化內容，徜徉於風光明媚的風景名勝。最近兩年人工智慧的科技研發不斷往前推進，以往仍然受到批評的立體影像技術，現在慢慢已成為陳年往事，而擴增實境的技術不斷成熟之下，從休閒娛樂，已經朝旅遊、醫療、科學研究等各方面全面覆蓋。這是推動文化建設工作必須面對的國際現實，也就是，當網路社會和真實世界的文化活動之間，形成個人生活經驗的拔河時，網路和現實世界究竟何者取得主導的地位，恐怕仍然難以斷言，而網路佔據優勢的可能性正在不斷增加之中。

### 三、未來文化建設的基礎在交通

中國的經濟建設在過去 30 年裡，速度和強度是人類有史以來所未見。1979 年開始，中國快速城鎮化，1981 年 20% 城鎮化比率，到了 2012 年已經達到 53%，用了 30 年的時間。而同樣的城市化過程，英國用了 100 年，美國用了 60 年。城鎮化的發展意味著，人口不斷由農村向城市移動，導致城市土地面積不斷擴大，以滿足人口大量集中的需要。同時隨著城市規模日益過大，城市居民對於基礎建設的需要也因此不斷增加。從各項數據顯示，中國多數大型基礎建設都是在兩千年之後建造，包括鐵路、高速公路、高速鐵路、大壩、機場和摩天大樓。比爾蓋茨曾經發表數據顯示，2011 年到 2013 年三年期間，中國消耗了 66 億噸水泥，超過美國在整個 20 世紀的消耗量，這項數據也出現在美國國家地理雜誌。未來

中國文化建設的基礎，就將建立在這一些可見的物質性基礎建設之上，而這是和數千年中華文化的物質基礎完全不一樣的。

#### 四、小米民生精品形成的文化新境界

十八大以來加大力度進行城鎮化的建設，從人民生活水準的層次，徹底改變食衣住行娛樂各方面的文化消費行為。為了適應都會型態的消費需求，各種層次的商業競爭都在人口眾多的市場基礎上，高速開發品質精良、價格合理或甚至於非常低廉的生活用品。不只如此，在同比消費人口遠高於美國的情況下，各大民生用品製造或行銷公司投資於研發的規模和經費總額，不斷大幅成長，而反映在產品的品質和價格上，出現極具成長的精品公司。這些精品公司所生產、銷售的民生用品，不但在功能性方面，受惠於全球化、中國為世界市場的基礎，立刻向世界最高水準看齊，價格上可以採行極端薄利多銷策略。更重要的是，由於研發經費的投入，國際人才的延攬和重用，產品的美學水準，精品公司在極短的年份中，快速提升到國際水平。

從這個角度來看，小米公司的產品就是最明顯的代表。小米公司成立於 2010 年，到今天還不滿 8 年。但是從該公司生產銷售小米手機以來，已經成為國際級的小家電廠商。小米產品種類包括手機、筆記型電腦、電視、家電零配件、耳機、音箱、各種線材、服飾、行李箱、家具、健康手環、床墊、床具、電鍋。小米公司不但是一家和個人家居所需用品日高度結合的百貨公司，更重要的是，他的商品普遍達到薄利多銷、功能性強大、設計優美的企業文化水準。雖然在產品耐用

度上，小米商品仍然普遍具有改善空間，但是在整體產品美學水準上，則在相同產品類別中，具有相當領先的主導地位。從文化建設的角度來看，小米一家公司就促使整個中國的民生用品公司，必須提供功能性國際水準、優美設計的產品，以爭取消費者的青睞。

## 五、中國文創產業的未來發展

中國文創產業的發展未來將在中國悠久文化的歷史基礎上，不斷深化。舉例而言，各地的建築產業在數量上大規模推出各種高樓大廈，但同時間，也不斷營造出具有傳統優美造型的家居社群和園林之美的旅館建築。透過市場競爭和消費族群的多元價值期待，結合中華文化的優美傳統，和現代消費產品的美學設計、科技發展進程，未來的文化建設速度、廣度、和深度方面，都是讓人十分期待並且深具信心的。

從民生用品器物的層面來看，市場機制將會扮演決定性的角色，滿足消費者的生活需求，提供各種食衣住行娛樂方面的高文明、文化水平的產品，這也是文化建設中不需要公權力涉入的領域。但是就公部門的建設而言，文化建設的水平提升，就有賴政府部門的基礎建設。

## 六、廁所革命引導的文化境界

文化建設和民生建設是息息相關的。以過去 3 年所推動的廁所革命，其成果就和億萬人的民生水準、文化水平緊密相連。

中共中央總書記習近平最近就旅遊系統推進「廁所革命」工作，作出重要指

示強調：廁所問題不是小事情，是城鄉文明建設的重要方面，不但景區、城市要抓，農村也要抓，要把這項工作作為鄉村振興戰略的一項具體工作來推進，努力補齊這塊影響群眾生活品質的短板（新華社，2017，11月27日）。

其實2015年4月習近平就曾經針對「廁所革命」作出重要指示，強調抓「廁所革命」是提升旅遊業品質的務實之舉，要下決心整治旅遊不文明的各種頑疾陋習。廁所問題不僅關繫到旅遊環境的改善、人民生活環境的改善，也關係到國民素質提升、社會文明進步。自2015年起，國家旅遊局在全國範圍內啟動三年旅遊廁所建設和管理行動。截至2017年10月底，全國共新改建旅遊廁所6.8萬座，超過目標任務的19.3%。

就民生最相關的生活事件為例，農業社會的如廁習慣，到了現代化工業社會應該呈現不同的面貌。但是在過去幾十年中，中國對於方便這一件事情，已經盡全力進行大規模改革。目前就地解決的比率已經低到2%，相對的，人口大國印度目前仍存在40%的比率，讓人民因陋就簡，中長期都看不到快速改善的希望。但是中國仍然有2億6千萬人仍然在使用簡易的如廁設施。對於現在日形龐大的中產階級而言，家庭的衛生條件可以自行處理，但是對於公共廁所的品質要求則快速升高。各地方快速興起的觀光熱潮也反映了對於公共廁所的需求和水準。2003年開始全國各地的政府機關已經開始要求像旅館一樣的公共廁所更新計劃，北京市在2012年更明文要求公共廁所不能夠有兩隻以上的蒼蠅。

廁所革命對於觀光區，尤其是鄉下地區的觀光景點，對村民和觀光客都大有

助益。女性廁所的設施數也要求較高的比率，高級的觀光遊艇上的公共廁所，甚至有無線連網、手機充電、販賣機等設施。今年初北京天壇的公共廁所甚至於有臉部辨識系統，以便管控衛生紙的取用。觀光主管機關也明確表示 2020 年底前，將會新建和翻新 6 萬 4 千所公共廁所。這一場廁所革命一般認為會改進公共衛生，增加觀光營收。但是從推升文明境界的角度來看，廁所革命將使民生相關的食衣住行育樂的文化水準進行徹底的翻新。將使城鎮和鄉村的生活水準，呈現和農業時代因陋就簡的文化水準，形成明確的切割。經濟學人雜誌針對廁所革命進行細緻的觀察，指出中國在經濟發展高速成長之後，重新思考以全觀的角度來改善人民的生活，將形成習近平的新時代。

### **結語——中華文化的盤點、精進、發揚光大**

習近平十九大報告中針對各種國家建設不斷強調共產黨的管理，關於文化建設也在源頭論述中反覆提及，例如：「加強黨對意識形態工作的領導、黨的理論創新全面推進、馬克思主義在意識形態領域的指導地位更加鮮明」，但是如何使中華優秀傳統文化和政黨意識形態進行緊密掛勾，仍然有待歷史傳統的梳理和檢視，畢竟在人類歷史上，現代性政黨存在的歷史仍然不夠久遠，無法提供足資參考的經驗。

中華文化源遠流長，文化底蘊深厚，不論在文化的各個層面，各個朝代，都有其精華與糟粕，如何梳理龐大的量體，篩選出符合時代需求的思想觀念、人文精神、以及道德規範，不但需要公部門有系統地提供資源，透過大學、研究機構、



政府機關專業而又分散的集合眾智，進行研究和推廣，恐怕更需要民間社會從競爭性、非營利、文化藝術界，進行市場性的篩選工作。

但是文化建設工作需要龐大的資源進行基礎性的研究和推廣，在大陸廣土眾民的環境中，基本上問題不大，假以時日必然有成。經過系統性的處理之後，盤點文化財、建立文化建設的階層架構、讓文化的大樹，能夠呈現多元、適性適地的發展。

中華優秀文化的內容不斷推陳出新順理成章。關鍵的問題還是在於，文化建設的本體最主要仍然在於提高人民的生活水準，使文化建設能夠嘉惠全民，同時也使整個社會的生活環境，能夠從精英領導階層，逐漸擴散到所有階層都能享受更高的文化水準。歐洲社會的經濟建設和文化建設源遠流長，文化水準高於全世界，為世界所稱羨，他們的成長軌跡當然值得學習。歐洲發展的歷史顯現，在提高人民的生活水準之前，往往需要進行觀念的改變和社會環境的改善。