

北京文化通讯

第一期

本期要目

政策导览

- 文化部制定《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》
- 张晓明:文化产业需要挤掉泡沫

动态关注

- 我们该如何建设文化大都市:伦敦、纽约等8城市文化官员、学者研讨城市文化发展战略

媒体聚焦

- 拆真的、建假的? 文化遗产的重建惹争议
- 第二届北京国际电影节:热评价与冷思考

尖峰观点

- 《看历史》访谈约瑟夫·奈:“软实力”来自公民社会

学界观察

- 王新新:北京建设中国特色世界城市的路径选择



首都师范大学文化研究院
Institute for Cultural Studies, Capital Normal University

1. 政策导览

(1) 政策文件

■ 文化部制定《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》

2012年2月23日文化部发布了《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》(以下简称《计划》)。《计划》强调了文化产业的重要价值和意义,指出文化产业是社会主义市场经济条件下满足人民多样化精神文化需求的重要途径,是促进社会主义文化大发展大繁荣的重要载体,是国民经济中具有先导性、战略性和支柱性的新兴朝阳产业,是推动中华文化走出去的主导力量,是推动经济结构战略性调整的重要支点和转变经济发展方式的重要着力点。

“十一五”期间文化产业增加值年均增速远高于同期GDP增速,凸显出成长为国民经济支柱性产业的巨大潜力,“十二五”期间争取实现文化部门管理的文化产业增加值年均增速超过20%,2015年比2010年至少翻一番,实现倍增。

《计划》明确了培育壮大市场主体、转变文化产业发展方式、优化文化产业布局、加强文化产品创作生产的引导、扩大文化消费、推进文化科技创新、实施重大项目带动战略、健全投融资体系、强化人才支撑、推动文化产业“走出去”十项主要任务,对演艺业、娱乐业、动漫业、游戏业、文化旅游业、艺术品业、工艺美术业、文化会展业、创意设计业、网络文化业、数字文化服务业等重点行业提出了具体的建议和指导,并提出要从加大政府投入力度、完善政策法规体系、深化文化体制改革、规范文化市场秩序、加强产业公共服务、加强组织实施六个方面,为文化产业跨越式发展提供保障、创造良好环境。

(据文化部网站摘编,2012年2月23日)

■ 中央财政今年文化投入大幅增加,支持产业发展

财政部有关负责人日前表示,各级财政部门将制定和完善财税政策,大幅增加财政文化投入,为文化改革发展提供有力保障。进一步增加公共财政文化支出预算,安排文化体育与传媒支出493.84亿元,增长18.7%。建立健全财政文化投入稳定增长机制,实现公共财政文化体育与传媒支出的增长幅度高于财政经常性收入增长幅度。

优化财政文化支出结构,加强重点文化领域经费保障,把主要公共文化产品和服务项目、公益性文化活动纳入公共财政经常性支出预算,扩大公共财政覆盖范围;重点加强农村和中西部贫困地区公共文化服务体系,推进基本公共文化服务均等化。创新财政投入和管理方式,研究制定公共文化服务指标体系和绩效考核办法,提高财政资金使用效益。

落实完善对文化产业的各项扶持政策,加大扶持力度,引导和带动金融资本和其他社会资本投入文化产业;加快培育骨干文化企业,支持实施重大文化产业项目带动战略,

鼓励发展新媒体和新的文化业态，鼓励文化企业兼并重组和改制上市。

建立健全国有文化资产管理体制、监督管理机构和工作机制，落实完善各项财税扶持政策，不断壮大国有文化企业整体实力；支持公益性文化事业单位深化劳动人事、收入分配、社会保障制度改革，促进其提高公共服务水平。

（据《人民日报》摘编，记者李丽辉，2012年4月22日）

（2）政策解读

■ 文化部部长蔡武谈确保“文化大国”战略目标落地

文化部长蔡武在接受《财经国家周刊》记者采访时，宏观解析了最近出台的一系列文化政策文件。他指出，十七届六中全会明确提出建设文化大国的战略目标，提出2016年文化产业的增加值占国内生产总值的比重达到5%，使文化产业成为国民经济支柱性产业。为确保战略“落地”，文化部2月28日发布了《“十二五”时期文化产业倍增计划》，拟实现“十二五”时期文化部门管理的文化产业增加值年均增速高于20%，5年至少翻一番的目标。

蔡武认为，推进文化产业发展应“双轮驱动”，即一手抓公益性文化事业，一手抓经营性文化产业，而绝非简单地将文化全部“市场化”和“产业化”。

文化宏观管理体制改革要做以下三个方面的工作：1. 根据文化改革发展的需要，明确职能和责任，转变宏观管理方式。2. 根据做好公共文化服务的需要，提升管理效能和服务水平。3. 要适应市场经济发展的需要，加快管理体制改革的完善运行机制。

孔子学院的建立以及各国“中国文化年”等系列事件表明，中国文化正在“走出去”，但这不是要输出我们的价值观、意识形态和发展模式，或简单意义上的文化出口，而是为了赢得更多理解、尊重和认同。目前“走出去”仍缺少足够的外向型产品和具有国际知名度的文化品牌，今后将重点培育一批有国际竞争力的骨干文化企业，打造一批文化精品，推动开拓国际市场。

（据文化部网站摘编，2012年04月17日）

■ 陶东风：核心价值体系的根本特征在于能够把人民利益、国家利益和政党利益有机凝聚在一起

首都师范大学文化研究院首席专家陶东风教授认为，文化软实力已成为当今国际竞争中的重要考量标准，与以经济实力、军事实力为代表的硬实力相对应并相辅相成。欲增强国家文化软实力，就必须建设文化强国，促进文化的大发展。

首先，“文化软实力”的核心是文化影响力、创造力或文化魅力，即一国在价值观、生活方式、时代精神等方面对整个世界的辐射力、引导力和渗透力。社会主义优越性的最根本标志应是其价值观的先进性与影响力。其次，必须警惕没有文化的文化产业。文化产业不仅是文化的经济化或经济的文化化，不能一味追求利益和“创意”，必须将人文价值和道德关怀渗透到产业和经济中，努力提升审美品格和文化品位。最后，文化凝聚力即文化领导权，其实质是通过非暴力手段塑造社会各界的“普遍共识”，赢得大众对主

导意识形态的“积极赞同”。这种赞同建立在社会各界的广泛对话和民主协商基础上，是对主导意识形态具有积极意义的响应，而不是消极无奈的服从。因此，文化领导权能够成为思想、文化、舆论领域的引领力量。一个执政党的文化是否具有凝聚力、领导权，其标志是人民自觉自发地赞同其价值观和施政方针，比如民主、自由、宪政等等。核心价值体系的根本特征在于能够把人民利益、国家利益和政党利益有机凝聚在一起，并因此赢得社会绝大多数成员的积极赞同，这样的文化才会有真正的凝聚力，文化领导权才得到真正确立。

(据《当代文坛》摘编，2012年第1期)

■ 张晓明：文化产业需要挤掉泡沫

张晓明研究员：《报告》首次提出的“提高文化产业的规模化、集约化、专业化”。文化产业不能走GDP挂帅的老路，这“三化”有助于挤掉文化产业发展中的泡沫，体现了政府对于文化产业发展的状态和发展模式的认识，为今后文化产业的可持续发展提供了指导。

规模化指规模上做大，文化产业要有一些跨区域、跨行业、多种技术手段支撑的大公司，应鼓励兼并重组形成竞争力；集约化是做强，提高质量与效率，增加科技含量、知识产权含量；专业化意味着做专，中小企业活力四射，能够深耕某一领域。今后几年既是大企业盘活存量、重新洗牌的机遇期，也是个人创业、建立中小文化企业的大好时期。文化产业近年的快速发展主要得益于国家政策的大力支持，但今后终归要转入依靠自己的内生动力，更多发挥市场在资源配置中的作用。

(据《人民日报》摘编，记者杨雪梅，2012年3月23日)

2. 动态关注

■ 首都成立5个精神文明建设研究基地

3月29日，首都文明办与首都五所高校院所举行共建首都精神文明建设研究基地签约仪式。五个研究基地是：依托清华大学建立的首都网络文明研究基地；依托中国人民大学的北京市民公共行为文明指数研究基地；依托北京师范大学的首都文明礼仪研究基地；依托中国传媒大学的北京市美育与文明研究基地；依托北京市社科院的公共文明比较研究基地。五个研究基地将突出“弘扬北京精神，推进首都公民道德建设，促进文化大发展大繁荣”的重点，围绕“北京精神与社会主义核心价值体系”等重大课题，推出一批理论成果并运用于指导实践。

(据《北京日报》摘编，记者童曙泉，2012年4月1日)

■ 我们该如何建设文化大都市：伦敦、纽约等8城市文化官员、学者研讨城市文化发展战略

4月20日至21日，由上海戏剧学院主办的世界城市(上海)文化论坛举行，来自伦敦、纽约、伊斯坦布尔、约翰内斯堡、东京等8座世界知名城市的文化官员和学者齐聚

上海，交流各自城市文化发展的经验，研究世界城市文化发展的主要趋势，并就如何将文化资源更好地纳入城市发展整体战略展开了深入研讨。

本次论坛是由伦敦市长办公室发起的“世界城市文化观测”研究项目的重要组成部分，该项目以对大都市文化环境的量化表述为特色，通过全球重要都市文化领域相关数据的比较和研究，为政府制定决策提供依据，为企业和公众的行为选择提供参考。该项目第一轮的研究对象为5个世界城市：伦敦、纽约、巴黎、上海、东京，如今已扩展到12个世界城市，成为一个关注世界城市文化研究和城市未来发展的全球性文化智库和国际网络。

今年，由伦敦市市长提议，参与项目的12个城市将共同起草《2012年世界城市文化发展报告》，创建每个城市的文化活动数据库，通过60多项指标，对这些城市的文化生产和文化消费进行定量评估，其中文化生产方面包括对城市文化基础设施的范围和组成进行分类，并跟踪这些机构每年的文化产出；文化消费方面则是对这些城市的文化活动的受众规模、性质和价值进行量化分析；此外，针对文化多样性和活力也提供了量化数据。

在本次论坛上，与会官员和专家学者就如何认识文化与城市发展的关系，以及如何对文化大都市进行量化测评等展开了热烈讨论，提出城市文化的发展一定要注重多样性和历史传承性的有机结合，关注公众的参与以及文化发展的可持续性，关注文化活动的过程，关注文化发展的活力。

作为“世界城市文化观测”项目的研究成员，上海戏剧学院专门成立了大都市文化观测研究中心，对上海文化数据资源进行调查，在本次论坛上公布了上海市文化设施和文化底蕴、文化活力、文化多样性、文化参与度等方面的初步调查结果，并对比2012年与2008年的诸多文化指标，认为上海文化发展的速度在上述世界城市中居于领先地位。

（据《中国文化报》摘编，记者汪建根，2012年4月26日）

■ 第三届中国特色世界城市论坛在北京市朝阳区举办，专家畅谈建设先进文化之都

4月7日，第三届中国特色世界城市论坛在北京市朝阳区举办。本届论坛以“推进公共文化服务，建设先进文化之都”为主题，来自国内外的知名学者、政府官员、企业家代表等共400余人出席参与。

论坛围绕十七届六中全会作出的深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣部署，以及北京市委十届十次全会提出的加快建设中国特色社会主义先进文化之都发展目标，从宏观把握文化发展战略，深入研讨文化建设理论；从完善公共文化服务体系、创新金融服务体系、助推文化产业发展、推动传统文化发展、弘扬践行“北京精神”等角度，为建设先进文化之都建言献策。

在三个分论坛环节，专家学者们分别就“国家公共文化服务体系示范区创建与公共文化服务长效机制研究”、“创新金融服务体系、助推文化产业发展”以及“传统文化的传承、创新与城市精神的建构”主题进行了深入交流和探讨。

（据千龙网、《朝阳报》摘编，2012年4月7日，2012年4月10日）

■ 中国电影家协会发布《2012 中国电影艺术报告》

4月17日上午,中国电影家协会《2012 中国电影艺术报告》发布会在京举行。学者、理论评论家们共同回顾了2011年度中国电影创作的状况和取得的成就,分析并指出了急需改进的问题。去年大片、中小成本电影的创作格局由失衡的哑铃型渐渐趋向合理的纺锤型转变,更加均衡,创作的焦虑和浮躁现象有所减缓,日趋进步与成熟;电影人才断档的状况有所改善,但在繁荣的产业背后,“文化”仍是创作领域的短板,亟待提升和加强。

(据新浪网摘编,记者范晨,2012年4月17日)

3. 媒体聚焦

■ “杜甫很忙”系列涂鸦引发热烈文化争论

编者按:在诞辰1300周年之际,诗圣杜甫突然走红网络。不过令人遗憾的是,杜甫之所以引起广泛关注,并不是因为人们对先贤格外怀念起来,而是缘于一组风靡网络的恶搞图片。在这组涂鸦作品中,杜甫时而手持机枪,时而怀抱吉他,诸如此类,不一而足。网友戏称之为“杜甫很忙”。对于这一现象,各路媒体褒贬不一,引发热烈的文化论争。

很多文章认为,“杜甫很忙”只是一场快闪式的网络狂欢,我们大可不必反应“过敏”,而应该抱以理解和宽容的态度。《中国青年报》文章认为,网络恶搞既是年轻人释放内心压力的一种形式,也是他们出于叛逆心理而反抗文化经典的一种仪式。与那些曾经流行一时的网络恶搞相比,“杜甫很忙”最为突出的特色在于,它充分利用了微博这个新型的展示和互动平台,推动了一场关于智力、技艺和幽默感的文化比拼。(据汤嘉琛:《“杜甫很忙”风靡互联网:一场快闪式网络狂欢》,《中国青年报》,2012年3月27日)另一些媒体则透过“杜甫很忙”这一现象,反思了我们中学语文教育中存在的问题。恶搞杜甫的人对杜甫本人并没有恶意,他们其实是在发泄对僵化的语文教育的不满。长期以来,语文教学中的杜甫形象被高度简化,变得刻板单一,成了一个高不可攀的道德符号。参与者正是出于对这种刻板教育的反感,才竞相采用恶搞的手法,解构掉那种单调乏味的教化形象。(据周南焱:《当杜甫成为“微博红人”》,《人民日报(海外版)》,2012年3月30日)《每日新报》文章认为,杜甫之所以“不幸”成为恶搞的对象是有原因的:一方面,杜甫的名作大都写国家和人民疾苦,通常并不潇洒,不符合年轻人的口味;另一方面,杜甫耽于诗艺,很少有朗朗上口、通俗易懂的作品。(据《评“杜甫被恶搞”:恶搞的其实是自己的青春》,《每日新报》,2012年3月27日)

《文艺报》的文章分析了这一现象的成因:一是当前社会中很多人习惯性地怀疑一切;二是语文教科书几十年不变,不适应现在学生的心理;三是老师照本宣科,对杜甫的理解大多还停留在宋代的水平。(据钱兆成:《“杜甫很忙”与恶搞的边界》,《文艺报》,2012年3月26日)《南方日报》文章认为,“杜甫很忙”既给一些网友提供了情绪宣泄的出

口、表达自我的途径，也表现出了一种人文的迷茫；恶搞的背后，正是一种集体浮躁心态的体现，是无聊遭遇网络的结果。（据陈佳利：《杜甫很忙，我们很迷茫》，《南方日报》，2012年3月29日）“杜甫很忙”出现不久，就有传言称这其实是一场营销策划，目的是为一家博物馆做宣传，对此，“站长之家”文章认为，营销策划也应该有底线；而且，企业通过恶搞传统文化来提升知名度的做法，或许可以满足一时之需，但对于那些有长期定位的品牌来说，极有可能会得不偿失。

（据隋圆：《“杜甫很忙”蹿红网络背后：营销策划底线何在？》，“站长之家”网站，2012年3月31日）

■ 拆真的、建假的？文化遗产的重建惹争议

编者按：今年年初，有媒体爆料称原本计划恢复原貌的“梁林”故居已基本被拆除殆尽。这已经不是“梁林”故居第一次面临此种厄运，早在2009年它就险些被拆除。经过历时3年的保护与拆迁的拉锯战，“梁林”故居依然没能改变其碎为瓦砾的命运。而此后相继出现的梁启超、康有为、鲁迅等名人故居面临拆迁的危机，再次引发人们对文化遗产保护与重建问题的争议，不少媒体对此给予了关注。

一些媒体通过追踪“梁林”故居被拆除事件的始末，分析了文物保护中的制度缺陷。《每日经济新闻》文章认为，文物申请难题导致拆迁漏洞，早在2009年，北京文化遗产保护中心就向有关部门申请将“梁林”故居认定为不可移动文物，但却迟迟没有得到受理和批复。文章引用梁从诫亲属的话称，正是文物申请的难题让开发商钻了空子，他们在文物身份尚未得到正式认定的情况下提前“下手”，这样就可以减轻很多责任。“梁林”故居的命运并不是孤立的，全国各地很多文物都在等待批复的过程中永远消失了。（据《每日经济新闻》摘编，记者谢晓萍，2012年2月1日）《法制日报》引用文物保护人士曾一智的观点称，如果“梁林”故居就这样被“维修性拆除”了，它很有可能会起到恶劣的放大效应，全国各地都会以此为名拆掉不可移动文物。他还分析了文物保护难题的成因：首先因为土地利益巨大，拆迁方的动力很足；其次，在所有政府部门中文物部门相对弱势；最后是拆除文物的成本过低，最高才罚款50万元，这对很多开发商来说只是一个很小的数字。（据《法制日报》摘编，记者杜晓，2012年2月1日）

此类拆迁事件的频频发生，引起国家文物局相关领导高度重视。新闻发言人李耀申表示，由于一直以来，并没有专门的法规去界定什么是名人故居，所以对于这类建筑的保护经常会陷入尴尬。今后，这种情况有望得到彻底改善，文物部门正在加紧研究制定明确的名人故居认定标准。（据《北京日报》摘编，记者刘冕，2012年3月29日）“千龙网”文章认为，文物保护其实是城市文化和资本之间的角力，现在看来，在资本的推动下，各地的拆迁工作都高歌猛进，城市文化保护则不堪一击。如果从社会管理层到普通公民都没有对城市和建筑的保护意识，那么，确定“名人故居标准”也不能真正解决文物保护难题。（据黎鱼鱼：《“名人故居标准”：毫无价值的贞洁牌坊》，千龙网，2012年3月30日）日前发布的《2011年中国文化遗产与公众生活调查报告》显示，我国公众对文化遗产保护的认知仍很不足；政府在防止文物受损、打击文物走私盗窃等方面成绩突出，但在组织文化遗产宣传教育活动方面仍有待提高。（据《中国文化报》摘编，记者刘修兵，2012年4月25日）

就在文物保护成为舆论热点的时候，北京市文物局宣布：将投入巨资重建6处北京城标志性历史建筑，且每年要增加10亿元用于文物与历史文化名城保护。《文汇报》引用文物专家谢辰生的话说，文物重建的必要性和紧迫性要低一些，“我不反对在搞好保护的前提下，做一些标志性建筑的重建，但就文物工作而言，保护永远处于第一位”。（据《文汇报》摘编，新华社记者岳瑞芳、孙伟丽，2012年3月2日）关于文物保护的意义和困境，故宫博物院院长单霁翔认为：忽视对文化遗产的保护，会造成一些历史性城市文化空间的破坏、历史文脉的割裂、社区邻里的解体，最终导致城市记忆的消失。今后，我国的城市建设还将大规模展开，如何在城市化加速发展的进程中，持续推进城市文化建设和文化遗产保护，成为迫切需要研究解决的现实问题。（据《新京报》摘编，记者王姝，2011年4月28日）

■ 3D《泰坦尼克号》与中国电影的忧思

编者按：今年4月，好莱坞大片再掀冲击波——3D《泰坦尼克号》在赚足中国人眼泪的同时，在票房上也收获了盆钵满盈。截至4月22日，该片上映13天共累计创造票房7.38亿元，业内人士预计，5月这一数字有望突破10亿大关。阔别1998年那场冲击波14年后，《泰坦尼克号》再次给中国电影人和观众带来3D版的冲击，引发人们对好莱坞大片成功经验以及国产电影出路的思考。

对于3D《泰坦尼克号》的冲击，一些媒体文章着重探讨了好莱坞大片的成功之道。《中国经营报》刊文分析了3D《泰坦尼克号》的营销策略，文章认为，这部电影的营销专门使了一个招数，即针对看过电影的人群和没看过电影人群分别进行营销。针对前一个群体，一句“15年前陪你一起看《泰坦尼克号》的人在哪里”，成功勾起了很多人的怀旧情感；对于后一个较年轻的群体，时尚3D、卡梅隆、经典爱情、帅哥美女等都是重要的卖点。对于这部“新瓶装旧酒”影片的成功，文章认为，商业价值和普世情怀，尤其是爱情主题，是电影经久不灭的票房保证。（据王佳：《3D〈泰坦尼克号〉：归来亦是新航》，《中国经营报》，2012年4月27日）也有文章提出，《泰坦尼克号》的成功，不仅表现在票房成绩上，它还带动了一个庞大的产业链，据悉，在北美市场，电影票房仅占总收入的30%—40%。反观国产电影，我们还几乎全靠票房等传统收入模式，大多数影片拓展价值链和走出去的收入微乎其微。以2009年为例，国内票房收入占全年综合效益的58%，海外销售收入占近26%，国内电影频道播放电影收入占15.84%。文章引用影评人的话称，在整个电影产业链还没有理顺，没有形成合理的利润分配的情况下，所谓打造自己的“泰坦尼克号”只能是痴人说梦。（据《新闻晚报》摘编，记者劳佳迪，2012年4月17日）

好莱坞大片对国产电影的冲击一直是人们热议的一个话题，随着我国对海外进口电影的限制由原来的20部增加到34部，这种冲击必然会越来越猛烈。《南方周末》文章认为，国产片与好莱坞的正面冲撞早晚要发生，政策已经改变，未来没有救世主。国产片与3D版《泰坦尼克号》的这次对决，无论成败，都预示着一个新格局的开始。（据盛志民：《国产片，能否船底逃生？》，《南方周末》，2012年4月20日）来自“中国网”的文章

称，好莱坞巨头必然会越来越重视中国市场。因为，去年好莱坞电影票房降到了16年以来的新低，与此同时，中国的电影产业却表现出了强劲的发展势头，2011年的总票房高达131亿元，比上年增长了约30%。这也预示着，国产电影将面临更加严峻的考验。（据王冲：《电影背后是文化：好莱坞文化正在影响中国》，中国网，2012年4月15日）

国产电影该如何应战？“观察者网”专门采访了中国电影海外推广公司总经理周铁东，他认为，3D并非未来电影的发展方向，但“合拍”的确是中国电影发展的大趋势。中国电影要想打动本土和海外观众，还是要在故事策略和话语方式上多下功夫。中国电影要有明确的市场定位，首先要为自己的观众拍电影。任何一个国家的电影海外市场，都是国内市场的自然延伸，只有国内市场达到足够容量、足够规模的时候，才会自然溢出。（据观察者网摘编，记者苏丽新，2012年5月3日）另一篇文章也认为，对目前的中国电影来说，3D技术并不是最重要的，从长远发展看，还是应该从剧本、剧情、画面以及民族特色上下工夫。我们应该借鉴伊朗电影的成功经验，而不能只是紧盯好莱坞。（据佚名：《电影3D再制造成新生财之道》，中国企业新闻网，2012年4月19日）

■ 第二届北京国际电影节：热评价与冷思考

编者按：2012年4月28日，为期6天的第二届北京国际电影节闭幕。本届电影节取得了巨大成功，电影签约交易金额突破52亿元，共有4000多位国内外嘉宾参加，超过50个国家的260部电影作品参展。为推动中国电影更好地走向世界、融入全球电影发展潮流做出了积极贡献。不少媒体积极跟进报道，对电影节展开多角度的观察和评述。

中国经济网撰文总结了本届电影节九大特色，本届电影节把“绿色、科技、人文”的奥运理念和“爱国、创新、包容、厚德”的“北京精神”融入电影节全过程。此外，本次电影节没有办成电影人自己的自娱自乐，而是最大限度地调动市民参与，担负起了电影节的社会责任，践行了“北京精神”，彰显了北京特色。（据中国经济网摘编，记者蒲波，2012年4月28日）境外媒体也对本次电影节给予了高度关注和评价，据统计，共有来自30个国家和地区的180多家媒体、近900位记者参与了电影节报道，其中包括美联社、法新社、路透社等境外知名媒体。香港《大公报》报道称，尽管北京国际电影节初出茅庐，但它“正在最短时间内拉近其与国际A类电影节之间的距离”。《洛杉矶时报》的文章直言，开幕式上的一切，无不是主办方国际视野和远大抱负的集中体现。（据《北京日报》摘编，记者韩亚栋，2012年4月25日）

有文章提出，不管是柏林、威尼斯、戛纳，还是东京、釜山等成熟的国际电影节都有自己的定位和特色，在众多的电影节中，北京国际电影节如何办出自己的特色，是一个迫切需要组织者思考的问题。（据韩哲：《北京电影节彰显世界城市号召力》，《北京商报》，2012年4月24日）有文章具体分析了电影节暴露出的不成熟之处，比如，组织者没有对200多部参展影片进行梳理归纳，不利于观众的观影选择；纵观整个电影节，大部分参与者都只顾聊市场、谈合作，而很少有人探讨电影的艺术性和思想性；作为一个国际电影节，它在推动中外电影艺术交流、推广和鼓励本土电影方面还有待加强等等。（据网友乖猫：《第二届北京国际电影节深度观察：新生儿的困惑》，时光网，2012年4月29日）

日)

由于本次电影节没有设立竞赛单元，中外合作就成为电影节的一个重要主题，参加电影节的著名导演卡梅隆就表示，他参加电影节的目的，就是探讨中美联合制片的想法。华谊总裁王中军表达了自己的担忧：很多外国公司所谓的“合作”，只是看重中国市场能为他们的影片带来多少收入，并不热衷于帮助中国电影“借船出海”，所以，在找到恰当的合作模式之前，我们还是首先应该做好自己的本土电影。（据《北京晨报》摘编，记者杨莲洁，2012年4月25日）

4. 尖峰观点

■ 《文汇报》访谈大卫·哈维：经济危机与城市变迁

大卫·哈维是美国纽约市立大学教授，是目前在西方学术界非常活跃而有影响的马克思主义理论家。去年底，他在法国南特接受中国学者访谈，对当前的世界经济危机与城市变迁进行了解读。

哈维通过考察世界各地的变化指出，以往城市研究中对城市与农村、都市与乡村的区分业已消失。乡村已经逐渐成为城市化的一部分，而城市生活方式也已遍及以往的乡村地区。他倾向于使用“空间”的概念，从地理学的角度展开城市比较研究。哈维强调，在理论方法上，他主要借助马克思的理论框架来分析和讨论城市艺术、建筑空间等问题。而其关注的角度，主要落实在城市的演化与变迁问题，诸如城市与自然关系的历时性变化；什么样的技术是环境友好型的；城市中的社会关系如何演变，什么样的社会关系是宜人的且可持久的等等。在他看来，更多的演化视角，有利于我们更全面和深入地理解城市生活。

哈维还谈到当代城市问题的历史语境，即资本运作的方式以及经济危机的发生。在他看来，资本主义不能从根本上解决自身的危机，这种危机只能从一个地方转移到另一个地方。在一个国家的范围内，金融危机最终会带来阶级冲突。在国际层面上，由于资本在全球流动，危机也会在全球转移，如同击鼓传花。2008年到2009年，中国可能暂时找到了出路和解救之道，但紧接着其他的问题就出现了，比如，目前中国遭遇的通货膨胀危机、上海等地房价居高不下等等。

他认为，要走出这次金融危机，各国都必须更加重视收入再分配问题，使穷人具备消费能力。通过对收入进行再分配，把一部分财富分配给穷人，就会使之成为真正的需求，最终它会返回到经济循环中。如果能让经济复活和运转，就应该看到经济生活中的消费这一面，就应该把钱给那些收入很少的人。

（据《文汇报》摘编，采访人张敦福，原题为《危机如击鼓传花，总是从一地转移到另一地》，2012年4月23日）

■ 《文汇报》访谈莎朗·佐京：城市生活应成为人们交流和互动的空间

莎朗·佐京是美国纽约市立大学社会学教授，被称为纽约文化与建筑的书写者。去年年底，她在复旦大学访问期间接受了《文汇报》记者的采访，谈了自己对城市文化的

理解。

佐京在访谈中提出，在美国的城市里，文化有三种含义，即文化是一种生活方式、文化是一个产业、文化是一种族群认同。在这三种含义中，她特别强调作为族群认同的城市文化的重要性，这种意义上的文化也就是作为传统价值和生活方式的文化，在它与创造性意义上的文化之间，我们应该努力追求平衡。如果城市里的每个人都风风火火、急着要卖东西，即使他们正在售卖的是一种文化，对于想要追求良好生活方式的人们来说，这样的城市也不可能是舒适的。

城市不仅是创造价值的场所，也是人们进行交往和互动的空间。在现代城市发展史上，这种空间越来越少，各种小商店被迫相继关闭——先是说要让这里变成干净、可控的空间，然后又说要有规模经济。但有时候，这种发展反而让人感觉更糟糕，因为人们走进巨型商场，只知道要买东西，却没有真正感受到亲密的、面对面的交流。正是出于对互动交流的渴望，现在美国的一些大城市中，人们转而再度支持那些个人经营的小店铺，反对大型商场，城市交流和互动空间出现了复兴的迹象。城市里的互动空间具有重要的价值，它不仅是保存传统文化和生活方式的需要，也是创造性的来源——那种同别人快速、有效互动的感觉能够刺激人们产生新鲜的想法。

（据《文汇报》摘编，采访人李纯一，原标题为《小型集市、传统街市更有人情味》，2012年4月16日）

■ 《看历史》访谈约瑟夫·奈：“软实力”来自公民社会

约瑟夫·奈是美国著名国际关系理论专家，他在1990年最早提出并阐释了“软实力”概念，影响深远。近年来，他对中国软实力的增长较为关注。

他在访谈中提出，由于庞大的人口规模和惊人的经济增长速度，在接下来的十年里，中国很有可能会在经济总量上超越美国。但是，在未来几十年内，中国都不可能在整体实力上超越美国（包括军事实力和软实力）。这意味着邓小平的谦逊外交政策仍然有效。有些中国人错误地解读了2008年的金融危机，认为这是美国衰退的标志，这种误读对中国没有益处。在未来，中国必须意识到并尽力避免骄傲自大和恐慌心理的双重危险。

他认为，一个国家的软实力来自公民社会，而不是政府。美国有许多非政府组织，它们的存在为美国的软实力提供了强大的支持，而类似的机构在中国非常缺乏。中国官员倾向于认为政府政策和公共外交手段是影响国家软实力的主要手段，但事实上，美国的软实力主要依靠的是公民社会而不是政府。因此，政府让位于公民社会才是最佳方案。此外，中国软实力的提升，也有助于缓解邻国对其军事实力和经济实力的恐慌。

（据《看历史》摘编，采访人潘晶，2012年5月刊）

■ 中国文化“走出去”需要新的传播策略

“中国文化走出去”已经成为重要的国家文化战略。如何才能“走出去”呢？《文汇报》文章认为，首先，应该注重打造“文化中国”的当代形象，而不能只凭借传统文化赢得世界认同，如果没有生机勃勃的、具有国际影响的当代文化，就不能算作一个文化大国。其次，寻找和建构更加多元、更加现代的文化符号，是文化走出去的重要任务，对于我们来说，科技、经济、文化等领域的文化符号建构急需加强。再次，应该有更多样化的

传播方式，既要有政府为核心的公共传播活动，也要有民间的、个体的交流与沟通，两者必须相互兼容和补充。最后，要坚持和而不同的文化理念，既要保持中国文化的特性，又要坚持创新发展，在全球化时代，只有赋予中国文化以新的内容、新的观念、才能保持中国文化的活力和生命力。

(据焦雨虹：《中国文化“走出去”需要新的传播策略》，《文汇报》，2012年2月4日)

5. 学界观察

(1) 机构动态

■ 重庆大学高研院：主办“文化视野中的都市化——以重庆为例”工作坊

4月19日至24日，由重庆大学人文社会科学高等研究院主办，上海大学教授、重庆大学高研院兼职教授王晓明主持的“文化视野中的都市化——以重庆为例”工作坊在重庆大学举办。重庆大学常务副书记陈德敏教授出席开幕式并致词，近百名海内外高校学者与城市文化实践者汇聚一堂，从广义的文化角度切入，共同探讨世界各地、不同历史阶段城市化进程中的经验和教训。

本次工作坊结合了学术演讲、实地考察和文献研读三个部分，在形式上改变了传统的讲座(研讨会)模式，并邀请学院外的实践者参加其中，试图打破“实践—理论”的分割，从历史、现实、理论、实践、文化、经济、环境、政治等不同角度对重庆城市化进行了深入而广泛的思考，探讨由此关涉的更大范围思想和理论命题：文化经济、城乡关系、城市化的限度、非西方式现代化、“民生工程”与资本逻辑的关系。

韩国中央大学的姜来熙教授和四川外国语学院的山谷(Diego Gullotta)老师分别介绍了韩国首尔和意大利在都市化进程中的人文和环境问题，加利福尼亚大学圣克鲁斯分校人文学院教授C·Connery讲述了1960年代整个世界对城市的想象，华东师范大学中文系教授、重庆大学高研院兼职教授罗岗讨论了上海作为社会主义城市的经验和教训，韩国木浦大学东亚研究所的林春城教授解析了近年来电影中的重庆镜像。

(据重庆大学人文社会科学高等研究院网站摘编，记者杨里娟，2012年4月26日)

■ 东南大学人文学院：发布中国伦理道德与大众意识形态状况调研报告

3月30日，中国伦理道德与大众意识形态状况调研报告发布会暨出版座谈会在中国社会科学院举行，来自中宣部、中国社会科学院、清华大学、中国人民大学、北京师范大学、东南大学等科研机构与大专院校的近40位专家学者参会。会上发布了《中国伦理道德报告》和《中国大众意识形态报告》两部学术调研报告。

《中国伦理道德报告》和《中国大众意识形态报告》由东南大学樊和平教授主笔、江苏省二十多位学者共同完成，对改革开放30年后我国当前的伦理道德、思想文化现状进行了系统全面的调查，以江苏、广东、广西、新疆四省区为重点、调查对象涵盖多个社会阶层。报告认为当前的伦理道德和大众意识形态在呈现多元化、多样化的同时，在重大

问题判断上愈发突出一种“二元体质”，标志着中国社会的伦理道德和意识形态已经进入发展的敏感阶段。在公民道德素质上，最大的问题体现为知行脱节，或“良能缺场”，而信任危机和思想缺场更进一步消解了社会的文化信心和信念。

针对调查中发现的问题，报告撰写者提出了应对“中国问题”的“中国战略”，包括进行新的伦理启蒙、文化洗礼以及回归精神“家园”等等。

(据网易读书摘编，2012年3月30日)

■ 台湾交通大学文化与社会研究所：举行“亚际文化研究的未来”国际研讨会

3月23日至25日，“亚际文化研究的未来”国际研讨会在台湾交通大学举行。此次会议由台湾联合大系统文化研究国际中心筹备处，台联大亚际文化研究国际学程，交通大学亚太/文化研究室，清华大学亚太/文化研究中心，交通大学社会与文化研究所联合主办。参会学者来自日本、印度、韩国、新加坡、马来西亚、孟加拉国以及中国内地、港台等地。此次会议议题涉及“知识生产与机构建置”、性别文化、社会思想运动、“影像生产的政治”以及对未来的想象等。

(据台湾交通大学社会与文化研究所网站摘编，2012年3月26日)

■ 上海大学文化研究系：出版文化研究著作系列

进入2012年，上海大学文化研究系依托上海书店出版社“热风书系”，连续出版5种文化研究论文集，分别为《中文世界的文化研究》(王晓明主编)、《大众传媒与上海认同》(吕新雨主编)、《从首尔到墨尔本——太平洋西岸文化研究的历史与未来》(王晓明、朱善杰主编)、《生活在后美国时代——社会思想论坛》(孙晓忠主编)、《形式的独奏——以上海“二期课改”为个案的课程改革研究》(罗小茗主编)。这些文集具有很强的学术性和前沿性，极大地丰富了文化研究的中文文献资源。

(据上海大学文化研究系网站摘编，2012年3月29日)

(2) 学者观点

■ 王新新：北京建设中国特色世界城市的路径选择

王新新是中国科学技术信息研究所高级工程师，他选择从经济全球化体系的重要节点和文明交融的信息中心角度定义世界城市，并概括其特点为城市规模大人口众多、经济实力强、现代化基础设施发达、市民素质高、文化氛围开放多元等。

世界城市的形成首先离不开优良的自然条件和逐步完善的经济结构，从交通中心到现代工业技术和贸易资本中心是必经之路。在这个过程中，通常金融业会发展为支柱产业，并激励科技创新。而创新必然要以多元文化共融带了的人才聚集为基础。现代历史上著名世界城市的发展模式通常分为市场主导型和政府主导型两类。纽约、伦敦是市场型世界城市的代表，其全球控制和协调能力是在全球市场资本运行过程中自然形成的。而在亚太地区，特别是东京的世界城市发展过程中，城市建设和国家战略利益是统一的。

在作者看来，全球化的条件决定了不能照搬发达国家世界城市的发展经验。北京的世界城市发展路径要以政府为主、市场为辅。如今，经济发展的结果越来越取决于经济

以外的各种因素，特别是政策。中国人口众多、资源环境约束力大，政府通过政策支持引导城市发展有其必要性。

基于以上判断，王新新认为，北京发展世界城市的要点主要包括六个方面：(1)转变经济发展方式，构建现代产业体系；(2)坚持科技创新，为城市建设提供有力支撑；(3)弘扬传统文化，增强城市软实力；(4)构筑京津冀经济圈，注重区域经济一体化发展；(5)提高城市管理和服务水平，提高居民生活质量和幸福指数；(6)加大城市对外开放程度，提升城市的吸引力。

(据王新新：《北京建设中国特色世界城市的路径选择》，《城市问题》，2012年第2期)

■ 王一川：北京文化符号与世界城市软实力建设

北京大学艺术学院院长王一川教授认为，世界城市应该有独特的吸引力和感染力，文化符号在建构这样的城市软实力的过程中，有着独特的价值。对于北京来说，胡同、故宫、老舍等文化符号是其城市文化最突出外层显现。作者引用林语堂小说《京华烟云》对北京城市文化符号的精细描述，论证生活价值系统在城市文化符号中的内隐，认为文化符号构成了人们对一个城市的记忆。

北京师范大学艺术与传媒学院的国家社科基金重大项目“我国文化软实力发展战略研究”为作者的立论提供了详实的数据支持。在大学生群体中，值得向世界推广的北京文化符号大体可分为两类：一是京剧、故宫、胡同等代表的历史博物符号；二是北京奥运、联想、百家讲坛等代表的现代创意符号。作者总结认为，从这些符号中看出北京城市软实力的特征是历史和当代性并置、国家和地方性交汇、物质性与非物质性共存。而大学生热衷关注的世界城市文化符号，则可以分为五种：历史类，如卢浮宫；时尚类，如米兰时装周；艺术类，如百老汇；金融类，如华尔街；自然类，如日本樱花。

作者认为，应该有意识地建设一系列城市文化符号，为北京的世界城市建设提供支撑。这其中，老北京符号和新北京符号应当共同重视，创意符号的建设应该放在更突出的位置上，全球符号和地方符号应当融合。为此，应该大力发挥文化传媒的作用，调动市民的参与，营造符号化的生活氛围。创新文化体制，打造标志性品牌，注重文化价值系统的开发。

(据王一川：《北京文化符号与世界城市软实力建设》，《北京社会科学》，2011年第2期)

■ 唐勇钢、李伟：城市主题性空间的多元化设计理念浅析

现代城市建设的空间设计理念非常能够体现城市的文化层级和品味，近来部分学者关注这个问题。河北大学艺术学院唐勇钢和李伟认为，过分看重城市建筑物的功能性作用，会使得城市空间规划失掉内在精神空间上的秩序和平衡，徒留外在形式上的整齐。这方面青岛市新老城区的对比和北京市传统城市意象的消失可为例证。作者强调合理的城市空间存在着某种主题性，其实用功能必须和艺术、文化功能有机结合，从而体现其时代性、民族性和地域性。

作者特别重视城市纪念性建筑和景观设计的组合。认为这种组合的原则是最大可能地保持历史遗迹，如果已遭破坏，则可以借助适当的复原予以重现；与此同时，原有的

环境空间也是历史氛围的重要组成部分，与形态、色彩、尺度等“建筑文脉”内在统一。除此之外，作者也强调传统建筑和现代环境的和谐统一。建筑风格通常和特定的区域文化以及当地自然条件、地理环境存在着共生关系，且具有不可移植性，并催生了与之相伴的文化观念。传统建筑提供给今人的不仅仅是建筑的形式、内容和符号，更是经验、设计思想和文化遗产。在当前条件下，传统建筑本身就应该成为多元文化的一部分。为此，应从四个方面处理传统建筑和现代环境的和谐关系：注重传统建筑文脉，并以现代建筑技术精华与之相融合；将传统建筑符号融入现代环境；注重建筑色彩的韵律和建筑尺度的整体性。

城市主题型空间的营构是城市文化发展进步的有效手段，是新的现代城市的文化特质和人文精神的体现。

（据唐勇钢、李伟：《城市主题性空间的多元化设计理念浅析》，《人民论坛》，2012年4月中旬刊）

■ 赵鼎新：微博、政治公共空间与中国的发展

4月15日，著名华裔美国学者、芝加哥大学社会学系赵鼎新教授在华东师范大学思勉人文高等研究院的讲座中，关注了近来在欧美和中国兴起的微博（西方称twitter）交流模式，并将其放置在公共政治的理论视野内进行探讨。

在他看来，中国的微博网民既展示了前所未有的政治参与的潜力，但同时也面临着被操纵的危险。在文明社会中，人的前台行为和后台行为有必要做出区隔，唯此方能处事。然而，在微博空间内，现实礼仪和权威不复存在，金钱或者权力操纵的虚假权威便更容易做大，并引起人数庞大的盲目追随。由此，网络水军在中国微博空间内大行其事。而在美国，Twitter的功能被限制得较为严格，其主要在私人领域内发挥信息交流作用，重大严肃问题的网络探讨则通过博客的平台。

赵鼎新认为不应忽视微博争论中的意识形态性质，以及由此产生的混乱的多样性——共识的难以达成。但是值得注意的是，微博争论的许多问题却也能达成一种民粹主义的舆论一致。这种一致是在反权威和缺乏基本常识的前提下达成的。正因为中国当前主流价值观有待形塑、学校教育的人文方向不明、官方媒体面临诚信危机，才给民粹主义的微博民意的出场创造了条件。

（据《东方早报》摘编，记者田波澜，2012年4月27日）