

# 北京文化通讯

第二期

## 本期要目

### 政策导览

- 文化部制定《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》
- 杨志今谈农民工文化工作存在的问题

### 动态关注

- 文化产业统计口径平台建设项目在中国人民大学通过验收
- 中国电影家协会发布《2012 中国电影产业研究报告》

### 媒体聚焦

- 孔子学院的成长烦恼

### 尖峰观点

- 《中国改革》访谈阎云翔：“无功德个人”缘何产生？
- 《文化财富》访谈向勇：去掉文化产业的血汗味、机油味和铜臭味

### 学界观察

- 王海文：文化经济视角下北京建设世界城市的现状及对策

### 海外视野

- 鲍里斯·约翰逊：《文化大都会：市长的文化战略 2012 年及以后》

# 1. 政策导览

## (1) 政策文件

### ■ 文化部发布《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》

文化部发布了《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》，明确了“十二五”时期文化发展的指导思想和方针原则，提出了主要指标：

(一) 保证公共财政对文化建设投入的增长幅度高于财政经常性收入增长幅度，提高文化支出占财政支出比例。

(二) 推出百部以上优秀保留剧目和精品剧目，扶持大约 60 个全国重点地方戏曲院团、60 台优秀地方戏剧目、30 台优秀京剧剧目，挖掘整理约 20 台优秀昆曲剧目，重点扶持约 20 台交响乐、15 台歌剧、10 台舞剧，扶持 10 个左右全国重点美术馆。

(三) 全国 60% 以上图书馆、省市群艺馆和文化馆达到部颁三级以上评估标准，基本实现所有地市级城市均有设施达标的公共图书馆、文化馆。

(四) 全国人均拥有公共图书馆藏书达到 0.7 册左右，各级公共图书馆、基层服务点基本建有公共电子阅览室。文化信息资源共享工程资源量争取达到 530 百万兆字节以上，入户率达到约 50%。国家数字图书馆资源总量争取达到 1000 百万兆字节以上，并提供全媒体服务。中西部地区争取每县配备 1 台流动文化车，已转制的县级剧团每团配备 1 辆流动舞台车。

(五) 文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于 20%，2015 年比 2010 年至少翻一番。建成约 10 家国家级文化产业示范园区，培育大约 100 个特色文化产业集群、30 家上市文化企业，形成 10 家左右全国性或跨区域的文艺演出院线，打造 3-5 个具有国际影响的文化产业展会。

(六) 第一至六批全国重点文物保护单位的重大文物险情排除率达到 100%，全国博物馆达到 3500 个，免费开放博物馆达到 2500 个，文化遗存较丰富的地级以上中心城市拥有 1 个功能健全的博物馆。新设 20 个国家级文化生态保护区，在非物质文化遗产资源丰富地区建 100 个非遗保护利用设施。

(七) 安排大约 150 个重点科技攻关项目、300 个基础科研项目、75 个科技转化推广项目，国家社科基金艺术学项目立项 600 个、文化部文化艺术科学研究项目立项 300 个。

(八) 举办国家级重大涉外文化活动 30 项以上，邀请 500 名国际文化名人与 1000 名青少年文化使者来华访问，对外文化援助国家 20 个以上。海外中国文化中心形成合理布局，到“十二五”期末达到 25-30 所。

(据文化部网站摘编，2012 年 5 月 4 日)

### ■ 财政部重新修订《文化产业发展专项资金管理暂行办法》

为进一步规范和加强文化产业发展专项资金管理，提高资金使用效益，结合近几年文化产业发展的实际情况，财政部重新修订了《文化产业发展专项资金管理暂行办法》。

文化产业发展专项资金由中央财政安排和监督检查，专项用于提高文化产业整体实力，促进经济发展方式转变和结构战略性调整，推动文化产业跨越式发展。专项资金的管理和使用应当体现国家文化发展战略和规划，符合国家宏观经济政策、文化产业政策、区域发展政策及公共财政基本要求，坚持公开、公正、公平的原则，确保专项资金的规范、安全和高效使用。《办法》明确了专项资金的支持方向与方式，分别规定了财政部组织实施的文化产业重点工程和项目、申请人按照本办法所确定的支持方向自行申报的文化产业一般项目申报条

件和方法，制定了专项资金使用的办法。并明确了专项资金的支持方向：

（一）推进文化体制改革。对中央级经营性文化事业单位改革过程中有关费用予以补助，并对其重点文化产业项目予以支持。

（二）培育骨干文化企业。对中央确定组建的大型文化企业集团公司重点发展项目予以支持，对文化企业跨地区、跨行业、跨所有制联合兼并重组和股改等经济活动予以支持。

（三）构建现代文化产业体系。对国家文化改革发展规划所确定的重点工程和项目、国家级文化产业园区和示范基地建设、文化内容创意生产、人才培养等予以支持，并向中西部地区、特色文化产业和新兴文化业态倾斜。

（四）促进金融资本和文化资源对接。对文化企业利用银行、非银行金融机构等渠道融资发展予以支持；对文化企业上市融资、发行企业债等活动予以支持。

（五）推进文化科技创新和文化传播体系建设。对文化企业开展高新技术研发与应用、技术装备升级改造、数字化建设、传播渠道建设、公共技术服务平台建设等予以支持。

（六）推动文化企业“走出去”。对文化企业扩大出口、开拓国际市场、境外投资等予以支持。

（七）财政部确定的其他文化产业发展领域。

（据财政部网站摘编，2012年4月28日）

## （2）政策解读

### ■ 蔡武谈文化部“十二五”文化改革发展规划

文化部近日发布《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》，详细阐述了“十二五”期间文化发展的总体思路、目标和任务。文化部部长蔡武就文化体制机制改革创新、文化产业倍增计划、构建覆盖全社会的公共文化服务体系三大热点话题接受了新华社记者的采访。

蔡武谈到重塑市场主体是“十二五”时期推动文化体制机制改革创新的中心环节，十七大以来已取得良好成绩。截止到2012年5月11日，全国文化系统承担改革任务的2102家国有文艺院团，已完成和正在进行转制、撤销和划转的达1492家，占70.9%。2009年之后，文化部系统相继组建了中国东方演艺集团有限公司等四家文化央企，发展活力和市场竞争能力显著增强。

“十二五”期间文化产业发展的目标是文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%，2015年比2010年至少翻一番，实现倍增。重点任务是：

1、推动文化产业重点领域发展，加快文化产业立法进程，改造提升演艺、娱乐、文化旅游、工艺美术等传统文化产业，加快发展动漫、游戏、网络文化、数字文化服务等新兴文化产业。

2、优化产业布局，建设文化产业基地、园区和特色产业群。目前文化部命名了6家国家级文化产业示范园区、4家国家级文化产业试验园区、200家国家文化产业示范基地，2010年，国家级文化产业示范基地和园区总收入规模达到了2500亿元，总利润超过365亿元。

3、健全文化产业投融资体系。文化企业大多为中小企业，投融资问题已成为发展的主要瓶颈，今后将推动文化企业通过上市、债券等方式融资，引导和鼓励社会资本投入文化产业等。

“十二五”时期公共文化服务体系建设的目标是到2015年，覆盖城乡、结构合理、功能健全、实用高效的公共文化服务体系基本建立。十六大以来，我国公共文化设施建设取得了良好成绩，但仍存在地区和城乡不平衡问题，在“十二五”时期，要重点下移，面向基层，重点向贫困地区、落后地区、革命老区和基层农村倾斜。

(据新华网摘编, 记者徐础, 2012年5月15日)

## ■ 杨志今谈农民工文化工作存在的问题

杨志今在文化部在浙江省东阳市召开全国农民工文化建设经验交流会上提出, 应总结交流各地保障农民工基本文化权益、开展农民工文化工作的经验, 共同探讨如何把农民工纳入城市公共文化服务体系的思路和举措。

总体上看, 近年来农民工文化工作受重视程度在不断提高, 经费投入在不断增加, 设施阵地在不断扩大, 服务内容也日益丰富, 服务方式更加多样, 农民工群体得到了实实在在的文化实惠。但是, 我们也必须清醒地看到, 我国的农民工文化工作起步时间不长, 基础还比较薄弱, 各地不同程度地存在着许多问题。主要体现在: 一是重视不够。一些地区的各级政府、文化行政部门还没有真正把农民工文化工作作为一项需要长抓不懈的系统工作进行整体规划和领导。二是体制不顺。农民工的基本文化权益还缺乏有效的制度化保障, 农民工在文化、教育等基本公共服务领域仍然无法享受与城市居民平等的条件和待遇。三是责任不清。各地各部门在农民工文化工作方面的角色定位及职责任务还不明晰, 仍然没有形成分工负责、齐抓共管、行之有效的工作机制。四是保障不力。各地公共文化服务“人、财、物”投入亟待加强, 农民工文化工作还缺乏持续、稳定的经费保障。五是针对性不强。由于对农民工文化需求的了解还不够深入和全面, 农民工文化工作仍然带有一定的主观性和随意性倾向, 部分面向农民工的文化服务仍然以单向的“送文化”模式为主, 农民工的文化参与明显不足。特别是当前“80后”“90后”的新生代农民工已经成为农民工的主体, 他们在生活待遇、思维方法、行为方式、人生目标等方面和他们的父辈有很大不同。有人这样描述说, 过去的农民工是扛着蛇皮袋进城, 今天的农民工是拖着拉杆箱进城。面对新的群体, 一方面有针对性地满足农民工基本文化需求的任务十分艰巨, 另一方面加强农民工基本文化权益保障也显得更为迫切, 我们必须高度重视, 措施到位, 有效应对。

(据《中国文化报》摘编, 2012年5月28日)

## ■ 公共文化司负责人谈为什么要把社会文化司更名为公共文化司

近日, 中编办批复同意文化部社会文化司更名为“公共文化司”, 此次更名是文化部转变政府职能的重要举措, 同时也是推动我国公共文化服务体系建设的科学发展的具体实践。与“公共文化”概念相比, “社会文化”一词过于宽泛, 表述不够准确、定位不够清晰, 难以反映市场经济条件下政府职能新特征, 难以反映近年来我国文化事业发展的形势要求, 带有明显的“历史痕迹”。目前, 北京、上海等地的文化厅(局)已将“社会文化处”更名为“公共文化处”, 从实践来看, 成立公共文化处之后, 处室职责更加清晰, 任务更加明确, 对当地公共文化服务体系的建设产生了有力推动作用。文化部于去年启动了社会文化司更名工作, 在中编办的大力支持下, 今年5月, 社会文化司正式更名为公共文化司。

社会文化司更名为公共文化司不仅仅是一个更名的问题, 更重要的是反映了近年来我国文化事业发展的形势和要求, 反映了关于文化建设的新思路、新理念, 对坚持公益性文化事业和经营性文化产业“两手抓、两加强”, 推动公共文化事业发展意义重大。一是市场经济条件下政府转变职能的需要, 二是文化行政部门转变文化工作方式的需要, 三是文化事业发展的需要。

由社会文化司更名为公共文化司, 给我们提出了新的任务、新的挑战, 今后, 将以此次更名为契机, 努力在公共文化服务体系理论建设、体制建设以及工作方式创新上下功夫, 进一步探索有中国特色公共文化发展之路。一是加强公共文化理论和制度建设, 研究解决公共文化服务体系存在的突出矛盾和问题, 力争在“十二五”末建立起初步的理论体系和制度体

系。二是加快转变职能，完善公共文化管理体制。三是创新工作方式，提高公共文化管理能力。

（据中国文化传媒网摘编，记者刘婵，2012年6月7日）

## 2. 动态关注

### ■ 2012 城市建筑文化论坛在上海召开

“2012 城市建筑文化论坛·上海”（暨上海现代建筑设计集团 60 周年庆学术论坛）5 月 15 号在上海召开。本次论坛紧扣“传承与创新”主题，汇集建筑行业的院士和大师、文化学者及城市建设管理者等 300 多位嘉宾共同探讨中国城市建筑文化的发展与未来。本次论坛由中国建筑学会、上海现代建筑设计集团及同济大学建筑与城市规划学院联合发起主办，上海市建筑学会协办，建筑中国传媒有限公司承办，还得到华东六省一市的高校和设计院的大力支持。

论坛由著名主持人、东方卫视首席记者骆新主持，中国建筑学会理事长车书剑和上海现代建筑设计集团董事长严鸿华分别代表主办方致辞，六位嘉宾进行主旨演讲，之后文化界名人和建筑业界大师展开精彩对话，引起现场来宾阵阵共鸣，然后上海现代建筑设计集团总裁、党委副书记张桦宣读了倡议书。

论坛设两个分会场，一场由同济大学教授、建筑系副主任章明主持，以“城市，建筑，文化”为议题，另一场分论坛由上海现代建筑设计集团现代都市院副总建筑师俞挺主持，围绕“建筑，自然，人文”展开讨论。

（据搜狐网摘编，2012年5月21日）

### ■ 文化产业统计口径平台建设项目在中国人民大学通过验收

由文化部文化产业司、财务司、中国人民大学共同承担的国家文化科技提升计划项目——“文化产业统计口径平台建设”近日在中国人民大学通过验收。

“文化产业统计口径平台建设”是 2010 年开始实施的 13 个国家文化科技提升计划项目之一，且是结合当时文化工作紧迫需求安排的 3 个设定课题之一。

该项目通过对山西、四川、山东和安徽 4 省的大量调研工作，准确掌握了地方文化产业统计部门的统计现状和问题，在此基础上，项目组制定了科学可行的数据快报实施方案以及高效、安全、稳定的统计口径平台建设方案，建立了文化部重点发展的十大产业的详细分类标准，设计了合理且具有可操作性的数据整合方案。

该项目的实施可为了解和掌握文化产业各门类的发展状况、总结各门类的发展经验与规律特征、科学把握文化产业发展趋势提供全局性的数据参考；为制定宏观、中观、微观不同层面的各项文化产业政策措施提供数据参考；为动态监测文化产业政策措施的实施效果，发现政策制定及实施中存在的问题并及时予以调整提供数据参考。验收委员会一致同意该项目通过验收，并建议下一步做好与文化产业其他部门的数据对接工作。

（据《中国文化报》摘编，记者科文，2012年5月22日）

### ■ 中国电影家协会发布《2012 中国电影产业研究报告》

纪念《毛泽东在延安文艺座谈会上的讲话》七十周年暨中国电影家协会《2012 中国电影产业研究报告》发布会在京举行，据《报告》显示，2012 年，中国电影票房前 4 个月超

过 50 亿元人民币，全年预计会达到 180 亿元人民币上下，有望正式超过日本，成为全球第二大市场，但国产片眼下正遭遇困境。

**首先，盈利能力下降。**中国电影目前年产量约 800 部，与美国相当，仅次于印度，银幕总数也已突破 10000 块，但半数以上国产片难以在院线上映。2011 年票房过千万的国产片有 68 部，占了国产片总票房 90% 以上，其余近 200 部国产片只创造了不到 10% 的票房。2012 年国产电影的票房产能也普遍下降，目前仅有 5 部国片票房过亿，票房最高的《大魔术师》也只有 1.7 亿多。从年初到现在国内上映了约 115 部电影，其中国产片 81 部，但仅占总票房的 38% 到 39%。未来进口大片数量增加，会进一步挤压国产片的盈利空间。

**第二，影院建设“虚胖”，票价混乱。**中国的影院已达 2800 多家，但可统计票房的只有 2261 家，有五六百家影院对票房基本无贡献。2011 年，中国银幕总数较 2010 年上升了 50%，但票房只上升了 28%。价格机制混乱，导致票价虚高，这将损害行业秩序，最终损害观众的积极性。

**第三，市场泡沫太大，“走出去”很难。**近十年来，中国电影市场每年的票房收入都保持了 20% 以上的增幅，但电影产业的各个环节仍不完善，易产生市场泡沫。由于进口片配额的增加，市场也会因此出现拐点。中国电影在国际市场的影响力依然有限，国产电影的“走出去”之路举步维艰。

（据《南方日报》摘编，记者郑照魁，2012 年 5 月 18 日）

### 3. 媒体聚焦

#### ■ 孔子学院的成长烦恼

**编者按：**美国国务院于 5 月 17 日发布公告称，全美孔子学院必须申请美国认证才能在其所在大学开展教学，而且，目前在美国持有 J-1 签证的孔子学院中国教师必须于 6 月 30 日前离境。虽然这一事件后来得到了妥善解决，但它还是引发了人们对孔子学院未来如何发展、中国文化如何“走出去”等问题的思考。

中国第一所海外孔子学院于 2004 年 11 月 21 日在韩国汉城挂牌成立，此后，孔子学院在世界各国遍地开花。截至 2011 年 8 月底，各国已建立孔子学院 353 所、孔子课堂 473 个，仅在美国，目前就有 81 所孔子学院。然而，在孔子学院迅猛扩张的过程中，各国对孔子学院的质疑和指责也一直声浪不断。国家汉办主任许琳表示，这次美方向孔子学院发难绝非偶然事件，也不是一个孤立事件，在此之前，孔子学院在欧美各地就曾多次遭遇“围剿”。（据张天潘：《孔子学院——被政治化误读》，南方网，2012 年 5 月 27 日）对此，有文章认为，孔子学院之所以不断招来敌意，主要与它的迅猛发展及政府背景有关。有人提出，美国人害怕孔子学院在推广中国文化的同时，政治上渗透美国，给美国人洗脑。一些美国批评者一直视孔子学院为中国政府外交政策的宣传工具。（据徐倩：《发难孔子学院，强大的美国怎患“孔”惧症》，新华网，2012 年 5 月 26 日）针对这样的“质疑”，国家汉办负责人解释说，孔子学院不是中国的谍报和宣传机构，所有孔子学院的设立都是国外主动申请的，“没有申请我们不做”。

有文章认为，孔子学院的这次风波提醒我们，要对目前的文化“走出去”战略进行反思，即文化“走出去”的主体应该淡化官方色彩，加大商业力量的参与力度。我们应该借鉴法语联盟、歌德学院的成功经验，政府在背后提供支持，更多发动不同类型的商业机构、学术机构、民间社团等参与到中外文化教育交流中。（据刘凝哲、王晓雪：《需“弃官从商”，适应当地现实》，《文汇报》（香港），2012 年 5 月 26 日）颇能支持这一观点的是，就在孔子

学院遭遇麻烦的时候，中国民企万达影院却以 26 亿美元顺利收购了美国 AMC 影院公司。有文章评论说，只要带有中国政府性质的并购，无论是经济界还是文化界，都会受到深深的怀疑和忌惮，孔子学院遭遇非议，也是因为这是一个强大的政府之所为。相反，对于非国有企业间的并购和投资，外国舆论的宽容度要高很多。不管是之前吉利并购沃尔沃，还是这次万达收购 AMC，都是基于它们是民企这一事实。（据王冲：《孔子学院遭遇一点麻烦，万达影院并购一路畅通》，《中国保险报》，2012 年 5 月 25 日）

也有文章反思了中国应该向海外传播什么样的文化的问题，歌德学院(中国)前总院长、现孔子学院特聘顾问阿克曼根据歌德学院的发展经验，提出了自己的建议。据他介绍，德国当初成立歌德学院的初衷，也有政治方面的考虑。“二战”以后，德国的名声很不好，于是，它就想改变世界对德国的看法，告诉世界这个德国不仅是一个法西斯的德国，也是一个歌德、黑格尔、康德、尼采和马克思的德国。因此，在刚开始的时候，歌德学院主要是向外国人展示光明、漂亮的德国，但他们很快发现，这种只有宣传的文化交流根本起不到任何作用。阿克曼认为，歌德学院的成功，就是从对外表达德国的痛苦、矛盾和黑暗历史开始的。那时，很多政治家批评他们，觉得这是在破坏德国的形象，可是他们发现，要赢得别人长期的信任，唯一的办法就是说真话。歌德学院发展的一个经验是，你越想把自己打扮得漂亮，人家就越不信任你。阿克曼说，“我不知道中国政府对孔子学院有什么期望。假如他以为这是一种做广告的工具，我觉得，他早晚会发现，这种工具不起很大的作用。反过来说，孔子学院越变成宣传工具，人家外国就越不会信任他。”因此，要想获得信任与真正的、更广泛的欢迎，就必须厘清政治与文化的边界，让文化归文化，政治归政治。（据张天潘：《孔子学院——被政治化误读》，南方网，2012 年 5 月 27 日）

## ■ 《舌尖上的中国》为什么这样红？

**编者按：**5 月中旬，一部关于吃的纪录片《舌尖上的中国》火爆荧屏，收视率超过同期热播剧《甄嬛传》和《夫妻那些事》，不仅如此，它还使“舌尖”、“吃货”等成为当下最热门的流行词汇。本来，无论从选题还是从播出时间来看，《舌尖上的中国》都只能算是荧屏上的“弱者”，它出人意料的走红带给我们超越美食的思考。

一些媒体文章分析了作为商业纪录片的《舌尖上的中国》的成功之道。有文章提出，看这部充满温情的纪录片，有人想起了小时候“妈妈的味道”，有人体会到了“粒粒皆辛苦”的不易，也有人升华到了“爱国主义”的境界，还有人上升到了“文化输出”的高度……一部纪录片为何能在不经意间创造出如此巨大的影响？该文认为，真诚是艺术的第一要义，感动自己才能感动别人，而这正是该片的成功秘诀。它给我们的启示是，即便是“爱国主义”这样宏大的主题，也可以充满细节与温情；即便是对外传播中国形象，也应该展示普通中国人的喜怒哀乐；即便是纯粹的商业节目，也可以实现艺术与经济的双赢。（据范正伟：《〈舌尖上的中国〉何以走红》，千龙网，2012 年 5 月 21 日）《重庆商报》文章认为，除了美食这一题材本身的吸引力外，该片走红还有其他多方面的原因。首先，它的风格不同于以往的纪录片，运用了更为国际化的叙事手段；其次，当前人们热议的“反舌尖”话题——食品安全——也是它走红的重要社会语境；最后，在城市化迅猛发展的背景下，中国原有的大家族也在发生变化，该片通过吃食的故事展示了普通中国人的人生况味，有一种厚重的历史感。（据卢圆媛：《〈舌尖上的中国〉为什么这样红》，《重庆商报》，2012 年 5 月 30 日）

另一些文章认为，《舌尖上的中国》为中国文化“走出去”提供了一个成功范例。一些人误以为，拿几个电影节大奖、在维也纳金色大厅唱几首民歌就算是“走向世界”了，这其实是一种文化短视。我们只有去触摸生活的细节，并用独特的民族文化符号将之表达出来，

才能拨动海外华人的乡情，并借由华人在当地的传播，为各国人民所了解、所接受。《舌尖上的中国》从绵延数千年的中华饮食文化说起，由点及面，由表及里，向世界展现了一个充满温情的中国形象。（据顾朝阳：《从〈舌尖上的中国〉品出了什么》，《安徽日报》，2012年6月6日）《光明日报》的文章也认为，《舌尖上的中国》背后的价值在于，它跨越了不同文化的障碍，让世界各国的观众认识了中国的美食，了解了中国的文化。它实现了导演当初设定的目标，即以美食为窗口，让海内外观众领略中华饮食之美，进而感知中国的文化传统和社会变迁，对其产生亲近感，并形成一种文化认同。（据牛梦笛、李蕾：《〈舌尖上的中国〉：文化魅力的新开掘》，《光明日报》，2012年5月28日）

## ■ 荧屏宫斗何时休？

**编者按：**继“穿越剧”之后，“后宫剧”开始大行其道，自2011年下半年起，《美人心计》、《倾世皇妃》、《美人天下》、《武则天秘史》、《后宫》等相继在全国各大卫视播出，直至今年上半年仍有《太平公主秘史》、《后宫甄嬛传》等同类题材接力。后宫纷争、嫔妃陷害、尔虞我诈大有霸占荧屏之势。

《人民日报》的文章对后宫戏进行了全面分析与深入批判。首先，由于后宫戏大多改编自网络小说，所以普遍存在缺少历史感、胡编乱造等倾向，一些“戏说”甚至到了离谱的程度。其次，这些后宫戏提供的思想价值观也有问题，勾心斗角、争风吃醋、相互算计——人性中恶的一面被无限放大。它们只讲成败，不讲是非，只有你死我活的阴谋、陷害、争斗，不见引人向善、向上的积极力量，更不要奢谈道德坚守和人文关怀了。最后，后宫戏在情节上漏洞百出，内容上将“煽、色、腥”发挥到极致，主题上唯斗争至上、以恶制恶。这些被观众称为“重口味”的后宫题材电视剧，有意忽略作为公共媒体应当承担的舆论教化责任，对历史的解构背后隐藏着对权力、恩宠、一夜走红、一夜暴富的向往和对享乐主义的崇拜，既无益于认识历史，也无益于思考人生。（据王广飞：《荧屏宫斗何时休》，《人民日报》，2012年5月28日）

后宫戏的负面社会影响不仅让很多学者忧心忡忡，也引起了文化管理部门的高度重视。早在2011年底，国家广电总局就下发通知，要求从2012年1月1日起各卫视黄金档不得播出宫斗剧、穿越剧等四类剧集，并在2012年10月之前不再接受批准以上题材剧集的立项申请。著名学者李怡在《光明日报》发文认为，后宫戏在两个方面超过了一般文学故事的范畴，超出了我们忍受的边界。一方面，这些“故事”形成了一系列僵化的套路，彼此雷同；另一方面，它们把严肃的历史改写成了勾心斗角、尔虞我诈、凶残阴险的竞技场，日复一日，当它们充斥我们的荧屏时，历史也就没有了正邪之分，人性也就没有了善恶之辨。虽然后宫戏有着极为恶劣的社会影响，但该文并不认为“禁播”是一种治本之策。该文提出，我们应该培育一个健康的优胜劣汰的市场，对宫斗剧的庸俗倾向加以打击的最好方式，应该由市场来完成。我们应该宣扬和鼓励文艺市场真正的多样化，让多样化的艺术样式尽力施展各自的力量来争取观众，在真正多样化和充满艺术趣味的竞争中，让那些庸俗的部分自然淘汰或者改变，而在鼓励和推动文艺多样化的方向上，我们的行政管理部门颇有施展的空间。（据李怡：《“宫斗剧”泛滥，“宫斗”斗的是什么》，《光明日报》2012年1月10日）

坊间流行这样的说法，后宫戏《甄嬛传》可以作为当前年轻人的“职场宝典”。对此，《文汇报》文章认为，虽然我们的职场乃至我们的社会，都还有不少不公正、不完美，甚至丑恶的现象存在，但现代职场毕竟不是甄嬛所在的后宫。那些在《甄嬛传》中一再被强化的人性恶，那些奇形怪状、极为残忍的“算计人”的手段，那些“只问目的、不计手段”的价值理念，很难说不会对一些涉世未深的青年形成误导，甚至对他们的身心发展带来不应有的



影响和损害。与这些后宫戏形成对比的是，几年前在国内热播的韩剧《大长今》也是宫廷题材，而且也有“宫斗”的内容，但编导却在《大长今》身上赋予了一种难能可贵的理想之光，她虽然历经千劫万难，却仍以超常的毅力执着地追求自己的理想，并最终成为朝鲜王朝首位女御医。相近的题材，《大长今》拍成了一部青春励志剧，而国内的后宫戏却在大肆宣扬“恶的文化”。可见，后宫戏的问题并不在题材，而在艺术取向，换言之，它缺少正确价值观的指导。（据徐春发：《〈甄嬛传〉不能做青年“职场宝典”》，《文汇报》，2012年5月14日）

## 4. 尖峰观点

### ■ 《人民论坛》访谈杜维明：中国如何成为一个文化大国

杜维明先生作为著名的海外华人学者，第三代新儒家的代表人物，一向关注中国文化的历史进程与前途命运。他在接受记者采访时指出，“文化强国”这种提法并不恰当，而应该代之以“文化大国”。历来我们形容一个国家的时候，都会用到“富强”这个词，“富”是指经济，“强”是指政治和军事。如今，我们在经济、政治上已经有了很大的突破，更加迫切需要发展的是文化，即朝着文化大国的方向迈进。中国的儒家传统有三个特色：首先，它是学习的文明；其次，它是对话的文明；第三个特色即包容。我们常说“博大精深、大气磅礴”，这种“大”的观念比起强弱观念来，更符合当前中国面向世界的思路。基于此，他认为，用“大”而不是用“强”来体现这种包容的文明，更加符合中国儒家的传统和精神。

那么，如何建设一个文化大国呢？杜维明认为，首要的是领导者的素质，这个领导者既包括党政领导干部，也包括媒体、学术、企业、职业团体、非政府组织的领导，他们负有重要的责任，即通过对话、交流、论辩来提升社会资本。第二，我们要重视文化能力的培养和提高，使每个公民都掌握相应程度的文史哲知识。第三，在智商之外，我们还要讲究伦理的智慧和情商，应该照顾到对内在价值的追求和人的全面发展。第四，要理顺不同知识层之间的关系，在最完美的状态下，学术界创建新的理论知识，提升知识界的水平，进而使文化界的品味更加精致，而现在我们这个社会正好反过来了。此外，在社会各界都应该有一批有良知的知识分子，这些人的横向沟通有没有活力，是非常重要的。

儒家传统是中华民族最重要的文化认同资源，然而，自鸦片战争特别是五四以来，儒家在中国彻底崩溃。一种道德的诉求一定要有敬畏感，一个没有敬畏感的社会，它的道德底线是很难维持的。革命的时代是没有敬畏感的，人们与天斗、与地斗、与人斗。而当进入一个和平发展的时代，如果这个社会的人们没有敬畏感，那么他们所剩下的就只能是庸俗、唯利是图、招摇撞骗。要打破这种氛围，首先应该从教育开始突围，恢复敬畏感。另外，越有钱、越有权、越有资源、越有信息的人，就越应该有社会责任感、义务感。如果领导者不以身作则，不去践行责任与义务，起不到榜样带头作用，那么社会上就会出现怀疑和不信任。

（据《人民论坛》摘编，采访人杜凤娇，原题为《中国成为文化大国之首要——访哈佛大学终身教授、北京大学高等人文研究院院长杜维明》，2012年2月（下））

### ■ 《中国改革》访谈阎云翔：“无功德个人”缘何产生？

阎云翔是美国加州大学洛杉矶分校人类学终身教授。他在新著《中国社会的个体化》（2012）中提出，当前社会中个体的重新崛起似乎是对“五四”的一个回应，我们应该乐观其成。但是，这种个体化却导致“无公德个人”的出现，它将把中国带往何处，值得关注。

阎云翔在接受记者采访时强调，除了在20世纪20年代刚被介绍进来的那几年，个人主义在中国遭到颇多非议。不过，最近二三十年来，随着消费主义的兴起、生活方式的转变，

它的本质虽然没变，形象却发生了变化——过去，人们认为个人主义是资产阶级腐朽思想，现在它却变成了每个人嘴上不说却能做的事情。自私自利、反社会、惟我独尊、为达目的不择手段，所有这些负面的东西都被归到了个人主义的篮子里。

这种理解的问题在于，它没有将个体作为目的，而不是作为一种手段；另一方面，它也没有理解个人主义需要有一种平等观念。在西方，由于基督教文化的影响，平等不是指经济上的平等，或者是分配结果的平等，而是存在价值、精神、道德等意义上的平等。中国传统文化却与此不同，它根深蒂固地认为存在“君子”和“小人”的区别，人在道德上的价值是不一样的，所以“人固有一死，或重于泰山，或轻于鸿毛”。平等观念的缺失导致中国文化中的个人主义基本上就是想干什么就干什么，并由此成为反社会和自私自利的同义语。

中国个体化的起源可以追溯到毛泽东时代，虽然从表面上看那是一个高度集体主义的社会，但是在更深的层面上，个人被从家庭、亲属和社区所构成的传统网络中抽离出来，并摆脱了以儒家和父权为主的传统价值与行为规范的束缚。20世纪80年代末以来，个体化换上了市场经济和私营化的新颜，但是，此时的个体化进程同样是由国家政策引起的，在这种条件下，个人依然是实现社会现代化的手段。目前，我们在私人生活领域推进了很多，但是在个体与国家、个体与社会的关系上，基本改变不大。比如，在私人生活中的择偶、择业等问题上，人们已享有充分的自由，但是在公共生活里，很多自由还不充分。这种私人生活领域和公共生活领域的脱节会带来很多问题，因为，如果很多事情只能做而不能公开讨论，那么它最终就会变形，会回到原来的老路上去。比如，公民维权的努力本来有改善制度、变革地方治理的可能，但现在它的这种潜力发挥得还很不够。

（据《中国改革》摘编，采访人辛智慧，2012年第6期）

## ■ 《文化财富》访谈向勇：去掉文化产业的血汗味、机油味和铜臭味

北京大学文化产业研究院副院长，国家文化产业创新与发展研究基地副主任向勇在接受《文化财富》记者采访时，谈到台湾文化产业发展对我们的启示。他指出，台湾的文创园区特别重视文化生态的保护，重视与当地居民的关系，他们会让这些入依然在这个地方生活，因为原住民本身就是这个园区文化的载体。而现在我们很多地方发展文化产业园区时，会把原来的居民搬走，进行异地安置，这其实是文化资源的浪费。

台湾用“都市生根”和“社区再造”来处理文化产业的空问资源。“都市生根”不是大量引进房地产开发，而是根据这个街区特定的文化遗存、工业遗产引入好的创意；而“社区再造”则是考虑如何让当地的民众参与进来。目前，我们在这些方面做得还很不够，比如，十三陵周围有很多村子，村民的祖辈都是守护陵墓的士兵，但今天我们看不到他们与十三陵有什么关系。一方面，景区没有把他们纳入进来，不把他们作为重要的文创和环保力量；另一方面，他们也不热爱这个地方，甚至与景区形成了一种竞争的甚至是敌对的关系。

我们未来的文化产业要去掉三种味道。一是血汗味，即文化产业的房地产化，借文化产业的名义进行房地产开发，只见水泥不见创意。二是机油味，即进行文化产品的低端复制，文创产业分为三个阶段：内容创意、内容制作和复制、品牌服务。其中，第二阶段的贡献率只有15%，所以，我们应该更加重视内容创意和品牌服务的提升。第三是铜臭味，即一味用金融手段放大文化价值，虽然文化产业离不开金融扶持，但金融只能是一个手段。

（据《中国文化报》摘编，采访人刘晋，2012年6月3日）

## ■ 如何救护正在消失的古村落

中国民间文艺家协会的普查结果显示,在我国 230 万个村庄中,目前依旧保存良好的古村落已由 2005 年的约 5000 个锐减到不足 3000 个。这些古村落大多位于偏僻之处、险要之所,与外界沟通有限,所以保留了典型的农业时代的生产生活模式。中国民间文艺家协会主席冯骥才认为,中华民族最久远绵长的根不在城市中,而是深深扎根在这些古村落里。然而,从 20 世纪下半叶开始,古村落开始承受现代社会的冲击,尤其是近些年的新农村建设和城镇化进程,蕴含着巨大的商机和政绩,使古村落的消失速度进一步加快。

古村落的消失还有其他多方面的原因。首先,中国古建筑与西方大理石、花岗岩建筑截然不同,它们多为木质建筑及土夯墙,这种砖木结构的建筑既容易推倒,也容易腐烂。其次,由于很多村民常年外出务工,加速了村落的颓败和老房子的倒塌。最后,由于老建筑本身的限制,村民很难在其中添置现代化的生活设施,生活条件难以改善,这也是其败落的原因之一。

为了保护消失中的古村落,有人提出要采取“疏堵相结合”的办法,“堵”就是规定在古村内不能再建新建筑;“疏”则是新规划一片区域建房。但是,如何在保护古村的同时让村民受益,依然是一个亟需破解的难题,对此,有人认为开发旅游是第一选择,也有人认为,当务之急是要树立村民的自豪感,让他们进行不是政府强制,而是有“文化自觉”的保护。

(据单颖文:《7 年间少了 2000 多个古村落》,《文汇报》,2012 年 5 月 30 日)

## 5. 学界观察

### (1) 机构动态

#### ■ 清华大学人文社会科学学院: 举行“中国软实力与文化外交”研讨会

2012 年 5 月 11 日下午,由清华-卡内基全球政策中心主办的“中国软实力与文化外交”学术研讨会在紫光国际会议中心举行。举办这次研讨会的目的是探讨中国软实力的内涵和文化外交的有效途径。来自中国社科院、清华大学、《外交评论》杂志社、国家文化部、外交部、澳大利亚默多克大学等高等教育机构、政府机构和学术文化部门的专家学者在会上进行了主题发言。

社科院研究员赵汀阳阐述了以使歧视最小化、谋求互相伤害最小化、追求共同发展最大化和共同利益最大化为基本精神的“天下体系”理论。他提出,要以关系理性去重新定义普遍价值,以兼容的普遍价值为基础去建立世界宪法,而世界宪法必须是包含人义(human obligations)和人权并重的万民法等重要观点。

清华大学贝淡宁教授认为,儒家价值观主要包括贤能政治与和谐价值观两方面,和谐的价值是儒家政治伦理的中心,日渐强大的中国应该敢于用自己的和谐价值观来影响世界。

《外交评论》杂志执行主编陈志瑞的发言指出了中国文化外交存在的问题,并强调政府在文化外交方面的作用过于突出,是导致文化外交不太成功的原因,在建构外交伦理方面中国还有很长的路要走。

清华大学张利华教授在总结中指出,中国软实力的核心是中国文化价值体系,外交政策是核心价值观的体现。中国传统文化和现代西方文化的先进价值观的融合,将使中国的主流价值体系更丰富、更先进。

(据清华大学新闻网摘编,人文社科学院供稿,2012 年 5 月 18 日)

#### ■ 上海交通大学人文艺术研究院: 召开“反思城市与身份认同”国际研讨会

2012 年 5 月 16 日至 18 日,“反思城市与身份认同”国际研讨会上海交通大学召开。本次会议,邀请到自美国加州大学伯克利分校、加州大学河滨分校、美国伊利诺伊州立大学、

蒙特利尔大学、复旦大学、澳门大学等国内外知名高校哲学、政治学、人类学、传媒学等领域的学者，上海市人民政府新闻办公室、南京市市委外宣办、成都市市委外宣办、广州市委宣传部等相关政府部门官员，以及《文汇报》、《社会科学报》、《环球时报》（英文版）、《学术月刊》等重要媒体专家参会。

本次研讨会的一大特色是，不少学者围绕国内外著名城市，进行了关于城市精神的主题演讲，并就国际城市在中国语境下的发展展开热烈讨论。此外，研讨会还特别关注城市生活中个体的身份认同问题。与会专家强调，城市个体的身份认同，与城市及其精神具有一种互动关系。一方面，人们在城市中展开的生活，对其身份认同打下独特而鲜明的烙印；另一方面，身处其中的人们的日常生活又成为城市精神最好的诠释和展示。

（据上海交通大学人文艺术研究院网站摘编，2012年5月22日）

## ■ 中国人民大学：举行“中俄大众传媒发展”学术研讨会

2012年5月26日至27日，第八届“中俄大众传媒发展”学术研讨会在中国中国人民大学举行，此次研讨会的主题是“信息化社会与公共传播”，来自中俄两国30多家新闻院校、研究机构和新闻媒体的80余位相关领域的专家、学者出席会议。

圣彼得堡大学新闻系米哈依洛夫教授回顾了中俄两国近年来在政治、经济、外交、军事、文化、教育等方面进行的双边交流与合作。对于中俄两国，社交网络和社交媒体等新技术的发展使得公众之间的信息交流更为方便，但保护国家及个人的信息安全也成为了两国间新的课题。

重庆大学文学与新闻传媒学院院长马胜荣深度分析了传统媒体和媒体机构的生存现状和未来发展，传统媒体和媒体机构的生存现状和未来发展。莫斯科大学新闻系副教授、副主任利特维诺夫以2010年莫斯科地铁爆炸案为例，从社会心理学的角度出发，对网络社交媒体群内传播的表现及其特征进行分析。

在5月26日和27日上午的三个分论坛中，与会专家、学者围绕信息化、全球化与国家形象；公共外交与跨文化传播；信息化社会与健康传播；新媒体与危机管理；社交媒体与政府公关；政治传播与社会参与；人际传播与社会共识；生态危机与环境传播等主题进行了深入研讨。

（据中国人民大学新闻学院网站摘编，记者李文竹，2012年6月5日）

## （2）学者观点

### ■ 陈少峰：文化体制改革的关键点

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰教授撰文指出，目前的中国文化产业在走向快速发展的同时，需要在产业结构、发展模式、内容生产三个方面尽快做出调整。

文化产业结构目前存在三个突出的问题。首先，文化制造业所占比例远远大于文化内容产业，和国际上强调内容的产业主潮不相符；第二，传统文化产业的转型和规范化不尽如人意，企业化运行不完善，而工艺美术产业也有待升级；第三，内容生产缺乏相应激励，较易盈利的媒介和平台产业挤占了太多利益空间。

陈少峰认为，我国文化产业的发展模式比较单一，基本以量取胜。要想完成产业转型，有必要从八个方面入手，即实现文化产业发展的内容化、数字化、娱乐化、品牌化、跨界化、服务平台化、高端化。

他强调，文化内容生产是文化产业发展的根本。就我国文化产业发展的现状而言，担负内容生产的基本是中小型民营企业。它们在塑造内容产品的后续价值，特别是品牌打造上，往往难以维系资金的持续性，因而不能保证内容生产的质量持续性。为此，应该大力加强对

文化内容生产的扶持力度，各级政府亟需改变过去只把支持资源投向国有媒介平台或者少数大型民企的做法，重新制定激励政策。与之相应，在融资贷款上，对文化内容生产企业给予一定倾斜。政府理应给予民营企业与大型国企同等的政策支持，并对不同性质企业上市资质进行区别对待，从而保障内容生产企业上市的优先性。

（据陈少峰：《文化体制改革的关键点》，《人民论坛》，2012年3月（下））

## ■ 王海文：文化经济视角下北京建设世界城市的现状及对策

当前的文化经济全球化，给北京建设世界城市带来了前所未有的机遇。北京第二外国语学院国际贸易学院国际文化贸易系主任王海文副教授最近撰文，从文化经济角度分析了北京建设世界城市的现状、问题和对策。

他在文中指出，从文化经济视角看，北京建设世界城市的基础和机遇有五大优势：1. 坚实的经济基础，2009年北京的人均GDP已经超过一万美元，2011年北京的文化创意产业总收入已经达到9000亿元。2. 丰厚的文化资源，北京有悠久辉煌的历史和传统文化沉淀，“人文北京”的建设理念恰如其分。3. 深度的产业融合，自2006年《北京市文化创意产业发展专项资金管理办法》出台以来，产业结构的优化升级已经进入良性循环。4. 活跃的对外交流，作为国家文化中心，高规格的交流活动的大量举行凸显了北京的世界城市影响力。5. 难逢的发展机遇，建设世界城市是国际政治经济格局变化和国家战略布局调整的共同要求。

同时，还应该看到，在建设世界城市的历程中，北京与标志性的国际城市还有一定差距，如文化包容力、竞争性较弱，创新性不强、缺乏特色优势的发挥等。为此，作者提出应该明确建设世界城市的导向和对策：1. 坚持高起点规划、分阶段实施，充分体现世界城市的人文内涵和精神；2. 提升硬实力、强化软实力，促进世界城市和文化经济发展和谐统一；3. 发挥优势、彰显特色，打造别具一格的风貌和气派。4. 坚持低碳、宜居的生活目标，树立再造创新、以人为本的原则。

（据王海文：《文化经济视角下北京建设世界城市的现状及对策》，《城市》，2012年第3期。）

## ■ 徐翔：网络文化与城市软实力建构

文化软实力不仅是国家民族之间竞争的重要内容，也越来越深的影响了城市竞争力。在网民数量已逾五亿之巨的中国，网络信息、网络文化、网络传播在城市文化建设和文化发展中占据毋庸置疑的重要地位。北京社会科学院副研究员徐翔的论文《网络文化与城市软实力建构》，较为深入地探讨了城市网络文化软实力的作用、要素和实现路径。

徐翔认为，网络文化不仅是城市文化建设的一部分，更重要的是可以提升城市文化的范式和发展模式。在这一过程中，网络文化可以发挥跨界带动、融合驱动、创新拓展、产业提升、环境优化等作用。

他所说的网络文化软实力，是指城市网络文化所达到的发展水平，以及它对城市文化软实力建设所起到的作用。在他看来，城市的网络文化软实力应包括五个方面：1. 资源力：设施、技术是网络文化软实力的基础资源，带宽、普及率、终端数量等是保障软实力的“硬实力”。2. 生产力：网络文化催生了城市里新型的、富于成长而具备强大效力的文化产业。3. 传播力：网络传媒体系在城市里的渗透力、影响力是非常显著的，辐射效应极大。4. 服务力：网络崛起为公共文化服务建设提供了跨越式发展的契机，并极大改善其效益和质量。5. 创造力：网络平台降低了文化参与的门槛，培养了大批来自各个阶层的文化原创人才。

实现网络文化软实力，并使其在建构城市文化软实力中大放异彩，需要从资源、媒介、业态等方面予以探讨。作者认为，只有努力建设以网络传播为核心和主导的“媒介城市”、大力发展文化产业集群中心，特别是网络文化内容生产中心以及技术创新引领中心，并建设

网络总部基地，才能为增强城市网络文化软实力找到合理的路径。

(据徐翔：《网络文化与城市软实力建构》，《学习与实践》，2012年第4期。)

## ■ 许德金：城市文化何以成为资本

对外经贸大学英语学院许德金教授近日在《外国文学》杂志撰文，以城市文化为研究对象，从文化、城市、资本三个关键词出发，依托跨学科的视角，探讨了城市文化成为资本的原因。

在该文中，作者根据西方已有对文化的注重界定，总结出“文化”所具有的特征：文化必然要有民族、社群的维度，不存在抽象的普遍文化；文化是物质的、也包含精神、思想；文化必须要以具体形式体现出来；文化/文明在抽象意义上可以替换，具体却有不通用法。

从以上总结出发，作者认为，随着现代化特别是城市化进程的展开，文化在城市载体中越来越具有分化的趋向。与此同时，城市的发展也益发需要文化书写和文化传播的建构，保持传统抑或推倒重来式的城市风貌都是城市文化化的结果。文化一俟进入城市，实际也就进入了资本主义的市场逻辑，并和科技一样面临和资本相勾连的命运。作者以法国社会学家布迪厄的观点论述资本的多样性，比如有经济资本、社会资本、文化资本和象征资本等。在文化资本化的过程中，资本为了保持自身的持续性和利润最大化，也需要依附于文化并将其作为载体。

由此，作者注重论述了文化、城市、资本的三向互动。文化资源不同于自然资源，更具有稀缺价值，文化资本所能带来的“红利”和剩余价值在当今世界是极为可观的。但从20世纪以来的城市病象来看，文化没有成为“绿色”资本，反倒始终受制于科技理性主义和人类中心主义的宰制。城市文化如果不能冲破自身藩篱，进入和自然和谐互动的结构关系，则当今世界的生态和文化危机将难以克服。

(据许德金：《城市文化何以成为资本》，《外国文学》，2012年第2期。)

## 6. 海外视野

### ■ 鲍里斯·约翰逊：《文化大都会：市长的文化战略 2012 年及以后》（第四部分）

2010年11月15日，伦敦市长鲍里斯·约翰逊(Boris Johnson)发布了《文化大都会：市长的文化战略 2012 年及以后》作为伦敦的文化策略。这里主要摘编该文第四部分“保持文化伦敦作为世界城市的地位”中的核心参考数据。

伦敦在世界城市中的卓越地位，来源于过去15年来政府对伦敦文化产业的巨大投资。其中，文化遗产彩票基金对包括英国皇家植物园和 HMS Belfast 在内的13个排在伦敦前20位的主要景点投资2.38亿英镑。同时，通过2000年开放泰特现代艺术博物馆，2008年开放国王广场音乐厅(Kings Place concert hall)，整修皇家节日厅和白教堂美术馆，伦敦的文化产业在数量、规模和质量有了显著增长，并为一些世界上最伟大的艺术才华提供展示。

以伦敦、纽约、巴黎、上海、东京五个代表性国际都市为例，从主要文化指标上看，除去艺术专业人才高等教育机构数量排名第二之外，伦敦在公共艺术画廊数量、国家博物馆数量、其他博物馆数量、联合国教科文组织世界遗产排名、公共图书馆数量几个方面全部排名第一。

伦敦是全球当代文化的中心。伦敦的全球吸引力在于其流行文化和创意产业，和热闹非凡的非正式的商业活动，例如在卡姆登的现场音乐，查林十字道书店，Shoreditch 酒吧和俱乐部，温布尔顿和 O2 等大型体育赛事和音乐场地。

在创意产业指标上，伦敦的电影院数量低于纽约、书店数量不及巴黎，其余音乐场馆数量、每年的音乐表演、剧院和音乐厅数量、夜店及舞厅等数量、节庆活动数量皆排名第一。

伦敦的创造活力源于其作为全球枢纽，是一个人才、资本、货物和服务交换的重要场所。当今世界创意经济起着同样的地位和作用。作为一个创意生产的源泉，伦敦也是创意产业各重要部门及机构的家园，包括出版商、参展商、专员、分销商、金融家、经纪人和代理人。大伦敦市政府与战略和供资机构密切合作来最大化伦敦的多样性优势。通过伦敦发展署、大伦敦市政府已经支持了许多展示这个城市的不同文化的项目，比如近期在诺丁山（Notting Hill）的开业的 Tabernacle Arts、正在建设中的 Brixton 的黑人文化档案中心。

根据普华永道 2007 年的统计，在人力资本指数上，伦敦以 23 的智力资本分数名列全球第一，其后分别是巴黎、东京、纽约、多伦多。而到访游客数量（欧睿信息咨询公司统计）方面，2007 年伦敦共接待全世界游客 1.5 亿人，超过香港、曼谷、新加坡、巴黎等排名世界第一。

在国际学生人数（文化审计统计）上，2008 年的伦敦共有 85718 人，位列五大国际都市的第一名。

（据邓颖摘译《文化大都会：市长的文化战略 2012 年及以后》中文版摘编，未刊稿）

### ■ 安德鲁·西奇：《标识之城：探究城市空间的逻辑》

澳大利亚南昆士兰大学文化研究学者安德鲁·西奇（Andrew Hickey）的新著《标识之城：探究城市空间的逻辑》（*Cities of Signs: Learning the Logic of Urban Spaces*, 2012）由瑞士 Peter Lang 出版社出版。

西奇在这部著作中认为，标识（signs）作为城市风景的重要制造者而存在。不管是指示方向的街道路标的形式，还是喷绘的广告媒体的许诺，具有摧毁性的街头艺术的异轨（*détournements*）形式，标识散布在城市空间之中，并为书写城市及其居住者的逻辑提供有形的“文本”。在该著中，作者勾画了标识作为当代城市空间核心要素的存在方式，并探究了它对人们在标识之城生活的意义。这些令人耳目一新的讨论，呈现了人们在城市空间的居住和体验方式。这对同样有此关注的城市研究、社会学和教育学著作来说，可谓非常及时的贡献。此外，作者还通过解码城市环境中正在上演的文化生产，向我们展示了理解文化如何借助城市风景进行生产和消费的动态方式。

（据 Peter Lang 出版社出版网站摘编）

### ■ 格雷姆·特纳：《文化研究怎么啦？》

澳大利亚著名学者格雷姆·特纳（Graeme Turner）的著作《文化研究怎么啦？》（*What's Become of Cultural Studies?*, 2012）近日由塞奇（Sage）出版社出版。特纳是昆士兰大学文化研究教授，澳大利亚人文研究学会前主席。

在这部著作中，特纳以非常犀利而又迷人的创造性方式带领读者探索了 21 世纪以来的文化研究状况。他清晰地解释了文化研究的起源，在今天所面临的方法和理论的困境，并为其描绘了未来发展的路线图。在这样一个文化研究遭到质疑的时代，本书自然会引发争论。通过聚焦文化研究借助高等教育机构展开的操作实践，作者试图追问文化研究是否能够保持它最初的政治和伦理使命，与其对重获原创精神之策略的评论之间的关联。

（据塞奇出版社网站摘编）

### ■ 美国加州大学圣地亚哥分校：主办文化研究学会第十届年会——“文化问题”国际学术会议

2012 年 3 月 30 日至 4 月 1 日，加州大学圣地亚哥分校文化研究协会（CSA）的第十届年

会，此次会议的主题是“文化问题”（Culture Matters）。

此次会议包括五大议题：1. 如何将文化与物质性的关系理论化？2. 跨学科研究形态，诸如种族研究、批判的性别研究、酷儿理论、土著研究、新媒体研究，以怎样的方式挑战和重新定义了物质的观念？3. 文化批评家应该如何去理解物质之于精神的关联？4. 什么是大学体制内外知识生产的文化—物质之维？5. 文化如何成为物质性力量，文化批评家和生产者如何才能介入或者改变体制和物质性实践？简而言之，以上主题可以归结为一个问题：唯物主义的文化研究规划现状如何，这种研究将来应该采取怎样的研究形式？

（据文化研究学会（CSA）网站摘编）

## ■ 瑞典乌普萨拉大学：主办“21世纪信息社会中的批评、民主、哲学：走向社会媒体的批判理论”国际学术会议

2012年5月2日至4日，乌普萨拉大学举行了“21世纪信息社会中的批评、民主、哲学：走向社会媒体的批判理论”国际学术会议，来自瑞典、奥地利、澳大利亚、加拿大、英国和美国的学者参加此次了研讨，并进行了相关学术活动。

此次会议的议题包括以下几个方面：以批判的方式研究互联网、社交媒体和社会，究竟意味着什么？什么是批判的互联网研究和社会媒体的批判理论？互联网和社交媒体在当代资本主义扮演怎样的角色？今天理解互联网、民主和社会，获得一个全球化的，可持续的信息社会和参与性的网络，需要借助怎样的哲学和伦理，哪些哲学家？另一种可供选择的互联网应该是怎样的？如何才能创造这样一种网络？批判理论在研究信息社会、社交媒体和互联网中扮演什么角色？等等。

（据信息传播技术与社会网站（The ICTs and Society-network）摘编）