北 京 文 化 通 讯

2012 年第 5 期

（总第 5 期）

本期要目

政策导览

■ 科技部等部委联合印发《国家文化科技创新工程纲要》

动态关注

■ 首届“动漫北京”活动盛大开幕

媒体聚焦

■ 城市雕塑：莫把文化景观变文化“奇观”

■ 新“24 孝”：道德伦理可否标准化？

尖峰观点

■ 莱文：纽约：城市文化建设及其面临的挑战

学界观察

■ 上海高校都市文化 E-研究院：举办《全国 31 个省市自治区公共文化服务指数蓝皮书》出版座谈会

■ 黄斌等：基于空间生产视角的文化创意产业对旧城再生影响机制研究——以南锣鼓巷为例

海外视野

■ 《2012 年世界城市文化报告》出炉

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

■ 文化部关于编发文化市场年度报告加强信息服务工作的通知

为加强对文化市场宏观调控和属地管理，提高文化市场运行监管水平，根据因地制宜分类管理的原则，文化部决定从 2012 年起，以省（区、市）为单位开展文化市场年度报告的编撰发布工作，逐步建成条块结合、开放共享的文化市场信息服务体系。

今年起，各地启动 2012 年度演出、网吧市场年度报告编撰工作，2013 年启动艺术品市场、娱乐市场年度报告编撰工作；文化部文化市场司继续编撰网吧、网络游戏、网络音乐、艺术品、演出等市场的年度报告；各省级文化市场管理部门可根据本地区文化市场不同行业发展和管理现状，确定年度报告编撰的市场门类。

年度报告主要涵盖以下方面内容：术语定义、研究方法、数据指标体系、数据来源说明；年度市场总体概况；管理政策法规与行业规范解读；市场结构分析，包括经营主体分析、文化产品分析、经营活动分析、消费需求分析；市场特点与趋势分析；市场年度大事记。

在编撰过程中，要高度重视数据质量，充实文化市场统计人员，加强文化市场统计工作，充分发挥文化市场统计数据的基础性作用；科学评估其他非本部门统计的数据，做好各种数据之间衔接；加强对主要统计指标和统计方法的研究，确保统计指标的概念、范围、来源、计算方法等科学严谨，确保各种数据纵向（不同时间之间）和横向（不同地区之间）可比。此外还应科学开展专题调研，充分利用技术平台，引入社会咨询机构。

文化部负责制订各门类市场年度报告编撰技术规范，负责组织对各省（区、市）年度报告编撰人员的培训工作。各省（区、市）要高度重视年度报告的编撰工作，科学论证年度报告的体例、方法与内容，对于涉及市场发展、政策制定、趋势判断的关键内容，要广泛征求意见，确保全面、真实、客观地反映本地区文化市场发展和管理状况。各省（区、市）应将年度报告的编撰发布工作作为日常管理的重要抓手，列入年度财政预算，建立数据采集监测点，通过数据分析研究加强对文化市场运行状况和机制的监管。各省（区、市）应当通过多种方式对年度报告的研究成果进行宣传推广，让管理者、企业、投资者、消费者共享信息，推动文化市场的繁荣发展。

（据文化部网站摘编，2012 年 7 月 31 日）

■ 科技部等部委联合印发《国家文化科技创新工程纲要》

为深入贯彻党的十七届六中全会精神，深入实施科技带动战略，推进文化科技创新，科技部近日会同中宣部、财政部、文化部、广电总局、新闻出版总署联合印发了《国家文化科技创新工程纲要》。

纲要对我国文化科技发展提出了加强文化领域共性关键技术研究，促进传统文化产业的优化和升级，推动新兴文化产业的培育和发展，提升文化事业服务能力，加强文化科技创新发展环境建设等五项主要任务。根据纲要，我国文化科技发展将以“创新引领、促进融合。市场牵引、应用驱动。技术集成、模式创新。整合资源、统筹兼顾”为基本原则，全面提升文化科技创新能力，转变文化产业发展方式，推动文化事业和文化产业更好更快发展，解放和发展文化生产力，不断满足人民群众日益增长的精神文化需求。

纲要提出，到 2015 年，文化科技共性支撑技术取得重要突破，科技对文化产业的带动作用明显提高，以文化和科技融合示范基地为主体的产业化载体建设全面推进，文化事业科技服务能力和文化行政管理科技手段显著增强，推动文化产业逐步成长为国民经济支柱性产业。

到 2020 年，文化和科技深度融合，科技创新成为文化发展的核心支撑和重要引擎。文

化科技发展环境不断完善，文化科技创新充满活力，高素质文化科技人才队伍发展壮大，文化科技创新体系得到完善，文化和科技融合示范基地成为文化产业的重要载体，基本形成带动文化产业发展、推动文化事业进步、规范文化市场秩序的文化科技支撑体系。文化产业成为国民经济支柱性产业。

此外，纲要还对我国文化科技发展的工作机制、扶持政策、人才培养等作了规划。

（据《经济日报》摘编，2012 年 8 月 26 日）

（2）政策解读

■ 蔡武纵论国有文艺院团改革发展

国有文艺院团体制改革是文化体制改革的“深水区”和“硬骨头”，中宣部、文化部联合下发《关于深化国有文艺演出院团体制改革的若干意见》至今已有 3 年，据悉，目前全国完成改革任务的国有文艺院团已达 95%，十八大前文化体制改革阶段性任务中最艰苦的攻坚战已经取得决定性胜利。蔡武谈到，3 年来，国有文艺院团体制改革取得了以下突出成效：

一、转企改制中心环节取得重大进展，演艺业体制格局发生根本性变化。目前全国承担改革任务的 2102 家院团中，完成改革任务的院团已达 1990 家，完成率达 95%，其中转企改制院团占 61%，一个以企业为主体、事业为补充的新型演艺体制格局基本建立。

二、转变演艺发展方式迈出大步伐，演艺业科学发展水平显著提高。

三、国有文艺院团改革发展政策实现大突破，演艺业改革发展的外部环境不断优化。中央和地方共出台 40 多个院团改革配套政策，各级财政对文艺院团的投入由 2008 年的 57.3 亿元增加到 2011 年的 83.5 亿元，增幅达 45.7%。

四、演艺产品评价激励机制发生大转变，演艺创作生产取得社会效益和经济效益双丰收。2011 年全国文艺院团演出场次达 155 万场次，比 2008 年增加了 64.5 万场次，增长 71.2%；演出收入达 52.8 亿元，比 2008 年增加了 32.3 亿元，增长 157%，涌现出一批市场欢迎、群众喜爱的精品力作。

几年来的工作实践为深化改革积累了宝贵的经验，我们必须坚持解放思想、转变观念，以人为本、保障权益，完善政策、加强扶持，实事求是、分类指导，尤其是要坚持面向市场、面向群众。只有打破“以行政为中心，以得奖为目的”的生存模式，建立以观众为中心、以社会效益与经济效益有机统一为目标的院团经营管理体制，文艺院团才能开辟广阔的发展天地。

（据《中国文化报》摘编，记者李珊珊，2012 年 8 月 15 日）

■ 赵少华谈海外中国文化中心建设

1988 年，中国在毛里求斯和贝宁设立了第一批文化中心，至今已有 24 个年头。目前，我国共与 26 个国家签署了单设或互设文化中心的政府文件，到今年底，海外中国文化中心正式运营的总数将达到 13 个。根据文化部制定的《海外中国文化中心发展规划》，至 2020 年，海外中国文化中心总数将达到约 50 个。

海外中国文化中心围绕“文化活动、教学培训、信息服务”等职能不断深化文化交流合作，系统、全面、有计划地开展“大文化”领域的交流活动。首先，它是一个文化交流中心，通过举办演出、展览、文化节、影视周、图书节、文化产品推介会等活动，积极展示和推介中国优秀文化，开展双向文化交流。其次，它是一个信息服务中心，通过图书和互联网、数字媒体等，提供有关中国的权威信息服务；定期组织讲座、研讨会、读书会、报告会、电影欣赏等活动，与驻在国相关机构开展文化信息交流与合作，增进驻在国公众对中国的全面了解和理解。另外，它还是一个文化培训中心，通过与国内外教学机构和文化艺术机构合作，运用文化中心的教学资源体系和远程教育平台，开展面向广大驻在国公众的中文语言、文化艺

术、体育健身等知识与技能培训项目。

文化中心的设立是两国政府间的政治决定，是两国关系深入发展的具体体现。中国在海外设立文化中心是中国政府与外国政府协商互设的官方文化机构，建立在双向交流、互建共享基础之上，既能满足外国公众对中国文化的现实需求，又有利于促进两国文化关系发展和增进人民之间的友好感情，更有利于推动中华文化走向世界。中国从来不搞任何形式的“文化渗透”，也从来不搞价值观或发展模式的“输出”。我们始终认为，在相互尊重、平等互鉴基础上进行的文化交流积极促进了东西方的理解与合作，积极促进了世界和平发展。中国的文化实践不断印证着我们所一贯倡导的“各美其美、美人之美、美美与共、天下大同”的文化追求。

（据《光明日报》摘编，记者肖连兵，2012 年 8 月 27 日）

2. 动态关注

■ 第五届中国国际青年艺术周在京开幕

8 月 12 日，由中国对外文化交流协会、中国对外文化集团公司和国家大剧院联合主办的“第五届中国国际青年艺术周”在京开幕。当晚，以“青春的微笑”为主题的开幕式文艺晚会在国家大剧院上演，来自多个国家以及中国多个民族的优秀青年艺术家联袂奉上了一场国际高端舞台艺术的视听盛宴。

中国国际青年艺术周是我国第一个政府主导的以青年为主题的大型多边文化交流活动，2008 年 7 月在北京成功举办首届活动，始终以“激情熔铸艺术，创新点亮未来”为主旨，力求为青年人搭建一个艺术展示的舞台和文化交流的平台。本届青年艺术周以“绽放生命之绿”为主题，历时两周，设置了文艺演出、电影展映、展览、论坛、中日文化交流 5 个板块。

西安、哈尔滨、大庆等地将同期举办青年周相关活动。

（据《中国文化报》摘编，记者郭人旗，2012 年 8 月 14 日）

■ 首届“动漫北京”活动盛大开幕

北京市文化局、石景山区委、石景山区人民政府、中国动漫集团共同主办的首届民族原创动漫形象大赛暨“动漫北京”活动，8 月 23 日上午在全国农业展览馆举行了盛大的开幕仪式。开幕式首先播放了《北京动漫产业发展成果》和《民族原创动漫形象大赛获奖作品》两部宣传短片，浓缩展现了北京近年来动漫产业的发展成果。文化部文化产业司副司长高政、市委宣传部副部长张淼分别为活动致辞。

此次“动漫北京”活动共包括首届民族原创动漫形象大赛、民族动漫成果展、民族原创动漫发展论坛、民族动漫游戏推介洽商会、以及现场人气活动五部分内容，共有三大亮点：

一、“动漫北京”是国内首个以“民族原创”为主题的大型动漫展览活动。力争通过活动培养一批在国际国内都具核心竞争力的民族动漫企业，打造一批立得住、叫得响的北京动漫品牌，推出一批具有北京特色的民族原创动漫形象。

二、“动漫北京”是全市动漫领域亿元以上规模企业的一次集体亮相。活动共吸引了来自全市动漫游戏、多媒体、娱乐企业及文化创意产业行业相关领域内近 200 家知名企业参加，这其中包括了完美世界、畅游时代、蓝港在线、光宇在线等在内的北京全部 17 家亿元以上规模企业，使活动在规模和层次上都达到了国内一流水平。

三、“动漫北京”是动漫产业领域文化与科技融合发展的一次集中展示。大多数参展项目在传统动漫的基础上融入了最新的科技元素，使动漫产品有了质的飞跃，完美诠释了文化与科技融合发展的理念，也指明了动漫产业今后发展的方向。

活动将持续到 8 月 26 日结束。

（据北京市文化局网站摘编，2012 年 8 月 23 日）

■ 2012 中国公共文化论坛在新疆举办

8 月 28 日，作为文化部、中央文明办开展的“春雨工程”——全国文化志愿者边疆行活动的组成部分之一，由中国文化报社、文化部全国文化信息资源建设管理中心和新疆维吾尔自治区文化厅主办，中国文化传媒集团国家公共文化发展中心、新疆维吾尔自治区文化馆承办，北京东方视角影视文化传媒公司协办的 2012 中国公共文化论坛在新疆乌鲁木齐举行。文化部党组成员、副部长杨志今，新疆维吾尔自治区党委常委、宣传部部长胡伟等出席开幕式并讲话。来自北京、上海、深圳等地的公共文化领域专家学者和全国各地公共文化服务机构的 70 余名负责人等参加了主题论坛，与会人士围绕公共文化服务与民族民间文化保护、公共文化服务品牌建设、文化志愿者队伍建设等主题进行了广泛交流。

“春雨工程”——全国文化志愿者边疆行活动，是文化部、中央文明办从 2012 年开始共同组织实施的一项重点文化惠民工程。这项工程以各民族“共同团结共同奋斗、共同繁荣发展”为主题，以满足边疆民族地区群众精神文化需求为主要任务，以文化志愿者为骨干力量，通过大舞台、大讲堂、大展台 3 种基本形式，为边疆民族地区群众提供文化志愿服务，搭建内地与边疆文化交流的平台。活动开展 3 年来，共有 20 多个内地省市和单位组成 50 多支志愿团，组织 2000 多名文化志愿者，为新疆、西藏等 13 个边疆民族省区和新疆生产建设兵团组织文艺演出 300 多场，业务培训 1400 多学时，文化展览 400 多天。

（据《中国文化报》摘编，记者刘松媛、高金梅，2012 年 8 月 29 日）

■ 2012 上海书展隆重开幕

8 月 15 日，一年一度的上海书展在上海展览中心盛大开幕。新闻出版总署署长柳斌杰、上海市市长韩正分别发来贺信。新闻出版总署副署长阎晓宏，上海市委常委、副市长屠光绍，上海市委常委、宣传部长杨振武，河北省委常委、宣传部长艾文礼等出席开幕式，共同为书展开幕揭牌。

作为全民阅读活动的重要品牌和示范平台，2012 上海书展以向党的十八大献礼为主线，汇集上海和全国近 500 家出版社，参展图书 15 万余种，在保持和强化原有特色的基础上，全面展示反映中国社会发展成果和弘扬民族文化的优秀出版物，精心策划一系列具有影响力、号召力的主题活动，在盛夏的上海掀起一场全民阅读的新高潮。

（《中国新闻出版报》，记者金鑫，2012 年 8 月 16 日）

3. 媒体聚焦

■ 城市雕塑：莫把文化景观变文化“奇观”

编者按：据媒体报道，湖北省襄阳市耗资百万，在小北门广场设立郭靖、黄蓉“射雕情侣”雕像；河南省郑州市中原福塔广场上的“小猪在给妈妈捶背”的卡通猪雕塑，却被众多网友斥为“耍流氓”；乌鲁木齐 18 米高的“飞天”雕塑，被称作“丑的吓人”，仅存十余天便被悄然拆除；深圳南山区目前则陷入“豪华天桥门”事件，富丽堂皇的“春花天桥”招来无数批评。一时间，针对城市公共艺术问题，各路媒体聚讼纷纭。

在城市文化景观的历史意义方面。有文章认为，一个地域的文化是在传承与沿袭中形成的，有着不可复制的特色，而大凡与历史古迹、名人雕像有关的城市建筑，总是试图展现特定城市的历史文化魅力。像襄阳这样使用武侠小说中虚构人物的做法，既是对襄阳历史的不

负责任，又无法诠释与弘扬其历史文化。纵然暂时引来无数眼球，却是以有形无形的伤害为代价的。（据钱夙伟：《建“射雕情侣”雕像评：对历史的不负责任》，《西安晚报》，2012 年 8 月 1 日）张剑认为：经济的发展借文化“余光”，靠眼球经济搏出位，在这种快餐思维的影响下，各种仿古建筑、名人雕塑成了量化城市文化的指标。然而，这种借文化的外衣盲目发展经济的举措，不但剥离了城市文化的内涵与外延，也使得文化在经济的泥淖中渐行渐远，这种以功利目的为动力的娱乐狂欢，注定支撑不起城市的文化内涵。（据张剑：《烂俗的雕像是一场功利的文化秀》，《中国文化报》，2012 年 8 月 3 日）

在城市文化景观的现代意义方面，有文章写道：在传统的文化思想体系中，为历史人物塑像意味着这个人物成为影响深远的文化符号，被塑造成偶像的人物既要在历史中被文化体系承认，也要被世俗政权赋予“神性”，因此人物本身的真实性是一个基本前提。在现代社会，郭靖、黄蓉虽然是虚构人物，没有得到国家意识形态认可的权威性，但他们与世俗相关，与大众的日常生活相关，只要流传够广，影响力够大，通过自下而上的程序，偶像就能成为偶像，并发挥其作用。（据朱迅垚：《国外给钢铁侠塑像不足为奇，襄阳塑射雕英雄引争议》，《南方日报》，2012 年 8 月 3 日）

在城市文化景观的审美及社会意义方面，有文章称，近年来很多城市雕塑频频引起争议，主要原因是群众审美能力日渐提高，但雕塑的设计者和建设者们还停留在过去的水平上，所以，部分雕塑不再适应群众的审美眼光而被嘲笑或批评。同时，雕塑与环境之间的关系也是城市雕塑成功与否的一个决定性因素，既要与自然环境和谐，又要充分考虑具体的人文环境。结合具体的城市文化，与整体环境相协调，才能真正制作出具有本地特色的雕塑，城市景观才能发展的有声有色。（据包征宇：《城市雕塑，本该是公共艺术的代表》，央视网，2012 年 8 月 27 日）还有文章提出，即使是政绩雕塑也不应该远离审美，这样的雕塑不仅让政绩打折，也会让一座城市掉价。（据张培隆：《即使是政绩雕塑也不应远离审美》，中国经营网，2012 年 8 月 16 人）也有文章进一步谈道，城市公共工程动辄投入不菲，而每一笔钱都取自公共财政，因此，花每一分钱都应该心存敬畏，应该把钱花在刀刃上，花出“高性价比”，花出实实在在的效果。加强预算监督，建立问责机制与公众参与机制，对每一个项目从严决策，打消地方官员“政绩速成”的冲动，这样才能尽力避免屡屡曝出的城建败笔。（据王景曙：《奢华城市“奇观”何时休》，《新京报》，2012 年 8 月 20 日）

在城市文化景观的内涵方面。城市文化不是短时间就能打造出来的，我们不能忽略常识和文化表象背后的耐心。其实，杭州西湖边大树上一只松鼠，香港老街上一个普通民积满岁月灰尘的楼梯，都是一张张正在传递着这座城市的文化与历史的名片。（据朱白：《郭靖黄蓉能做襄阳名片？》，《新京报》，2012 年 8 月 1 日）正如提到埃菲尔铁塔人们会想到巴黎，提到自由女神雕像人们会想起纽约，城市公共艺术为一个城市的文化与精神风貌代言，体现城市的气质和性格。而没有公众的参与，就没有真正的公众艺术，公民社会的培养是城市公共艺术的必要前提。只有市民对公共艺术、文化拥有更多的知情权和参与权，一个城市的公共艺术才能得到真正意义上的发展。（据尹春芳：《公共艺术，让人与城市“面对面”》，《深圳特区报》，2012 年 6 月 25 日）

■ 新“24 孝”：道德伦理可否标准化？

编者按：8 月 13 日，全国妇联老龄工作协调办、全国老龄办和全国心系系列活动组委会共同发布了新版“24 孝”行动标准，包括节假日经常与父母共度，教父母学会上网，支持单身父母再婚，经常给父母打电话，经常为父母拍照等。相关人士表示，将在北京、上海等 15 个城市免费发放孝心宣传册，传唱“新 24 孝”歌曲和童谣，倡导“新 24 孝”行动。8 月 14 日，新华网《第一回应》栏目记者针对湖南省溆浦县“不孝父母、不教子女等品行不

端行为者不得入党”的规定，采访了该县组织部副部长肖育明。在普遍认可孝道的基础上，就如何看待道德伦理的量化、标准化，媒体呈现出比较鲜明的两种倾向。

有文章称，时下孝道式微，“啃老”盛行，许多“街头秀”式的行孝（诸如给家长洗脚之类）多流于仪式化的道德路演。新“24 孝”的出台，是伦理重塑的纠偏动作。旨在通过孝行规范的传递来唤回人们的孝道觉悟，在积极倡导中，让孝行内化为子女的责任践履与情感守候。新“24 孝”在内容上细致入微，不少标准具有很强的现实意义，与时俱进的新元素大体上可以弘扬现代孝道的价值，对亲情裂缝而言，也是一种缝合。可以把它看作是伦理重构的一个切入口。（据佘宗明：《新“24 孝”的伦理重塑和亲情缝合》，中国青年网，2012 年 8 月 14 日）世界儒学大会秘书处秘书长孔祥林为新“24 孝”大声叫好，认为新“24 孝”具有很强的针对性，基本包括了现代老年人的实际需要；体现了时代精神，侧重精神关怀，是对传统孝道的继承和发展；简单易行，即便有的需要花钱，也没有规定相应的标准，可以量力而为。（据孔祥林：《为新“24 孝”叫好》，人民论坛，2012 年 8 月 20 日）抛开对新“24 孝”的具体内涵的阐释，很多人表示新“24 孝”也许挂一漏万，但至少给人们一些提醒，要让父母知道自己的孝心，行孝要及时，行孝不是秀给他人看的，不需要太多的花架子，应该成为一种常态的感情表达。（据曾颖：《行孝应该是一种常态的情感表达而非作秀》，《南方日报》，2012 年 8 月 16 日）这种行为标准起的作用是“善意的提醒”。（据苑广阔：《新“二十四孝”是一种善意提醒》，《中国文化报》，2012 年 8 月 17 日）

另一方面，对道德伦理标准化的质疑声也不容忽视。有人指出，此番行动标准的发布，当然可以将之解读为美好愿景，以及对社会的规训。但是美好愿景、行为示范，很难真正内化为社会成员的行事准则。提倡、传播孝文化，应该建立在广泛的社会认同基础上，不能削足适履地冠以传统文化的名头。新“24 孝”的有些具体做法，很难承载深化孝亲意识的使命。这种量化孝心的做法，从形式到内容都有些牵强。（据胡印斌：《倡导孝文化应建立广泛社会认同》，《光明日报》，2012 年 8 月 20 日）有文章阐释道，孝敬父母本是生之为人的本能，但现在却要国家相关部门像教育孩子般再三劝告，甚至不惜将之列为各种考核的硬性指标，不能说不是当今社会的悲哀。一面是“重孝”的社会情结，一面是“难孝”的现实尴尬。新“24 孝”行动标准的出发点是好的，但却反应出中国社会全民焦虑，相关部门对公民不够孝顺的忧虑。但是，要践行新标准的孝道，不能忽视相关制度的改进与革新。（据李吉明：《谁让“孝道”变得如此尴尬？》，人民论坛网，2012 年 8 月 16 日）

也有文章从新“24 孝”产生的程序合法性提出自己的看法，称作为官方发布的孝道指南，虽然不是强制执行的法律法规，但却是一种道德施压手段，因此，应该建立在广泛的征求民意，充分的调研基础之上。然而根据目前的情况来看，在“孝道行动标准”的制定过程中，官意成了“躲猫猫”的主导者，民意又一次“打酱油”。同时，这套标准的可操作性需要多方配合。如果国家的休假制度没有调整，用人单位的管理不够人性化，老人赡养的法律体系更新完善等相应的社会配套措施滞后，这样的一个“行动标准”恐怕只能是自欺欺人，宣传礼仪的效果也会大打折扣。（据周欢：《新“24 孝”，民意不能打酱油》，荆楚网，2012 年 8 月 15 日）

4. 尖峰观点

■ **今村有策：东京：城市文化的平民化结构与力量**

东京都政府知事特别事务参赞今村有策（Yusku Imamura）认为，日本的文化与普通市民的生活方式、生活质量和生活福祉这三个方面息息相关。

东京面积广阔，不仅有城市区域，还有农村、山区、岛屿等等，表面上看起来比较混乱，

但隐含着内在的秩序，即多样性的融合。比如从不同城区的高层摩天大楼与宁静的寺庙神社，从普通的街道，都可以发现源于千年历史的、时间和空间上的多样性。各种文化精髓的集合，带给东京独特的活力与动力。

高度发达的文化是东京的另一个特点，其亮点是创意。这种创意不仅存在于精英之中，同时也存在于普通市民中。每个人都是艺术家，也都是艺术的消费者。这些创意是有其文化根基的，这个根基就是日本的文化传统。比如像变形金刚，并不是新的一种表现，而是在传统基础上发展起来的，但这是市民文化的力量体现。

在这种文化环境中，公共社会机构和私有部门合作起来进行投资，保留高品质的文化设施，摈弃集中化的文化控制政策，激活文化渗透到市民生活的方方面面，促进城市文化自由发展。

今村有策称，在文化层面上，正确的政策首先要关注的是人力资源的培养。建立多元化的、高效的文化人力资源网络，通过各种项目培养人才，使得国内外文化界人士能够相互交流，使大家能够活跃在国际舞台上，参加各个区域的文化活动。

今村有策指出，在灾后重建的过程中，传统的艺术和艺术节给人们带来了勇气和信心，各种各样的社区活动展示出文化团结力量的强大，也显示出以文化为基础的人民的力量。他相信东京有能力促进这样的文化努力来鼓励民众，并认为，文化促进信心，信心促进决心，从而推进人们灾后重建的热情。

（据今村有策:《东京：城市文化的平民化结构与力量》,《毛泽东邓小平理论研究》, 2012年第6期）

■ 莱文：纽约：城市文化建设及其面临的挑战

纽约市政府文化部部长凯特·D·莱文（Kate D. Levin）在谈及纽约城市文化建设时说，从形成历史来看，纽约没有本土文化，是来自世界各地的人们的聚集形成了纽约。

这座多元化的城市的建设目标是打造世界文化城市，文化越来越成为纽约城市发展重要的一部分。文化的作用领域不仅包括文化本身，还包括建筑业，因为建筑物也是文化的载体，比如纽约的历史协会、纽约大都会艺术博物馆、自然博物馆及艺术馆以及城市循环项目的建设。

政府在文化事业的管理与发展方面，面对两大挑战。第一个挑战是怎样支持相关的文化机构，特别是在这些机构或部门相关的价值无法量化的情况下，怎么进行支持？资助的金额是多少？第二个挑战是经济方面的影响力的衡量。所有这些方面的量化工作都必须由专业人员进行精确的评估，但是文化的量化评估，尤其是对经济影响的量化数据是很难获得的，政府往往只关注少数的机构，往往会忽视了大局。

同时，政府管理机构采用以下几个方法来支持纽约的文化事业。一是关注所有的领域，比如政府文化部相关的资金，所有的机构都可以获得并都可以使用；二是处理好营利和非营利的问题。虽然文化消费者并不关心文化产品的供给部门，但作为管理者却应该认识到营利和非营利差异的重要性。纽约市政府文化部的一个目标就是在商务（营利）和非营利之间建立一座桥梁。从当前的影视业来看，这座桥梁的构建是非常成功的。三是关注社区的发展，尤其是公共艺术的发展。四是公共部门和私人部门合作建设文化基础设施。如TKTS时代广场、儿童博物馆、纽约植物园等。

当然，文化事业的持续性依靠艺术家的灵感和才智，而把历史的厚重感与现实的扩展结合起来的一些项目，也给艺术家提供了更好的空间，两者是相互促进的。

（据凯特·D·莱文:《纽约：城市文化建设及其面临的挑战》,《毛泽东邓小平理论研究》, 2012年第6期）

■ 陶斯：节日、创意城市和文化旅游经济学

伯恩茅斯大学知识产权政策与管理中心主任露丝·陶斯（Ruth Towse）教授根据土地利用、聚焦经济、霍特林原则（即供应商聚集在某一个地方是为了使消费者的旅行成本最小化）等理论从供给与需求两个方面讨论了节日、创意城市和文化产业集群以及文化旅游的问题，为这些不同的话题找到一个共同的经济逻辑。

就节日而言，它提供的文化产品是多种多样的，既有经济动机也有文化动机。节日为生产商提供一个扩大其文化产品数量供应的平台，也能促进其产品质量的提高。同时，节日能够提升城市形象与鼓励旅游，为当地居民及旅游者增加文化活动选择的余地，创造个人及社会效益。

当然，这些城市除了举办节日以外还可能是创意城市，它们通过创意产业集群和旅游业来发展城市。创意城市都是以市区为背景的，以城市复兴为基础，与创意产业和文化部门紧密联系在一起，或使用创意集群和文化区，或使用创意城市概念，目的都是使生产商和消费者双方都获得福利收益。从经济上来说，与举办节日所获类似。目前，有些城市已经成为或计划成为文化之都。

从某种意义上，所有的旅游都有文化方面的因素，因为旅游者是去看其他地方的人是怎么生活的。“文化旅游”指的是以某种方式与文化设施相联系的旅游，比如历史文化遗址、历史名城和节日之类的艺术景点。从经济的角度看，“普通”旅游和文化旅游之间存在一些差别。文化旅游者的收入水平和受教育程度可能高于一般游客，很可能愿意为他们的文化体验支付更高的费用。包括文化旅游在内的旅游业常常给一个城市、地区或国家带来纯收入，而文化旅游常常与城市或地区复兴计划政策联系在一起，在发展中国家还与创造收入和就业有关联。

露丝·陶斯教授还指出，这些产业的发展在带来了城市的发展和提升的同时，也带来了相关的问题，但决策者和其他对推动这些产业有兴趣的人不一定愿意认识这些问题。因此如文化之都、文化区和地理标志等，必需政府采取行动来推动。

（据露丝·陶斯：《节日、创意城市和文化旅游经济学》，《艺术百家》，2012 年第 4 期）

■ 唐昊：“阶层固化”的逻辑与出路

现代社会相对于传统社会的一大进步，就是政治精英选择标准从身份条件到能力条件的变化。与之相对应的是，国家的整体治理能力也藉由治理者个人能力的发挥而得到长足的进步。

当代中国的公务员选拔标准本来也属于能力取向的，但在目前的实践中，有些地方似乎又要重回身份条件的老路，比如近年来多地发生的萝卜招聘、修改成绩、体检作弊等等。类似的事件和数据，都显示出中国政治精英的圈子似乎有自我封闭、内部循环、认身份不认能力的趋势。政治精英的“身份取向”的选择存在于选拔的初始阶段，而这个阶段是政治精英产生和发展过程中唯一一个可以由老百姓直接参与的阶段，因此，这个阶段所发生的腐败对政治文明和公众情感的伤害是相当巨大的。

唐昊认为，政治精英圈子固化的动力来自于社会资源分配的不平等。当前中国社会的真正危险在于，许多社会资源被垄断，导致大多数人要为争夺余下不多的资源而斗争。当社会不平等程度大的时候，不同阶层的父代将社会资源用于子女的相互差别也就越大，而子代发展机会的不平等就越大，社会阶层间流动的身份壁垒就增高，垂直流动就趋少。对于普通民众来说，越来越想要知道自己的利益要求究竟通过谁来表达？如何能够选拔出与大众相联系的精英？个体的权利由谁来保障？而这种期待和想象既给掌握分配社会资源权力的政治精英造成了更大的压力，又加大了政治精英群体与其他阶层之间的矛盾。

面对“新身份社会”的危险前景，唐昊称根本的解决方式仍须着眼于社会资源的再分

配，并创造出更多的向上流动的机会。而要获得执行这个解决方案的动力，要由集团内部具有最大利益的成员致力于问题的解决，实现良性的集体行动；或者藉由民主监督斩断“身份继承”行为之间的利益链条。

（据唐昊：《“阶层固化”的逻辑与出路》，《南风窗》，2012 年 8 月 27 日）

5. 学界观察

（1）机构动态

■ **上海高校都市文化 E-研究院：举办《全国 31 个省市自治区公共文化服务指数蓝皮书》出版座谈会**

8 月 28 日，由上海高校都市文化 E-研究院、商务印书馆联合举办的“《全国 31 个省市自治区公共文化服务指数蓝皮书》出版座谈会”在北京人民大会堂举行。出席会议的有中国出版集团公司副总裁李岩、商务印书馆总经理于殿利、新闻出版总署出版管理司图书处处长洪勇刚、首都师范大学校长刘新成及各界知名专家学者李孝聪、李鹏程等二十余人。新华社、中新社、《人民日报》等三十余家媒体到场。座谈会由上海高校都市文化 E-研究院特聘研究员陈恒主持。

《全国 31 个省市自治区公共文化服务指数蓝皮书》（简称《公共文化服务指数蓝皮书》）由上海高校都市文化 E-研究院首席专家孙逊教授策划、特聘研究员鲍宗豪领衔的团队担纲。《公共文化服务指数蓝皮书》根据 2011 年中国统计出版社的《中国统计年鉴》、国家图书馆出版社的《中国文化文物统计年鉴》、以及文化部编的《文化发展统计分析报告》（文化艺术出版社），对 2011 年全国 31 个省市自治区公共文化服务指数作了统计分析，并对 31 个省市自治区公共文化服务的水平、绩效等分类进行了排序。通过对“公共文化投入”、“公共文化机构”、“公共文化活动”、“公共文化享受”38 个指标的评价和主成分分析，得到了公共文化服务综合指数（总量）的得分和排序。

各位到场的领导、专家学者都对《公共文化服务指数蓝皮书》的发布给予了高度肯定，认为该书的出版对于推进我国各省市自治区加强公共文化服务体系建设，保障人民基本文化权益具有重要意义。针对《公共文化服务指数蓝皮书》有待改进的方面，各位专家也提出了极有建设性的建议和意见。如建议扩大数据采集的范围、注重数据来源的多元化和权威性、拓展国际视野进行横向比较并建立相应的参照体系、参考公众感受与公共服务品质评判间的联系、考虑加入流动人口在消耗公共文化服务方面的数据分析、打造系列蓝皮书以切实发挥其预测与引导的作用和价值等。

（据上海师范大学人文与传播学院网站摘编，2012 年 8 月 28 日）

■ **中国社科院：召开 2012 中国城市发展报告发布会暨城市绿色发展高层论坛**

2012 年 8 月 14 日，由中国社会科学院城市发展与环境研究所、社会科学文献出版社共同主办的 2012 年中国城市发展报告发布会暨城市绿色发展高层论坛在中国社会科学院第一学术报告厅举行。会议分上下两节，分别由社会科学文献出版社社长谢寿光、中国社会科学院城市发展与环境研究所所长潘家华主持，中国社会科学院党组副书记、常务副院长王伟光出席会议并讲话。会上发布了由社会科学文献出版社出版的《中国城市发展报告（2012）》。

《中国城市发展报告（2012）》指出，中国开始进入以城市型社会为主体的新时代。蓝皮书在对中国进入城市时代所面临的挑战进行深入分析的基础上，提出了城市发展必须走绿色繁荣之路，实现绿色繁荣，必须以良好的生态和人居环境为基础，必须以生态环境保护为前提。

王伟光在讲话中强调，绿色发展在成为时代主旋律的同时，也面临着诸多方面的挑战。从外部来看，国际金融危机引发的全球性经济危机的影响远未结束，周边局势复杂多变，发展外部环境不容乐观；从内部来看，加快转变经济发展方式仍处于攻坚阶段，高消耗、高排放的粗放发展模式一时还难以根本扭转，能源资源和生态环境压力日益加大，科技进步和创新的支撑作用还不充分，保障和改善民生任重道远，凸显各种社会矛盾和问题。在这样的内外环境和条件下，更应坚定走绿色发展之路的决心，树立“发展必须绿色，绿色推动发展”的理念，抓住经济结构转型和发展方式转变的有利时机，全面实施绿色战略，破解发展中的矛盾和瓶颈，为经济社会的全面、协调和可持续发展闯出一条新路。

（据中国社会科学院网站摘编，2012 年 8 月 14 日）

（2）学者观点

■ **刘平：文化创意驱动城市转型发展的模式及作用机制**

上海社会科学院部门经济研究所副研究员刘平最近撰文讨论文化创意驱动城市转型发展的模式及作用机制。

他通过研究文化创意在纽约、东京、伦敦等世界著名城市转型发展中发挥作用的方式，将其驱动发展的模式概括为四种：其一，文化创意空间设施建设模式。国外一些成功实现转型的老工业城市，往往是以文化创意空间建设为突破口，凭借一个或几个大型新建或改造项目带动城市实现转型。其二，文化创意产业集聚发展模式。一般国际大都市转型发展的基本规律表现为“去工业化”和服务经济的高度发达，尤其是文化创意产业在其中的作用尤为突出。其三，历史、文化资源开发利用模式。当城市寻求转型发展的突破口时，创意地开发利用城市的历史文化资源成为一个选择。工业遗产往往被改造扩建成文化创意产业区、文化设施、创意空间。其四，文化创意生态营造模式。这主要包括城市促进文化创意经济发展的政策制度，以及音乐、艺术、休闲运动、娱乐、社交等文化创意和文化艺术活动、人文社会生活所营造的人文气候、创意社区和创意生活方式及其所培育的创意土壤。

刘平结合文化自身的特点，进一步讨论了上述驱动模式的六种作用机制：其一，创造性机制为城市转型发展提供创新动力；其二，融合机制促进城市产业结构转型；其三，美化机制改变城市形象，提升附加值；其四，个性化机制使城市拥有核心竞争力；其五，多样化机制改善城市人文气候和经济基础；其六，社会化机制促进整个社会参与文化的生产和消费。

作者在最后着重总结了上述文化创意的驱动模式及其作用机制对中国城市转型发展的启示意义：1.以文化为灵魂，创意为手段寻求突破口；2.转型发展的着力点在于如何激发人的创造性；3.同等注重扩大文化创意的生产与消费；4.构建社会网络，促进全民参与文化产品生产与消费。

（据刘平：文化创意驱动城市转型发展的模式及作用机制，《社会科学》，2012 年第 7 期）

■ **胡小武：北京宋庄原创艺术集聚区与城市文化资本形成机制研究**

北京宋庄作为原创艺术家超大型集聚社区，在经历了十几年“自生自发”型成长之后，已形成融艺术家创作工作室、美术馆、展览馆、创意园区为一体的超大型艺术社区。今天的宋庄已然成为了国内外知名的原创艺术地标，并且在艺术、文化、建筑、经济、区域发展等层面积淀出独特的路径，后来在地方政府主动自觉进行产业转型规划之后，宋庄以更快的速度、更大的规模壮大了艺术文化创意空间与能级，从而塑造了一个农村后发地区“后发优势”样本。

南京大学城市科学研究院胡小武博士认为，宋庄原创艺术区实质上是区域文化的外部资源对农村原生空间的有效嵌入，它最早由上世纪九十年代初的乡村小四合院租赁而逐渐成长起来。在此过程中，原创艺术家的群落化入驻，极大地改变了宋庄原有的要素禀赋，使之成为了一个世界级的艺术社区，由此形成的文化创意产业集聚群彻底转变了原有的传统农业与

传统工业资源形态。

进一步来说，艺术社区的形成，促进了区域文化资本的积淀，极大地改变了该区域的价值属性。通过艺术家聚落形成的强大文化创意场域空间，日益赋予宋庄极富野心和内涵的区域文化地标型品牌形象。这种以画家村到创意产业集聚区而形成的“文化造镇”的区域增长路径，为宋庄的产业转型、空间更新、低碳化可持续发展奠定了厚实的基础。

宋庄之所以能够从画家的松散聚落，成长为画家村、艺术集聚区，到最后定位为文化创意产业集聚区，走的是一条文化资本的积累到空间的生产，再到区域社会资本的增长之路。空间的生产是当代城市增长最大的动力机制。每一种形态的城市空间的生产，都重新生成了新兴的经济资本、社会资本和文化资本。宋庄原创艺术集聚区的文化生产和空间生产同步同轨形成，在当代都市发展政策与区域规划的规律下，空间的生产转化为社会资本的生产。这种社会资本的增长，具体体现在宋庄符号化的社会认知，即三个方面的符号性体现：中国文化产业示范基地；中国最大最厚实的艺术家聚落；学术界将宋庄画家与村民、艺术与建筑、文化与空间的张力进行了聚焦式解读。

那么，宋庄新的区域增长机制的可能何在？作者在最后指出了这种可能性的三个方面：1.宋庄的乡村资源与艺术家资源的结合，铺陈了一条区域文化产业发展之路；2.区域文化产业发展与资源嫁接能力；区域文化产业增长的触媒效应，即宋庄以其巨大的号召力所集聚起的一大批文化、艺术、创意的机构。

（据胡小武：《北京宋庄原创艺术集聚区与城市文化资本形成机制研究》，《中国名城》，2012 年第 2 期）

- **黄斌等：基于空间生产视角的文化创意产业对旧城再生影响机制研究——以南锣鼓巷为例**

黄斌等人组成的研究团队，从空间生产的视角，以北京著名文化景点南锣鼓巷的改造为例，研究了文化创意产业对旧城再生的影响机制。

在旧城保护和更新的过程中，文化是不容忽视和回避的一个问题，居民、邻里、空间乃至于社会结构延续的目标都是为了城市文化的延续。随着近年来文化创意产业的蓬勃发展，文化创意产业和旧城再生的相互影响演技日益兴起。西方学者 Zukin、Hutton 等人很早就对此展开研究，中国学者近年来对此也多有关注。

从本质上看，文化和文化创意产业对旧城更新的作用正是资本循环、空间生产在旧城中的表现，伴随着旧城中的文化侵入与融合，社会网络的侵入与接替，空间生产和空间权利的转移也在不断发生。空间生产理论自列斐伏尔、哈维到苏贾，对于空间生产的分析框架和方法，本质上是后马克思主义的方法，在拓展资本循环在空间生产中的作用的同时，加入了文本分析、符号分析、意向分析等，从而进一步拓展了空间分析的深度和广度。

从文化创意产业的角度来看空间生产，该研究团队提出了如下分析框架，即文化和资本的结合推动了城市空间的再生——既创造了新的城市空间权利，也创造了新的社会关系，而这两者也是相互影响的。而在我国，政府在资本和文化的结合中扮演着极为重要的中介作用，并对新空间权力和新社会关系的调整影响重大。

以南锣鼓巷的改造为例，在从传统居住区到新商业区的过程中，它事实上完成了一次空间生产的过程，在此过程中，资本和文化的结合扮演了空间生产的主要动力：1.资本介入带动了新空间再生与融合；2.文化创意带来了新空间的意象。在上述过程中，政府的管治方式也在发生微妙的调整，从 2006 年之前通过搬迁、疏散和招商等直接介入的方式，逐步从市场中退出，将空间生产的主导力量交还给资本。此外，与空间再生产相应的还有社会关系的调整，原来居民、政府和单位之间相对简单的社会关系在外来资本和文化的作用下开始消解，并逐步转向更为复杂的社会关系。

不过，南锣鼓巷空间的再生并非一蹴而就，从目前的资本投入和社会关系的发展趋势上来看，南锣鼓巷的空间再生产还将继续并面临着许多变数：其一，在资本和文化引导下的消费导向的矛盾与分歧；其二，就政府管治和介入市场的边界而言，其与商会的关系尚不明了；其三，从原住民的角度来看，新的社会关系侵入还远远没有达到平衡，局部的侵扰时有出现。

（据黄斌等：《基于空间生产视角的文化创意产业对旧城再生影响机制研究——以南锣鼓巷为例》，《北京城市规划》，2012 年第 3 期）

6. 海外视野

■ 《2012 年世界城市文化报告》出炉

受伦敦市长鲍里斯•约翰逊（Boris Johnson）的委托，BOP 咨询公司和伦敦国王学院（King's College London）联合调查了全球 12 座代表性城市的文化设施和文化活动情况，并于 8 月初发布《2012 年世界城市文化报告》。受调查城市均是本国的最大城市，同时是地区性或全球性的文化中心，具有相当高的代表性。这 12 座城市分别是上海、柏林、伊斯坦布尔、约翰内斯堡、伦敦、孟买、纽约、巴黎、圣保罗、新加坡、悉尼和东京，调查的内容共 60 多项。

柏林的人口（346 万）和城区面积（892 平方公里）远远小于其它城市，许多类别的文化场所的数量也较少，但人均数量却不输于其它城市。譬如，柏林的博物馆数（158 家）比伦敦的少 15 家，但每十万人拥有博物馆数为 4.6 家，是伦敦的 2 倍多，这个密度同时十二个城市中最高的一个。

伦敦、巴黎、纽约和东京每年的喜剧演出均为 1 万场左右，音乐演出在 1.5 万-3.2 万场之间，遥遥领先其它八个城市。

上海的美术馆数量只有 208 家，不到巴黎的五分之一，平均每十万人仅拥有 0.9 家，低于孟买的 1.2 家和伊斯坦布尔的 1.9 家，只比约翰内斯堡的 0.7 家要多。上海的图书馆数为 477 家，仅次于巴黎的 830 家，但每人每年借书数仅为 2.5 次，大幅落后于任何一个西方城市。上海的影院银幕数为 670 块，也是仅次于巴黎，但是平均每十万人拥有银幕数仅为 2.8 块，平均每人每年只看一次电影，和孟买、伊斯坦布尔和约翰内斯堡的每年人均观影次数持平。此 外，上海的公共绿地只占城市面积的 2.6%，和孟买处于同一水平（2.5%），远远落后于新加坡（47%）、悉尼（46%）、伦敦（38.4%）和约翰内 斯堡（24%），也小幅落后于人口密度更大的东京（3.4%）。

另外，上海的节日、庆祝活动、公映电影、公映外国电影、电影节和现场音乐场所的数量均位居倒数后两位。外国人人口占上海总人口的 0.9%，这个比例也是十二个城市中最低的一个。

在全球化的大潮冲击之下，世界变得越来越“平”，变得单一。每个城市的贸易、商业和金融模式都趋向于雷同。文化是城市的灵魂，体现一个城市的性情，它才是令城市与众不同的主要原因。文化氛围的强弱无法量化，仅仅在文化场所和活动的数量上类比城市文化也是有所偏颇的。《2012 年世界城市文化报告》的作者也强调，这份报告目的不是为了排名，并非为了认定哪个城市拥有“最牛”的文化氛围，而是为了了解文化在一个成功的国际大城市里所扮演的角色。但是无法否认，这些文化载体的多寡能较客观地反映一个城市文化的生态。即便如此，正如 E.B.怀特所言：“纽约不是斯波坎乘以六十倍，也不是底特律乘以四倍。”城市的文化和精神并不能简单粗暴地“建设”出来。

（据中国文化传媒网摘编，2012 年 8 月 13 日）

■ “高概念电影”推动韩国影业复兴

现在是好莱坞电影看韩国电影眼色的时代。忠武路出现了跟以前避开好莱坞电影首映日期的时代正相反的现象。曾一度陷入低迷期的韩国电影正迎来第二个全盛期。

韩国本土电影的市场占有率截至 8 月已逼近 70%(电影振兴委员会统计)。这一数字超过了被称为韩国电影中兴期的 20 世纪上半叶 50%-60%的市场占有率。

背景是什么呢?电影专家们认为是“高概念(high-concept)电影”的跃进。高概念电影用一句话概括,就是以简洁且富有冲击力的内容来吸引观众的电影。在这个错综复杂的时代,单纯的信息和鲜明的企划意图正上升为票房的关键词。

例如,《盗贼们》和《随风而逝》的内容可以简单地概括为盗贼们同心协力分别盗取了价值不菲的钻石和皇室贮藏的冰块。《铁线虫入侵》的内容可以简单地概括为“寄生虫进入人体”,《Dancing Queen》可以概括为“梦想成为歌手的主妇的双重生活”。

另一个成功之处在于,这些电影在上述核心概念中适当地融入了浪漫、喜剧、风光等元素。电影人是在电影制作前先细致地调查世界的潮流,然后制作出符合观众口味的“菜单”。一位电影评论家表示:“今年观众超过 400 万人次的电影大部分是高概念电影,忠武路正在把好莱坞的票房路线变用为韩国式的。”

(据文化传通网摘编,2012 年 8 月 30 日,来源:韩国《中央公报》)