首都师范大学文化研究院

北京文化通讯

2014年第12期
（总第28期）

本期要目

政策导览
■文化部出台《关于推动互联网上网服务行业转型升级的意见》
■国务院办公厅印发《关于加强政府网站信息内容建设的意见》
动态关注
■首届世界互联网大会闭幕
■首届中国移动互联网内容开发者大会举办
媒体聚焦
■《奔跑吧兄弟》：真人秀3.0时代的喜与忧
■崔肖之争：抵抗低俗的不同方式
尖峰观点
■朱大可：当代中国离文化繁荣有多远？
■祁述裕：文化传播要重视“卖出去”
海外视野
■托马斯·皮凯蒂：世袭资本主义的回归
■世界各国公共文化服务制度与模式
研究院之声
■我院主办的《文化研究》获2014年度优秀学术集刊二等奖
■我院重大项目“互联网舆论场域与文化领导权”开题会举行

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

■ 文化部出台《关于推动互联网上网服务行业转型升级的意见》

11 月 24 日，文化部出台《关于推动互联网上网服务行业转型升级的意见》(以下简称《意见》)，对互联网上网服务行业管理思路、管理政策等进行了重大完善和调整。

《意见》提出，上网服务行业是诞生于信息化时代、体现科技进步的现代服务业，在缩小城乡信息差距、解决流动人口和低收入群体上网问题、丰富人民群众精神文化生活等方面发挥了积极作用。同时也要看到，上网服务行业在发展中也存在不少问题。行业缺乏优胜劣汰的竞争环境，活力严重不足，不少场所营业环境差、管理水平低，无证照场所屡禁屡现。推动上网服务行业转型升级，既是提高行业经营效益、提升行业整体水平、改善行业形象的迫切需要，也是降低政府监管成本、提高监管效能、从根本上解决上网服务行业深层次问题的重要举措。

《意见》的主要内容包括：(一)改善上网服务场所环境。要把改善上网服务场所环境作为推动行业转型升级的重要内容，引导和支持上网服务场所改造上网环境，使之成为敞亮、开放、整洁的公众文化场所。(二)提高上网服务行业管理和服务水平。鼓励发展连锁经营，以连锁促进规范管理，以连锁促进服务提升，以连锁促进转型升级。(三)鼓励上网服务场所丰富经营业态。鼓励上网服务企业拓展经营范围，改变以“机时费”收入为主的单一盈利模式，丰富场所功能。(四)鼓励上网服务场所参与公共文化服务。鼓励把符合条件并积极参与公共文化服务的上网服务场所，纳入政府采购范围，实行购买服务。

《意见》提出，推动上网服务行业转型升级是今后一段时间上网服务行业管理工作的重点。各级文化行政部门要勇于面对问题，增强责任意识，积极转变管理理念、方式和手段，努力解决上网服务行业发展中的深层次问题，帮助其提升发展水平，改善社会形象，形成政府监管与行业发展的良性互动。依法加强监管，加强指导，减少不必要的行政干预，消除制约行业发展的政策限制和制度壁垒，激发市场主体通过市场竞争、优胜劣汰，实现行业的转型升级和良性发展。北京、上海、河南、湖南等已经开展试点的地区，要将转型升级工作在全省(市)范围内推开；其他省(自治区、直辖市)要选取不少于 5 个地、市、区(其中省会市和首府市必选)，每个地、市、区在城区、乡镇选择不少于 20 个不同类型的场所，开展试点工作，并适时推广。

(据靖远网，2014 年 11 月 24 日)

■ 国务院办公厅印发《关于加强政府网站信息内容建设的意见》

为纠正政府网站建设中存在的问题，进一步做好政府网站信息内容建设工作，近

日，国务院办公厅印发《关于加强政府网站信息内容建设的意见》，主要内容包括以下几个方面。

一、明确政府网站信息内容建设目标。要求将政府网站打造成更加及时、准确、有效的政府信息发布、互动交流和公共服务平台，为转变政府职能、提高管理和服务效能，推进国家治理体系和治理能力现代化发挥积极作用。

二、加强政府网站信息发布工作。强化信息发布更新，建立完善信息发布机制，第一时间发布政府重要会议、重要活动、重大政策信息。依法公开政府信息，做到决策公开、执行公开、管理公开、服务公开、结果公开。加大政策解读力度。涉及经济发展和社会民生等政策出台时，在政府网站同步推出由政策制定参与者、专业机构、专家学者撰写的解读评论文章或开展的访谈等，深入浅出、通俗易懂地解读政策。做好社会热点回应。围绕社会关注的热点问题，相关部门和单位要通过政府网站作出积极回应，阐明政策，解疑释惑，化解矛盾，理顺情绪。加强互动交流。进一步完善公众意见的收集、处理、反馈机制，了解民情，回答问题。

三、提升政府网站传播能力。拓宽网站传播渠道。通过开展技术优化、增强内容吸引力，提升政府网站页面在搜索引擎中的收录比例和搜索效果。建立完善联动工作机制。加强与新闻媒体协作。加强政府网站与报刊、杂志、广播、电视等媒体的合作，增进政府网站同新闻网站以及有新闻资质的商业网站等的协同，最大限度地提高政府信息的影响力，将政府声音及时准确传递给公众。规范外语版网站内容。

四、完善信息内容支撑体系。建立信息协调机制。由各地区、各部门办公厅(室)牵头，相关职能部门参加，建立主管主办政府网站的信息内容建设协调机制，统筹业务部门、所属单位和相关方面向政府网站提供信息，分解政策解读、互动回应、舆情处置等任务。规范信息发布流程。职能部门要根据不同内容性质分级分类处理，选择信息发布途径和方式，把握好信息内容的基调、倾向、角度，突出重点，放大亮点，谨慎掌握敏感问题的分寸。加强网上网下融合。业务部门要切实做好网上信息提供、政策解读、互动回应、舆情处置等线下工作，使线上业务与线下业务同步考虑、同步推进。

五、加强组织保障。完善政府网站内容管理体系，推进集约化建设，建立网站信息内容建设管理规范，加强人员和经费等保障，完善考核评价机制，加强业务培训。

（据国务院办公厅网站，2014 年 11 月 17 日）

■ 国家新闻出版广电总局发布《关于广播电视节目和广告中规范使用国家通用语言文字的通知》

近日，国家新闻出版广电总局发出《关于广播电视节目和广告中规范使用国家通用语言文字的通知》(以下简称《通知》)。《通知》指出，一些广播电视节目和广告中还存在语言文字不规范的问题，如随意篡改、乱用成语等。这些做法不符合《国家通用语言文字法》《广播电视管理条例》等法律法规的基本要求，与传承和弘扬中华优秀传统文化

的精神相违背，对社会公众尤其是未成年人会产生误导，必须坚决予以纠正。

《通知》要求：(一)充分认识规范使用国家通用语言文字的重大意义。广播电视推广普及、规范使用国家通用语言文字，是传承中华优秀传统文化、增强国家文化软实力的战略需要；是树立文化自觉、文化自信、文化自强，确保文化安全的具体举措；也是广大听众观众收听收看好广播电视节目的基本要求。(二)高度重视规范使用成语的必要性。广播电视要推广和传承成语等国家通用语言文字的独特表达方式，充分展现其文化精神和语言魅力，不能因为肆意乱改乱用造成文化断代和语言混乱。(三)严格规范使用国家通用语言文字。各类广播电视节目和广告应严格按照规范写法和标准含义使用国家通用语言文字的字、词、短语、成语等，不得随意更换文字、变动结构或曲解内涵，不得在成语中随意插入网络语言或外国语言文字，不得使用或介绍根据网络语言、仿照成语形式生造的词语，如“十动然拒”“人艰不拆”等。(四)加强审查管理和排查整治工作。各级广播电视行政管理部门要加大监管力度，对存在不规范、不准确使用国家通用语言文字的现象，尤其是乱改乱用成语的问题，一定要及时发现、迅速纠正，对故意违规的播出机构和相关责任人要严肃处理。

（据国家新闻出版广电总局网站，2014 年 11 月 27 日）

(2)政策解读

■ 文化部完善上网服务政策

对于此次调整完善政策的主要思路，文化部文化市场司有关负责人表示，一是贯彻党中央、国务院有关精神，简政放权，更好地发挥政府作用，促进市场公平竞争，以市场自我调节和内生动力，促进行业结构调整和良性发展；二是进一步明确管理部门间的职责，加强各管理部门协作，依法监管，规范市场秩序；三是推动基层文化市场管理部门坚持加强监管与促进发展并重、行政执法与政策服务并重，在依法监管的同时，引导、推动和支持行业加强自我管理、提升形象，调整结构、转型升级，打造升级版的上网服务行业。

2013 年下半年以来，文化部将上网服务行业的转型升级列入重要工作日程，在充分调研的基础上，选择北京、上海、长沙、洛阳等地的上网服务企业开展试点。试点内容主要包括：一是鼓励上网服务企业改造上网环境，使之成为敞亮、开放的公众文化场所；二是鼓励上网服务企业探索多种经营模式，扩大参与人群，活跃上网服务场所气氛，促进上网服务场所加强自律；三是发挥上网服务场所遍布城乡、靠近居民、电脑配置水平高的优势，与各种教育培训机构和其他服务单位合作，开展社区教育培训和网络代购、远程咨询等服务；四是鼓励上网服务场所引入公共文化服务，参与农村公共文化服务体系建设。经过近一年的试点，目前，试点工作已取得初步成效，试点场所上网环境敞亮整洁，服务水平明显提升，多元经营效益开始显现，社会和行业形象大幅改善，

日益成为独具特色的现代文化休闲场所和社区信息服务平台。

接下来，在总结试点经验的基础上，文化部决定将上网服务行业转型升级工作在全国展开，并将转型升级工作列入今后几年上网服务行业管理工作的重点，力求通过标本兼治，使上网服务场所逐步发展成为适合不同消费群体，兼具上网服务、社交休闲、竞技娱乐、电子课堂、远程服务、电子商务等功能，在公众文化生活中发挥积极引领作用的社区信息服务平台和多功能文化活动场所，推动上网服务行业发展成为具有现代管理水平的服务业。

（据《中国文化报》，2014 年 11 月 25 日）

2. 动态关注

■ 首届世界互联网大会闭幕

11 月 21 日，首届世界互联网大会在浙江乌镇闭幕，这是我国举办的规模最大、层次最高的互联网大会。在闭幕式上，国家互联网信息办公室主任鲁炜将世界互联网大会永久会址的牌匾授予乌镇。

本次大会为期3 天，国家互联网信息办公室副主任任贤良介绍说，来自全世界近 100 个国家和地区的逾 1000 位政府官员、国际机构负责人、专家和企业家等围绕着“互联互通·共享共治”主题，就国际互联网治理、移动互联网、互联网新媒体、网络空间法治化、网络名人、跨境电子商务、网络安全、打击网络恐怖主义等 10 多个分议题深入交换意见，共商互联网发展大计，达成了广泛共识。

会上，工业和信息化部副部长尚冰说，下一步中国将在建设宽带发展新平台、开辟融合新领域、形成协同创新新模式、打造安全可信新空间、构建合作共赢新空间五个方面做好重点工作。而浙江省委常委、宣传部长葛慧君也表示，浙江将以世界互联网大会永久落户浙江乌镇为契机，加快推进浙江互联网和信息经济发展，努力把乌镇打造成为全球文明的互联网小镇，把世界互联网大会打造成全球互联网界的群英会。

（据新华网，2014 年 11 月 21 日）

■ 首届中国移动互联网内容开发者大会举办

11 月 17 日至 18 日，由文化部、国家互联网信息办公室指导，中国文化产业协会主办的首届中国移动互联网内容开发者大会暨中国智能内容及开发者大会在北京举办。

本次大会主题为“移动、互联智能、生活”，来自文化部、国家互联网信息办公室的有关领导，以及腾讯、百度、微软、触控科技等众多国内外知名互联网、IT 企业负责人参会，并分别出席了行业领袖峰会、国际移动游戏大会、数字动漫发展论坛以及移动互联网暨智能应用创业者论坛等本届大会的各项分论坛活动，围绕智能应用及健康发展、移动游戏全方面拓展、智能化网络的前景等议题进行了交流探讨。

文化部部长助理刘玉珠在致辞中表示，移动互联网是移动通信和互联网融合发展的

新业态，产业发展潜力大，联动效应明显。作为广泛运用的新技术，移动互联网在以创新形式保护和传承优秀民族文化的同时，又可以催生出许多新兴的文化产业业态，从而持续激发文化生命力、增强文化感染力、提升文化传播力。同时，移动互联网的广泛应用和迅速发展，对传统的思维方式和管理方式乃至生活方式，都带来了新的挑战。对于文化产业工作者而言，要主动适应，积极求变，抓住移动互联网发展的新机遇，推动文化产业创新发展。

（据《中国文化报》，2014 年 11 月 17 日）

■ 2014 中欧文化高峰论坛在京举行

11 月 27 日，以“迈向后 2015 的可持续发展世界”为主题的 2014 中欧文化高峰论坛在北京举行。欧盟国际合作与发展委员内文·米米察，意大利前总理恩里科·莱塔，中国世界政治研究会荣誉会长、第十、第十一届全国政协副主席、中国社会科学院原院长陈奎元，中国社会科学院院长、党组书记、学部主席团主席王伟光，中国社会科学院副院长、党组成员蔡昉出席论坛。

会议分别围绕可持续发展的社会维度、环境维度，以及中欧的新型城镇化道路、城市文化借鉴与比较展开讨论。此次论坛由中国世界政治研究会、欧盟发展与合作总司主办，中国社会科学院欧洲研究所、欧洲国际跨文化研究院承办。

（据中国社会科学网，2014 年 11 月 27 日）

■ “中国文学批评研究会”成立

11 月 22 日，由从事文学理论和批评的专业研究人员、高校教师，以及作家和批评家组成的专业学术团体“中国文学批评研究会”在京宣布成立。

中国社会科学院院长王伟光在讲话中指出，文艺评论是文艺活动的有机组成部分，文艺批评理论是文艺理论不可或缺的重要内容，文学批评是一切时代文艺创作健康发展的重要条件。改革开放以来，我国文艺事业得到进一步繁荣发展。中国文学批评研究会成立后，将创办《中国文学批评》杂志，立足于中国文学实践，加强文学理论和批评的研究，促进学术交流，扩大文学批评的影响力，推动具有中国作风和中国气派的文学理论与批评体系的建立。

中国文学批评研究会将围绕文学实践中出现的新问题、新现象、新趋势，组织召开专题学术会议，组织本领域内精干力量，针对文学研究中的重大学术问题进行集体科研攻关，广泛联系海外从事文学批评研究与教学的专家学者，并从事与文学批评相关的学术咨询和普及工作。

（据《中国文化报》，2011 年 11 月 27 日）

■ 中国文化娱乐行业协会成立

11 月 15 日，经文化部和民政部批准，由万达、腾讯、网易、小米、温莎、世宇等

上百家国内知名文化娱乐企业共同发起的中国文化娱乐行业协会在北京正式成立。协会成立后，将通过开展文化娱乐产业结构、组织结构、经营管理等方面的调查研究；制定、推广行业技术服务标准与规范；组织经营管理、技术和职业素质培训；组织展会推广优秀科技成果与技术装备；开展国际间组织交流与合作等多种方式，加强政府与行业之间的沟通和协调，维护行业整体利益和消费者利益，进一步规范文化娱乐市场秩序，促进市场健康平稳发展。

成立大会上发布的《北京宣言》承诺，努力构建社会主义核心价值观，把社会效益放在首位，实现社会效益与经济效益的统一，诚信守法经营，抵制违法文化内容，杜绝“黄赌毒”，建设健康、快乐、阳光的行业形象。

（据《中国艺术报》，2014 年 11 月 17 日）

■ 青年文艺工作者研讨网络时代如何深入生活

11 月 22 日，中国文化报社与中国艺术研究院马克思主义文艺理论研究所约集 20 多名来自文学、美术、舞蹈、电影、戏曲、曲艺和哲学美学等理论和实践领域的青年学者、艺术家，聚焦“青年文艺工作者如何在网络时代深入生活”的问题，进行了认真而热烈的研讨。

本次讨论以学习贯彻文艺工作座谈会精神为主旨，从理论和实践两个方面，展开深入探讨。与会青年文艺工作者从自己从事的艺术门类和学术领域出发，对深入生活的本质和途径，当代文艺创作面临的整体状况，文艺家的创作个性和时代精神的联系，党的文艺工作的历史传统等问题进行了认真的探讨和交流。大家认为，以信息化、网络化为技术基础，以市场经济和大众文化生产为基本动力的当代文艺的内部生产机制和存在生态已经发生了重要的变化，但是与经济社会的繁荣发展相比，文艺创作领域的发展显得还不相适应，面临着这样那样的问题和挑战。在此条件下，文艺家特别是青年一代文艺工作者，应该力求站在更高的视野，用更敏锐的眼光、更深邃的判断力，突破个人生活的局限，调整自己的创作态度，借鉴优秀前辈艺术家的经验，提高自己的文化修养，努力摆脱市场化、功利化、个人化、浅表化、碎片化等的束缚，走进时代和人民生活的深处，滋养和激发创作灵感。

（据《中国文化报》，2014 年 11 月 26 日）

■《中国非物质文化遗产保护发展报告(2014)》发布

10 月 31 日，由中山大学中国非物质文化遗产研究中心、社会科学文献出版社主办的《中国非物质文化遗产保护发展报告(2014)》发布会在京举行。该研究报告主编宋俊华介绍说，我国非遗保护各项工作进入依法保护、科学保护、全民保护、积极开展国际交流合作的稳健发展阶段，得到国际社会的肯定与认可。截至 2013 年底，文化部已命名 41 个国家级非遗生产性示范基地。江西、海南、江苏、河北等省相继命名了 43 个省级非遗生产性示范基地。

2013 年是我国非遗保护稳健发展的一年，但与此同时，非遗保护工作依然存在不少问题，需要面对和解决。首先，法律法规体系有待进一步完善。应该进一步完善《非遗法》，并且尽快制定出台实施细则，建立起《非遗法》和其他相关法律协调配合实施的有效机制，还要加强执法检查和普法工作。其次，保护工作机制有待进一步健全，以保证和促进保护工作的科学化发展。从这些年的田野调查情况来看，基层的保护中心很多还停留在挂个牌子，人员配置严重不足、专门知识严重不够的状况。应充分调动社会公众的积极性，发挥民众“文化遗产的主人”作用，并且鼓励有社会责任感、有文化承担的社会企业投身到非遗保护工作中来。最后，国际交流与合作有待进一步加强。我们的非遗保护绝不是关起门来保护。今后的交流应该更加深入、常态化和民间化，包括社区与社区的交流、族群与族群的交流。非遗保护机构应该在畅通交流渠道方面再做努力。

（据光明网，2014 年 11 月 2 日）

■《全球城市公共文化服务发展报告》发布

近日，由教育部重点研究基地上海师范大学都市文化研究中心主持的 2013 年《全球城市公共文化服务发展报告》正式发布。课题组根据全球城市的竞争力、影响力和持续力等三个维度，最终选取出包括巴黎、伦敦、纽约、东京和我国北京、上海、香港在内的 21 个全球城市进行指数测定。根据这次发布的数据，我国的三个城市均未能进入各项排名的前五位。公共文化总指数得分排在前三位的是：巴黎、伦敦和东京，而上海、香港和北京都排在 10 名以外，得分都低于平均得分。公共文化享受指数得分排在前三位的是：伦敦、东京和巴黎。香港排名第 7 位，北京第 17 位，上海第 19 位。但是在一些具体的数据指标上，上海、北京、香港各有多个指标位居全球前列，但也有部分指标相对比较低甚至明显落后。

（据《文汇报》，2014 年 11 月 12 日）

3. 媒体聚焦

■《奔跑吧兄弟》：真人秀 3.0 时代的喜与忧

编者按：近日，由浙江卫视推出的一档明星真人秀节目《奔跑吧兄弟》（以下简称《奔跑》）火爆荧屏，稳居全国同时间段所有电视节目收视率第一，有评论者欣喜地认为，《奔跑》不仅将成为业界标杆，更标志着中国真人秀 3.0 时代的到来。但与此同时，有关中国真人秀节目的反思之声也渐渐凸显。

有评论者提出，同样是明星真人秀，以往的综艺节目往往以明星聊天、游戏、竞技为主，而《奔跑吧兄弟》的独特之处在于其在这些元素基础上，加入了剧情大纲和具体鲜明的人物形象设定。比如在第一期中，众人并非简单地完成游戏，而是带有“拯救白蛇”的任务，通过故事主线将几大游戏部分串起来，令节目更具有完整性（据《〈奔跑吧

兄弟〉开启综艺节目剧情化新时代》，凤凰网，2014 年 11 月 26 日)。也有人提出，该节目不仅满足了观众的娱乐需求，还在“润物细无声”中传递了正能量。其传递给观众的是敬业与励志精神，明星们积极参与游戏，参与者之间相互竞争合作，表现了人性温情美好、积极向上的一面。节目将观众的目光从娱乐至上拉回对人生的思考：人生是必然和偶然的结合，既依循竞赛规则，又充满偶然性；人生必须发挥智力、行动力等多种能力，挑战自我、战胜困难、赢得胜利；要学会团队协作，敢于为大局牺牲自己。由此，《奔跑》实现了在欢笑中传递正能量，引导人们感悟生活的真谛(据宋静思：《户外真人秀节目〈奔跑吧兄弟〉——发现生活的真谛》，《人民日报》，2014 年 12 月 4 日)。

然而，也有人犀利地指出，纵观中国真人秀节目的发展历程，短短几年间经历了三级跳——从草根“造星时代”，到明星参与的“真人秀时代”，再到整明星的“整人秀时代”。以前节目邀请明星参演，多为才艺展示和比拼，例如唱歌、舞技和厨艺等，让观众欣赏他们过人的才艺技能。但随着观众和明星关系的逐渐转换，综艺节目对待参演明星的方式也发生了转变，将他们置于更为平等的位置。然而，这种良好趋势未能持续下去，在过度娱乐化的趋势下逐渐矫枉过正，朝着“整人”“虐星”的方向发展开去。当下部分节目会设置一些或繁重或怪异的任务，来为难甚至折磨明星参演者，让原本在镜头前光鲜亮丽的艺人忽然变得手足无措，狼狈不堪，甚至行为失控，情绪崩溃，以此博取短期的收视高峰和话题传播(据刘牧《整明星不应是综艺节目新招牌》，《光明日报》，2014 年 11 月 24 日)。

除此之外，原创能力的缺乏也是《奔跑》的硬伤之一。有批评者指出，中国综艺节目制作仍在起步阶段，学习有益经验是必要的，但要切记不可患上“失脑症”。因为形式的移植或可带来一时的成功，但原创力的匮乏却会造成整个文化生态的荒芜。从模仿港台，到模仿欧美，再到模仿韩日，又不停地互相模仿，今天，中国综艺看似蓬勃的“生机”其实是依赖模仿延续着。“生”于他人的原创，或许是中国综艺成长道路上不可绕过的一个阶段，但如何学会由跟跑变为领跑是更需要认真思考的问题，否则，最终难免“死”于自己的模仿(据王研：《不要一直跟着别人奔跑》，《辽宁日报》，2014 年 10 月 14 日)。

■ 崔肖之争：抵抗低俗的不同方式

近日，清华大学教授肖鹰在接受采访时批评赵本山的二人转是低俗秀，而前央视主持人崔永元则与肖鹰持相反意见，力挺赵本山的绿色二人转改革，由此，崔肖二人掀起了一场激烈的口水仗。

11 月 7 日，“凤凰博报”微博转发了华商报对肖鹰的专访，肖鹰接受专访时称：“应该说赵本山十多年来，尤其是扩张刘老根大舞台的演艺以来，就是表演低俗化，做市场的奴隶。”10 日，崔永元转发该微博，对肖鹰的观点进行反驳：“说本山二人转低俗的，

估计是没看过乡间野生的二人转，其实本山在二人转从低俗向通俗的方向发展上可是费了不少心血。直到今天，二人转也比不上芭蕾那么高雅，但不能因为它比不上芭蕾，就永远不肯定它尝试改变和进步的努力!”11 日，肖鹰转发崔永元的微博，并称其“已经残废到不造谣就不能证明自己脑子组织的生命体征的地步了”，“转基因你搞不懂，二人转你不懂搞，凡是需要普高智商的事，你都玩不转呢!”崔永元于次日回击：“拜托你能否不谈智商? 你自己丢人就罢了，还丢清华的脸。好奇地问一句：你讲肖鹰美学有学生听吗? 你的学生何时发现的你是脑残?”至此，一场关于二人转低俗与否的讨论迅速演化成一场网络口水仗，言辞交锋中，人身攻击的成分越来越多(据《因赵本山被批低俗 崔永元与清华教授对骂三天》，光明网，2014 年 11 月 14 日)。

有批评者认为，崔永元与肖鹰之间言辞激烈的论争，折射出的是中国当代公共对话中普遍存在的问题——戾气十足，很少有理性、平和的就事论事，而是动辄直指人身的意气之争。这种霸道的指摘不仅毫无知识分子行文用语的美感，而且严重恶化了公共对话的氛围(据储殷《崔永元与肖鹰骂战别成为泼妇骂街》，《中国青年报》，2014 年 11 月 18 日)。对此，肖鹰则认为这只是社交媒体上的个人争议，并且强调理性不等于和风细雨，不等于不要锐气，批评的风格和方式，针对批评对象和主题，应有不同选择(据《崔永元对上肖鹰：骂战还是求同存异》，《新闻晨报》，2014 年 11 月 19 日)。

也有媒体在对崔、肖进行采访后发现，在看似激烈的论争背后，两个人有很多能达成共识的地方：他们其实都抵制低俗文化，也都对网络上弥漫的戾气异常愤怒。但两个人选择的方式不同。肖鹰觉得一些网友可能被利用了，崔永元则说，“我这是在以毒攻毒”。谈及文艺市场低俗之风盛行的原因，二者则有不同的分析。肖鹰认为原因有三：第一，在国家管理层面，没有真正把经典文化教育作为强国文化的奠基之路来推行；第二，在缺少有效法制的前提下，资本和权力勾结，以次充好，以烂为美，导致了低俗驱逐高雅的文化生态；第三，近 20 多年来，社会风气功利浮躁，文艺生产只有数量，没有质量，有奖品无精品。对于受众，也只能满足于粗俗文化。崔永元则认为，低俗之风不仅仅是二人转的问题，整个社会都弥漫着这种恶俗文化气息。在利益的驱动下，很多作品将八卦、情色、内斗当成卖点，社会文明操守没了，用经济效益来做指标，特别急功近利(据《崔永元对上肖鹰：骂战还是求同存异》，《新闻晨报》，2014 年 11 月 19 日)。

4. 尖峰观点

■ 朱大可：当代中国离文化繁荣有多远?

就历史事实而言，中国的儒家文化，曾经在东亚地区发挥过重要影响，但即使它曾经相当强大，其蔓延面在空间上仍然相当有限。中国要在文化上击破美国文化的垄断，成为一个在世界范围内被普遍模仿的文化大国，路途还十分遥远。

实现这个目标的前提，首先是中国获得强大的“文化软实力”。衡量这种软实力能否世界化，必须符合以下几个标准：第一，它必须具备强有力的独立、自由和批判现实的人文精神；第二，它必须具有独特和杰出的原创、创新、创意特征；第三，它必须传递人类共同价值并拒绝种族主义信念；第四，它不仅传承区域和民族的历史文化传统，同时也向人类的未来开放。如果不具备这些特征，中国文化就无法获得国际社会的接纳和膜拜。

中国主流文艺目前的现状是不能令人满意的。它完全不符合我刚才提到的四项基本标准，而且正在继续向相反方向恶化。第一，它被犬儒主义和奴性传统所支配；第二，它被山寨主义统治，而丧失鼓励创新和创意的生态；第三，它被种族主义，也就是狭隘民族主义所绑架；第四，在功利的物质现实主义和伪国学的严密包围下，它失去了自我超越和未来想象的能力。这是一种相当恶劣的文化生态，如果这种病症得不到缓解，中国文化的自我繁荣，将永远只是一个梦想。

习近平总书记曾提出，“五四以后在新文化的影响下，中国出现了一大批灿若星河的大师”。民国无疑是一个大师丛生的年代，但是假如要重现这种令人缅怀的时刻，就必须首先营造大师诞生的生态环境。这个生态的名字叫做“自由”。没有自由，就没有独立和创造性人格的生长，也不会有“百花齐放、百家争鸣”的文化繁荣格局。

（据朱大可：《当代中国离文化繁荣有多远?》，凤凰网，2014 年 10 月 23 日）

■ 祁述裕：文化传播要重视“卖出去”

近些年，国家积极推动文化走出去，取得了很大成绩。但总体来看，还是“送出去”的多，“卖出去”的少。以演艺业为例，据统计，近 10 年我们的出国演出中完全商业性的演出项目仅占总数的 18%。全国演艺团体海外商演的年收入甚至不及加拿大太阳马戏团年收入的 1/10。从这样的角度来看，中华文化走出去应该坚持“两条腿”走路，只有政府性质的交流是不够的，可以更多地利用商业渠道，利用市场化运作来推行。

只考虑交流行为的完成，不考虑传播效果，致使相当多的文化交流项目把钱花在租借大而无当、观众寥寥的表演场所上，钱花了不少，效果却不明显。要改善对外传播现状，加强文化传播力度，一方面，应突破“送文化”的这种效果瓶颈，把对目标受众和传播效果的考量纳入进来，要送得“靶标精准”，送得“及物及人”；另一方面，要探索经营之道，充分利用市场机制，发掘和培养市场潜力，将我们的文化“卖出去”。

国产电视连续剧《媳妇的美好时代》之所以能在坦桑尼亚走红，并且还能继续在非洲其他国家热播，主要原因就是非洲许多国家和中国一样重视家族文化和家庭伦理，这部剧很接非洲的地气，契合了当地人的文化需求。正是因为“卖出去”有这样的高标准，以“卖出去”为目标反过来也会促进我们对文化产品的打磨，发掘和强化自身的“吸引力”，在全球文化市场的格局内找到自身产品的“定位”。而且，“卖文化”是可持续的文化交流。

中国文化“走出去”有很多途径。从实际效果上说，民间与市场方式相结合应该是最佳选择。支持民间(企业、社会力量)把文化产品“卖出去”，就是强调在市场经济条件下，文化产品的海外传播应尊重市场经济规律，追求社会效益与经济效益的统一。归根结底，无论是“送出去”还是“卖出去”，都是要寻求共鸣，获得认同，把中华优秀传统文化的精华，把中国故事与中国精神在全世界传播开来。

（据祁述裕：《文化传播要重视“卖出去”》，《人民日报》，2014 年 11 月 7 日）

■ 邓聿文：社会治理必须适应互联网思维

总的来说，多数政府部门和官员尤其是基层政府和官员并没有认识到网络的独特功能和它所创造的全新监督模式而起的积极作用，缺乏互联网思维，没有把它变成政府工作的得力工具，而是过分看重其负面效应，把网络民意和网络监督看作洪水猛兽，不愿接受网络监督，甚至妖魔化网络监督，或者把“网络问政”作为一种作秀的道具和长官意志的点缀。特别是当网络民意触及到政府和官员的切身利益时，还可能出现采取专政手段打压网民的情况。

作为一个舆情表达和互相交流的平台，网络确实也会产生一些负面的效应，尤其当一种舆情以负面性、解构性的方式而占据主导地位，甚至因为发泄私愤而产生语言暴力时，其负面效应会放大。这个时候，对网络民意就要加强疏解和引导，分清恶意和无意。对一些明显恶意的网络谣言，要进行清理打击，但对由于信息混沌而导致的误解、埋怨甚至泄愤，政府有责任及时公布信息，若政府自己不清楚，也要向民众做出解释说明，总之要及时回应，搞清民众的诉求是什么，而切忌一股脑儿地打压，以敌对思维对待之。

传统的以“封”与“引”为主的做法已越来越显得力不从心。与其成天派人 24 小时盯着网络，防这防那，疲于奔命，不如化堵为疏，让网络成为政府工作的帮手，密切联系群众的推手。但前提是政府需要端正对网络的认识，平等地与网民交流。领导干部不但要“触网”，还要真正像了解自己辖区的社会一样去认识网络，对网络作一些调查研究，“实地考察”。网络的可怕很大程度上是政府自身的应对失误造成的。政府不能及时有效对网络事件做出妥善回应与处理，决策层与虚拟网络社会严重脱节，这使得政府的处理不但起不到舒缓矛盾的作用，往往还会对激愤中的网民“火上浇油”。

自去年政府加大对网络谣言和大 V 的清理打击力度，但应该看到，这种管理方式只是暂时把网络矛盾压制下去，而非是消解矛盾，所以它并非是治本之策。要化解互联网对社会治理带来的挑战乃至敌意，政府就必须将网络纳入社会治理中，作为社会治理的一个非常重要的组成部分，从善治的角度对待互联网及网络民意。

鉴于近几年网络谣言流行，并影响社会生活，政府也开始以法治网了，将法治思维应用于网络管理，这是一个进步。然而，必须强调，“以法治网”不是把网络管死，“以法治网”不过是整个社会的法治治理的一个组成部分，而非对社会宽松对网络就要严厉，

不是把法律当作棍子使用，借助法律来压制网络民意和网络参与。网络虽然是一个虚拟社会，但它具有现实基础，并不是空中楼阁，完全是虚的东西，或者说，虚拟的背后，是实实在在的民意期盼。所以，在用法治规范网络秩序，减少网络谣言及其他各种不利网络发展的事情的同时，一定要分清言论自由与利用言论犯罪的界限，要对在网络上践行言论自由、理性言说的网民加以区分与保护，否则，就变成用法律打击网民。

（据邓聿文：《社会治理必须适应互联网思维》，《中国经营报》，2014 年 11 月 24 日）

■ 乔新生：著作权保护规则需适应网络发展

中国的著作权保护制度实际上是在中国加入世界贸易组织的过程中，为了满足美国等一些西方国家的要求而仓促颁布实施的法律制度。对于中国加入世界贸易组织极为有利，可是，对于中国经济的发展则并不十分有利。正如当初中国加入世界贸易组织时一些学者所指出的那样，中国加入世界贸易组织需要付出沉重代价，而在知识产权保护方面制定严格的法律制度是中国必须付出的代价之一。现在中国已经是世界贸易组织成员，因此，有必要从容思考在著作权保护制度方面是否存在着明显缺陷。

互联网传播不仅改变了传统著作权的形态，同时也改变了传统著作传播的方式和方法。大量免费互联网站的出现，不是为了消解著作权的价值，而是通过新型的经营业态，最大限度地利用著作权的价值。譬如，包括“今日头条”在内的一些互联网站运用网络搜索技术，通过大数据计算分析，把有价值的新闻提供给广大互联网用户。这样的经营模式对于信息的传播极为有利。然而，作为一种经营方式或者经营业态，如果存在商业利益，譬如通过网站获取商业资本，或者在网站经营的过程中刊登广告，那么，就是一种典型的商业经营行为，依照传统的著作权法，必须与著作权人签订“邻接权”合同，换句话说，互联网新闻网站必须和著作权人签订相关合同才能获得作品的传播权利。这对互联网经营企业意味着，必须付出大量人力、物力和财力，向互联网络作品所有人支付报酬，从而得到他们的授权。

部分学者认为，在现代互联网时代，应当提出“著作权边际效用”概念，在传统的著作权法律制度中增加有关边际效用的内容。换句话说，如果著作权人的作品在互联网中无限传播开来，那么，著作权人应当容许出现免费使用现象，因为从著作权传播边际效用来看，如果著作权人不断收取费用，不仅阻隔了作品的传播，不利于科学技术发展，而且有可能会增加交易成本，从而使“邻接权”变成阻碍传播的绊脚石。

笔者认为，应当对现行著作权法进行脱胎换骨的改造。应当强调著作所有权特性，在充分保护著作权人合法利益的条件下，提出著作权相对性原则。不仅明确规定著作权保护的期限，而且明确规定“邻接权”的范围和著作权人的权利边界。因为只有这样，才能适应现代互联网发展的要求，也只有这样，才能使著作权成为促进科学技术发展的法律制度而不是阻碍科学技术发展的法律规则。

立法机关应当把著作权法修改为著作所有权法，与此同时，根据现代互联网络传播

特点，制定互联网传播的基本规则，包括互联网著作权保护规则。

（据乔新生：《著作权保护规则需适应网络发展》，《法制日报》，2014 年 11 月 28 日）

■ 陈国战：“春晚”小品应体现正确价值导向

自 1983 年创办以来，中央电视台春节联欢晚会已经走过了 30 多个年头，培养了一大批忠实观众，在除夕之夜的喜庆氛围中，一家人围坐在一起收看“春晚”，已经成为很多中国家庭守岁的主要方式，甚至已经成为一种“新民俗”。如果我们把“春晚”比作一场文化大餐的话，那么小品无疑是其中最受欢迎的菜品。一些小品中的经典形象已经成为很多人的文化记忆，一些经典台词已经进入我们的日常语汇，因此可以说，“春晚”小品在塑造和引领当前社会的价值观方面具有重要的作用。

作为一种喜剧艺术，“春晚”小品紧跟时代发展，对社会中出现的一些负面现象进行委婉的讽刺，既有利于匡正社会风气，又传递了社会“正能量”，形成了自己独特的美学风格。比如，赵丽蓉等人的小品《如此包装》、《打工奇遇》，对市场化大潮中的唯利是图之风进行了嘲讽；赵本山等人的《牛大叔“提干”》、《拜年》等，对基层干部的官僚作风和乡村霸权进行了调侃；而赵本山和宋丹丹合作的一系列小品，则通过塑造一个渴望成名的乡村老太太，针砭了娱乐圈的恶俗炒作之风。可以说，这些作品都体现出了正确的价值导向。

然而，在其他一些小品中，我们也看到一些不恰当的价值导向。比如，在赵本山等人的“卖拐”系列小品中，憨厚老实、别人说什么就信什么的“范师傅”接连上当受骗，然而，他不仅没有得到观众的同情，反而成为人们取笑和引以为戒的对象。相反，坑蒙拐骗的“大忽悠”即使不能说被塑造成了值得学习的榜样，至少也是一个相当机智可爱的角色。这样的作品无疑会给观众带来一种暗示：如果你在生活中像“范师傅”一样老实，那么就活该上当受骗；相反，只有像“大忽悠”一样耍奸弄滑，才能够如鱼得水。显然，这与社会主义核心价值观所倡导的诚信，是背道而驰的。在“卖拐”系列的最后一个作品中，“大忽悠”费尽心机，最后骗来的只是一幅对联，而老实人“范师傅”则大获全胜，这可以看作向正确价值导向的回归。

再比如，在黄宏等人的小品《开锁》中，不管是开锁公司的“林永健”，还是物业公司的“巩汉林”，都严格照章办事，要求业主先出示有效证件，再给开锁或证明。可以说，两个人的做法不仅毫无瑕疵，而且极具职业素养。然而，他们在小品中却被嘲弄为不知变通、不够灵活、有钱不挣的傻子。如果联系到当前社会中正在大力倡导的法治精神、制度精神，以及由“灵活”和“变通”所带来的各种社会问题，那么，小品《开锁》的价值导向也是成问题的。

当然，这些小品的创作者并不是有意在传播错误的价值观，而是对自己的作品缺乏价值导向上的自觉，它们更多是复制了现实生活中一部分人的错误观念，而没有对之做出甄别和判断。作为一台极有社会影响的晚会，“春晚”的小品创作无疑应该增强引领

社会价值观的自觉意识，体现出正确的价值导向。只有这样，才能实现习近平总书记在文艺工作座谈会上提出的要求，即“用栩栩如生的作品形象告诉人们什么是应该肯定和赞扬的，什么是必须反对和否定的”。

（据陈国战：《“春晚”小品应体现正确价值导向》，《中国文化报》，2014 年 12 月 2 日）

■ 张良：公共文化服务建设：民众的参与是关键

我国公共文化服务建设的着力点主要集中在国家与市场，建设视角为“自上而下”或“由外而内”，缺乏“自下而上”民众参与的底层内部视角，即国家没有为民众参与公共文化服务提供制度化、程序化的渠道与途径，从而导致文化服务体系运转缺乏自下而上的内在持续动力。国家主导、市场配置、民众参与三者需要相互配合、共同作用，公共文化服务方可良性运作。积极建构公共文化服务的民众参与机制刻不容缓，具体内容包括以下几个方面。

一是服务内容知情权。政府的文化政策、文化服务内容、服务职责和服务目标要通过公开、透明、合理的渠道公之于众。文化服务知情权让群众和文化服务提供者都明确了服务的内容和标准，群众知道了自己手中的权利和享有的服务，可以在一定程度上强化提供者的责任感和义务感。

二是服务项目立项上的表达权。民众可以将普遍需要的公共文化服务向政府申请立项，同时民众对于政府提供的文化服务项目具有自主选择的权利。当前公共文化服务项目的确定几乎完全由政府敲定，民众在公共服务的立项方面的参与率很低，很少有自己的话语权、表达权。

三是服务过程的监督权。在公共文化服务项目招标、供给过程中，民众对于招标程序合理与否、文化服务质量和效率如何，可以通过制度化、规范化的渠道向政府部门反映。在压力型行政体制之下，政府仅仅把提供公共文化服务作为上级的任务、指标完成，至于文化服务质量如何以及是否满足民众文化需要，他们则很少关心。如此一来，公共文化服务供给的质量和效率何谈提高?

四是服务结果的评估考核权。应在农村文化建设中建立科学的考核评价机制，除了考核诸如投资等外在指标外，还应注重对投入产出效益、文化设施利用率以及民众对文化服务满意度的考核。其中，最为关键的是建立健全民众在文化服务方面的参与机制，形成自上而下的考核问责机制和自下而上的公众监督机制，将民众对文化服务的评价纳入绩效考核之中。

（据张良：《公共文化服务建设：民众的参与是关键》，共识网，2012 年 4 月 6 日）

■ 秋风：儒家义理是一套世界公民语言体系

杜维明先生反复阐明一个观点：每一种文明，每一种宗教，都应发展出两种意义世界，或者两套语言：一种是自己宗教传统中发展出来、面向自己信徒的特殊信仰语言，另一种是面对其他宗教及其信徒、面对其他文明的世界公民语言。

各种神教大体上只有面向自己信徒的特殊信仰语言。面向所有人的世界公民语言，在西方，只有凡俗性人文主义。但很显然，这种世界公民语言只能让世界败坏。

回望儒家，却别有洞天：儒家义理中本无特殊的信仰语言，而向来就是一套世界公民语言体系。这里涉及一个重大问题：儒家是不是宗教？杜先生认为，儒家具有宗教性，但不是宗教。我用了另外一个词来形容儒家之性质：文教。儒家不是宗教，而是文教。孔子以文教人，文就是道德，礼乐，以及各种各样的制度。文涵括了宗教，而且是各种宗教，让各种宗教相安无事。

儒家的这种性质、倾向给文明对话、沟通、协调提供了最好的观念基础。杜先生积极地推动文明对话，正是儒家精神之呈现。在这样的对话中，儒家没有神教的传教冲动，从不试图把自己的价值强加于人，而是希望与各家“和”，促成各家之“和”。仁的核心义理让儒家处理人际关系，邦国间关系，族群之间关系，宗教间关系，坚持一个原则：和而不同。

再也没有比儒家宽容的了。西方普世价值如福山所说，让整个世界终结于同一个天国，不许另有想法。历史的终结意味着绝对的同一，各个族群、各个宗教、每个人被剥夺了选择的权利。仁才是宽和的、温情的普适价值，围绕这一价值展开的儒学是真正的普世之学。

二十一世纪的儒学当致力于普适仁之价值于全人类。对于儒学之现代发展的任务，牟宗三先生提出，当接纳民主、科学。此为牟先生孜孜以求者，而未免落于凡俗性人文主义的下乘。杜先生则以更为广阔的视野，提出儒学第三期发展的主要任务是对西方文化的挑战做出创造性的回应。杜先生一直在做出回应，但更准确地说，杜先生一直在立足于儒家，给西方开药方，精神性人文主义就是儒家的药方。

杜先生树立了儒学第三期发展的典范。百年来，中国学人信心尽丧，在思想、学术上自甘为奴，包括新儒学的诸多努力，也只是身处绝境中的勉强防御而已，其论述模式不外乎：西方有的，儒家其实也有，只是不够充分，可在西方刺激发展。姿态如此卑下，其思考也就只是让儒家向西方靠拢，历史仍将终结于西方的宗教、价值、制度。儒家内在的伟大价值被取消了，中国之道终究要被抛弃。如此心态，儒学其实难说发展。

杜先生则转奴为主，立足于儒家，观世界之众生相，思考普遍的拯溺之道：见世人之迷于物，而提出精神性人文主义；见神教之过于执，而阐明和而不同之大义；最终确立仁为普适价值。儒家内在价值凸显出来，这价值是普遍的，不仅解决中国问题，更解决世界问题。有如此对世界敞开的天下情怀，儒家才有发展之契机，也才有存在之理由。

（据秋风：《儒家义理是一套世界公民语言体系》，《新京报》，2014 年 11 月 2 日）

5. 海外视野

■ 托马斯·皮凯蒂：世袭资本主义的回归

尽管经济增长与趋同的速度令人惊叹，但不能因此忘记贫富不均问题在发达国家和中国都存在，而且在未来数十年里中国存在的不平等问题会日趋凸显，因为经济增长终究会不可避免地放缓。目前中国政府正大举反腐。腐败算得上是最不合情理的一种财富不平等，让巨额财富源源不断地流入极少数人手中。所以把反腐作为当前要务是完全必要的。不过，若以为腐败是导致极为不公的财富不平等和财富过度集中的唯一根源，就想得过于简单了。其实私人资本的积累和分配过程本身就具有使财富集中且往往过度集中的强大推动力。

鉴于中国社会中的资产越来越庞大，我认为也可对遗产继承和捐献实行累进税，并对资产征收年度累进税，而且公布相应数据。发达国家的历史经验表明，人口数量的停滞——特别是目前中国出现的人口负增长——会使过去累积的资产在税收结构中所占比重上升。在一个每对夫妇生十个孩子的社会里，最好不要对遗产抱太大希望，而需要靠自己攒钱积蓄。反过来，如果每对夫妇只有一个孩子，这个孩子会继承两边的财产(假设父母名下有的话)。因此，未来数十年里中国人的遗产继承会越来越多。实际上就是说那些只有一份工作的人——尤其是农村打工者——会非常难以取得城市资产。在这种条件下，对巨额遗产继承进行征税是合理的，以减轻工薪族的纳税负担。至少，应该可以基于可靠数据对此进行讨论。

以上这些既涉及税务，又涉及政治和民主，是否能实现? 与无法相互协调、陷入过度税收竞争的欧洲小国相比，中国的优势之一是国土辽阔、人口众多、经济体量大——很快将占全球国内生产总值的1/4。相对而言，中国原则上可以凭借强有力的中央统一领导体制和高层领导者的反腐和促进公益的决心贯彻累进税制，免于游说集团的压力和竞选政治献金带来的束缚。当然，中国很大一部分政治精英不会从财富透明、累进税制和法治国家中得到什么好处。而一部分愿意放弃特权、为公益做贡献的人似乎认为政治民主的上升将彻底危及泱泱大国的统一，但政治民主是必定与经济民主携手而行的。有一件事是肯定的：中国会从诸多矛盾之中找出一条独一无二的决定性道路，其他国家也是如此。历史自会开创新的道路，往往就在最出人意料之处。

(据托马斯·皮凯蒂：《21世纪资本论·中文版自序》，中信出版社2014年版)

■ 世界各国公共文化服务制度与模式

世界各国由于历史、国情、政治制度和公共管理哲学的差异，形成了不同的公共服务制度与模式。作为社会整体公共服务制度的有机组成部分，各国公共文化服务亦形成了不同的模式，主要可分为三种。

第一种是以法国、日本等为代表的“中央集权”或可称“政府主导”模式。在这种模式中，从中央到地方政府均设有文化行政管理部门，但有的是垂直领导关系(如法国)，有的则不是(如日本)。各级政府文化部门对文艺团体进行有限的资助并提供比较完善的公共文化服务。

第二种是以美国、德国等为代表的“市场分散”或可称“民间主导式”模式。中央和地方政府都没有正规的文化行政主管部门，政府财政对文化的投入主要通过各类通常被称为“国家艺术理事会”的准行政机构进行分配。政府主要以政策法规营造良好文化生态，鼓励各类文化团体或机构自我生存。公共文化服务大量由非政府组织(NGO)或非营利机构(NPO)开展。

第三种是以英国、澳大利亚等为代表的政府与民间共建的“分权化”模式。政府以“一臂之距”(西方国家在中央政府文化行政系统之外建立起相对自主的、半官方的、专业的文化艺术基金管理组织，置于国会和中央政府的监督下，通过独立分配国家文化基金的方式执行国家的文化政策。这种间接管理和分配文化经费的做法，被称为“一臂之距”)。与民间“建立伙伴关系”，进行文化资源的分配、文化事务的管理和文化服务的提供。

总的来说，从政府在文化管理中的作用来看，发达国家和地区对公共文化事务的管理又可以分为“强调控型”和“弱调控型”两大类型。“强调控型”以法国、日本等国为代表，其特点是政府运用法律、经济、行政乃至国家指导计划等各种手段，以很强的综合调控力度，影响社会文化生活。“弱调控型”以美国为代表，其特点是政府基本采取自由放任的政策，只在某些领域进行有限的干预，政府意志除国家文化主权、文化安全等领域外，对社会文化生活的影响较弱。

（据毛少莹：《世界各国公共文化服务制度与模式》，《中国社会科学报》，2010 年 1 月 9 日）

6. 研究院之声

■ 我院主办的《文化研究》获 2014 年度优秀学术集刊二等奖

11 月 8 日—9 日，第三届人文社会科学集刊年会在南京召开，会上颁发了 2014 年度社会科学文献出版社优秀学术集刊奖，由我院和南京大学人文社会科学高级研究院共同主办的《文化研究》获得二等奖。

本次年会由社会科学文献出版社与南京大学历史学系共同主办，南京大学校长陈骏、中国社会科学院副院长李培林、中国出版协会常务副理事长邬书林、社会科学文献出版社社长谢寿光等出席会议并致辞。我院专职研究人员陈国战博士代表《文化研究》参加会议，并接受了颁奖。

据悉，目前全国共有学术集刊 500 多种，其中在社会科学文献出版社出版的有 110 多种，依据内容、规范、影响力等各项指标，此次评选共评出一等奖 2 种，二等奖 4

种，三等奖 6 种。《文化研究》创办于 2000 年，由我院常务副院长、首席专家陶东风教授发起，并与南京大学周宪教授共同担任主编，至今已连续出版 18 辑，是国内唯一的文化研究类大型丛刊。自 2008 年起，《文化研究》连续入选中文社会科学引文索引（CSSCI）来源集刊，并被“中国学术期刊网络出版总库”全文收录，在国内文化研究领域拥有重要影响和良好口碑。

■ 我院重大项目“互联网舆论场域与文化领导权”开题会举行

我院 2014 年度重大招标项目“互联网舆论场域与文化领导权”开题会于 11 月 2 日上午在中国人民大学国际关系学院举行。我院汪民安教授、蒋璐博士、陈国战博士代表委托方出席会议。

会议由项目负责人、中国人民大学国际关系学院副教授张广生主持，中国人民大学政治学系副教授欧树军，北京大学新闻学院副教授王维佳，中国人民大学政治学系教师丁凡，清华大学马克思主义学院副教授何建宇，清华大学公共管理学院助理研究员鄢一龙，中国人民大学政治学系副教授程农，新华社瞭望智库研究员、原人民论坛杂志社时政组组长张潇爽，新华社参考新闻编辑部编辑王海洋，《文化纵横》副主编陶庆梅等学者参加论证评审。

会议首先由张广生与欧树军分别从文化领导权、互联网舆论场域两个方面介绍了课题的总体构想。其他课题组成员则从不同专业角度出发，进一步介绍了自己的研究设想。随后，与会专家分别提出了自己的建议。程农认为，课题需进一步明确文化领导权的具体内容与具体指向，同时结合现代社会语境理解互联网场域。张潇爽高度认可议题的意义，并从新闻人的角度强调在互联网上进行文化引领的重要性。王海洋从实际经验出发，提出了互联网治理和文化领导权建设的一些具体问题。陶庆梅认为，这一课题的提出，抱负可贵，时机重要，建议进一步注重实践与理论的结合。最后，汪民安教授代表委托方提出了要求和建议。

（本期摘编人：朱楠、郭云娇）

主　　办：首都师范大学文化研究院
主　　编：陶东风　邱运华
执行编辑：陈国战

通讯地址：北京市海淀区西三环北路 83 号，100089
电子信箱：wenhuazhanlue@ gmail. com
联系电话：(010)68903449、68903576

(内部参考)