首都师范大学文化研究院

北京文化通讯

2015年第1期
（总第29期）

本期要目

政策导览
■文化部发布《公共文化服务标准化试点工作方案》
■文化部发布《基层综合性文化服务中心建设试点工作方案》
动态关注
■张高丽主持京津冀协同发展工作推进会议并讲话
■首个国家文化产业创新实验区在京揭牌
媒体聚焦
■于正败诉与中国影视剧行业的反思
■规范网络用语：压制语言创新还是净化语言环境？
尖峰观点
■郑永年：中国形象工程为何适得其反？
■李建斌：中国“新型城镇化”面临两难困境
海外视野
■伦　敦：老街区“长出”创新城
■奥地利的文化软实力建设
研究院之声
■我院受文化部委托承担“十三五”规划编制前期研究工作
■我院协办“2014文化中心建设研讨会”

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

■ 文化部发布《公共文化服务标准化试点工作方案》

为深入贯彻党的十八大和十八届三中全会关于构建现代公共文化服务体系的有关精神，探索推进基本公共文化服务标准化的模式、路径和方法，提升公共文化服务效能，更好地保障广大群众基本文化权益，文化部制定了《公共文化服务标准化试点工作方案》(以下简称《方案》)。

《方案》提出的试点工作目标是：以公共文化服务标准化试点工作为突破口，进一步深化文化管理体制改革，创新公共文化管理和服务方式，到2015年底，围绕制定实施保障标准、技术标准和评价标准，在国家和试点地区两个层面，初步建立科学、规范、适用、易行的标准体系，形成一批适合不同地方特点的工作模式，推动全国公共文化服务标准化工作全面深入开展。

《方案》确定的主要任务包括：(一)制订公共文化服务地方标准。包括1. 基本公共文化服务保障标准；2. 公共文化服务技术标准；3. 公共文化服务评价标准。(二)推进各项标准实施。试点地区由政府或文化行政部门牵头建立领导机构，协调发展改革委、财政、质量技术监督局、新闻出版广电、体育、文物等相关部门分工合作。(三)做好相关工作的衔接。在推进公共文化服务标准制定和贯彻实施过程中，创新实现标准化的途径和手段，鼓励和支持探索建立公共图书馆、文化馆总分馆制，组建理事会制度，兴建基层综合性文化服务中心，以及推进数字文化各项工程融合发展等。(四)开展标准的宣传培训。试点地区和单位应结合本地区、本行业、本单位的实际需要，开展各类相关标准的宣传与培训，使全员了解、熟悉并掌握标准要求。(五)制定持续改进措施。定期总结试点工作中的方法、经验并在此基础上加以推广应用，对标准实施过程中发现的问题应及时提出修订标准的建议。(六)加快推进本地公共文化服务相关法律法规的制定，将公共文化服务投入标准、政府责任等纳入其中。

(据文化部网站，2014年12月10日)

■ 文化部发布《基层综合性文化服务中心建设试点工作方案》

为推动基层公共文化资源共建共享，文化部发布了《基层综合性文化服务中心建设试点工作方案》，拟在全国开展基层综合性文化服务中心建设试点工作。到2015年底，在试点区域基本完成集宣传文化、党员教育、科学普及、农技推广、卫生计生、便民服务、体育健身等各类公共服务于一体的基层综合性文化设施建设任务，建立一套基层综合性文化服务中心的管理和服务标准，培育一支基层文化骨干队伍，初步实现基层公共文化服务设施综合利用、服务统一提供。

试点内容包括：(一)制定建设规划和标准。(二)完善设施设备。多管齐下，因地制宜，坚持改扩建和新建相辅相成的原则，形成多种设施建设模式。(三)健全公共服务项目。(四)完善管理机制。制定比较完善的管理措施和各项规章制度，加强对设施的使用、维护管理，切实落实管理措施，保证公共服务中心的有效运行。(五)建立稳定的财政保障机制。设立村级(社区)综合性文化服务中心运行保障专项经费，推动形成稳定的财政保障机制。

试点以省级和地市级人民政府为主，申请条件包括：本地公共文化服务体系建设工作成效明显，公共文化设施网络比较健全，基层综合性文化服务中心建设具有一定基础；三年内在文化领域未发生重大服务质量、安全事故，未受到相关部门通报批评、行政处分；重视公共文化服务工作，有积极参与试点的意愿，能够为试点工作提供政策、资金及其他支持。

（据文化部网站，2014 年 12 月 10 日）

■ 财政部印发《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》

为贯彻落实《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》的有关规定，进一步深化文化体制改革，继续推进国有经营性文化事业单位转企改制，近日，财政部印发《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》(以下简称《通知》)。

《通知》提出，经营性文化事业单位转制为企业，可以享受以下税收优惠政策：(一)经营性文化事业单位转制为企业，自转制注册之日起免征企业所得税。(二)由财政部门拨付事业经费的文化单位转制为企业，自转制注册之日起对其自用房产免征房产税。(三)党报、党刊将其发行、印刷业务及相应的经营性资产剥离组建的文化企业，自注册之日起所取得的党报、党刊发行收入和印刷收入免征增值税。(四)对经营性文化事业单位转制中资产评估增值、资产转让或划转涉及的企业所得税、增值税、营业税、城市维护建设税、印花税、契税等，符合现行规定的享受相应税收优惠政策。(五)转制为企业的出版、发行单位处置库存呆滞出版物形成的损失，允许按照税收法律法规的规定在企业所得税前扣除。

享受税收优惠政策的转制文化企业应同时符合以下条件：(一)根据相关部门的批复进行转制。(二)转制文化企业已进行企业工商注册登记。(三)整体转制前已进行事业单位法人登记的，转制后已核销事业编制、注销事业单位法人。(四)已同在职职工全部签订劳动合同，按企业办法参加社会保险。(五)转制文化企业引入非公有资本和境外资本的，须符合国家法律法规和政策规定；变更资本结构依法应经批准的，需经行业主管部门和国有文化资产监管部门批准。

（据财政部网站，2014 年 12 月 2 日）

(2)政策解读

■ 王家新：中央财政如何推动媒体融合发展

在2014年出版传媒集团主要负责人座谈会上，中央文化企业国有资产监督管理领导小组办公室(中央文资办)主任王家新发表讲话，对当前我国媒体融合发展的现状和趋势做了自己的解读。他提出，传统出版和新兴出版的关系不是谁取代谁或者谁会消灭谁的问题，而是双方怎么能实现自身更好发展的问题。基于这个认识，近几年我们在推动媒体融合发展上做了一些探索。

(一)以开展资源数字化为突破口，推动新闻出版业数字化转型升级，为与新兴媒体全面融合奠定基础。新兴媒体对传统媒体冲击很大，但是传统媒体积淀深厚，在内容生产上有很大优势，这也是融合发展中的最大优势。实现资源转换的一个重要手段，就是数字化转型，建资源库。因此，我们选择把存量内容资源的数字化作为突破口，2013年实施了中央文化企业数字化转型升级项目，2014年又会同总局一起推动新闻出版业数字化转型升级。

(二)以创新发展模式为重点，探索业务流程整合、再造，打造企业核心竞争力。互联网深刻地改变了人们的生产、生活和交往方式。必须从传统经营观念中解放出来，加快创新发展模式，在媒体融合发展中争取主动。在这方面，我们支持一些传统出版企业已经做出尝试。

(三)以支持高新技术应用为核心，推动平台、系统建设，增强传统出版企业传播力、影响力。当今时代，媒体的技术创新应用层出不穷，而且往往以平台、系统的方式出现。要充分借助现有技术手段，加快建立适合信息传播的平台、系统，更好地集成和推送内容资源，增强市场影响力、控制力。

(四)以加强版权管理为抓手，盘活存量、优化增量，提升企业面向市场发展能力。长期以来，很多出版企业没有真正认识到版权的重要性。版权资源既是核心资源，也是产生效益的基本点。据了解，一些国际知名传媒企业已经开始尝试建立数字化版权资产运营平台，实现各种版权的自由交易。我们也应该朝这个方向迈进。

有人将2014年称为“媒体融合元年”，我们在感到精神振奋的同时也感到压力巨大。从财政的角度，下一步将重点做好以下工作：第一，继续支持企业数字化转型升级，通过资源整合、技术提升、渠道建设等方式，更好地为媒体融合发展做好基础和准备。第二，继续支持有条件的企业开展资本运作，通过联合兼并重组等方式，更快地拥有或者能够利用新兴媒体技术。第三，继续支持企业加大人才队伍建设，通过引进、培养等方式，提高人才储备、增强发展后劲。第四，认真落实三中全会精神，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，同时更好地发挥政府的作用。

(据《文化产业评论》，2014年12月28日)

■ 惠鸣：文化金融发展的新趋向

今年3月，文化部、中国人民银行、财政部联合发布《关于深入推进文化金融合作的意见》。在近几个月推进文化金融的发展过程中，各地在实践中积极寻求解决文化金融政策在执行落地层面的问题。

随着政府对文化产业相关领域投资准入门槛的放宽，以及投融资机制的完善，文化产业领域已经形成投资主体多元化、投资方式多元化、融资渠道社会化、项目建设市场化的格局。民间资本、外资等社会资本正在加快为文化产业“输血”。据相关统计，仅今年上半年，我国境内发生的文化产业并购和战略性入股事件就达到125起，涉及交易金额达1000亿元人民币。在这些交易中，不乏BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)等互联网巨头的身影。

在文化金融发展中，互联网众筹金融得到快速发展，成为小微文化企业的重要融资模式。随着互联网金融大热，众筹网站得到了快速发展。众筹的低门槛和融资渠道广等特点，为小微文化企业和个人创意工作者提供了便捷。另外，文化项目可很好满足用户的参与感，引起共鸣，更加切合众筹模式。

作为一个新生业态，文化金融合作在发育与发展过程中也面临着诸多瓶颈问题。首先，文化金融配套支持“弱”，影响了金融资本的进入。目前，文化金融在评估、担保、流转以及后续管理上还缺乏规范的操作流程，缺乏金融支持文化产业发展的补偿机制、退出机制及激励手段。其次，文化金融的发展环境亟待改善，应进一步完善促进文化金融发展的制度和政策，规范文化金融合作的发展。

在文化金融发展中，我们看到，风险监管体系是一个关键环节。在未来发展中，应逐步建立起文化金融发展的风险预警、防范、处理与补救机制，加强对系统性风险的预警，逐步完善文化金融机构内控制度，提高风险控制水平。此外，还要完善文化金融机构自律机制，加强文化金融机构间的信息沟通、平等协商，建构有效的监管机制。

（据《光明日报》，2014年12月4日）

2. 动态关注

■ 张高丽主持京津冀协同发展工作推进会议并讲话

12月26日，京津冀协同发展工作推进会议在北京召开，中共中央政治局常委、国务院副总理、京津冀协同发展领导小组组长张高丽主持会议并讲话。会议传达学习了习近平总书记关于京津冀协同发展的重要指示精神，听取了国家发展改革委关于京津冀协同发展工作情况的汇报，研究讨论了《京津冀协同发展规划纲要》，安排部署了有关重点工作。

张高丽强调，京津冀协同发展的顶层设计已经取得阶段性成果，下一步要把工作重

点从总体谋划转向推进实施，对确定的各项任务要狠抓落实、务求实效。要抓紧修改完善规划纲要，加快编制相关领域专项规划，确保在一个目标下协同、一张蓝图下推进。要深入研究体制机制改革、强化创新驱动、开展试点示范等重大问题，优先启动一批有共识、看得准、能见效的非首都核心功能疏解项目，加快推动交通一体化、生态环保、产业转移三个重点领域率先突破，抓紧确定2015年的重点工作和重大项目清单。特别是对人民群众期盼、对协同发展起关键带动作用的重点工作，要往深里、实里、细里做，攻坚克难，以实实在在的成效取信于民。

（据国务院网站，2014年12月26日）

■ 首个国家文化产业创新实验区在京揭牌

12月15日，国家文化产业创新实验区揭牌仪式在北京市朝阳区规划艺术馆举行，标志着全国首家也是目前唯一的国家级文化产业创新实验区正式在京启动建设。文化部部长蔡武、北京市市长王安顺为实验区揭牌，北京市委常委、宣传部部长李伟主持揭牌仪式，文化部部长助理刘玉珠宣读了《文化部关于同意建设国家文化产业创新实验区的复函》。

国家文化产业创新实验区由文化部于今年7月31日批复设立，以文化产业改革探索区、文化经济政策先行区和产业融合发展示范区为建设目标，是文化产业政策先行先试的试验田。实验区以“北京商务中心区(CBD)—定福庄”一带78平方公里为核心承载空间，将重点发展创意设计业、动漫游戏业、演艺娱乐业、艺术品交易业、数字文化产业、文化贸易业六大产业，打造文化产业协同创新中心、文化产业金融服务中心、文化创意及设计产品会展中心等一批功能性、平台性项目。未来，将在总结核心区建设和发展经验的基础上，拓展至北京其他重点文化产业功能区，形成“一区多园”的空间发展格局，并建立京津冀协同合作机制，促进京津冀文化产业一体化的整体发展。

（据《中国文化报》，2014年12月16日）

■ 全国公共文化服务体系建设工作会议在宁波召开

12月19日，全国公共文化服务体系建设工作会议在浙江省宁波市召开。文化部党组副书记、副部长杨志今出席会议并作重要讲话。会议由文化部公共文化司司长张永新主持。全国人大教科文卫委员会文化室副主任孙雷、中国文化馆协会理事长张彦博、文化部全国公共文化发展中心主任李宏、中央文化管理干部学院院长张旭出席会议。各省(区、市)文化厅(局)负责同志和社会(公共)文化处处长，省级文化馆馆长、计划单列市及副省级城市文化馆馆长，第二批国家公共文化服务体系示范区创建城市文化局局长，国家公共文化体系建设专家委员会部分专家，约200人参加了会议。

杨志今指出，加快构建现代公共文化服务体系，要着力做好六个方面的工作：一是多措并举，推动《意见》《标准》的全面贯彻落实。二是紧抓机遇，加快推进公共文化立法进程和规划制定工作。三是反弹琵琶，推动贫困地区公共文化建设跨越式发展。四是

深化改革，加快推进公共文化服务创新。五是把握重点，稳步推进重大文化惠民工程。六是引入市场机制，积极探索公共文化服务社会化实现路径。

（据文化部网站，2014 年 12 月 19 日）

■ 首届中国文化馆年会在宁波举办

12 月 19 –21 日，第一届中国文化馆年会在浙江省宁波市举行。年会由文化部主办，文化部全国公共文化发展中心、浙江省文化厅、浙江省宁波市人民政府、中国文化馆协会(筹)共同承办，分为工作会议、主题论坛、博览会三大板块。

主题论坛板块由六场分论坛组成，重点围绕现代公共文化服务体系中的文化馆建设、数字文化馆建设、国家公共文化服务体系建设示范区、群众文化艺术、传统文化传承与文化馆建设、中国农民画发展等选题展开交流和研讨。博览会主要分为三大展区，即展示馆、交易馆和互动体验馆，通过全方位展示近年来全国文化馆(站)行业发展的最新成果，推动文化事业与文化产业、文化科技融合共享，促进全国文化馆行业的联动、共享、交流、发展。开幕式上还举行了 2014 年全国优秀文化馆、优秀文化站和中国文化馆榜样人物颁奖典礼。北京市密云县溪翁庄镇文化服务中心、上海市黄浦区打浦桥社区文化服务中心、浙江省杭州市余杭区崇贤街道综合文化站等 10 家基层文化站获选 2014 全国优秀文化站；北京市朝阳区文化馆馆长徐伟等 10 人荣获 2014 中国文化馆榜样人物。

（据文化部网站，2014 年 12 月 19 日）

■ 第四批国家级非遗代表性项目名录公布

近日，国务院印发通知公布了第四批国家级非物质文化遗产代表性项目名录(共计 153 项)和国家级非物质文化遗产代表性项目名录扩展项目名录(共计 153 项)，同时根据《中华人民共和国非物质文化遗产法》，将“国家级非物质文化遗产名录”名称调整为“国家级非物质文化遗产代表性项目名录”。至此，国家级非物质文化遗产代表性项目总数达 1372 项。

第四批国家级非物质文化遗产代表性项目是《中华人民共和国非物质文化遗产法》通过后首次评审出的国家级非物质文化遗产代表性项目。评审中重点关注反映中华传统美德，与传统农耕文明、民众日常生活联系密切的非物质文化遗产，如孟母教子传说、阿凡提故事、安宫牛黄丸制作技艺、稻作习俗、仡佬族三幺台习俗、孝子祭等项目。

（据《中国文化报》，2014 年 12 月 5 日）

■ 第九届北京文博会开幕

12 月 11 日，第九届中国北京国际文化创意产业博览会开幕式暨主题报告会在北京举行。文化部部长助理刘玉珠在致辞中表示，第九届北京文博会是文艺工作座谈会后的首个国家级、综合性的文化产业展会，是贯彻落实习近平总书记讲话精神的具体举措，

因此，本届文博会的举办具有重要的意义。本届文博会以“推动文化创新，促进产业融合”为主题，从12月11日持续至14日，期间举办了展览展示、推介交易、论坛会议、创意活动等六大系列百余场活动，集中展现中国文化产业发展的新面貌和新趋势。此外，本届文博会继续强化交易功能，围绕17个主题举办数十场推介交易活动。今年的文博会继续将主会场设立在北京中国国际展览中心(老馆)，并在北京市区各大场馆及各区县设立分会场，同时，还首次在江苏扬州设立了外地分会场。

（据《中国文化报》，2014年12月12日）

■ 2014文化金融论坛在沪举行

12月24日，“2014文化金融论坛”在上海展览中心友谊会堂举行。论坛以“高峰的呼唤：金融动力与文化能量”为主题，聚焦文化和资本的融合发展，破解对接难瓶颈问题，并首次从冷思考的视角聚焦“艺术品与金融的跨界融合”。

据统计，目前国内有200多万家文化企业，其中80%是小微文化企业。小微文化企业大量存在于文化产业链前端，进行着文化产业领域极为重要的内容生产。但小微企业由于轻资产多，普遍规模较小，难以与金融实现对接。对文化企业的融资而言，除了走IPO通道外，暂无更好的直接融资通道，但文化企业达到上市要求的很少。因此，现阶段文化企业发生最多的融资是项目融资。项目融资发生额小，时间较短，难以获得银行贷款。从现实数据来看，企业发展仍主要依靠自有资金和社会资金投入，在我国文化产业投融资结构中银行仅占10%，文化产业直接融资与间接融资占比仅为22%，金融对文化企业的融资支持仍然有限。

（据东方网，2014年12月24日）

■《中国国际智慧城市发展蓝皮书(2014)》发布

12月23日，由国际电信联盟和新华通讯社担任指导单位，新华网与工业和信息化部电子科学技术情报研究所编写出版的《中国国际智慧城市发展蓝皮书(2014)》在北京发布。

蓝皮书是对近一年来国内外智慧城市最新的技术成果、建设案例、政策法规、战略规划、重大工程的系统梳理与总结，对当前智慧城市建设存在的问题及今后发展方向、思路做出了理性的思考与探索，旨在摸清我国智慧城市发展现状，找出与发达国家、地区、行业之间的差距，帮助城市管理者及时发现建设过程中出现的问题，更好地推动我国智慧城市健康有序发展。中国智慧城市发展指数选取基础性指标、信息化指标、支撑性指标等三大类指标，根据全国城市GDP排名，选择前100名的城市，进行指数测算及排名。根据中国智慧城市发展指数得分，北京、上海、深圳、广州、重庆、济南、成都、青岛、苏州、天津等城市位居中国智慧城市百强前列。

（据新华网，2014年12月23日）

■《全国政务新媒体综合影响力报告(2014)》发布

12 月 14 日,《全国政务新媒体综合影响力报告(2014)》发布会在北京举行。新华网舆情监测分析中心主任段赛民在发布会现场介绍报告数据并做出解读。

据介绍,截至 2014 年 11 月底,我国政务微博认证账号(含新浪微博、腾讯两大平台)达到 27.7 万个,累计覆盖人数达 43.9 亿人。截至 2014 年 12 月,中国政务微博年发布量达到 1782.3 万余条,同比增长达 20.1%,转发评论量达 2.3 亿条,同比增长达 17.5%。在发布量明显增长的同时,评论转发比、原创微博量方面也有明显提升。数据显示,政务新媒体的影响力日益凸显,标志着我国"政务 O2O"时代已经开启。段赛民指出,2014 年,"微博矩阵"联动发声成为"大势所趋",其中公安系统政务新媒体在所有政务新媒体中占比最高,表现最为活跃。更多的政务微博选择用多媒体信息(图片、视频、音乐、漫画)的形式来进行内容运营,提高了政务微博的亲民性,更加符合新媒体传播规律。

(据新华网,2014 年 12 月 14 日)

3. 媒体聚焦

■ 于正败诉与中国影视剧行业的反思

编者按:近日,著名电视据编剧、制作人于正身陷负面新闻的包围。先是他改编的《神雕侠侣》因颠覆性的剧情设置和演员安排引发网络吐槽,12 月 25 日,琼瑶起诉于正《宫锁心玉》侵权案宣判,于正及相关发行方被要求停止播放该剧,公开道歉并赔偿对方 500 万元。这引发了人们对中国影视剧行业现状的反思。

关于于正剧作的抄袭问题,有论者指出,于正出道不久便被冠以"于抄抄"之名,多次被指责抄袭却并未受到法律和道德的制约,反而因为市场行情看涨备受投资方、电视台、部分业内人士的追捧;随着于正成功带来的示范效应,抄袭已经成为一条"编剧捷径"。这种"笑贫不笑娼"、市场效应至上的评价标准,让部分从业者、于正丧失了必要的警惕,才会在此次案件中一败涂地——从这个角度来说,于正也是市场原则至上的牺牲品(据小易:《评于正败诉:市场之外,还有道德》,网易,2014 年 12 月 28 日)。

据某门户网站的一项调查显示,超过 94% 的网友投票表示:该案"大快人心!抄袭应该受到应有惩罚!"不过,在这件事情上,除了一时的情绪宣泄,还有三个方面的问题值得反思。首先,包括文学作品维权在内的知识产权案件并不是个案,却每每令优秀律师都望而却步,主要原因在于维权成本高。由于《著作权法》的"保护点"在表达方式而非故事内核,且倾向于依靠外在文字形式作出判断,所以当抄袭者将人物改名换姓、

情节拼接搭凑后，会令权利人举证变得繁琐而困难。其次，对侵权者判赔数额低和判赔标准不统一，也是目前著作权赔偿普遍存在的问题之一。若简单依靠市场平均价格作为判赔标准，或也有违著作权自身存在的规律。如判罚金额远低于侵权者的侵权收入所得，也容易误导其产生“罚了白罚”的想法和继续侵权的行为，有损法律的威慑力。此外，如何应对新技术、新商业模式带来的挑战，对版权在内的知识产权司法保护来说，也是一个重要课题(据金晶：《琼瑶告于正案 让侵权盗版者付出代价》，中国经济网，2014 年 12 月 29 日)。

也有论者认为，琼瑶胜诉于正，其意义不仅仅局限于保护知识产权方面。其更大的意义在于，它告诉了广大观众，哪些人编剧制作的影视作品是没有情感储备的肥皂剧；同时，对于那些追求速度和数量，从来不关心质量、价值、情怀与态度的电视剧制作公司也是一种警醒——有些编剧固然可以承受工作量巨大的压力，也可以在一年之内产出无数花哨的电视剧，但这样的编剧难逃“于抄抄”式的悲剧命运，道歉、停止发行、赔款，一样也少不了。数据显示，我国电视剧产量已经高居世界第一，2013 年我国电视剧已经超过了 1.7 万集，今年要逼近 2 万集，而影视剧产业最发达的美国却只有 5000 集左右。我国电视剧粗制滥造，有不少人认为是体制和管理层面的原因造成的，但是，编剧的不争气也“功不可没”。当以《纸牌屋》、《越狱》、《国土安全》等为代表的美剧有打败好莱坞大片的趋势之时，我国的电视剧却走在自我矮化的大路上乐此不疲(据济北南：《琼瑶胜诉于正的“双重价值”》，《北京青年报》，2014 年 12 月 26 日)。

■ 规范网络用语：压制语言创新还是净化语言环境?

编者按：11 月 27 日，国家新闻出版广电总局发出通知，要求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。此规定一出，随即在网上引起争议，争论的焦点在于此规定到底是“有权就是任性”，从而一刀切地压制语言创新，还是用心良苦地净化语言环境?

支持此项规定的人认为，许多网络流行语是部分人群生造并在网络中传播的一种即兴语词，属于“快餐文化”的一种。它们具有随意性和偶然性，其娱乐功能强于实用功能，并不具备推广价值。另外，网络用语往往采用谐音改编的手段，在久已形成的熟语或成语的基础上进行改动，容易在传播过程中造成混淆，对社会通用的母语词汇造成伤害，极不利于青少年儿童学习、使用母语和了解本土文化(据田静：《网络用语禁上广播电视惹争议：压制语言创新?》，《人民日报》，2014 年 12 月 8 日)。《咬文嚼字》执行主编黄安靖认为，对于“十动然拒”、“喜大普奔”这些通过缩略、拼装而形成的新网络成语，的确有规范的必要，因为首先这些词不符合成语的结构特点，同时在表意上也十分不明确，除了网友之外，很少人能一下猜出其中的意思。汉语是有缩略语的，比如沧海桑田缩略成“沧桑”，但这类缩略语的含义都很明确，大家一看就明白。而网民用喜

闻乐见、大快人心、普天同庆、奔走相告拼装成“喜大普奔”，这不符合汉语运用习惯，不仅让人感觉莫名其妙，更是让人不知所云(据陈文：《广播电视节目和广告中禁用“人艰不拆”等不规范词语》，《新闻晨报》，2014 年 11 月 28 日)。

也有人质疑，今天流行的词汇，没准就会形成后面时代的文化，而且有很多是有典故和意义的。当然，这需要时间的筛选。但刻意去遏制一些自然形成的东西，是不是一种文化上的强迫和控制？近几年网络语言井喷式爆发，发展有些过头，维护语言的纯洁性的确有必要，但不能用僵硬、保守的态度去否定语言的流变。的确，语言文字有规律也有规范，每一种文字有固定的格式，但原则性的语言规范很难拿出一个详细的规定(据舒晓程：《维护纯洁性确有必要　但不能否定语言的流变》，《新闻晨报》，2014 年 11 月 28 日)。

网络用语代表着一种新的语言文化，其中不乏充满活力和新意的话语，尤其在新媒体环境下。所以不能将其彻底格式化，而需去伪存真，择其优者而用之。如何“择其优者而用之”？一是语言要符合语法、表意明确；二是符合社会道德规范，过于格调低下，甚至带有侮辱色彩的网络语言，要坚决反对；三是看其是否反映时代精神，在整个社会交流当中是否有存在的价值。对于网络语言，我们不能排斥和压制，关键是一个引导规范的问题，做到“堵”与“疏”结合，“收”与“弃”兼顾(据张薇：《网络语言盛行：“新意迭出”还是“汉语危机”?》《光明日报》，2014 年 12 月 30 日)。

■ 人人影视关闭，网络字幕组将何去何从?

编者按：12 月 20 日，国内著名字幕网站人人影视宣布关闭，这一消息迅速通过影迷、剧迷传播发酵。数以千万计的影视粉丝一方面发自内心地感慨“那逝去的时代”，另一方面也不得不正视中国知识产权保护在日渐提升的事实。更值得思考的或许是，曾经备受礼赞的网络字幕组该何去何从?

有文章分析说，因为观看国外影视作品的大多数国人存在天然的语言隔阂，中文字幕是硬需求。随着新一代年轻人观影习惯的形成，对字幕的需求每年都在以几何级的速度递增。早期出于单纯分享目的、不求一丝报酬的字幕组逐渐发展起来。字幕组不仅满足并培养了中国影迷群体的欣赏视野与审美水平，使之远远领先于国内的产业环境，更拉大了与国产粗糙影视的距离。然而这种来自民间的努力随时可能被法律的墙封闭禁绝，在合法语境下，观众仍被迫填塞一堆本土制造的文化垃圾(据《字幕高墙：中国影迷的尴尬与恐惧》，凤凰文化，2014 年 11 月 25 日)。

也有人提出，人人影视的关闭不难理解，这家影视资源站汇集了大量网民上传的无版权的影视作品，在版权管理比较宽松的时期，它可以借助避风港原则规避责任。一旦监管收紧，则必然面临巨大压力。与人人影视的暂时关闭相比，射手网的“走开”倒令人颇感意外。因为在版权管理较为宽松的中国互联网上，长期以来，大量的盗版影视内

容广泛存在，影视本身的盗版还没有得到严格治理，对于电影字幕翻译的版权问题更属细枝末节，如果真的是因为盗版原因而导致既不提供下载，又不提供种子的射手网被迫关闭，则说明中国的版权保护已经提升到一个在世界范围内看都前所未有的高度(据信海光：《人人影视和射手网纷纷关闭的背后》，搜狐网，2014 年 11 月 24 日)。

从大环境看，海外影视引进配额有限，引进后阉割删减太厉害，电影配音翻译被垄断、翻译腔太难受，都是彼时以人人网为代表的字幕组兴盛的原因，也是我们讨论版权与字幕组的大背景。字幕组消失令人遗憾，但观众的口味、观影的趣味已永远地改变了，从这一点说，字幕组此时死去也无憾。复旦大学中文系教授严锋甚至把字幕组比作继玄奘译经、严复译书、“文革”后西学翻译之后，中国第四次产生巨大文化影响的活动(据果冻：《人人关了，我们的趣味回不去了》，《南方都市报》，2014 年 12 月 21 日)。还有人乐观地预测，字幕组未来能否合法地存在于网络空间，并继续接受千万观众的礼赞，这取决于版权网络保护的下一步发展。谁说神奇的互联网就不能在制片方与字幕组之间催生出一种共赢的分享模式呢？(据王刚桥：《字幕组“洗白”，取决于版权网络保护》，《新京报》，2014 年 11 月 24 日)

4. 尖峰观点

■ 郑永年：中国形象工程为何适得其反？

随着自身的崛起，中国出台了诸多大型国家形象工程，花费着大量的人、财、物，希望为国家塑造出一个正面形象，至少是一个世界可以接受的形象。不过，塑造国家形象不是容易的事。经过这么多年的努力，这些工程不是说没有任何效用，但一些工程经常是适得其反。这并不都是中国的问题，但作为主体，中国也必须对自己的努力深刻反思。

先说最大的国家形象工程“孔子学院”。这些年可以说是遍地开花，在不长的时间里已经扩展到 120 多个国家和地区，成绩不小。不过，孔子学院从一开始就是各国争议的话题，尤其在西方。在早期，这样那样的争议可以归咎为人们不了解。但那么多年下来，争议越来越大。就孔子学院来说，有太多的领域需要反思：要不要遍地开花？学习汉语应当不应当成为其核心？要不要资助发达国家的学生来学习汉语？越来越庞大的工程是否具有可持续性？如果采用政府“收购社会服务”的方式，会否更具市场精神？

媒体走出去是国家形象工程的另一大领域。这里也出现了诸多不小的问题。为了让海外理解中国，把一些党政理论刊物翻译成英文或者其他文字，不仅可以，而且必须。问题在于，这些刊物，人家看中文就很吃力了，甚至看不懂，翻译成外文之后，就更看不懂了。如果容许一个专业的团队来做，重新改写文章，就可以把声音传达出去。“走出去”了的媒体问题更大。现在也有不少媒体“走出去”了，但不知道“走出去”的目标是什么，是影响中国读者还是外国读者？至少从现象上看，还是中国读者。

为什么会出现这样的情况？首先是缺乏专业主义精神，过度政治化。国家形象工程当然是政治，不讲政治不行。问题在于，怎样讲政治。在中国，人们习惯了用政治方法讲政治，这种高度政治化的形象工程一到海外，要不到处碰壁，要不效果不好。其次，GDP 主义也一直主导着国家形象工程，已经成为衡量国家形象工程是否成功的标准。对 GDP 主义者来说，质量不重要，重要的是数量。对孔子学院来说，是学习汉语的人数和各种项目的数目；对海外宣传来说，是文字和篇数的数量；对文化走出去来说，是演出的数量，等等。再次，中国机构不协调。国家形象工程几乎已经成为全社会工程，不知道有多少部门和机构在做。在众多的部门和机构中，没有一个有权力的机构来协调。

（据郑永年：《中国形象工程为何适得其反》，《联合早报》，2014 年 12 月 16 日）

■ 李建斌：中国“新型城镇化”面临两难困境

城镇化的核心问题有两个，一是地的问题，二是人的问题。城镇化首先是城镇的规模扩大，意味着要占用更多的耕地。30 多年的城镇化发展，耕地面积急剧减少，已经很难维持住最低保有 18 亿亩耕地的红线。城镇化其次是人的城镇化，进城务工的农民工及其家庭如何在城镇定居下来由农民变为市民。如何有效消化吸收 2.6 亿农民工，是中国城镇化面临的巨大挑战。

由于在人和地这两方面都面临严重问题，制约了城镇化的进一步发展，因而中央提出发展“新型城镇化”，以解决旧模式的困境。“新型城镇化”用什么办法来解决问题呢？针对城镇化用地问题，中央提出新型城镇化要提高土地利用率，集约用地，避免“摊大饼式”的城镇扩张。而要改变城镇用地方式，做到节约土地、集约用地，企业只有产业结构升级转型，改变依靠廉价用地、廉价用工来赢利的模式。当前中国经济的主导产业仍然是低附加值的、微利的劳动力密集型产业。这些产业由于利润率低，缺少升级改造的空间。企业维持生存已属不易，还要改造升级，更是难上加难。少数企业也确实做到了结构升级，提高了生产的自动化水平，减少了工厂占地规模。但相应的，企业的用工也减少了，在解决就业上的贡献也就降低了。

中央推进“新型城镇化”的另一政策着力点是通过改革户籍来促进农民工城镇化。但实际阻碍农民工市民化的，不是户籍的障碍，而是农民工的打工收入不足以使其在城市定居。农民工的打工收入有没有提高的可能性呢？目前农民工的工资收入似乎有所增加。这主要是因为中国的“人口红利”在减少，部分地区和部分行业出现了结构性用工荒，劳动力供给减少，劳动力的工资报酬也就相应提高了。但从总体上看，农民工增加的收入十分有限，远不足于支撑其城镇化。真正大幅提高工资水平还在于企业本身的升级转型。

新型城镇化要解决地的问题和人的问题，都必须走产业结构升级的道路。但是产业结构升级并不利于当前农民工的城镇就业与安居。这就是当前发展“新型城镇化”面临的两难困境。目前来看，这个困境暂时可能无解。从长远发展来看，通过大力发展农村

教育，提高农民的职业技能素质，使新生代的农民工能够更好地适应复杂劳动条件，是有效推进新型城镇化发展的良策。

（据李建斌：《中国“新型城镇化”面临两难困境》，共识网，2014 年 12 月 25 日）

■ 袁金辉：逆城镇化：城乡一体化的有效途径

新型城镇化的主要目标是围绕人的城镇化，不断提高城市化的规模、水平和质量，以便使更多的农民市民化。从提高城乡一体化水平，彻底解决三农问题的角度来看，适度逆城镇化也不失为一种可供选择的路径。

所谓逆城镇化，是指由于交通拥挤、住房紧张、污染严重、犯罪增长等城市问题的压力日渐增大，城市人口开始向郊区乃至农村流动，在那里形成一个绿色的生态环境的过程。逆城镇化有许多好处。一是在一定程度上能缓解大城市中心区域人口过度集中、住宅紧张和交通拥挤等问题。二是能改变城市的环境质量和城市品味。三是可以缩小城乡差别，提高农村的生活质量。这种逆城市化不意味着城市化水平的下降，相反它会导致城市功能调整和城市空间布局更趋于合理，是基于高度发达的交通、通讯等条件产生的必然选择。

新世纪新阶段，在大规模城镇化的同时，在我国的一些中心城市，逆城镇化的趋势也越来越凸显。如何利用好逆城镇化契机，实现城乡一体化，逐步缩小和消除城乡差距，将是我们面临的一个重要课题。

首先，坚持城镇化和逆城镇化同步进行。新型城镇化既有从农村向城市的流动、从农民到市民的转化，也包含从城镇向农村的流动和市民向农民的回归。现在我们对中心城市的功能结构和空间结构进行的调整，把政治中心、经济中心、文化中心、交通中心以及居住和休闲等功能向有条件的小城市或城镇分解，就是逆城镇化。

其次，坚持以人为本和分步推进相结合。美国“逆城市化”的时候，首先是富人先搬出去，因为他们很有能力也有实力，可以把自己照顾得很好。他们搬出去之后，附近的一些相关基础设施就可以建设起来了。其次是中产阶级搬出去。最后，随着更多配套基础设施的规划建设，一些工厂和企业也搬出去了，这样到最后形成一个个具有多项城市功能的小城镇。

最后，要坚持做好土地规划和用途管制。不管是城镇化还是逆城市化，都需要一定的土地和空间来实现。可以对农村现有闲置土地进行盘活，并进行综合利用。一方面，要警惕城里富人进村和农民抢蛋糕，与民争利。另一方面，要防止把农村尤其是城市郊区的农村变成城里收入不高、工作不稳定的年轻人的蚁居之地。这样，不仅不能实现逆城镇化的初衷，反而还会阻碍当地农村的经济社会发展，甚至引发诸多新的社会问题。

（据袁金辉：《逆城镇化：城乡一体化的有效途径》，《行政管理改革》，2014 年第 11 期）

■ 官建文、刘扬：媒体融合发展需要强化互联网思维

今年 8 月，中央全面深化改革领导小组审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体

融合发展的指导意见》，提出“要强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展”。“互联网思维”再度成为热词。如何利用互联网思维推动媒体融合发展？我们以为，最重要的是践行互联网的思维方式。

开放的思维方式。首先是，互联网的信息发布主体与渠道是开放的，应吸引更多的外部力量参与报道。其次是，网络信息平台是开放的，媒体只能顺应用户的思路和习惯，跨主题、跨媒体、跨平台，想办法与用户更频繁、更广泛地“邂逅”。再次是，网民的选择是开放的。

平等的思维方式。首先是，互联网时代，传者与“受者”平等。互联网上的任何个人或媒体都是一个节点，媒体与用户互相尊重、平等沟通。其次是，彼此间评价对等。为了赢得用户真心点赞，媒体从姿态、内容到语调都在发生改变。再次是，互联网传播手段的使用平等。媒体要学会独立、平等地与商业网站、自媒体等一切外部的部门和个人交朋友。

共享的思维方式。低成本、高效率的分享是网络的价值所在。在与外部融合的过程中，媒体从新闻采集、信息传播、评说是非，到引导舆论、经营推广、品牌营销，都要有分享共享思维，利用分享获得提升。

技术引领的思维方式。互联网是对技术高度依赖的行业。互联网技术是新兴技术的代表，它不断推陈出新，使媒体形态与传播方式发生着令人眼花缭乱的变化。技术的思维方式是不断用技术的头脑进行思考，尽可能用技术的方法去解决问题。

当前，中央提出要把我国从网络大国建设成为网络强国，将媒体融合定位于国家顶层设计，媒体融合发展势必迎来加速度。在强化互联网思维、加速媒体融合的过程中，需要有如下清醒认识。

首先，媒体融合是一个漫长而艰难的过程。这个过程可分为几个阶段，首先是传统媒体与新兴媒体并举并重的阶段，对两个部分等量齐观；其次是重心转移阶段，传统媒体要把工作重心、主要传播形态、主要赢利模式转移到新兴媒体上；第三是形成新型的主流媒体、新型的媒体集团，建立现代传播体系。媒体要清醒地认识不同阶段面临的主要问题与任务，据此循序渐进地进行融合。

其次，媒体的属性、社会责任不能变。以互联网思维和网络技术手段去改造传统媒体，势必带来颠覆性的创新，但要始终牢记，党中央推出媒体融合的重大战略部署是着眼于巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论；在于顺应数字革命和新兴媒体冲击，在全球传媒格局中提升传播整体实力与核心竞争力。媒体要更好地运用新技术手段汇聚各方力量，发出进步声音，彰显使命担当。

第三，媒体融合了，管理方式要相应改变。融合是为了解放媒体生产力，释放其传播效果和潜能，应顺着这个方向，以服务代管理，多用资金等市场调剂方式，软化行政手段，通过遴选和资助机制形成引导，有重点地做大做强部分主流媒体。

（据官建文、刘扬：《媒体融合发展需要强化互联网思维》，《光明日报》，2014 年 12 月 16 日）

■ 济生：传统媒体与新媒体融合发展的宏观思考

传统媒体与新媒体融合发展，离不开传媒环境的制约。从现实情况看，传媒环境的宏观融合主要表现在以下四个方面：第一，时间环境和空间环境的融合。当下传播环境最大的特点是信息的采集、传播、接收等克服了时空障碍。第二，国际环境和国内环境的融合。由于传媒技术的发展，以往的传媒疆界被彻底打破，传媒环境呈现出国际报道国内化、国内报道国际化倾向。第三，硬件环境和软件环境的融合。硬件环境是指有形的基础设施等物质条件，软件环境是无形的政策法规等制度条件。两者融合得好，则如虎添翼。第四，虚拟环境和真实环境的融合。传媒技术的进步，使真实的物理环境在网络上得到完美呈现；创意经济的发展，使虚拟的网络环境魔幻般地呈现在人们眼前。

传统媒体与新媒体的融合，重点是要进行科学合理的资源融合。传媒资源是指传媒系统中一切可利用的物质资源和精神资源。从宏观上看，传媒资源的融合主要有三种：第一种是历史资源与现实资源、未来资源的融合。第二种是政策资源与内容资源、队伍资源的融合。第三种是线上资源与线下资源的融合。

传统媒体与新媒体的融合，最关键的是主体融合。一方面，传统媒体与新媒体的主体要努力实现市场融合。在融合发展道路上，传统媒体要借鉴新媒体的互动优势，努力守住市场存量、扩大市场增量；新媒体要借助传统媒体内容优势，不断增强政治正确性、扩展体验用户群，最终形成熔铸两者优势的新型传媒市场。另一方面，传统媒体与新媒体的主体要适时进行属性融合。一般而言，传统媒体掌握着具有政策资源优势的公信力品牌，生产公共精神产品；而新媒体更强调市场需求，着力提供具有个性特征的服务和产品。传统媒体与新媒体的主体融合，就需要在中国特色社会主义传媒运作过程中，前者着力在产业运作中做大，后者大力在公共服务中做成。

（据济生：《传统媒体与新媒体融合发展的宏观思考》，《前线》，2014 年第 12 期）

■ 尹鸿：票房不等于观众满意度

众所周知，经过 10 多年的改革，一度陷入低谷的中国电影如今呈现出勃勃生机，不仅产量高居世界前列，中国市场也一跃成为世界第二大电影市场。但由于电影市场、电影产业尚未成熟，在电影适应市场、满足观众、追求票房的同时，数量与质量的矛盾、票房与口碑的差异、娱乐功能与审美功能的错位、电影商业价值最大化与文化伦理价值底线的冲突，也一直伴随着中国电影的产业化进程。

随着媒介多样化对电影功能的分流，也随着全球电影观众越来越年轻化，电影呈现出鲜明的娱乐倾向。电影追求娱乐性有其充分的合理性。但是娱乐不仅是欲望的宣泄，也是释放内心压力之后的心灵净化；娱乐不是对欲望的刺激和放大，而是对欲望的伦理驯服和社会化升华。面对舆论批评，票房似乎一直是追求“娱乐至死”的挡箭牌：似乎观众的选择就体现了作品的价值。实际上，从一些影视作品引发的批评中，我们可以清楚地意识到，票房并不等于观众的满意度。

“底线意识”其实就是对电影创作文化上的最低标准的自觉。对于娱乐内容来说，遵守审美底线和伦理底线几乎是全球主流商业电影的共识。在中国目前的审查体系中，审美和伦理问题处于灰色地带，缺乏必要的行业监管和舆论监督。因此，我们希望电影从业者以自觉的底线意识来保障电影文化上的无害，减少对青少年特别是低幼观众的不良影响。“担当意识”对于电影创作和生产者来说是更高的期望。如果说“底线”是对“有害性”的防御，“担当”就是对社会“共同价值”的建构。著名学者约瑟夫·奈曾经指出，“软实力”体现了文化与意识形态的“吸引力”。从这个意义上说，电影理应担起通过价值观的“吸引力”来引人向善向上的责任。

（据尹鸿：《“绿色票房”与文化自觉：票房不等于观众满意度》，《人民日报》，2014 年 9 月 5 日）

■ 王慧敏：让“文化无形财”活起来

区别于主要由物质投入创造财富的模式，由无形资源转化、开发而形成的财富则称之为“无形财”。在传统经济中，劳动力、自然资源和资本等有形要素占据经济增长的主要贡献地位；在知识经济时代，经济发展过程中主导性资源出现了划时代的变化，即文化、知识、创造力等无形要素成为主导资源和驱动力。当人的创造力成为主体资源，经济增长的源泉更多地来自于对无形资源的利用和开发，无形资源也就成为城市发展的重要驱动力。无形资源的范畴很广泛，其中文化历史资源是重要内容。

文化创意旅游是一种新型的旅游发展模式，核心是以文化为元素，以市场为导向，以创意为手段，以技术为支撑，以旅游产品为载体，形成文化旅游产业链。其实质是以“玩”促进消费增长，以“休闲经济”、“体验经济”、“娱乐经济”加快转变经济发展方式。文化创意旅游创造“无形财”的另一种模式是旧城区的文化增值性改造，通常采用文化旅游景区的营造手法，实现“旧瓶装新酒”，将文化、旅游、居住、商业、娱乐等功能融合起来，形成城市新地标和高附加值的融合型产业链，产生溢出效应。如上海新天地对石库门住宅的开发利用便是旧城改造中的一个成功案例。此外，旅游节庆节事也是发展文化创意旅游的重要形式之一，是城市“无形财”的创造载体。重视文化“无形财”，把城市丰富的文化历史资源转化为驱动经济发展的新动力，这是建设国际文化大都市的题中应有之义。

（据王慧敏：《让“文化无形财”活起来》，《文汇报》，2014 年 12 月 19 日）

■ 范周：盘活现有公共文化资源

构建现代公共文化服务体系，要注重体制机制创新，关键是要整合用好各类公共文体设施和服务资源。在最大程度盘活现有公共文化资源上，公共文化设施、社会主体参与和人才队伍建设是不可忽视的三个方面。

一是要创新公共文化设施运营模式，推动资源的整合利用。现代公共文化服务建设强调“体系化”，目前，我国文化系统内部所管辖的文化设施在公共文化服务体系建设中发挥了重大作用，但是仍然有很多文化资源未能充分释放活力。在保证隶属不变、产

权不变的条件下，应尽可能将游离在文化部门管辖之外的公共文化服务资源纳入国家统一管理、统一调配的机制中，享受统一的政府补贴，并纳入到政府公共文化服务采购中去。通过创新运营模式，有效地盘活存在于人们生活周边的各种文化资源，给予体系化的管理和维护，为群众提供更好更多的公共文化服务。

二是要积极引入社会主体参与，促进文化事业与文化产业共同发展。充分调动社会力量参与公共文化服务体系的建设，坚持政府引导和市场手段双管齐下，不仅有助于降低服务成本，提高服务效率，更有助于推动公共文化建设和文化产业的相互融合，相互补充，相互促进。

三是要促进文化志愿者队伍建设，特别是要发挥好在校大学生的作用。在志愿者队伍的建设中，应当充分释放在校大学生这一重要人力资源的作用。目前，我国有近3000 万在校大学生，他们的文化素质较高，能较好地胜任各类服务工作，是文化志愿者队伍的中坚力量。引导他们参与到公共文化服务体系的建设中，有利于为公共文化服务体系建设提供重要人才保障。

（据范周：《盘活现有公共文化资源》，《经济日报》，2014 年 12 月 8 日）

5. 海外视野

■ 伦敦：老街区“长出”创新城

自 20 世纪 90 年代晚期开始，在历史上被看作“贫民区”的伦敦东部，逐渐自发形成了一个朝气蓬勃的数字经济产业集群，如今人们已习惯称该集群为“伦敦科技城”。伦敦已经成为全球科技企业在欧洲的“最重要一站”。这一自发形成的大背景，是伦敦作为英国数字经济产业重镇的优势地位。英国的数字经济产业，超过两成集中在伦敦。就信息通信技术而言，伦敦计算机及相关行业的就业量占全英国的近 24%，通信行业占近 22%。而企业倚重的，正是伦敦公平与透明的法律体系、恰当的监管体制、遍及全球的客户基础、高效的支持性服务(包括技术基础设施、专业服务等)、深层级的本地人才库和对国外人才的强大吸引力、活跃的创新文化等要素。有专家称，伦敦科技城的形成和壮大，其实是城市优势产业发展的综合结果。

伦敦科技城之所以能蓬勃发展，两大支撑要素缺一不可：一是伦敦雄厚的科学研究实力，二是开放、自由的营商环境。伦敦是英国大学生数量最多的城市，拥有数量众多的大学和学术研究机构。伦敦拥有的高校研究经费占全英国的 25%，平均每位学生的研究经费是英国其他地区的 2 倍。当然，伦敦也有自己的“软肋”，即缺乏本土科技龙头企业，因此英国政府在 2010 年启动实施“英国科技城”国家战略，试图通过培育本土创新企业将伦敦打造成“世界科技中心之一”。

（据许琦敏：《伦敦：老街区“长出”创新城》，《文汇报》，2014 年 12 月 28 日）

■ 奥地利的文化软实力建设

(一)打造艺术品牌。奥地利凭借历史文化底蕴深厚、文化名人辈出等得天独厚的条件，打造了维也纳新年音乐会、萨尔茨堡艺术节等在世界上影响很大的文化品牌，这些文化品牌展示的主要是本国传统文化和民族文化的精华，共同特点是都有悠久的历史，并顺应时代的发展，将继承传统文化与表现时代特色相结合，焕发出新的活力。通过打造著名的文化品牌，奥地利在国际上树立起了音乐之国、艺术之国的良好形象。

(二)鼓励创意产业。奥地利的文化政策明确指出，社会需要文化人士的智慧和创造力，国家有义务赞助各种艺术流派，在赞助中特别要重视艺术的多样化。在对外宣传上，奥地利奉行以古典传统为基础，以当代文化为重点的方针。比如，维也纳联合剧院把音乐剧作为主打品牌，采用大投入、大制作方式生产，高薪聘请美国百老汇和国际知名编导和演员，发掘本国题材，使剧目在国际市场上形成了品牌，剧院进而出售版权，开展国际营销。

(三)开发无形资产。奥地利非常重视开发和利用历史文化名人众多这笔无形资产，各地建有众多文化名人的故居和博物馆。每逢文化名人诞辰的重要年份，奥地利都适时举办大规模纪念活动。奥地利还通过参加欧盟的相关旅游合作吸引更多国外游客，也十分重视通过组织大型文化活动促进旅游。值得一提的是，维也纳是当今世界上唯一拥有舞会文化的大都市，每年举办的各种舞会多达 450 多场，有 30 多万人参加，其中不乏专程赶来的外国游客。

(四)抓好艺术教育。奥地利将艺术教育作为文化事业的重要组成部分，并视为确保国家文化实力长盛不衰的长远之举。政府采取许多措施，鼓励学校与艺术机构开展合作，培养学生的文化素质，开发其艺术潜质。从 2010 年开始，奥地利 19 岁以下青少年可以免费进入十几家国家级博物馆和国家图书馆，各博物馆也把青少年艺术教育作为一项重要工作加以推动。奥地利由国家拨款的公立大学有 21 所，其中艺术大学就占了 6 所，设有音乐、表演、美术、建筑等专业。

（据李克辛、胡欣：《奥地利的文化软实力建设》，《中国文化报》，2014 年 12 月 11 日）

6. 研究院之声

■ 我院受文化部委托承担“十三五”规划编制前期研究工作

为推动“十三五”时期文化改革发展规划编制工作顺利开展，近日，文化部公共文化司委托我院承担“十三五”规划前期研究课题——《“十三五”时期现代公共文化服务体系发展战略研究》，为规划编制提供科学依据。

成立三年来，我院致力于学术研究和决策咨询，积累了较强的学术力量，研究成果多次获得北京市和中央领导批示，在相关领域的影响力日益提升。下一步，我院将组织

课题组成员深入研究，认真分析现代公共文化服务体系的内涵和外延，根据推进基本公共文化服务标准化、均等化等要求，提出“十三五”时期现代公共文化服务体系建设的重点、具体推进工作的相关政策和重大工程建议，研究成果将上报文化部。

■ 我院协办“2014 文化中心建设研讨会”

12 月 16 日，由政协北京市委、民进北京市委共同主办，我院协办的“2014 北京文化中心建设——文化体制机制创新研讨会”召开。来自政协北京市委、各民主党派和文化领域的专家、学者共 50 余人汇聚一堂，为北京文化发展建言献策。我院首席专家、常务副院长陶东风教授及全体研究人员出席会议。

会议由北京市政协教文卫体委员会主任王守法主持，民进市委主委庞丽娟致辞。本次会议共遴选论文 20 余篇，5 位民主党派会员分别进行了专题发言。人民出版社副社长李春生提出，北京要建立国家文化中心，需要树立大文化观。北京大学文化产业研究院副院长陈少峰从国有文化企业改革发展的角度，分析了文化产业内部的竞争。北京时代九和律师事务所律师王强建议着力保护公民文化权利，加强文化领域的法律法规建设。北京儿童艺术剧院股份有限公司董事伊玉岩就北京市属文艺院团改革发展的问题提出了政策建议。中国扶贫开发协会宣传教育委员会主任余朝霞关注了文化非营利组织在促进北京文化中心建设中的作用，提出要积极探索社会力量参与文化建设的途径。

最后，北京市政协副主席陈平做了总结发言。他指出，推进文化体制机制创新既是文化体制改革的重点，也是北京市推进国家文化中心建设的现实需要，今天的研讨会可谓恰逢其时。北京历史文化悠久，资源得天独厚，可以在体制机制创新方面做出贡献。

（本期摘编人：王丽媛，丁玥澍）

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)