

燕京创意文化产业学刊

YANJING 2014年卷(总第5卷)
CHUANGYI WENHUA CHANYE XUEKAN

包晓光 主 编

郭 嘉 副主编



YANJING CHUANGYI WENHUA CHANYE XUEKAN



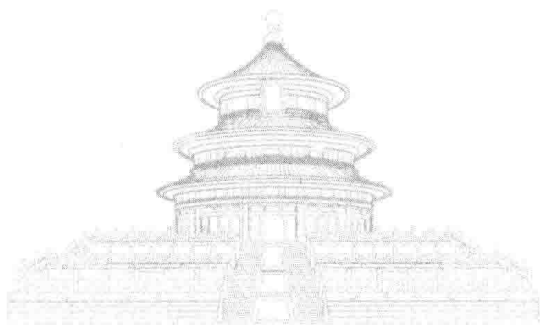
文物出版社

燕京创意文化产业学刊

YANJING 2014年卷（总第5卷）
CHUANGYI WENHUA CHANYE XUEKAN

包晓光 主 编

郭 嘉 副主编



文物出版社

责任编辑：孙 霞

封面设计：王 超

责任印制：张道奇

图书在版编目(CIP)数据

燕京创意文化产业学刊. 2014年卷: 总第5卷 / 包晓光, 郭嘉主编.

—北京: 文物出版社, 2014.12

ISBN 978-7-5010-4206-7

I. ①燕… II. ①包… ②郭… III. ①文化产业—北京市—丛
刊 IV. ①G124-55

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第310762号

燕京创意文化产业学刊

2014年卷(总第5卷)

包晓光 主 编

郭 嘉 副主编

*

文物出版社出版发行

(北京市东直门内北小街2号楼)

<http://www.wenwu.com>

E-mail: web@wenwu.com

北京市通州运河印刷厂印制

新 华 书 店 经 销

710×1000 1/16 印张: 31

2014年12月第1版 2014年12月第1次印刷

ISBN 978-7-5010-4206-7 定价: 68.00元

本书版权独家所有, 非经授权, 不得复制翻印

本卷学刊出版得到

首都师范大学研究生教育专项及文学院专项经费资助

学术顾问：陆贵山 李醒尘

编 委 会

包晓光	祁述裕	李怀亮	向 勇
洪泉湖(台湾)	汪大海	陈 瑛	
张朝霞	陈 鹏	徐国源	李康化
陈信凌	赵玉忠	赵雅文	秦 勇
凌 燕	杨 霞	李 艳	郭 嘉

目 录

前 言	(1)
-----------	-------

卷首特稿

肖 鹰 “小时代”的症候观察：2013年三案看中国文化	(7)
-----------------------------------	-------

媒介研究

王 军 媒体从业者的职业尊严与行为底线	(19)
谭云明 台网联动：提升媒体品牌影响力的新路径	(26)
罗琛亚	
陈国战 互联网普及背景下的数字鸿沟问题	(33)
张加春 中国网络公共领域的危机与未来	(42)
张 彩 从国外民族广播看我国民族广播发展新思路	(52)
陈蕾伊	
常 昕 广播医药广告的路径依赖及其伦理思考	(59)
张贵勇 新世纪以来我国媒介素养教育研究述评	(68)
潘婷婷 电视技术美学的特征研究	(78)
王 萌 中国电影行业协会如何向美国取经？ ——MPAA与国内电影行业协会治理比较研究	(86)
李杰琼 媒体机构微博报道的业务性失实与实践性失范	(96)

- 李松蕾 日俄战争时期“连日拒俄”的舆论领袖
——关于《俄事警闻》73期报纸原件的考察 (103)

营销传播

- 沈虹 论数字时代消费者之变
——从信息接受者到信息传播者与数字生活者 (125)
- 唐圣瀚 数字环境下之广告公司创新经营与管理模式 (139)
- 王成文 媒介进化论：媒体已死，媒介永存 (151)
- 孙美玲 国内外植入式广告研究现状的综述
——基于中国学术文献网络出版总库搜索文献的分析 (157)
- 石晨旭 制度性要素对中国广告产业发展的影响
潘洪亮 ——以国家广告产业园为例 (171)
- 罗赞 分享经济：基于移动互联网的新型商业模式研究 (185)

文化产业

- 包晓光 “北京精神”：回顾与反思 (195)
- 张紫霄 地区弱势文化产业路在何方
——基于北京市海淀区艺术品交易行业的思考 (207)
- 陈瑛 基于休闲文化与大武汉国际品牌形象打造的几点思考 (221)
- 隋丽
- 房芳 传统手工技艺非物质文化遗产的产业化开发
——以伏里土陶为例 (229)
- 李艳 语言产业视野下语言康复行业现状与发展对策分析 (237)
- 祝帅 中国平面设计产业发展趋势研究（2013~2014） (248)
- 丁诚 浅析数字出版浪潮下传统专业出版社应对策略 (260)
- 胡洪斌 集成创新方式下数字出版产业变革研究 (269)
- 张晓丹

胡郑丽	探析网络文化资源的定义、类型与特点	(279)
-----	-------------------------	---------

教学改革

秦 勇	文化产业专业学生专业书籍阅读状况调查分析	(293)
郭 嘉	产学研相结合的实践型人才培养模式初探 ——以首都师范大学文化产业专业为例	(299)
中国劳动关系学院本 科教学工程新闻学专 业项目组	二类本科院校新闻学专业实践教学探索 ——以中国劳动关系学院新闻学专业为例	(307)

业界物语

黄春琴 彭 鑫	破局与创新：广电新媒体芒果TV的融合发展实践探索	(315)
徐风美 王莹璐	浅谈县级电视媒体“三农”节目的创新和发展	(323)
徐海龙等	音乐生活方式在音乐节中的体现 ——访摩登天空公司总裁沈黎晖	(329)

创意孵化器

贺 玮	审美现代性与文化商品的媚俗	(353)
潘瑞佳	威尼斯文化资源整合传播策略研究 ——以San Barnaba社区的文化传播实践为例	(361)
李瑞慧	首都新型城镇化与斋堂古村落群的可持续发展研究	(372)
吉 硕	以农业文化产业保存乡土文化助推新型城镇化 ——以北京市平谷区为例	(382)
韩晓庆	首都新型城镇化背景下文化遗产可持续发展研究 ——以房山区琉璃河遗址为例	(395)

张 瑶	北京政务微博运营及传播效果研究 ——以“北京发布”为例	(406)
刘庭梅	凤凰视频平台的互动传播	(420)
胡 靓	新媒体环境下大学生手机使用习惯调查研究	(428)
王米琪 王 艳	衡 珊 白轶德 北京人民艺术剧院保留剧目营销传播策略研究 ——以话剧《茶馆》为例	(444)
王紫薇 吴 丹	王瑶瑶 杨欣媛 校园APP开发的可行性及需求研究 ——以首都师范大学为例	(453)
编后语		(479)
《燕京创意文化产业学刊》约稿启事		(481)

前 言

从宏观的历史角度来看，2012年或将成为中国当代社会发展的一个新的界标。因为在这一年，中国共产党召开了第十八次全国代表大会，实现了国家政治权力的交接和过渡。在两年的时间里，中国党和政府提出了一系列治国理政的新理念，并以强有力的措施推行这些理念，在很短的时间内，中国社会的政治、经济、文化和社会风气发生了显著变化，人们普遍地感受到这一点——一个似乎迥异于过去的时代开始了。

这是一个什么样的时代，它意味着什么，对我们的精神、文化和创意产业会带来哪些影响呢？这是文化教育工作者、文化创意产业人都很关心的问题。在此，我们不妨用媒体上正火的“习式热词”——“新常态”来稍微解读一下。

我们正在步入经济上的“新常态”。这个“新常态”意味着中国经济进入了一个中高速增长时期。显而易见，我们的GDP将不会重现过去那样的高速，因为我们意识到，无论是我们的自然生态，还是我们的人文生态，都不能再承受那样的高速度了。“新常态”意味着经济发展速度在一段较长时间内维持在一个相对合理的区间。在此状态下，中国经济将逐渐下行至一个比较稳定的增长阶段。而要做到这一点，中国经济必须摒弃粗放的增长模式，完善市场结构，树立市场精神，优化产业结构，以创新驱动国民经济健康发展。

如果说现在的中国经济正在通过改革调控步入“新常态”，那么，过去的十年、二十年，中国的经济则是超常态。没有过去20年的高速增长，中国经济就不会有今天这样的规模和地位。所以，在我们反思过去经济发展的种种弊端的时候，不能不正视中国经济超常态发展的历史地位与成就。

按照马克思主义经典作家的观点，精神、文化是社会意识形态，虽然具

有相对独立性,但是最终要受到社会经济基础的制约和决定,这种决定作用往往通过政治上层建筑来实现。从这个观点来审视过去的20年,可以说超常态的经济正与超常态的文化相适应。超常态的文化“超”在哪里呢?简言之就是我们以超常的胆量、力量、速度和规模对文化形态进行了变革,使之适应社会主义市场经济初级阶段的要求。到2012年,与这个阶段相适应的中国文化事业,可以说成就斐然,问题多多。

先说成就。首先,改革开放以来,中国在文化事业上的最大成就是以文化的变革与发展支持和捍卫了中国的改革开放。思想解放本身就是文化精神的变革,从这个意义上说,文化的革新是中国社会变革的先声,引领了中国改革开放的方向。所以,文化的开放与自由对中国的现代化建设来说具有决定性的意义。其次,文化上的成就斐然,还表现在伴随经济的高速增长,文化愈来愈能够满足人民群众日益增长的精神消费需求,考虑到中国的人口规模和巨大需求,能够做到这一点可以说是一项伟大成就。第三,文化体制改革和文化产业崛起是1992年以来、特别是新世纪以来,中国文化所取得的令人瞩目的成就。文化体制改革盘活了国有文化资产,实现了文化主体多元,激发了文化创造力,为文化精品的持续涌现创造了体制前提。文化产业崛起使知识、文艺、科技与经济进一步融为一体,创造了规模宏大的文化经济,为中国文化走出去创造了条件。这些成就的取得,有赖于中国经济的高度增长,打上了经济急剧扩张的烙印。

再说问题。这个时期文化方面的最大问题,是价值观的错乱和信仰的低迷。低俗、奢靡之风渐成流行,社会风尚被拜金主义、权力崇拜所左右。官商勾结、权力寻租酿成的腐败文化侵蚀、伤害了民族精神。即使是在当下,我们仍然不难感受到拜金主义与权力崇拜的交互运作对人们的巨大影响。不要以为只有政府才有权力,实际上那些掌握了巨大财富、能主宰和支配市场的少数人同样拥有巨大的权力。即便是在2012年以后,社会风气有所改良的背景下,文化风尚仍然可以受到金钱、高科技、商业权力的摆布。特别是以互联网、智能手机为代表的高科技力量,使得商业权力对文化风尚的操控变得更加容易。所以,我们对“权力”的理解不能仅仅限于对政府行政权力的感受,其实,新旧媒介、文化资本、高新科技、流行文化、大型企业都有其权力形态,而且,有些权力很难像政府的行政权力那样可以通过政治体制改革装进制度的笼子,资本的权力有时真的很“任性”,它可以让你完全感受不到被它所左右。2012年之前的十年、二十年,我们充分体验了充斥于电

视文化、网络文化之中的资本的种种“任性”，这些“任性”之举与中国社会流行风气的低俗、奢靡和娱乐主义息息相关。

“新常态”被表述为经济上的变化，实际上它带给政治、文化和社会生活的影响是显而易见的。因此，倒不如说“新常态”是中国整个社会的“新常态”。“新常态”是对过去“超常态”的继承和扬弃，是反思与调整，是制度文化、观念文化的进一步完善。在此状态之下，文化创意产业理所当然也应该回归“新常态”，这也许意味着文化经济要挤掉更多的“泡沫”和“忽悠”，要更加遵守市场游戏规则，文化创意产业的生产和经营要更多地考虑到社会效益和文化价值，要更加尊重创意个体的权力、智慧和力量。

中国是一个文化大国，拥有丰富的文化资源、巨大的文化市场、旺盛的文化需求、多种多样的的文化生产、海量的文化商品。在这样的国家发展文化创意产业，可以说占尽天时地利人和。我们有理由期待中国文化的“新常态”风清气正，但无论如何也不能设想中国的文化生产千部一腔、千人一面，都是清一色的高雅或低俗。健康、常态的中国文化理应自由、多元、丰富多彩，能够充分体现人民的首创精神并能够满足人民的精神需要。

本卷学刊是在“新常态”之下出版的，内容方面充分体现了编者对社会生活和文创业态的密切关注。我们衷心希望本卷学刊不仅能够融入“新常态”，而且能够成为“新常态”的文化先声。

编者

2014年11月11日

卷首特稿

“小时代”的症候观察：2013年三案看中国文化

肖 鹰

摘要：在乡村城市化、城市国际化的背景下，当代中国的文化生存正在经历百年以来最深刻的“革命”。中国的传统价值核心——个人归属于社会，已经被自我中心化的“个人化”所替代。这种“个人化”对社会伦理基础产生了严重挑战，它反映在文艺活动中，则是反伦理规制的价值虚空化，从而使文艺生活的“不道德”乱象丛生。本文通过分析2013年中国文化界发生的三件重要事件，再次指出中国社会面临的一个基本伦理问题（文化价值核心）是在个人化社会怎样重建社会的“公共伦理”。

关键词：小时代 个人化 消费主义 娱乐至上 公共伦理

在乡村城市化、城市国际化的背景下，当代中国的文化生存正在经历百年以来最深刻的“革命”。对传统价值体系与传统生活的“革命”正在以显性和隐性两个层面进行。我们看到，“复兴传统”的旗帜举得越高，“传统文化”越有市场，对“传统”的“革命”就越热烈和深入。

中国的传统价值核心，是以小我归属于大我——个人归属于社会。这种核心价值，已经遭遇了现实严重撕裂，取而代之的自我中心化的“个人化”。这种“个人化”对社会伦理基础产生了严重挑战，它反映在文艺活动中，则是反伦理规制的价值虚空化，从而使文艺生活的“不道德”乱象丛生。

实质上在当代社会生活中，是只有“个人”而没有“公共”的伦理在操作。因此，中国社会面临的一个基本伦理问题（文化价值核心）是在个人化社会怎样重建社会的“公共伦理”。

一 从建筑到文化的“拆迁时代”：“小时代”的大背景

伴随着中国改革开放的延展，中国社会进入了高速的城市化转型。根据中国国家统计局资料：2000年，中国的城市化率为36%。2012年10月31日，最新报告显示，2011年的中国内地城市化率首次突破50%，达到了51.3%。值得注意的是，中国不仅是世界上人口最多的国家，而且也是世界上城市人口最多的国家。

乡村的城市化和城市的高速扩张，是近20年来中国社会发展最普遍的景象。开发、拆迁、重建和扩展，是中国正在进行的“城乡一体化”的关键词。高速公路和高速铁路的建设，使乡村与都市的距离在快速缩短，使普通中国人的旅行变成生活常态，更使乡下人与城里人的生活在日益趋同，甚至同质化。可以说，中国社会正在经历前所未有的“迁移”运动，农民向城市迁移，低级城市居民向高级城市迁移，西部居民向东部迁移，北京、上海和广州，则成为最具诱惑力的“一线城市”。当然，更有能力和条件的中国人，首选的是跨国移民。从乡村到都市，从国内到国外，也许，中国正在进行历史上从来未有的移民潮。

在传统中国社会，民众具有非常强烈的乡土观念，“离乡背井”，是一个人遭遇命运打击，被迫而行的生活；而“落叶归根”，即以死于故土为人生的理想归宿。这种乡土观念，不仅因为中国的传统社会长期是以农业为主体的乡土社会，而且因为中国传统的精神导师孔子把忠于故土，作为一个最重要的道德品质“孝”的基本原则之一。他说：“父母在，不远游，游必有方。”（《论语》）当代中国人，为了谋求更好的生活环境和职业机会，主动遗弃乡土，远走异国他乡，显然是违背孔子确立的伦理精神的。

在这里，我们需要提出一个问题，为什么具有深厚的乡土精神传统的中国人，会如此轻易地抛弃了他们祖先的传统精神，而主动进入一种普遍迁移的“现代化进程”？为什么“都市”如此容易地取代了“乡土”成为他们生存的精神目标？

回答中国人生存精神的转变，我们无疑应当首先考虑到将中国社会转型为城市化的“现代化社会”，是一个当代中国政府决定并执行的“强国政策”。所以，拆迁和移民，很大程度上是“政府行为”的产物。但是，我们也应当看到，当代中国人的精神，自20世纪以来，经历了近百年的“社会