

主 编 秦 勇  
副主编 杨 慧

# 文化产业 专业阅读书目体系

(第1版)



首都师范大学出版社

CAPITAL NORMAL UNIVERSITY PRESS

1 秦 勇  
杨 慧

# 文化产业

## 专业阅读书目体系

(第1版)



首都师范大学出版社  
CAPITAL NORMAL UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

文化产业专业阅读书目体系/秦勇主编.—北京:首都师范大学出版社,2016.5

ISBN 978-7-5656-2940-2

I. ①文… II. ①秦… III. ①文化产业—图书目录  
IV. ①Z88:G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 099149 号

WENHUA CHANYE ZHUANYE YUEDU SHUMU TIXI

文化产业专业阅读书目体系(第 1 版)

秦 勇 主 编

杨 慧 副主编

---

责任编辑 马 岩 张成水

首都师范大学出版社出版发行

地 址 北京西三环北路 105 号

邮 编 100048

电 话 68418523(总编室) 68982468(发行部)

网 址 [www.cnupn.com.cn](http://www.cnupn.com.cn)

印 刷 三河市博文印刷有限公司

经 销 全国新华书店

版 次 2016 年 5 月第 1 版

印 次 2016 年 5 月第 1 次印刷

开 本 880 mm×1230mm 1/32

印 张 13

字 数 256 千

定 价 28.00 元

---

版权所有 违者必究

如有质量问题 请与出版社联系退换

## “互联网+”时代的“读”

(代序)

包晓光

读书在今天看似一件简单至极的事情，因为只要你肯，随手就可翻阅一点什么，不存在无书可读的尴尬。一句话，书不是稀缺资源。但是，这几年却常常听人说国人似乎越来越不爱读书了，并以之作为国人浮躁的佐证。一般人说说就罢了，但是一些以教书为业的学者、某些大学的领导者，也埋怨当今的学生不读书，这就是一件深可忧虑的事情了。因为老师和学校的领导身在教育的第一线，他们应该是最有发言权的，他们关于学生不读书的说法可信度也应该最高。

学生绝大多数是青少年，青少年是国家和民族的未来与希望，如果大多数青少年学生都不爱读书，国家和民族的未来与希望岂非变得渺茫与危殆？这个问题看起来非常严重，所以，完全有必要问一问：“青少年或者学生不读书”到底是什么意思？这个命题是真的吗？

根据某种普遍的观察与经验，我们不能不遗憾地倾向于认同这个命题，它看起来是真的，因为它确实指向某种普遍的现实。大学教师（本处特指文科，特别是文史哲学科以及社会科学类专业教师）在课堂上尽管开出了数量庞大的阅读书目，但学生真正去阅读的实在少得可怜，教师要求的阅读质量也很难得到保证。某一课堂调查结果显示，这些文科大学生对中国四大文学名著的了解，基本上来自于电视连续剧或高中时翻阅的缩写本，极少有学生读过原著文本。学生对专业类书籍的阅读，也仅限于与考试有关的内容。面对此情此景，教师们感到郁闷、失望原不足为奇，因为舌耕者的职业与读书息息相关，学生不以读书为重，也就是不以知识的传授为重，师道的价值也就在根本上打了折扣。

在一个大学里面，断言学生不好好读书、教师不用心教书，是一个耸人听闻的指控，因为这意味着这个学校的整个教育都成了问题。如果把这个指控推而广之，结论将具有颠覆性：中国的教育，特别是文科教育真的有病了，而且病得不轻。笔者在大学里面学习、教书三十多年，虽然常常有感于学生的不用功而心生恨铁不成钢之叹，但是却几乎没有感受到这种吓人的病症。也许是我太过愚钝，也许是这种病症太过深重，以至于我们身处其中而并不自知，也许是此种说法并不成立？这真是一个令人困惑的问题。

姑且假设此命题为真，我们接着可以自然而然地追问：学生如果不读书，那么他们的时间都去哪了？马年“春晚”中王铮

亮的一曲《时间都去哪了》让不少人唏嘘不已。是啊，岁月如梭，时光不再。学生本该读书却不读书，他们的时间到哪里去了呢？

其实这个问题并不难回答，只要去看一看、想一想，就可以得出结论。简单地讲，今天的学生一直在“读”，而且“读”的强度可能还远远超出了我们这些为人师者。他们读的大体不是印刷机时代的纸版书籍，而是互联网终端传递的信息，这些信息五花八门，不仅仅是单向度的文字与图像，还包括动态的视频，甚至是实时交互式的交流与沟通。换言之，他们的阅读已经极大地区别于我们的读书时代，读的姿态、方式、对象、意义都发生了变化。

这里所谓“我们的读书时代”大体指的是 20 世纪 70 年代末到 90 年代末这二十几年的大学读书生活。那时虽然没有微信、微博、朋友圈、电子书之类的眼花缭乱的信息交往方式，但是，其间读书的体验由改革开放之初到市场经济全面铺开，还是经历了复杂的变化。总体说来，前十年间，大学里面爱读书的人不难找到适宜读书的环境与氛围，人文领域的社会文化思潮为大学生阅读既提供了动力又提供了文本和偶像。必须承认，即使是在 80 年代，大学生中也有很多人不怎么读书，而且数量不在少数。喜爱读书的人中，也有很多人并不去读什么哲学、美学、文学，而是偏爱实用的知识，比如管理类和外语类的书籍。80 年代末之后，读书的环境与氛围发生了很大的变化，市场的诱惑日益深入大学，非传统的各种信息通过日益

增多的渠道在大学中传播，瓦解了上个十年相对单纯的读书环境。到了 90 年代，互联网诞生并进入中国，手机取代寻呼机、“大哥大”成为人们生活中离不开的物件。下一个十年，这二者携手产生的爆炸性影响，极大地改变了中国人的生活，当然也彻底改造了我们的读书体验。

设想一下，在上面列举的两个十年里面，如果有大学校长或教授站出来谴责学生不好好读书、教师不好好教书，应该都不显得怪诞，都能找到现实依据。再往前想一想，孔夫子弟子三千，贤人七十二，余下的两千多人自不必说，七十二贤人恐怕也是各有所长，并非个个都以死读书、读死书为能事。所以，在我看来，所谓“学生不好好读书”、“老师不好好教书”之类的说法，貌似有理，实则可疑。如果有这么说的必要，只能是说者意在言外，听者别有所思了。

在我看来，读书出于人的需要。如果觉察不到自己的需要，就很难自觉地读书。大学教育的使命之一就是启迪学生发现自己的需要，引导并塑造学生的需要，从而在需要的驱动下读书。专业教育就是这样有目的地塑造和引导需要的过程。如果把书籍粗粗地分为有意思的、有意义的、既有意思又有意义的三种，那么，专业书目大都属于后两者。当然，这里的有意思、有意义是相对的，每个人的理解都可能不同。在人生的启蒙阶段，所谓意思与意义本来就很朦胧，如果缺失了必要的引导，读书的价值就会打折扣。如果把毒草当成兰蕙，后果会更糟糕。

《文化产业专业阅读书目体系》所列出的著作，大部分是西方名著，这些著作对中国的影响持久行远。按照上面的说法，它们大体属于有意义的、既有意思又有意义的这两种。如果读者能够从意义中读出意思，那么，这个读者就不是被动地读，而是自觉地读了。

最后要说的是，即使现在已经发展到“互联网+”时代，对有意义、有意思的纸版图书的阅读也依然没有过时。建议同学们多读一读本书所开列的优质纸版书，相信你会领略到其中的独特味道。

是为序。

记于京北废斋

2015年8月

# 目 录

c o n t e n t s

## 导 言 /1

一、文化产业专业学生专业书籍阅读状况调查分析 /3

二、文化产业专业学生应该读哪些书 /11

## 专业基础阅读书目 /19

一、经济学与伦理学 /21

1. 教材推荐/21

2. 经典必读/21

(1) 马克思《资本论》/21

(2) 马克思《1844 年经济学哲学手稿》/24

(3) 斯密《国民财富的性质和原因的研究》/26

(4) 斯密《道德情操论》/30

(5) 边沁《道德与立法原理导论》/34

(6) 穆勒《功利主义》/36

(7) 马歇尔《经济学原理》/39

(8) 凯恩斯《就业、利息和货币通论》/42

(9) 阿马蒂亚·森《以自由看待发展》/46

(10) 哈耶克《通往奴役之路》/49

### 3. 任选泛读/52

## 二、管理学 /54

### 1. 教材推荐/54

### 2. 经典必读/54

(1) 泰勒《科学管理原理》/54

(2) 法约尔《工业管理和一般管理》/57

(3) 梅奥《工业文明的社会问题》/59

(4) 大内《Z理论》/62

(5) 德鲁克《21世纪的管理挑战》/65

### 3. 任选泛读/68

## 三、社会学 /70

### 1. 教材推荐/70

### 2. 经典必读/70

(1) 马克思、恩格斯《共产党宣言》/70

(2) 韦伯《新教伦理与资本主义精神》/73

(3) 费孝通《乡土中国》/76

(4) 米德《心灵、自我与社会》/79

(5) 米尔斯《社会学的想象力》/82

### 3. 任选泛读/86

## 四、文化学与文化研究 /89

### 1. 教材推荐/89

**2. 经典必读/89**

- (1) 弗雷泽《金枝》/89
- (2) 本尼迪克特《菊与刀》/92
- (3) 亨廷顿《文明的冲突与世界秩序的重建》/95
- (4) 德波《景观社会》/98
- (5) 贝尔《资本主义文化矛盾》/101

**3. 任选泛读/104**

**五、文学艺术 /109**

**1. 教材推荐/109**

**2. 经典必读/109**

- (1) 韦勒克、沃伦《文学理论》/109
- (2) 格罗塞《艺术的起源》/112
- (3) 比尼恩《亚洲艺术中人的精神》/115
- (4) 徐复观《中国艺术精神》/118
- (5) 沃特伯格《什么是艺术》/120

**3. 任选泛读/123**

**六、历史 /128**

**1. 教材推荐/128**

**2. 经典必读/129**

- (1) 钱穆《中国历代政治得失》/129
- (2) 怀特《后现代历史叙事学》/131

**3. 任选泛读/135**

## 七、哲学 /136

### 1. 教材推荐/136

### 2. 经典必读/136

(1)康德《纯粹理性批判》/136

(2)黑格尔《精神现象学》/139

(3)海德格尔《存在与时间》/141

### 3. 任选泛读/146

## 专业核心阅读书目 /149

### 一、文化产业基础理论 /151

#### 1. 教材推荐/151

#### 2. 经典必读/151

(1)霍克海默、阿多诺《启蒙辩证法》/151

(2)本雅明《机械复制时代的艺术作品》/155

(3)布尔迪厄《艺术的法则：文学场的生成与结构》/158

(4)费斯克《理解大众文化》/162

(5)鲍德里亚《消费社会》/166

(6)凯夫斯《创意产业经济学——艺术的商业之道》/169

(7)拉什、厄里《符号经济与空间经济》/173

(8)佛罗里达《创意阶层的崛起》/176

(9)马克卢普《美国的知识生产与分配》/181

(10)斯科特《城市文化经济学》/184

(11)思罗斯比《经济学与文化》/186

- (12) 查斯顿《知本营销——21 世纪竞争之刃》/189
- (13) 斯道雷《文化理论与通俗文化导论》/192
- (14) 安德森《长尾理论》/195
- (15) 杰夫·豪《众包：大众力量缘何推动商业未来》/198
- (16) 约瑟夫·奈《软实力：权力，从硬实力到软实力》/200
- (17) 莱斯格《免费文化：创意产业的未来》/204
- (18) 舍恩伯格、库克耶《大数据时代：生活、工作与思维的大变革》/206
- (19) 哈特利《创意产业读本》/210

### 3. 任选泛读/214

## 二、文化管理与营销 /217

### 1. 教材推荐/217

### 2. 经典必读/217

- (1) 派恩、吉尔摩《体验经济》/217
- (2) 科特勒、凯勒《营销管理》/221
- (3) 波特《国家竞争优势》/225
- (4) 凯勒《战略品牌管理(第 3 版)》/228
- (5) 所罗门《消费者行为学(第 10 版)》/231

### 3. 任选泛读/235

## 三、西方文化产业 /237

### 1. 教材推荐/237

### 2. 经典必读/237

- (1) 赫斯蒙德夫《文化产业》/237

- (2) 拉什、卢瑞《全球文化工业：物的媒介化》/240
- (3) 利贝斯、卡茨著《意义的输出——〈达拉斯〉的跨文化解读》/244
- (4) 霍斯金斯等《全球电视和电影：产业经济学导论》/247
- (5) 马特尔《主流：谁将打赢全球文化战争》/250

3. 任选泛读/253

四、中国文化产业 /254

1. 教材推荐/254

2. 经典必读/254

- (1) 文化部文化产业司《中国特色文化产业案例集》/254
- (2) 黎万强《参与感：小米口碑营销内部手册》/257
- (3) 黄铁鹰《海底捞你学不会》/259

3. 任选泛读/262

专业方向阅读书目 /265

一、文化传播与媒介经济方向 /267

1. 教材推荐/267

2. 经典必读/267

- (1) 伊尼斯《传播的偏向》/267
- (2) 麦克卢汉《理解媒介：论人的延伸》/272
- (3) 波兹曼《娱乐至死》/275
- (4) 波兹曼《童年的消逝》/279
- (5) 波兹曼《技术垄断：文化向技术投降》/282

- (6) 罗杰斯《传播学史：一种传记式的方法》/285
- (7) 赛佛林、坦卡德《传播理论：起源、方法与应用》/290
- (8) 格拉德威尔《引爆点》/294
- (9) 舍基《认知盈余》/296

### 3. 任选泛读/299

## 二、出版方向 /302

### 1. 教材推荐/302

### 2. 经典必读/302

- (1) 贝蒂格《版权文化——知识产权的政治经济学》/302
- (2) 贝利《图书出版的艺术与科学——出版社经营管理》/305
- (3) 格罗斯《编辑人的世界》/308
- (4) 鹭尾贤也《编辑力：从创意、策划到人际关系》/311
- (5) 长冈义幸《出版大冒险——剖析日本 13 家出版社产生利润的机制与结构》/315

### 3. 任选泛读/318

## 三、广告营销方向 /319

### 1. 教材推荐/319

### 2. 经典必读/319

- (1) 舒尔茨等《整合营销传播》/319
- (2) 舒尔茨等《重塑消费者——品牌关系》/325
- (3) 西沃卡等《肥皂剧、性和香烟：美国广告 200 年经典范例》/329
- (4) 塔洛《分割美国：广告主与新媒介世界》/333

(5) 沃泰姆、芬威克《奥美的数字营销观点：新媒体与数字营销指南》/339

(6) 陈刚、沈虹等《创意传播管理》/344

3. 任选泛读/349

四、影视产业方向 /350

1. 教材推荐/350

2. 经典必读/351

(1) 麦基《故事——材质、结构、风格和银幕剧作的原理》/351

(2) 波德维尔、汤普森《电影艺术：形式与风格》/353

(3) 菲斯克《电视文化》/356

(4) 艾伦《重组话语频道：电视与当代批评理论》/359

(5) 普罗普《故事形态学》/362

(6) 克勒通《电影经济学》/365

(7) 科特勒《票房营销》/367

(8) 鲍德韦尔《后理论：重建电影研究》/372

(9) 利特曼《大电影产业》/375

3. 任选泛读/378

附录：怎样写好学术论文 /379

编后记 /395

