

包晓光◆主编



文化创意： 大学的抉择

WENHUACHUANGYIDAXUEDEJUEZE

——北京市文化创意产业专业与学科建设研究报告

北京市教委教育教学改革立项成果

文化创意：大学的抉择

北京市文化创意产业专业与学科建设研究报告

包晓光	主 编
李 艳	副主编

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

文化创意：大学的抉择：北京市文化创意产业专业
与学科建设研究报告 / 包晓光主编. — 北京：中国广
播电视出版社，2010.8

ISBN 978 - 7 - 5043 - 6200 - 1

I. ①文… II. ①包… III. ①高等学校—文化—产业
—研究报告—北京市 IV. ①G127.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 133290 号

文化创意：大学的抉择——北京市文化创意产业专业与学科建设研究报告

包晓光 主编

责任编辑 卢 焱

封面设计 人文在线

责任校对 李美清

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010 - 86093580 010 - 86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号

邮 编 100045

网 址 www. crtp. com. cn

电子信箱 crtp8@sina. com

编委会

包晓光	李怀亮	张朝霞
赵玉忠	郝志群	李中扬
安小兰	吴承忠	董树宝



目 录

总论	1
§ 1. 文化创意产业学科与专业建设的背景与前提	2
§ 2. 文化创意产业专业与学科建设的现状与趋势	6
§ 3. 北京市的文化创意产业专业与学科建设	10
§ 4. 文化创意产业专业与学科建设的几个问题	18
 第一单元 基于文史哲人文学科的现实关怀与文化创意——首都师范大 学文化创意产业专业与学科群建设	27
§ 1. 首都师范大学历史学院由历史学介入文化管理的尝试	29
§ 2. 历史学院历史学专业“城市传统与文化管理”方向人才培养 方案及专业发展规划	32
§ 3. 首都师范大学历史学院“城市传统与文化管理”专业负责人 访谈	42
§ 4. 历史学专业“城市传统与文化管理”方向核心课程“北京史” 的建设经验	47
§ 5. 首都师范大学美术学院的专业建设实践：由艺术造型到文化 创意	54
§ 6. 美术学院艺术设计专业人才培养方案及专业发展规划	58



§ 7. 首都师范大学美术学院艺术设计专业负责人李中扬教授访谈	72
§ 8. 艺术设计专业对实践教学探索	80
§ 9. 基于中国语言文学学科的文化创意产业专业建设:首都师大 文学院的探索与实践	86
§ 10. 文本分析:文学院汉语言文学专业文化产业方向培养方案 与发展规划	91
§ 11. 文化产业管理专业负责人包晓光教授访谈	110
§ 12. 文学院文化创意产业专业建设的一些思考	114
第二单元 中国传媒大学文化创意产业系科建设与发展	119
§ 1. 中国传媒大学文化创意产业系科简介	119
§ 2. 中国传媒大学文化产业本科人才培养方案及其特色分析	132
§ 3. 中国传媒大学文化创意产业系科带头人李怀亮教授访谈	140
§ 4. 中国传媒大学文化创意产业学科建设与发展理论探析	144
第三单元 中央财经大学文化创意产业学科建设与发展	151
§ 1. 中央财经大学文化创意产业系科简介	151
§ 2. 文化产业管理专业本科人才培养方案及其特色分析	157
§ 3. 中央财经大学文化创意产业系科带头人何群教授访谈	166
§ 4. 中央财经大学文化创意产业学科建设与发展理论探析	173
第四单元 北京电影学院文化创意产业系科建设与专业发展	187
§ 1. 北京电影学院文化产业系科概况	187
§ 2. 北京电影学院文化创意产业本科人才培养方案及其特色分析	188
§ 3. 北京电影学院文化产业系科带头人访谈	199
§ 4. 北京电影学院文化创意产业专业与学科建设理论探析	209
第五单元 北京舞蹈学院文化创意产业系科建设与发展	217
§ 1. 北京舞蹈学院文化创意产业系科简介	217



§ 2. 北京舞蹈学院文化创意产业本科人才培养方案及其特色分析	220
§ 3. 北京舞蹈学院文化创意产业系科带头人访谈	224
§ 4. 北京舞蹈学院文化创意产业专业与学科建设理论探析	231
第六单元 对外经贸大学文化创意产业专业系科建设与发展	239
§ 1. 对外经济贸易大学文化产业系科简介	239
§ 2. 对外经贸大学文化创意产业本科人才培养方案及其特色分析	241
§ 3. 对外经贸大学文化创意产业系科带头人吴承忠教授访谈	246
§ 4. 对外经贸大学在文化与休闲产业管理硕士点建设方面的探索	254
第七单元 北方工业大学文化创意产业专业与学科建设	258
§ 1. 北方工业大学文化创意产业系科简介	258
§ 2. 北方工业大学文化创意产业人才培养方案及其特色分析	259
§ 3. 北方工业大学文化创意产业系科带头人王德岩副教授访谈	268
§ 4. 文化产业学科建设与发展理论探析	273
第八单元 专家视点：反思文化创意产业专业与学科建设	280
§ 1. 金元浦教授专访：我国文化创意产业发展的三个阶梯与三种模式	280
§ 2. 李稚田教授论文化产业人才需求与培养的对接问题	293
编后语	303



总 论

最近十几年来，我国社会政治、经济、文化建设在改革开放前 20 年高速发展的基础上进一步快速发展，综合国力显著提高。2010 年初统计数据显示，即便是在全球金融危机深重的 2009 年，我国国民经济仍然增长强劲，GDP 以 8.7% 的增速成为世界上经济增长最快的国家，人们把中国经济体视为带动世界经济复苏的引擎。

在世界聚焦“中国发展模式”的时候，人们谈论最多的往往是制度与经济上的因素，而较少关注中国文化的变化与成长。其实，中国当今文化的变化与发展已经成为中国社会整体协调发展的最重要的组成部分之一。在此意义上可以说，最近十年的发展不同于以往二十年的发展，其最重要的变化是随着中国融入世界经济文化体系程度的日益加深，中国正在逐步摆脱单纯经济增长的方式，转而寻求可持续发展。在最近几年的新一轮发展转型中，文化议题毫无疑问地成为人们思考和探索的中心。我们下面将要研究的大学与文化创意产业的关系问题，与中国当下的发展转型密切相关，甚至可以说，大学对文化创意产业的专业性或学科性关注，在中国最近十年来的变化与发展中，扮演了一个积极而活跃的角色，成为中国在新的历史时期文化自觉的有机组成部分。



§ 1. 文化创意产业学科与专业建设的背景与前提

所谓“文化的自觉”，在不同历史时期和不同语境中可以有不同的认识和表达。在新世纪第一个十年发展期，“文化的自觉”显然与历史上其他阶段的任何自觉形态都有显著区别。这种自觉是建立在中国改革开放 20 余年成果基础之上的。上个世纪 80 年代的思想解放运动在中国当代史上是一次重要的文化自觉，其主要特色是以探索的目光了解世界，以开放的胸襟拥抱异质的西方文化，以反思的情感与理性审理既往的历史与传统。在 1980 年代的文化记忆中，形形色色的文化思潮风起云涌，西方文化价值形态通过精英的推介，迅速转化为流行的文化姿态。评价 1980 年代文化精英的文化姿态不是本文的任务，但是如果将其视为一种文化的自觉，我们可以简单地把它概括为文化上的自我反思与批判，进行这种反思与批判的武器是西方的文化与思想。这种反思与批判由于意识到的中国与西方之间社会发展程度的巨大差距，常常变得激越与凌厉。

我们今天仍然在向西方学习，学习西方的先进科学技术，接受西方思想与文化的影响。不过，只要稍稍对比一下最近十年与过去二十年的变化，就会发现这十年的中国一般文化意识及其价值取向显然有别于以前最为激进的文化启蒙形态。如果将这一变化视为文化自觉，那么这一自觉形态的特征是什么呢？

首先，可以从宏观层面来看最近十年的文化演变。上个世纪末期，从整个国家发展战略的高度，中共中央高层大力提倡“知识经济”^①，认为新的科

^① 1998 年 2 月，江泽民在中国科学院《迎接知识经济时代，建设国家创新体系》报告上批示：“知识经济、创新意识对于我们二十一世纪的发展至关重要。东南亚的金融风波使传统产业的发展会有所减慢，但对产业结构调整则提供了机遇。科学院提了一些设想，又有一支队伍，我认为可以支持他们搞些试点，先走一步。真正搞出我们自己的创新体系。”1998 年 6 月 1 日，江泽民在会见两院院士及外籍院士时指出：“当今世界，以信息技术为主要标志的科技进步日新月异，高科技成果向现实生产力的转化越来越快，初见端倪的知识经济预示人类的经济社会生活将发生新的巨大变化。世界各国都在抓紧制定面向新世纪的发展战略，争先抢占科技、产业和经济的制高点。面对这个态势，我们必须顺应潮流，乘势而上。”



技术进步浪潮必然引发新一轮经济发展,而将知识与经济结合起来,创新新的经济模式,将是在这一发展机遇中抢占有利位置的关键。由大力提倡“知识经济”进展到大力发展“文化经济”^①和“文化产业”,是国家发展、民族振兴、人民幸福传统诉求的具有创新意义的文化表述。比较前二十年中国主流文化话语,不难看到,这一表述在内容上已经成功超越了关注传统与反思批判的文化话语,将文化视觉引向外部和外延领域。党和政府不仅以经济建设为中心,同时亦高度关注文化本身,并试图将文化生产力引入新的经济增长模式,在解决文化问题的同时,也在一定程度上为经济发展注入活力。当然,我们不能仅仅从主流与权威话语权持有者角度来理解宏观层面的文化自觉,更应该从现实文化实践与文化改革角度来思考中国当今的文化变化。我们注意到,眼下各地区、特别是经济发达地区的文化体制改革和文化产业进程正是由党和各级政府引领的。传统的或非传统的知识精英均以不同的姿态不同程度地受其影响或介入这一进程。

其次,可以从科技层面来看最近十年的文化变迁。在某种意义上,科学技术也是文化的一部分甚至是文化本身。在我们将科技与文化区别看待的时候,显然是从文明与文化分野的角度出发的。在此意义上,科技是文化可测量的物质性实体部分,是人类文明进步的标志。最近十年来,这一实体性部分——如以个人电脑、互联网、三G技术为代表的科技进步在中国迅速普及,已经成为器物文化中最先进的组成部分之一。IEMR2007年发布的研究报告称,到2010年,中国手机用户数量将达到7.38亿。普华永道在《全球娱乐及媒体行业2007~2011年展望报告》中预测,到2010年,中国的互联网用户数量将超越美国,从而成为全球最大的互联网市场。由电视、手机、个人电脑、互联网、MP3和MP4等最新科技成果装备起来的中国当代社会,显然

^① 现任国务院副总理、时任广东省委书记的张德江在2002年5月13日发表的题为《深化文化体制改革,加快文化发展,进一步推进文化大省建设》的讲话中,首次提出了“文化经济”这一概念。他说:“文化作为经济社会发展的内源动力,在新世纪对于推进经济社会发展的作用越来越重要。”“随着知识经济的兴起和信息技术的发展,物质生产和精神生产的联系更加密切,文化和经济出现加快融合乃至一体化的趋势。经济活动中注入的文化内涵越多,物质生产中产品的档次和附加值就越高,竞争力就越强,效益就越好;文化发展中吸收的经济成分越多,科技含量越高,文化的覆盖面就越广,影响力就越大,渗透力就越强。”“从某种意义上讲,新世纪的经济,就是‘文化经济’。”——笔者注。



有别于上个世纪末期的中国社会,网络时代的降临为中国当代文化自觉注入了新的内涵。个人的数字化生存方式本身就是文化的革命与创新,它打破了传统传播的种种禁锢与局限,给个人表达插上了自由的翅膀;它在革新个人生活方式的同时,也有力地促进了社会的开放、民主、公平与正义;它在网络社会开辟的形形色色的公共文化空间,在促进自由表达的同时,也为政府对社会的管理与控制、政府与民间的沟通提供了新的管道与平台;网络在释放个人想象与欲望方面的空间与潜力超过以往任何媒体渠道,因此它对社会的稳定运行做出了出色的贡献。不仅如此,以网络为代表的科技进步对文化经济和文化产业的推动作用超过以往任何一种力量,它不仅是文化产业发展的力量与效益的倍增器,而且本身创造了文化产业的新形式。中国最近十年文化产业的快速发展,离开以互联网为代表的科技进步的推动就无法得到合理解释。

第三,可以从文化与经济的融合角度来看最近十年中国文化的变迁。文化与经济的结合并非自今日始,可以说自从人类社会有了专门从事文化工作和文化生产活动的人群以来,文化就是或公开或隐蔽地用以交换货品与服务价值形态之一。马克思从他的政治经济学角度出发,将文化劳动区分为生产劳动和非生产劳动,他举例说:“弥尔顿创作《失乐园》,得到5镑,他是非生产劳动者。相反,为书商提供工厂式劳动的作家,则是生产劳动者。弥尔顿出于春蚕吐丝一样的必要而创作《失乐园》,那是他的天性的能动表现。后来,他把作品卖了5镑。但是,在书商指示下编写书籍(例如政治经济学大纲)的莱比锡的一位无产者作家却是生产劳动者,因为他的产品从一开始就属于资本,只是为了增加资本的价值才完成的。一个自行卖唱的歌女是非生产劳动者。但是,同一个歌女,被剧院老板雇佣,老板为了赚钱而让她去歌唱,她就是生产劳动者,因为她生产资本。”^①在这里,判断文化劳动是否具有生产性的唯一根据是“资本”,劳动同“资本”直接交换意味着这种劳动被纳入了资本主义剩余价值生产,劳动者就成了雇佣劳动者,成了资本主义剥削的对象。因此,马克思得出的结论是“资本主义生产就同某些精神生产部门例如艺术和诗歌相敌对。”^②在中国,高雅精美的文艺与财富和对财富的

① 《马克思恩格斯全集》第26卷第1册第432页,人民出版社,1979。

② 《马克思恩格斯全集》第26卷第1册第296页,人民出版社,1979。



谋求相敌对曾经是传统社会的一个经典看法。比如唐代诗人韩愈认为：“夫和平之音淡薄，而愁思之声要妙，欢愉之辞难工，而穷苦之言易好也。是故文章之作，恒发于羁旅草野。”^① 在中国古代一些文化劳动者看来“诗穷而后工”是文艺创作的一条重要规律。但是，另一方面，应该看到，即使是在古代，在现实的文艺创作中，拿文艺创作与财富、俸禄、酬劳进行交换都是一个铁的事实。如王水照所说：“大概从中唐以后，文学作品逐步变为一种特殊商品，进入由买卖双方构成的交易市场，使作品的传播和接受进入了一个全新的阶段。”^② 当然，从古至今，对这一现实予以肯定的诗人作家也大有人在。改革开放之后，特别是最近十几年来，人们已经在观念上彻底摆脱了对文艺与经济关系的机械的形而上学的理解。在实践中，文艺与经济的深度融合已经成为司空见惯的社会现实。

文化是特定的人类社群在一定历史时期所共有与共享的思维模式、情感模式、行为习俗模式的综合体。文学艺术作为文化最生动的体现，它与经济的深度融合，充分反映了文化与经济的密切关系。如果说改革开放前期文化与经济的关系尚存几分暧昧与尴尬，那么最近十几年来，二者的关系则可以说是堂而皇之，是你中有我、我中有你。前些年地方官员的时髦说法是“文化搭台、经济唱戏”，现在则纷纷把文化产业作为地方的支柱产业加以强调。在文艺界、学界乃至整个文化界，文化人降尊纡贵，摇身一变而为商界和业界人士的屡见不鲜；一身双栖甚至多栖的文化人活跃在演艺界、传媒界、学界、政界与商界。波及全国文化事业单位的文化体制改革，更是从制度层面昭示了文化与经济的融合与互动。文化与经济界限之模糊一至于斯，可谓远超人们的想象。这正是中国当下文化变迁的显著特点之一。

与上述三点密切相关，中国当今高等教育作为文化领域的重要组成部分，同样经历着深刻的变化。为了适应中国社会的快速发展与转型，适应社会主义市场经济建设的需求，高校不断改革办学理念和办学机制，为社会主义现代化建设源源不断地输送着拥有各种知识和技能的劳动者。文化的自觉体现在高等教育的深刻变革之中，其最为集中的体现就是高校对自身的历史使命

① 韩愈：《荆潭唱和诗序》，《昌黎先生集》卷十九，四部备要本。

② 王水照：《作品、产品与商品》，《文学遗产》2007年第3期。



及现实关系与价值的确认。这一点只要稍稍浏览一下国内大学的网站就可一目了然。像北京大学、清华大学等国内名牌大学,作为国家重点扶持的“211工程”和“985工程”高校,其诉求都是要成为“世界一流”大学,这与国家和民族的期待是完全吻合的。其他高校,如次名牌大学、一般重点大学和三流高校,在诉求上逐级下降,但都毫无例外地要成为某某一流大学,盼望进入“211”和“985”序列。这说明,中国高校的发展诉求是受国家现代化目标驱动的,自觉地纳入这一进程,进入某种“一流”状态,才能够获得国家的更为有力的支持,在资源配置上居于有利位置。最近十几年来,中国高校在数量和规模上急剧扩张,以令人吃惊的速度进入到大众教育阶段。但是,另一方面,伴随着数量和规模的急剧扩张,质量与效益方面的问题也迅速显现,边际效益递减趋势日益明显。在人们一如既往地呼吁加大国家对高等教育的投入的同时,对高等教育可持续发展、大学的本质与定位、大学精神的实质、大学的学科建设与专业整合等问题的反思也越来越引起关注。文化创意产业学科与专业建设的实践与探索正是在这样的具体背景下展开的。

§ 2. 文化创意产业专业与学科建设的现状与趋势

“文化创意产业专业与学科建设”是一个比较复杂的提法,就本著研究的主要内容来说,采取“文化产业管理专业及相关学科建设”的说法也许更为明确。但是,由于下面几点理由,用“文化创意产业专业与学科建设”来指称我们关注的问题就显得十分必要。第一点,在我国,国民经济和社会现实领域的文化产业范围很广^①,其边界处在不断的变化之中。一些原来归属于事

^① 2003年9月,中国文化部制定下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》,将文化产业界定为:“从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。文化产业是与文化事业相对应的概念,两者都是社会主义文化建设的重要组成部分。文化产业是社会生产力发展的必然产物,是随着我国社会主义市场经济的逐步完善和现代生产方式的不断进步而发展起来的新兴产业。”2004年,国家统计局对“文化及相关产业”的界定是:为社会公众提供文化娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合。所以,我国对文化产业的界定是文化娱乐的集合,区别于国家具有意识形态性的文化事业。



业单位的部门，在文化体制改革过程中正在转变身份，向文化产业转移。在提供文化服务的领域中，以创意为特色的产业形式也日新月异。面对文化产业变化调整的情况，高等学校的专业与学科建设并未找到明确的对应关系。在许多高校，为了适应社会需求和获取文化资本，兴办了形形色色的与文化产业有关的专业，这些专业的学科背景一般都比较复杂，但在“文化创意”这一点上都有共同之处，因此，尽管“文化产业管理专业与相关学科建设”是我们关注的核心，但是却未能涵盖文化产业管理之外的文化产业类专业或学科的建设情况，而这些专业或学科建设，在实际运作过程中，往往与“文化产业管理专业及相关学科建设”难解难分，互相纠结。因此，用“文化创意产业专业与学科建设”这一说法，显然更符合高校的实际情况。第二点，由于我们的课题主要的采集对象是北京市高校专业与学科建设事实，而北京高校的文化产业管理专业及相关学科建设与北京市地方文化产业的发展息息相关。在北京市党的文化宣传部门及各级政府的表述中，“文化创意产业”是一个比较明确的提法，北京高校有关研究及表述与政府基本一致。第三点，高校的专业建设一方面要受到社会现实需要的有力制约，另一方面也要接受教育部专业目录的指导，申报专业的规范将高校纳入这一轨道。因此，本著虽然重视“文化创意产业专业与学科建设”内涵，但是也要申明“文化产业管理专业及相关学科建设”是我们探讨的中心。

基于上述理由，我们给予“文化创意产业专业与学科建设”一个基本界定，以明确本著的论题。“文化创意产业专业与学科建设”指的是近年来伴随着文化产业热潮，在我国高校中兴起的新的一轮专业建设和学科调整与融合的过程。这一过程呈现为“一快一慢”或“一热一冷”的表现，即专业建设既“快”且“热”，而学科建设则偏“慢”偏“冷”。文化创意产业专业建设大体是指包括文化产业管理专业建设在内的各类职业指向为文化创意产业的新型专业建设，比如除文化产业管理外，还有媒体创意、知识产权、会展经济与管理、动画、文化经纪人、旅游管理、城市文化管理、编辑出版、体育产业管理等等。文化创意产业学科建设是指与上述专业建设相应的学科建设。但是，迄今为止，到底什么是文化创意产业学科，还没有一个统一的说法。在教育部本科专业目录中，文化产业管理列入公共管理类，它的学科门类是



管理学,会展经济与管理 and 体育产业管理与此相同;媒体创意则列入新闻传播学类;知识产权列入法学类;动画则属于艺术类,在学科门类上归入文学。凡此种种说明,国民经济中现实存在的文化创意产业热潮在高等教育人文艺术社会科学学科系统中激起了具有整体性和方向性的反应。文学、管理学、经济学、法学、历史学都不同程度地将触角伸向文化创意产业。在专业方向上趋之若鹜,在学科建设上裹足不前,是目前中国高校文化创意产业专业与学科建设上遭遇到的困局。

文化创意产业专业与学科建设的现状到底如何呢?虽然不能一概而论,但大致可以从这样几个方面来加以描述。

其一,如果按某种说法,上海交大早在1993年就兴办了具有文化产业内涵的相关专业(文化管理),到今天,文化创意产业专业与学科建设的历史将近20年。然而这是一个不够严谨的说法。教育部明确认可的文化产业管理专业要从2004年开始算,自那时以来,文化产业管理专业的历史才不过6年而已。截止到2009年,经教育部批准备案的文化产业管理专业(本科)约有40个,但是,在其他专业之下以方向名义来举办文化产业管理本科教育的高校则远远超过此数。2008年,笔者参加全国高校文化产业管理专业联席会议,会议代表来自69所高校。2009年联席会议代表则超过100人,可谓盛况空前。

其二,从地区角度看,兴办文化产业管理专业的高校大都集中在文化资源丰富、文化经济发达的东南沿海地区。比如北京、上海、山东、江苏等地,文化经济整体水平高,同时又不乏有特色的文化资源,再加上高等教育资源集中,拥有人才优势,文化创意产业专业与学科建设的繁荣自在情理之中。但是,这一点同样不能绝对化。比如云南和陕西,文化创意产业专业与学科建设亦有可观之处。2008年笔者参访西安,深感当地文化创意产业氛围之浓厚,似乎整个城市都染上了文化创意的色彩。能够做到这一点,光靠资源特色还不够,关键要靠人的力量。在一些经济欠发达地区,有文化创意产业专业与学科建设在发展,个中关键在政府、高校、人才的三者联动。

其三,从举办文化产业管理专业高校的构成来看,综合类大学(含师范类)居多,根据浙江传媒学院“全国文化产业管理专业学科建设”课题组的



统计,大约能够占到50%,其他高校如艺术类高校、财经类高校和其他多科类大学相对要少一些。^①但是,这一统计只是展示了表层的现象,实际上,包括文化产业管理专业在内的整个文化创意产业专业与学科建设在各个高校中的发展状况、性质、水平、命运和感受是完全不同的,并不能一概而论。以综合性大学为例,像北京大学、清华大学那样的著名综合性大学,尽管其文化创意产业专业与学科建设具有较高知名度,但是在其本校的学科与专业结构中,规模、地位、水平均不在主流之列。在财经类大学和其他多科型大学,情况大体类似。情况比较特殊的是那些艺术类大学与学院。不管在哪一种意义上说,艺术类高校与文化创意产业的关系都极为密切。像中国传媒大学,整个学校的专业与学科都与文化创意产业紧密相联,实际上就是中国文化产业大学。其他艺术类院校的情况也大体相同。因此,在艺术类高校,文化创意产业专业与学科建设与综合性大学不同,呈现为专业群、学科群互动发展的模式。另外也存在这样的情况:某些高校,无论是专业建设和学科建设都处在较低水平上,他们兴办文化创意产业类专业的动机除获取文化资本外,主要还是试图在一个新的领域抢占一个有利的位置,牵引其整体实力与知名度的提升。

概言之,在意识形态高调传播的、各级政府主导的、现代化诉求予以强化的文化创意产业建设热潮中,中国高校的回应不可谓不及时、不强烈、不积极。但是,由于建设时间尚短,受地方经济发展制约和高等教育自身体制缺陷等原因,中国高校文化创意产业专业与学科建设的整体水平并不高,更不能说趋于成熟。但是另一方面,文化创意产业专业与学科建设在我国高等教育中是一个新鲜事物,它与前此任何热门或时髦的大学专业(如工商管理、法学等)相比,都更加需要学科的交叉与综合、更加需要与消费文化、信息文化的紧密接驳,因此,着意进行文化创意产业专业与学科建设,很有可能在高等教育改革中开出新生面,推动高等教育取得实质性进步。

^① 参见浙江传媒学院“全国文化产业管理专业学科建设”课题组:《全国文化产业管理专业学科建设分析报告》有关部分。



§ 3. 北京市的文化创意产业专业与学科建设

北京市文化创意产业专业与学科建设,是特定区域高等教育发展的一个命题,因此,关于这个问题应该从区域发展和高等教育发展这两个方面来看。

第一个方面,从区域发展来看,北京市高校文化创意产业专业与学科建设同北京市社会经济和文化的发展密切相关。改革开放三十年来,特别是最近十几年来,北京市国民经济发展突飞猛进,人民生活日益改善。根据北京市统计局和国家统计局北京调查总队 2009 年 2 月公布的统计数据,北京市 2008 年 GDP 已跨入万亿元俱乐部,达到 10488 亿元,比上一年增长 9%。按常住人口计算,全市人均 GDP 达到 63029 元(按年平均汇率折合 9075 美元)。全年城镇居民人均可支配收入达到 24725 元,比上年增长 12.4%;扣除价格因素后,实际增长 7%,增幅比上年下降 4.2 个百分点。农村居民人均纯收入 10747 元,比上年增长 12.4%;扣除价格因素后,实际增长 6.5%,增幅比上年下降 1.7 个百分点。城镇、农村居民消费恩格尔系数分别为 33.8%和 34.3%,比上年上升 1.6 个和 2.2 个百分点。根据联合国粮农组织提出的标准^①,北京市城镇居民的平均生活水平已经达到富裕程度。

北京市国民经济的快速发展为文化创意产业的发展提供了契机,另一方面,包括文化创意产业在内的整个第三产业的发展,为北京市国民经济的发展做出了愈来愈大的贡献。上个世纪 90 年代中期,北京市适时提出了发展“适合首都特点的经济”的理念,1998 年正式提出“首都经济”的概念。短短几年间,产业结构发生了巨大变化。根据北京市统计局和调查总队提供的数据,1994 年,北京产业结构排序首次由“二、三、一”变为“三、二、一”,此后这一结构不断巩固。2007 年,三次产业结构比例调整为 1.1 : 26.8 :

^① 恩格尔系数是用来衡量一个国家和地区人民生活水平状况的通用指标。恩格尔系数(%) = 食品支出总额 / 家庭或个人消费支出总额 × 100%。它主要表述的是食品支出占总消费支出的比例随收入变化而变化的一定趋势。根据联合国粮农组织提出的标准,恩格尔系数在 59%以上为贫困,50~59%为温饱,40~50%为小康,30~40%为富裕,低于 30%为最富裕。