

当代环境文化 与 新闻传播研究

The Research of Contemporary
Environmental Culture and Journalism
and Communication

孙惠敏——主编
漆小平——副主编


浙江大学出版社
ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

非外借

当代环境文化 与 新闻传播研究

The Research of Contemporary
Environmental Culture and Journalism
and Communication

孙惠敏——主编
漆小平——副主编

 浙江大学出版社
ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

当代环境文化与新闻传播研究 / 孙惠敏主编. —杭州:
浙江大学出版社, 2017. 12
ISBN 978-7-308-17504-3

I. ①当… II. ①孙… III. ①环境—文化—研究—中
国②新闻学—传播学—研究—中国 IV. ①X21②G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 246929 号

当代环境文化与新闻传播研究

孙惠敏 主 编

漆小平 副主编

责任编辑 李海燕

责任校对 孙秀丽

封面设计 续设计

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 25.5

字 数 621 千

版 印 次 2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-17504-3

定 价 68.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

序 言

“港通天下，书藏古今”，宁波的历史文化熏陶着一方水土，时代的发展推动着改革实践，城镇、乡村与空间，传统、创新与文化，产品、品牌与传播，影视、数字与营销，互联网、新媒体与出版，新闻、媒体与社会责任……新的时代，我们要传承历史、守正出新，创新话语体系，讲好环境和人的故事，讲好新闻与传播的故事。

浙江省社会科学界第三届学术年会以“传承历史、守正出新，海纳百川、兼收并蓄”为宗旨，提出“创新话语体系，讲好浙江故事”的主题。由宁波大红鹰学院主办的“2016·环境文化传播与新闻出版学术论坛”有幸被选为该学术年会分论坛之一，于2016年6月17—19日在美丽的宁波城举行。本次大会由浙江省社会科学界联合会、宁波大红鹰学院与贵州民族大学共同主办，宁波大红鹰学院艺术与传媒学院、贵州民族大学传媒学院、宁波市海曙区文化广电新闻出版局共同承办，宁波市风景园林设计研究院有限公司、宁波马克标识有限公司协助举办。



本届论坛的主题为：“环境空间文化传承与品牌传播”“媒体融合背景下新闻出版与网络编辑”。二者在创新传承文化、促进区域文化与经济发展上获得统一，目标是：

✧ 为新型城镇文化与乡村文化研究者提供思考的良机，深入考察正在急剧变化的城镇与乡村空间演变的历程与特征，促进新型城镇与乡村建设。

✧ 为区域文创产品设计与传统文化研究者提供对话的平台，发扬地方传统文化，促进文化创意产业发展。

✧ 为新闻传播、媒体融合、数字出版的研究者提供交流的平台，在“互联网+”的时代背景下，探讨新闻出版与网络编辑的发展趋势与方向。

目 录

论坛主题·····	(1)
-----------	-------

领导致辞

在“2016·环境文化传播与新闻出版学术论坛”上的致辞·····	孙惠敏(2)
在“2016·环境文化传播与新闻出版学术论坛上”的致辞·····	索洪敏(4)

主题发言

数字出版·数字阅读·融合发展·····	郝振省(6)
艺术品质与城市文化空间塑造·····	曹意强(9)
进一步优化文化产业发展五大环境·····	马国仓(13)
纸质出版的现状与未来·····	张志强(17)
移动互联网环境下数字出版技术、人才培养·····	郑铁男(21)
城市文化与精神家园建设·····	王旭晓(26)
现境与愿景:中国媒体融合问题辨析·····	颜春龙(31)
基于社会支持理论的农业公用品牌研究·····	刘 强(35)
视觉文化视阈下的中国近现代主体文化传播的图像学阐释·····	张 杰(38)
城市标示和城市文化——标识的传播应用·····	魏 杰(44)
景观建筑设计中建筑信息运用·····	罗埃尔(49)

学术论文

◆新闻传播类

刍议城市传播的元话语·····	崔 波(56)
城镇化进程中环境群体性事件的危机传播策略·····	陆季春(64)
科技出版社的数字化转型之路——以 6 家科技出版社为例·····	朱彩霞 张志强(69)
手机媒体在突发群体事件中的危机传播与管理·····	张 杰(76)
基于内容与使用情况的出版社网站评价体系的构建·····	朱 宇(80)
印象、互动与能力:网络新闻媒体可信度影响因素构建·····	叶 阳(87)
“互联网+”背景下贵州地区新形象的构建与传播·····	郑勇华 张消夏(91)
新媒体新技术给新闻出版人从业生态带来的影响·····	陆高峰(97)
中国女性传统文化传播特点研究·····	田玉军(104)
我国行业特色型大学之融合学科研究——以电信传播为例·····	曾静平 王若斯(111)

浙江城市形象宣传片内容形式探讨·····	程旭兰 潘祎辰(116)
基于 CiteSpace 的微信阅读热点研究的综述·····	丁 琪(130)
高等院校政治思想文化传播在新媒体环境下的研究·····	高建华(138)
期刊的数据战争与出版专业主义	
——美国《科学》杂志引发的思考与启示·····	郜书锴(143)
网络传播文科实践教育基地的探索与实践·····	何海翔(147)
中小型出版社数字化转型的问题与对策研究	
——以宁波出版社为例·····	侯凤芝 吴 波(152)
新媒体时代编辑出版专业实践教学创新探索·····	黄奇杰 侯凤芝(158)
以 SBS 电视台为例探求韩剧风靡的原因·····	江翠平(165)
基于城市公共交通系统的地域文化传播研究——以宁波市为例·····	蒋 欣(169)
产业融合背景下网络与新媒体专业建设与人才培养研究	
——基于浙江传媒学院的视角·····	李新祥(179)
融媒体时代我国电视媒介经营的机遇——以《女神新装》为例·····	刘佳依(188)
媒介传播中的环保意识植入·····	娄未梦(192)
人类学视域下的纪录片《人生七年》解读	
——兼论西方人类学纪录片创作演进·····	毛逸源(195)
浅析视频类网络媒体的品牌营销——以爱奇艺网站为例·····	裴淑雯(199)
浅论传统媒体与新媒体的融合·····	秦 双(205)
2015 年中国数字出版发展回顾·····	宋嘉庚(208)
AR 增强现实技术在幼儿出版物中的应用·····	陶琳娜(212)
中国连环画的数字出版探索·····	王 鹏(215)
论全媒体背景下高校传统媒体与新兴媒体的融合发展·····	王 伟(222)
浅析传统媒体与新媒体融合的方式	
——以电视台为例·····	王怡凡(226)
Analysis of Local Governments' Response to Public Emergency under the New Media Environment·····	王轶群(230)
“互联网+”时代下的贵州省公共资源配置·····	吴金泽(235)
微电影产业与人才培养·····	吴沁尧(241)
融媒体时代下我国传媒产业发展趋势研究·····	肖圆圆(246)
浅析新媒体下经济的变化——以微信营销为例·····	谢兴燕(250)
互联网产品运营中的得与失	
——以“滴滴打车”为例·····	张琳芸(257)
电视新闻系列报道浅谈·····	张铁墨(262)

◆ 环境文化与设计类

奉化沙堤村空间环境演化分析(1980—2014)·····	樊燧琴(265)
城镇文脉与城镇标志设计的建构·····	梁 伟 吕焕琴(274)
宁波城市公共空间导视系统现状及提升研究·····	王艳艳(281)

浙东民俗色彩及文化特征分析·····	刘卓平(290)
海绵城市背景下发展宁波“城市景观菜园”建设的对策研究·····	张 宁(294)
浙江历史街村保护更新模式与规划策略研究·····	漆小平(298)
近郊城镇文化景观建设实例研究:以宁波高桥镇为例 ·····	刘 岚(301)
新媒体技术下的鸣鹤古镇数字化保护与传播探究·····	张 磊(309)
泥金彩漆工艺介入文具产品设计途径探究·····	卞铖(312)
旅游区建设中环境文化特征演变——以舟山市园山岛为例·····	蔡鲁祥(316)
浅谈我国公共空间导视设计·····	陈 欢(325)
基于地域文化的文创产品设计研究·····	丁 欢(328)
新农村建设中环境文化特征演变	
——以钟山区月照社区美丽乡村为例·····	丁洁琼(333)
简论早期工匠的社会职业担当·····	洪 磊(340)
浙东地区城镇历史空间文化变迁到再生的方法探析·····	黄淑娜(346)
基于地域文化的文创产品开发策略·····	康淑颖(350)
新媒体背景下水墨动画的数字化表现及现实应用·····	孔素然(354)
“后海报时代”海报的现状分析·····	李 忱(358)
基于烧制技艺变迁的越窑青瓷文化形态演变——以宁波地区为例·····	冉红艳(362)
本土景观的现代转型——以上海市松江区方塔园为例·····	徐家玲(366)
新媒体艺术下传说故事《杨梅仙子》动漫化表现研究·····	徐瑶瑶(375)
扁平化设计在电子杂志中的应用·····	应 艳(378)
浅议非遗保护利用与现代产品设计中的文化开发策略·····	余 毅(383)
浅析浙东文化对宁波地区校园导视系统设计的影响·····	俞奕秋(387)
慈溪乡村旅游景观规划设计研究·····	张 逸(390)
空间导视与文化传播·····	周剑峰(393)

附录 新闻稿

2016·环境文化传播与新闻出版学术论坛在甬举行·····	(396)
-------------------------------	-------

(一)环境空间文化传承与品牌传播

聚焦于城镇、乡村的空间演变、文化传承、环境特征、导视系统设计,以及地方文化产品创新、文化品牌传播等问题,研究题目包括但不限于:

1. 城镇空间文化传承与演变;
2. 新农村建设中环境文化特征演变;
3. 环境空间变迁中的文化演变;
4. 环境变迁中的传统文化品牌的生存演变;
5. 地方文化传承与文创产业发展;
6. 空间导视与文化传播;
7. 城市文化品牌营造与环境空间。

(二)媒体融合背景下新闻出版与网络编辑

聚焦于传统媒体与新媒体的融合、“互联网+”战略对新闻出版的影响、网络编辑的社会责任、数字媒体艺术、影视传播等问题,研究题目包括但不限于:

1. 网络编辑的社会责任;
2. “互联网+”战略下新闻出版教育创新;
3. 传统媒体与新媒体融合;
4. 网络编辑与互联网产品运营;
5. 数字媒体与内容管理技术及应用;
6. 影视传播、品牌营销、数字出版的有关议题。

在“2016·环境文化传播与新闻出版学术论坛”上的致辞

孙惠敏

(宁波大红鹰学院校长)



尊敬的各位领导、专家、与会来宾：

大家上午好！

2016·环境文化传播与新闻出版学术论坛，经过精心筹备，今天在美丽的宁波如期召开。首先请允许我代表宁波大红鹰学院，向在百忙之中光临本次论坛的各位领导、专家学者、高校同仁和企业界、新闻界的朋友，表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

作为全国应用技术大学试点建设单位和省应用型建设试点示范高校，宁波大红鹰学院始终坚持“立足地方、融入地方、服务地方”的办学宗旨，坚持“注重内涵发展，突出特色办学”的发展战略，以“成为中小企业发展的首选大学”为办学理想，通过深化校企多元合作，不断加强学科专业建设、人才培养工作与地方经济转型升级和新产业、新业态发展需求的融合对接，不断提升服务地方经济社会的贡献度；在优化学科专业整体布局的过程中，学校结合地方文化创意产业发展目标，构建了以“艺术设计、文化传媒”为重点方向的学科板块，着力推进了设计艺术学、新闻学两大省重点学科的建设，并取得了初步建设成效。

在国家、地区大力推动城市化建设与大力发展文化产业的进程中，学校更应该有所作为。围绕着服务区域经济发展的基本定位和重点学科的建设，学校积极寻求与地方文化创意产业的结合点。为了加强与国内外环境空间文化及新闻出版领域同行的研讨交流，更好地适应区域新经济发展要求，进一步提升学科建设水平和专业特色人才培养质量，学校在省

社会科学界联合会的大力支持下,携手贵州民族大学共同主办本次论坛。通过与艺术设计、新闻传播业相关企事业单位的交流沟通,并积极寻求专家学者的理论指导,逐渐凝练了此次学术论坛的基本宗旨与思路。

“港通天下,书藏古今”,宁波的历史文化熏陶着一方水土,时代的发展推动着改革实践,城镇、乡村与空间,传统、创新与文化,产品、品牌与传播,影视、数字与营销,互联网、新媒体与出版,新闻、媒体与社会责任……新的时代,我们要传承历史、守正出新,创新话语体系,讲好环境和生态的故事,讲好新闻与传播的故事。

“环境文化传播与新闻出版学术论坛”的主题为“环境空间文化传承与品牌传播”“媒体融合背景下新闻出版与网络编辑”,目标是创新传承文化、促进区域经济与文化发展,为新型城镇文化与乡村文化研究者提供思考的良机,深入考察正在急剧变化的城镇与乡村空间演变的历程与特征,促进新型城镇与乡村建设;为区域文创产品设计与传统文化研究者提供对话的平台,发扬地方传统文化,促进文化创意产业发展;为新闻传播、媒体融合、数字出版的研究者提供交流的平台,在“互联网+”的时代背景下,探讨新闻出版与网络编辑的发展趋势与方向。

论坛的主题获得了浙江省社科联的认同,有幸成为浙江省社会科学界第三届学术年会分论坛,以“传承历史、守正出新,海纳百川、兼收并蓄”为宗旨,以“创新话语体系,讲好浙江故事”为主题。这次学术论坛,经过与会者共同努力,将是一次认真贯彻落实习近平总书记关于哲学社会科学工作重要讲话的盛会。

习近平总书记在5月17日召开的哲学社会科学工作座谈会上的讲话中强调,一个没有发达的自然科学的国家不可能走在世界前列,一个没有繁荣的哲学社会科学的国家也不可能走在世界前列。坚持和发展中国特色社会主义必须高度重视哲学社会科学。他指出,这是一个需要理论而且一定能够产生理论的时代,这是一个需要思想而且一定能够产生思想的时代。总书记关于哲学社会科学的重要讲话,就是为了解决现实需求和理论供给不足的矛盾。构建“全方位、全领域、全要素”的特色哲学社会科学体系,是总书记的殷切期望,也是时代的迫切需要。

本次论坛邀请到来自有关高校、研究机构及新闻、企业界的领导、专家学者近60人参加,论坛期间,还将有多位学界专家为我们作精彩报告。借此机会,我谨代表学校,再次向给予我们热情指导和帮助的省社科联领导以及兄弟高校专家、企业界的朋友们表示由衷的感谢。

我们真诚地希望,到会的各位代表能通过这个难得的交流平台,共同探讨环境设计和新闻出版业发展的有效路径,彼此分享环境文化传播及新闻出版领域的前沿理论与实践经验,进一步凝聚合作共识,为提升我国城镇文化生态建设水平、促进新闻出版行业的创新发展发挥积极的促进作用。同时,借此机会,我们也诚挚地希望,与会的专家学者、企业家对我校教育事业的建设发展多提宝贵建议,对我们今后的工作继续给予一如既往的支持和帮助。

最后,衷心祝愿本次论坛取得圆满成功,祝各位嘉宾身体健康、工作顺利!

谢谢大家!

在“2016·环境文化传播与新闻出版学术论坛”上的致辞

索洪敏

(贵州民族大学研究生院院长)



尊敬的各位领导、各位来宾、各位朋友，老师们、同学们：

大家上午好！

很高兴来到“港通天下、书香之城”——宁波，来到蒸蒸日上的宁波大红鹰学院参加今天的盛会！

首先请允许我代表贵州民族大学研究生院，向各位领导和来宾表示热烈的欢迎和衷心的感谢！感谢大家在年中和期末最繁忙的时候前来参加今天的会议！特别感谢孙惠敏书记对本次大会全力支持，感谢郝振省会长的亲临。

本次学术会议是我们贵州民族大学和大红鹰学院东西部两所高校第一次联合主办，目的是实现资源互补，学科共建，加强学术交流，是一种协同创新式的校校联合、卓有成效的有益探索，经过双方老师三个月的辛苦筹备，本次大会得以圆满开幕，这离不开在座各位的真诚参与和支持！

这次年会从人员规模、会议主题、议程安排看，都是一次高规格、高质量的会议。为此，我要再次感谢宁波大红鹰学院，感谢大红鹰学院艺术与传媒学院，感谢漆小平院长、黄奇杰教授、叶阳副书记、刘岚副院长，以及贵州民族大学传媒学院春龙院长和长城副书记以及他们率领的团队对举办这次会议所做的卓有成效的工作。

贵州民族大学创建于1951年5月17日，已有65年的办学历史，2012年经教育部和贵州省人民政府批准，原贵州民族学院更名为贵州民族大学，是新中国创建最早的民族院校之

一,是贵州省重点建设的高校、贵州省人民政府和国家民委共建高校、教育部本科教学工作水平评估优秀等次高校和接受中国政府奖学金来华留学生高等院校。学校现有两个校区,花溪校区坐落于山清水秀、被誉为“高原明珠”的贵州风景名胜区贵阳市花溪区,大学城校区坐落在产城融合创新、生态文明示范的贵安新区,占地面积共 2825 亩、校舍面积共 75 万平方米。现有教职员工近 2000 人,本科生 2.4 万余人,在校研究生 692 人,其中 665 名硕士生,17 名留学硕士生,10 名博士生。

在这里特别介绍一下我们的传媒学院,该院“新闻传播学”是贵州省唯一的新闻传播类省级特色重点一级学科。该学科现有民族传播学、传媒社会学两个学术型硕士学位授权点,新闻与传播硕士、广播电视艺术硕士两个专业型硕士学位授权点,共计 4 个硕士学位授权点。该学科目前有在校研究生 80 人。

今年 4 月,我研究生院已经与宁波大红鹰学院签订研究生联合培养的合作协议,昨天在贵校进行研究生实习实践基地挂牌仪式,这将开启我们两校研究生教育的新篇章。在创新的当下,我校在“十三五”学科发展规划里提出到 2020 年希望发展到在校研究生 1000 人以上规模,是不难实现的。本着“依托优势学科、突出学科特色、保障质量、引领创新、适应需求”的原则,对研究生进行分类培养。

本次大会的主题是“环境文化传播与新闻出版”,筹办者精心设计了两个分论坛,分别是“环境空间文化传承与品牌传播”“媒体融合背景下新闻出版与网络编辑”。本次大会亮点多多,邀请到国内顶级高校学界大腕,如中国人民大学、南京大学、浙江大学、中国美术学院等;也有业界引导者,如北京斯麦尔等,让本次大会蓬荜生辉。

“环境”“文化传承”“媒体融合”“网络编辑”,这些字眼提示我们当前我国新闻教育和新闻学科所面临的严峻形势和所承受的巨大压力。我们希望通过研讨,大家在我国新闻学科建设发展和新闻教育改革创新的路径和对策方面能够形成一些共识,希望大家多进行思想的碰撞,多多闪现智慧火花。

总之,本次盛会不仅能够营造学术交流的氛围,更为我们两校提供了一个高起点、宽范围、多领域的学术交流平台。通过与专家、学者面对面的交流,可以丰富我们的知识,促进优秀知识成果的交流,拓宽师生的学术视野,激发我们钻研学术的热情,增强师生的使命感和责任感。

最后,祝贺宁波大红鹰学院更名宁波财经学院成功之际,送上一个诚挚的祝福:“红鹰展翅,梦想飞天,创造卓越,财源滚滚,经久不息。”

2016 年 7 月 15 日,贵州民族大学将在贵阳举办一次国际会议——“2016 年全球传播论坛”,诚挚向各位专家发出邀请。按照贵州省委敏尔书记的说法,“我在爽爽贵阳等您!”

预祝大会圆满成功!祝各位领导、专家、老师、同学们身体健康,万事如意!

2016 年 6 月 17 日

宁波

数字出版·数字阅读·融合发展

郝振省

(全国政协委员、中国编辑学会会长)



一、数字出版、数字阅读、融合(统合)发展已经立体化地覆盖和席卷我们所有的生产与生活

从产品环节看,电子书、有声书、涂鸦书等各种形式投入与产出的产品,统合了人类的视觉、听觉、触觉。以近两年表现十分活跃的有声书为例:中老年人的“养生听书”、年轻人的“驾驶听书”、学生群体的“考试听书”、婴幼儿的“启蒙听书”、家庭主妇的“烹饪听书”、都市白领的“健身听书”、旅游爱好者的“旅行听书”,通过手机 APP 或者其他终端实现不同内容、不同场景、不同设备的全统合、全融合。有机构统计,2015 年我国有声阅读市场规模已达 16.6 亿元,预测 2016 年该市场规模将达到 22 亿元。

从读者环节看,VR 技术统合了视听内容的虚拟与现实场景;Kindle 等电子阅读器统合了电子书与纸质书的阅读体验。以医生为例,他可以在上班途中实现“驾驶听书”;在研究病例时,通过“信息可视化”技术学习电子期刊中的案例;在休闲时,他可以参加“科幻自出版”期刊的编写。在任何时候都可以借助手机终端上网、微信、编辑交流与各项浏览。在一个人身上,能够看到数字阅读正在成为人们基本的生产方式和生活方式。同时也可以说是人们受到了数字出版、数字阅读、网络信息等无孔不入的“围猎”。

从出版环节看,自出版模式统合了生产者、编辑者、传播者的角色分工;众筹出版统合了资本、内容、营销渠道等生产要素。其实,就眼下的出版社、出版单位而言都处在一种融合发

展,或者指向融合发展的状态,都生产纸质版、电子版、网络版,甚至微信版图书,只是程度强弱不同罢了。

读者身体重要的视、听、写、触器官被充分地开发出来,时间被挖掘利用到极限,读者的生存空间也被开发和消费到极限。

从产品的传播看,由于数字出版与数字阅读的跨时空传播、即时传播的本质特征,它使得同一个信息、同一条有价值的资讯可以瞬间跨越千沟万壑、千山万水传到天涯海角,传到世界各个角落。这就大大地延伸了出版物内容辐射的半径,扩大了消费的人群,实际上大大扩大了出版物的服务人群。无论是公共服务,还是付费服务,都是服务对象与出版物市场的双重扩张。

于是,个人获取的知识面得到了一种几何级数的极度拓展。由于能比较迅速地查询到需要了解的资讯,满足了个性化需求,带来了极大的便利。计算机,或者说与计算机网络相捆绑、相连接的智能手机事实上成为一个天字第一号“百科全书辞典”或曰“万能辞典”。

从产业发展看,产业规模得以迅速扩张提升,2015年数字出版规模已达4000多亿元人民币,数字阅读已达93亿元接近100亿元人民币。当一个个读者市场被充分开发以后,整个出版、传播阅读消费的市场无疑会得以迅速地扩张、发展和提升。

这种新的数字出版与数字阅读技术,既催生了好多新兴产业领域,也摧毁了不少传统的产业模式,这是科学技术双刃剑的作用及效应。

二、数字出版、数字阅读也相应产生了若干负效应(负面影响)

在对读者个人视、听、写、触等器官功能充分开发的同时,也意味着读者的这些器官经常处在一种全方位开放、全方位劳作、全方位使用的状态,空间上并存、时间上继起的节奏受到严重挤压,同一个时间,或不在同一个时间,都有不同的器官在辛勤劳作,进而言之,所有的接受信息、资讯的各个人体器官都处在高频率的工作状态之中,难有闲暇时间得以缓冲。信息的传递频率过快和数量过多过滥,没有给读者留下足够的时间进行思考和消化,更多的是对屏幕的反射性思维,而不是反刍性思维;更多的是对问题的一种马铃薯式的反应,而不是一种有内在关联的系统性思维;更多的是对百度、谷歌的依赖性查找,而不是有相关的内容、有规律地存储在记忆的深处,随时为主人服务。以致读者疲于奔命,无暇顾及,被各种信息、资讯所“围猎”,只有招架之力,没有还手之功,进而只愿意和可能消费各种资讯、信息,而不愿意去较深入地思考一些问题,更发怵生产一些有价值的资讯、信息。一本再好的书读15分钟,便不愿意再认真地读下去,读完它。接收终端碎片化的资讯或信息的瞬间转移,加上所谓的轻松、便捷的链接,已经使读者的注意力很难固定在一个问题上或一个方面内容上面,出现了所谓的注意力分散、稀释和丢失的现象。不少读者已经很难专注地阅读一个方面的资料,深入地思考一个方面的专题了。

出现类似问题的原因,有的学者认为:我们的数字出版与数字阅读经历了以技术为中心、以内容为中心到以读者为中心的三个阶段,这是一种明显的进步,但这种以读者为中心,仍然是基于“经济学”的考虑,而非社会学或文化学方面的考虑。具体表现为,过度强调服务读者个性化、多样化消费需求,努力实现经济效益的最大化。“读者中心”服务于和服从于“经济效益为中心”,或者服务于和服从于“利润中心”。走的是一条依靠作者与出版商的结合、内容与技术的结合、产品与渠道的结合来实现盈利的路子,更多地把精力放在挖掘产业

链末端的读者消费潜力以提升产业经济效益上。再具体一点说:强势的技术型企业凭借自身技术和规模优势,高歌猛进,抢占数字出版市场,迎合读者以获取经济效益;大型文化传媒企业有的像经营娱乐业一样经营出版业,出版或成为赢利工具;不少弱势的传统出版单位在企业化、数字化转型过程中无力引领数字出版参与单位落实其社会责任。

三、据此,我们的融合发展,是否要考虑以下几个问题

首先,我们应该明确,融合发展最基本、最深刻的含义。当然要建立很好的用先进网络技术武装起来的出版传媒单位,建立很有实力和竞争力的现代传媒集团,建立覆盖广泛、传播迅捷的现代传播体系,否则,我们就不能进入国际社会,引领发展潮流,但基础和前提必须是社会主义核心价值观,以此来统领新技术的采用和新内容的传播。套用司马迁“德者,才之帅也,才者,德之资也”的名言,价值观者,新技术统帅也;新技术者,实现价值观之手段也。

其次,就“读者中心”的基础而言,既要建立在经济学的基础之上,又要建立在社会学和文化学的基础之上,而后者可能更根本一些,应放在首要位置,在出版物的采集、出版、传播已经高度数字化、网络化、读屏化的背景下,如果不审时度势,大力发展数字阅读,既是不可能的,也是不允许的,但同时也应对“过度消费”问题保持足够的警惕。

再次,就产业发展而言,由于数字化、网络化的迅速铺开,门槛又较低,所以,在一定意义上说,每个读者都是出版人或者都是新闻人,于是自助出版成为一种重要的出版现象。如果我们引导得好,规划得好,有可能成为出版产业的一个十分重要的板块和建设文化强国的重要任务目标,但是也应对产业发展的前景和规模、方式做出比较科学的研判,要从消费者(读者)方面把握数字出版产业发展的合理界限。如果说,我们巨额的图书库存已经成为我们沉重包袱的话,那么漂浮、拥挤的大量的泡沫信息已经在折磨着我们自己和我们的读者。

(根据现场录音及 PPT 整理)

艺术品质与城市文化空间塑造

曹意强

(中国美术学院艺术人文学院院长)



一、环境文化(公共空间的建设与传播)

19 世纪开始,环境文化由特定的人群、特定的时机、特定的环境三者合成一个独特的文化面貌。今天全球化的趋势,使得我们的城市空间塑造变得越来越困难,表面上看很容易,事实上越来越困难,这个困难就在于它的同质化。世界各地、尤其是中国,均在模仿建造同样的城市文化空间模式,在这个情况下,我们必须探讨一个环境文化建设与传播如何既保持历史面貌,同时又使自身呈现出一种创意。我们对传统、古老的任何文化的继承,它真正有创建性的地方是如何通过现实的需要去激活传统的文化基因,传统本身不会发出创建性,而它的活性基因也要被发现、被刺激、被救活。

二、公共文化环境的城市身份(从历史的城市身份向象征性经济转化)

20 世纪 70 年代时,全世界掀起一种文化的风潮,就是重新确定历史城市的身份,在这个过程中,主要是依靠修整、保存传统的地标式建筑、传统的风俗,这个过程中,艺术介入了这种城市身份的定位与展现,艺术变成了一种公共艺术。同时大家在投资建设商会、传统的食品市场、新型饭店、咖啡馆、酒吧的过程中,把这些建设与城市的公共艺术融为一体,特别重要的一个标志就是艺术博物馆的建设。

目前中国发展公共文化环境的现实情况,是进入了欧美国家 20 世纪 70 年代的状况,尤

其是公共艺术和艺术博物馆的建设,世界认为中国处于一个多馆的状态,我国现在每年兴起众多的博物馆,私营的、公益的有几百家之多,最多一年有 400 多家,这是努力去建构一个历史城市空间的文化身份的过程。所以,我国到了 20 世纪 90 年代,公共文化环境所展现的城市身份开始转向象征性经济,指的就是美学经济。城市公共空间的美学化存在一个重要趋势,这个美学化包括对商店、饭店、咖啡馆、酒吧、街道、公园的设计都成为一种可消费的美学空间。

三、城市公共空间的三种价值

经济价值,也就是财产的价值、资产的价值。

道德的价值、社会的价值,让人群在公共空间中能够区别好与坏、安全与危险等,涉及日常生活的各个方面。

视觉价值(美学价值),其实是一个最重要的判断价值。

财产的价值、社会的价值,都是要有品质标准的。例如刚才讲到的纸质媒介是否会消亡,我认为不会消亡,因为纸质媒介具有一种特殊的品质价值,这个品质价值不在印刷本身,而在于纸质书本制作过程所产生的美学价值,比如视觉感、触感。如果一个民族纸质印刷品全部不存在了,这个民族一定会走向消亡!因为缺少思想跟一种特殊的纸质、印刷设计之间的交流,这个会影响我们对世界的价值判断。

我认为城市公共空间的这三种价值是相互联动的,但是美学价值是一个最重要的判断价值。以前都说艺术作品、形而上学的观念都是上层建筑,但今天应该已经融入我们的社会生产中,而且起到主导作用!所以我会说得极端一点,在建筑领域,一个建筑的审美价值必须被优先考虑,缺乏建筑审美价值的建筑,它的功能一定是最坏的,审美价值最高的建筑,它的功能一定是最好的。比如上海外滩那些殖民时期的外国建筑,应该说在欧洲建筑中也是很普通的建筑,但今天看,它的审美价值和功能价值依然是最好的。而我们中国很多建筑,只讲实际功能、使用功能,忽略了审美功能,它的功能是很差的,所以在城市公共空间建筑上,也是美学价值必须优先。

四、审美品质决定文化公共空间的经济和道德价值(文化创意产业)

没有审美价值的空间,难以实现经济和道德的价值,所以今天要努力地把经济与道德价值通过审美设计来提升。我们国家的众多建设,从建筑和文化产品上说,最大的弱点就是缺乏品质!中国的景德镇陶瓷,为世界所瞩目。可以说,中国与很多国家的文化交流,甚至是外交关系都是通过陶瓷这个使者来实现的。但今天很可悲,景德镇一卡车的陶瓷只能换取英国的一件陶瓷,原因很简单,是因为美学价值沦落了,美学价值的沦落导致经济价值、甚至是道德价值的沦落!

从这个角度谈文化创意产业,我觉得我们目前对文化创意产业的认识是误解了。文化创意产业观念是 20 世纪 80 年代时一批英国学者提出来的,他们前瞻性地看见了 21 世纪将是一个世界一统化的地球村,在这个世界中,人们通过数码、数字、网络,使得我们各个区域独创性的东西难以保密、保持,也就是说,人类的一切东西、一切资源都将成为大家共享的资源,这跟十五六世纪大不一样。葡萄牙、西班牙国家船造得好,所以统治世界;19 世纪工业