



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

童兵：中国大众传媒对发展创意产业缺乏时代自觉

<http://www.fristlight.cn> 2006-10-30

[作者] 潘聪平

[单位] 北京大学新闻网

[摘要] “同英国提出的创意产业定义相观照，我国前几年提出的新闻传媒业的‘内容产业’实际上是创意产业的一部分。”来自复旦大学新闻系的童兵教授在2006年10月28日下午的北京论坛“创意产业分论坛”上提出了这一观点。童兵教授认为，内容产业是个人或团队依据自己的创意，针对媒介市场的需求，以媒介适用内容为重点来开发与营销媒介产品、创造财富和文化价值的一种产业。

[关键词] 大众传媒;创意产业;复旦大学新闻系

“同英国提出的创意产业定义相观照，我国前几年提出的新闻传媒业的‘内容产业’实际上是创意产业的一部分。”来自复旦大学新闻系的童兵教授在2006年10月28日下午的北京论坛“创意产业分论坛”上提出了这一观点。童兵教授认为，内容产业是个人或团队依据自己的创意，针对媒介市场的需求，以媒介适用内容为重点来开发与营销媒介产品、创造财富和文化价值的一种产业。报章杂志上的新闻作品、言论作品，广播、电视、新闻网络、手机中的新闻作品、言论作品、艺术作品，传媒策划的新闻活动及其衍生产品等，都属于内容产业之列。而以内容创新为特色的这一产业，正是创意产业的重要组成部分。论及中国大众传媒业的现状，童兵教授表示了他的担心，“和许多学者所批评的一样，当前的中国大众传媒对发展创意产业还是缺乏时代自觉的。从创意产业的休闲需求上来说，在内容层面上，中国传媒在创意和生产两方面都是不够的。”他进一步阐释说，过去长期存在的“千报一面少特色，上传下达少新闻，舆论一律少监督，高调自赏少知音”的状况虽有所改变，但尚未根绝。从表现手法看，一点论、绝对化、单向传递、生硬说教，令人难以接受，趣味索然。在童教授看来，对新闻事件报道的策划也代替不了真正的内容产业创意。内容产业创意虽然也包括对一个具体新闻事件报道的创新性策划，对一个新闻人物的有特色的推介等，但是它是全局性的、战略性的、整体性的。因此，他认为，对多数人的休闲需求来说，目前多数传媒是不适应的。就“内容产业”的层面看，它们一无创意，二无生产，如不认真改弦更张，在市场经济面前是没有出路的。

[我要入编](#) | [本站介绍](#) | [网站地图](#) | [京ICP证030426号](#) | [公司介绍](#) | [联系方式](#) | [我要投稿](#)

北京雷速科技有限公司 Copyright © 2003-2008 Email: leisun@fristlight.cn

