

燕京

文化创意产业

学刊

2016年卷
(总第7卷)

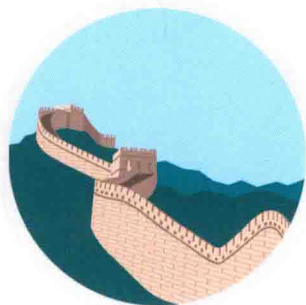
主编

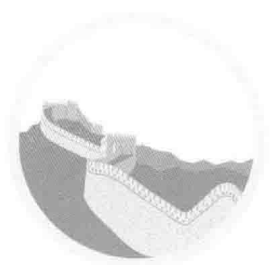
包晓光

副主编

杨慧

中国社会科学





燕京
创意文化
产业学刊
2016年卷
(总第7卷)

主编

包晓光

副主编

杨慧

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

燕京创意文化产业学刊. 2016 年卷: 总第 7 卷/包晓光主编. —北京:
中国社会科学出版社, 2017. 10

ISBN 978 - 7 - 5203 - 0864 - 9

I. ①燕… II. ①包… III. ①文化产业—北京—丛刊
IV. ①G124 - 55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 210416 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 安 芳 巴 哲
责任校对 张爱华
责任印制 李寡寡

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2017 年 10 月第 1 版
印 次 2017 年 10 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 26.75
字 数 448 千字
定 价 98.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

本卷学刊出版得到首都师范大学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	[中国台湾]	陈瑛	张朝霞
	徐国源	李康化	陈信凌	赵玉忠
	董庆文	[美国]	秦勇	凌燕
	杨霞			

前 言

过去的一年，世界舞台颇不寂寞，发生了不少令人瞩目的大事。其中，特朗普的政治逆袭和“通俄门”、英国的“脱欧门”、韩国的“闺蜜门”、卡塔尔的“断交门”、朝鲜的“核武门”，无不情节起伏跌宕，给身处东方的中国看客上演了一出又一出精彩好戏码。

这些看似与我们无关的事情，在专家看来，其实都与一个词有关，从而也与中国人有关，这个词就是“全球化”。

学者喜欢把简单的事情复杂化，对“全球化”做过度阐释。其实，现代学者对所谓“全球化”的理解，还没有马克思、恩格斯的说法来得精辟。他们在谈到资本主义扩张带来的世界性影响的时候指出：“不断扩大产品销路的需要，驱使资产阶级奔走于全球各地。它必须到处落户，到处创业，到处建立联系。资产阶级，由于开拓了世界市场，使一切国家的生产和消费都成为世界性的了。……过去那种地方的和民族的自给自足和闭关自守状态，被各民族的各方面的相互往来和各方面的相互依赖所代替了。物质的生产是如此，精神的生产也是如此。各民族的精神产品成了公共的财产。民族的片面性和局限性日益成为不可能，于是由许多种民族的和地方的文学形成了一种世界文学。”^①

马克思、恩格斯这段话虽然最后归旨于“世界文学”，但对“世界性”的阐述实际上表达了他们对“全球化”的理解：第一，全球化是由生产力大发展驱动的，因为只有生产力大发展才会产生“不断扩大产品销路的需要”，才会不断开拓“世界市场”。第二，资本主义全球扩张为生产力大发展开辟了广阔空间。第三，地方的和民族的片面性与局限性被打破，“各民族的各方面的相互往来和各方面的相互依赖”是资本主义全

^① 《马克思恩格斯选集》第一卷，人民出版社1972年版，第276页。

球扩张的结果。马克思、恩格斯实际上讲了全球化的三个方面：全球化的内驱力、经济全球化、文化全球化。

显然，在马克思、恩格斯那个时代，资产阶级奔走于全球各地的忙碌身影，是全球化资本主义自由竞争的一道风景。如果马克思、恩格斯的分析 and 判断没有错，那么，在那之后，此种意义的全球化进程就日甚一日，如果我们不是太健忘，就会联想到中国正是在 19 世纪中后期被身不由己地卷入这一波全球化的浪潮之中的。中国人对这一波全球化的认知充满痛感，要是没有这一波外力的入侵，也许清王朝对中国的统治还要延续好多年。此后的洋务运动、戊戌变法、辛亥革命、五四运动等国内变局，都可以看作这一波全球化给中国带来的作用及其结果。要说这一波的全球化对中国有什么益处，那么，也许可以说它对中国走出长达两千余年的封建王朝治理，形成独立主权民族国家的推动作用不可或缺。当然，在这一过程中的民族心理挫折、人民的苦难与牺牲，都是不能忽视的巨大创伤。

自“全球化”成为文化理论界和传媒领域的“热词”以来，人们往往不加分别、笼而统之地谈论全球化，忽略了全球化的历史内涵，漠视了全球化的主体与客体，淡化了全球化的复杂意义。实际上，全球化并非只有上述一波，每一波中也可能存在顺逆之争和强弱之别，对不同的对象和主体而言，全球化的意义和价值可能大为不同。一般来说，只有当主体与对象达成某种共识的时候，全球化才能在对象领域得到推进，否则，就会磕磕绊绊。

在上一波全球化——马克思、恩格斯所说的资本主义主导的全球化尚未终结的时候，第二次世界大战之后不久，一轮新的世界波很快成形并迅速波及各国。这新的世界波就是新技术革命，也就是托夫勒所说的第三次浪潮。就已然的历史事实来说，这一轮的新技术革命看起来仍然是加强了马克思、恩格斯意义上的全球化，因为我们看到此后近半个世纪的意识形态和国家实力之间的竞争与博弈，最后导致了苏联和东欧社会主义阵营的垮台，这似乎印证了上一波的全球化的威力，但是，这仍然不能证明全球化已经完美收官。因为我们看到了新一波的全球化正在上演，至少在一些细节上看是如此。

如果说马克思、恩格斯意义上的全球化在骨子里是一波由资本主义主导的交往全球化，那么，新一波的全球化看上去似乎是由新媒介——互联网技术主导的，所以，我们姑且将其称为媒介全球化或互联网全球化。与上

一轮全球化相比较，新一波全球化的特点还是比较明显的。其中特别显著的一点就是互联网全球化的广度、深度，远远超过了上一轮的全球化老媒介扩张的广度、深度，它的触觉遍及世界每一个角落，在空前广泛的人类社会领域深达人的内心世界。其次，互联网全球化的速度是前所未有的。中国自1994年接入互联网，短短二十几年就成为世界上首屈一指的互联网大国。借助互联网的便捷传输，你在世界的另一边说话，世界的这一边马上就听见甚至看见，上一轮全球化构成的地理空间和时间的阻隔似乎瞬间就消失了。还有一点也很重要，那就是互联网全球化的技术中立性。互联网借助各种智能移动终端，搭建了通达人的内心世界的便捷通道，除非有意设置障碍和自我拒绝，它可以自由地传输任何信息，你想要的和不想要的，它都可以一股脑地塞给你。在这个语境下，谈论互联网全球化几乎就是落伍，我们应该谈全球互联网化可能更合乎时宜，因为世界已经被装入了互联网。

在某种意义上，上一波的交往全球化，可以看作国家、民族、地区的全球化，处在全球化下游的人民，或屈辱、谦卑、懵懂地被全球化，或自觉、自愿地拥抱了西方主导的全球化。而新一轮的媒介全球化则拥有不同的故事情节，是一个一个的个人全球化，互联网全球化为个人的全球化提供了可能性。

即使是在新的科学技术革命日新月异的今天，仍然不能说上一波交往全球化已经终结。因为我们看到了交往全球化、媒介全球化、个人全球化相互叠加的奇异景观。这种相互叠加带来的复杂效应令人始料未及。新一波的全球化叠加在上一波的全球化之上，会不会使后者得到强化呢？反过来，上一波全球化会不会助推新一波的全球化呢？它们交融在一起到底会产生什么呢？这些显然都需要进一步观察。

依据某种善良的愿望，人们希望全球化带来好的结果，但是，对“善良的愿望”和“好的结果”的理解是那样大相径庭，以至于当人们面对全球化带来的种种后果的时候，更愿意保持沉默。在1991年之后的世界镜像中，交往全球化屡屡遭受挫折。就是新一波的媒介全球化和个人全球化，其作用与后果也不能完全以乐观主义观之。全球化运动发展到今天，反全球化、去全球化和逆全球化的声音、主张和实践仍不绝于耳，这些声音、主张、实践通过媒介全球化和个人全球化，瞬时传遍全世界，几乎毫无阻碍地抵达个人的意识深处。

上一波的交往全球化,依据资本主义的交往理性,构建了一整套的交往体系和游戏规则,它们深入世界的政治、经济、军事、文化、思想之中,有效地保证了西方的话语权、主导权和交往优势。一个多世纪的实践表明,对待交往全球化的最好方法不是拒绝它,而是加入它,就像中国的改革开放所做的那样。

如果说 1991 年苏联的解体和东欧的剧变标志着上一波全球化浪潮达到了峰值,那么,在那之后的二十几年间,第三世界国家的改革开放浪潮、新兴市场经济国家的崛起、新一波的媒介—互联网全球化,则使上一波全球化渐趋下行并呈现出多元化发展的复杂局面。在当下,一家独大的全球化看起来已不合时宜,与达成共识相比,平等、自由、多元、共赢的交往与对话显得更加重要。我们无法断言新一波全球化是人类的福音,但可以确认它将会给全球化运动带来新的机遇。

2016 年 11 月,《燕京创意文化产业学刊》编辑部在京召开创刊七周年座谈会暨“中国文化创意产业转型与发展”学术研讨会,与会领导、学者、业者讨论的中心议题就是“新时代语境下中国文化创意产业转型与发展”问题。本卷学刊开篇即谈“全球化”,实际上延续了上次学术会议的主题。所谓“新时代语境”,实际上也就是新一波全球化浪潮中的可持续发展语境。30 多年前,中国决心改革开放,自觉融入交往全球化走出了历史性的一步。20 世纪 90 年代中期,恰逢新一波全球化浪潮勃兴,中国乘势而起,在媒介—互联网全球化浪潮中,成功转型为新一波全球化进程中的话题创造者、议题引领者、问题解决者,这说明全球化给了中国机遇,而中国也抓住了机遇。《燕京创意文化产业学刊》愿做中国深化文化体制改革进程中的思考者和实践者,为推进中国文化创意产业发展而不断努力!

编者

2017 年 6 月

目 录

前言	(1)
----------	-----

卷首特稿

互联网重构了我们的社会生活	陈力丹 (3)
新媒体与文创知识产权保护的困局	丘昌泰 (9)

文化创意产业

公共传播视域下基于媒介技术层面的文化产业创新趋势	
思考	吴文瀚 (25)
旅游产业与文化产业融合的机理与实践	
——以贵州古镇为例	刘彩清 (30)
福彩传播：历史变迁及现状研究	党生翠 (38)
改革开放与关中影戏最后的辉煌	
——三十年农村文化变迁的个案研究	梁君健 (47)
北京“老字号”文化的“新”传播	李 艳 (62)
文化产业如何进行“创意”	李稚田 (73)

新闻传播研究

科学主义与人本主义：当代舆论学发展路径的反思	李欣人 (83)
媒体融合背景下浙报集团人事管理策略分析	黄 森 (92)

影视传播研究

- 中国网络剧叙事艺术促进网络剧产业发展 张智华 (101)
- 微信传播与电影竞争力的增值路径
- 以《釜山行》《隧道》为个案 陈林侠 (108)
- 北京市广播影视类出口重点企业研究 范青青 王文杰 (120)
- 新媒介驱动下的纪录片产业创新 宋 晖 (137)
- 透视新媒体环境下的电影市场变局
- 兼谈中国电影“唯艺术论”与“唯票房论”之争 ... 李焕征 (145)
- 略论电视艺术与电视技术嬗变 潘婷婷 (160)
- 央视娱乐产品在社会精神文化秩序构建中的意义分析 杜文博 (170)

新型城镇化与文化创意产业

- 农业文化遗产“遇见”文化创意产业 王米琪 芦思奇 (181)
- 乡村的复兴与未来的发展
- 专访中天伟路(北京)投资有限公司执行
- 总裁赵宗琦先生 芦思奇 王芮琪 (189)
- 乡村创意旅游发展路径研究 卢佳华 郭 嘉 (196)
- 文化生态视角下的古村镇保护和开发研究
- 以大汶口复兴项目为例 孙 欣 李 飞 (205)
- 乡村复兴对当地村民的影响研究
- 以大汶口古镇复兴项目为例 王紫薇 (213)
- 台湾农村社群文化发展研究
- 以台南土沟农村美术馆为例 吴明峯 (220)

京津冀一体化

- 京津冀文化产业协同发展：我国区域文化产业战略的承继与
- 超越 杨 慧 (231)

“京津冀一体化”视野下首都文化艺术园区建设的

契机 秦 勇 王紫薇 (242)

燕京历史文化研究

康熙编码：理性思维之前清疑案 孙克克 (251)

国际视野

刻在石上的爱国精神：国家象征拉什莫尔山意义的风雨

变迁 [美]特蕾莎·伯格曼 (271)

人情味：论手写感谢信在公共关系实践中的

重要性 [美]蒂姆·霍华德 (278)

文化创意产业与媒体教育

跨学科背景下文化产业实践型人才培养模式探索

——以首都师范大学文化产业专业为例 秦 勇 (289)

以工作坊为平台的新闻学专业视觉传播能力实践教学探索

——以中国劳动关系学院劳工新闻工作坊为例 高传智 (300)

艰难的突围

——媒介融合背景下青少年媒介素养教育策略

研究 张贵勇 (307)

创意孵化器

冀中城市群文化产业建设比较研究

——以保定市为例 田 天 (321)

网络视频直播“秀场”的监管该何去何从？ 杨书培 (332)

试论编辑人能否分享作者的著作权 孙 琦 (343)

文化消费视阈下的北京地铁文化分析 闫扬洋 (355)

京津冀一体化语境下的天津文化创意园区发展模式

研究 王米琪 (368)

“互联网+”背景下北京的“中华老字号”品牌文化传播状况

调查 刘 敏 (378)

消费社会背景下“网红”文化的传播与狂欢 杨鑫颖 (388)

我国“耽美小说”产业化现状研究 王丽丽 (398)

特色文化小镇大汶口镇掠影

——北方的“水乡” (407)

编后语 (411)

《燕京创意文化产业学刊》2017 年卷(总第 8 卷)稿约 (413)

卷首特稿

互联网重构了我们的社会生活

陈力丹

摘要：互联网是一种颠覆性的传播技术，在憧憬着技术带来的便捷的时候，互联网对生活、对社会的巨大影响，还没有被广泛认知。事实上，互联网更是一种重新构造世界的结构性力量，它正在重新聚合社会资源、市场资源（包括整个社会传播形态和路径）。在互联网不断发展的当下，我们的社会不知不觉中呈现着与传统社会不同的局面。互联网不仅是一类渠道、手段，它发现、激活了分散在每个人身上的各种有价值的资源，如认知资源、体验资源、掌握的时间、做事的能力等等，重新配置和加以整合。

关键词：互联网 重构 社交媒体

自工业革命以来，我们经历了和正在经历着三个传播的发展阶段：

前 Web：“机器网络”；

Web 1.0：“内容网络”；

Web 2.0：“关系网络”……

10 年内，我们将进入“智能一切”的时代，人们不需要手机了。那时将逼近 Web 3.0，即物物相连的“终端网络”时代。2015 年联合国下属的国际电信联盟（ITU）在圣迭戈举行的工作会议上公布了 5G 技术标准化的时间表，5G 技术正式名称为 IMT—2020，标准将在 2020 年制定完成，未来 5G 网络将至少有 20Gbps 的速度，这比坊间预测的 10Gbps 整整快了一倍。ITU 称：“5G 网络同时具备在 1 平方公里范围内向超过 100 万台物联网设备提供每秒 100MB 平均传输速度。”5G 会满足多样化场景和即时的新闻挑战，5G 将渗透到物联网等领域，与工业设施、医疗器械、医疗仪器、交通工具等深度融合。当然，传播技术不会朝着单一追求速度的方向无限迈进。在一个拥有相对极值的阶段将保持一定时间的稳定。

人类社会已经迈入了计算机时代，我们享受着计算机带来的开放与互动的同时，也忍受着电脑处理速度慢、经常卡住甚至死机的烦恼；散热不良、定时清理电脑的烦恼；将笨重的笔记本电脑背来背去、劳累异常的烦恼。

“光脑”就要来了，比超级计算机还快 1 万倍“光脑”，即光子计算机。由光信号进行数字运算、逻辑操作、信息存贮和处理的新型计算机。运行依靠激光器、光学反射镜、透镜、滤波器等光学元件和设备对光子的控制完成光运算。电子的传播速度是 593km/s ，而光子的传播速度却达 $3 \times 10^5\text{km/s}$ 。光子计算机将会比现在的超级计算机快 1000—10000 倍。

脸书（Facebook）推行太阳能无人机、谷歌正在实验平流层热气球和低轨道通信卫星等，将把互联网信号带到世界各地。不久的将来，电信服务、通信塔公司和有线电视等行业势必将被“天空飘来的 Wifi 信号”部分取代甚至彻底颠覆，传统通信行业已经失去了短信业务，正逐渐失去联网业务，未来甚至失去通话业务。

华为总裁任正非说：“未来二三十年人类社会将演变成一个智能社会，其深度和广度我们还想象不到。越是前途不确定，越需要创造。”“智能社会不是以一般劳动力为中心的社会，没有文化不能驾驭。若这个时期同时发生资本大规模雇用‘智能机器人’，两极分化会更严重。这时，有可能西方制造业重回低成本，产业将转移回西方，我们将空心化，即使我们实现生产、服务过程智能化，需要的也是高级技师、专家、现代农民……”

2016 年 11 月 17 日凌晨，从美国传来消息，中国的华为以绝对优势击败欧美列强，主推的 PolarCode 成为 5G 短码最终方案。这意味着 5G 的半壁江山已被中国企业拿下；3G、4G 被法国 Turbo 统治 10 多年的日子宣告结束；未来的全球通信技术标准，将由中国企业参与制定。

从时间坐标看，每隔 10 年，移动通信领域就会发生巨大变化；每隔 10 年，新的移动通信技术就会普及：20 世纪 80 年代末第一代移动通信网络诞生，然后是 90 年代末的 GSM 网络，随后到 21 世纪的 3G 网络，紧接着是 2010 年的 LTE 4G 网络。

2G 时代中国在通信领域没有话语权。3G 时代中国才意识危机，开始跟上世界的脚步。4G 时代中国放手大干，但其核心代码还是引进他国的，国产手机采用的是高通、三星芯片，因而接连遭到商业侵权起诉。中国企