



国家出版基金项目

“十二五”国家重点图书出版规划项目

新世纪中国影视 研究景观

周建新 主编

中国影视文化
软实力研究

中国传媒大学出版社

Movie

Culture



国家出版基金项目

“十二五”国家重点图书出版规划项目

新世纪中国影视 研究景观

周建新 主编

中国影视文化
软实力研究

中国传媒大学出版社

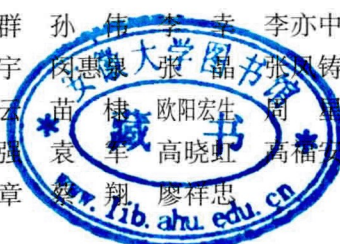
Culture Movie

编委会

顾问：陈文申 李培元

主任：苏志武

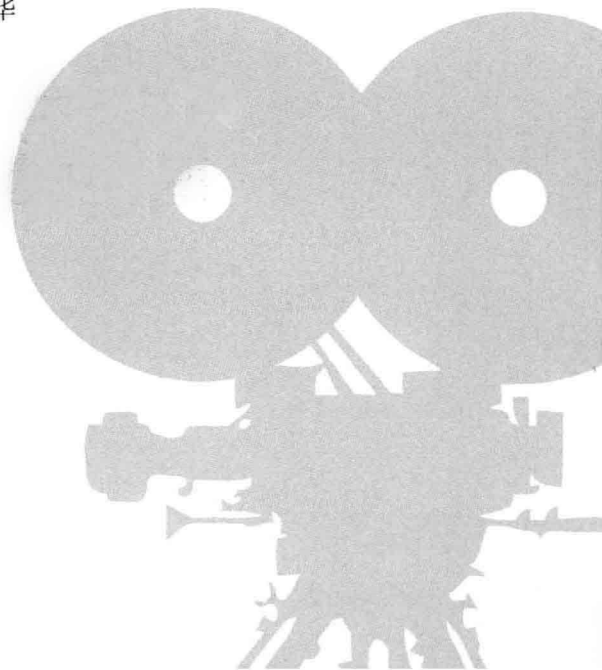
编委（按姓氏笔画为序）



丁俊杰	王进	王云鹏	尹鸿	田维义	吕志胜	刘文	刘昶
刘利群	孙伟	李幸	李亦中	李兴国	李佐文	李怀亮	李晓华
时统宇	闵惠康	张晶	张凤铸	张育华	张鸿声	陈卫星	陈旭光
陈晓云	苗捷	欧阳宏生	周星	孟建	胡正荣	胡智锋	胡瑞庭
姚国强	袁平	高晓虹	高楠	黄勇	黄升民	黄式宪	鲁景超
路盛章	黎翔	廖祥忠					

执行编委（按姓氏笔画为序）

李素艳	李继东	杨乘虎	张国涛	张政法	赵曦	周建新	郑世明
袁庆丰	崔玮	翟杉	戴建华				



图书在版编目(CIP)数据

新世纪中国影视研究景观/周建新主编. —北京:中国传媒大学出版社,2013. 11
ISBN 978-7-5657-0803-9

I. ①新… II. ①周… III. ①电影事业—研究—中国
②电视事业—研究—中国 IV. ①J992 ②G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 202562 号

新世纪中国影视研究景观

主 编 周建新
责任编辑 李水仙
责任印制 张 玥
封面设计 阿 东
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 730×988mm 1/16
印 张 19.75
版 次 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-0803-9/J·0803 定 价 59.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

总序

软实力指的是一个国家或地区在政治、经济、军事等“硬实力”之外,在文化、价值观、道德准则、意识形态等领域体现出的能力,可以集中归纳为四个方面的影响力,即文化影响力、意识形态影响力、制度影响力和外交影响力。^①文化软实力是软实力的重要组成部分,当前各国尤其是发达国家对国家文化软实力建设越来越重视,纷纷将其作为文化发展战略,甚至是国家发展战略的核心内容之一。十七届六中全会明确指出,“我国文化改革发展,……显著增强了国家文化软实力”,但是“当今世界正处在大发展大变革大调整时期,世界多极化、经济全球化深入发展,科学技术日新月异,各种思想文化交流交融交锋更加频繁,文化在综合国力竞争中的地位 and 作用更加凸显,维护国家文化安全任务更加艰巨,增强国家文化软实力、中华文化国际影响力要求更加紧迫。”“坚持中国特色社会主义文化发展道路,推动社会主义文化大发展大繁荣”必须要“增强国家文化软实力,弘扬中华文化,努力建设社会主义文化强国”。^②

影视文化是文化的重要组成部分,在大众文化广泛流行与信息高度发达的时代,文化软实力建设离不开大众传媒的传播介质作用,也离不开影视文化自身丰富精彩的内容,因此说,影视文化在文化软实力建设中既扮演着媒介角色,也扮演着主体角色,影视文化软实力建

^① 参见〔美〕小约瑟夫·奈著,何小东、盖玉云译:《美国定能领导世界吗》,军事译文出版社1992年版。

^② 参见《中国共产党十七届中央委员会第六次全体会议公报》。



设既关乎影视文化自身的发展,也关乎国家文化软实力的提升。

中国影视文化在百余年的历史进程中,为丰富人们的精神文化生活,传承优秀传统文化,塑造良好民族形象等作出了重要贡献,取得了宝贵的经验。新世纪以来,随着改革开放的不断深入,国家综合国力的快速提升,特别是中国特色社会主义市场经济的不断推进,中国影视文化发展迎来了大好的机遇,但与此相伴随的是前所未有的挑战与压力:中国影视文化如何应对行业自身的激烈竞争?如何满足人民群众日益增长的精神需求?如何跟进与国家政治经济地位快速增长相对应的文化新需求?如何应对全球影视文化的强力冲击……这些都是影视文化软实力研究的应有之义,因此,开展这一研究,对于从多元视角梳理中国影视文化的发展脉络,厘清中国影视文化的现实困惑与问题,拓展中国影视文化未来创新发展的空间,具有重要的理论意义与实践价值。

这个研究是我本人及科研团队长期以来关注的重点研究领域,也是我们在该领域多年积累的一次较为集中的成果展示。2010年,我本人承担的教育部人文社科重点研究基地重大项目“文化创意产业与中国影视文化建设问题研究”(课题编号 2006JDXM222)顺利结项,我们的研究成果得到了众多领导专家的肯定与支持,此后这些研究成果又成功被列为“十二五”国家重点图书出版规划。2011年,我们在这些已有成果的基础上,在中国传媒大学出版社的支持下,在各位领导、专家的帮助下,进一步丰富完善,又成功申请到了国家出版基金项目。

本基金项目的最终成果将以丛书形式呈现,尽管各部著作都有不同的侧重,但对写作我们提出了总体要求,简单说来就是“一个核心、两个关键词、三个视角”。

一个核心是体现“中国特色”。即梳理中国影视文化发展的历史经验,凝练中国影视的生产传播模式,探讨中国影视文化的特色发展之路。

两个关键词是聚焦“发展”与“创新”。即重点研究如何促进中国影视文化以创新为手段、为内容、为动力,实现中国影视文化在新形势下的科学发展,在世界竞争格局中如何特色发展,在公共文化服务与文化产业的双轮驱动下全面发展,进而探讨中国影视文化在创新中发展,在发展中创新。

三种视角是围绕“传媒”、“艺术”与“文化”。“传媒”的视角探究影视的传播力,“艺术”的视角探究影视的感染力,“文化”的视角探究影视的影响力。

按照以上总体要求,我们期待通过各位作者的努力,能够使丛书体现出四个特性,这就是创新性、权威性、文献性和应用性。

本丛书是以影视文化软实力为名义和研究对象汇成的一套丛书,这在国内尚属首次,因此希望这个体系和内容能够呈现出新观点、新思考、新视野、新理论、新方法;本丛书得到了本研究领域众多知名学者的指导,并有影视行业诸多行政主管部门领导、业界精英的亲自参与,因此希望它能够为我国相关政府部门制定影视文化战略、文化政策提供较为权威的资讯;本丛书对中国影视文化理论研究以及影视经典案例进行了大量的梳理和提炼,因此希望它能够体现文献典藏价值;本丛书关注了中国影视文化生产创作传播的诸多环节,因此希望它能够为中国影视生产传播一线提供启示与借鉴。

按照以上的要求和预期目标,项目组多次召开会议,经过充分讨论,决定将原来计划的14部压缩到12部,这12部著作分为三个系列,分别为“创新系列”(5部)、“力量系列”(4部)和“景观系列”(3部)分别是:

创新系列(5部)

1. 专著:中国影视文化创意产业发展创新研究(胡智锋)
2. 专著:中国电视公共文化服务发展创新研究(杨乘虎等)
3. 专著:中国影视政策创新研究(李继东)
4. 专著:中国电视节目创新研究(杨乘虎)
5. 编著:中国影视新媒体发展创新研究(戴建华)

力量系列(4部)

1. 专著:真实的生命力——纪录片边界问题研究(赵曦)
2. 专著:仪式的传播力——电视媒介仪式研究(翟杉)
3. 专著:主体的影响力——广播电视有声语言传播主体研究(张政法)
4. 专著:影像的冲击力——新世纪中韩电视剧流变研究(张国涛、郑世明、崔玮)

景观系列(3部)

1. 主编:新世纪中国影视研究景观(周建新)
2. 专著:新世纪中国电影读片报告(袁庆丰)
3. 专著:新世纪中国电视栏目创意景观(李素艳)

在丛书即将出版之际,本人代表研究团队对国家新闻出版总署给予该项目的资助表示衷心感谢;对中国传媒大学党政领导给予该项目的大力支持表示衷心感谢;对给予本丛书指导及部分参与写作的各位前辈和朋友表示衷心感谢;对中国传媒大学文科科研处、科技处、财务处、电视与新闻学院、经济与管理学院等部门的支持表示衷心感谢;对中国传媒大学出版社社长蔡翔先生、总编辑闵惠泉先生、



责任编辑李水仙女士为丛书顺利出版付出的心血表示特别感谢。最后,我还要对所有参与本丛书的科研团队成员三年来紧张、全力的投入和辛苦劳作表示衷心感谢!

由于本研究命题本身的难度,受作者水平所限,本丛书的写作难免有瑕疵之处,还请广大读者批评指正。

胡智锋

2013年6月于北京

〔胡智锋系中国传媒大学传媒艺术与文化研究中心主任、《现代传播》主编,教育部“长江学者”特聘教授,中国高校影视学会学长〕

目 录

CONTENTS

总 序

/ 1

上编 文化篇

关于“第三极文化”的思考	黄会林 / 3
电影与 21 世纪中国新的发展	
——文化软实力的展开及其意义	张颐武 / 16
“文化帝国主义”的传播扩张与中国影视文化的反弹	
——加入 WTO, 中国影视艺术的文化传播学思考	孟 建 / 28
中国电视文化理念的嬗变和趋向	高 鑫 / 42
认知与认同: 中国电视的文化身份	欧阳宏生 / 53
中国电影文化 60 年地形图	王一川 / 59
国家形象与电影的文化自觉	饶曙光 / 67
文化强国与入世以来中国电影的发展及趋向	丁亚平 / 77
百年之际的中国电影现象透视	戴锦华 / 86
主流大片的话语建构与中国电影的生态命题	李道新 / 100

中编 艺术篇

精深 精湛 精良	
——评析中国电视剧的八次轰动效应	张凤铸 / 117
关于近 30 年中国电视剧在美学建构上的断想	黄式宪 / 133



数字技术时代的影视美学	彭吉象 / 144
论新时期以来的影视纪实美学潮流	陈旭光等 / 162
从“宣传品”、“作品”到“产品”	
——中国电视 50 年节目创新的三个发展阶段	胡智锋等 / 175
新世纪十年中国电影发展嬗变研究	周星 / 188
是否有重谈的必要性	钟大丰 / 199
纵观 30 年中国电视剧的叙事流变	张育华等 / 205
新中国电影的现实叙事与影像重构	陈晓云 / 214
中国电视纪录片 50 年	张同道 / 225

下编 传播篇

新中国成立以来电影传播的几种特殊形态	颜纯钧 / 235
电视传播理念的创新思考	高晓虹 / 246
收视率导向批判	
——本质的追问	时统宇等 / 251
中国电影的国际传播路程与路径	李亦中 / 262
中国电影产业的时代振兴与传统文化资源的现代转化	贾磊磊 / 270
中国电影的产业化转型	尹 鸿 / 279
打造电视产业核心竞争力	喻国明 / 286
媒介融合背景下的电视新媒体所有权变化及其对文化创意产业的启示	
	胡正荣等 / 290
一个市场,三个世界	
——中国电视媒体市场竞争格局分析	陆地 / 296
国际电影贸易格局与中国电影产业对策	李怀亮 / 301

后 记

/ 308

上编
文化篇



关于“第三极文化”的思考^①

黄会林

黄会林,北京师范大学资深教授。北京师范大学中国文化国际传播研究院院长、影视戏剧研究中心主任。北京师范大学艺术与传媒学院首任院长,中国高校第一位电影学博士生导师。

多年致力于中国民族化影视理论研究,在文化学术界开启了建立“中国影视学派”热潮。

发表文化领域著作、文章约 550 万字;与绍武合作创作约 220 万字;编辑或主编出版 1260 余万字;共约 2030 万字。

承担国家级、省部级“八五”、“九五”、“十五”、“十一五”重大、重点等科研项目及各种横向科研项目十余项。获得多项国家、省市奖励。

1986 年创办“北国剧社”,1987 年主持创办“大学生‘理想杯’电视作品大赛”,1993 年主持创办“北京大学生电影节”。

1992 年,被国务院表彰为“对发展高等教育事业做出突出贡献”者,享受政府特殊津贴。

担任重要社会职务有国家教育部艺术教育委员会常务委员、中国高教学会影视教育专业委员会会长、北京文艺评论家协会副主席、中国话剧历史及理论研究会副会长等。多次担任中宣部“五个一工程”奖、政府“华表奖”、“金鸡奖”、“飞天奖”、“百合奖”等国家级重要影视奖项评委。北京大学等校兼职教授。



^① 原载于《北京师范大学学报》(社会科学版)2011 年第 1 期。收入本书时略有改动。

一、何谓“第三极文化”

“第三极文化”主要是针对当前世界文化格局而提出的战略性发展构想。

关于“文化”，古往今来有着诸多的界定。各种辞书的解释虽有所不同，但相近或相同的释文，大意皆为“人类社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和”。有的则强调“特指精神财富，如教育、科学、文艺等”，或特指“社会意识形态”。而从中选择之后，似可归纳为：“个体出生后学到的为群体所共有的、稳定的精神遗产”；其“纵向可继承历史传留之一切经验；横向可吸收其他人群之经验。”^①正如由夏征农主编、具有相当权威性的《辞海》所概括的：文化是一种历史现象。每一社会都有与其相适应的文化；并随着社会物质生产的发展而发展。作为意识形态的文化，是一定社会的政治和经济的反映，同时又给予一定社会的政治和经济以巨大的影响。随着民族的产生和发展，文化具有民族性，通过民族形式的发展，形成民族的传统。^②文化不是孤立的存在，它具有一定的历史延续性和发展性，需要经过漫长的历史进程积累而成，而且随着时代发展而不断丰富，不同文化之间会产生交互和融合。这些重要观点，是我们从广义上把握“文化”概念，并提出“第三极文化”设想的依据。

当今世界文化呈现多元化格局。在多种多样的文化样式中，从影响力看其主流大体有三极。其一，欧洲文化。欧洲从“文艺复兴”开始，逐渐形成了强势文化，其特点是在资本主义上升时期伴随生产力的大解放而发生的，出现了众多弘扬人道主义，给人以温暖、审美享受的优秀乃至不朽的人类经典作品，形成世界文化之一极。其二，美国文化。第二次世界大战后，在美国资本主义经济迅速发展过程中，伴随垄断资本主义的生产方式，逐步形成了强调个人价值，追求民主自由，崇尚开拓和竞争，讲求理性和实用，以个人主义为核心的美国文化，并且由于国力的高度发达而走向极致，从政治、经济、军事、文化多方面覆盖全球。在文化形态上，也形成了与资本主义上升时期全然不同且在影响力上超越欧洲之另一极：霸权主义文化。以上二者都有推动人类文明发展的一面，又有造成人类灾难的另一面。其三，中国文化。这是一个有独立传统，且具有强大文化根基和绵长生命力的持久存在。历经百年不屈斗争，考验并证明了古老的中国文化没有死去，但必须改造和创新。探索文化复兴之路，正是今天中国文化的要义。这是独立于前二极之外的另一极，它不断吸收世界先进文化，走自己的路，已初现

① 《中国百科大辞典》，中国大百科全书出版社 2001 年版，第 2133 页。

② 《辞海》（下），上海辞书出版社 1979 年版，第 3510 页。



苗头。其根本特点是中国传统文化的核心“和谐”，代表着人类的新理想。2009年11月21日《纽约时报》刊载的文章《来自祖母的忠告》中曾有这样的表述：“19世纪属于英国，20世纪属于美国，21世纪几乎肯定属于中国。”

“极”的原词具有多义性。自然科学中的“南极”、“北极”、“第三极”（青藏高原），指代在地球的地理位置上最具特点的三个地方，分别是最南、最北、最高。在这里“极”有两层含义：一层指在某一个范畴内最为突出、最为典型、最有代表性，如南极在“南”这个范畴中最为突出，“南”的特点达到了极致。北极、“第三极”同样如此。“极”的另一层含义，是在更宽阔的视阈和背景下，与其他范畴相比具有鲜明和独立的个性、品质和特点。南极、北极、“第三极”，每一极自身最突出的特点（最南、最北、最高）都是其他“极”所不具备的。也就是说，同其他“极”相比较，每一“极”都有其独立、鲜明的个性、品质和特点。这些特点使得“三极”并行不悖、相映成趣，一起成为丰富多样的地理环境的组成部分。我们正是在这两层含义上借用“第三极”的概念，提出“第三极文化”的理论设想。

“第三极”可以引申于经济，引申为中国经济发展的引擎。如珠江三角洲、长江三角洲有时被称作我国经济的“两极”，天津滨海新区被称作“第三极”。这里的“极”，是要达到或超过某种量化的经济指标以获得超越或领先地位的意思。

“第三极”亦可引申于文化、艺术。如果认为欧洲文化、美国文化各为世界文化之一极，则中国文化亦可称为世界文化之另一极：“第三极”。例如，可以针对新世纪以来影视艺术的新发展，以全球化为背景，以此为中国电影重新定位并确定其发展方向。此提法并非数字排序，并非居于欧洲原生、美国转化之后的第三种派生物，或者是吐纳之后新生成的艺术文化；而是一个有独立传统，且具有强大文化根基和绵长生命力的持久存在，这是特别要强调的。

“第三极文化”的第一层含义，是指首先要在中国文化自身系统内部进一步梳理、总结、继承和发扬其最为突出、最具特色、最有代表性的内容，这些内容成为中国文化自身范畴内的“极”。这个“极”是几千年来中国传统文化发展变迁过程中逐步形成、确立、巩固并为人们普遍认同、自觉遵守、代代相传的核心价值，和基于这些核心价值所生成的民族精神。“第三极文化”的第二层含义，是指在梳理、总结、继承和发扬中国文化中最为突出、最具特色、最有代表性的内容基础上，把中国文化放在世界文化背景下加以观照。具有数千年传统的中国文化在其独特性、影响力和对世界文明的贡献上，可成为欧洲文化、美国文化之外的“第三极文化”，它与欧洲文化、美国文化及所有其他文化或相互影响，或相互借鉴，共同构成丰富多彩的人类文化图景。

需要指出的是,“第三极文化”借用地理学“极”的概念,仅仅是为了形象描述当今世界文化格局中影响较大、比较有代表性的三种文化,并不意味着文化的“三极”与地理学的“三极”关系完全等同。地理学的“三极”各有特色、相互独立、互不影响,文化的“三极”却非相互隔绝、相互孤立,而是相互作用、相互吸收、相互融合的。

二、为什么要提“第三极文化”

人类将迎来现代世界的第三次大变革——文化变革,这是提出“第三极文化”的重要背景。现代世界的观念来自英国工业革命,此前的世界是局部的、孤立的存在。自从现代世界形成之后,人类的生存方式发生了巨大变化,每一次变化都形成与此相应的文化体系。现代世界文化发展基本上可以分成三次变革:第一次变革是18—19世纪的工业革命,它带来“拳头时代”,其基本特点是机器工业生产方式,从田园到城市的转化,现代媒介与大众文化的兴起,战争是解决问题的主要方式。第二次变革是20世纪的信息革命,它带来“头脑时代”,其基本特点是信息化生存,白领取代蓝领成为主流生产方式,都市病蔓延,人类集体问题频现,贸易战争替代军事争夺,大众媒介参与社会发展,人类生存的水平提高,同时为物质发展付出惨痛代价,灾难不再是局部的、个体的,而是全球的、整体的——地球变暖、能源危机、核武器、流行病……知识的发达与智慧的贫困并存,物质的发达与心灵的贫困同在。人们需要思考:人类到底为什么生存?第三次变革是21世纪的文化革命,将带来“心灵时代”,这是人类面临的一次机遇。地球需要聚集全部的智慧来应对集体危机,每一个民族、每一种文明都需要文化反思,为人类发展找到一条真正的和谐之路,即人类与自然的和谐、心灵与身体的和谐、物质与精神的和谐。“第三极文化”就是对前两次变革中文化形态的反思,是对工业化以前古老文明的反思,最终实现文化超越。

具体而言,它具有以下三方面的意义。

其一,这是对东西文化两极论的反思和修正。在文化化学研究中,近代以来的一些学者通常将世界文化版图划分为二元格局——东方文化与西方文化(或者中国文化与西方文化)。于今看来,这一模式存在着一定的缺陷,例如,基于殖民主义的文化偏见:西方是现代和进步的象征,东方则意味着传统和落后;“现代化”就是“西方化”,是“东方”向“西方”社会形态转型;东方文化和中国文化成为一种充满东方学偏见的想象性图景,由此,东方文化和中国文化笼罩在文化霸权主义的阴影中,套上了沉重的枷锁。此外,东西文化或中西文化的划分,抹杀了一个事实——西方文化内部存在着巨大差异,如欧洲文化和美国文化就有很大不同。因此,提出“第三极文化”概念,就是尝试对



东西、中西这一传统思维模式进行反思和修正。

其二,这是转型期中国社会发展的需要。当代中国的文化正处在一个转折性的发展关头。随着中国政治、经济、军事等综合实力的提升,文化的自觉意识、主体意识也自然显现出来。物态、制度和行为三个层面的文化,为心态层面的文化提供了良好的发展机遇和条件。提出“第三极”概念,正是因应这一时代需求与使命感。一方面,以扩大物质生产、加快消费为主的发展方式不可能无限延伸,忽视文化力量的社会将面临着精神缺钙的危险。提出“第三极文化”并自觉加快其发展步伐,是强化民族凝聚力、促进社会安定繁荣、提升综合国力、应对全球化挑战与机遇的策略。另一方面,中国崛起更多体现为经济的高速发展、政治地位的攀升、国际影响力的扩大,当今中国在世界政治、经济舞台上扮演着越来越重要的角色。但是我们不得不承认,中国文化对外传播与中国经济发展极不相称,中国文化的输出相对落后,中外文化传播很不对等,中国文化要成为被广泛接纳的世界主流文化,还需要经过漫长的努力。提出“第三极文化”就是要重视中国文化传播,重视中国价值、伦理、思维方式和文化产品的输出,让中国不仅为世界物质文明,同时也为世界精神文明发展作出贡献。

其三,这是寻求文化自觉和文化自信的努力。全球化一方面带来了文化的趋近,另一方面则更加凸显了文化的差异性,并带来了危机感和急迫性。不同地域或不同类型的“文化”,面对全球化都会存在一种选择境遇:如何融入世界潮流?如何保持和保护自己的特色?在经历了全球化热潮后,我们应该看到文化发展的趋势,对人类文化和自身文化进行深入而冷静的思考,并进行合理定位。独立和自觉是融入世界的基础和先决条件。费孝通先生曾经指出,所谓“文化自觉”,是指“生活在一定文化中的人对其文化有‘自知之明’,明白它的来历、形成过程、所具有的特色和它发展的趋向……自知之明是为了加强对文化转型的自主能力,取得决定适应新环境、新时代文化选择的自主地位。”^①费老明确提出应该立足21世纪,加强文化自觉。如今,在全球化背景下存在着文化发展的不平衡现象,强势文化与弱势文化的区分,也是客观事实,因此,我们必须有自觉的文化发展思维和战略。

在全球一体化和西方强势文化的冲击下,中国当代文化缺乏足够定力,模仿、照搬之风盛行,中国文化被歪曲、降格、肢解,存在着被通俗文化高度发达的美国文化日益同化的危险。面对强势文化的包围,我们不能忽视中国文化的优良传统和自我更新能力,而应在全球意识的观照下加强文化自信,寻找中国文化自己的坐标,发展和传播中

^① 费宗惠、张荣华编著:《费孝通论文化自觉·序言》,内蒙古人民出版社2009年版。