

# 辉煌与式微:东亚流行文化产生的背景、影响及其启示

## ——以日本动漫、中国香港电影、韩国时尚为例

余致远

(悉尼大学 人文与社科学院 澳大利亚 悉尼)

**摘要:**文化作为一种软实力,在国际政治中的作用日益显现。当前,我国在政治、经济、军事等领域对世界的影响有目共睹,但在文化方面的显示度却并不理想。但是,同属于东亚的日本、韩国和我国的香港,他们的漫画、电视剧、电影都曾或仍然十分辉煌,其背后有着值得深思的原因,这对推广我国文化的传播,增强文化软实力和影响力有着诸多的启示。

**关键词:**东亚;流行文化;影响;启示

**中图分类号:**G112

**文献标识码:**A

**文章编号:**2096-2371(2019)01-0075-06

### Glory and Decline: the Background , Significance and Revelation of the East Asia Pop Culture—a Case Study of Japan Animation , Hongkong Movie and Korea Fashion

YU Zhiyuan

( School of Humanities and Social Sciences , University of Sydney , Sydney , Australia)

**Abstract:** As part of soft power , culture has played an increasingly significant role in international politics. Currently , China's influence in world politics , economy and military fields is universally recognized , but it is comparatively weak in terms of culture. However , Japan , Korea and Hongkong , as neighbors to or region of China , have gained their respective glory in the related field of animation , movie or TV series. The reasons behind are well worth studying. It will shed some light on the promotion of Chinese culture and the strengthening of China's soft power and influence.

**Key words:** East Asia; popular culture; influence; revelation

## 0 引言

在信息化、科技飞速发展的今天,数字化媒体以及大众传播媒介正在不断地改变着现代人生活的方式,深刻地变革着人们休闲娱乐的空间和维度。当我们在满足日常的物质需求,解决了基本的衣、食、住、行等生存问题之后,就会进一步寻找精神追求,文化则为人们精神追求提供了重要的支撑,从这个意义上讲,文化的作用和价值就显得日益重要了。

众所周知,亚洲文化有着源远流长的历史,包括中国、日本和印度等在内的诸多国家拥有丰富的文化内涵,深厚的人文资源以及巨大的经济发展优势。时代的沧桑巨变,以及大众传播技术的不断进步,将会导致文化的区域融合,或者是使全球化成为一种不可避免的趋势。全球化在亚洲流行文化上发挥极大的作用也就变的理所当然了。反过来说,亚洲流行文化也会在巨大的全球化浪潮中扮演着重要角色。因为当代流行文化不仅受市场驱动,同时也是进一步面向全球,甚至对当下资本市场来

收稿日期:2018-12-29

修回日期:2019-01-02

作者简介:余致远(1993—),男,安徽合肥人,2017级悉尼大学硕士研究生;研究方向:传媒、播音主持艺术。

说更是极为重要的活力来源。由此看来,分析并研究好这一现象以及亚洲流行文化与全球化之间的关联,在笔者看来是具有举足轻重的地位的。

## 1 关于文化和流行文化概念的厘定

首先在弄明白流行文化的定义之前,十分有必要先弄清“文化”的内涵。

文化作为一种有别于经济和政治的一种意识形态和传播载体,事实上其本身是很难去下一个一以概之且普适的定义的。因为对于不同的民族、地区、国家、乃至宗教信仰,每一个都会对文化有着不尽相同的理解与解释。文化这一概念很难统一,但 Storey (2015 年)认为,文化具有三个较为宽泛的定义:第一,文化常常被描述成是一种审美、智力、精神发展的共同源泉;第二,“文化”一词经常被用于昭示着一种生活模式,并且不限于一个人、一个时期、一个群体;第三,文化是展示艺术活动和文本实践的最好载体。

一些社会学家将文化划分为三个主要的层级,即“高雅文化”、流行文化、深层文化。而处于“阳春白雪”和“晦涩难懂”中间地带的“流行文化”,不仅已经成为了现代社会中一种非常主要的文化现象,而且其本身也是非常值得去进行深入研究的事实上,“流行文化”具有三个主要特征,换句话说,就是流行文化自带普遍性、一般性、广泛性的特点,所以,当如此博大精深的亚洲文化遇上如此广受欢迎的流行文化的时候,他们之间必将碰撞出灿烂的火花以及深刻的含义,那么这二者的结合便是分析及解构现代生活最好的切入点。

然而,人们用各式各样的方式去定义流行文化,也使得对它的定义变得更为复杂化,其中,流行文化是一种被许多人广泛接受或者是在人群中大受欢迎的文化形式,这便是其最表层的定义。从某种意义上来说,它是一种“流行文化”,或者说是“通俗文化”。因为据 Storey (2015 年)对于“流行文化”的定义,首当其冲的便是包含一个定量的维度,这也体现了“流行文化”或者说“流行文化”中“流行”的程度。但是,对于流行文化的其他定义,他强调,“高雅文化”已经具有或者是确定了的余下部分便是流行文化,也就是说,“流行文化”被视为是一种剩余的范畴,更直白地说是一种更低一级的文化。可重要的是,“高雅文化”和流行文化之间的界限并不是一成不变的,反而是随着时代的发展而不

停地改变,就比如说,现如今莎士比亚的戏剧作品往往被认为是“高雅文化”的标志,但在 19 世纪的时候,他的作品一度被归为“流行文化”的范畴。

此外,流行文化作为一种“大众文化”是对其的第三种定义方法。一些专家学者认为,流行文化是一种“无可救药”的商业文化,并且为了能够刺激大众消费,其完全可以进行大规模地生产。更有甚者,有的人认为流行文化的受众是一群没有辨识能力的消费者,文化本身也是过于注重形式,从而忽视了文化内核的价值。

第四种解释对于中国受众来说则显得特别熟悉,流行文化是一种扎根于“老百姓”的文化,因此从这一点上来看,流行文化可以体现出其面向公众的一面,是一种为了民众的民间文化。

如果要更进一步地说,流行文化还可以被定义在许多领域中,如霸权主义的概念,或者说是与后现代主义的关系上,因此定义流行文化的方法之多、涉及面之广,更加展示了其丰富的文化内涵以及文化价值,这也就是为什么人们很难在其定义上达成一致的的根本原因所在。

## 2 东亚流行文化的影响力及其产生原因

提到流行文化,我们就不能不提及日本、韩国和中国香港。这三者曾是或现在仍然是亚洲流行文化的中心,也是世界级文化输出地。日本素有“动漫王国”美称,它输出的文化主要是动漫;香港被称为“东方好莱坞”,有过与美国在欧洲等地掠夺票房的辉煌历史,它输出的文化主要是电影;韩国的流行文化每年从国外赚取了资金达数十亿美元,构成了一道奇异的亚洲流行文化风景线,被称之为“韩流”,它输出的主要是电视剧、流行音乐、电影和在线游戏等。它们的形成与发展都有其深刻的历史背景和原因。

### 2.1 日本漫画和动漫的影响及产生的原因

在世界范围内,日本是一个漫画及动漫产业的大国。有人认为,在当代日本,漫画是其流行文化中最具特色的一种。仅在 1994 年,日本就出版了大约有 20 亿本漫画书和杂志,占各类出版物的 35%。由此可见,漫画和动漫在日本是一个相当大的文化产业,而由其催生的整个产业链更是带动了整个国家的经济发展。事实上,日本从 20 世纪 60 年代就开始向外输出动漫文化,之后很快就追上并

超越了美国的文化市场占有率,在国际市场中占据一席之地。动漫和漫画作为一种获利颇丰的文化产品,能够吸引来自世界各地的、大量的商业机构,许多电视台、出版社以及其他媒介平台也正逐步地在本国引入日本的动漫,这也在一定程度上提升了动漫产业的全球化发展。反过来,也正是因为全球大众媒介的发展促使日本的动漫业登上了世界舞台。

日本漫画与动漫产业的影响力是世界性的,他们也一直影响着一代又一代的年轻人们,这些人遍布各个年龄层、职业、国家、种族,这在给他们的心中收藏一份美好记忆的同时,更是塑造着他们的价值认同,甚至变革着他们的消费习惯。越来越多的消费者和粉丝愿意购买相关的产品。各种动漫展、动漫城以及与动漫相关的各种活动在当下也是令人眼花缭乱,这在某种程度上更会让他们从心底里认同日本的流行文化。此外,除了漫画和动漫,其一系列的衍生物,如玩具、电子游戏、主题公园、Cosplay 都已经成为了日本文化产业链中的重要一环,笔者认为,其借鉴意义不亚于动漫本身。

究其成功的原因,一是日本漫画业最吸引人的地方就是其极具特色的角色人物和生动且多样化的故事情节的完美结合,这在很大程度上吸引了许多来自世界不同国家、民族、文化背景的观众。尽管动漫业的全球化能够让日本的文化产业拥有惊人的市场份额和收视率,但是最为重要的一点其实是这些消费者已经将动漫融入进他们自己的真实生活中了。因为日本卡通文化的创造力和生产力之惊人,令人印象深刻,并且其内容、价值观和信息也紧紧贴近大众。二是加强对青少年心理的研究。由动漫所创造出的主人翁形象以及时尚潮流迎合了他们的心理诉求。譬如,在20世纪90年代末,像电视卡通连续剧《美少女战士》的风靡、《宠物小精灵》在日本境外的巨大成功,都值得我国更多相关的从业者们去学习,汲取日本流行文化海外扩张的经验与心得。另外,Napier(2005年)认为,日本不仅在文化输出方面取得了令世人瞩目的成就,同样也善于在外来文化的土壤中吸取养分和精髓,被称为日本“漫画之神”的手冢治虫就充分运用了西方电影技巧,并结合了日本传统文化风俗,从而创作出了一种新的漫画故事,其风格独树一帜。三是拥有大量的漫画和动漫的专业人才。他们十分重视漫画和动漫人才培养。不仅给予相关的动画人

才充分的尊重,同时也建立起了一套完整的动漫人才培养体系,尤其是“匠人”精神培养。传统意义上的“匠人”精神一方面要求人们能够做到敬业爱岗,一丝不苟、认真负责;另一方面更需要精益求精,不仅要好还要更好,达到极致。新时代的“匠人精神”要在保留原有要求的基础上更加强调“创新”二字。

## 2.2 香港电影的影响及盛衰的原因

香港电影的源头可以追溯到1913年的《庄子试妻》,但直到20世纪50年代邵氏兄弟公司的成立,实行了产业模式生产和现代化的创新和发展,香港电影业才开始真正的腾飞。随后在电懋公司、嘉禾公司等带动下,香港电影业进入了一个崭新的时代,不仅产生了各种各样类型影片(如武侠片、喜剧片、家庭伦理片、犯罪片、戏曲片等),也打造了享誉世界的众多明星(如李小龙、周润发、成龙、周星驰、刘德华、梁朝伟、杨紫琼等),获得了可观的票房,创造了诸多神话,开创了香港电影的黄金时代。如果说好莱坞电影是西方电影的标志,那么彼时的香港电影就是东方电影的旗帜。

香港电影成功的原因是复杂的,且无法复制。首先,香港具有得天独厚的地理位置,并由于其特殊的历史原因,使它成为了东西方文化交融的汇集地。前期英国殖民统治,加上后期具有里程碑、划时代意义的“一国两制”与“改革开放”政策的施行,使得东西方文化之间的碰撞与融合,成为了香港电影最令人津津乐道的地方。其次,香港文化的多样性也加剧了香港电影的传奇色彩,各种各样的文化类型以及文化元素,包括殖民时期的文化、广东文化、传统文化、快餐文化一起形成了独一无二的香港电影文化。此时的观众也成为了最幸福的人,他们能够欣赏到各式各样的电影主题,从城市中小资产阶级的挣扎、黑帮斗争中的火拼,到花样繁多的功夫片,这些无不满足着观众脆弱而又敏感的神经。当细细品读这些电影的时候,无形中香港电影的精神也隐藏在其中每一个小角色的欢笑和泪水中,电影背后所阐述的意义直指你我生活的真谛,击中要害、掐指人心。第三点也尤为重要,诸如像张国荣、成龙、王家卫等一批批杰出的电影人对于推进香港电影的繁荣起到了中坚力量的作用,他们是门面,更是基石,是领路人,更是传承者。最后,许多电影制片公司对于加速香港电影市场的进步也立下了汗马功劳,包括嘉禾电影集团、邵氏兄弟电影公司都是香港电影繁荣昌盛的重要组成部分。

分。这些电影公司一度努力发行一些足以和好莱坞大片相抗衡的优秀香港电影,并积极和一些东亚的电影公司联合制作电影,例如在1955年邵氏兄弟电影公司便和日本Daiei公司共同制作了电影《杨贵妃》,这也是第一部由香港、日本联合制作的电影,开创了历史先河。

可是世事难料,20世纪90年代后期,香港电影逐渐走向衰落,失败的原因一言难尽。其一,1997年几乎波及整个亚太地区的金融危机使得香港经济遭受到重创,这也殃及到了香港电影业。其二,香港电影专业人士未能对电影市场的颓势采取积极有效的应对措施,政府部门也没有拿出切实有效的政策给予电影行业转型与升级提供必要的支持。其三,香港电影在其本身的质量上以及整个行业明星的受欢迎程度上也确实遇到了瓶颈,电影业的青黄不接也确实应该引起深思。其四,由于“韩流”等其他国家流行文化的冲击,此前独树一帜的港片风格似乎也不再吃香。

现在香港电影的从业人员发现很难再续昨日的传奇,但事实上,对于港片的复兴来说,唯有踏踏实实、认真地做好剧本,并培养出新一代杰出的电影人才才是不二的选择,尽管为此还有很长的路要走。

### 2.3 “韩流”的影响及产生的原因

Iwabuchi (2015) 表示,在21世纪,韩国流行文化正以“不可抵抗”之势风靡亚洲乃至整个世界的媒介市场,而人们通常把这一现象戏称为“韩流”。20世纪90年代末,当我们第一次听说“韩流”这个词的时候,很多人对我们这个邻国的情况知之甚少。但现如今情况大为不同,在亚洲很多国家甚至世界上,你或多或少都能看到“韩流”的影子,要么是流行音乐或舞蹈,要么是电视剧或电影,其影响可谓无处不在。更值得注意的是,韩流不仅仅是一种文化现象,更是与经济、政治密切相关,换言之,“韩流”作为一种文化现象,一方面扩大了韩国文化的影响力,另一方面其作为一种文化产业为韩国的经济创造了巨大的价值,比如出口的韩国电影、综艺节目,韩国品牌的衣服、化妆品都为韩国市场带来了巨额的资金。同时,韩剧的流行对于韩剧拍摄地当地的旅游业也具有积极意义,一些著名韩剧的取景地现在已然成为了热门的旅游景点,吸引了来自世界各地的许多游客、粉丝前来“打卡”。正因为如此,韩流已经被认为是一种必要的文化外交渠

道,因为其不仅打造了韩国文化名片,更是扩展了韩国在亚洲甚至世界上的影响力。从这层意义上来说,韩国政府一直以来都将发展软实力当作国家发展战略的重要一步,其已经不再把韩流当作一种单纯的文化传播,而是一种代表文化。

韩国流行文化能够快速传播至全世界,其中很重要的一个原因便是电子媒介和社交媒体的广泛运用,而其中最让人耳熟能详的例子便是2012年朴载相(鸟叔)的《江南Style》,这首歌的MV不仅打破了吉尼斯世界纪录,2015年4月的点击率更是达到了23亿次,成为了YouTube上最受人欢迎的视频。Cho (2012年)认为,由于有趣且令人难以置信的音乐风格,鸟叔将符合大众口味的韩国流行文化作品演绎到了极致,更重要的是,世界上其他国家的观众也都乐于接受这种风格的音乐,虽谈不上高雅,但也不至于没入低俗。除了流行音乐之外,韩剧也是平日里大家津津乐道的话题,Iwabuchi (2015年)强调,韩剧的流行其中一个关键要素就是,韩剧内容中对于家庭内部事务与人物关系的描述让其很容易便吸引到一大批受众,而且韩剧多以年轻人之间的爱情故事为主题,这便更容易把观众带入剧情之中,让他们能够身临其境地幻想着充当故事的主人公。不少人因此认为,韩国流行音乐和韩剧在未来依然具有较好的发展前景。“韩流”的成功值得世界其他地区的媒体同仁们去思考、学习,借鉴其中有价值的经验与教训,当地的文化产业同样也需要学会与政府合作,从而推动本国文化传播与经济发展。

## 3 东亚流行文化形成的“区域化”特征分析

从国际关系的角度来看,“区域化”一词被用来描述区域组织以及区域形成在地缘政治的领域里,地理位置上大于两个相邻国家的非定向的过程(Ben-Ari & Otmazgin, 2013年)。区域化其中最显著的特征就是互相依赖性和市场以及社区组织之间日益增长的商业活动。

随着东亚地区在全世界范围内重要性的增加,东亚地区的区域化将会在刺激经济发展以及地区和平上扮演至关重要的角色。Ben-Ari 和 Otmazgin 认为,东亚区域化有几个突出特点。东亚区域化实质上是以市场为导向的,地区之间的经济互动、各种商业活动,包括跨国的区域流动在过去二十年间

已经有了显著的增长,这便给了东亚各国在促进贸易及经济交流上一个巨大的优势。东亚区域化的另一个主要特质是它总体来说是一种不对等的进程,换句话说,区域化并不是必然与这个区域内的全部人口相关,而是主要涉及到这个社会中的中产阶级。

随着东亚各国的文化开始聚合,例如中、日、韩,他们不断地形成区域的文化传播。需求能够创造出流行文化的区域传播,但是其流通的规模取决于这个文化产业将艺术创作转化成文化产品并将这些产品传递给消费者的能力。在当今时代,不同国家(地区)的用户都可以分享和交流文化产品,并时刻影响着彼此的 lifestyle、消费习惯以及娱乐活动。举一个最简单的例子,你可以身处北京、东京或者是香港,却能够听着来自韩国的流行音乐,看着印度宝莱坞最新的电影,在欣赏台湾偶像剧的同时翻看着来自于日本的漫画书。

事实上,由于地域上的优势和历史的渊源,亚洲流行文化对于亚洲各国之间的交流与互动也产生了积极的效应。此外,人群的跨国迁徙与多元化的文化产品使得亚洲人民更容易能够理解并欣赏彼此的流行文化,因为人民往往愿意接受信息量大的、与自己认知相似的文化,也正是因为各种新媒体的出现使得中国戏曲、日本动漫、韩国流行音乐在异地生根发芽成为了可能。可是在如今全球化的背景下,关于亚洲流行文化也有两个亟待解决的问题。首先便是亚洲各国流行文化之间的同质化越来越严重,这便会导致文化多样性的减少,相互之间的模仿、抄袭已经成为了不可避免的问题。其次就是一些传统的流行文化的发扬与继承问题,就好比京剧和台湾的布袋戏,一个最现实也是最为棘手的问题就是他们不得不面临着生存困境,他们如何在继承传统元素的基础上,创新与发展其内容及形式?这些经典文化在当下还有所谓的生存空间吗?

笔者认为,尽管东亚流行文化的主体基本上都来自于诸如中国、日本、韩国等一些国家,但流行文化的区域流通并不等同于一种单边的扩散传播。此外,随着区域化进程的进一步加深,越来越多来自于东南亚的产品在东北亚地区也受到热烈地追捧,所以只有双向乃至多向的文化传播才能加强地区之间的文化交流,才能提高跨越边界的流行文化的输出。更重要的是,东亚地区的区域融合往往能

够丰富亚洲流行文化的种类,这不仅为东亚地区的受众提供更多的选择机会,还是对亚洲乃至世界流行文化的一个极好的补充,更是对流行文化的区域传播带来积极的影响。这样一来,各地区的人们和组织将会有机会交换、交流他们自己的文化观点、产品以及见解。

与其同时,我们也要看到,美国文化对于东亚文化市场的影响和冲击。他们的文化产品依然在世界市场上有着很强的影响力及广大的受众,好莱坞的电影依然占据着东亚各国(地区)电影市场上巨大的份额。例如,国际电影大约占据着香港电影市场六成左右的份额,其中百分之八十来自于美国。因此,如何保持东亚流行文化的繁荣与稳定,如何在种类繁多的异域文化侵袭下依然屹立不倒,这是一个值得深究的问题。

## 4 东亚流行文化给予的启示

### 4.1 民族气息浓厚

我们常说,民族的就是世界的,文化的传播和推广更是如此。一方面,流行文化中融入民族因素更具有特点和特色,更容易引起受众的兴趣和新奇感,另一方面,将民族因素融入到文化中,在传播过程中,也就将本国的文化、理念、价值观等一同输了出去,这无形中就提升了国家的形象、影响力和软实力。前文已谈到韩国在流行文化传播中重视民族性的渗透,同样的,日本也重视民族因素的植入。如日本动漫中有大量的以本国历史为素材的故事,在动漫的运用中也极力有效地宣传日本文化,几乎所有动画作品中都会涉及到日本的和服、樱花、日式料理等,虽然简单,但很有民族特色化,这也是日本动漫、漫画得以广泛流传的重要原因之一。

### 4.2 政府高度重视

一个良性发展的文化产业需要得到来自政府的大力支持。政府的帮扶可以有很多种,最主要的无非就是推行一些好的政策措施或者是调整税收等等。而在这方面,韩国的做法值得肯定。自1998年始,韩国陆续推出《国民政府的新文化政策》《文化产业发展五年计划》《文化产业发展推进计划》等文件,同时成立了系统支持文化产业发展的专门机构——文化振兴院。韩国政府之所以重视文化产品输出,就是他们认为一个好的文化产品是国家形象的最好代言,且附加值特别大。据他们统计,他们的文化产业中每多100美元的输出就会拉动412

美元的产业。

#### 4.3 正确处理艺术与市场间关系

当年,德国哲学家、社会学家、音乐理论家西奥多·阿多诺曾经从艺术标准角度对大众文化进行了质疑,当然,这是时代局限性所造成的。现如今,不管是韩国、日本,还是中国香港,已经很少再有人将艺术和商业对立起来。随着艺术的发展,流行文化变得多样化和多层次化,满足了不同层次、不同阶层的需要,艺术和商业之间对立问题也就不成为问题了。但在我国,很长时间以来,流行文化在艺术性和商业性的钟摆之间左右摇摆,开始时纠结于艺术与商业之间的争论,早期的流行文化缺乏新鲜气息,随后,当我们对市场经济有了初步了解后,又摆向另一个极端,流行文化商业属性被扩大,而艺术性则被忽略。这都是我们对艺术和商业之间关系认知的偏差。因此,要想繁荣流行文化就必须正确处理好艺术与市场之间的关系。

#### 4.4 注重后备人才培养

东亚流行文化迅猛发展也与重视这方面人才培养有关。以日本动漫为例,他们非常重视年轻人的培养,在政府有关动漫产业的报告中,每次都提到这一问题。而在培养方式上也是灵活多样的,既有正规的学校培养,也有各种形式的培训班和短期讲座。20世纪80年代以前,主要采取师徒式方式,学徒边工作边学习,很多优秀人才都是自学成才的;90年代高等教育开始涉足这类人才培养,进入21世纪以后,很多大学设立了此类专业,为动漫产业培养了大批优秀人才,推动和保持了日本动漫产业的持续、健康、快速发展。

#### 4.5 不断创新推广手段

流行文化的崛起和繁荣离不开推广手段的创新。当年香港电影人陆运涛在经营电懋公司时候采取“垂直整合”模式,将制作、发行、放映三个产业整合到一起,形成一个优生态的产业链,取得了很好的效果;日本政府在推广动漫时,采取“免费午餐”等营销策略:首先从动漫制作商手里购买版权,

然后免费提供给一些国家,等这些国家形成“依赖”后,再实现从免费到正常的价位,收到了奇效。

而在互联网技术日新月异的当今,如何利用当今的信息技术进行推广传播也是各国各地区研究的一个问题。假设前文所提到的韩国鸟叔的《江南Style》或者是那些热门韩剧不借助发达的网络、新媒体、各种社交平台去传播的话,一定达不到今天这样现象级的表现。由此可见,我们应抛开东亚流行文化风靡的表层现象,深挖其中的门道与成功经验,从而得出唯有借助当今发达的互联网技术以及学会电子媒介的宣传推广,才能更好地传播我们中国自身优秀的、经典的文化宝藏和文化价值。

#### 参考文献:

- [1] Ben-Ari E, Otmazgin N, & Project Muse. Popular culture co-productions and collaborations in east and southeast asia [M]. Kyoto, Singapore: NUS Press, 2013: 435-441.
- [2] Cho W S. Riding the Korean wave from 'Gangnam style' to global recognition [J]. Global Asia, 2012, 7(3): 35-39.
- [3] Iwabuchi, K. Media on the move: Global flow and contra-flow [M]. London: New York Routledge, 2007: 61-75.
- [4] Napier S J. Anime from akira to howl's moving castle: Experiencing contemporary japanese animation [M]. New York: Palgrave, 2001: 15-34.
- [5] Storey J, & Ebooks Corporation. Cultural theory and popular culture: An introduction (Seventh ed.). New York: Routledge, 2015: 1-17.
- [6] 孙佳山. 韩国政府为何如此重视文化产业? [EB/OL]. (2015-04-08) [2018-09-18]. <http://money.163.com/15/0408/10/AMM0TDOH00253G87.html>
- [7] 王小峰. 流行文化“攻克”全亚洲 “韩流”为何酷? [EB/OL]. (2015-06-23) [2018-09-18]. [https://culture.ifeng.com/a/20150623/44024230\\_0.shtml](https://culture.ifeng.com/a/20150623/44024230_0.shtml)
- [8] 高文婧. 鲁璐. 日本动漫产业的发展对我国的启示分析 [EB/OL]. (2017-07-01) [2018-09-18]. <https://www.xzbu.com/1/view-5424656.htm>

[责任编辑: 李玉年]