

论提高国家的文化软实力

曾 长 秋

(中南大学 政治学院, 湖南 长沙 410083)

[摘 要] 党的十七大作出了“提高国家文化软实力”的战略决策,这个决策对回击西方的文化霸权主义,维护我国的文化安全和世界文化的多样性;对化解国际社会对我国发展的猜疑与误解,在文化交流中增进了解与互信;对提升文化产业的国际竞争力,促进经济硬实力的繁荣与发展,都具有重大的现实意义。

[关键词] 文化交流; 文化安全; 国家软实力

[中图分类号] G206 [文献标识码] A [文章编号] 1673-0755(2010)03-0009-03

胡锦涛同志在党的十七大报告中明确指出:“当今时代,文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素。”因此,“要坚持社会主义先进文化前进方向,兴起社会主义文化建设新高潮,激发全民族文化创造活力,提高国家文化软实力。”^[1]胡锦涛同志还指出:“当今时代,文化在综合国力竞争中的地位日益重要。谁占据了文化发展的制高点,谁就能够更好地在激烈的国际竞争中掌握主动权。”^[2]十七大把“提高国家文化软实力”上升到国家战略的高度,使之成为社会主义文化建设的重要任务,这对发展中国特色社会主义、增强中华民族的综合国力、促进中华民族的伟大复兴,具有十分重要的现实意义和深远的历史意义。

一 以软实力反对软权力,维护我国的文化安全和世界文化的多样性

文化代表着国家身份和民族形象,与政治与经济相比较,文化产生的吸引力和影响力更为持久,是软实力的主要载体和具体体现。“软实力”是近年来风靡国际关系领域的一个重要概念。一个国家的综合国力不仅包括由经济、科技、军事等表现出来的“硬实力”,而且也包括文化、教育、意识形态、政治价值观、国民素养的影响力所体现出来的“软实力”。如果我们把文化理解为“人类一切精神活动及其结果的总和”,那么文化软实力这个概念既包括政治、外交、意识形态、价值体系,又包括哲学、法律、语言、宗教、艺术……这些所产生的综合影响力,从而构成一个国家的“文化软实力”。软实力一词来源于英语“Soft Power”,是由美国哈佛大学肯尼迪政府学院院长约瑟夫·奈首先提出来的。他在2002年发表的《为何再不能单纯依赖军事力量?》一文中认为,软实力就是“让别人也想要你所想要的能力”;在2006年

发表的《软实力的再思考》一文中,他将这一概念简单地定义为——“通过吸引而非强制或者利诱的方式改变他方的行为,从而使己方得偿所愿的能力”,并认为“软实力”是相对于国民生产总值、科研成果及转化率、国防力量等“硬实力”而言的,具有凝聚、整合、同化、规范社会群体行为和心理的功能,并具有其他社会要素无法取代的作用。在2004年出版的《软实力——世界政治致胜之道》一书中约瑟夫·奈又写道,软实力有三种主要资源:文化、政治价值观及外交政策。与政治价值观和外交政策相比,文化作为国家的软实力具有不可替代的重要作用。文化是民族创造力的重要源泉,一个民族所创造的文化成果,不仅丰富了本民族的文化宝库,也为人类文化增添了色彩;不仅为本民族所享用,也为其他民族所分享。一个文化创造力较强的民族,更容易赢得其他民族在观念上的尊重、情感上的亲近、行动上的支持。这种使其他民族尊重、亲近和支持的能力,就是“文化软实力”。

然而,西方国家普遍认同和倡导的“软实力”(Soft Power),实际上是“软权力”,因为“power”一词有“权力、力量、实力”之意。西方国家推崇“Soft Power”,其目的是要借文化、价值观念等“柔软的方式”来称霸世界。前美国总统国家安全事务顾问布热津斯基在《大失控与大混乱》一文中写道:“增强美国文化作为世界各国‘榜样’的文化和意识形态力量,是美国维持其霸权地位所必须实施的战略。”这番话,暴露了美国称霸全球的野心。冷战结束后,文化手段成为以美国为首的西方国家穿越社会主义屏障的渗透工具。一方面,他们利用强势的科学技术来推行其价值主张。以谷歌事件为例,藉网络自由之名强硬要求中国取消“网络审查”,其实质就是要中国对其反动、淫秽的文化不设防,这是一种文化霸权。另一方面,他们利用日益发达的大众媒体,包装、鼓

[收稿日期] 2010-01-26

[作者简介] 曾长秋(1950-),男,湖南浏阳人,中南大学政治学院教授,博士生导师。

吹、倾销自己的价值观念和生活方式,兜售西方的“自由”、“民主”、“人权”……目前美国制作了全球 75% 的电视节目和 60% 的广播节目,每年向国外发行 30 万小时的电视节目,许多国家的电视节目中美国节目占到 60%—70%,美国电影占据世界总放映时间的一半以上,占据世界电影市场总票房的 2/3。电视、广播、电影是美国传输其价值观念的有效渠道,近年来,好莱坞大片加紧进军中国内地市场,甚至有人评论它为了“钱途”也不得不考虑影片中的“中国元素”。然而,我们不能因为其加进了“中国元素”就给予一片喝彩,其实,好莱坞的影视大片被称为“铁盒中的外交”,因为它身兼占领市场和推行西方所谓民主政治的双重责任,也就是说,看似平常的大众文化产品也在一定程度上成为了西方进行价值渗透的工具,执行西化、分化及和平演变的政治任务。面对西方国家咄咄逼人的文化霸权气势,我们必须提高自身文化软实力,反击其文化软权力。首先,夯实内功,增强民族文化的凝聚力与竞争力,这是坚持社会主义道路、实现民族复兴、反对西方国家霸权主义的必然选择。前苏联解体的一个重要原因,就是忽视了对人们的价值观念、政治信仰、政治觉悟的固化与培育。我们要加强宣传与教育,强化本民族、本国文化的地位与作用,高扬中华民族伟大的民族精神,用社会主义核心价值观体系凝聚民心,用社会主义共同理想振奋精神,营造浓郁的民族文化氛围,在广大人民群众的思想观念和观念中牢固树立对社会主义的坚定信念。只有这样,才能提升中华文化的国内凝聚力和国外影响力,才能构筑起抵制资产阶级意识形态渗透的铜墙铁壁。其次,强化政治的、经济的、法制的手段,坚决抵制当代西方腐朽的政治文化。谷歌事件的处理彰显了我们维护文化安全的决心,今后,类似的争端可能还会不断出现,原则性的问题我们不能作出任何让步。再次,主动加强文化交流,合理兼容当代西方中性的文化。维护文化安全并不是关起国门,目前,世界上存在着多种不同的文化,各国文化都有其独特性与合理性,这是人类社会的基本特征。提高我国的文化软实力,在清楚地认识本土文化的同时,主动认识异域文化,同时吸收各国优秀文明成果,兼容人民群众所喜闻乐见、又不具有鲜明意识形态色彩的西方大众文化。“看世博,知世界”,当前,我国正不断搭建各种平台,让世界了解中国,让中国了解世界,传承世界其他民族优秀的民族文化,使各种文化形式、文化门类、文化业态各展所长、共同发展,在世界范围内形成百花齐放的生动局面,为世界文化与文明的多样性做出贡献,不失为我国提升文化软实力的现实途径。

二 以软实力回击“新威胁”,化解“真猜疑”,在文化交流中增进了解与互信

提高国家文化软实力,不仅是我国文化建设的一个战略重点,也是实现中华民族伟大复兴的重要前提,成为我国倡导和谐世界战略思想的重要组成部分。

文化软实力对内体现为对本民族成员的吸引力与影响力,对外体现为本民族文化对世界文化发展潮流的导向与推动能力,也体现在外部世界对该民族文化的赞赏和认可程度。我国关注“软实力”有独特的背景:“软实力”概念与我

国政府的发展战略和关于国家、世界的理想相契合。出于国内外多方面因素的考虑,世纪之初的中国提出了“和平崛起”的发展战略,此后又提出了“和谐社会”、“和谐外交”的理念。中华民族历来讲信修睦、崇尚和平,形成“己所不欲,勿施于人”、“利而不害,为而不争”的信条,反映出中华民族“天下情怀与道德理性”的品格。千百年来,和谐的文化理念,深深地影响着中华民族的思维方式、心理结构、价值选择、伦理道德和行为方式。2005年9月15日,国家主席胡锦涛在联合国成立60周年首脑会议上发表的题为《努力建设持久和平、共同繁荣的和谐世界》的讲话,首次提出了构建“和谐世界”的倡议。我们倡导在国内构建和谐社会,在国际共同构建和谐世界,在和谐的环境下实现中国的和平崛起,是我们的最大心愿。

然而,面对中国和平崛起的不懈努力,国际社会总有一些不和谐的声音出现,“中国统计掺水论”、“中国威胁论”不绝于耳。这些声音的出现,一方面是反华势力为了维护其霸主地位,试图全方位遏制中国发展的有意叫嚣;另一方面则是一些国家对中国的政策与文化缺乏了解,在西方国家强势舆论的恶意歪曲之下,对中国的发展心存疑虑。他们担心中国的崛起会重蹈历史上某些大国崛起的覆辙,说白了,就是他们害怕强大的中国会以强凌弱,损害他们自身的利益。

化解猜疑的有效办法是重视与其他民族和国家的沟通,加强文明间的多层对话。政治上相互协商、经济上相互合作,是不同国家、不同民族之间进行对话与交流的有效形式;而提升国家的文化软实力,增强中华文化国际影响力,更是增强国际社会对我国的理解、信任和尊重的重要途径。因为,和谐的理念不是几次领导人的讲话就能深入人心,负责任的大国形象仅靠外交的努力也难以完全实现,它需要文化的宣传与引导。相对于政治、外交而言,文化的受众面更广,文化的交流更容易深入人心。当前,我们应当加强对外文化交流,以积极的姿态向世界传播和谐的中华文化价值观,让世界了解中国内敛、非侵略性的文化传统和公平正义、敢于担当的现代文化理念,将具有中华文化魅力的开放、包容、兼收并蓄和谐共生理念,深入到世界人民的心中。让世界人民更好地了解中华文化的独特魅力,就能减少他们对中国发展意图的猜测和怀疑。其实,我们弘扬与推行和谐文化的过程,既是文化、意识形态等方面的吸引力、亲和力不断增强的过程,也是赢得国际社会的理解与尊重,化解猜疑,回击谎言,提升国际影响与国际声望的过程。英国著名历史学家阿诺德·汤因比于1974年就指出:“世界现在最需要的是中国文明的精髓——一和谐。如果中国不能取代西方成为人类的主导,那么整个人类的前途是可悲的。”中国不谋求主导世界,但中国的发展需要得到世界的理解与支持,中国更愿意与世界各国一道实现互利与双赢。

三 以软实力促进经济硬发展,提升文化产业的国际竞争力

提升国家文化软实力,不能不首先定位于国民文化素质的普遍提升。这里的“文化素质”是一个广义的概念,它既包括思想道德素质,也包括科学文化素质。我们经常讲,中华民族传统文化博大精深、源远流长、根深叶茂,在世界文明

体系中独树一帜。与此同时,我们也应当看到,传统文化与文化传统、文化资源与文化素质、文化软实力之间不能简单地画等号。优秀的传统文化只有转化为民众的文化素质,才能成为活的、有生命力的文化传统;文化资源只有内化于民众的心胸,转变为民众的文化素质,才能成为真正的文化软实力。

文化软实力只有在传播中才能让人感知,并发挥其作为一种实力的价值。提升国家文化软实力的重要路径之一,就是塑造良好的国家文化形象。推进国家文化形象的塑造,我们应当注重增强中国文化形象的核心元素。国家文化形象是一个复杂的体系,其中核心的元素应该体现在思想与价值观的层面上。没有思想与价值观支撑的文化,是没有软实力意义的文化。近些年来,我国加强了与国外政府间的文化交流,举办中国文化年、文化月、文化日活动,举办展览演出,开设孔子学院,但因为受众不广因而影响有限,不少人对中国的了解仅限于长城、故宫、兵马俑、丝绸、瓷器、京剧、少林寺等有限的传统文化领域。这说明,仅靠文化事业难以提升我国文化的国际影响力。软实力要通过必要的经济运作、必要的产业发展来形成自己的效应。软实力与硬实力犹如车之双轮、鸟之双翼,相辅相成、缺一不可。凡是在世界上能够纵横捭阖、影响巨大的国家,都是两种实力兼具的国家。

文化产业是软实力的有力载体,它具有能耗低、污染小、附加值高的特点,目前,文化产业已成为许多国家推动经济发展的重点支柱产业,显示了强劲的发展势头和巨大的发展潜力。胡锦涛同志在党的十七大报告中明确地指出,“大力发展文化产业,实施重大文化产业项目带动战略,加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设,培育文化产业骨干企业和战略投资者,繁荣文化市场,增强国际竞争力。”^[1]大力发展文化产业,不断提高我国文化产业的总体实力和国际竞争力,不仅是提高国家文化软实力的工作重点,也是增强国家经济硬实力的重要任务。当前,各大媒体在描述我国文化产品对外交流情况时,有几个词非常刺眼,那就是“逆差”、“入超”、“文化赤字”……说明国外文化产品已充斥我国市场,我国文化产品的海外市场疲软。对外文化交流的弱势,既反映了我国文化事业发展的不足,也反映出我国文化产业发展的滞后。在市场经济和全球化的条件下,提高文化软实力必须借助文化产业这一有效载体,同时通过发展文化产业,为经济硬实力注入新的活力。

提高文化软实力,发展文化产业,我们必须以内涵丰富、形式多样的文化产品满足国内消费者的需求。当前,我国民众生活水平稳步提高,社会消费正在向发展型和享受型升级,国内文化的消费需求日趋增大。提升文化产业的国际竞争力,必须借助现代化的文化艺术形式和现代文化传播手段,创造出更多既反映民族精神又富于时代内涵、体现中国特色的文化标志、文化符号和文化品牌,生产出更多高附加值的高端文化产品,提高和扩大文化信息的覆盖范围,改变西方强势文化产品占领我国文化消费市场、国产文化产品长期供给不足的现状。让群众在带有浓郁民族气息的文化产

品的熏陶中增强民族的认同感、荣誉感、自豪感,形成高度的文化自觉,对西方的文化渗透筑起一道无形的防线。

我国提高文化软实力,发展文化产业,还必须主动开拓国外市场,让蕴涵民族精神的文化产品走入国外民众的日常生活。当然,我们是本着文化交流的目的开拓文化产品的海外市场,要考虑其他国家和民众的文化背景,生活旨趣,民族精神的渲染应适中适度。同时,我国文化产业起步较晚,迄今缺乏世界知名品牌和具有强劲竞争实力的文化企业,面对激烈的国际竞争,我国各文化企业应加强协作,优势互补,联手开拓海外市场。有了文化竞争力,我们不仅可以维护国家的文化安全,巩固文化的主导地位,还可以借此推广和塑造良好的国家形象,提升国际影响力及对中国亲近友好的环境。打造国家以文化竞争力为基本形态的软实力,就能促进中华文化走出国门,在国际舞台展示中华文化的魅力,对文化交流也能够起到积极的推动作用^[3]。

需要特别指出的是,文化产业承载着文化提升与经济发展的双重职能,经济发展只是其载体,文化传承才是其实质。时下,一些文化企业片面追求经济硬实力,产品流于浅、平、庸,“黄、赌、毒”等丑恶现象屡禁不止,“假、冒、伪、劣”的文化产品泛滥,即使是一些娱乐品牌,总体上是以劲爆、另类的方式吸引消费者。我们不能因为迎合一些人的口味而以粗俗、低级、无聊戏说甚至肆意亵渎优秀传统文化作为代价来换取市场的成功。

当今时代,文化与经济合流成了经济发展的新源泉与新形态。文化产业作为一种重要的经济形态,已经成为很多发达国家国民经济中的支柱性产业。越来越多的国家认识到,文化产业的竞争,是经济的竞争、文化的竞争,同时也是政治的较量,是国力的综合较量。因此,各国在“知识经济高地”进行战略竞争的同时,又在“文化经济高地”展开了新一轮竞争与博弈。我们只有站在文化发展的制高点,才能充分凸显文化的吸引力、感染力、扩散力、渗透力,成为推动世界文明进程的一支强有力的文化力量。要占据文化发展的制高点,我们必须将文化发展奠立在人类文化积极成果的既有高度之上,熔铸古今,广采中外。我们还必须充分认识和把握这个普遍联系、相互依存的世界,尤其是针对人们普遍关注的经济发展、民族和解、能源危机、环境污染、恐怖活动、毒品走私、疾病传播等共同议题,发出中国的强音,为确立世界文化新秩序、推动人类社会的持续进步做出自己应有的贡献。

[参考文献]

- [1] 胡锦涛.高举中国特色社会主义伟大旗帜,为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗[N].人民日报,2007-10-25
- [2] 胡锦涛.在中国文联第八次全国代表大会、中国作协第七次全国代表大会上的讲话[N].人民日报,2006-11-10
- [3] 郭振峰.提高国家文化软实力的十大举措[N].中国改革报,2008-04-02