

高校文化软实力探析

张多来,赵阳阳^①,张旭敏^②

(南华大学 政治与公共管理学院,湖南 衡阳 421001)

[摘要] 提升文化软实力是我国发展的战略目标之一。研究文化软实力和高校文化软实力,先要对文化的定义进行理解和分析;要从多视角来分析文化软实力这18种“力”是各种各样“力”的有机融合;深度分析高校文化软实力5个方面:办学理念、办学特色、创新体系、校园文化、学校品牌。因此,提升高校文化软实力要在这些方面切实加强建设。

[关键词] 文化软实力; 文化; 高校文化软实力

[中图分类号] G641 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2012)06-0093-04

一 文化和文化软实力的定义与分析

怎样才能正确理解文化软实力中的“力”?先要理解什么是文化,文化在拉丁文中,原意是耕作、培养、教育、发展、尊重等,后来逐步演变为个人素质、整个社会的知识、思想、文艺作品等,并且引申为全部社会生活。在中国历史上,《周礼》中说:“观乎人文以化天下。”^[1]晋代束皙在《补亡诗》中说:“文化内揖,武功外悠,”等等,这里讲的是文治教化的意思,与现代意义的文化并不完全相通。而最早在现代意义上界定文化的人,应属梁启超先生。早在1922年12月发表在《灯学》杂志《什么是文化》一文中,他明确指出:“文化者,人类心灵所开采出来之有价值的共业也。”随之以后,我国学术界对文化的定义,日趋丰富和完善。胡适说:“文化是一种文明所形成的生活的方式。”^[2]孙中山也说过:“文化是人类为了适应生存要求和生活需要所产生的一切生活方式的综合和他的表现。”^[3]陈独秀说:文化的内容是文学、美术、音乐、哲学、科学这一类的事。毛泽东认为:“一定的文化(当作观念形态的文化)是一定社会的政治和经济的反映,又给予伟大影响和作用于一定社会的政治和经济。”^[4]对文化定义的认识和理解,各有其道理,这些都说明文化表现为一定历史的发展水平,人们进行生活和活动的种类和形式,以及人们所创造的物质财富和精神财富等等。

现在对文化的理解,可以从广义的文化和狭义的文化来分析。

先对广义的文化进行分析。文化即“人化”。按

照马克思的解释,文化是指自然的“人化”。表现在两个方面,一方面,文化是外部自然世界的人化;另一方面,文化是人的自然本性向主体性的转化^[5]。这两个方面的分析,科学地揭示了人与自然的关系,主体与客体的关系,从而明确揭示了文化的本质。这就明确揭示了文化是由人直接创造的,为人所特有的东西。文化是人类区别于自然物的本质特征,也是人类区别于动物界的显著标志。人创造了文化;文化又造就了人。文化不仅是外部世界的人化,同时,又是人自身的主体化。没有文化,人就不成其为人。广义的文化也叫“大文化”。凡是人类社会实践活动及结果都可以叫“文化”。文化可分为物质文化、制度文化、精神文化和行为文化。

再对狭义的文化进行分析。狭义的文化即艺术,它是精神文化的精华,在精神文化中具有独特的地位。艺术,是发生在主体与客体之间的审美反映和审美创造,是主体以典型形象的方式来表现客体美的一种方式。这就从主体与客体之间的审美关系中,去把握艺术的文化本质。人的审美反映能力和审美创造能力,都是在长期的社会实践中产生的、发展的。因此,生活实践是一切艺术的源泉,坚持“三贴近”原则,贴近实际、贴近生活、贴近群众,是一切艺术产生、发展、创造的源泉。

还要对文化的灵魂和载体进行分析。文化的本质渗透着文化的灵魂,它要通过一定的形式和载体表现出来。首先,文化的灵魂是意识。意识是人脑特有的功能,是人之所以成为主体的重要依据。人

的生命在于创造,而人能创造的根源在于意识的能动性或创造性。毛泽东说,人的意识的能动性表现在两个方面,一是能动地认识世界;二是能动地改造世界。可见,意识是主体力量的核心,离开意识,人就不能成为主体;离开了意识的创造,就没有主体的创造性。意识是一种自觉的、能动的有目的的创造过程。文化作为主体实践的创造物,必然渗透着意识的创造性。发挥意识的能动性,使客体向主体转化,这就形成了文化。可以说,意识是文化的灵魂。

其次,文化的载体是产品。文化的载体就是人类实践的创造物即“产品”。人类实践从本质上讲是一种生产性活动,要生产出不同类型的产品,诸类产品就是各类文化的载体。所谓“产品”,是指主体实践的创造物,是主体化的客体,是文化的载体。产品作为文化的载体,具有属人性、客观性和价值性等特征。所谓属人性,因为产品是人生产的,是人创造的,是为了满足人民群众日益增强的物质文化需要的东西。所谓客观性,因为这类产品是被人类实践改造过的客体,它既具有主体性,又具有客观性,产品虽然内含着人的意识和目的,但这类产品本身是客观存在的。所谓价值性,因为文化产品具有满足人的某种需要的属性。人们的需要是多种多样的,因而产品的价值也是多元的。产品价值的大小是以满足人们的某种需要为尺度的,因而文化产品具有价值性。凡有价值的,能满足人们需要的,就要生产,就能形成产业。可见文化产业是朝阳产业、绿色产业、环保产业、低碳产业,从事文化产业的人,同样在创造财富,创造价值,为 GDP 增长作出贡献。

何为“文化软实力”?它是指一个国家基于文化的生命力、创造力、传播力而形成的体系;主要有三个方面:一是指文化传统、价值观念及制度体系;二是指建立在公共文化服务体系基础上,以人的精神、品格为核心的国民素质,发展文化软实力就是要继承、培育和发展一种独特的民众精神和品格;三是指包括音乐、表演艺术、电影电视、出版、会展、动漫游戏、新媒体等可以产业化运营的文化产业。这三者紧密联系,相互促进,互为支撑,共同构成了国家文化软实力的完整内容。

二 高校文化软实力诸要素及其关联分析

世界上的一切事物都不是孤立存在的,都处在相互联系,相互依存,相互作用之中。文化软实力,相对于军事、政治、经济等硬实力而存在,这是不可争辩的客观事实。软实力与硬实力,相比较而存在,离开硬实力,就无法谈软实力,同样,离开软实力,硬

实力也不可能持久。硬实力是看得见、摸得着的力,是外在的;而软实力是看不见、摸不着的,是内聚的。这种内聚力影响更加深远,更加深刻,更加持久。因此,各个民族,各个国家在发展军事、政治、经济等硬实力的同时,更加注重文化软实力的提升,把文化软实力看成是综合国力的重要因素和标志。

文化软实力不是孤立存在的,是各种各样“力”的有机融合^[6]。就是说文化软实力,不是一种“力”,而是多种“力”的有机融合组成的。构成文化软实力中的“力”大致分析有 18 种:文化继承与文化创新的传承力;文化传统教育和现代文化教育的想象力;区域文化和特色文化的感染力;市民素质和道德水准的诚信力;真诚合作和区域合作的境界力;价值观念和社会主义核心价值观的渗透力;意识形态和政治价值观念的内聚力;制定国际规则和左右国际重大问题基本走向的决定力;市场要素和市场机制的融合力;法律法规和路线方针政策的执行力;哲学社会科学和文学、艺术、音乐、动漫的创新力;地区发展模式和文化发展模式的吸引力;“阳光工程”和信息公开的透明力;城市文化和城市形象的魅力;政府决策和关注民生的号召力;领导人与群众和上级与下级之间的亲和力;生态发展理念和科学和谐发展理念的凝聚力;人与自然共存共生共赢和宜居环境的和谐力,等等。文化软实力大致是由这 18 种文化力有机构成的,这些“力”相互作用,相互促进,相互协调,相互支撑,共同发展。

那么,什么是高校文化软实力?高校文化软实力,说的是大学在发展过程中,大学内部的文化、成员、制度、规章、大学精神与外部环境等诸多要素相互作用构成的一种综合的文化力量,是一种特殊的大学文化。高校文化软实力,它植根于长期的办学理念之上,熔铸在高校的凝聚力、创造力、感召力和内聚力之中,是以科学理论武装人、以正确舆论引导人、以高尚精神塑造人、以优秀作品鼓舞人的重要力量。如果说高校的硬实力是学校的躯干和肢体,那么,高校的软实力就是学校的大脑和灵魂。如果说高校的硬实力反映的是学校的办学规模和现状,那么,高校的软实力展现的是学校的追求和理想,是大学精神的彰显。

而对某一所高校来讲,应该具备软实力的多种文化“力”:在长期办学中积淀的先进的办学理念;想象力;赋有内涵的丰富多彩的校园文化的感染力;师生素质和道德水准的诚信力;校企合作、服务社会、开放办学的境界力;共同理想和社会主义核心价值观的渗透力;教学、科研、管理多种元素的融合力;

教育思想、教育方针、教育改革的执行力;哲学、人文社会科学和艺术、音乐、动漫的创新力;专业特色和办学特色的吸引力;校徽、校训、校歌、校风、教风、学风、作风等校园形象的魅力;党委领导、行政决策的号召力;师生之间、干群之间的亲和力;学校品牌专业的凝聚力;校园环境、校园建筑布局、校园风格等校园环境的和谐力,等等。

这种“软实力”的存在,是多种力的复合体,如社会制度、发展模式、意识形态、价值观念、价值取向、生活方式、文化特色和文化品牌等等所具有的“吸引力”,所表现出来的“优越性”,所满足人们群众日益增强的精神文化享受的“魅力”^[7]。这种软实力,是通过形象鲜明生动的表现形式,是以潜移默化的方式来影响和感化人们的主观精神世界,使人们自觉地、从内心信念上心悦诚服地接受这种特定的影响,产生饱含情感的感性符号,从而进行文化传承、文化创造和文化传播。这种软实力,发自人们的精神世界,从而形成正确的价值判断,产生正确的价值观念,形成科学、健康、文明、积极向上的生活方式,这种文化生活方式,正是人们在日常生活中所说的“这才是正常人应当过的日子”。改革开放以来,我国的经济实力大大增强,在经济实力增强的同时,党中央及时作出了推动社会主义文化大发展大繁荣,大力发展文化产业,提升我国文化软实力的战略决策,这是提升国家综合实力的需要,是全面贯彻落实科学发展观的需要,是改善民生不断满足人们群众日益丰富的文化生活的需要,是提高全民族思想道德素质和科学文化素质、促进人的全面发展的需要。它使人民基本文化权益得到更好保障,使社会文化生活更加丰富多彩,使人民精神风貌更加昂扬向上。

三 高校文化软实力的建设路径

我国高校大约 2334 所(含民办高校)。高校是社会主义先进文化引领、传承、创新的重要基地,高校是围绕培养中国特色社会主义事业合格建设者和可靠接班人的重要场所。高校肩负着培育人才、科学研究、社会服务和文化引领的神圣使命,是国家的人才储备、思想源泉,起着推动社会发展,引领时代进步的作用。

大学核心竞争力是依靠自己长期办学形成和积淀的,软实力是创造出来的,不是天上掉下来的。世界上著名的大学是靠自己的软实力建设、成长、发展壮大,从而赢得世界声誉的。德国柏林大学,提倡的教学与科研并重、大学自治和学术自由奠定了新

型大学理念;美国哈佛大学推行了学分制,从而成为世界上一所知名大学;韩国仁德大学,以教给学生高尚情操和精湛技术的职教理念而在世界名牌大学中占有一席之地。我国的清华大学、北京大学也是这样。打造软实力,是提升大学核心竞争力的法宝。实践证明,提升高校文化软实力,要在办学理念上下功夫,在办学特色上下功夫,在人才培养质量上下功夫,在创新能力上下功夫,在科学管理和人才培养机制上下功夫,在学科建设上下功夫,从而推动学校建设的发展和壮大,使“软实力”彰显出来,涌流出来,成为一种文化资源、一种精神财富,成为超强的吸引力,超越时空,超越国度,超越民族,产生出巨大的辐射力和影响力。

如何提升高校文化软实力,我们认为,高校文化软实力的建设路径:一是在办学理念上^[8]。大学的办学理念,就是办学的灵魂,是一个大学科学发展,可持续发展,健康发展的根本。办学理念不是拷贝的可照搬的,而是自身在办学实践中长期积淀的、独到的。如大学坚持以人为本,教学以教师为本,学习以学生为本,人才培养以能力为本,科学的办学理念,先进的办学理念要与整个时代同步,为社会发展所需,只有这样,才能发挥出大学软实力的真正吸引力。二是在办学特色上。办学特色就是讲究办学的个性化、独特化,抓住了办学特色,就抓住了学校的生存权、发展权,没有特色的大学,就会在教育发展中失去可持续发展的能力。特色也是多方面的,如专业特色、区域特色、办学模式特色等。特色就特在“人无我有、人有我特、人特我优、人优我精”,这是赢得大学核心竞争力的关键。三是在创新体系上。创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力。大学是知识创新的重要基地,是培养创新精神的摇篮,每一所大学的发展与繁荣,要始终坚持创新。如:理论创新。要在教育观念、办学模式、机制体制、教学内容、教学方法等方面,大胆开展理论探索,大胆进行理论创新。制度创新。提升软实力,增强高校核心竞争力,就要深化高校教育管理体制的改革,改革教育思想,创新人才培养模式,调整学科专业结构和课程体系,拓宽教学内容,改进教学方法,培育人才评价标准和正确的价值导向,创造良好的育人校园环境。四是在校园文化上。校园文化是大学软实力的重要载体,将校园文化建设上升到大学文化软实力建设的高度,核心就是树立科学的文化发展观。首先,表现在校园物质文化上,校园物质文化建设要以具体的校园建筑和校园景观为载体,将大学精神体现在各种标志物之中,将使用、审

美和教育功能融为一体。其次,表现在制度文化上,大学各项规章制度,法律法规、学校管理体制、组织机构及其运行机制、学科建设制度,人才培养制度等,通过这些规范化的制度文化,确保大学健康有序运行,充满生机与活力。再次,表现在精神文化上,大学师生员工的群体意识、人文素养、心理素质、精神风貌、文化氛围、思维方式、人生态度、价值观念、校风、教风、学风等等,通过长期的积淀,逐步形成学校的精神文化,构筑起校园精神文化家园。五是在学校品牌上,学校品牌就是指大学的知名度和美誉度。它是大学教育发展到了定阶段的必然产物,其本身就是大学文化软实力的展现,这种品牌能增强学校的外部吸引力和内部凝聚力。品牌是一种无形资产,是一种精神财富,形成一种“软实力”,一所大学才有自己的品牌,才能赢得人们群众的真诚认可和好的口碑,从而创造名牌效应。因此,加强高校文化软实力建设,要在上述 5 个方面狠下功夫。

总之,在建设中国特色社会主义的征程中,在实现中华民族伟大复兴的历史过程中,大学文化始终是一个国家文化建设的前沿阵地,始终是引领社会潮流,确立主导价值观的重要场所,在中国文化软

实力建设中,大学文化的作用越来越显得更加突出和更加重要。因此,注重大学文化软实力的提升,是大学精神的展现,也是文化软实力提升的必然要求。

[参考文献]

- [1] 周礼正义:卷三,见十三经注疏[M]. 北京:中华书局影印本,上册:37.
- [2] 转引自胡潇.文化的形上之思[M]. 长沙:湖南美术出版社,2002:33.
- [3] 文化哲学讲录:第 2 卷[M]. 东大图书公司,1982:155.
- [4] 毛泽东.毛泽东选集:第 4 卷[M]. 北京:人民出版社,1991:624.
- [5] 周晓阳,张多来.现代文化哲学[M]. 长沙:湖南大学出版社,2004:33.
- [6] 赵海林.软实力的魅力[J]. 宝鸡社会科学,2010(4):卷首语.
- [7] 霍桂桓.关于软实力的几点哲学思考[J]. 南方论坛,2010(1):75-77.
- [8] 王家爱.高职院校软实力建设的几点思考[J]. 潍坊高等职业教育,2006(2):4-6.

A Deep Analysis of Soft Power of Culture and Soft Power of University Culture

ZHANG Duo-lai, ZHAO Yang-yang, ZHANG Xu-min

(University of South China, Hengyang 421001, China)

Abstract: One of the strategic objects of China's development is to strengthen the soft power of culture. To study the soft power of culture and the soft power of university culture, we have to understand and analyze the definition of culture from the outset; we study, from multiple points of view, that the soft power of culture consisting of 18 kinds of "power" is the organic fusion of various kinds of "power"; a deep analysis of the soft power of university culture is given from five perspectives: the concept, the characteristics of school, the innovation system, the campus culture and the school brand. Therefore, we are supposed to strengthen the construction from those five aspects to reinforce the soft power of university culture.

Key words: the soft power of culture; culture; the soft power of university culture