

中国文化软实力的发展对策及趋势浅析

高 晶

[摘要]本文通过梳理美国外交家约瑟夫·奈所提出的“软实力”一词的衍变,分析国内外对中国软实力的研究,透视“软实力”的特质,发掘中国文化软实力的源泉,提出实现中国文化软实力的对策建议,并预测中国文化软实力的发展趋势。

[关键词]软实力 文化软实力 对策 趋势

[中图分类号]G20 [文献标识码]A [文章编号]1671-0029(2013)01(下)-0034-03

党的十七大报告明确提出了“提高国家文化软实力”的重大命题。十七届六中全会指出,“当今世界正处在大发展大变革大调整时期,文化在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显,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。”党中央高瞻远瞩,立于国际视野提出的这项重大的战略任务,具有重大的理论价值和实践意义。

近年来,中国在经济、军事、外交等方面都取得了令人瞩目的成果,国际地位和国际影响力得到了提升,获得自身发展以及为人类发展做贡献的难得的历史机遇。然而,“‘西强我弱’的国际舆论格局并未根本改变”,如何能够让中国的文化实力也蓬勃发展起来是个紧迫的课题。本文通过梳理“软实力”一词的衍变,透视“软实力”的特质;并通过分析国内外对中国软实力的研究,发掘“软实力”实现的途径,并预见中国文化软实力的未来发展趋势。

一、软实力概念的衍变及其特质

1990年,美国外交家约瑟夫·奈提出了“软实力”一词。约瑟夫·奈对软实力的定义是“让别的国家也想要这个国家所想要的东西的能力”。为了与硬实力区分开,约瑟夫·奈把其称为“软实力或合作力”(co-optive or soft power)。可以看出,在软实力这个概念最早被提出的时候,约瑟夫·奈对软实力的理解是一种认同感和合作感。1996年,约瑟夫·奈再一次在《外交》杂志发表文章,阐述软实力:“软实力是国际事务中一

种通过吸引(attraction)而不是强制(coercion)而达到预期结果(desired outcome)的能力”。2004年,约瑟夫·奈在他的新书《软实力——通往成功之路》中,重提软实力,认为“软实力是一个国家不使用武力和威慑而说服(persuade)别人做某事的能力”。同年的《外交》杂志中,约瑟夫·奈阐述了美国软实力的策略:“软实力不仅仅是一种短暂的受欢迎程度,它是获得美国想要的结果的手段”。

中国学者对软实力的认识始于1993年。专家认为:“文化作为国家实力的观点早就被人们注意。但没有注意它们的发散性的力量,即作为国际关系中权力的属性。对软实力的这一性质的认识是今天的时局和条件演化的结果”。文章论证了源于国外的“软实力”一词无论在概念还是在内涵上,在很多地方都同样适用于中国国内这一论断。在2007年,门洪华主持中国马克思主义研究基金会/中国软实力研究项目,并写出了《中国软实力评估报告》,概述了软实力的基本理论,指出了软实力的五个核心要素,并就如何加强中国软实力提出了建议。另外,国内学者谢晓娟、宋晓峰、龙小农、赵小刚、田志峰、李海娟等分别从国家形象、和平崛起、外交构想、文化安全、文化战略等方面论述软实力。

通过以上对约瑟夫·奈软实力概念提出的衍变以及多位中国学者对软实力研究梳理,可以发现:软实力的特质强调吸引力和感召力(attraction, admiration, interest)以及说服性和学理性(persuasion, reason);

软实力实现的难点是让对方有认同感 (get others to want what it wants) 和合作感 (co-optive power)。

二、中国文化软实力的对策

2006年11月,胡锦涛总书记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明确提出了“软实力”概念;2007年中国共产党的十七大报告中,胡锦涛总书记又明确提出要提高“文化软实力”。开展文化软实力建设,可以从软实力的特质着手,增强其吸引力和感召力,加强其学理性和逻辑性。

1. 依托中华文明的吸引力和感召力

(1) 中华文明的吸引力来自其文化的多样化,独特性

中国是多元的:56个民族,有着不同的风俗,语言,宗教。国内各民族之间相互共存,和谐发展,为世界各国民族融合提供了一个可供参考的范式。中国还是一个多钟宗教并存的国家,对不同的宗教采取宽容的和平共处的态度。中国有上海话,闽南话,四川话,东北话等地方方言,口语发音差异极大。但是,作为主导语言的普通话和各地方言以及少数民族语言共同在中国大地使用,形成了中国语言的多样性。中国的音乐,舞蹈,戏剧,书法,绘画,武术,传统饮食和服饰受到世界各地的人们的欢迎。中国有几百种戏剧种类,其中最著名的是中国的国粹京剧和目前被列入联合国世界文化遗产保护行列的昆曲。

中国的文化又是独特的。中华文明的延续性在非常大的程度上依赖汉字系统。21世纪的今天,我们仍然能够大体读懂两千多年前的《论语》《孟子》,这样的奇迹在人类历史上再也没有了。汉字静静地为中华文明记载着历史,保存着记忆,这是真正独一无二的创举。

(2) 中华文明的感召力来自其实用化,凝聚性

很多中国古代哲人的思想到今天仍然有着很强的实用性,例如:“和为贵”倡导的是一种和谐的理念,“中庸”体现的是一种弹性哲学思想,“己所不欲,勿施于人”有利于解决人际间的关系。这些对于今天建设稳定的社会体系,在国际问题上坚持和平外交等仍然有着实践意义。中华文化的辐射圈包括东南亚、东北亚、西亚、非洲、北美洲和西欧部分国家。中国的茶文化、酒文化、饮食文化、中国的艺术,中国的哲学思想通过各种渠道渗透到周边的邻国。中华文明的多样性、独特性、凝聚性和实用性是提高中国文化软实力基础条件。

2. 发扬社会主义核心价值体系

(1) 社会主义核心价值体系的说服力

2006年10月11日召开的中国共产党第十六届中央

委员会第六次全体会议通过了《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》,决定明确提出了建设社会主义核心价值体系的问题。马克思主义指导思想,中国特色社会主义共同理想,以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,社会主义荣辱观,构成了社会主义核心价值体系的基本内容。

马克思本人经常强调社会实践性的说服力,他认为“全部社会生活在本质上是实践的。凡是把理论引向神秘主义的神秘东西,都能在人的实践中以及对这个实践的理解中得到合理的解决。”。离开实践性而空谈社会意识必然是唯心主义的。西方价值观中强调天堂与来世的麻痹人民的所谓普世的价值观是虚无缥缈的,不切实际的。20世纪末以来在西方国家频频爆发的各种危机:疯牛病,经济危机,恐怖活动,环境污染,生态危机等等似乎在暗示着西方的弱点。以2008年席卷全球的金融危机为例,那些鼓吹新自由主义的国家亲眼目睹了“完全市场化”梦想的破灭。美国政府也直接干预华尔街股市。

中国一直坚持有中国特色的社会主义理想,坚持改革开放,坚持以经济建设为中心,在世界经济危机陷入深重泥团的时候,仍然能够保持高速的经济增长,看似偶然,实则必然。1978年以来,随着中国的改革开放政策的实施,各项事业蓬勃发展,日新月异,可以说近年来,中国的每一个创举都体现着改革创新的时代精神

(2) 社会主义核心价值的学理性

从中国革命和建设的历史和经验来看,没有马克思主义科学理论的指导,既产生不了中国共产党领导的新民主主义革命,也产生不了中国特色社会主义。只有马克思主义才能够救中国的中国共产党人,带领全国人民,艰苦奋斗,进取图强,使中国发生翻天覆地的变化。中国的近代史是一部仁人志士与列强奋斗的历史。在西方列强打算瓜分中国的时候,中国共产党承担了历史赋予的使命,带领中国人民前仆后继,勇往直前,取得了胜利,建立了新中国。在爱国主义的价值体系既有革命年代的长征精神,延安精神,又有社会主义建设时期的大庆精神,雷锋精神。在新的历史时期,从老一辈革命者那里继承而来的爱国主义精神就在我们身边。汶川地震后帮助抢险的80后子弟兵,奥运和世博会期间庞大的志愿者就是很好的佐证。

三、中国文化软实力未来发展的重点和难点——认同感和合作感

随着中国的经济和军事等硬实力的发展,西方国家越来越关注中国,进入21世纪以来,西方国家对于中国

的软实力研究也多了起来。

2004年5月7日,美国高盛公司高级顾问,《时代周刊》外交事务编辑在伦敦的《金融时报》发表题为《北京共识》的文章,探讨了中国崛起的原因,认为中国是一个创新的国度,已经形成了自己独特的发展模式,而又为很多发展中国家效仿。2009年10月,《纽约时报》发表文章,认为“随着中国经济范围的延伸,中国增强对文化软实力的宣传来对抗西方的影响并提高中国在世界形象”。

中国和西方国家的国情不同,意识形态、思维范式等都有很大的差异,如何能够让西方理解并认同中国的核心价值观,与中国合作,为世界和平与发展做贡献是中国文化软实力提升的难点。例如:西方人强调个体主义,喜欢从小处细节入手,而中国强调集体主义,喜欢从宏观入手;西方人重视具体的形象思维,甚至在艺术领域,由于古希腊的传统,长期以来也是“模仿说”;而中国重视抽象的境界思维,在艺术领域也是强调“意境”。那么,我们在文化宣传方面就可以从具体而微的事务着手,例如,可以多给一些实例、数字等然后润物细无声地把我们的核心价值渗透进去。

另外,还可以用形式逻辑的方法。中国传媒大学王武录教授认为“从传播心理学的角度,任何信息,都是一种创造力的体现,每个人都希望从传播媒介中看到自己的力量”。基于这样的原理,我们在做各种文化宣传的时候,可以采取互动的方式,着重对方的体验。在进行对外传播的时候还要注重一些技巧,如提供一些历史文化背景,避免华丽的词藻,用一些形象的穿插,多一些幽默感和人情味的句子等等。在这方面,中国已经进行了一些有益的尝试,例如,与各国政府联合举办的“中国年”活动,2004年以来孔子学院的建设,中国国际广播电台,中央电视台国际频道的改版创新等等都对提升中国文化软实力起了很好的作用。

任何国家的人们,无论他的种族,信仰,意识形态,思维都仍然会符合形式思维的特点,简单地说,就是符合“大前提——小前提——结论”这样的模式。中国年轻的一代大多英语熟练,基本上没有什么语言障碍。在这个优势的前提下,可以用“三贴近”的方式,利用严密的说理和体验式的实践并用的方法,让西方国家对中国的核心价值观产生认同感和合作感,真正做到用一元化思想引导多元化意识,最终实现世界的和平发展。

四、结论

中国是世界上最大的发展中国家。新中国成立以

来,特别是改革开放以来,中国发生了翻天覆地的变化。在提高中国文化软实力的过程中,一方面要传播传统文化,一方面要发扬社会主义核心价值观,同时,重视传播能力,讲究艺术和效果,让世界听到中国的声音,让世界感受中国的文化软实力。

(作者:中国传媒大学2010级博士生、天津外国语大学副教授)

参考文献

- [1]中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议公报[EB].新华网,2011-10-18.
- [2]张虎生.党报的时代使命.人民共和国党报论坛(2008年卷)[C].北京:中国传媒大学出版社.
- [3]Nye, S. Joseph. "Soft Power." Foreign Policy. (80) 1990.
- [4]王沪宁.为国家实力的文化:软实力[J].复旦学报(社会科学版),1993(3).
- [5]门洪华.中国软实力评估报告[J].国际观察,2007(2).
- [6]马克思.马克思恩格斯选集(第1卷)[M].北京:人民出版社,1995.
- [7]乔舒亚·库伯·雷默.从华盛顿共识到北京共识.张达文译[J].国外社会科学文摘,2004(7).
- [8]Erlanger, Steven and Jonathan Ansfield. "At Book Fair, a Subplot about Chinese Right." New York Times Oct. 19, 2009. A1.
- [9]王武录.同研究生谈新闻采访[M].北京:石油工业出版社,2002.

责任编辑:张硕