

doi:10.3969/j.issn.1672-626x.2016.04.017

经济与文化互动境遇下的文化软实力提升

张鑫

(安徽医科大学 马克思主义学院,安徽 合肥 230032)

摘要:基于中国实践话语创新的文化软实力需要我们沿着“感性活动”的理论向度展开深层次的哲学追问,以澄清文化软实力的本质内涵与价值追求,奠定文化软实力提升的理论前提。当前是一个经济与文化高度交融的时代,文化因子在经济活动中的作用日益凸显,经济价值在文化活动中的追求也不断显现。经济与文化双向互动、转换的加深蕴含着文化软实力发生及提升的价值诉求与现实境遇。因此,在经济与文化的互动中建构文化市场,发展文化生产力,打造“文化航母”成为提升文化软实力的重要路径。

关键词:主体;文化;经济;产业;软实力

中图分类号:G0 **文献标识码:**A **文章编号:**1672-626X(2016)04-0111-07

全球化时代以来,文化软实力日益成为综合国家竞争的重要组成部分,然而作为政治话语与学术话语的文化软实力在当前却呈现出纷繁复杂的乱象,这不仅影响我们对文化软实力提升的相关理论探讨,也现实地阻碍文化软实力的提升,因此对文化软实力展开深层次的哲学追求显得十分必要。同时,全球化时代也是经济与文化互动不断加深的时代,“经济—文化”一体化深层次地蕴涵文化软实力发生的机制原理及价值追求,因此我们也需要以此时空坐标作为分析路向窥探文化软实力,最终以现实地提升文化实力为旨归。

一、文化软实力概念的哲学诠释

作为参照系和校准器的软实力,是我们探究文化软实力概念的最佳切入点。文化软实力的中国话语在本质上蕴涵文化软实力与软实力不同的哲学向度、发生根据与价值追求。对文化软实力概念的哲学诠释,首先要打破主客“二元分立”式的理论困境,其次需要沿着唯物史观视角下的“对象性活动”和主体性力量的层面展开深层追溯。

第一,打破主客“二元分立”式的困境:文化软

实力建构的哲学向度。当前是人类文化在社会经济各领域全面渗透,并发挥着重要作用的时代。在这一过程中不同文化之间既协同并进又冲突不断,西方文明的文化霸权和文化帝国主义最为突出地彰显了当前文化发展在理论与现实根基上的困境,即依然停留于主客“二元分立”式思维,把文化作为身份认同和意识形态斗争的工具,去构筑自身的文化霸权地位。一方面,与文化软实力相对照的软实力理论基础是典型的主客“二元分立”式。生成于全球化时代以来西方文化理论精神土壤中的软实力理论,在本质上是为了实现对外同化目的而构筑的。软实力之父约瑟夫·奈指出,软实力是“通过吸引而非强迫或收买的手段来达己所愿的能力。它源于一个国家的文化、政治观念和政策的吸引力”。^[1]软实力其实就是一种“同化权力(Co-optive Power)或软权力”,^[2]它“依赖于思想的魅力或是以塑造他人所表达的偏好来设置政治议程的能力”。^[3]虽然同化性的软实力与指令或命令式的硬权力不同,但它们本质上都是基于主客“二元分立”哲学基础的,谋求的都是一种控制性的目的。软实力理论可以说是西方文明冷战思

收稿日期:2016-06-07

基金项目:国家哲学社会科学基金项目(12BZX014);安徽医科大学博士科研资助项目(XJ201541)

作者简介:张鑫(1988-),男,安徽阜阳人,安徽医科大学讲师,法学博士,主要从事马克思主义文化理论研究。

维的产物与延续,文化、价值观念和精神力量等一切文化精神的因素都成为意识形态斗争的工具,文化协同并没有成为世界多样文化发展的主流,反而使得“二元分立”式的文化冲突更加尖锐地显现出来。另一方面,文化软实力的建构根本上不同于软实力。文化软实力是基于中国实践的话语创新,它首先注重的是内在的凝聚力而非外在的吸引力、影响力和同化力,是一种批判性基础上的、超越了软实力“二元分立”式思维特质的、实现了唯物史观哲学向度建构的中国话语,其有助于提升自身文化力量,助推世界多样性文化的协同并进,突破文化发展“二元分立”式的困境。本质地切中软实力的理论困境,明晰文化软实力建构的哲学向度是我们诠释文化软实力概念的第一步。要深入解析文化软实力,必须回到马克思唯物史观视角下的“对象性活动”和“对象性的本质力量的主体性”上,充分挖掘与彰显文化软实力的发生根据及价值追求。

第二,“对象性活动”:文化软实力的发生根据。文化软实力的发生归根结底依赖于主体的人的实践,即在“对象性活动”中实现文化张力。克利福德·格尔茨指出,“所谓文化就是这样一些由人自己编织的意义之网,”^[4]并且人就在这种“意义之网”中不断地生存、创造和发展,这是人与动物的区别之所在。以文化作为重要战略资源的文化软实力,在本质上是与主体的人相关的,不存在不以主体的人为对象的文化软实力或不以文化软实力为对象的主体的人,即主体的人与文化软实力是互为对象的。马克思曾指出,“对象性的存在物进行对象性活动,如果它的本质规定中不包含对象性的东西,它就不进行对象性活动。它所以创造或设定对象,只是因为它是被对象设定的,因为它本来就是自然界。因此,并不是它在设定这一行动中从自己的‘纯粹的活动’转而创造对象,而是它的对象性的产物仅仅证实了它的对象性活动,证实了它的活动是对象性的自然存在物的活动。”^{[5](P209)}而以主体的人为对象的文化软实力就是一种“对象性”的产物,它不是从纯粹的思想中创造出来的,而是它的存在证实了它是一种“对象性的活动”,因此文化软实力的发生归根结底要依赖于主体的人的实践,即在“对象性活动”中实现的一种文化张力的释放与提升。

第三,主体性力量的提升:文化软实力的价值追求。文化软实力的中国话语、中国特色是对中国

精神的一种诠释,是基于中国实践的话语创新,遵循着马克思主义中国化文化理论的原典思维,它的价值追求在根本上是不同于软实力的。文化软实力首先注重的是文化形成的内在凝聚力,然后才是在此基础上由内而外散发出来的吸引力。所以在“对象性活动”中文化软实力实现的是一种自身文化张力的释放与提升,根本上不同于软实力基于“二元分立”式的同化目的的追求,即文化软实力追求的是对人的主体性的提升。马克思曾指出:“当现实的、肉体的、站在坚实的呈圆形的地球上呼出和吸入一切自然力的人通过自己的外化把自己现实的、对象性的本质力量设定为异己的对象时,设定并不是主体;它是对象性的本质力量的主体性,因此这些本质力量的活动也必定是对象性的活动。”^{[5](P209)}因此,作为“对象性活动”产物的文化软实力,它追求的不是一种主体对客体的控制、奴役、压迫式的同化性的权力,谋求的不是文化霸权及文化帝国主义的国际地位,而是一种“对象性的本质力量的主体性”,即其价值追求是对人的主体性的提升。

二、“经济—文化”时代与文化软实力的发生机制

当前是经济与文化高度交融的时代,经济与文化之间的界限日益模糊,诚如经济与文化最初发生时的关系那样,“思想、观念、意识的生产最初是直接与人们的物质活动,与人们的物质交往,与现实生活的语言交织在一起的。”^{[5](P524)}随着这一过程的深入,文化与经济之间的双向互动、转换日益加深使得精神观念与物质载体、符号意义与实体存在、经济追求与文化持存等多重张力不断构成文化软实力发生及提升的价值诉求与现实境遇。

其一,文化因子在经济活动中的作用日益凸显,使得文化形成文化软实力成为可能。文化具有吸引力,但文化天然不等同于文化软实力,因为两者不是同属于一个界面和层级的概念。文化自身所蕴涵的力量必须经过转换和广泛的传播、被其他主体所认同才能成为一种现实的力量,即一种文化软实力。因此,一方面,文化形成文化软实力需要建构。文化的核心是价值观,而一种价值观被别人认同和接受发挥出文化软实力,需要和与之相对应的对象之间形成一种构建的桥梁、中间环节和“对象性”关系,这一过程主要包括文化流通的传播和文化消费的认同。文化在流通中的传播就是使文化在空间上无限延展、在时间上不断传承,达到文化与

对象之间的一种由“对象性活动”而产生的“对象性”关系。而文化在消费中的认同常常是一种自身“质量”过硬文化的认同过程,即这种文化的核心价值观往往具有普遍的吸引力而使得它对内能够形成凝聚力,对外能够形成吸引力。另一方面,文化软实力的建构离不开经济文化化的过程。经济文化化的过程就是文化因子在经济活动中的作用日益凸显的过程,即文化不断介入到现实的经济过程中并发挥出重要作用。经济文化化是一个经济的文化现象不断发生,文化的力量在经济活动过程中日益凸显的过程,对它的深入探究有利于我们了解社会经济活动及其结果对文化发展变迁带来的影响和社会经济活动背后的文化根源。诚如马克思·韦伯在分析新教伦理对资本主义兴起发挥的重要作用那样,“把经济活动赖以发生的文化条件直接与经济结果挂钩。”^[6]并指出“神秘的力量与宗教的力量,以及基于这些力量的伦理上的责任观念,过去一直是影响人类行为的最重要的构成因素”。^[7]在经济文化化的过程中,文化的附加值不断融入到一般商品的价值当中,不仅催动了文化商品的出现,而且更重要的是文化的价值观念随着经济活动的深入而不断被传播,并在消费中被认同,这样文化形成文化软实力的建构过程就在经济文化化的“对象性活动”中完成一种“对象性”关系,实现了文化张力的追求。

其二,经济价值在文化活动中的追求不断显现,使得文化软实力的发挥具备了现实条件。纵观文化经济化不断发生的时代背景可以看出,文化经济化是在社会物质财富日益丰富甚至出现大量剩余的情况下才日益凸显的。这时,人们的精神消费需求不断上升,基本的物质消费需求已经达到饱和并开始转向物质消费的精神化,精神属性获得了具有创造价值实体的主体性地位,围绕着文化的经济争夺战日趋激烈,最终促使以经济价值追求为目标的文化产业的诞生。一方面,围绕着文化经济争夺战带来的国家综合实力竞争的转变是文化软实力发挥的重要前提。文化经济争夺战使得文化作为国家综合实力竞争的重要组成部分日益彰显出重要战略价值。由文化经济争夺战作为重要因素而引发的现存国家综合实力竞争由经济、政治领域向文化领域推进的转变虽然只是作为宏观层面的现实脉络而发挥作用,但是不可否认的是,这却是使文化

作为价值观念而发挥出文化软实力必不可少的重要前提。正如汤因比用“挑战—应战”模式分析人类最初文明演进的过程,把环境、人为因素等看作“是一种挑战,而这些文明则是应战的表现”,^[8]文化软实力的发挥就是我们在文化的经济争夺战日趋激烈,面临着国家综合实力竞争由经济、政治领域不断推进到文化领域的挑战而做出的一种应战。另一方面,文化经济化中诸种文化的物质力量的呈现是文化软实力发挥的重要物质支点。文化的经济化可以表现为诸如鲜明特色的“节日文化”、创意高超的文化事件、琳琅满目的文化商品,乃至彰显主体人的价值观念的文化实践活动。文化软实力的发挥及运动离不开具体的从事文化工作的主体的人的创造性活动,更离开以上文化经济化中诸种精神力量物质化、载体化的呈现。思想观念范畴、原理及其蕴涵的意义所构成的、具有超然性的精神存在世界,脱离不了与它相契合的可感的、有形的、可触摸的物质实在。以文化的经济价值追求而催生的文化产业是文化力量与经济力量相互彰显的重要平台,是文化软实力发挥及运动的重要物质载体及力量支撑。正是在文化产业的实践过程中,如好莱坞的电影、日本的动漫、韩国的电视剧、德国的出版业等,它们打造的不仅仅是文化产品,更为重要的是通过文化产品的消费、文化事件的制造而实现的文化价值观念的输出,对对象产生一种精神乃至行为的变更效应,从而使其文化软实力的发挥及运动有了现实的、坚实的物质支点。在文化经济化不断深入发展的今天,物质产品的消费日益打上文化的烙印,无形中影响着人们的行为方式、观念形态和价值取向,即人们在消费这些产品的时候,其中的文化观念就像一只“无形的手”在背后牵引着人们,从认同到主动向往与狂热追求,最终达到一种对特定产品的消费与特定消费人群的对应关系,从而显现出文化经济化的物质载体在激活和推动文化软实力发挥方面的重要作用。诚如霍克海默和阿多诺所说,“每个人都似乎会自发地按照他先前确定和索引好的层面来行动,选择适合于他这种类型人的批量产品的类型。”^[9]

其三,经济与文化双向互动、转换的文化经济时代使得文化软实力的提升凸显出重要的价值意蕴。在经济文化化与文化经济化辩证运动的文化经济时代,提升文化软实力的重要性日益凸显。一方

面,文化软实力的提升推动增强我国综合国力。国家综合国力作为对一个国家整体力量的考量与评估,涵盖有形的国家实体存在和无形的国家潜在能力两大方面,是一种总体性力量的呈现与发挥。总体来说,经济、军事、科技等硬实力在综合国力构建最初时占据着绝对的优势地位。在此之后,综合国力理论不断发展,其衡量、评估、指数的构建日趋完善,突出的一点表现是文化、精神、思想等软力量日益上升到重要的位置,尤其是文化经济时代,“文化—经济”一体化使得文化的经济价值、物质力量被挖掘、彰显,文化成为大有可为的重要领域,而且随着国家经济发展、物质力量增强后“要加强国家竞争力,最艰巨的任务之一,就是如何改变经济文化”。^[10]毛泽东也曾指出,“随着经济建设高潮的到来,不可避免地将要出现一个文化建设的高潮。”^[11]文化经济时代,文化软实力的提出优化了我国综合国力理论,其提升可以促进我国国家资源的综合开发,对培育高度的文化自觉与文化自信,增强我国综合国力具有重要的战略意义。另一方面,文化软实力的提升为文化经济化时代破除文化符号化和文化悲观论的困境提供重要保障。在文化经济时代,经济与文化的双向互动、转换更加频繁与快速,经济文化化的符号化趋势和文化经济化的文化悲观论倾向成为文化与经济互动的两大理论困境。具体地说,经济文化化的符号化,即“客体日益掏空了物质内容。增加生产的不是物质客体,而是符号。”^[12]而文化经济化的文化悲观论的出现既有思想史上的渊源,也有现实的实践基础。“文化悲观主义滥觞于弗里德里希·尼采的哲学,源于他对当时‘病态’和‘衰朽’的欧洲社会的猛烈抨击。”^[13]文化经济时代的到来使得文化的经济价值被激活,资本为追求剩余价值扩张到文化领域,使文化生产的质量、水平不断下降,文化悲观论的实践过程不断展开。理论的困境随着文化经济实践的不断深入日益成为现实的困扰,经济生产的符号化和文化追求的资本化不仅会造成现实物质生产的萎缩和文化发展日益堕落,更重要的是精神意识形态领域将受到冲击。这时,文化软实力的提出及提升作为一种现实的力量能够有效地防止过度虚拟化、符号化生产造成的危害,并且文化软实力所弘扬的社会主义核心价值观的正能量也会使社会的价值领域不至于混乱或者留下真空。

三、经济与文化互动境遇下文化软实力提升的路径选择

经济与文化互动境遇下文化软实力的提升,就是在经济与文化的同构、互动发展中完成中国社会发展需求的“文化—经济”一体化建构,凸显出精神观念与物质载体相互彰显的动力机制原理。具体地说,经济与文化互动境遇下,我们要通过建构文化市场、发展文化生成力、打造“文化航母”提升文化软实力。

其一,建构文化市场形成文化软实力提升的主导性机制。列宁曾指出“哪里有社会分工和商品生产,哪里就有市场”。^[14]文化市场的形成不是商品生产及流通最初的一种行业形态,而是社会化分工不断细化,经济与文化互动日益加深的结果。文化市场可以说是文化消费需要的“晴雨表”,文化消费需求的变化直接反映在文化市场当中,而从文化市场的价值追求当中我们也可以看出文化消费需求的情况。同时,文化市场具有市场的基本功能,可以最大化文化资源的配置,满足人们的文化需求;推动文化产品及其文化观念的传播,形成文化认同,是提升文化软实力的主导性机制。针对此,为了形成文化软实力提升的主导性机制,以下几个方面值得关注。一是构建“统一、开放、竞争、有序的现代文化市场体系”。^[15]建构现代文化市场体系,必须打破壁垒,消除各地方的保护主义,形成全国性统一的文化市场架构;保持充分的开放性,以对内开放为基础,不断扩大对外开放,形成文化市场全面开放的格局;加强监督与管理,转变政府职能,进行创新管理,运用多种手段确保文化市场的安全有序运行;在政府的宏观调控下充分发挥市场机制的作用,使文化需求与供给达到平衡,满足人们群众的精神文化需求。二是开拓空间,深挖既有的国内文化市场。国内文化市场很好地反映了我国广大人民群众的精神文化需求,我们进行文化资源配置、文化产品的生产要做好对国内文化市场的调研、调查工作,以生产高质量的文化产品为追求,不断满足人们的文化消费需求。同时,要不断完善既有的国内文化市场体系,大力发展文化商品和文化服务市场,完善文化要素市场,实现文化产品和要素在全国范围的合理自由流动。而且随着改革开放的日益深入,我国城乡二元结构、东西二元结构的差异性不断缩小,国内文化市场的覆盖面应该不断向农村

和西部辐射,更多的文化产品应该流向那里。当然,深挖国内文化市场也要做好监督与管理工作,文化市场一般不具有过滤功能,对于一些奢侈糜烂、邪教毒害、暴力恐怖等思想,我们要时刻保持警惕,切断其传播渠道,不断净化文化市场。三是拓展渠道,积极开拓新的国外文化市场。为了提升文化软实力,最大化配置资源,推动文化产品及其文化观念的传播,我们不仅要利用好国内文化市场,也要不断开拓新的国外市场,展示中华文明的精神魅力,提升中国文化的国际吸引力。开拓新的国外市场要以构建高度发达的文化产业为基础,积极进行民族文化的产品包装,并通过国际化的传播渠道的搭建形成具有标志性的民族文化品牌和国家形象景观。国外文化市场的开拓离不开世界对中国文化的了解和认同,因此我们要以语言传播为媒介,把中国文化最核心的内容展现出来,使民族文化成为世界喜闻乐见的文化形态。

其二,发展文化生产力生成文化软实力提升的动力机制。经济与文化的同构互动发展,以及相对于物质经济、政治经济而言的文化经济的出现,在理论基础、社会环境、文化条件上都为文化生产力的产生做了说明。马克思也曾指出,“生产力中也包括科学”。^[16]文化生产力的不断发展可以生产出大量的文化产品,激发其中的文化欲求;可以凸显精神文化的力量;可以促进社会的生态性发展,不断提升文化软实力。为此,我们要大力解放和发展文化生产力生成文化软实力提升的动力机制。一是深化文化体制改革,变革不适应文化生产力发展要求的文化生产关系,牢固树立文化生产力的发展理念。毛泽东曾指出:“一定的文化是一定社会的政治和经济在观念形态上的反映。”^[17]文化是上层建筑的反映,文化体制作为文化生产关系制度化、结构化的标志,也是反映特定生产力及经济生活状况的。解放发展文化生产力、提升文化软实力的关键在于解决文化发展的体制性和结构性问题,即要不断变革不适应文化生产力发展要求的文化生产关系,完善和升级文化产业结构。改革开放前后中国的经济体制发生了重大的变化,社会主义市场经济制度在中国率先建立起来,然而中国的文化体制并没随着中国经济体制的变革而同步发展,文化生产关系已经越来越不适应文化生产力发展的要求。所以要以深化文化体制改革为切入点,以繁荣社会主义文化为

目标,不断变革当前不适应文化生产力发展要求的文化生产关系,树立文化强国的发展理念,促进文化产业结构升级,繁荣文化市场,使得文化生产力的发展理念在全社会不断形成共识,解放和发展文化生产力。二是提高流行文化及文化产品的核心竞争力。文化生产力强弱的最直接表现就是流行文化及文化产品的竞争力。流行文化及文化产品是文化生产力的主要作用场所和物质转换成果,其核心竞争力就来自于文化及文化生产力。一方面流行文化及文化产品核心竞争力的不断提高反映文化生产力的强大;另一方面流行文化及文化产品竞争力的提高可以进一步激发文化创意、集聚文化力量、展示文化魅力,有利于解放和发展文化生产力。三是加快科学教育发展,建设创新性国家,培养高素质的人才队伍。文化生产力以知识、科技、创新为核心,需要有一批高素质的人才队伍相配套。教育是完善人才培养结构、提升人才素质、创新人才发展的必要手段。发展科学教育要以创新性为导向,形成以创新性国家建设为目标的发展模式,引导整个人才的培养由单一的知识学习型向知识、技能、创新等复合型、复合型人才培育转换。只有这样才能造就高素质人才,实现整个国家文化生产力质的发展与提升。总之,在经济与文化的同构互动中,文化生产力及其发展能够提升文化软实力,为此我们要不断解放和发展文化生产力生成文化软实力提升的动力机制。

其三,打造“文化航母”激活文化软实力提升的物质载体。在经济文化化和文化经济化的过程中,经济与文化的同构互动关系不断显现文化生产力与文化产业在社会发展中的作用。文化生产力的发展有利于提升文化软实力,而文化产业作为文化生产力的实际内容和文化软实力提升的重要物质载体对提升文化软实力的重要作用日益凸显。因此,我们要打造以文化产业为核心、文化企业为主体的“文化航母”激活文化软实力提升的物质载体。针对此,以下几个方面值得关注。一是“输送营养”:搭建融资体系与拓宽渠道。打造“文化航母”离不开资金的投资与注入,资金就是“文化航母”的血液,维系着整个航母动力系统的正常运行。作为支撑起整个“文化航母”的核心文化产业和骨干文化企业本身就是建立在整个资金链条上的,离开了多渠道的资金链条与快速的流动机制,整个文化产业就会处于

停滞与僵硬状态,文化企业就会面临破产的威胁。当前,“文化与经济过程是遍及全球的。”^[18]文化越来越成为国与国之间竞争的关键,提升文化软实力,我们必须打造“文化航母”,在资本自由流动的基础上构建以文化金融体系为核心的多渠道的快速的融资体系。文化金融把资金的快速融通实现在文化资源的开发、文化产品的投放、文化市场的开拓上,为核心文化产业的壮大、骨干文化企业的培育提供了重要的资金渠道支持。文化金融体系的构建对“文化航母”的打造具有重要的意义,同时我们也要以全球化视野积极推动创新与借鉴,拓宽融资渠道,壮大文化企业的实力,实现文化产业结构的优化升级,打造“文化航母”。二是“强神健体”:开发文化资源与推进科技创新。文化创意是“文化航母”的灵魂之所在,而科技创新是“文化航母”强健体格的保证。文化创意与科技创新的结合可以把整个“文化航母”的战斗力量最大化地激发出来,显示出巨大的威慑力和吸引力,提升文化软实力。文化创意离不开文化的积累及文化资源的开发,通过文化的积累为文化资源的开发储备大量的潜在的可供选择的对象,在这些对象的开发中,文化创意不断萌发。文化创意通过概念的打造、市场的调研、产品的推广可以抓住人们的消费心理状态和趋向,满足大众的文化消费需求,实现“文化航母”强大神经系统的塑造。“文化航母”不仅要有强大的神经系统,而且还要有强健的体格,因此我们要推进科技创新,以抢占高新技术产业的制高点为目标,以实现重大科技的突破和发展重大的市场需求为基础,不断提高自身的创新能力,建立具有自主品牌的产品、服务和体验。三是顶层设计:加大政策扶持与着力深化改革。打造“文化航母”要为文化产业和文化企业的发展提供政策的扶持,并积极推进文化产业结构的优化升级和建立现代文化企业制度。纵观西方及日韩发达国家的文化产业兴起及品牌文化企业的建立之路,我们发现这都与政府的政策扶持、引导及倾斜离不开。这些政策主要包括文化经济政策、文化宏观管理政策、文化法制政策,如英国对文化领域和其他经济领域采取不同的税收标准、德国根据自身的社会发展特点实现文化地方自治、韩国通过颁布《文化产业基本振兴法》建立了比较完备的文化产业法规体系。^[19]为此,我们要进一步加强保障

措施的研究,为壮大文化产业、培育骨干文化企业出台一些切实可行的政策。如“加大财政、税收、金融、用地等方面对文化产业的政策扶持力度,鼓励文化企业和社会资本对接,对文化内容创意生产、非物质文化遗产项目经营实行税收优惠”。^[20]同时,我们要着力深化改革推进优化产业结构的升级,降低文化市场准入门槛,充分调动社会资本的积极性,建构一个运行良好、持续循环、健康生态的文化产业链;建立现代的文化企业制度及法人代表结构,进行国有文化企业的改革,改变过去企业依靠政策、垄断而生存、发展的传统思维,构建以市场为导向,以品牌为效益,以创新为机制,运转快速、机制灵活、特色突出、实力雄厚、竞争力强的现代文化企业。四是“驾向公海”:构建普世价值与文化入世。文化的核心是价值观,一种文化要想被世人所接受和认同,必须有人类共同的东西。普世价值作为人类文化发展中求同存异的一种追求,表现了人类文明发展的基本态势和规律。自从全球化时代以来,由文化及文明的发展带来的冲突不断成为世界上国与国竞争的主题,文化成为综合国力竞争的重要因素。提升文化软实力是我国直接面临这种挑战所作出的应战,没有普世价值的构建和“文化航母”的打造,我国就不能算是文化大国与世界强国;文化不入世,我们就会与世隔绝,以至于落后挨打。近代以来,东方与西方完全处在一个不平等的地位上。改革开放以后,随着中国经济的腾飞、文化的建设的不断、持续推进,中国文化的航母时代已经到来,并将驶向“公海”,展示中国文化的巨大魅力与吸引力。为此,一方面,我们要积极挖掘中国优秀传统文化的潜力,充分发挥中华五千年文明古国的文化底蕴,实现厚积薄发;另一方面,我们要继承与发扬中华文化兼容并包、博采众长的特点,中华民族是一个多民族的国家,在历史的发展屡次动乱中,各种外来文化都与中华文化实现了融合,成为中华文化不可分割的部分,如西汉时期佛教的传入、明末的“西学东渐”等;再一方面,近代以来先进的中国人孜孜不倦地学习西方的文化,并掌握了马克思主义的普遍真理,中国人比西方更了解世界文明发展的全貌,只要保持这种势头,我们有理由相信在不远的将来,中国文化肯定能够创造出比西方文化更具有普遍意义的文化,带来更多的价值认同。

参考文献:

- [1] [美]约瑟夫·奈.软实力:世界政坛成功之道[M].吴晓辉,钱呈,译.北京:东方出版社,2005.2.
- [2] [美]约瑟夫·S·奈.硬权力与软权力[M].门洪华,译.北京:北京大学出版社,2005.106.
- [3] [美]约瑟夫·S·奈.美国注定领导世界?——美国权力性质的变迁[M].刘华,译.北京:中国人民大学出版社,2012.27.
- [4] [美]克利福德·格尔茨.文化的解释[M].韩莉,译.北京:译林出版社,1999.5.
- [5] [德]马克思·恩格斯.马克思恩格斯文集(第1卷)[M].北京:人民出版社,2009.
- [6] [澳]戴维·罗斯比.经济学与文化[M].王志标,张峥嵘,译.北京:中国人民大学出版社,2011.10.
- [7] [德]马克思·韦伯.新教伦理与资本主义精神[M].北京:中国社会科学出版社,2009.12.
- [8] [英]阿诺德·汤因比.历史研究(上卷)[M].D·C·萨默维尔,编,郭小凌,译.上海:上海人民出版社,2010.76.
- [9] [德]马克思·霍克海默,[德]西奥多·阿道尔诺.启蒙辩证法——哲学断片[M].渠敬东,曹卫东,译.上海:上海人民出版社,2006.146.
- [10] [美]萨缪尔·亨廷顿,[美]劳伦斯·哈里森.文化的重要作用——价值观如何影响人类进步[M].北京:新华出版社,2010.68.
- [11] 毛泽东.毛泽东著作选读(下册)[M].北京:人民出版社,1986.692.
- [12] [英]斯科特·拉什,[英]约翰·厄里.符号经济与空间经济[M].北京:商务印书馆,2006.6.
- [13] [美]阿瑟·赫尔曼.文明衰落论——西方文化悲观主义的形成与演变[M].张爱平,许先春,蒲国良,译.上海:上海人民出版社,2007.7.
- [14] 列宁.列宁全集(第1卷)[M].北京:人民出版社,1984.83.
- [15] 十六大以来重要文献选编(下)[M].北京:中央文献出版社,2008.129.
- [16] [德]马克思·恩格斯.马克思恩格斯文集(第8卷)[M].北京:人民出版社,2009.118.
- [17] 毛泽东.毛泽东选集(第2卷)[M].北京:人民出版社,1991.694.
- [18] [美]吉姆·麦桂根.重新思考文化政策[M].何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2010.169.
- [19] 黄虚峰.文化产业政策与法律法规[M].北京:北京大学出版社,2013.37-46.
- [20] 十七大以来重要文献选编(下)[M].北京:中央文献出版,2013.577-578.

(责任编辑:彭晶晶)

Cultural Soft Power's Promotion under the Interaction between Economy and Culture

ZHANG Xin

(School of Marxism, Anhui Medical University, Hefei Anhui 230032, China)

Abstract: The cultural soft power's occurrence depends on the people's practice in the final analysis, that is, to achieve cultural tension in the "object activities", which value is to enhance the subjectivity of the people as a pursuit. At present, it is an era of high integration of economy and culture, on the one hand, the role of cultural factors in economic activities has become increasingly prominent; on the other hand, the pursuit of economic value in cultural activities is constantly emerging, and the increasing with two way interaction、transformation of economy and culture contains the value appeal and the real situation of the cultural soft power's occurrence and enhancement. Therefore, the constructions of the cultural market, the development of cultural productivity, creating a "cultural carrier" are becoming the important paths for enhancing the cultural soft power in the interaction of economy and culture.

Key words: subject; culture; economy; industry; soft power