

对外报道与国际传播研究丛书

On the External Publicity of Culture of China

中国文化外宣研究

◎梁岩 著

中国传媒大学出版社

On the External Publicity of Culture of China

中国文化外宣研究

◎梁岩 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国文化外宣研究/梁岩著. —北京:中国传媒大学出版社,2010.2
ISBN 978-7-81127-860-6

I. ①中… II. ①梁… III. ①文化交流—中外关系—宣传工作—
研究—中国 IV. ①G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 021801 号

中国文化外宣研究

著 者 梁 岩
责任编辑 黄松毅
责任印制 范明懿
封面设计 刘之君
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社(原北京广播学院出版社)
社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 730×988mm 1/16
印 张 14
版 次 2010年3月第1版 2010年3月第1次印刷
书 号 978-7-81127-860-6/G·860 定 价 36.00元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

目 录

绪 论	1
第一章 文化外宣概说	10
第一节 文化与文化外宣	10
第二节 文化外宣的作用	26
第三节 文化外宣的战略意义	32
第四节 新中国成立后我国文化外宣的发展概况	38
第五节 中国文化外宣的基本现状	42
结 语	52
第二章 当代中国文化外宣形态	53
第一节 境外大型文化活动	53
第二节 影视文化外宣	64
第三节 书刊文化外宣	72
第四节 体育文化外宣	75
第五节 网络文化外宣	85
第六节 其他文化外宣形态	91
结 语	97

第三章 媒体文化外宣研究	99
第一节 我国对外宣传简要历史及现状	99
第二节 新闻媒体文化外宣的主要内容	102
第三节 《中国日报》的文化外宣研究	107
结 语	131
第四章 文化外宣的国际借鉴	132
第一节 法国的文化外宣	132
第二节 美国的文化外宣	139
第三节 日、韩的文化外宣	149
结 语	158
第五章 中国文化外宣发展战略	160
第一节 中国文化外宣的格局化目标	160
第二节 中国文化外宣发展的对策建议	164
结 语	184
附 录 “莫扎特年”案例分析	185
第一节 莫扎特音乐遗产传承与维护的历史道路简述	185
第二节 “莫扎特年”情况简介	190
第三节 关于“莫扎特年”系列活动的问卷调查分析	199
第四节 “莫扎特年”绩效分析	208
参考文献	212

绪论

一、研究的目的和意义

对外宣传活动是一个国家的重要国际传播战略,是显示国家实力、塑造国家形象的重要手段,它可以为一个国家创造良好国际舆论,扩大国家政治影响,与国家的文化实力、经济实力、军事实力等要素息息相关。在这个意义上,对外宣传已经成为世界各国极为关注的一个重要领域。

在对外宣传和国际关系中,文化的作用已经被广泛认可,并受到越来越多的重视。在文化层面上观察和理解国际关系,更多的是关注文化如何在个人、国家以及全球层面对国际关系产生影响、发挥作用以及形成效果等问题。^①人们在看待国际政治、国际事件时,很大程度上是受制于所处的不同文化环境和文化习俗。这些不同所造成的差异,部分来自个人的偏好和意识形态,更多的来自于自身所属的国家民族文化。

早在20世纪20年代,美国社会学家罗伯特·帕克在研究了电影对国际事务的影响之后,指出:“这或许可以被认为是国际关系和种族关系的一个新的维度,它不是政治,也不是经济,而是文化。”^②冷战之后,文化交流在全球日益频繁,在国家关系发展中的重要作用也日益彰显。文化交流与合作已成为继政治外交、经贸合作之后的一个新的重要领域。在世界政治领域,文化已经成为国际关系中

^① 刘永涛:《文化与外交:战后美国对外战略》,《复旦学报(社会科学版)》2001年第3期。

^② 孔华润主编,王琛等译:《剑桥美国对外关系史》(下),新华出版社2004年版,第105页。

不可忽视的因素,在各国的政治实践中,它常常被作为各国实现战略目标的重要手段。通过对外国际文化交流和文化宣传,可以使国家之间增进认识和了解,促进国际关系的融洽发展。在很多时候,文化外宣已成为国际政治的重要内容,各国政府常常运用文化外宣来推进外交,达到促进国家对外发展,推广国家外交政策的目的。所以世界各国高度重视对外文化宣传活动。可以说,文化外宣已经成为关系民族文化传播、国家外交和国家形象的重要课题。

当前的世界格局,正是我国需要充分利用的战略机遇期。在我国改革开放、和平发展的新时期,我国对于做好对外宣传有着更迫切和更高的要求。在对外宣传工作中,文化外宣的作用更是不可替代。自1999年至今,中央与地方在境外举办了数百场文化交流活动,开辟了我国对外宣传工作的新局面。把文化传播活动纳入对外宣传工作中,可以拓宽我国对外宣传的领域。这些活动不仅将过去防御性的、以政治为主的外宣工作转变为主动性、多领域配合的大传播概念,也与我国的对外开放和政治经济发展的新形势相适应,同时符合国际传播发展的要求。

另一方面,我国的文化产业目前还不是很发达,文化入超严重,对外竞争力和影响力还不强,今后一段时期,我国面临的文化产业的竞争和渗透是严峻的,积极开展文化对外宣传,扩大中华民族优秀传统文化在世界上的影响,是值得高度重视和深入研究的课题。因此,我们需要对文化外宣活动进行认真、系统、全方位、多角度的研究,积极探索文化外宣的规律和特点。

本书主要关注在提升国家软实力的新战略下,对外宣传如何适应新要求、完成新任务,将文化作为国家软实力的重要组成部分,作为与军事、经济实力等相对应的“文化”力。既分析文化的对外宣传,也阐释如何通过文化外宣打造国家软实力。

本项研究是一项跨领域、跨学科的综合研究,吸取了诸多学科研究成果。既对中国文化外宣基本情况进行全方位梳理,也对目前文化外宣的主要形态进行综合分析,还对文化外宣的主体、受众、内容进行深入研究,并在借鉴其他国家文化外宣经验的基础上,对我国的文化外宣格局化发展提出对策建议。目前,我国的文化外宣研究还处于起步阶段,文化外宣的理论研究还很薄弱,文化外宣的实践经验,也需要加以系统的归纳提炼。所以,这项研究的开展有着深

刻的现实意义,研究的成果也将填补此领域理论和实践研究的空白。

二、文化外宣研究综述

目前学界针对文化外宣的研究还比较少,梳理已有的研究情况,可以看到对文化外宣的研究还没有完整和系统的成果,目前学界尚没有关于文化外宣的专著,而且相关研究也很零散。

针对本研究课题,通过在国家图书馆及其学位论文收藏中心的查询,百度、谷歌两大搜索引擎的检索,在中国期刊全文数据库(1994—2008)、中国优秀博硕士学位论文全文数据库(1999—2008)、人大复印书刊资料全文数据库(1995—2008)、人民日报图文数据全文检索系统(1946—2008)、中国重要会议论文全文数据库(1986—2008)、中文科技期刊文献数据库(1989—2008)、中国科技成果数据库(1980—2008)、中国学位论文文摘数据库(1986—2008)、中国学术期论文摘数据库(1990—2008)、中文社会科学引文索引(2000—2008)等数据库的查找,按照“文化外宣”、“对外宣传”和“文化”、“文化”及“对外传播”、“文化交流”和“宣传”、等主题词进行了广泛检索,全面查询。

从以上的查找结果可以看到,以“文化外宣”为主题的论文数量很少。在期刊的研究论文中,针对文化外宣的相关问题的研究,基本是从不同方面、不同角度进行的分析。大体包括以下一些内容:

1. 对外宣传所涉及的跨文化传播问题的研究,如:余泽梅《跨文化传播与外宣新闻策略思考》^①、陈嬿如《利用跨文化传播原理增强电视外宣效果》^②;
2. 从文化策略的角度,分析对外宣传的传播模式,如程晓萱、夏舟波《外宣中的文化策略解构性分析》^③,赵先权《文化策略:对外传播的新途径》^④;
3. 对文化外宣具体类型的个案分析,如马军《探析跨文化民族体育文化的

① 余泽梅:《跨文化传播与外宣新闻策略思考》,《新闻知识》2007年6期。

② 陈嬿如:《利用跨文化传播原理增强电视外宣效果》,《中国广播电视学刊》2007年4期。

③ 程晓萱、夏舟波:《外宣中的文化策略解构性分析》,《新闻前哨》2006年9期。

④ 赵先权:《文化策略:对外传播的新途径(上)》,《对外大传播》2004年2期;赵先权:《文化策略:对外传播的新途径(下)》,《对外大传播》2004年3期。

对外宣传》^①,张洪《从边缘到主流——文化报道在对外宣传中的作用》^②;

4. 针对地方政府外宣工作的总结性文章,以工作报告为主。如王晓青《走文化外宣道路,树文化强省形象》^③,陈伟宏、郁欢《展示文化特色,打造外宣品牌》^④。

在硕士、博士学位论文的数据库中,直接以“文化外宣”为主题的研究基本没有,与之相关的研究主要包括两类:

一是对报刊、广播、电视、网络、通讯社等媒体或媒体机构的对外宣传实践的个案研究。这些研究主要是从新闻传播学的角度进行的分析。如:李岩《人民网英文版对外传播现状与对策研究》^⑤,牟汉杰《试论 CCTV—国际频道电视新闻节目的内容与形式特征》^⑥,付颖《跨文化视角看网络时代的国际广播:“国际在线”对外传播策略研究》^⑦,贺伟《新华社对外宣传报道对外影响力研究》^⑧,徐江《当代中国电视对外宣传节目媒介生态状况分析》^⑨,丛贝贝《全球化时代的中国传媒——兼论 CCTV—4 的内容与样态》^⑩等。

二是对我国对外宣传工作总体状况的综合分析。包括从传播学、新闻学、政治学、国际关系学等不同角度的研究,如:王叙《中国对外宣传工作的传播学思考》^⑪、邱世兵《当前我国对外宣传中存在问题及对策研究》^⑫、刘蕾《新形势下对外宣传研究》^⑬、刘海燕《对外宣传与传播策略研究》^⑭。

总体看来,已有的研究对“文化外宣”基本没有进行系统的总结和完整的阐

① 马军:《探析跨文化民族体育文化的对外宣传》,《体育文化导刊》2006年12期。

② 张洪:《从边缘到主流——文化报道在对外宣传中的作用》,《对外大传播》2006年5期。

③ 王晓青:《走文化外宣道路,树文化强省形象》,《对外大传播》2004年1期。

④ 陈伟宏、郁欢:《展示文化特色打造外宣品牌》,《江南论坛》2006年2期。

⑤ 李岩:《人民网英文版对外传播现状与对策研究》(兰州大学硕士学位论文,2006年)

⑥ 牟汉杰:《试论 CCTV—国际频道电视新闻节目的内容与形式特征》(中国社科院研究生院硕士学位论文,2002年)。

⑦ 付颖:《跨文化视角看网络时代的国际广播:“国际在线”对外传播策略研究》(中国人民大学硕士学位论文,2005年)。

⑧ 贺伟:《新华社对外宣传报道对外影响力研究》(中央民族大学硕士学位论文,2006年)

⑨ 徐江:《当代中国电视对外宣传节目媒介生态状况分析》(中国人民大学硕士学位论文,2003年)

⑩ 丛贝贝:《全球化时代的中国传媒——兼论 CCTV—4 的内容与样态》(山东大学硕士学位论文,2007年)

⑪ 王叙:《中国对外宣传工作的传播学思考》(大连理工大学硕士学位论文,2006年)

⑫ 邱世兵:《当前我国对外宣传中存在问题及对策研究》(华中师范大学硕士学位论文,2006年)

⑬ 刘蕾:《新形势下对外宣传研究》(华中师范大学硕士学位论文,2006年)

⑭ 刘海燕:《对外宣传与传播策略研究》(西南政法大学硕士学位论文,2007年)

释,这一领域的研究几乎是一片空白。但文化外宣的研究以对外宣传、对外传播研究为基础,从这一方面看,目前的研究还是有一定的发展。

“对外宣传”和“对外传播”是紧密联系的两个概念。宣传一般被作为“一种带有劝服目的的传播活动”。在中文的含义中,宣传是一个中性词,但在西方国家,与宣传对应的词语“Propaganda”却有强烈的贬义。所以,西方国家更习惯于(公开宣扬)、public relation(公共关系)、public diplomacy(公共外交)、communication(传播)等词来指称我们中文意义上的“宣传”。关于“对外宣传”和“对外传播”的关系,有的学者分析指出:在学术层面上,“传播”可以涵盖“宣传”,对传播的研究有助于“宣传”的研究,而对宣传的研究则成为“传播”研究的重要组成部分。^① 所以,“对外宣传”可以看作是“对外传播”的一种,是带有劝服目的的对外传播。对外宣传带有单向性、灌输性特征,目的性很强,一般具有较强的政治色彩和意识形态特征,强调社会责任和国家使命。而对外传播的含义更宽泛、更中立,彰显专业主义理念和价值中立原则。

以美国为主的西方国家,在对外宣传的研究方面起步较早,也有较好的发展。1927年,美国著名传播学者哈罗德·拉斯韦尔(Harold Lasswell)出版了《世界大战中的宣传技术》(*Propaganda Technique in World War I*)^②,成为对外宣传研究的奠基之作。在书中,拉斯韦尔强调了宣传者及受众身份的重要性,认为有效的宣传必须在各个层面进行整合。此后,对于对外宣传和对外传播的研究在各个层面都有了长足的发展。

1935年到1946年,拉斯韦尔与另外两位学者合作,对这一时期的全世界范围内关于宣传和传播研究的各类成果进行了整理,精选出7500多篇(部)作品,编辑了一份文献目录。从这份目录中可以看出这一阶段宣传和传播研究的发展状况。这些研究包括对一般传播原理的研究,还有对纳粹德国的宣传、世界共产主义运动的宣传、前苏联的宣传研究等。

20世纪40年代,一批传播学者的开创性研究为对外传播研究的进一步发展奠定了坚实基础。包括:拉扎斯菲尔德(Paul F. Lazarsfeld)的“二级传播论”,

① 沈苏儒:《对外传播的理论与实践》,五洲传播出版社2004年版,第13页。

② Harold Lasswell, *Propaganda Technique in World War I*, The MIT Press; New Ed edition (April 15, 1971).

卢因(Kurt Lewin)的传播“把关人”理论,霍夫兰(Carl Hovland)的传播劝服效果研究。

20世纪70年代以后,西方的对外传播研究开始向系统化方向发展,与国际关系、国际政治、社会学、心理学等学科相结合,形成了较为成熟的研究体系。到90年代后,对外传播已成为传播学最热门的研究领域之一。

我国的对外宣传和对外传播研究起步比较晚。

新中国成立之初,我国的对外宣传工作具有浓厚政治气息,主要是针对外国反华势力和思潮的政治宣传,学术研究方面没有什么发展。直到改革开放后,对于外宣的学术研究才开始有较大的起色。80年代末,我国对外宣传的研究在之前政治研究的基础上,开始和传播学的研究结合起来,对我国的外宣工作进行了多视角的学术探索,取得了一定的研究成果。^①

20世纪90年代中后期,我国开始构建大外宣格局,一些新闻传播界的专家学者和对外宣传从业人员结合我国的实际,对实施对外宣传工作的方法、手段和基础理论进行了探索研究,取得了很多研究成果,推动了我国对外宣传事业的蓬勃发展。90年代以来,除大量翻译引进国外对外宣传(传播)的著作外,还出现了这方面的很多原创著作和论文集,如刘继南等《国际传播与国家形象》^②、蔡帼芬《国际传播与对外宣传》^③、刘洪潮《怎样做对外宣传报道》^④、王仲莘《对外宣传初论》^⑤、黄泽椿《新时期对外宣传论稿》^⑥、郭可《当代对外传播》^⑦、沈苏儒:《对外传播的理论与实践》^⑧、张桂珍《中国对外传播》^⑨,都是其中具有代表性的著作。

本书在其他学者的研究基础上,对新中国成立后,尤其是近几年的文化外

① 例如在1988年,时任中国外文出版发行事业局局长的段连城出版《对外传播学初探》一书,明确提出了对外宣传的传播学的概念。见段连城:《对外传播学初探》,中国建设出版社1988年版。

② 刘继南、周祝华、段鹏:《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》,北京广播学院出版社2002年版。

③ 蔡帼芬:《国际传播与对外宣传》北京广播学院出版社2000年版。

④ 刘洪潮主编:《怎样做对外宣传报道》中国传媒大学出版社2005年版。

⑤ 王仲莘:《对外宣传初论》,福建人民出版社2000年版。

⑥ 黄泽存:《新时期对外宣传论稿》,五洲传播出版社2002年版。

⑦ 郭可:《当代对外传播》,复旦大学出版社2003年版。

⑧ 沈苏儒:《对外传播的理论与实践》,五洲传播出版社2004年版。

⑨ 张桂珍:《中国对外传播》,中国传媒大学出版社2006年版。

宣活动进行系统梳理,对当前的文化外宣状况加以深入分析。在全球化发展的新时期,研究大传播框架下的文化外宣的发展特点,并通过多学科交叉的研究角度,对我国的文化外宣进行全面论述。

三、研究的基本思路与主要内容

本研究的基本思路是将文化外宣作为国家软实力的重要内容,对新中国成立以来文化外宣活动进行完整、系统的梳理,分析我国文化外宣的特点和发展背景。考察我国对外文化宣传的历史、现状,并与其他国家文化外宣情况进行比较研究,以便进一步完善我国当前的文化外宣政策,并对我国文化外宣的发展提出对策建议。

从文章结构来看,本书主要包括了以下一些内容:

绪论。从历史发展和现实需要的大背景提出研究问题,讨论文化外宣的研究目的和研究所具有的理论和现实意义。对文化外宣所涉及的各类问题进行简要分析。扼要地综述国内外研究中已有的研究成果和相关研究现状,对现有的文献资料加以总结。此外,还介绍了本研究的基本思路、主要内容和创新点,研究所采用的基本理论和基本研究方法。

文化外宣概说。该部分辨析了与文化外宣相关的一些概念,梳理了新中国成立后我国文化外宣的发展概况,并从传播学的角度,根据文化外宣的传播要素,分析了文化外宣的主体、受众特点和文化外宣的传播内容、传播媒介、传播效果。文化外宣在国家发展和国际关系中有着举足轻重的地位。从政治、经济、文化和意识形态等不同的角度,都可以看到文化外宣所发挥的巨大作用。文化外宣对于国家形象、国际战略、国家软实力也有重要的战略意义。

当代中国文化外宣形态。在大传播的背景下,文化外宣可以采用的形式也日渐趋于多样化,本部分根据近年来我国文化外宣的热点,具体分析了各类文化外宣的形态与特点,包括:境外大型文化活动,影视文化外宣,书刊文化外宣,体育文化外宣,网络文化外宣,以及其他形式的文化外宣。我国外宣工作中把各类文化传播活动直接纳入工作范畴中,开拓了对外宣传的范围和领域。总的来说,目前我国的文化外宣方式和内容丰富多样,体现了高度的外交灵活性。

文化外宣的国际借鉴。本部分在全球范围内选取了代表性的几个国家分

别进行探讨,分析他们的文化外宣策略或行为对中国的借鉴意义,主要探讨了欧洲的法国,美洲的美国和亚洲的日本和韩国。从这些国家的文化外宣发展策略,我们也可以总结出一些特点,主要包括政府的重视与支持;系统的全方位传播;文化创意产业的发展;制定文化发展战略等。

中国文化外宣发展战略。本部分论述了新时期中国文化外宣所具备的优势和面临的挑战,指出我国文化外宣格局化发展战略应该以和平发展战略为指导,辩证处理重要关系。在此基础上,提出构建文化外宣的长效机制,并从实际出发,对我国发展文化外宣提出了全方位的对策建议。

四、研究的指导理论和研究方法

文化的内涵丰富多样,包含了社会生活的方方面面。对文化外宣的考察,需要从多学科、多角度进行全面的研究。本书十分注重研究视角的多元化,以求对文化外宣的概念特点、历史源流、社会作用有一个较为全面的分析和把握。本项研究通过新闻学、传播学、文化学、政治学、社会学、历史学等不同学科的交叉研究,对文化外宣的各个方面进行透彻的分析。在理论应用上,本文的研究主要以传播学理论为指导,同时辅之以其他社会学、政治学的相关理论。

对于这一课题的研究,本书运用了多种研究方法进行了调查分析,主要包括历史研究、比较研究、和案例分析等方法,从不同的角度对文化外宣进行了剖析。

1. 历史研究的方法。本书梳理了新中国成立后我国文化对外宣传的发展历程,分析了在不同的历史阶段我国文化外宣的发展特点,包括:新中国成立之初,“文革”中,改革开放后等时期。以史论结合的历史研究方法,对中国文化外宣各个阶段的内容、特点进行了分析。

2. 比较研究的方法。主要对比分析了美国、法国、日本、韩国等国文化外宣的状况,并与中国文化外宣的当前形态进行了比较,既进一步明晰了各国文化外宣的性质特点,也为我国文化外宣的发展提供可资借鉴的经验和参照。

3. 案例分析的方法。本书选取了其他国家和中国文化外宣活动的一些典型案例,从多角度进行分析研究,总结特点,探索规律,从具体的事例中归纳文化外宣的经验特性,并加以推广,为促进中国文化外宣的发展提供借鉴。

总体而言,本书将综合运用多种社会科学研究方法,体现出案例研究与一般规律相结合、历史与现实相结合、中国特色与全球视野相结合等多角度研究的特征,以期对中国文化外宣的发展有一个探索性的全景分析,并为国家相关部门提供对策建议。

第一章

文化外宣概说

在经济全球化和政治多极化的趋势下,世界朝着多样化的方向发展。知识经济和信息技术革命日益改变着国家间的权力分配关系,并由此不断催生新的世界格局。文化的权力化倾向,使其成为衡量国家实力的重要指标,也开辟了国际竞争的新领域。文化“软实力”的重要性和影响力,是任何国家都不能轻视的。

文化正在改变着世界的权力格局,这使得对文化对外宣传的研究变得前所未有的重要。文化外宣主要是以文化为载体,在对外交流中宣传中国的对内对外政策,以文化的方式向世界说明中国,介绍中国,积极主动赢得外国公众对中国的了解、理解和尊重,为我国开展与世界各国在各个领域的交流合作创造良好的舆论环境和友善氛围。^① 而研究文化外宣这一主题,需要先对文化外宣的概念、特点、历史、现状有一个整体的了解。

第一节 文化与文化外宣

一、文化的概念

“文化”的含义,自古以来未有定论。在中国,“文化”一词最早

^① 骆玉安:《关于实施中华文化走出战略的思考》,《殷都学刊》2007年第2期。

出自《易经》。《易经》中有“观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下”的语句，此处的“文化”包含了“文治与教化”的意思。在西方，“文化”来源于拉丁文 *Cultura*，原意是对土地的耕耘和对植物的栽培，蕴含着人类的活动；后来引申为对人的身体和精神两方面的培养。

文化作为一个内涵丰富、外延宽广的多维概念，主要是由近代欧洲人创造的。英国人类学家 E. B. 泰勒在 1871 年出版的《原始文化》一书中，首次提出了近代对于文化的明确定义，泰勒将文化与文明两个概念共用。他在书中指出：“据人种志学的观点来看，文化或文明是一个复杂的整体，它包括知识、信仰、艺术、伦理、道德、法律、风俗和作为一个社会成员的人通过学习获得的任何其它能力和习惯。”这一论述将文化定义为特定生活方式的整体，对文化概念的研究产生了深远影响。可以说，其后的各种文化定义，都没有超出这一把文化看作一个复杂整体的基本观念。但泰勒的文化定义中尚缺乏“物质文化”的内容，其后的学者对之进行了补充。

20 世纪 30 年代，作为文化功能学派的创始人的英国人类学家 B. K. 马林诺夫斯基则从“满足人类的需要”的角度对文化的概念进行了阐述。他说，“文化，文化，言之固易，要正确地加以定义及完备地加以叙述。则并不是容易的事。”“文化是包括一套工具及一套风俗——人体的或心灵的特性，它们都是直接地或间接地满足人类的需要。”他认为，一切文化要素，都是在活动着，发生作用，而且是有效的。文化要素的动态性质指示了人类学的重要工作就在研究文化的功能。因此，“功能”的概念是文化学的主要概念。在《文化论》一书中，马林诺夫斯基就进一步将文化划分为物质的和精神的两个层次。他认为，“文化是一个组织严密的体系，同时它可以分成基本的两方面，器物和风俗，由此可进而再分成较细的部分或单位。”此处的风俗即对应于精神文化，而器物设备则对应于物质文化。马林诺夫斯基的功能学派文化学理论还以对“社会制度”的倚重而闻名：“社会制度是构成文化的真正要素”。马氏的观点是，文化的真正要素有它相当的永久性、普遍性，及独立性的，是人类活动有组织的体系，就是我们所谓“社会制度”，它构成文化的真正组成部分。任何社会制度都针对一根本的需要；在一合作的事务上，和永久地团集着一群人中，有它特有的一套规律及技术。任何社会制度亦都是建筑在一套物质的基础上，包括环境的一部分及种种文

化的设备。用来称呼这种人类活动有组织的体系最适合的名词莫若“社会制度”。这一观点对我们研究不同社会制度间文化的交流和宣传,颇有借鉴意义。

“五四”运动之后,我国的文化学者们也曾对文化的定义展开了热烈的讨论。对“文化”一词的界定影响最大的,当首推梁漱溟先生 1920 年出版的《东西文化及其哲学》一书对文化所下的定义。梁漱溟认为,文化乃是“人类生活的样法。”梁漱溟把人类生活的样法分为精神生活、物质生活和社会生活三大内容,文化的含义是很广泛的。1920 年蔡元培在湖南演讲《何谓文化?》,提出“文化是人生发展的状况”,并列举衣食住行、医疗卫生、政治、经济、道德、教育、科学等事。1922 年梁启超在《什么是文化?》一书中,谓“文化者,人类心能所开释出来有价值的共业也。”在梁启超的《中国文化史目录》中,文化包括朝代、种族、政治、法律、教育、交通、国际关系、饮食、服饰、宅居、考工、农事等,足见他心目中的文化是一个极为广泛的概念。胡适则于 1926 年在《我们对于西洋近代文化的态度》一文中,指出“文化是文明社会形成的生活的方式。”唯有陈独秀对这种宽泛的文化定义提出了反驳。他在《文化运动与社会运动》一文中曾批评道:“有一班人并且把政治、实业、交通都拉到文化里面了,我不知道他们因为何种心理看到文化如此广泛,以至于无所不包?”他力主文化是文学、美术、音乐、哲学、科学这一类的事。而文化学家司马云杰先生则给文化下了一个简要定义:“文化乃是人类创造的不同形态的特质所构成的复合体。”他对这个定义作了如下四点解释:(1)是人类创造的。(2)是人类创造的特质。特质指二:一是指人类创造物的最小独立单位;二是指人类创造物的新的内容和独特形式。(3)特质所构成的复合体。(4)不同形态的特质。

从现当代来看,西方学者认可程度较高的一个综合性的文化定义,是由美国文化人类学家 A. L. 克罗伯和 K. 科拉克洪在 1952 年发表的《文化:一个概念定义的考评》中所下的:“文化存在于各种内隐的和外显的模式之中,借助符号的运用得以学习与传播,并构成了人类群体的特殊成就,这些成就包括他们制造物品的各种具体式样,文化的基本要素是思想观念和价值观,其中尤以价值观最为重要。”此项文化定义使得价值观和思想观念的重要性凸显出来。除此之外,1982 年 8 月 6 日,墨西哥世界文化政策会议通过的《墨西哥城文化政策宣言》,其对文化所下的定义,也具有一定代表性:“从最广泛的意义讲,文化现在