

文

The Core Competence
of Culture

核心竞争力

化

赵秀玲 等◎著



科学出版社

014036320

G12
124

国家社会科学基金项目 (06BZX021)
南阳师范学院学术著作出版基金

资助

文

The Core Competence
of Culture

核心竞争力

化

赵秀玲 等◎著



科学出版社

北京

G12

124



北航

C1723368

01038330

图书在版编目(CIP)数据

文化核心竞争力 / 赵秀玲等著. —北京: 科学出版社, 2014.3

ISBN 978-7-03-040170-0

I. ①文… II. ①赵… III. ①文化-核心竞争力-研究-中国 IV. ①G12

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第047433号

责任编辑: 杨婵娟 闵敬淞 / 责任校对: 张凤琴

责任印制: 赵德静 / 封面设计: 铭轩堂

Email: houjunlin@mail.sciencep.com

电话: 010-64032683

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京市文林印务有限公司印制

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2014年5月第 一 版 开本: 720×1000 1/16

2014年5月第一次印刷 印张: 16

字数: 238 000

定价: 78.00元

(如有印刷质量问题, 我社负责调换)

序

在 20 世纪的我国学界，曾经有一种很特殊的现象就是把经济与文化彻底割裂开来，研究文化的不涉经济，讲经济的不重文化。甚至在申报研究项目时，也会因为题目中既有经济亦有文化的字眼而找不到归属栏目。彼时，在我国很多地方的经济建设中，文化也曾经被完全忽略，人们甚至为了经济而不断地破坏文化。直到 20 世纪末才出现了认识上的些微进步，即经济建设中有了“文化搭台，经济唱戏”的口号。那时在很多管理者的理念中，文化还只是一个舞台，经济才是主角。之后的实践中，人们才越来越看到文化在经济可持续发展中所担当的重任。进入 21 世纪，文化已成为国与国之间、城镇与城镇之间竞争的主角，于是很多地方的发展口号也发生了重大变化，即“经济搭台，文化唱戏”。尽管口号和实践之间还有相当距离，但仍是一个质的进步。遗憾的是，相关的理论研究仍未跟上。

事实上，正如本书前言中所述，早在 20 世纪 20~30 年代，国际社会就有学者研究文化在大国竞争中的作用和影响力。当今世界上，国与国之间、区域与区域之间的竞争越来越显示出文化的力量。未来的竞争是文化的竞争，不同文化之间的竞争决定民族、种族乃至国家的生存状态。一个国家或区域，要在文化竞争中获取永久的主动权，就需要打造自身的核心竞争力，形成独特的、不可复制的可持续的核心竞争优势。但目前关于文化核心竞争力的探讨，更多集中在组织或企业等微观层面，很少涉及区域和国家或者民族层面。以赵秀玲为主持人的研究团队，继完成了国家社会科学基金项目“关于增强我国文化核心竞争力问题研究”并获优秀等级后，没有松懈，进一步深入探讨并形成了《文化核心竞争力》一书，可谓是对相关理论研究的一个重要贡献。该书站在区域发展的战略层面，深入挖掘中华民族传

统文化的精髓，阐述了文化与经济、文化与创意、文化与产业之间的关系，通过文化、经济、创意和产业之间的互动，从精神、物态、制度和生态四个维度，多层面地探讨了如何增强我国文化核心竞争力。该书还将创意手段融入到文化核心力的强化过程中，主张通过发展创意产业，将创意技术融入城、乡、传媒等多层面多领域，以助推文化核心竞争力建设。其中，有许多观点很有新意。

(1) 关于文化竞争力与文化核心竞争力之间的关系：该书认为二者是共性与个性的关系。文化竞争力是一种文化与对手竞争过程中所表现出的相对优势，它是一种文化的物态文化力和意态文化力在外部化过程中所体现出的整体相对竞争优势。这种整体的相对竞争优势若想经久不衰，就必须加以凝练和巩固，以升华为文化核心竞争力。换言之，有文化竞争力者不一定有文化核心竞争力，有文化核心竞争力者必然有文化竞争力。

(2) 关于文化核心竞争力的概念界定：该书认为文化核心竞争力是一种文化以其特有的、难以复制的、能形成持续竞争力的个性特色为依托，通过整合其他方面能力而形成的影响文化发展全局的系统竞争能力。

(3) 关于文化核心竞争力评价指标体系及其设计原则：该书认为文化核心竞争力评价指标体系设计应当遵循四项原则，即系统性原则，结果类指标、影响因素类指标与个性特色探索指标相结合的原则，可操作性原则，动态性原则。基于这些原则，又设计了相应的指标体系，旨在通过因素类指标评价影响一种文化实践创造和扩散能力的因素；通过结果类指标评价一种具有核心竞争力的文化的影响结果；通过个性特色探索指标探索一种文化是否具有个性特色。

(4) 该书分析了“贵和尚中”与中国文化核心竞争力的关系。认为“贵和尚中”是极具中华民族个性特色的、其他民族极难复制的价值观，千年中华精神就是以“贵和尚中”为核心的和谐文化精神。它内涵了天人合一、修齐治平、以和为贵、治平为本等重要思想，是中国传统文化核心价值体系的核心要素。社会主义文化核心价值体系由于深深扎根于中国传统文化的沃土，因而具有深厚的成长基础和顽强的生命力；更由于它是对传统“贵和尚中”价值观在传承中的发展和发展中的创新，从而成为当代中国最具

民族个性的最先进的文化核心价值体系。据此，得出以下结论，即：中国文化核心竞争力是以“贵和尚中”为核心要素，以社会主义文化核心价值体系为个性依托的通过整合其他方面能力而形成的统领文化发展全局的系统竞争能力。加强社会主义文化核心体系建设，是增强我国文化核心竞争力的必须。

(5) 该书对生态文化和非生态文化的概念及其相互关系作了新的界定。认为在和谐社会建设背景下，广义视角的文化应该首先划分为（自然）生态文化和非生态文化（物质文化、制度和行为文化以及观念文化）两个方面。旨在突出现代社会人类渴望与自然和谐相处的心境。同时，也体现了人类对自然界的敬畏感。生态文化与非生态文化之间存在着交互作用的关系。生态文化体现在非生态文化之中，最显在的体现是物质文化，但对生态文化起决定作用的是制度和行为文化，对后者具有重要影响的是观念文化。非生态文化折射着一个国家、一个地方、一个民族生态文化的优劣。

(6) 该书就文化创意对文化核心竞争力的支撑作用进行了探讨：从基于文化创意的城镇文化核心竞争力打造和乡村文化建设，到基于创意的文化传播与交流等多个层面展开了探讨。认为文化创意在文化核心竞争力不同维度上充当一种重要而又关键的手段和工具，通过自身的特殊加工，形成区域文化核心竞争力的差异性和多样性，进而形成了文化核心竞争力展现的产业平台。而文化核心竞争力的增强又为文化创意提供了素材和创意迸发的源泉，促使其更迅速地向现实的生产力转化。

上述观点不但很有新意，而且呼应了党的十八大关于经济、政治、文化、社会、生态文明五个方面相互协调，共同发展的五位一体总布局要求，是《文化核心竞争力》一书的作者为实现中华民族伟大复兴梦想而付出的理论努力，同时，对实践中的经济工作者亦有指导意义。我们鼓励该书作者在培育我国文化核心竞争力问题上的不懈的求索精神，并希望更多的理论工作者和实践人士加入这一研究行列，为文化中国引领经济中国作出贡献。

马永贵

2013年10月31日

前言

早在20世纪20~30年代，国际社会就有人研究文化在大国竞争中的作用和影响力。其中，美国后现代主义理论学者S.拉什认为，后现代社会是一个消除文化与社会分化的过程，文化经济就是对这一分化的消除^①。到了20世纪50年代，法兰克福学派学者杰姆逊更敏锐地发现，文化一旦与科学技术结合在一起，形成工业化体系，就会产生影响社会的巨大力量^②。1984年，美国著名未来学家阿尔温·托夫勒又指出，我们正进入一个文化比任何时候更重要的时期^③。1998年，联合国教科文组织召开“文化政策促进发展”的政府间会议及同年6、9、10月在渥太华等地进行的核心主题为“文化与发展”的多边文化活动更加明确地判断：发展最终可以以文化概念来定义，文化的繁荣是发展的最高目标。

国内方面，1997年以来尤其在党的十六大前后，相关研究有突破性进展：十六届四中全会提出“解放和发展文化生产力”重要论断，并把建设社会主义先进文化的能力作为党迫切需要提高的五大方面执政能力之一，反映了党对社会稳定和发展与各种社会要素的关系把握上有了更深刻的理解；2005年2月17日，《人民日报》指出：“精神文化生产日益走上社会经济生活的前台，在思想文化和经济生活两个方面都构成国家和社会的核心竞争力。”之后，相关研究不断深化，特别是对文化竞争力的研究有不少观点很有新意。归纳起来主要有：①文化竞争力的核心是文化产业竞争力。文化产业竞争力包括文化产业竞争力和精神控制力两部分，并开创性地设计了中国文化产业竞争力评价指标体系^④；②商品的市场价值可分为市场价值和

① 拉什·S. 2000. 现代主义：一种社会学的阐释. 高飞乐译，张启航校译. 国外社会科学文摘，(1)：32.

② 杰姆逊. 2005. 后现代主义与文化理论. 北京：北京大学出版社.

③ 阿尔温·托夫勒. 1984. 预测与前提——托夫勒未来对话录. 国际文化出版公司.

④ 祁述裕. 2001. 国际文化竞争力与中国文化产业发展. 国家行政学院学报，(5).

观念价值。文化是一种能够带来巨大增值的资本^①；③文化力区分为“意态文化力”和“物态文化力”^②；④提出了“城市文化资本”运作和“城市新行为主义”的概念^③；⑤提出了文化竞争力的多元视角和评价指标等^④。

关于文化核心竞争力的系统研究至今仍是一个较新的领域，也是国际上“竞争力”研究的一个前沿，基于此，2006年，笔者申请并获准立项了国家社会科学基金项目“关于增强我国文化核心竞争力问题研究”。该项目研究成果于2010年顺利通过专家鉴定并获优秀等级。之后的这几年，项目组在这一领域的调研没有止步，在不断的思考和探索中，愈发感到培育文化核心竞争力对于提升一个国家综合实力的重要意义。尤其是在党的十八大后，加强社会主义核心价值观体系建设，全面提高公民道德素质，丰富人民精神文化生活，增强文化整体实力和竞争力已经成为我国文化建设的重点，更激发了我们尽快将研究成果整理成书的决心，《文化核心竞争力》一书便是这一决心的产物，也是国家社会科学基金项目“关于增强我国文化核心竞争力问题研究”的后续成果。

本书从以下三部分对文化核心竞争力展开研究：

第一部分（1~2章），关于文化与文化核心竞争力的理论探索，重点对文化的内涵、文化核心竞争力的概念及其评价指标体系构建、对中国文化核心竞争力所依托的文化核心价值体系等进行了较为详尽的理论探讨。旨在为最终提出增强我国文化核心竞争力的对策建议作理论准备。

第二部分（3~7章），关于增强我国文化核心竞争力的实践探索。该部分又分为两个层面：一是（3~4章）分析了我国文化核心竞争力的培育路径和文化创意对文化核心竞争力支撑作用两方面的内容；一方面分别从主体因子、实施对象、实施原则、实施方法等层面分析培育我国文化核心竞争力的路径。另一方面，分析文化创意与文化核心竞争力两者之间的逻辑关系，梳理相关的概念。二是（5~7章）从文化创意的视角，对我国的中观层面即城镇和乡村的文化核心竞争力问题进行探讨，分析了文化创意与

① 厉无畏.2004-05-24.文化资本与文化竞争力.文汇报.

② 祁述裕.2004.中国文化产业国际竞争力报告.北京:社会科学文献出版社.

③ 张鸿雁.2002.城市形象与城市文化论.南京:东南大学出版社.

④ 花建.2005-07-26.文化竞争力的多元视角和评估指标.中国文化报,第4版.

乡村和城镇文化核心竞争力的关系；在此基础上，提出了发掘城镇文化个性，打造城镇文化核心竞争力和加强乡村文化建设，保护乡村文化特色的若干建议；鉴于影响文化核心竞争力的因素主要集中在实践创造能力和文化扩散能力上，因此，项目成果就培育文化自信、积极探索新的文化传播和交流思路等问题展开论证，提出了可操作性的对策和建议。

第三部分（第8章）发展文化创意产业增强我国文化核心竞争力。该部分分析了文化创意产业与文化核心竞争力的关系，认为发展文化创意产业是增强我国文化核心竞争力的关键手段。在21世纪国际竞争的主战场上，文化创意产业是各国竞相发展的重要产业，正是文化创意使得各国的动漫产业、影视文化产业、电视节目甚至楼宇设计、机器制造等各个行业无论从技术还是从内涵上都得到了质的提升，这一现象对我国的重要启示是：应该根据我国的文化个性和民族特色，采用国外先进的表达技术，深入挖掘文化素材的核心内涵，探索一条与我国民族文化相适应的文化创意产业发展路径，通过文化创意产业的发展提升我国文化核心竞争力。

本书提出的对策建议主要有以下五个方面。

（1）培育国民的文化自觉，让社会主义核心价值体系内化为国人心灵深处的价值认同。为此，要重温国学，以唤起中华民族的精神记忆；外圆内方，以保持中华民族的独有性格；上善若水，以张开中华文化的宽广胸怀；榜样带动，以维护社会主义核心价值体系；鼓励向善，以坚守做人的道德底线。

（2）城镇文化是中华文化的重要单元，必须发掘城镇文化个性，打造城镇文化核心竞争力，以夯实增强我国文化核心竞争力的城镇基础。为此，应该根据城镇的自然禀赋打造城镇生态文化个性；根据城镇的历史文脉打造城镇的物态文化个性；根据城镇人文传统打造城镇意态文化个性；根据城镇发展定位打造城镇制度文化个性。

（3）乡村文化建设在构建社会主义和谐社会中具有极其重要的作用，因而是增强我国文化核心竞争力不可或缺的内容。为此，建设美丽乡村必须注重文化保护；要挖掘乡村文化的商品属性以提高农民实际收入；要提高农民素质以增强农民的文化自觉；要实现美丽乡村建设与城镇化的联动以统筹城乡发展。

(4) 文化传播能力是助推文化核心竞争力的重要因素。中华文化需要在传承中凝练民族特色，以构建我国文化的核心竞争力；需要在对外文化交流与碰撞中，丰富和创新自我，以强化我国文化的核心竞争力。

(5) 文化创意产业是 21 世纪国际竞争的主战场。为此，要通过校企合作，提升文化创意人才的培养质量和数量；要深入研究文化创意产业特有的组织形式和产权形式，在法律的框架内提供更大的生存空间；要建设一批文化创意产业基地，使产业集群效应得到最大发挥；要在税收、投融资等方面给予创意产业一定倾斜；要保护知识产权，营造创意环境；要扩大市场需求，促进内外贸易；要变“文化搭台，经济唱戏”，为“经济搭台，文化唱戏”，推动文化创意产业发展等。

值得一提的是，项目研究过程中的一些阶段性成果已获得了重要的社会反响，以《论文化核心竞争力》为代表的系列文章在核心期刊上发表后，被多家刊物摘录。2008 年发表于《城市发展研究》的关于《打造“养在南阳”城市品牌的时代价值与对策》，其中的主要观点由项目主持人在 2009 年南阳市政府工作报告征求各届人士座谈会上系统陈述，受到了南阳市人民政府的重视并被采纳写入当年的政府工作报告。该报告提出“围绕‘游在伏牛，养在南阳’目标，积极创建旅游强市和生态宜居名市”的战略思路。目前，南阳的这一发展思路越来越清晰：2012 年豫政 65 号文件《河南省人民政府关于印发南阳市建设中原经济区高效生态经济示范市总体方案的通知》和 2013 年 6 月南阳市委全会通过的《南阳高效生态经济示范市发展规划》就是印证。

本书的共同完成人有南阳师范学院经济与管理学院的邓俊森、张保林，孙晓涛、鲍春生老师，他们都是原国家社会科学基金项目“关于增强我国文化核心竞争力问题研究”课题组主要成员，是项目研究过程中凝练出的研究团队。为此，特别感谢国家社会科学规划办公室的支持！有“中国创意产业之父”之称的厉无畏先生亲自为本书作序，是对我们研究团队的最大鼓励。南阳师范学院宋争辉院长、刘明阁院长高度重视本书的撰写和出版，是项目组成员继续深化研究的精神支柱。南阳师范学院学术著作出版基金给予本书的出版提供了资助，同时，科学出版社的编辑们也为本书的正式

出版付出了辛勤劳动，在此一并表示感谢！

在本书付梓之际，我们已欣喜看到，关于文化与经济的关系问题越来越受到文化人和经济理论研究者的重视，在各地政府部门的实践中也普遍得到认同。就如何增强我国文化核心竞争力这项研究而言，今后仍有很大的深化和细化的空间，比如对一定区域增强文化核心竞争力的实证分析，对不同区域如何打造其个性文化以及如何发掘其个性文化中的商品价值等，还需具体问题具体研究。本书的出版旨在抛砖引玉，我们希望有更多、更好的研究成果问世，以便在与理论界同仁的交流与碰撞中获得研究水平的提升；同时，我们也会不断地将最新研究成果推向社会，在与实践的相结合中接受检验，获得提升，以便更有效地服务和指导实践。

作者

2014年2月

目 录

序 / i

前言 / v

第一章 文化与文化核心竞争力的内涵及指标解析 /001

第一节 文化的内涵 /001

第二节 文化核心竞争力的内涵和特征 /008

第三节 文化核心竞争力评价指标体系 /014

第二章 中国文化核心竞争力 /024

第一节 以“贵和尚中”为核心的和谐文化精神 /024

第二节 “贵和尚中”的核心价值体系 /027

第三章 培育我国文化核心竞争力的路径 /041

第一节 培育我国文化核心竞争力的主体因子 /041

第二节 培育我国文化核心竞争力的实施对象 /047

第三节 培育我国文化核心竞争力的实施原则 /051

第四节 培育我国文化核心竞争力的实施方法 /055

第四章 培育我国文化核心竞争力的关键 /061

第一节 文化创意与文化创意产业 /061

第二节 文化创意产业、文化产业与产业的文化创意 /064

第三节 发展文化创意产业是培育文化核心竞争力的关键 /067

第五章 基于创意的城镇文化核心竞争力的打造 /071

第一节 城镇文化核心竞争力及其要素构成 /071

第二节 打造城镇文化核心竞争力与增强我国文化核心竞争力的关系 /074

第三节 我国城镇文化建设目前存在的问题 /077

第四节 发掘城镇的文化个性打造城镇文化核心竞争力 /085

第五节 创意城镇与城镇文化核心竞争力 /099

第六章 基于创意的乡村文化建设 /108

第一节 乡村文化的基本内涵及乡村文化建设的意义 /108

第二节 乡村文化现状和基于创意的乡村文化建设意义 /122

第三节 加强乡村文化建设保护乡村文化特色 /130

第四节 创意农村与农村文化核心竞争力 /139

第七章 基于创意的文化传播与交流 /154

第一节 中华文化充满魅力 /154

第二节 文化传播的基本理论 /158

第三节 文化创意传播与文化核心竞争力 /170

第四节 中华文化遗产与民族文化特色的凝练 /177

第五节 对外文化交流与民族文化核心竞争力的提升 /188

第八章 发展文化创意产业增强我国文化核心竞争力 /198

第一节 文化创意产业是 21 世纪国际竞争的主战场 /198

第二节 发展文化创意产业与增强我国文化核心竞争力 /200

第三节 发展文化创意产业的保障措施 /204

第四节 中国动漫产业发展及国外经验启发 /211

第五节 国外影视文化贸易的经验及其对我国的启示 /217

第六节 电视节目的发展现状及品牌化对策 /223

第七节 中国戏剧市场的发展现状、问题及对策 /229

后记 /240

文化与文化核心竞争力的内涵及指标解析

第一节 文化的内涵

一、文化的定义

最早把文化作为专业术语使用的是英国人类学之父——泰勒，他认为“所谓文化教育或文明，就其广义人类学意义来看，是由知识、信念、艺术、伦理、法律、习俗以及作为社会成员的人所需要的其他能力和习惯所构成的综合体^①”。尽管这一文化教育定义仅是把文化与总的人类社会遗传等同起来，并未揭示文化的内在本质，但却影响和启迪了不少思想家，以至于许多不同学派的学者对文化的更深挖掘蔚然成风，并沿着各自的研究视野以不同的方法对文化进行了颇有见地的阐述。克鲁伯和克拉克洪曾把1871~1951年出现的160多种文化的定义归纳为五类^②：①把文化看作一个复杂的、包罗万象的整体，逐一列举各种文化现象，以此说明什么是文化；②把文化解释为在社会中一代一代流传下来的社会遗产。这里不仅要考虑物质性的文化作品，而且要考虑这些作品产生和流传的过程。其注重的的问题是说明文化的生成、来源及文化存在和

^① 泰勒. 1992. 原始文化. 连树声译. 上海: 上海文艺出版社.

^② Kroeber A L, Kluckhohn C. 1952. Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions. Cambridge Mass The Museum.

流传的因素；③把文化具有的准则性、调整行为的特征作为研究重点来定义文化，注重反映每个人行为方式的社会价值观念和行为准则；④把文化理解成为解决问题而进行的特殊调节的一种模式，强调学习某些文化习惯的观点；⑤把文化现象进行高度的抽象，从而可以具有广泛的内涵。克鲁伯对文化的定义：“文化是概括各种外显或内隐行为模式的概念。文化通过符号学习和传授，文化的基本内核来自传统，其中以价值观念最为重要。文化既是人类创作的产物，但又是制约、限制人类活动的重要因素。”

我们认为，文化既体现在人们的精神活动和行为活动中，也体现在人们创造的各种精神产品和物质产品中。广义的文化，泛指人类创造活动的总和，它包括显露在外的、人们可以直接感知的所谓“显在文化”和不表现在外的由知识、态度、价值观等构成的所谓“隐在文化”；狭义的文化，是指在一定物质资料生产方式的基础上发生和发展的社会精神生活形式的总和，相当于广义文化的精神层面，特别是指意识形态。更狭义的“文化”有时用来表示人们掌握和运用文字能力或接受教育的程度，有时也用来概指形象思维领域。^①不过，这一类通俗意义或实用性的“文化”概念很少为学术研究所涉及。本书所研究的文化是指广义的文化。

二、生态文化与非生态文化

1. 生态文化的含义

随着近年来雾霾对人类健康影响的常态化，生态文化建设也提到了议事日程。与以往研究的不同之处在于：我们认为广义视角的文化应该首先划分为生态文化和非生态文化两个方面。生态文化是经过人类改造后的环境，由于这种环境已经不是自然界的原生态环境，而是被人文化了，因此，我们称它为生态文化。这一定义是从对“文化”一词的理解出发给出的解释，而文化本身是一个中性词，某种文化对于社会发展可能有积极意义，也可能有消极意义，因此，不能仅凭“文化”一词就给一种事物定性。生态文化亦然，纯粹的自然界是原生态的，不是文化。但是，当人的意志加入进去后，它便具有了文化的内

^① 赵秀玲, 付廷臣, 姜长宝. 2005. 城镇化进程中的文化支持研究. 北京: 人民日报出版社.

涵。例如，原始的山川河流是纯粹的自然生态，但人类让山川变样，让河流改道，就有了生态文化。经过人类改造后的生态环境不一定是好的，所以，生态文化亦是一个中性的概念。

虽然“生态文化”一词作为概念是崭新的，但作为一种文化现象则是与人类社会共存的。在人类社会早期，人类对自然的影响远小于自然对人类的影响，因而，在农业文明时代人类对自然的索取低于自然的更新速度，此时的人类收获了改造自然的成果。然而，随着人类进入工业文明时代，科技发展带来了生产力的高速提升，人类向自然索取的速度也日益加快，这是基于人类满足物质欲望的制度安排，结果是加深了人类与自然的矛盾，引发了自然对人类的无情报复。正如恩格斯在《自然辩证法》中所指出的：“我们不要过分陶醉于我们人类对自然界的胜利。对于每一次这样的胜利，自然界都报复了我们。每一次胜利，在第一步确实都取得了我们预期的结果，但在第二步和第三步却有了完全不同的、出乎意料的影响，常常把第一个结果又取消了。”人类要想不危及自身的生存和发展必须与自然保持和谐相处，基于此，我们对生产力的认识就不能仅限于人类对自然的改造和控制，而应该在人与自然和谐共处的系统中分析人类生存和发展的能力。这里，需要特别强调“人与自然的和谐相处”，要达到这一境界，必须进行生态文化建设，即按照科学发展观的要求，合理、有序地保护性开发自然生态环境，使其既能服务于人类的需要，又能优化生态环境。生态文化建设的意义在于，它有利于资源的开发，有利于保护生态环境良性循环，促进经济发展，造福子孙，这是目前人类面临的最艰巨的任务和使命。

2. 非生态文化的含义

与生态文化对应的是非生态文化，后者是指非自然界本身所固有的，是人类智慧的创造性成果，包括满足人类生存的最基本条件——物质文化（生产工具、生活用具及其他各种物质产品），人类内部产生的制度和行为文化（包括行为规范、风俗习惯、生活制度等），以及人的内心所形成的观念文化（包括思维方式、思想观点、价值观念、审美情趣、道德情操、宗教情绪、民族性格等），亦即传统广义文化的三个层面（物质文化、制度和行为文化及观念文化）。其实，在广义文化的三分法中，生态文化已经分散地包含在其中了。我



们之所以把广义文化划分为生态文化和非生态文化，是为了更突出现代社会人类渴望与自然和谐相处的心境，同时，也体现了人类对自然界的敬畏感。

非生态文化的三个层面之间有着互融互动的关系。价值观是观念文化的核心，“人为万物之灵”，人最独特的灵性是能作价值选择，即能对客观事物作出判断和评估。价值观是一种相对稳定的价值选择趋向结构。价值观是在社会实践的基础上形成的，它一旦形成，就在人的意识与无意识中起着或隐或显的支配作用，指导着人与人、人与自然关系中的行为方式。人们对活动选择与参与的积极性直接取决于这些活动在人们的意识中是否具有最优的价值。我们可以从西方社会认同个人主义、鼓励创新的价值观念来理解比尔·盖茨和戴尔的成功。而一名在中国成长的大学生，若想退出大学自主创业，首先表示反对的肯定是他的家人和朋友，因为他们没有美国人那样的文化认同。制度层面的文化是精神文化(以价值观为核心)在人们行为活动中的体现，制度文化一旦形成又会影响精神层面的文化。例如，美国的税法规定，凡是捐赠给学校、社会基金等机构的支出均可以减税，这一制度与美国富人捐赠的比例高有直接关系，并逐渐形成了美国人内心深处已经深深认同的捐赠文化和行为模式。物质文化是精神文化通过人们的实践活动在物质产品上的体现。物质文化的极大发展，又为精神文化的创新提供了基础条件。春秋初期的管仲说：“仓廩实而知礼节，衣食足而知荣辱”，意思是：一个人首先要解决了温饱问题，才能懂礼貌、知道道德。300多年后，孟子在《梁惠王章句上·第七章》中也说道，民“无恒产，因无恒心。苟无恒心，放辟邪侈”。他更是告诉我们一个道理，即个人的修养需要建立在物质财富的基础上。这些观点在西方也得到了认同，从马克思的“物质决定意识”论和马斯洛的“人的五个层次需求”论出发都能推出与之吻合的结论。

3. 生态文化与非生态文化的关系

生态文化和非生态文化，涵盖了人类经济和社会发展的方方面面，既有物质的，又有精神的。无数事实证明，那些生态宜人、环境优美、行为规范、民风淳朴的地方最有吸引力。有吸引力就有生命力，有生命力就有竞争力，提倡可持续发展就是为了获得可持续的竞争力。因此，需要确立科学发展观。科学发展观是一种先进的与时俱进的发展理念，这一理念所产生的力量就是文化生