

文化理论研究系列丛书

文化

走
出去

王佐书◎总主编 王文杰◎著

人民日报出版社

文化理论研究系列丛书

文化

走出去

王佐书◎总主编 王文杰◎著

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化走出去 / 王文杰著. — 北京: 人民日报出版社,
2013.8

(文化理论研究系列丛书)

ISBN 978-7-5115-2066-1

I. ①文… II. ①王… III. ①中外关系-文化交流-
研究 IV. ①G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 191829 号

书 名: 文化理论研究系列丛书·文化走出去

作 者: 王文杰

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 卢 莉 张 丽

封面设计: 中公教育设计中心

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369511

网 址: www.peopledaily.press.com

经 销: 新华书店

印 刷: 大厂回族自治县彩虹印刷有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 259 千字

印 张: 13.5

印 次: 2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-2066-1

定 价: 32.00 元

如有质量或印装问题,请拨打售后服务电话 010-82838515

“文化理论研究系列丛书”

编辑委员会

总 主 编 王佐书

编委名单 (以下名单按姓氏笔画顺序排列)

丁培卫 王文杰 朱华东 李康化

宇文博 陈开和 杨吉华 郭继承

责任编辑 卢 莉 张 丽

序

文化解决一个民族可持续发展的问题

2012年1月,我在民办教育培训机构骨干企业中公教育调研,与政界、文化界和教育界的一些人士座谈时,就文化的价值和功用提出了一个观点:文化解决一个民族可持续发展的问题。当时我表达了一种愿望:希望中公教育能够组织文化教育界长期致力于理论研究的人士,主题鲜明地研究些文化,从理论和实践层面进行问题研究,为文化大发展大繁荣贡献些力量。

中公教育总裁李永新以其对事物的敏感性和对文化事业的高度责任心,决心编写一套《文化理论研究系列丛书》,从而为文化发展做些贡献。其在全国范围内聘请了八位从事文化思想研究和教育工作的学者为丛书撰稿,这八位作者分别承担了各自专业领域的一些课题,并把自己研究成果的结晶升华为书稿。中公教育则以其在文化教育图书策划、编辑、发行领域的经验和实力,将这套丛书纳入了选题计划,在人民日报出版社的大力支持下,使之进入出版流程。

此书即将付梓,我作为丛书名誉总主编,欣然在丛书前面写上几句话,以表达对作者、对中公教育特别是李永新总裁的感谢之意。

丛书能够成书,得益于几位撰稿人对中华文化的热爱、对文化重大战略课题的忧思与关切,得益于他们对理论研究和服务社会的坚定信念。丛书共分为八个选题,选题的撰稿人均均为近年来在文化理论研究和文化教育领域涌现出的有责任心的中青年学者和专家型教师:

《文化的功能》一书,由北京市思想政治工作研究会朱华东撰稿;

《文化的战略》一书,由山东大学历史文化学院丁培卫撰稿;

《文化的建设》一书,由上海交通大学媒体与设计学院李康化撰稿;

《文化的创新》一书,由济南大学泉城学院文化管理学院杨吉华撰稿;

《文化的安全》一书,由中共北京市昌平区委党校宇文博撰稿;

《文化的传承与弘扬》一书,由中国政法大学马克思主义学院郭继承撰稿;

《文化走出去》一书,由对外经济贸易大学公共管理学院王文杰撰稿;

《文化的交流与融合》一书,由北京大学新闻与传播学院陈开和撰稿。

丛书的八位作者,围绕文化基本内涵和文化建设基本任务等八个方面各自展开了深度与特色相结合的研究,既总结了经验教训,又提出了闪烁着理论真知和创意光芒的见解,为正确认识文化、科学发展文化提供了富于启发性的视角和路径。一时之学术,必折射一时之思想。我感谢这八位作者付出的辛勤劳动,钦佩他们在学术上所达之高度。我相信他们的研究成果将使这套丛书具有显著的实践指导价值,更希望这套丛书能有浓缩时代思想精华、促进文化发展的意义。

文化是民族的血脉,是人民的精神家园。文化建设对于一个国家的实力、一个民族的凝聚力起着至关重要的引领、支撑、凝聚作用。文化是人类物质成果和精神成果的总和,从狭义来讲,是人类精神文明成果的总和,这实际上也是马克思主义文化观的基本观点。

写有关文化的书,首先要定义什么是“文化”。这是思考问题的起点。非常可惜,目前还找不到对“文化”举世公认的定义,我们深刻地认识到,这正是研究文科概念的特点。我们决定对文化采用自定义研究的方法,在自定义的基础上,各自展开自己的观点,这也是百花齐放、百家争鸣的一个实例吧!

文化为什么能解决一个民族可持续发展的问题?我再三思考,此命题的含义极为广泛,若用一句话来表示,就是“中华文化是中华民族生生不息、团结奋进的不竭动力”。一个民族的文化如何能生生不息地为本民族的发展服务?如何能团结全国各族人民努力奋斗,为建设中国特色社会主义国家服务?如何能使中华文化成为推动国家发展的不竭动力?这是本套丛书主要研究的内容。本套丛书力图在这些方面做些力所能及的工作,尽点自己的力量。本套丛书若真能起到一点抛砖引玉的作用,也是对作者和中公教育的巨大鼓励。

理论来源于实践,理论高于实践,理论指导实践,是因为理论具有一般性的品格。写本套丛书需要有理论的指导。第一要有理论;第二要能消化理论;第三要能结合实际应用理论。这是对作者的基本要求,也是作者写好丛书的基本条件。作者经过努力力图将所掌握的理论应用于著书之中,客观实际效果还需读者实事求是地检验。

如何认识与把握文化的功能与作用?理论和实践是什么?

如何从全球化背景下审视、打造我国特色文化战略?理论和实践是什么?

如何建设一个民族的优秀文化?理论和实践是什么?

如何创新一个民族的优秀文化?理论和实践是什么?

如何做好文化安全工作？理论和实践是什么？

如何传承并弘扬一个民族的优秀文化？理论和实践是什么？

如何使我国的优秀文化“走出去”？理论和实践是什么？

如何扩大我国文化在与世界文化交流、交融和交锋中的效益？理论和实践是什么？

如何用理论指导来研究这些问题，是作者始终考虑的问题、着力做好的文章，也是作者更希望得到读者帮助的问题。这套丛书的贡献也在于对这些问题中的一些理论与实践做了探讨性研究，也算是对文化建设的一点贡献吧！

文化具有多功能，因为文化是国家的实力。文化能自动地在社会上显现其功能吗？会自动起作用吗？这显然是不能的。问题的关键是人们要认识这些功能，在此基础上才能有意识地利用这些功能去发挥文化的作用。这套丛书力图在帮助读者认识文化的基础上更好地发挥其作用，“激活”其功能，使其更好地为文化大发展大繁荣作贡献。

任何一项事业都需要一个体系为之服务。为文化服务的体系是什么？如何研究这个体系、调控这个体系、优化这个体系，使其更好地为文化服务，进而更好地服务社会？这是值得研究的问题。本套丛书力图推动社会优化为文化服务的体系，提高文化为社会服务的效益。

在这样的意义上，我相信《文化理论研究系列丛书》对于文化工作者和社会管理者认识和把握文化发展规律，开阔文化理论研究和文化改革建设的思路，都会发挥其应有的作用。

最后，再次感谢本套丛书的策划方中公教育。李永新总裁和他领导的中公教育团队、中公品牌旗下的千秋智业图书策划、编辑团队，为当代中国文化事业做了一件具有重要意义的事情，而他们所从事的事业也正是一项功在千秋的伟业。

王佐书

二〇一三年七月一日于北京

（作者为全国人大常委、民进中央副主席）

前言

中国文化走出去已经成为我国对外交流的重要战略。2012年5月10日《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》发布,《规划》指出,强化文化在国家对外工作大局中的独特作用,树立“文化中国”新形象。文化走出去在政府的大力倡导下,成为我国文化工作重要的组成部分。

文化走出去这一提法很早就被重视了。早在1921年,时任北京大学校长的蔡元培先生就提出了“文明输出”这一理念:“我们一方面注意西方文明的输入,一方面也应该注意将我国固有文明输出。”^①季羨林先生曾提出“三十年河东,三十年河西”、“中国文化复兴”、“送出主义”等思想。^②随着我国经济的不断发展,我国文化对外交流逐渐成为社会各阶层的共识。但是,关于文化走出去的实质却存在多种看法。

民进中央副主席王佐书先生对中国文化走出去的实质做出了如下概括:

1.在世界范围内宣传中国文化,是为了更好地宣传中华民族的精神,宣传中华民族传统的美德,宣传中华民族的优良传统,宣传中华民族热爱和平的愿望并为之付出的努力。

2.在世界范围内宣传中国文化,是为了更好地宣传中国,全面地宣传中国人民的意愿和思想,全面地宣传中国人民的情操、感情和态度,使全世界各国人民能全面地而不是片面地了解中国,满足世界人民对中国进一步认识的愿望。

3.在世界范围内宣传中国文化,是为了满足世界华人、华侨以及其后裔对中国文化的需求,满足他们学习的愿望,从而进一步满足他们思念家乡感情的要求。

4.在世界范围内宣传中国文化,使中国文化“走出去”,才能与异质文化更好地进行交流,在交流的过程中,中国化学到了世界文化的好的精神,丰富了中国的文化,与此同时,部分中国文化被他国文化所吸收,为他国文化的丰富与发展做出贡献,实际上也是为世界文化的发展与创新做出贡献。

① 蔡元培:《北大1921年开学式演说词》,收入高平叔主编的《蔡元培文集》卷三教育(下册),锦绣出版事业股份有限公司,1995年版,第178页。

② 季羨林:《三十年河东三十年河西》,当代中国出版社,2006年版。

5.在世界范围内宣传中国文化,宣传的效果越好,中国对世界文化的发展贡献越大,中国文化在世界上的影响力越大,中国在世界上的威信就越高。当步入良性循环后,将会出现综合的效果。

6.通过文化交流,建立互信,增进友谊,从而促进其他方面的友好往来。通过文化交流,在全世界广交朋友,不断扩大中国在全世界的朋友圈,朋友多了也就是扩大了对中国支持的力量,同时,对海外华人也是极好的鼓舞与支持。

7.通过文化交流,必然会有一批人、一批企业、一些资金、一些文化产品走向国门,走向世界,在世界这个市场上学习,学会竞争,学会发展,从而培养了人才,锻炼、壮大了公司,提高了中国的综合国力。

8.通过文化交流,有利于联系、团结海外华人,有利于发挥他们的积极性,有利于壮大为中国社会发展服务的力量。

由此,可以把文化走出去的实质概括为三个层面:一是中华民族优秀传统文化在世界范围内的传播并为世界文化做出贡献;二是提升中国文化的影响力;三是通过文化产品走向国门提高综合国力。在传统文化走出去的过程中,我国传统文化中具有非常优秀和极具生命力的内容,无论是中餐、服饰、茶文化、书画、功夫还是中国传统节日、大熊猫等中国元素,都成为我国文化走出去的重要内容,值得深入探讨。

文化走出去的问题总体上通常包括三个方面:什么样的文化应当走出去?如何走出去?走出去的效果如何评价?这三个方面的论述中对于什么样的文化应当走出去和如何走出去的评论和阐述甚多,对于走出去的效果的论述比较少见,主要是由于走出去效果的评价比较复杂,不太容易做出客观定量的评价。

文化走出去是系统工程,除了涉及上述宏观层面的问题,还会涉及一些具体的问题,比如不同门类的文化产品和服务是否应当采用不同的策略?同类的产品如何适用于不同的国家和地区?文化走出去有不同的表述方法和表达体系,本书采用的表达逻辑是按照文化走出去的实质、战略、方法与步骤的宏观视野和文化走出去的政策实施、文化走出去的组织方式、文化走出去的不同门类(包括演艺业、影视业、新闻出版业等)等具体问题相结合的方式。

文化走出去是我国经济和社会发展到一定阶段的必然产物。“走出去”战略是从经济领域首先提出来的,之后又拓展到文化领域。随着我国经济实力的不断增强,世界经济一体化进程的加速,经济问题已经不仅仅是经济问题,需要与社会、文化结合在一起进行考量。日本从“贸易立国”到“技术立国”再到“文化立国”也反映了国际竞争格局的不断变化和升级,国际贸易的竞争从产品层面升格到文化层面,而文

化层面的优势又会促进产品的竞争。国与国之间的竞争也从单纯的经济竞争转变为经济文化的多维度竞争。因此就产生了对世界文化是否应该保持多元性的争论。文化走出去在不同国家的做法不同,但是保护和支持文化走出去是大多数国家共同的选择。

王文杰

C 目录 Contents

第一章 文化走出去的实质	1
第一节 文化的界定	2
一、意识形态层面的文化	2
二、历史遗产层面的文化	3
三、生活方式层面的文化	5
第二节 文化走出去的实质	6
一、文化走出去的实质是在世界范围内传播优秀的中华文化	6
二、文化的传播属性是文化走出去的内在要求	8
第三节 优秀中华文化走出去的主要形式	11
一、饮食文化走出去	12
二、服饰文化走出去	16
三、中医药文化走出去	19
四、茶文化走出去	21
五、武术文化走出去	22
六、书画文化走出去	24
七、器乐文化走出去	26
八、传统节日走出去	27
九、特殊的中国文化符号：熊猫	30
第二章 文化走出去战略	33
第一节 走出去战略	34
一、我国走出去战略的形成	34
二、走出去战略的内涵	35
三、走出去战略的意义	36

四、“走出去”的风险	38
五、“走出去”的问题	40
六、“走出去”的形式与创新	40
第二节 文化走出去战略的全球化背景	42
一、文明的冲突和文化的融合	43
二、文化全球化的内涵	46
三、文化全球化的现状	48
四、文化全球化带给中国的机遇和挑战	49
第三节 我国文化走出去战略	51
一、我国文化走出去战略的提出	51
二、文化走出去战略的内涵	54
三、文化走出去战略的意义和必要性	55
四、文化走出去战略的主要模式	57
五、文化走出去面对的问题和挑战	60
第三章 文化走出去的政策法规	63
第一节 我国文化走出去相关政策的历史总结	64
一、新中国成立初期的文化政策	64
二、改革开放初期的文化探索	64
三、改革开放新阶段的文化政策	65
第二节 我国文化走出去的政策与法规	66
一、总体指导原则	66
二、具体指导方针	66
三、文化走出去政策法规体系不断完善	67
第三节 文化走出去相关政策的国际借鉴	74
一、放松管制与对外扩张并举的美国市场主导模式	75
二、保护与发展并重的法国国家主导模式	77
三、日韩“文化立国”的对外文化政策	81
四、国外文化政策对中国文化走出去政策的启示	85
第四节 保护国际文化多样性的发展历程	87
一、保护文化多样性是文化良性发展的必要条件	87
二、促进国际文化贸易的《佛罗伦萨协定》及《内罗毕议定书》	88
三、文化例外	89

四、保护和促进文化表达多样性公约	90
第四章 文化走出去的组织形式	93
第一节 政府层面的文化走出去	94
一、政府层面文化走出去的形式	94
二、政府层面文化走出去存在的问题及其建议	109
第二节 非政府组织层面的文化走出去	111
一、纯粹民间交流渠道	111
二、教育渠道	113
三、非政府组织渠道	115
第三节 企业层面的文化走出去	118
一、我国文化企业走出去的基本态势	119
二、文化产品和服务走出去是企业层面文化走出去的主要内容	120
第四节 孔子学院	134
一、孔子学院的现状	134
二、孔子学院的运行情况	135
三、孔子学院面对的问题及解决办法	136
四、孔子学院在中国走出去中的重要价值和意义	138
第五章 演艺业走出去	141
第一节 我国演艺业走出去的背景和意义	142
一、演艺业走出去的背景分析	142
二、推进演艺业走出去的意义	143
第二节 我国演艺业走出去的现状和问题	144
一、微观层面:艺术团体要素分析	144
二、宏观层面:演艺业走出去三个层面	149
第三节 演艺业走出去的对策	161
一、贸易层面	161
二、对外文化交流层面	167
第六章 影视业走出去	175
第一节 我国影视产品生产和进出口现状及分析	176
一、我国国内影视产品生产情况及分析	176
二、我国影视产品出口现状及分析	177
三、我国影视产品进口现状及分析	178

第二节 文化折扣对我国影视产品走出去的影响	179
一、文化折扣相关概念的界定	179
二、文化折扣对我国影视产品贸易的影响	181
三、克服文化折扣对中国电影国际化的不利影响	187
主要参考文献	189
后记	199

第一章 文化走出去的实质

文化走出去是一个不太容易厘清的复杂问题,或者说在不同层面都会有不同理解,这是因为文化本身就是一个复杂的问题。文化涵盖的范围极广,历来被赋予丰富的内涵,而且不同时间和空间对于文化的认识都具有很大的不同。因此,要厘清文化走出去的实质,首先需要把文化的问题厘清。文化走出去的问题通常可以归结为文化传播和文化贸易两个方面,文化传播方面的走出去是文化对于人们价值观的影响,通过文化传播实现文化的影响力和感召力;而文化贸易则是通过产品输出的形式实现经济效益。总而言之,文化走出去需要面对文化的价值取向和文化的利润取向双重目标,而二者往往又很难割裂开来看待,只是不同角度的表述而已。文化走出去的双重目标和文化的意识形态属性与经济属性是相互对应的,因此,搞清楚文化走出去的实质首先需要对文化的界定做一定的梳理。

第一节 文化的界定

文化的定义有几千条之多,本书中我们从文化本身的属性出发将文化从三个层面进行概括,即意识形态层面的文化、历史遗产层面的文化和生活方式层面的文化。意识形态层面的文化是指某个群体共同的价值观;历史遗产层面的文化是指人类历史发展过程中传承下来的各种形态的文化,包括文学作品、语言、景观等;而生活方式层面的文化则是指不同群体的生活方式所代表的文化形态。这三个层面都和文化走出去密切相关。

一、意识形态层面的文化

文化是一种价值观,或者说文化在某种程度上表现为某个群体的一种价值表达,通过某一种相近或者相似的价值观的表达,从而形成相应的群体意识形态,这种意识形态就会形成一种约束该群体的力量。这种力量会强制地让群体的成员服从,或者通过比较强势的传播形成主流的价值观从而让更多的人接受。

意识形态在不同学科中的研究所指有所不同。政治意识形态通常是一组用来解释社会应当如何运作的观念与原则,并且提供了某些社会秩序的蓝图。从文化的广义概念来看,文化是指人类发展过程中所创造的物质和精神财富的总和,进而将文化划分为物质文化、精神文化和制度文化三个方面。这里所表述的意识形态层面的文化和制度文化具有基本的一致性,或者说制度是意识形态的外在表现形态。意识形态通常是占据统治地位或者绝对优势地位阶级的文化形态,这种意识形态制约着所对应社会环境中文化的具体表现形式和人们的社会行为。

意识形态层面的文化是经过社会长期发展而逐步形成的,或者是某个强势的社会集团经过自上而下的方式逐渐进行渗透的。意识形态本身是指对事物的一种看法,或者一种世界观、价值观。从文化交流的角度来看,意识形态在文化交流的过程中具有非常重要的角色,而且会呈现为某种群体意识。当不同群体的意识形态进行碰撞时,就会产生冲突。因此,当意识形态层面的文化走出去时会碰到比较大的障碍。

意识形态层面的文化推行的过程中,产生了诸如“文化霸权(cultural hegemony)”等相关理论,文化霸权理论处于主导地位的文化群体,通过非正规权力机构所产生的

控制力量,多表现在意识形态与价值观念上。统治阶级或者利益阶层需要借助于文化的力量来推行其所认同的价值观、道德伦理以及行为准则等,文化霸权的研究虽然仅限于一个国家范围内阶级之间的霸权,但是从全球化和国家文化交流的角度来看,文化帝国主义是和文化霸权一脉相承的一种霸权,强势国家通过新的“文化霸权”的方式在全球范围内推广其价值观和行为准则。文化帝国主义对文化多元化形成了很强的挑战,因此国际上一些国家联合起来提出文化多元化来应对文化帝国主义的倾向。

文化霸权和文化帝国主义不是本书讨论的重点,但是由此背景引发的文化走出去所面对的问题都是需要厘清的。当不同种类的价值体系和行为准则在全球化背景下相遇时,冲突是难免的,如何应对和避免冲突,如何合理有效地传播本民族文化而保持文化的多元性和文化的融合与发展,都是在意识形态领域层面需要面对的问题。

我们会看到不同种类意识形态的文化交流时所产生的多种形式和后果。多年以来美国通过《美国之音》宣传其意识形态,还通过商业电影的方式进行表达和传播其意识形态层面的文化。而意识形态层面的文化是抽象的,需要借助于历史遗产和生活方式两个层面的文化形态进行传播。

二、历史遗产层面的文化

文化作为人类发展过程中积累的物质财富和精神财富的总和,自然成为全人类的共同财富。在文化传播的过程中,世界各国所拥有的优秀文化遗产都成为吸引人们的重要内容,也成为文化交流和传播的重要内容。文化历史遗产包括物质文化遗产和非物质文化遗产。物质文化遗产是具有历史、艺术和科学价值的文物,非物质文化遗产是指各种以非物质形态存在的与群众生活密切相关、世代相承的传统文化表现形式。这个层面的文化进行传播时更容易被人接受,其中,非物质文化遗产传播更容易一些。

我们国家具有悠久的历史文化,传承了极其丰富的文化遗产,这些文化遗产不仅是我国的财富,也是全世界人民的财富,向全世界传播这些文化遗产是我们的历史使命。文化走出去是全方位的事情,要让文化产品和服务走出去获取经济效益,更要将我国悠久的历史文化传播至更广范围和更多的人,而这也是文化产品和服务走出去的前提和保证。

和意识形态层面的文化走出去相比较,历史遗产层面的文化走出去更容易被接受,所引发的冲突也更小。梅兰芳 1930 年在美国演出取得巨大成功并受到上流社会的追捧就是一个很好的例证。梅兰芳当时的演出在美国引发了巨大的轰动,这种蕴含丰富的中国传统文化还是很容易被世界各国人民所接受的。近年来,我国在传统文化