

广州文化 软实力研究

(第一辑)

GUANGZHOU WENHUA RUANSHILI YANJIU

孙 云 主编 曾德雄 副主编



学出版社

广州文化 软实力研究

(第一辑)

GUANGZHOU WENHUA RUANSHILI YANJIU

孙 云 主编 曾德雄 副主编



中山大学出版社

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

广州文化软实力研究·第一辑/孙云主编. —广州: 中山大学出版社,
2010. 10

ISBN 978 - 7 - 306 - 03749 - 7

I. 广… II. 孙… III. 文化事业—广州—文集 IV. F127. 651-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 179683 号

出 版 人: 祁 军

策划编辑: 李海东

责任编辑: 李海东

封面设计: 曾 斌

责任校对: 李海东

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84111997, 84113349, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广州中大印刷有限公司

规 格: 787mm × 960mm 1/16 10.25 印张 200 千字

版次印次: 2010 年 10 月第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 24.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

序

孙 云

2007年，党的十七大报告从中华民族复兴的战略高度，肯定了文化软实力在综合国力竞争中的重要性，明确提出要要积极发展公益性文化事业，大力发展文化产业，激发全民族文化创造活力，更加自觉、更加主动地推动社会主义文化大发展大繁荣。2009年，国务院颁布了《文化产业振兴规划》，标志着文化产业已上升为国家的战略产业。《文化产业振兴规划》对于全国各地积极建设现代文化市场体系，发展新兴文化业态，推动文化产业升级，提升国家文化软实力，增强国际竞争力，具有重要的指导意义。

为切实贯彻党中央、国务院的战略决策，广东省颁布了《关于加快提升文化软实力的实施意见》，制定了《广东省建设文化强省规划纲要（2011—2020）》。在未来5年内广东财政将投入250亿元人民币，用于支持文化强省建设。力争用10年时间，将广东建成全国具有重要影响力的区域文化中心、中国文化软实力的“主力省”、中国文化“走出去”的生力军以及探索中国特色社会主义文化发展道路的“示范区”。

作为国家中心城市的广州，已将提升城市文化软实力明确为城市发展战略的重点，中共广州市委、市政府高度重视文化建设，采取了一系列重大的政策措施推动文化的发展，切实提升文化软实力。近年来，先后出台了《关于广州加快文化事业发展若干政策的意见》、《关于继续解放思想、深化文化体制改革、推动文化事业和文化产业加快发展的决定》、《广州市加快公共文化服务体系建设的实施意见》、《广州市进一步扶持软件和动漫产业发展的若干规定》等一系列政策和扶持措施。

因应现代社会的发展需要，本书将文化软实力作为研究对象，力求对文化软实力的各个层面进行较为系统的阐述。作为广州文化软实力重点研究基地的初步成果，本书涵盖了文化软实力的基本理论、国内外文化软实力建设的成功经验，以及构成文化软实力主体建设的公共文化服务体系、文化体制改革、文化产业政策等各项内容，涉及理论与实践的诸多方面，是基地研究计划中文化软实力系列丛书的第一部，尚属起步阶段，后续研究力图步入较为深入细致的专题领域。

2010年9月

（孙云：广州市社会科学院院长，广州文化软实力重点研究基地主任）

目 录

序	孙 云 (1)
---------	---------

文化软实力理论的演变	李 燕 (1)
------------------	---------

- 一、软实力的概念起源 / 1
- 二、软实力研究在中国的衍生及其演变 / 4
- 三、文化软实力的界定及其内涵 / 6
- 四、文化软实力的理论建构 / 8

文化的建设与推广

——国外公共文化政策及其启示	刘朝华 (12)
----------------------	----------

- 一、福利型、声望主导型的公共文化政策 / 12
- 二、社会型、市场导向型的公共文化政策 / 16
- 三、新兴的文化治理与文化规划 / 21
- 四、结 语 / 23

中国提升文化软实力的政策、措施及经验	何丹华 (25)
--------------------------	----------

- 一、和平崛起, 重塑文化中国国际形象 / 26
- 二、以人为本, 建构现代化中国模式 / 29
- 三、文化强国, 走向中华民族伟大复兴 / 33
- 四、科学发展, 提升文化软实力 / 36

创意提升中国城市文化软实力

——维度、问题与局限	荆 琳 (41)
------------------	----------

- 一、创意: 提升城市文化软实力的建设性途径 / 42
- 二、创意提升城市文化软实力的维度 / 46
- 三、创意提升城市文化软实力面临的问题与局限 / 54

国家中心城市广州的文化软实力	李 燕 (60)
一、城市文化软实力略论 / 61	
二、国家中心城市文化软实力比较 / 62	
三、广州文化软实力的现状 / 64	
四、广州提升文化软实力的途径 / 69	
改革开放 30 年广州文化软实力的发展	温朝霞 (73)
一、解放思想、改革创新是广州文化软实力发展的鲜明特点 / 73	
二、解放思想、改革创新促进了广州文化软实力的提升 / 75	
三、解放思想、改革创新是进一步提升广州文化软实力的 必由之路 / 83	
广州文化体制改革研究	梁礼宏 (87)
一、文化体制改革的主要领域 / 87	
二、文化体制改革的重点与难点 / 89	
三、广州文化体制改革近几年的探索 / 91	
四、改进宏观管理体制, 推动改革向纵深发展 / 95	
广州公共文化服务建设研究	梁礼宏 (98)
一、广州公共文化服务发展路线图 / 98	
二、分析比较 / 101	
三、功能提升策略 / 105	
广州文化产业发展政策研究	贾云平 (108)
一、政策背景与政策依据 / 108	
二、广州文化产业政策的内容构成 / 109	
三、广州文化产业政策实施的成效 / 117	
四、存在的问题 / 118	
五、进一步推进文化产业发展的政策建议 / 121	
广州文化市场建设研究	梁礼宏 (128)
一、广州文化市场基本状况 / 128	
二、广州文化市场的几点特征 / 130	

三、文化消费 / 134

四、促进市场繁荣的四点思路 / 141

2010 年亚运会与广州文化软实力的提升 温朝霞 (144)

一、文化软实力已成为城市综合实力竞争的重要内容 / 144

二、承办 2010 年亚运会对提升广州文化软实力的作用 / 146

三、优化 2010 年亚运会人文环境、提升广州文化软实力的
几点建议 / 152

文化软实力理论的演变

李 燕

21 世纪是知识经济的时代。文化的力量不再只是潜移默化，而是从幕后走到台前，扮演更加瞩目的角色。信息化和高科技手段的应用使得世界的联系空前紧密。由经济全球化催生而来的文化全球化成为当代社会发展的重要特征。西方大众文化、价值观念和生活方式在全世界的影响和渗透，本土的、民族的文化遗产与发展，文化霸权的现实性及文化殖民的可能性，等等，引发众多的关注和思考。人们越来越认识到，全球化时代的综合国力竞争不再仅限于传统的地缘政治、经济和军事层面，借助于发达的现代信息技术和大众传媒，文化作为一种软力量，对于社会变革和地区发展的战略意义将更加深远。或许正是缘于这一时代背景，文化软实力研究才应运而生，并在国内引发热烈的讨论。

在中国的学术话语体系中，文化软实力是软实力与文化力两个概念的统一与延伸。前者出自西方的权力理论，后者则是中国特有的创造。因而，文化软实力的概念解析在某种程度上也具有中国特色。

一、软实力的概念起源

根据维基百科，软实力的思想最早可以追溯到老子的《道德经》：“天下之至柔，驰骋天下之至坚。无有入无间”，其阐述的就是柔性力量的重要性。早在 16 世纪弗兰西斯·培根（Francis Bacon）就提出“知识就是力量”的著名论断。在某种程度上，葛兰西的马克思主义理论、福柯的解构理论、法兰克福学派的社会批判理论、结构主义的马克思主义、存在主义的马克思主义等，西方的权力理论体系或多或少都涉及知识与权力的关系问题。1651

年,托马斯·霍布斯(Thomas Hobbes)在《利维坦》(*Leviathan*)一书中已初涉软权力(软实力)概念的雏形。当代对权力有过系统论述的政治学家如迈克尔·曼(Michael Mann)、丹尼斯·朗(Dennis H. Wrong)、汉斯·摩根索(Hans Morgenthau)、莱因霍尔德·尼伯尔(Reinhold Niebuhr)、尼古拉斯·斯拜克曼(Nicholas Spykman)等都涉及了软权力(软实力)的内涵,只是没有使用软权力(软实力)的概念。如摩根索在其著作中,列举了地理条件、自然资源、工业能力、军事准备、人口、民族性格、国民士气、外交质量及后来增补的政府质量等九项国家权力的要素,已经把国家权力分为有形的和无形的两种,并特别强调外交质量、民族性格和国民士气等无形的要素对国家权力的影响。1962年,著名政治学家彼得·巴克莱奇(Peter Bachrach)和摩尔顿·拜拉茨(Morton Baratz)在美国的《政治学评论》(*Political Science Review*)上发表了《权力的两张面孔》(*Second Face of Power*),1963年又在同一家杂志上发表了《决定与非决定:一种分析框架》(*Decisions and Non-decisions: An Analytical Framework*),提出和分析了权力的“同化”(co-optive)属性问题。

在西方传统权力思想的基础上,尤其是受彼得·巴克莱奇和摩尔顿·拜拉茨的启发,最早系统和清晰地阐述软实力(Soft Power)概念的是美国哈佛大学教授约瑟夫·奈(Joseph Nye)。1990年,他在*Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*一书中首创“Soft Power”一词,其后又在*Soft Power: The Means to Success in World Politics*(2004)一书中进一步完善了这一概念。

Soft Power一词在中国通常有两种译法,一为软权力,一为软实力。在西方,Soft Power与西方传统权力理论一脉相承,主要服务于国际政治学、权力学与国际关系理论。约瑟夫·奈提出这一概念起因于20世纪80年代风行一时的美国“衰落论”的大辩论,因而有其特定的历史语境和战略意图。在那场辩论中,以历史学家保罗·肯尼迪(Paul Kennedy)1987年出版的《大国的兴衰》(*The Rise and Fall of the Great Power*)为代表的“衰落论”占有主流地位。但约瑟夫·奈认为美国的力量并没有衰落,而是其本质和构成正在发生变化。他认为,“冷战”后国际政治的变化主要表现在“世界权力的变革”和“权力性质的变化”,实力的界定不再强调军事力量和征服,技术、教育和经济增长等因素在国际权力中正变得日益重要。在世界变革的情况下,“所有国家,包括美国,要学会通过新的权力源泉来实现其目标:操作全球相互依存,管理国际体系结构,共享人类文化价值”。这种新的权力源泉就叫作Soft Power。特别是在文化、教育和大众媒介方面,Soft

Power 的性质是无法用传统的地缘政治学来解释和评估的。^① 根据约瑟夫·奈的论述,将 Soft Power 翻译为“软权力”似乎更为贴切。然而,Soft Power 一词传入中国后,“由于中美两国处于不同的发展阶段,并具有不同的民族的性格气质,中国学者倾向于以一种不同的方式来界定‘软实力’概念”^②,即表现出更强的内向性,强调内部能力与外部能力并重的综合性国力,而非仅仅是对外维度上的国际关系。这与西方的权力学说虽出同源,却不同质。因而,在中国,软实力一词的应用得到更为普遍的认可。文化软实力的理论框架同样是基于综合国力论,而非权力学和国际关系理论,故在此使用“软实力”的译法相对更顺理成章。

在不同时期,约瑟夫·奈对软实力概念作出了多种不同的界定。概而言之,约瑟夫·奈认为,一个国家的综合实力既包括由经济、科技、军事等实力表现出来的硬实力,也包括以文化和价值观念、社会制度、发展模式、生活方式、意识形态等的吸引力所体现出来的软实力。硬实力是一种命令性权力 (command power),即一国利用其军事力量和经济实力强制或利诱其他国家的能力;软实力则是一种同化性权力 (co-optive power),即通过吸引而非强迫或收买的手段来达己所愿的能力。约瑟夫·奈认为,“在今天这个全球信息时代,软实力正变得比以往任何时候都有影响力”。这种软实力主要存在于三种资源中,即文化(在能对他国产生吸引力的地方起作用)、政治价值观(当这个国家在国内外努力实践这些价值观时)及外交政策(当政策被认为合法且具有道德威信时)。他说:“美国软实力的一个源泉是其价值观念,在某种程度上美国被认为是自由、人权和民主的灯塔,其他国家则纷纷效仿;软实力的另一个源泉是文化输出、电影、电视节目、艺术和学术著作,以及因特网上的材料;软实力也通过国际组织(例如国际货币基金组织、北约或美洲人权委员会等)发挥作用,它们在一定程度上为其他国家提供了多样化的、与美国利益相一致的选择,这些国际组织巩固了美国的软实力。”^③ 约瑟夫·奈的软实力思想为审视全球化、信息化时代的国际关系提供了新的分析视角,它引导人们关注那些抽象的和非物质的要素,如文化的吸引力、意识形态或者政治价值观的感召力以及政策的重要性等,有助于避免过度倚重物质要素来界定国家权力的简单化倾向,但简单地一分为二也

① Joseph Nye. The Changing Nature of World Power [J]. Political Science Quarterly, 1990, 105 (2); Joseph Nye. Soft Power [J]. Foreign Policy, 1990 (Fall).

② 北京大学中国软实力课题组. 软实力在中国的实践之一——软实力概念 [EB/OL]. (2008-03-05) [2009-09-10] <http://theory.people.com.cn/GB/49157/49165/6957188.html>.

③ Joseph Nye. The Power We must not Squander [J]. New York Times, 2000-1-3.

存在一定的局限性,如如何界定软硬实力之间的关系、软实力的量度方法等。^①

约瑟夫·奈的软实力思想具有一定的开创性和奠基意义,但由于论述比较模糊,缺乏整体性,没有一个完整的理论体系,也没有严谨的逻辑结构,故不能算是严格意义上的学术理论。尽管在当今西方社会,软实力已成为使用频率相当高的大众词汇,但约瑟夫·奈的软实力说并没有在西方学术界获得广泛认同,围绕软实力概念的理论研究并不多。除了约瑟夫·奈一直在不断完善自己的理论之外,阿尔温·托夫勒(Alvin Toffler)的“权力转移”理论也有共通之处。阿尔温·托夫勒认为,权力的真正来源是暴力、财富、知识,当今世界上权力的本质正在发生变化,知识将彻底颠覆全球的权力格局。科学技术、知识已经成为今天最重要的权力实质。^②

二、软实力研究在中国的衍生及其演变

约瑟夫·奈的软实力说传入中国以后,迅速引起众多学者的关注。国内的软实力研究主要集中在三个方面:概念阐释,软实力与硬实力的相互关系,以及如何建构中国的国家软实力。^③一方面,国内的软实力研究不断拓展约瑟夫·奈的软实力概念的外延,不仅将其作为国际关系的分析工具,也开始探讨对内与对外两个层次的软实力构成,即软实力的构成要素可以综合为形成内部软实力的文化、价值观念、民族精神、政府能力与公民素质等,与形成外部软实力的国家形象、国际事务参与能力、发展模式、对外政策等。软实力研究也超出了传统的国际关系领域,与哲学、行为学、历史学、文化学、传播学、经济学和管理学等诸多领域联系起来。另一方面,尽管学者们从不同角度解读中国软实力的构成要素,但形成了一个普遍共识:文化是软实力的核心要素。事实上,就在约瑟夫·奈的软实力概念提出不久,王沪宁(1993)就在引介西方理论的基础上,提出可以从文化的角度解释软实力。他认为,文化因素是世界性流动的因素,它构成的软实力难以垄断。文化可以通过跨国界传播成为其他国家和国际社会的基本价值或主流文化,发源这种文化的社会自然就获得巨大的软实力。具体来说,应该在工业文明

① 张小明. 约瑟夫·奈的“软权力”思想分析 [J]. 美国研究, 2005 (1).

② 阿尔温·托夫勒. 权力转移 [M]. 北京: 中共中央党校出版社, 1991.

③ 蒋英州, 叶娟丽. 国家软实力研究述评 [J]. 武汉大学学报: 哲学社会科学版, 2009 (2).

的推进方面,在科学技术大发展方面,在政治系统的现代化方面,在本国文化的国际化和国际文化的本土化方面,在民族的精神和民族的国际认同方面,多下工夫。^①

在中国,文化力与软实力两个概念几乎是同时流行的,或者说在相同的领域往往是联袂登场的。文化力一词首先出现在日本人名和太郎所著的《经济与文化》,主要应用于分析国家或区域的经济的发展。中国学界的文化力概念及其理论则是受到约瑟夫·奈的软实力概念的启发后创立的,但一开始也是作为综合国力概念的附属概念提出来的。对于文化力概念的解读,国内也是百家争鸣,观点纷纭:①文化力就是文化生产力;②文化力就是文化竞争力的简称;③文化力就是国家或区域的文化实力;④文化力就是文化发挥作用时所产生的效能;⑤文化力就是各种文化因素在促进和推动生产力发展中的内动力,也可以理解为软实力;⑥文化力就是文化国力,它是综合国力的组成部分;⑦文化力从广义上就是指人类在改造主观世界和客观社会中表现出来的所有能力的总和,是一种泛文化力概念。^②从内涵和本质上来说,文化力与软实力既有密切的联系和相似之处,又在内涵和用法上有一定的差异。由于二者无法完全互相替代,二者同时并存和并用刚好可以形成互补。在实际运用中,将两个概念合并成一个新的词组也随即出现,这就是文化软实力的概念。^③

2007年,党的十七大报告明确提出,“当今时代,文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素……要坚持社会主义先进文化前进方向,兴起社会主义文化建设新高潮,激发全民族文化创造活力,提高国家文化软实力”。这是我国首次从中华民族伟大复兴的战略高度来定位文化软实力。在此基础上发展起来的文化软实力,则是文化力和软实力概念的延伸,或者说是文化力概念和软实力概念叠加而来的提升和深化。其核心是追求一种具有感染力和包容性的认同力量,其着眼点是落在文化的基本层面上,强调那些在社会文化领域中具有精神感召力、社会凝聚力、市场吸引力、思想影响力与心理驱动力的文化资源的整合,因而更注重的是主流文化自身的积极建构,即通过增进主流文化的凝聚力和吸引力,引领不同文化群体的价值取向,建构社会主义文化的核心价值体系,促进文化产业与文化事业的繁荣与发展。

① 王沪宁. 作为国家实力的文化: 软权力 [J]. 复旦学报: 社会科学版, 1993 (3).

② 牟伟. 解读文化力及其创新途径 [J]. 文化学刊, 2007 (4).

③ 贾海涛. 试析文化软实力的概念和理论框架 [J]. 岭南学刊, 2008 (2).

三、文化软实力的界定及其内涵

尽管国内的文化软实力研究十分蓬勃,但大部分都是从应用层面入手,对于基本概念厘清和基本理论的建构,至今仍处在一个摸索阶段。要界定文化软实力的概念,首先要明确什么是软实力。然而,与文化的定义至今仍五花八门相似,对于软实力的概念国内学界也尚无一个公认的严格的定义,但主要观点大同小异:①软实力就是“吸引力”①;②软实力是价值观念、生活方式和社会制度的吸引力和感召力,是建立在此基础上的同化力与规制力②;③软实力是一国影响他国意愿的能力和无形的力量资源③;④软实力是由核心价值、政治制度、文化理念和民族精神等要素蕴涵的力量资源及其内化于国家行为而产生的影响力和驱动力④;⑤软实力是在国际事务中通过吸引力,而不是通过强制来实现所期望的目标和结果的能力⑤;⑥软实力是一个国家使得其他国家以其预期目标为目标的内化力量⑥;⑦软实力是由一个国家和民族的文化传统、意识形态、民族习性、政府素质等多方面的精神因素构成,并通过各种文化媒体、信息资源、学术著作及国际组织的规则制度表现出来,具有超越时空、迅速扩充和无限挖掘的巨大潜力。⑦

鉴于此,对于文化软实力的界定,也只能是一个概括性的限定性的框架。一般来说,一个文化系统的基本的核心在于文化体系的价值倾向,其他的文化要素都围绕着它而确定,并因此而扩展为种种受制于核心模式的特征形式、态度、价值以及思想。拉尔夫·林顿曾引入兴趣、偏好和倾向性的概念来描述文化中的核心与文化倾向:“在任何文化的组合结构中,普适性文化的特征提供了它整个形式和内聚力,并且提供了一个极为完整和稳定的内

① 张小明. 约瑟夫·奈的“软实力”思想分析 [J]. 美国研究, 2005 (1)。

② 刘德斌. 软实力说的由来与发展 [J]. 吉林大学社会科学学报, 2004 (4)。

③ 周桂银, 严雷. 从软实力理论看美国猫权地位的变化 [J]. 解放军国际关系学院学报, 2005 (1)。

④ 刘杰. 中国软力量建设的几个基本问题 [C] //上海社会科学院世界经济与政治研究院. 国际体系与中国的软力量. 北京: 时事出版社, 2006。

⑤ 楚树龙. 国际关系基本理论 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2003。

⑥ 胡键. 中国软力量: 要素、资源、能力 [C] //上海社会科学院世界经济与政治研究院. 国际体系与中国的软力量. 北京: 时事出版社, 2006。

⑦ 皋艳. 世纪之交的中国文化软实力建设 [D]. 南京: 南京航空航天大学, 2004。

核,普遍的兴趣和偏好看来支持着这个内核,并且,由此支配着整个文化的组织结构……换句话说,一种文化的普遍兴趣和偏好,赋予该文化组织结构中所有其他稳定的相关要素以倾向性。”^①在理论层次上,文化软实力可以诠释为一种以价值观为核心的复合作用力,即创造价值观念、构建价值观念和将价值观念作用于对象以影响其行为的总的综合能力。还有一种比较普遍的观点是将文化软实力归纳为国民向心力、民族凝聚力和社会整合力。但前提都是国民对社会核心价值的认同,即其本体是基于价值观内容的认同性。

认同性是价值观的天然属性,符合时代进步和环境要求的富有生命力的价值观必然凝聚社会人心,产生共同吸引。任何社会都有自己的核心价值体系。核心价值体系是社会意识的本质体现,决定着社会意识的性质和方向。它对内有助于保证社会可持续的稳定和富有活力,对外能被世界普遍接受和容易理解。以建设社会主义核心价值体系为根本,不断增强中国特色的社会主义文化的创新力和引领力,就是提升国家文化软实力的核心所在。

由此,并非所有的文化资源或产品都具备软实力。文化软实力主要是指在社会文化领域中具有精神感召力、市场吸引力、社会凝聚力、思想影响力与心理驱动力的文化资源,即只是文化生产力中价值观层面的、具有内驱力的方面。文化以此可划分为涉及价值观内容的文化和不涉及价值观内容的文化,后者如自然科学。构成国家文化软实力的主要资源来自以下五个方面:其一,是在政治文化领域体现国家根本利益的社会主义核心价值体系;其二,是在传统文化领域代表中国文化核心价值观的思想体系;其三,是在公共文化领域引领行业发展,体现国家指导方针的一系列政策、法规、质量体系与评价标准;其四,是在主流文化领域体现主流意识形态,表现国家、民族形象的艺术作品;其五,是在流行文化领域具有普遍社会反响和市场效应的娱乐性、大众性文化产品。^②

价值观作为文化软实力的核心,其认同性需要建构才能发挥出来,即文化软实力不仅是内生层面上的价值观,还应具有能动性、发展性和扩散性。价值观只是理念,价值观内容的文化认同只是在理论上具备了软实力,要实现文化软实力的社会价值还需要有建构的层次。建构价值观的本身就是文化的创造。价值观是不断发展变化的,因而文化的创造也是生生不息的。只有不断创新的文化才能适应时代的发展,引领社会前进的方向。价值观的认同性表现在实践层面就是文化的认同力,一般认为涵盖两个方面,即对内的凝

① 克莱德·克鲁克洪等. 文化与个人 [M]. 杭州:浙江人民出版社,1986。

② 贾磊磊. 主流文化的体系建构与国家文化软实力 [J]. 学术探讨,2008 (1)。

聚力和对外的感召力。从理念上的认同性到实践中的认同力，中间建构的环节还需要文化的扩散，包括对内的文化传承和对外的文化传播。

由此可知，文化软实力的本义即在行为层面的能力可以归纳为创造力、传播力和认同力。综合而言，对内，文化软实力就是一个国家或民族的文化所具有的创新力、凝聚力以及由此而产生的吸引力；对外，文化软实力就是将自己的价值观作用于人而展现的文化的传播力、感召力和影响力。

四、文化软实力的理论建构

从建构的角度来说，文化软实力仍然遵循生产—流通—消费的发展循环，即本于价值观的文化创新力—文化传播力—文化认同力。由此，要发挥核心价值观的效能，最关键的问题就是如何培育文化的创新力，拓展文化的传播力，以及实现文化的认同力。

（一）文化创新力

文化创新，是对现有文化的局限性的突破，是对新的文化模式的探索，它不是一个固定的文化形态，而是从旧文化形态向新文化形态的转换。从核心价值观的建构而言，就是指提炼、总结、归纳符合时代进步和环境要求的价值观的能力。文化的本质在于创造，文化的发展在于创新。创新是文化生产力的内在规定性，也是文化软实力的根本动力。文化创新力往往决定一个国家或地区在全球化时代生存和发展的能力。回首中国几千年的兴衰史，每一次衰落似乎都伴随着文化先进性的丧失和创新力的萎缩。

从全球化的视野来看，消费主义、大众文化的兴盛，导致新的社会形态、新的价值观、新的信仰和社会文化认同不断形成；城市传统文化的退缩与城市新文化的崛起，本土文化的保护与外来文化的整合，导致国内的社会文化生态也面临新的时代挑战。如何在传统与现代之间寻找平衡，应对全球化时代的文化融合与发展，有效整合各种文化资源并转化为现实的文化生产力、文化竞争力和文化影响力，一系列问题都表明了现阶段文化创新对于建构国家或区域文化软实力的迫切性和现实性。

创新的先导是观念的创新，即首先要具备创新意识的。要以文化自觉引领文化创新。所谓“文化自觉”，是借用费孝通先生的观点，指生活在一定

文化历史圈子的人对其文化有自知之明，并对其发展历程和未来有充分的认识。换言之，文化自觉是指文化的自我觉醒，自我反省，自我创建，不因循守旧，不抱残守缺，而是与时俱进，推陈出新。故而，以文化自觉引领文化创新是对传统文化的重构和超越。任何创新都会沉淀成为传统，任何传统都孕育着创新，文化正是在传统与创新的不断转换中得以发展。文化创新也是对外来文化的吸收和融合。文明之花总是盛开在不同文化的交汇之处。文化创新需要有开放的眼光和兼容并蓄的胸怀。在理论探求与具体实践中，文化创新就是要把“发扬民族文化的优秀传统”与“着眼于世界文化发展的前沿”有机结合起来，高度统一起来。不仅要以自身的发展作为基础和目标，而且要以世界的发展作为背景和参照；不但要有历史的眼光和民族的眼光，而且要有时代的眼光和世界的眼光。

首先，一个完整的文化创新体系，不仅包括内容的创新，还包括形式的创新、体制的创新和运行机制的创新。其中，内容的创新是文化创新的核心。文化内容的创新最根本的就是要立足传统，面向现代，创造适应社会发展需要的新文化体系，也就是民族的、大众的、科学的文化体系。形式的创新是文化得以生存、传播、发展的必备条件。体制和运行机制的创新是文化创新的中心环节，也是文化繁荣特别是文化事业和文化产业繁荣发展的制度保障。其次，文化创新还需要有创新的主体——人才和创新的环境。文化的创新与发展不是孤立的、静止的。社会的变革、科学的实证、技术的发展，都可以带来观念的解放、思想的革新。正因为如此，文化的创新势必不能独善其身，而必须与经济活动、科技发展、社会变迁甚至政治制度的变革等密切相联。社会本是一个统一体，任何社会要素都是在相互作用中向前发展的。

（二）文化传播力

作为软实力，文化的力量来自扩散性。只有当一种文化广泛传播时，软实力才会产生强大的力量，而且传播的范围越广，潜在的软实力就可能越大。可以认为，传播是文化价值观念得以延续和发展的必要手段，也是文化价值观念的吸引力得以实现的主要途径。

在当今的全球信息化时代，新科技的应用，新媒体革命的兴起，都在宣告一个泛媒体时代的来临，文化的力量被现代化的信息技术和手段无限放大。现代传播技术的发达对文化软实力的建构具有格外重要的意义。约瑟夫·奈认为，在全球传媒时代，媒体的力量得到前所未有的放大。美国文化