



卓越学术文库

中国文化 “走出去”战略研究

ZHONGGUO WENHUA ZOUCHUQU ZHANLUE YANJIU

河南省高等学校哲学社会科学优秀著作资助项目

杨利英 著



郑州大学出版社



卓越学术文库 ■ ■ ■

中国文化 “走出去”战略研究

ZHONGGUO WENHUA ZOUCHUQU ZHANLUE YANJIU

河南省高等学校哲学社会科学优秀著作资助项目

杨利英 ■ ■ ■



郑州大学出版社

郑 州

图书在版编目(CIP)数据

中国文化“走出去”战略研究/杨利英著. —郑州:郑州大学出版社,2017.9

(卓越学术文库)

ISBN 978-7-5645-4318-1

I. ①中… II. ①杨… III. ①文化交流-研究-中国
IV. ①G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 119083 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:张功员

全国新华书店经销

河南龙华印务有限公司印制

开本:710 mm×1 010 mm 1/16

印张:16.75

字数:319 千字

版次:2017 年 9 月第 1 版

邮政编码:450052

发行电话:0371-66966070

印次:2017 年 9 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978-7-5645-4318-1 定价:35.00 元

本书如有印装质量问题,请向本社调换

前 言



中国文化“走出去”战略在 2006 年正式上升为国家层面的重大战略。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》(2006 年 9 月)明确规定这一时期文化发展的重点之一就是抓好文化“走出去”重大工程和项目的实施,并详细阐述了实施这一工程项目的战略布局、采取的具体措施、要实现的最终目标等,随后国务院在《文化建设“十一五”规划》中提出要推动实施“中华文化走出去战略”,这是国家文化发展问题的重大战略之一。2007 年党的十七大强调要通过促进对外文化交流等途径,使中华文化国际影响力逐步增强。《文化产业振兴规划》(国务院 2009 年 7 月通过)的颁布标志着文化产业进入了国家产业调整与振兴规划的序列,充分体现了国家对发展文化产业的重视,也标志着这一规划将会推动中国文化大踏步走向国际文化市场,极大地促进整个文化产业的发展,文化产业振兴的重点目标和任务包括扩大对外文化贸易、文化产品和服务出口进一步扩大、制定与“走出去”战略相关的政策措施等。紧接着文化部发布《关于加快文化产业发展的指导意见》,提出要积极大力推动对外文化贸易,并提出了搭建对外文化贸易平台、加强知识产权保护、指导文化精品创作和生产等来促进文化加快走出去的步伐。

在 2011 年党的十七届六中全会上,文化强国战略成为国家层面的战略,提出“实施文化‘走出去’战略”。同年 4 月,文化部颁布《文化部关于促进文化产品和服务“走出去”2011—2015 年总体规划》;国家新闻出版总署颁布《新闻出版业“十二五”时期发展规划》,同时发布包括“走出去”在内的十一项专题规划;10 月,党的十七届六中全会提出实施“文化走出去战略,不断增强中华文化国际影响力”。2012 年 1 月,新闻出版总署颁布《关于加快我国新闻出版业走出去的若干意见》;2 月,《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》出台,对我国“十二五”时期文化改革与发展的指导思想、重要方针、主要目标及改革发展的十二个方面做了详细论述,提出要加强对外文化交流,以政策措施保障推动文化产品和服务出口,鼓励文化企业对外投资和跨国经营,中华文化走出去工程包括建设国际文化产品交易平台、海外中国文

化中心、孔子学院、中华文化对外翻译与传播、扶持重点文化企业海外发展等。党中央、国务院制定的一系列关于文化发展的指导思想、发展纲要、建设规划、意见措施等都是要推动中华文化走出去,增强国际影响力,使我国尽快从文化资源大国转变为文化发展强国。

中国文化“走出去”战略实施几年来,成效显著。国内文化体制改革全面推进,取得重要进展,完善了文化管理体制,为文化走出去提供了机制保障和基础支撑,文化产业快速发展,文化创作生产更加繁荣,文化产品更加丰富,文化产业成为国民经济支柱产业,形成了一批富有活力的大型国有文化企业集团,发展动漫游戏、文化创意、文化博览、数字传输等新的文化业态。根据《文化产业振兴规划》相关要求,制定下发了支持文化产业、文化企业发展的有关文件,出版、影视、会展、动漫、网络游戏等行业快速发展,成为新的经济增长点。当然也要清醒地认识到,能走向国门的文化产品和服务在数量和质量上还有待提高,中华文化在国际上的话语权和影响力与中国的国际大国地位和经济大国地位不相符合,中外文化贸易的巨大逆差仍然存在,这就更有必要加大实施文化“走出去”战略的力度,使得中华文化在走向世界的过程中,不断汲取其他优秀文明的成果,实现自身的繁荣和发展,从而在实现中华民族伟大复兴的征程中承担起应有的责任。

三十多年改革开放的巨大成就,使得中国综合国力大增,国际地位迅速提高,影响力不断扩大,世界对中国的需求催生了“汉语热”现象。语言是思维的工具,也是文化最重要的载体和传播工具,语言“走出去”是传播一种文化的重要途径。为了适应这一新的形势,自 2004 年开始在海外设立孔子学院,开展中外合作办学,推广汉语和中国文化,国家汉办官网显示:至 2014 年 12 月 7 日,全球 126 个国家(地区)建立 475 所孔子学院和 851 个孔子课堂^①。孔子学院成立 10 余年来,在世界各地积极开展汉语教学和文化交流活动,推动了中华文明与世界各国文明的交流互鉴,是各国人民了解中国文化的重要窗口,也是大力实施中国文化“走出去”战略的重要途径。据新华网最新消息,全球汉语学习者达 1 亿人,“汉语热”持续升温。这一现象的背后是中国持续发展的吸引力和中华文化魅力的展现。

自 1988 年起,中国在毛里求斯和贝宁开始设立海外中国文化中心,此后随着中国的快速发展和经济实力的增强,又陆续在埃及、法国、马耳他、韩国、德国、日本、蒙古、俄罗斯、泰国、西班牙、墨西哥、尼日利亚、澳大利亚、丹麦建成了 14 个中国文化中心,覆盖五大洲。这是我国政府派驻国外的官方

^① 《关于孔子学院》,国家汉办官网, http://www.hanban.org/confuciusinstitutes/node_10961.htm。

文化机构,主要在当地开展中华文化与当地文化的交流,促进了中外文化间的交流互鉴,也是推广中华文化的桥梁和窗口。

中国与 100 多个国家签订了文化合作协议,举办了“中法文化年”“中俄文化年”“中越友好年”“中华文化非洲行”等活动;相继开展了各类大型国际文化活动如“文化年”“国家年”“交流年”“国际交响乐音乐年”“国际歌舞年”“国际美术年”;不同规模的中国文化节、艺术节频繁举办,如“欢乐春节”“相约北京”“上海国际艺术节”“北京国际音乐节”“亚洲艺术节”“中国国际民间艺术节”等国际性文化交流活动;孔子学院和海外中国文化中心蓬勃发展;版权和产品输出大幅度提高,中外文化贸易逆差状况得到改善,文化产品在国际市场的份额逐步扩大;主流媒体在境外落地取得新进展;国际文化交易平台如国家对外文化贸易基地(上海)于 2011 年成立,国家对外文化贸易基地(北京)于 2014 年成立,为全国文化企业提供全方位的服务和支持。这些都成为广泛传播中华文化的重要载体。中华文化“走出去”迈出了更大的步伐,文化软实力和国际影响力不断得到提升,社会主义文化强国建设的基础更加坚实。

2012 年 11 月党的十八大召开,指出文化实力和竞争力是国家富强、民族振兴的重要标志,强调建成小康社会,实现中华民族伟大复兴,必须推动文化大发展大繁荣,提高文化软实力,扩大文化领域对外开放,积极吸收借鉴国外优秀文化成果^①。强调了文化对于实现“两个一百年”的目标而言,具有重大战略意义。“两个一百年”的奋斗目标就是“中国梦”的具体内容,因而提升中华文化软实力、实现文化强国也成为实现伟大“中国梦”的重要组成部分。习近平在 2012 年 12 月 29 日提出“中国梦”概念:“实现中华民族伟大复兴,就是中华民族近代以来最伟大的梦想。”2013 年 3 月 23 日习近平在莫斯科国际关系学院发表演讲指出:“中国梦的基本内涵是实现国家富强、民族振兴、人民幸福。”并进一步解释,中华民族历来爱好和平,最需要在和平环境中进行国家建设。中国将坚定不移走和平发展道路,致力于促进开放的发展、合作的发展、共赢的发展^②。在随后的国外国内的不同场合,习近平分别用多种形式阐释了“中国梦”及实现这一伟大目标所要走的和平发展道路,其实质不仅是对“中国梦”的宣扬,也是新一届领导集体执政理念的展示,更体现出这一执政理念深刻的文化内涵。

① 《十八大以来重要文献选编》(上)[M],北京:中央文献出版社,2014 年,第 25—26 页。

② 《十八大以来重要文献选编》(上)[M],北京:中央文献出版社,2014 年,第 261 页。

以和平与发展为主题的当今时代,文化所蕴含的力量越来越成为国家竞争力的决定因素,中央政治局第十二次集体学习的主题就是提高国家文化软实力,习近平指出,提高国家文化软实力影响着我国在世界文化格局中的定位,国际地位、国际影响力的提升和“中国梦”的实现。表明新一届领导集体认为“中国梦”的实现、中华民族的伟大复兴必定首先体现于文化的繁荣与发展,因为文化兴盛是一个国家或民族强盛的基础和支撑。虽然博大精深的中华文化也曾一度领先全球并对世界文明的发展起到了广泛而深远的巨大影响,中华文明在世界历史上的辉煌足以奠定中华民族在世界上的伟大地位,但早已成为尘封的历史,中华民族也不可能永远躺在老祖宗创造的成就上沾沾自喜。近代以来的屈辱历史表明,国力衰弱不仅是经济科技的落后,也是文化的衰落,没有先进文化的支撑和引领,一个国家难以持续发展和繁荣。

关于提升中华文化软实力,习近平指出,要拓展对外传播平台和载体,把当代中国价值观念贯穿于国际交流和传播的方方面面。对外展示中华文化独特魅力,运用大众传播、群体传播、人际传播等多种方式展示中华文化魅力。重点展示中国文明大国、东方大国、负责任大国和社会主义大国形象。要加强国际传播能力建设,精心构建对外话语体系,提高国际话语权。讲好中国故事,传播好中国声音,阐释好中国特色^①。这一表述也清晰准确地定位了“中国文化‘走出去’战略”的内涵、任务、目标与途径,也是新时期实施中国文化“走出去”战略的根本指针。习近平自2012年11月党的十八大就任总书记以来,以对中国人民的深厚情感,以共产党人特有的高远视野,以勇立潮头的非凡气概,倡导和推动中华优秀传统文化走出去,自己也在亲身实践着对外宣扬中华优秀文化,努力提升中国文化软实力。

习近平于2014年3月29日在德国发表重要演讲时指出,中国要聚精会神搞建设,需要两个基本条件,一个是和谐稳定的国内环境,一个是和平安宁的国际环境。对于构建和谐稳定的国内环境而言,“中国梦”蕴含着强大的内聚力,是凝聚全党全国各族人民的核心价值和动力源泉,有着深刻的文化内涵。习近平指出,实现“中国梦”,是物质文明和精神文明比翼双飞的发展过程,物质文明与精神文明相互促进、共生共荣。中华文明是我们最深厚的文化软实力,也必将为实现中华民族伟大复兴“中国梦”提供强大精神力量。“讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同”是习近平对中华优秀传统文化进行的概括,仁爱、民本、诚信、正义、和合、大同这六个方面是中华优秀传统文化中的精髓与核心理念,也是实现“中国梦”需要弘扬的时代

^① 《习近平谈治国理政》[M],北京:外文出版社,2014年,第161-162页。

价值,仁者爱人、以民为本思想是中国思想文化史上特有的现象,一直以来都是历朝历代统治者执政者普遍关注并详细阐发的关于治国理政的思想理念,贯穿了整个中国古代社会的发展历程,既有坚实的社会理论根基,又有完善的伦理规范准则,与现时代所提出的勤政为民、以人为本的执政理念是一脉相承的,因而在实现“中国梦”的进程中也就具有了现时代的价值和意义。

人无信不立,国无信不强。“诚信”历来是中华民族恪守的传统美德,成为中华文化基因的重要组成部分,在中国经济社会处于关键的转型时期,也是社会主义核心价值观的基本内容和重要准则之一。“正义”与公平、法治的精神是相一致的,一个充满正能量的社会对正义精神不仅要弘扬,也是对公平法治社会秩序的一种不懈追求,体现到个人身上则是对社会和他人的责任担当。“和合”“大同”是中华优秀传统文化的思想精华,并随着时代的不断发展和进步被注入新的内容和精神,也是从古至今中国人对理想社会的梦想和追求,是中华民族人文精神的首要理念与价值体现。“协和万邦”“己所不欲,勿施于人”“和而不同”“和衷共济”等以“和”为核心的价值理念一直都是中华民族处理国与国之间、各民族各地区之间的原则,是化解各种不同性质的冲突,实现和平共处、互利合作、共同繁荣发展的重要准则。我们现在所提倡的“大同”世界的理念内涵早已超越了公元前出现在东方的中国和西方的古希腊文化中提倡的“天下大同”“世界大同”思想,其实质在于它超越了国家与地区、民族与种族、宗教与信仰等的界线,要求把实现全人类的福祉作为行动的最高考量标准,是真正的毫无狭隘偏见的平等主义。习近平对“和合”“大同”的诠释既是对以往思想的承继,更有着在世界新形势下要和其他国家一起最终实现共同发展的期许和承诺,体现了与时俱进的理论眼光。

正因为“中国梦”蕴藏着如此深刻的文化内涵,所以才能凝聚人心和力量,以达到实现“两个一百年”所需要的和谐稳定的国内环境。习近平对传统文化非常喜爱,有着深厚的文化底蕴,其讲话中的古语诗词常常是信手拈来,可见其深厚的国学底蕴,浓重的中国文化情结体现得淋漓尽致,讲话本身也成为中国传统文化的宣扬和传播渠道。习近平2013年11月在曲阜参观孔府和孔子研究院时,提到“国无德不兴,人无德不立”;在2013年12月政治局集体学习时,强调要系统梳理传统文化资源,让其充分发挥作用。

2014年2月24日,习近平在中央政治局集体学习时指出中华优秀传统文化是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基。在“两会”期间强调体现一个国家综合实力最核心的、最高层的,还是文化软实力,这事关一个民族精气神的凝聚。要坚持“三个自信”,最根本的还有一个文化自信,要从弘扬优

秀传统文化中寻找精气神。2014年5月4日,习近平到北大探望国学泰斗汤一介时,强调传承和升华中华优秀传统文化要在社会主义核心价值观中体现出来。9月,去北师大考察时,明确表示古代诗词和散文等经典是中华民族文化的基因。随后在出访专机上对记者说,语文课应该学古诗文经典,把中华民族优秀传统文化不断传承下去。他在高规格出席纪念孔子诞辰2565周年国际学术研讨会上强调,在延续民族文化血脉中开拓前进,才能做好今天的事业。习近平在多个场合展现出的对传统文化的重视,对中国传统文化做了最为详尽准确和全面系统的阐释,作为最高领导人这在中国是第一次,这也表明中国优秀传统文化的精髓是治国理政的宝贵政治资源。“中国梦”的深刻内涵就蕴藏在博大精深的中华文化之中,是凝聚人心、民心,提升国家文化软实力、最终实现“中国梦”最重要的支撑和精神源泉。

争取和平安宁的国际环境是实现“中国梦”的重要条件和外部保障,习近平亲身实践着传递“中国梦”的世界意义,“中国梦”也是“世界梦”,二者是相通的,借助国内外各种场合阐述一个和平的国际环境对世界各国实现发展繁荣的极其重要的意义,也是其文化观的鲜明表达:“文明交流互鉴,是推动人类文明进步和世界和平发展的重要动力。”从在联合国教科文组织的演讲,到莫斯科国际关系学院的演讲,从德国科尔伯基金会的演讲,到比利时布鲁日欧洲学院的演讲等,都在向世界阐释中华文化与“中国梦”、各种文明的互鉴交流与世界和平的深刻关联,不仅有对历史的回望,也有对现实的总结,身体力行地向世界宣扬中国文化崇尚和平、和谐的深刻内涵,力推中华文化“走出去”这一国家战略,这也彰显出对中国文化的自信。在中法建交50周年纪念大会上,习近平借用拿破仑的比喻,形象地称“中国是一只和平的、可亲的、文明的狮子”,反对用“国强必霸”的历史逻辑看待渴求发展的中国,以期国际社会对于实现“中国梦”、中华民族伟大复兴有一个正确的理解和认同,消除对中国要走和平发展道路的误解和偏见。

2014年10月的法兰克福书展,习近平的新书《习近平谈治国理政》举行多语种图书首发式。用朴实生动的语言向世界介绍中国的治国理念和执政方略,是国际社会观察和感知当代中国的重要窗口,也体现出对中国道路自信、理论自信、制度自信的坚持。2014年11月17日,习近平出席G20峰会并在澳大利亚联邦议会发表题为“携手追寻中澳发展梦想 并肩实现地区繁荣稳定”的重要演讲,再次阐述中国和平发展道路,强调与其他国家共同发展的理念不动摇、合作发展的政策不会变,共同谱写亚太地区和平、稳定、繁荣新篇章。在习近平多次出访期间,夫人彭丽媛随行是中国文化一道靓丽的名片,中国服装的展示与优雅亲和的形象,都体现了中国文化的东方魅力,也是中国文化“走出去”的形象代表之一。

2013年,习近平出访中亚和东南亚期间提出建设“一带一路”的重大战略构想,即“丝绸之路经济带”和21世纪“海上丝绸之路”,这是顺应世界发展潮流的必然选择,汉代张骞开辟的古丝绸之路和后来逐渐形成的海上丝绸之路,不仅是中国与欧亚非各国之间开展商业贸易的通道,更是架起了东西方文明交流互鉴的桥梁,促进了世界文明的大融合大沟通,对世界文明的繁荣发展起到重要作用。面临新的历史时期,中国与丝绸之路的沿线国家在经济文化方面的联系日益密切,互通有无,互惠合作,是难得的发展机遇。“一带一路”将成为横跨中西、连接欧亚的经济纽带,实现各国以经济合作为重要内容的区域大合作,也是各国通过合作来维护共同安全的重要渠道。文化是润物无声、超越时空和国界的,可直达人的心灵,在“一带一路”战略构想中,中国文化要以开放、包容、自信的心态发挥核心竞争力的作用,提升我国的国际话语权和 cultural 影响力,讲好中国故事,传播好中国声音,同时使各国互相吸收、融汇其他文化的合理内容,促进不同文明的共同发展。

2014年11月在北京举行的APEC峰会上处处展现着中华文化的魅力。盛会以“上善若水,同舟共济”为主题,水的品性是泽被万物而不争名利,也是中国居中守正、友邦善邻、和而不同的国际理念的体现。APEC国家是一个不可分割的同呼吸共命运的合作共同体,同时乘坐在和平发展的航船上,只有团结合作、互惠互利,才能实现共赢和繁荣。鸟巢与水立方体现了中国古代天圆地方的宇宙观,出自《周易》:“天行健,君子以自强不息;地势坤,君子以厚德载物。”君子应如天体运行般自强不息,如大地厚德可容纳万物,是大国精神和风范的体现。一曲民歌《远方的客人请你留下来》是中国人热情好客的艺术化表达,《论语》有云:“有朋自远方来,不亦乐乎?”体现的是中国人虚怀若谷的博大胸襟与气度。简单、低调、包容的“新中装”,在款式、色彩、纹样方面既有大国风范的意蕴,又突出展示了中国文化元素,也是暗含了“各美其美,美人之美,美美与共,天下大同”的寓意。在这一世界舞台上得到展示的中国元素如牌楼式的会场标识、漆雕屏风、景泰蓝摆设、大型瓷器、红木浮雕、中国凉茶加多宝等,不仅是中国民族品牌这个具体物化的文化载体的展现,更是向全球展现中华大国的风采与文化自信。

中国文化“走出去”战略是国家层面的重大工程,不可能一蹴而就,而是需要长期艰苦的努力,需要政府支持、政策优惠、法律保障、商业贸易、民间交流等多方面共同努力。这一工程不仅是中华文化理念的对外传播,也不仅是经济利益因素,还有着维护国家文化主权和文化安全的责任,更有着为实现中华民族伟大复兴奠定坚实文化基础和提供精神动力与支持的重任。中国文化“走出去”战略要以习近平总书记文化思想体系为指针,加快“走出去”步伐,提升文化软实力,最终实现中华民族伟大复兴的“中国梦”。



第一章 文化与文化交流	1
1.1 文化概念	1
1.1.1 国外学者研究	2
1.1.2 国内学者研究	4
1.1.3 马克思主义创始人对文化的论述	6
1.1.4 马克思对文化全球化的科学预见	8
1.2 文化交流	11
1.2.1 文化交流的世界意义	12
1.2.2 全球化时代的文化交流	15
第二章 中国文化“走出去”战略的形成过程	18
2.1 新中国成立初期文化“走出去”思想的萌芽	18
2.1.1 新民主主义文化思想是文化“走出去”的理论基石	19
2.1.2 “古为今用、洋为中用”是文化“走出去”思想的萌芽	21
2.1.3 文化“走出去”是“双百”方针对外延展的创新	23
2.2 改革开放初期文化“走出去”的探索	24
2.2.1 坚持马列主义、毛泽东思想对文化建设的指导	24
2.2.2 “两为”方向的调整和“双百”方针的继承	25
2.2.3 社会主义精神文明建设为核心的理念	25
2.2.4 对外开放思想是文化“走出去”的指南	26
2.3 在实践中不断前行的文化“走出去”	28
2.3.1 中国特色社会主义文化的崭新概念	28
2.3.2 “三个代表”是文化建设的原则遵循	29
2.3.3 “走出去、引进来”是提升综合国力的重要途径	29

2.4	科学发展观指导下的文化“走出去”	30
2.4.1	中国文化“走出去”战略的最终确立	31
2.4.2	文化“走出去”是提升文化软实力的重要途径	31
2.4.3	和谐文化建设与文化“走出去”密切相关	32
2.4.4	文化“走出去”与文化产业发展相辅相成	33
2.5	十八大以来文化“走出去”的新局面	34
2.5.1	在实现“中国梦”的进程中建设文化强国	35
2.5.2	以强大的文化自信推动中外文化交流	36
2.5.3	积极推动文明互鉴,促进世界文化繁荣	37
第三章	世界文化产业发展概况	39
3.1	美国文化产业	39
3.1.1	美国文化产业概况	39
3.1.2	美国文化产业地位	41
3.1.3	美国文化产业特点	43
3.1.4	美国文化产业发展趋势	45
3.1.5	美国文化产业的经验借鉴	46
3.2	欧洲文化产业	48
3.2.1	英国文化产业发展概况	48
3.2.2	法国文化产业发展概况	52
3.2.3	德国文化产业发展概况	54
3.2.4	欧洲文化产业特点	58
3.2.5	欧洲文化产业发展趋势	59
3.3	日韩文化产业	60
3.3.1	日韩文化产业概况	60
3.3.2	日韩文化产业特点	61
3.3.3	日韩文化产业趋势	62
3.4	印度文化产业	63
3.4.1	印度文化产业概况	63
3.4.2	印度文化产业的特点和发展趋势	64
3.5	拉美文化产业	66
3.5.1	拉美文化产业现状	66
3.5.2	拉美文化产业的特点	67
3.5.3	拉美文化产业发展趋势	67
第四章	中国文化产业发展概况	69
4.1	中国文化产业发展历程	70

4.1.1	产业机构的调整与加入 WTO 的成功经验	70
4.1.2	文化产业的范畴界定	71
4.1.3	国内文化产业的市场构成	72
4.1.4	国内文化产业的发展分期	73
4.2	中国文化产业现状	75
4.2.1	文化产业布局趋于成熟	75
4.2.2	文化产业保障体系趋于完备	75
4.2.3	文化产业贸易额稳定增长	76
4.2.4	文化产业落后原因分析	77
4.2.5	中国文化产业的落后表现	78
4.3	中国文化体制改革与政策	79
4.4	中国文化产业的发展方向	82
4.4.1	世界文化产业一体化影响	82
4.4.2	世界文化产业与经济的互补效应影响	84
4.4.3	世界文化产业强国发展潮流对中国文化产业的影响	86
4.4.4	市场化对文化体制改革的影响	92
4.4.5	文化产业具体门类的发展方向	94
4.5	苏联文化发展历程警示	104
4.5.1	文化体制与领导机构	104
4.5.2	留下的教训与警示	105
第五章	中国文化“走出去”现状与存在问题	107
5.1	出版业“走出去”现状及存在问题	108
5.1.1	出版业“走出去”成绩显著	109
5.1.2	出版业“走出去”过程中存在的问题	112
5.2	电影业“走出去”现状及存在问题	117
5.2.1	中国电影走出去取得可喜成绩	118
5.2.2	中国电影“走出去”存在的问题	123
5.3	演艺业“走出去”现状及存在问题	128
5.3.1	演艺产业海外发展现状	128
5.3.2	中国对外演艺业存在的问题	131
5.4	国内会展业的发展现状及存在问题	136
5.4.1	我国会展业发展现状	136
5.4.2	会展业在国际化环境中存在的问题	141
5.5	对外文化贸易发展现状及存在问题	147
5.5.1	对外文化贸易取得的非凡成就	148

5.5.2	对外文化贸易国际竞争力分析	149
5.5.3	我国对外文化贸易存在的问题	153
第六章	中国文化“走出去”的战略对策	159
6.1	国家层面的政策支持	159
6.1.1	鼓励发展外向型文化产业企业的政策	160
6.1.2	加强对外文化传播交流的人才培养政策	161
6.1.3	促进文化企业“走出去”的金融及税收政策	162
6.1.4	推进文化企业“走出去”的政策	166
6.2	法律方面的重要保障	168
6.2.1	我国文化产业立法现状和存在问题	168
6.2.2	文化产业的立法原则、基本思路与框架	170
6.2.3	文化产业立法的基本思路和框架	172
6.2.4	文化立法应注意的问题	174
6.2.5	建立完善文化产业立法的建议	175
6.3	政府发挥的主导作用	180
6.3.1	制定文化产业政策,推动文化走出去	180
6.3.2	加快深化文化体制改革	181
6.3.3	制定文化产业发展战略	184
6.3.4	培育完善的文化市场	185
6.3.5	发展民族文化产业及培养经营人才	187
6.4	民间组织的强大力量	188
6.4.1	民间组织在文化发展中的一般作用	188
6.4.2	充分发挥行业协会的作用	189
6.4.3	文化企业在推进中外文化交流中的作用	191
6.4.4	充分利用人际传播,促进中国文化走出去	194
6.5	文化走出去逐步做强	195
6.5.1	海外孔子学院概况	195
6.5.2	孔子学院运行中存在的问题及对策	196
6.5.3	海外中国文化中心概况	198
6.5.4	海外中国文化中心的主要成就	199
6.5.5	海外中国文化中心存在的问题及对策	201
第七章	文化产业门类的具体对策	205
7.1	出版业“走出去”的对策	205
7.1.1	政府应加大对出版业“走出去”的支持力度	205
7.1.2	出版企业开发外向型精品图书,加大“走出去”	

力度·····	209
7.1.3 加快发展版权代理业·····	211
7.2 电影业“走出去”的对策·····	213
7.2.1 完善电影产品出口扶持政策和法律法规·····	213
7.2.2 加大政府层面的支持力度·····	215
7.2.3 提升电影产品国际竞争力·····	217
7.2.4 减少出口电影的文化折扣·····	220
7.2.5 发挥电影行业协会的服务作用·····	222
7.3 演艺产业的发展对策·····	225
7.3.1 转变传统观念,重视对外文化演出·····	225
7.3.2 宏观统筹对外演艺业的整体规划·····	225
7.3.3 优化对外演出节目,注重信息平台作用·····	227
7.3.4 培育大型演艺集团和中介机构,提升国际竞争力·····	228
7.3.5 打造中国品牌,创新对外演艺模式·····	229
7.4 会展产业的发展对策·····	230
7.4.1 转变政府职能,加强会展业宏观调控·····	230
7.4.2 完善会展场馆硬件建设,改善会展业发展软环境·····	232
7.4.3 加快产业化步伐,打造特色会展品牌·····	234
7.4.4 利用高新科技创新经营与合作模式·····	236
7.4.5 培养会展专门人才,提升从业人员素质·····	236
7.5 对外文化贸易的对策·····	237
7.5.1 重视国际文化贸易,培育文化贸易人才·····	237
7.5.2 加快对外文化贸易体制改革,积极利用国际贸易 规则·····	238
7.5.3 整合国内文化资源,创新对外文化交流的形式·····	241
7.5.4 提高文化产品的科技含量,打造中国文化产业品牌·····	242
7.5.5 降低文化折扣,减少文化产品出口障碍·····	243

参考书目·····	247
-----------	-----

第一章

文化与文化交流



自从有了人类,也就有了文化,文化与人类相伴而生,文化一直作为人类社会生活的深层内涵深刻影响着人类历史进程,一部人类进化史就是一部文化发展史,人与文化有着须臾不可分离的本质联系。

文化现象是人类发展史上最复杂、最重要的社会现象,犹如空气般时刻都在直接或间接地影响、渗透到人类社会生活的各个领域。文化的力量体现在社会的各个领域之中,极大地改变了人的生存方式和社会运行机制。但直到现在,学术界和理论界对“文化”一词的概念或定义尚未取得共识。美国有学者曾统计过文化的概念或定义,从1871年到1951年即有164种。有中国学者认为“文化”定义有500多个,甚至1000种以上。由此可见,想要从文化的本质和内涵并且在一定程度上得到学界和社会的认同是多么不易,也可以想见文化是一个多么复杂的社会现象。因为文化既是抽象的概念,又离不开具体的物质载体,而且会以一定的物质形态显现出来。

1.1 文化概念

广义的文化观认为,文化是人类实践和智慧所创造的全部物质财富和精神财富的总和,是人类特有的物质和精神力量达到的水平和活动方式的体现。这种理解是把文化认定为人化或社会化,就是说凡是物质自然以外的一切都是文化现象,标志着人类在社会发展与进步中所达到的文明程度和水平。

狭义的文化观认为文化是观念形态的精神文化,是人类精神生活的过程和成果,及依据精神文化成果建设起来的制度和社会结构,在社会结构中与经济、政治和社会相对应,是人类社会生活的重要组成部分。

对于“文化”这样一个歧义颇多的概念,诸多中外学者从不同角度解读,



下面对国内外部分学者的研究及马克思主义经典作家对文化的界定做一简要概述,以期对这一概念有所理解,从而有助于本课题的深入研究。

1.1.1 国外学者研究

在西方,“文化”的原意是耕作、培养、教育、发展、尊重等,后来逐步演变成为个人素质,整个社会的知识、思想、文艺作品等,并引申为全部社会生活。许多经典作家对文化的概念都做过深入的研究,并从不同角度对文化概念进行描述。古罗马著名哲学家西赛罗(M. T. Cicero,前106—前43)是最早从哲学上将 culture 使用于文化含义上的人。他有一句话即“culture anima philosophia”,汉语意为“文化是心灵的哲学”^①。这一表述注重说明文化的发源地在于人的心灵,把文化和人类的理智及精神世界联系在一起,开启了从主体精神世界角度理解文化的先河。

德国古典哲学家如康德、黑格尔等对文化的理解大多倾向于精神方面。康德认为,人类由于艺术科学而有了高度的文化,道德观念也是归属于文化的,文化本来就是人类的社会价值之所在^②。黑格尔认为“‘文化’是形式上的东西”,“任何一类的东西能够归属于文化的领域……就是属于‘思想的形式’”^③。可以看出文化在黑格尔的思想中就是理性精神外显。卢梭认为文化是舆论、风俗及习惯,其特征显现为能够铭刻于人的内心、慢慢地诞生、每天都能获得新生力量并逐渐取代过去的权威力量、能够维系人们的法律意识^④。

1871年,英国“人类学家之父”爱德华·泰勒(Edward Tylor)在《原始文化》(Primitive Culture)一书中提出了著名的文化定义:“所谓文化或者文明,从其广泛的民族意义上来说,是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”^⑤这一定义认为文化现象具有十分丰富的内涵,他主要强调文化的社会属性,并把文化视为一个整体,在某种程度上突破了以往传统的从人的本能角度对文化的认识,从而使得文化概念的内容在理论上有了飞跃性的进步。

英国人类学家 B. K. 马林诺夫斯基在其著作《文化论》(20世纪30年

① 段联合,王立洲,桑亚明.当代中国马克思主义文化观[M].北京:中国社会科学出版社,2011:24.

② 康德.历史理性批判文集[M].何兆武,译.北京:商务印书馆,1991:6-7.

③ 黑格尔.历史哲学[M].王造时,译.上海:上海书店出版社,1999:9-72.

④ 王威孚,朱磊.关于对“文化”定义的综述[J],江淮论坛,2006(2).

⑤ [英]爱德华·泰勒.原始文化[M].桂林:广西师范大学出版社,2005:1.