

文化图强的世界图景

沈壮海

摘要 我们所处的时代是一个文化战略纷出的时代。文化在综合国力竞争中地位和作用的愈益凸显,越来越成为这个时代的鲜明标识;以战略之举激发文化活力、构建文化优势,越来越成为这个时代各国的战略抉择。在文化图强的战略推进中,文化发展越来越成为当今时代的关键概念,创新创造越来越成为各国文化战略的核心论题,文化产业越来越成为各国构筑自身文化优势的战略支点,文化遗产保护越来越成为各国谋求文化新生的重要基石,国际传播越来越成为各国展现文化魅力的普遍关注。于此之中,我们不难感受到21世纪这一“文化世纪”生动、真切的世界文化图景,不难感受到各国围绕文化发展倾注的热忱、寄托的热望、推进的热战。把我国建设成为社会主义文化强国,需要我们锲而不舍地扎实奋斗,同时也需要我们放眼当今世界,看清文化图强的世界图景,辨大势,明潮流,从容自信,勇毅前行。对当今世界文化图景、各国文化图强方略的深度认识和准确把握,是我国建设、进而建成社会主义文化强国的重要基础性工作。

关键词 文化强国;国家文化战略;文化创新;文化产业;文化遗产;文化传播

中图分类号 G11 **文献标识码** A **文章编号** 1672-7320(2022)03-0005-16

基金项目 国家社会科学基金重大项目(13&ZD036)

建设社会主义文化强国,是新时代的中国共产党和中国人民奋力推进的创造性实践。自2011年10月党的十七届六中全会明确提出建设社会主义文化强国的战略目标起,创造中华文化新的辉煌,建成社会主义文化强国,便始终是中国共产党带领中国人民实现自己光荣梦想的重要组成部分,感召并激励着中华民族奋力复兴的不懈探求。2012年11月召开的党的十八大强调:“全面建成小康社会,实现中华民族伟大复兴,必须推动社会主义文化大发展大繁荣,兴起社会主义文化建设新高潮,提高国家文化软实力,发挥文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的作用”^[1](P24),要“扎实推进社会主义文化强国建设”^[1](P24)。2013年11月,党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》再对社会主义文化强国建设做出部署,要求“紧紧围绕建设社会主义核心价值体系、社会主义文化强国深化文化体制改革,加快完善文化管理体制和文化生产经营机制,建立健全现代公共文化服务体系、现代文化市场体系,推动社会主义文化大发展大繁荣”^[1](P512-513)。2017年10月召开的党的十九大强调:“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴,文化强民族强。没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴。要坚持中国特色社会主义文化发展道路,激发全民族文化创新创造活力,建设社会主义文化强国。”^[2](P32)2020年10月,党的十九届五中全会提出了到2035年基本实现社会主义现代化远景目标,其中一个重要方面,即建成文化强国。2021年11月,党的十九届六中全会通过的《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》,回顾、再现了党和人民百年奋斗的光辉历程和写就的恢宏史诗,同时也发出了为实现第二个百年奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦而不懈奋斗的伟大号召。第二个百年奋斗目标,即到21世纪中叶把我国建成社会主义现代化强

国。文化的强盛,既是我们实现这一宏伟奋斗目标的重要条件,也是这一宏伟奋斗目标的内在构成。到那时,我国物质文明、政治文明、精神文明、社会文明、生态文明将全面提升,实现国家治理体系和治理能力现代化,成为综合国力和国际影响力领先的国家,全体人民共同富裕基本实现,我国人民将享有更加幸福安康的生活,中华民族将以更加昂扬的姿态屹立于世界民族之林。

建成社会主义文化强国,需要我们锲而不舍地扎实奋斗,同时也需要我们放眼当今世界,看清文化图强的世界图景,辨大势,明潮流,从容自信,勇毅前行。

一、战略纷出:当今世界的文化图景

我们所处的时代,是一个文化战略纷出的时代。在综合国力竞争的激烈展开中,文化的地位与作用愈益凸显,文化越来越成为这个时代的鲜明标识;以战略之举激发文化活力,构建文化优势,越来越成为这个时代各国的战略抉择。

在美国,文化问题始终是其《国家安全战略报告》中的重要战略关注。在《国家安全战略报告(2006)》中,美国一如既往地以自由的化身自居,声称为了保卫其国家和价值观,“美国寻求在全球推广自由”。《国家安全战略报告(2010)》中,美国将实现“道德上的领导地位”与军事实力、经济竞争力方面的领导作用一并纳入“重振美国和领导世界”的战略。《国家安全战略报告(2015)》同样将美国价值观视为其力量和安全的源泉。除在国家安全战略等综合性的国家战略中关注、构划文化战略外,美国也多有专门性的文化战略行动计划。如2006年美国国务院发布《国家安全语言计划》,提出加强青年对“关键语言”的学习,同时进一步推进美国文化的输出。同年,美国启动国家艺术政策圆桌会议,基于对艺术之于美国社会发展重要性的认识,着力推动增进公民参与各种艺术活动的机会^[3]。2010年,美国出台《国家战略传播构架》,着力谋求提升美国声誉,塑造“美国是值得尊重的搭档”等国家形象。2011年,美国总统艺术与人文委员会发布《对艺术教育的再投资——通过创造性学校来赢得美国的未来》,以求通过加强学生创意能力培养增进其在21世纪竞争中的文化优势。自2012年起,美国国家艺术基金会和美国商务部经济分析局合作的“文化艺术生产卫星账户”定期发布文化艺术对国民经济促进作用的统计报告,为美国文化艺术产业的发展提供宏观数据支持。2016年,美国国家艺术基金会还发起“创意空间营造项目”,旨在以艺术进社区的形式“推动地方经济发展和社会进步”。

在英国,以创造性、创意产业为核心的文化战略接连推出。1993年,英国即发布《创造性的未来》战略文本,以创造性为引领,规划文化政策,发展创意产业,扩大文化影响。从1998年起,接连发布《创意产业纲领文件》,力推创意产业发展,21世纪以来更是力度不减。2008年,英国发布《创意英国:新经济,新人才》战略文本,以期推动英国成为全球创意中心,为构筑创新型的繁荣经济体提供支撑,被誉为“欧洲意义最深远的计划”。2010年,英国发布《促进文化数字化发展》报告,以之为数字革命背景下引发文化领域相应变革的推动力和催化剂。2011年,英国推出“非凡英国”国家形象品牌计划,以求通过一系列品牌的塑造及推广,扩大英国文化影响,传播其国家文化形象。2016年,在莎士比亚逝世400周年之际,英国发布《文化白皮书》,其战略用意即阐明“在建设更加公平、繁荣的英国时,文化如何发挥积极作用,使英国成为国际舞台的引领者”^[4](P1159)。英国伦敦也于2004年发布《伦敦文化都市:实现成为世界城市的雄心》,于2010年发布《文化都市:伦敦市长文化战略(2012年及未来展望)》,以期保持伦敦作为世界文化城市的地位。

在法国,文化一向被视为国家的光芒和财富,有评论将法国称为“世界上为支持创意产业发展准备最充分的国家(尤其是通过法规或税收刺激政策)”^[5](P239)。2012年,法国发布《文化和媒体2030:文化政策前景展望》战略文本,分析法国文化和媒体领域面对国际经济、社会、政治等方面的挑战,并制定应对方案。半年之后,《文化和媒体2020:新一代文化与通信部》(2012年)随即推出。该报告被视为基于前者这张“地图”而制造的“指南针”,提出了近40项战略方针,“旨在为现在和未来的文化政策提供一个辅

助工具：一张地图、一个指南针、一些航线”^[6](P221)。2013年发布《文化例外Ⅱ号法令：对数字时代文化政策的贡献》，强调“文化例外不是经济保护主义的工具，也不是文化防御计划。对国家来说，文化例外使得对创作者的保护、推动文化多样性和文化供给(包括数字文化供给)的调控成为可能”^[6](P397)，并提出80条建议，以期推进创作者和公众之间的对话，促成文化产业和数字产业之间的谈判和建立长久的稳定结构，“使法国文化例外的所有要素都能加快适应应用革命和数字经济的变革”^[6](P387)。

在德国，推进文化发展也同样被置于重要的战略地位。早在2007年，德国联邦政府就发布了《德国联邦政府文化/创意产业倡议》，该倡议将开发文化创意产业的增长潜力作为优先发展战略，把“文化产业作为发展的动力和当务之急”^[7](P40)，要求制定更加统一协调、有效的文化产业政策，以图“通过提升文化/创意产业的竞争力及充分开发其创造就业岗位的潜能，为文化/创意产业开创未来良好局面”^[7](P4)。2011年，德国外交部发布《全球化时代的文化关系和教育政策——赢得伙伴、传播价值、展现吸引力》报告，视“文化关系和政治关系和经济关系是德国对外政策的三大支柱”，并就如何建强这一支柱提出诸多战略举措。2012年，德国联邦政府还发布《2012年联邦政府文化/创意产业倡议——现状及行动领域》和《文化/创意产业倡议——现状和前景》，要求进一步挖掘国内文化创意产业的潜力，以“充分利用文化/创意产业的创新力，推动德国经济复兴”^[7](P604)，“扩大文化/创意产业潜在在国外的知名度，提高文化和创意服务出口量”^[7](P604)。2013年，德国联邦政府又发布了《2011-2012年度联邦政府关于对外文化和教育政策的报告》，就德国2011-2012年对外文化交流的政策行动进行总结，强调对外文化交流的目的是推进跨文化交流，促进德国价值观的传播，塑造现代德国形象。

在欧盟，文化问题也始终被视为重要战略议题。2007年，欧盟委员会发布《全球化世界中的欧盟文化行动议程》，探讨全球化世界中文化和欧洲的关系，提出新欧盟文化议程的目标是促进文化多样性和跨文化对话，加强文化推动创新的催化剂作用，促进文化成为欧盟国际关系中的重要组成部分。有评论称，该报告“掀开了欧洲文化政策合作新的篇章”^[5](P532)。2010年，又发布《释放文化创意产业的潜力》绿皮书，以期“引发一场关于真正能刺激欧盟文化创意产业的创新环境需求的辩论”^[5](P282)，推动欧洲文化创意产业潜力的有效释放。2011年，再提出“创造性欧洲”的新计划提议，囊括欧盟诸多文化和传媒领域的资助计划。2012年，批准在2020-2033年间启动“欧洲文化中心城市”项目，致力于强调欧洲文化的多元性及共性，增强欧洲民众间的相互理解和交流。2014年4月，欧洲各国文化和事务部长齐聚巴黎，参加以“文化的未来，欧洲的未来”为主题的夏乐论坛，发表《夏乐倡议：文化新欧洲》，希望“欧洲能够将吸引更多新的民众和实现文化民主化作为优先发展战略，成为将所有创作者和民众充分联系在一起的真正的欧洲创作和文化平台”^[5](P515)。

在俄罗斯，为“巩固俄罗斯作为伟大的文化强国的地位”^[8](P218)，进入21世纪以来，在此前的《发展和保护俄罗斯联邦文化和艺术(1997-1999年)》的基础上，接连发布《2001-2005年俄罗斯文化联邦专项纲要》《2006-2011年俄罗斯文化联邦专项纲要》《2012-2018年俄罗斯文化联邦专项纲要》，以求推进文化领域的持续改革，图强止退。2014年12月24日，俄罗斯总统普京签发第808号总统令，批准通过《国家文化政策基础》，明确了俄罗斯国家文化政策的目标、战略任务及政策实施的核心原则，强调国家文化政策是国家安全战略不可分割的一部分，并首次将文化置于国家优先发展方向的框架之下。2016年，俄罗斯出台《2030年前俄罗斯联邦国家文化政策战略》。在该战略中，保障国家领土安全和文化安全，维护全俄罗斯文化的统一性；开发俄罗斯各地区的文化潜力，缩小区域文化差距；提高文化政策主体——各种民间社会机构的作用；提高家庭在传播俄罗斯传统文化价值观和规范教育过程中的社会地位，等等，被明确定位为俄罗斯国家文化战略实施的优先领域和战略重点。

在日本，《文化艺术振兴基本法》于2001年12月公布。制定该法旨在“明确文化艺术振兴的基本理念并确定其发展方向、全面推进文化复兴战略”^[9](P7)。该法第七条规定，“为了全面推进振兴文化艺术的相关措施，政府必须制定与其相关的基本方针”^[9](P8)。根据这一规定，日本政府于2002年12月、

2007年2月、2011年2月接连推出《文化艺术振兴基本方针》的第一次、第二次、第三次基本方针,以申明文化艺术振兴的基本理念、基本视点、重点战略、政策举措。第三次基本方针还更加明确地提出:“为了让国民拥有丰富多彩的精神文化生活,同时构建一个充满活力的社会,并增强我国的综合国力,应将文化艺术振兴作为我国一项基本国策,并以‘文化艺术立国’为全新目标。”^[9](P192)此外,日本于2004年颁布《文化产品创造、保护及活用促进基本法》,2007年颁布《日本文化产业战略》,2009年颁布《日本品牌战略——让软实力产业成为经济增长的原动力》,着力壮大文化产业,推动日本品牌的创造和传播,提升国家软实力。2010年,日本又颁布《文化产业大国战略》,2012年还制定了被定位为“新成长战略”的“酷日本”计划,借以推动增加就业、增强地方活力、提高日本文化的国际影响力。

在韩国,《创意韩国》战略文本于2004年正式推出。这一文化蓝图强调,要“更明确地设定国民共同追求的未来文化与向往的价值”^[10](P21),“使文化成为社会发展的基础和原动力,使所有国民都享有对新文化社会的希望”^[10](P21),并提出了“创意韩国”建设的三大推进目标,即有创造性的文化市民、多元的文化社会、充满活力的文化国家,志在将韩国建设成为“在全球社会中发挥与第12大经济强国相匹配的文化职能,不仅要面向亚洲,也要面向世界,成为和世界同呼吸的文化国家”^[10](P37)。2005年,韩国又发布《文化强国(C-KOREA)2010——以文化来建立富强幸福的大韩民国的未来战略》。这是一份以创造性和文化为基础,突出强调将文化、旅游、休闲体育等多样化资讯应用于产业发展,以求引领韩国国民向收入达到3万美元时代迈进的中长期战略,旨在通过文化建立强大、幸福的大韩民国。其提出的三大政策目标是:成为世界五大文化产业强国;成为亚洲旅游中枢;进入世界十大休闲体育发达国家的行列。2010年6月,韩国完成《文化产业振兴基本法》的修订。该法第一条开宗明义即指出:“本法以明确扶持和培育文化产业所必需的事项,奠定文化产业发展的基础并提高其竞争力,进而为提高国民文化生活的质量及国民经济的发展作出贡献为目的。”^[10](P135)

二、文化发展:当今时代的关键概念

文化战略的纷出建立在各国对文化重要性的深刻认识基础上,尽显对当代文化发展在综合国力竞争中战略意义凸显这一重要时代特征的把握。在各国推出的关于文化发展的诸多重要战略、重要文献中,包含对文化意义和价值的丰富阐述。

第一,文化连接民生幸福。文化是人的创造,也是人之为人的重要基础,是人之权益的重要构成,与人生质量和幸福紧密关联。在英国《文化白皮书》(2016年)中,创造灵感、丰富人们的生活、改变人们的人生观、对个人幸福感产生积极影响等方面的价值被概括为文化的内在价值予以专门阐述。基于这一认识,该报告强调:“无论背景如何,每个人都应该享有接触文化的权利”^[4](P1164);“伟大的机会——受到鼓舞的机会、体验的机会、交流的机会和提升生活品质的机会,蕴涵在国家文化之中”^[4](P1164),“唯有这些机会在广大民众之间得到普及,才是人尽其才”^[4](P1164);“政府的作用就是成就伟大的文化,推动创造力的发展,并且确保每个人都能接触文化”^[4](P1159)。从这样的角度出发阐发文化的意义,强调建立文化与民众紧密联系的主张,贯穿在各国许多文化战略、法规等文本中。如,法国《文化和媒体2020:新一代文化与通信部》(2012年)强调,以“新的参考框架来思考和引领文化民主化政策”^[6](P190),在文化领域建立“面向最广大公众的政策”^[6](P190)。俄罗斯《国家文化政策基础》(2014年)所列之第一条文化政策原则即“在享用文化财富、参与文化生活和使用权组织的权利方面,公民遵循地域平等和社会平等的原则,其中也包括健康水平受限公民”^[8](P293)。日本《文化艺术振兴基本法》(2001年)强调,“享有并创造文化艺术属于基本人权”^[9](P8),“在文化艺术振兴过程中,必须充分反映国民的意见”^[9](P8),要“拉近文化艺术与国民的距离”^[9](P7)。

第二,文化事关民族认同、社会凝聚。无论一个民族、一个国家还是一个区域,民众的认同和凝聚都是其良性发展的重要基础,而认同与凝聚都与文化紧紧地联系在一起。这也是文化之广受关注的要因

之一。美国总统奥巴马曾言：“无论是启迪我们心灵的音乐或电影，还是让我们感动的文学，抑或我们每天依赖的科技，创造和创新都是我们继续发展经济的重要基础，也是构筑我们文化身份的基础。”^[11]《全球化世界中的欧盟文化行动议程》(2007年)强调：“文化，通过开启对话交流，唤起热情渴望，增进团结，消除隔阂，使人类相聚相和。文化是一个社会和社会群体所特有的精神和物质特性”^[5](P110)，“文化不但对实现欧盟繁荣、团结和安定战略性目标不可或缺，而且还能够确保欧盟在国际舞台上强大的影响力”^[5](P111)。2004年，欧洲文化基金会反思小组基于历时两年对“欧洲一体化和欧盟扩大进程的文化维度，深化对欧洲层面文化和文化政策的创新理解”^[5](P26)的探索，提出《作为文化工程的欧洲》研究报告，认为“当今，文化是最卓越的安全因素”^[5](P25)，文化纽带可以在“仇恨和偏见纵行之地培育出信任和对话”^[5](P25)。该报告也基于此，主张实行本质更为强大的欧盟文化项目。俄罗斯联邦众议院报告《俄罗斯文化与未来：新观点》(2007年)亦指出：“文化是促进社会精神统一的渗透性力量，是整个民族团结友爱和保持生命力的条件。哪里有创造、理解和发展，哪里的人就能感觉到自己是整个民族、国家以及世界历史的一部分，文化就在哪里存在。没有这种力量，社会就不会存在。相反，以文化为基础的社会，自身就是牢不可破的力量。”^[8](P108)俄罗斯《国家文化政策基础》(2014年)指出：“确定文化优先地位能够保证社会更高质量地发展，确保社会走向公民团结与统一，以及确立和实现社会发展的共同目标，培养具有高尚道德、责任意识、独立思考和创造力的个体，是实现社会发展共同目标的主要条件。”^[8](P291)

第三，文化推动经济繁荣。在新的时代背景下，文化与经济深层交融，已经越来越成为经济发展的有力推动力量。英国《文化白皮书》(2016年)强调，文化不仅具有内在价值、社会价值，还具有经济价值，有利于经济的增长，能够创造更多就业机会，不仅能带来直接经济收益，还有可观的间接经济收益。该报告援引数据指出，2014年英国博物馆、美术馆、图书馆和艺术对英国经济的贡献达到54亿英镑，占英国经济总量的0.3%。在美国，2014年，被认定为知识产权密集型的81个行业直接创造了2790万个就业岗位，并间接支持1760万个工作岗位；知识密集型行业的总增加值占美国国内生产总值的38.2%，知识密集型行业的周薪比其他行业高出47%。此外，知识产权密集型产业的商品出口总额占美国商品出口总额的52%^[11]。《2012-2018年俄罗斯文化联邦专项纲要》称，俄罗斯联邦现阶段发展的特征是社会对文化的关注度日益提高，“文化在人类资本的形成中被赋予了主导作用；文化环境如今逐渐成为现代社会的关键概念”^[8](P212)。日本知识产权战略总部等推出的《日本品牌战略——让软实力产业成为经济增长的原动力》(2009年)强调：“现如今，无形资产和国家魅力正在全球化竞争中显示出巨大的影响力，而正是因为处于这样一个时代，所以更有必要将作为日本优势的软实力变成扩大海外市场、扩大内需的原动力，并以此作为国家战略认真落实。”^[9](P115)由韩国民间团体、学术界、文化界等组成的宪章制定委员会发布的《文化宪章》(2006年)指出：“文化既是引领经济发展的强有力的原动力，也是经济发展的终极目标。经济的发展和繁荣在任何时候都必须指向实现人之为人及有品位的生活这一文化目标，从这一文化目标出发获得可持续发展的动力。”^[10](P131)

第四，文化支撑国家实力。作为一种软实力，文化与硬实力一样都是国家实力不可或缺的组成部分。美国总统约翰·肯尼迪曾言道：“对于我们的国家和我们的文明的未来，没有什么事情比充分承认艺术家的地位更为重要……。我对这样一个美国充满信心，它将赢得全世界的尊敬，不仅仅由于它的力量，还由于它的文明。”^[12](P3)2013年7月15日，法国外交部长洛朗·法比尤斯和文化与通信部部长奥雷莉·菲莉佩蒂联名发表《21世纪法国文化外交的雄心》，指出：“对于法国而言，没有文化就不能成就任何大事。法国的外交与对外行动同样也要恪守这一原则。法国因为其独特的价值观、文化遗产和创造力，成就了法国的伟大，也获得了世界的尊崇。文化是法国最主要的王牌，是我们的瑰宝。”^[6](P469)俄罗斯《国家文化政策基础》(2014年)指出：“文化发展和人文发展是维护经济繁荣、国家主权和文明独特性的基础”^[8](P290)，“文化在当今世界成了社会经济的重要资源，且可保障国家在世界的领先地位”^[8]

(P290)。韩国的《文化强国(C-KOREA)2010——以文化来建立富强幸福的大韩民国的未来战略》(2005年)在论述文化重要性日益凸显之时也强调,“文化不仅作为独立的产业具有重要的地位,也是其他产业发展的原动力”^[10](P53),并将文化定位为“全球化时代左右竞争力的核心力量”^[10](P51)。日本《文化艺术振兴基本方针》之第三次基本方针(2011年)强调文化艺术是无可替代的心灵依托(形成民族自豪感与民族身份认同),是全体国民的社会财产,是创造性经济活动的源泉;亦强调文化艺术是软实力,是国际合作得以顺利开展的基础,能增强综合国力;强调“必须将文化艺术振兴摆在用以增强我国综合国力的战略位置上”^[9](P192),呼吁“举全社会之力进行文化振兴”^[9](P194)。

第五,文化引领未来。英国文化协会2013年发布《影响力与吸引力——21世纪文化和软实力的竞争》指出:“文化既反映社会,也塑造社会,并且会一直如此,这是不言而喻的事实。但在当今时代,普通民众创造文化以及与他人进行文化沟通的能力正经历着一场革命性的变化。”^[4](P1053)在德国《2011-2012年度联邦政府关于对外文化和教育政策的报告》中,文化被称为“引路者和对话工具”^[7](P529)、“德国战略优势的关键因素”^[7](P529)。法国的《21世纪法国文化外交的雄心》(2013年)更直截了当地称文化“是法国未来的重要组成部分”^[6](P469),“对文化的投资同样也是对未来的投资”^[6](P471)。欧盟委员会的《全球化世界中的欧盟文化行动议程》(2007年)也用诗意的语言描述了文化具有的引领未来的力量:“文化在人类发展和社会文明中居于核心地位。文化,可以激发人类对世界的感知,开拓认识世界的新视角,使人类有所希冀,有所梦想。”^[5](P110)《创意韩国》(2004年)强调:“国家的未来,取决于通过文化实现的可持续发展”^[10](P32),“文化是政治、经济发展的基础和目的。我们的文化不仅会成为政治改革和经济增长的基础,而且也会在实现我们最终向往的理想社会的过程中成为核心因素。不考虑文化的社会发展就像失去灵魂的人一样,即使再有更多的财富也无法追求到人生的终极目标——幸福。以这种思路来看,通过文化实现可持续发展是不可再拖延的国家发展新战略,也是新的发展模式”^[10](P33)。2005年,韩国发布的《文化强国(C-KOREA)2010》副标题即“以文化来建立富强幸福的大韩民国的未来战略”。该战略指出:“文化是培育韩国所拥有的最伟大的资源——创意的孵化器,通过以创造性为基础的文化的产业化,实现可持续发展,将成为国家发展的新模式。”^[10](P54)

三、创新创造:文化战略的核心论题

文化的本质在创新创造。离开创新创造,就没有文化的新产生;离开创新创造,也没有文化的前行。人类社会越是向前发展,创新创造的意义越是凸显,文化的意义也越是凸显。综观各国文化战略和相关重要文本,创新创造都是其中核心的论题。

当今时代是创新创造空前活跃的时代,也是越来越倚重创新创造而前行的时代。美国商务部2019年9月发布的《知识产权和美国经济发展概况(2016年)》报告指出:创新和创意投入是推动经济增长和发展的要素,是维持美国经济产生强大竞争力的优势所在^[11]。在英国,不少人将创新视为“提高国家未来财富创造前景的关键”^[4](P239),是“经济成功的核心驱动力”^[4](P239)。2009年6日,英国战略咨询公司伯恩斯·欧文斯咨询公司和罗伯特·特拉法里尼共同组成的研究团队完成欧盟委员会委托的研究任务《文化对创造力的影响》。该研究报告指出:“创造力是经济增长的主要因素,推动了社会和技术创新的前进”^[5](P143),“创造力是一个强大的标题。在西方社会,它象征着成功、现代、新奇和令人兴奋的趋势。不论与个人、企业还是城市或地区创造力联系在一起,创造都能引起人们的直接共鸣,并传达了一个具有活力的形象。创造力是社会上具有积极意义的字眼,不断激发创新和‘进步’”^[5](P133)。德国《2012年联邦政府文化/创意产业倡议——现状及行动领域》中写道:“创造力是经济发展的核心竞争力和创新的出发点,因此创新常常带来社会和经济的发展”^[7](P603),“创新是经济发展的核心竞争力。如果没有创意,就没有创新,没有创新也就没有经济发展”^[7](P608)。《创意韩国》(2004年)以极为开阔的视野描绘了当今时代创新创造重要性的凸显、各国对创新创造性的普遍性关注,分析了创新创造之于经济

社会发展等多方面的关键意义,将当今时代称为“创造性成为所有国家话题的时代”^[10](P33),指出:“随着以知识为基础的社会的到来,创造性成为很多国家的政策话题。如英国在1998年提出建设“创意英国”,美国在2000年提出建设“创意美国”,许多国家在进入21世纪后,也纷纷发表了建构创意国家的蓝图^[10](P33)。“发展的动力在于个人、区域、国家的创造性”^[10](P33),“创造性是以知识为基础的社会所要求的成长动力”^[10](P33),“为什么很多国家都把未来的生死存亡与创造性联系在一起呢?因为创造性不仅被我们社会认为是绝对价值的经济,也是社会的整体生产能力所必需的条件,同时也是引领经济和社会发展的增长动力”^[10](P33)。报告认为:“具有21世纪时代特征的‘以知识为基础的经济’是指知识并不是经济增长的局外变量,而是成为局内变量的一种经济体制。问题是,此时的知识不是与过去一样可以通过背诵和熟练获得,而是要通过创新性思维和革新来获取。所有国家之所以都如此重视创造性,不仅仅是因为要建设文化国家,更是因为新的经济体制要求创新性”^[10](P33),“创造性的价值并不仅仅体现在经济方面。创造性所具有的文化价值被最大化时产生的是人文科学和艺术,创造性所具有的技术价值被最大化时产生的是科学,创造性所具有的政治价值被最大化时产生的是参与民主主义。创造性所具有的经济价值是在21世纪以知识为基础的社会才全面爆发的这个时代独特的现象”^[10](P33)。基于这些分析,该报告强调,“一个国家拥有的最伟大的资源是国民的创造性”^[10](P34)。

与创新创造重要意义的时代性凸显紧密关联在一起的,是文化价值的被更深度发现、更广泛关注。这是因为,在创新创造力的涵养、形成及作用发挥的过程中,文化是重要的源泉、重要的滋养、重要的环境。在诸多关于文化发展的国家战略或重要文本中,都内含对文化与创新创造关系问题的深刻见解。前文述及的研究报告《文化对创造力的影响》(2009年),研究目的便是为了更好地认识文化对创造力——经济和社会创新的发动机的影响。该报告将文化界定为“人类表达创造力的一般形式”^[5](P133),强调“文化与意义、知识、人才、产业、文明和价值观息息相关”^[5](P133)。该报告认为:尽管欧洲拥有非常丰富的产业财富,但人们仍未深刻认识到文化对创造力的贡献,在社会和经济发展中,文化仍被视作边缘产业。报告由此指出:“现在,是时候该冒一下创造性的风险,将想象力、诗学、象征、审美或精神性(基于文化的创造力特征)作为促进改革、社会进步和欧洲凝聚力的因素了。”^[5](P251)该报告提出的总体建议目标便是“发展一个能刺激并鼓励创造力的欧洲”^[5](P242),“使个体、社会和公共机构及企业都有动力以文化为工具发展社会和经济”^[5](P242)。该报告还提出了“提高将文化作为重要创造力之源的意识”^[5](P242)、“在政策上重视文化创造力以推动改革”^[5](P242)等五项行动计划。《创意韩国》(2004年)称文化为“培养创造性的孵化器”^[10](P34),该文件提出:“文化之所以能发挥这种功能,是因为文化本身就是创造过程的产物,同时作为精神、物质、情绪及身体活动的最高成就,是可以最直接地认识到创造性的领域。在这个意义上,文化是制造社会、政治、科学、经济创造性的产房。”^[10](P34)在建设“创意韩国”的战略中,创造性、多样性、活力是三个紧密关联的核心关键词。从更广的范围看,20世纪末期涌起至今方兴未艾的创意产业热潮,其灵魂性内容所在即创造性。最早推动创意产业发展的英国,将创意产业视为“来源于个人创造力、技能和天赋,而且可以通过世代的努力和知识产权的开发来获得财富以及创造就业”^[4](P4-5)的产业,视原创力为“创意产业的生命线”^[4](P3)。《遥遥领先:英国创意产业的经济效益》(2007年)报告中写道:“创意文化领域的特点是,它的主要驱动力量是原创创意内容以及出售创意内容的能力”^[4](P240),“我们国家创造力核心越有创意和活力,创意产业与更广泛的经济和社会领域就越有创意和活力”^[4](P277)。报告还指出:“没有任何单一的神奇举措能够推动创新和创意产业的发展”,决策者必须“汇聚”各方面的创造力,“国家如何实施教育以及创意产业如何迫切地拓宽自己的多样性,将成为变革的两大驱动力量。包容的、自信的、多样化的、自由表达的社会是这种创造力的孕育者。因此,创意经济和创意社会紧密地联系在一起”^[4](P277)。欧盟委员会2010年4月27日发布的《释放文化创意产业的潜力》绿皮书强调:“如果欧洲想要在不断发展的全球环境中保持竞争力,它需要在一个新的企业文化中将创造力和创新繁荣发展的恰当条件落实到位”^[5](P280),“未来的繁荣在很大程度上取决于我

们如何利用资源、知识和创新型人才来激励创新。基于我们丰富多样的文化,欧洲必须开拓创造附加值的新途径,并且还要开拓共同生活、共享资源和享受多样性的新途径”^[5](P280)。早在2008年10月,时任参议员的奥巴马也曾专门发表关于支持文化艺术发展的“强有力的纲要”,要求加大对美国文化艺术的投资,“重塑美国这个伟大国家的创造力和创新力”^[13](P293)。

文化孵化创造,文化本身亦始终离不开创造。在各式各样的国家文化发展战略及重要文本中,根据时代提出的新课题,增强文化的创新创造活力,发展创造性文化、推进文化新发展,始终都是重要议题。法国《文化和媒体2020:新一代文化与通信部》(2012年)特别分析了数字技术的发展给文化发展带来的影响,强调要加强对文化和通信产业及其创新的支持,推进文物遗产数字化、文化研究和语言技术探索、艺术文化教育、公众政策中数字文化的实践和使用,将数字化的转变渗透整个文化产业(视听、报刊和信息、图书、音乐唱片、电影、科技工业、电子游戏和广播)的每一个环节,让文化领域和数字工业的聚合体携手共进。在2014年新年记者会上,法国文化与通信部部长奥雷莉·菲莉佩蒂在演讲中强调:“文化创造力为法国提供了在世界舞台上崭露头角的能力——这是国家主权的关键所在,同时也为法国提供了对外展示其多样性和丰富性的能力。法国同样欢迎来自世界各地的艺术家并且希望他们能将法国视为好客之地,特别是创造力之地、思想迸发之地。”^[6](P489)同时,她特别阐述数字革命背景下文化和艺术发展的思路:“数字技术改变了艺术和文化的传播和获取方式,也使它们的应用发生了巨大的变革。我的雄心就是让每个公民都能按照自己的方式,构建一个属于自己的‘数字资源库’。这是一个数字文化资源库,能让最大数量的人可以在浩如烟海的文化供给中不致迷失自我,熟练掌握各类创新工具,并能带着批判精神发掘所有可能的应用”^[6](P494),“我的目标是让数字革命使文化资本所固有的潜能得到释放,使其更具有现实意义。数字革命应该是创新的革命,全民的革命”^[6](P494)。除了关注数字革命等新的时代条件下文化领域的创造性变革、发展之外,文化领域如何培养具有创新创造性的人才等亦是各国高度重视的课题。《创意英国:新经济,新人才》(2008年)关注的重点即如何“为年轻人提供更多在校外发展自身创造力的机会,为他们提供更多进入创意产业的结构化途径”^[4](P342),报告为此提出了一系列策略举措,并雄心勃勃地展望:“未来十年,创造力将驱动英国大都市经济的发展”^[4](P344),“创造力将成为城镇、城市以及各个地区经济发展的发动机”^[4](P344),该计划“将带来一系列连贯而全面的措施的出台和落实,将英国建设为全球创意中心”^[4](P344)。俄罗斯《国家文化政策基础》(2014年)指出:“俄罗斯联邦面临着历史性的挑战,即要在短期之内实现国家经济和社会的现代化发展,并走向确保国家和社会可回应当今世界需求的集约化发展道路”^[8](P291),“为了战胜这一挑战,唯一的条件只有面向人以及个体为高质量的创新发展提供有计划的持续投资”^[8](P291)。在该文本中,“为每一个人创造潜力的实现创造条件”^[8](P293)被列为国家文化政策的重要目标之一。日本《文化艺术振兴基本法》(2001年)指出:“在21世纪的当下,在继承、发展迄今为止所培育出的传统文化艺术的同时,推动具有独创性的新型文化艺术的发展,已经成为我们所面临的紧要课题。”^[9](P7)该法将“推动文化艺术发展必须尊重其自主性”^[9](P8)列为其提出的八项基本理念之首。其强调的“自主性”,及该法中同样高度重视的“文化艺术的多样性”、著作权保护、相关的税收优惠政策等,都是与推动文化艺术的创新发展紧密关联在一起的。《日本品牌战略——让软实力产业成为经济增长的原动力》(2009年)在强调创造性的文化艺术人才培养之时,还特别指出:“更重要的是,日本品牌的中坚力量不必限于日本人,应该让来自亚洲甚至世界各国的多样性人才成为日本品牌各个领域的中坚力量。因此,要从海外积极引进人才,将他们作为未来的中坚力量进行培养。”^[9](P120)

四、文化产业:构筑优势的战略支点

着力推动文化产业的发展,是当今时代各国文化战略中无一例外高度关注的战略重点。甚至在西方有关人士眼中,文化产业被视为“21世纪国家竞争的最后胜负手”^[10](P4),“文化和创意产业是极珍贵

的王牌”^[6](P490)，“是国家能进行的一项最佳投资”^[4](P1182)。

文化产业之所以如此重要，与其作为文化与经济交融之体、作为文化创造力承载与展现之体等特点是紧密联系在一起。有论者称，在美国经济中，最具活力的领域是创意产业，“从纽约到洛杉矶，在成百座城市里，依靠数以百计的视觉制作公司、互联网公司、有线电视、数码音乐制作公司、衍生品和软件制作的创业企业，美国经济为艺术家们提供了成千上万的就业机会”^[12](P451)；“国际货币基金组织、世贸组织、联合国教科文组织以及世界银行的数据显示，美国向各地出口的内容产品约占世界出口总额的50%”^[14](P366)，且这种趋势还在不断强化，美国“文化产品与文化服务每年的出口增速约为10%”^[14](P368)。2021年3月，美国商务部经济分析局发布的《文化艺术生产卫星账户报告——基于2018和2019年的数据》显示，2019年美国有520万人从事文化和艺术产业，为美国经济贡献了9197亿美元^[15]。在为《创意英国：新经济，新人才》(2008年)所作的序言中，英国首相戈登·布朗写道：“创意产业不仅对国家繁荣具有重要意义，也将决定英国是否有能力把文化和创造力置于国民生活的中心。”^[4](P340)在德国，创意产业被视为知识和内容型社会的一部分，视为向以知识为基础的经济过渡过程中具有主导作用的力量，是“发展的动力和当务之急”^[7](P40)；以支持和扩大德国创新力为目的的创新经济政策必须使创意产业的发展与自己的经济政策成果相统一。欧洲议会通过《1999-2004文化产业报告》(2003年)呼吁欧洲要“制定更积极的文化政策”^[5](P13)，且这样的文化政策要充分考虑欧洲文化生产与美国和其他国家文化生产竞争的必要性、内部市场的发展和完善等问题。报告强调：“这些方案加上其他的提议都是为了通过发展欧洲文化产业来支持欧洲文化区的建立，增强欧洲的文化认同以及多样性。这样，欧洲文化中最令人鼓舞、最有创造力的力量就有机会向欧洲公民展示它们的创意。同时，他们还有机会向欧洲外的国家和人民传播欧洲文化认同，这具有特殊的文化和政治价值。”^[5](P13-14)欧盟委员会提出的《全球化世界中的欧盟文化行动议程》(2007年)也指出：“文化产业和创新领域对提高欧洲国内生产总值和就业发挥着重要的作用”^[5](P116)，“在全球化竞争中，欧盟文化产业及创造力是一笔宝贵的财富，它加快了欧洲经济发展和竞争力的提高。在支持和推进革新创造中，必须发掘和促进文化的作用。发挥创造力是社会和技术革新的基础，因此也是促进欧盟发展、提高竞争力和增加就业岗位的重要驱动力”^[5](P116)。在韩国，第二届韩国文化产业振兴委员会于2000年2月审议通过的《文化产业振兴五年计划》将韩国称为“已经为进入21世纪——‘文化的世纪’做好准备的民族”^[10](P4)，并分析认为：“世界经济的发展已经由以资本劳动密集型为主向以知识为基础的经济结构转型，文化产业上升为知识经济的核心产业”^[10](P3)，“特别是文化资讯产业的培育成为国家文化的身份象征和确保国家竞争力的核心课题”^[10](P4)，“文化产业竞争力的缺乏意味着民族文化和国家竞争力的丧失”^[10](P4)。基于这样的认识，该计划明确提出要将文化产业发展为21世纪新的“国家基干产业”。《日本文化产业战略》(2007年)不仅阐述了文化产业的经济效应，同时也强调了文化产业的外交意义，认为文化产业可以增进海外受众对日本生活方式、价值观、审美意识的共鸣，加深对日本文化、艺术和传统的理解，这种“对于一国综合文化的憧憬，将吸引全世界，对我国企业产生广泛的中长期影响”^[9](P105)。

诸多关于文化产业发展的国家战略文本、重要文献不仅多维地表达了对文化产业发展重要性的丰富认识，也勾画了当今时代文化产业发展、竞争的世界图景。《遥遥领先：英国创意产业的经济效益》(2007年)中便有专门篇幅分析“创意产业的全球图景”。该报告指出：“就全球层面来说，创意产业非常重要，并且在不断增长。联合国教科文组织对基于消费的数据分析表明，文化产品的贸易在过去10年间增长了50%，从1994年的393亿美元增加到2002年的592亿美元，这些文化产品包括传统商品、书籍、报纸、杂志、其他印刷品、记录媒体、视觉艺术以及视听媒体。”^[4](P173)报告还引述了其他相关数据，以具体呈现创意产业发展的客观状况。比如，根据联合国贸易与发展会议的数据，密切依赖创意文化投入的产业的全球市场价值估计达到了13000亿美元，而经济合作与发展组织则指出创意文化产业的年增长率在5%到20%之间；随着高附加值、知识密集型行业的出现以及全球可支配收入的增加，市场对创意产业

的产品和服务需求有望进一步增长,继而推动这些创意产业的增长^[4](P173-174)。联合国教科文组织德国委员会于2007年发布的《德国文化/创意产业发展报告》同样不惜笔墨地描绘各国推动文化产业发展的状况,着力为德国文化产业同欧洲及国际文化产业状况之间的对比提供便利。该报告指出:“在整个欧洲,文化/创意产业作为独立的经济部门已经被越来越多的人所接受。2005年,英国设立了‘创意产业部’,法国特别制定了全面的创意产业框架方案;2006年,欧洲委员会发表了一份关于文化产业经济重要性的长达300页的研究报告,这表明欧洲已经形成了带有突出重点的已经成型的重要政策战略。中国、印度和澳大利亚的相关人员已经组织了全国和世界范围内的专家会议,就创意产业这个主题进行讨论,并针对创意产业成立了新的研究机构。最近,世界经济合作与发展组织、世界银行、世界知识产权组织、国际劳工组织以及联合国教科文组织等许多组织多次提到创意产业。2007年2月,欧洲各国文化部长及媒体汇聚柏林时,多数欧洲国家表示了对文化/创意产业这一主题的重视。数十年来,文化/创意产业第一次成为欧洲议程中优先讨论的主题。”^[7](P14)《日本品牌战略——让软实力产业成为经济增长的原动力》(2009年)也特别强调,“在海外,一直推行着这样一些全国性经济政策——着眼于软实力给经济活动带来的效果,并将文化商品和品牌振兴置于核心地位”^[9](P115),并历数美、英、法、韩诸国文化产业发展的历程与态势,以之为确立日本“软实力产业”的重要参照。这些分析无一例外都是为了在文化产业发展、竞争的世界图景中审视自我、制定本国文化产业发展和应对竞争之策。如同2014年8月28日法国总统奥朗德在第22届使节会议上所讲的那样:“文化不仅仅是影响力的载体,分享的载体,同时也是经济发展的媒介。我们都知道,文化产业的竞争即将开始。从今年秋天开始,各大运营商都将来法推销它们的产品。我们可以一开始就在文化领域内设置壁垒,拉起警戒线,但是这样一来,我们首先就输了”^[6](P507),“如同高等学校和大学的国际化发展一样,文化产业应该成为我们的一张重要王牌”^[6](P507)。

在具体推进文化产业发展方面,各国都有自己的战略敏锐、切实举措。在美国,“几百个基金会对文化的不懈支持、激励性的税收政策、工会的积极支持、非营利机构的核心作用和更近时期的企业文化赞助”^[12](P430),形成推动文化产业发展、构筑美国文化霸权的重要机制。为使文化创意产业在国际上保持首屈一指,2008年德国专门启动“德国复兴信贷银行启动资金”项目,为文化创意产业的创业者和自由职业者提供融资。德国2012年8月发布的《文化/创意产业倡议——现状和前景》明确指出:联邦政府文化/创意产业倡议的目标是:加强文化/创意产业的竞争力,充分挖掘该产业的就业潜能,此外还应给创新型小企业和自由艺术家提供更多的机遇。该报告提出的实施和扩大倡议的举措包括:确保文化/创意产业作为一个独立的经济增长部门;继续推进对国民经济的监测,每年都要掌控文化/创意产业的发展状况;继续针对各子市场的结构、挑战、发展路线和需求开展对话;改善文化/创意产业行业内经济联系;为文化/创意产业企业建立联系网;提供关于融资机会的信息,尤其对初始认证阶段的创业者们来说;审查经济和技术项目的可行性,以更好地资助文化/创意企业的发展;促使自由职业者和文化/创意小企业获得贷款的途径更加便捷;完善准入外贸资助项目渠道,以使本土文化/创意产业的潜能能够更好地在国外显现;继续实行艺术家社会保险并确保其稳定;完善数字版权法律框架,维护创作者和使用者之间利益的平衡^[7](P615)。《2001-2005年俄罗斯文化联邦专项纲要》提出要“建设强大的俄罗斯电影产业,打造视听产品生产、租赁和放映的完整、平衡体系,在国家生产生活、俄罗斯联邦主体社会经济发展中切实发挥作用”^[8](P23)。俄罗斯《国家文化政策基础》(2014年)提出“支持国家电影业发展,其中包括制作动画片、纪录片、科普类电影、教学影片、针对儿童群体的电影等,为创意产业发展创造条件”^[8](P294)。《日本品牌战略——让软实力产业成为经济增长的原动力》(2009年)提出,“将提升日本软实力的动画、漫画、电影、电视剧、音乐、游戏等内容产品以及饮食、时尚、设计这些与日本特有的品牌价值创造相关联的产业定位为‘软实力产业’,并且应当综合推进其产业振兴和海外发展”^[9](P115)。《创意韩国》(2004年)不仅提出了韩国进入世界文化产业五大强国之列的目标,还具体提出:“随着文化全球化的加速,韩国文化产业通过韩流热潮不断扩大进军世界的机会,这要求超越现有的有限水平,制作出具有创造性、综

合性、多样性、高质量的资讯。为了实现成为世界文化产业五大强国这一目标,要加强文化产业的竞争力基础,改善文化资讯的创作、流通结构,加强国内需求基础与进军海外的能力,扩充文化产业环境的基础设施,强化扶持机构的效率,促进区域文化产业的积极发展。”^[10](P43)

五、遗产保护:文化新生的重要基石

任何文化的前行都是在既有历史基础上的前行。在这一过程中,如何对待自己的历史和传统,如何对待自己的文化积淀和遗存,是每一个民族、每一个国家都共同面对的课题。注重对历史文化的开掘,注重对文化遗产的保护,是21世纪各国文化战略呈现出的又一个显著特征。

文化遗产作为过往文化创造的历史遗存,对文化的发展、经济的繁荣,对一个民族、国家的继续前行,都具有极为重要的意义。在英国《文化白皮书》(2016年)中,文化遗产不仅被视为“国家认同感的关键”^[4](P1181),也被视为具有长期经济和社会收益的所在。该报告援引数据指出:英国“遗产旅游每年可以创造260亿英镑收益,占国民生产总值的2%”^[4](P1162)。法国的《21世纪法国文化外交的雄心》(2013年)一文称,“法国文化与遗产是发展法国旅游的重要王牌。我们将支持博物馆走向国门,最大限度地展出它们的收藏品,让它们更好地被世界所认识。我们的非物质文化遗产是法国吸引力的重要组成部分,并为法国带来了积极的影响。美食、艺术生活、专业知识、品牌(尤其是奢侈品)是法国最充分的代表,它们吸引了来自世界各地的不同人群,他们将法国与这些卓越的品牌联系在一起”^[6](P471)。2014年4月举行的夏乐论坛发布了一份重要文件《欧洲、文化、数字化:2014-2019年战略前景》,也专门论及了文化遗产之于欧洲身份强化、欧洲创新发展的意义。报告强调:“丰富的文化遗产和创造活力铸就了欧洲在世界的影响力,并与欧洲身份紧密相关,欧洲文化的吸引力以及文化创造者和文化产业的影响力同样是欧洲经济的推动力。”^[5](P519)对创造性、知识和文化遗产的重视应“成为欧洲未来发展的核心对策”。俄罗斯《国家文化政策基础》(2014年)指出:“俄罗斯——伟大的文化国度,拥有丰富的文化遗产、多世纪的文化传统和源源不断的创造潜力”^[8](P290),“俄罗斯的历史道路决定了俄罗斯文化的独特性、民族意识的特殊性,以及俄罗斯社会生活的价值基础”^[8](P290),“在国家绵延的历史长河中,民族精神体验正是通过文化被保护、累积和代际传承下来的,也正是通过文化确保了多民族俄罗斯的团结与统一,塑造了俄罗斯的爱国主义情感和民族自豪感,并在国际舞台上巩固了俄罗斯的国家权威”^[8](P290-291)。日本《文化艺术振兴基本方针》第一次基本方针(2002年)指出:“在历史长河中产生、发展、传承至今的物质以及非物质文化遗产是全体国民的珍贵财产,它们对于了解我国的历史、传统、文化是必不可少的,同时也是未来文化进步和发展的基础”^[9](P19),“文化遗产是在我国的历史发展中形成并传承至今的,它反映我国的自然、风土人情、社会和生活,形成了人们丰富的情感和精神活动的轨迹,是我国现代文化的基石”^[9](P23)。这些观点在此后的历次基本方针中都被反复述及。《创意韩国》(2004年)指出:“语言、生活文化、文化遗产等传统文化是时代进行再解释和创造的资源,是产生时代独创性的母体”^[10](P42),并强调文化遗产是与文化认同感紧密相关的领域。该战略中提出的第11项“推进课题”,即“文化遗产的保存与传统的现代性继承”^[10](P42)。该条目指出:“一个国家的文化遗产作为该国家历史的物质、精神的结晶,是形成民族成员在思想上的集体意识,确立每个人的民族认同感的基础。”^[10](P42)2021年,美国总统拜登在“国家荒野月”宣言中也特别指出:“美国的公共土地和水资源、令人惊叹的风景和文化遗址反映了我们与自然遗产的深厚而持久的联系……在国家荒野月期间,让我们加强与美国荒野地区的联系,加强对荒野的保护,努力保存它们所蕴含的故事、它们所保留的记忆,它们是我们为子孙后代留下的宝贵遗产。”^[16]

基于对文化遗产重要意义的认识,当今世界的文化遗产保护工作越来越被置于重要位置,各方面纷纷确立法规、制定战略、传承保护。2011年11月,欧洲议会和欧盟理事会通过第1194号决议,制定了欧洲文化遗产标识。保护和推广欧洲共同文化遗产,特别是对年轻一代开展这方面的工作,被视为欧洲文

化合作中最具优先地位的目标。法国《文化和媒体2020:新一代文化与通信部》(2012年)称,文化遗产的“历史价值、象征价值和它激起的公众情怀都赋予了它在文化行动中无可争议的重要地位”^[6](P199),文化遗产保护“一直都是文化与通信部的中心基础性任务”^[6](P199)。该报告坚持“为传承而保护”的理念,对文化遗产的传承保护提出许多具体举措,如开展评估历史遗迹的工作,与遗产的参与者建立战略性的对话,提升地区遗产和建筑重要性,将公众置于遗产政策的中心,迎接数字化的挑战和数字化遗产保护的挑战,将遗产政策拓展到国际层面等。在《2001-2005年俄罗斯文化联邦专项纲要》(2000年)中,为保护国家文化潜力和文化遗产创造条件,在支持文化生活多样化和文化创新多元化的同时,确保俄罗斯文化发展的继承性,保证国家统一文化空间,是纲要目标的重要内容。在《2012-2018年俄罗斯文化联邦专项纲要》所列的“最重要的纲要指标和指数”中,排在首位的即“处于合格状态的联邦所属文化遗产的数量占联邦所属文化遗产总数的比重”^[8](P131)。俄罗斯《国家文化政策基础》(2014年)中,摆在国家文化政策之任务第一条的,便是关于俄罗斯联邦民族文化遗产领域的。具体内容包括:在社会意识中承认作为个体和社会发展必备条件的、祖辈积累至今的历史和文化体验的价值;支持发掘、保护、普及俄罗斯联邦民族文化遗产的社会倡议;在个人和法人财产利益之上,切实实现物质和非物质文化遗产保护的社会优先权;完善俄罗斯联邦民族文化遗产项目,以及博物馆、档案馆藏品和国家图书馆馆藏的国家保护体系;建设全俄非物质文化遗产保护体系;保护民族文化传统,支持基于民族文化传统的民族创作,保护民族文化的多样性,将其视为职业文化的重要源泉之一以及民族认同的重要组成部分;在教育进程中,扩大、完善并促进文化遗产项目的现有使用经验,博物馆藏品和档案馆馆藏的现有使用经验,以及俄罗斯博物馆和保护区博物馆科学和信息潜力现有使用经验的系统化发展;加强文化遗产项目的作用,保护城市和社区的历史环境,其中也包括小型城市,为文化认知类旅游的发展创造条件;支持和发展公民参与民族、地方志和考古考察,以及发掘、研究和保护文化遗产项目的工作^[8](P293-294)。《创意韩国》(2004年)制定的“文化遗产的保存与传统的现代性继承”推进课题提出:“此前的文物政策把重点放在原貌的保存上,导致人们以为文物是给国民带来不便的对象。今后,在提高文物原貌保存质量的同时,要向‘与国民在一起’的文物政策这一方向转变”^[10](P42),“为了保存文化遗产并现代性地继承传统,要加强系统地保存、管理文化遗产的能力,推进对古都及风纳土城的整理与保存工作,通过保存与开发的协调发展减轻国民的负担,提高文物原貌保存的质量水平,改进文化遗产与自然遗产的保存管理体系,通过对文化遗产的积极利用推进传统的现代性继承与再创造”^[10](P42)。日本《文化艺术振兴基本方针》第一次基本方针(2002年)指出:“面对近年来社会结构的急剧变化,应当立足于文化遗产保护和利用的现状,积极探讨有效保护和合理利用文化遗产的相关方案。与此同时,必须夯实文化遗产的修复以及保护、传承的基础,提供学习体验文化遗产的机会,积极推进相关推广和普及活动。”^[9](P19)该方针针对当时日本社会结构以及国民意识的变化等,提出保护、利用文化遗产的11条措施。《文化艺术振兴基本方针》第二次基本方针(2007年)也列专条阐述“文化遗产的保护与灵活运用”^[9](P57)问题,并在第一次基本方针有关要求的基础上进一步强调:“在做好国家和地方公共团体对文化遗产的保护和灵活运用之外,地方社会也应当将文化遗产视为国民共同的财产,悉心爱护,营造长期守护文化遗产的氛围。此外,若一定程度的文化遗产出现群聚,应开展研究,探讨综合掌握文化遗产情况的方法,以更有成效地发挥文化遗产的作用,构建文化氛围浓厚的空间。”^[9](P64)“确保下一代继承文化艺术”^[9](P189)被列入日本《文化艺术振兴基本方针》第三次基本方针(2011年)所确定的重点战略,该方针强调:“应综合性地对属于国民财产的文化遗产进行保护和利用,有计划地、系统地将对成为下一代文化艺术创造根基的文化艺术品和资料等进行收集与保护(建立档案),以确保文化艺术被下一代继承。”^[9](P196)

六、国际传播:展现魅力的普遍关注

文化在传播中展现魅力、实现影响力,文化也在对传播回馈信息的把握、消化中汲取强劲补充生命

活力的营养。与此同时,文化在传播过程中形成的软实力越来越成为新的历史条件下综合国力的重要构成部分。进入21世纪以来,尽管战略出发点不一,但各国对文化国际传播的重视均有增无减。

对文化国际传播意义的阐发,遍见于各国相关文化战略和相关重要文献之中。英国文化协会《影响力与吸引力——21世纪文化和软实力的竞争》(2007年)的研究报告指出:“过去10年,各国人民之间文化交流的规模逐渐增大,大多数世界公民置身其他文化之中的事例也呈指数增长,国际交流的很多内容都与文化有关,由此产生的结果就是,当今世界,文化和国际政治存在相互依存的关系,文化在其中既发挥积极作用,也发挥消极作用。在新的全球环境下,民间文化交流为传统的国家外交奠定了基调,有时甚至决定了国家外交的议程,各个国家努力增进对彼此文化的理解,避免文化误解,致力于使本国软实力得到最大化发展。”^[4](P1022)英国国会议员、外交和联邦事务大臣威廉·海格在为该研究报告撰写的前言中也专门表达了英国应对这一时代大潮的努力:“英国仍旧是一个现代文化超级大国,但在未来几十年,要保持软实力的竞争力,就意味着要像对待军事、经济和各种外交优势一样,培植和重视文化遗产。政府人员决心全力以赴,帮助并展现国民生活的智慧和才华,使之成为世界一流的力量。”^[4](P1021)英国《文化白皮书》(2016年)同样浓墨重彩地展现了其在推动英国文化海外传播、提升英国软实力方面的决心和意志,如通过文化出口推广英国,提高英国的世界声誉和软实力,通过“大不列颠推广”计划,利用文化打造“英国品牌”等,以图巩固英国“软实力领导者”的地位。法国也一直不遗余力地推进法语文化的对外传播,保持其魅力攻势。德国外交部的《全球化时代的对外文化教育政策——赢得伙伴、传递价值、维护利益》(2011年),面对当今世界格局的发展变化、面对德国在世界上“自然”分量正在减少的挑战,强调对外文化教育政策对保证德国在世界上影响力的重要作用。该报告指出:“以教育、交流和对话为途径,建立以文化上的相互尊重为特征的伙伴关系,我们能直接接触到更多人,从而赢得他们的认同,认同我们的国家、我们的价值观和我们的理念。”^[7](P514)报告强调,对外文化教育政策是外交政策的重要组成部分,并且也是为外交政策的目标服务的:巩固欧洲、保障和平、维护旧的友好关系。美国《国家战略传播架构》(2010年)称:“通过所有的努力发现,有效的战略传播,对维持全球合法性和支持政策目标有重要意义”^[13](P690),“最高水平的政府,必须提倡和实施一个通过机制和程序得到加强的传播文化”^[13](P691)。《创意韩国》(2004年)指出:“一个国家的文化形象,会使人们信任和喜爱这个国家的所有商品,这是即使同样品质的商品也会使人支付更高价格的高附加值经济战略的核心要素。”^[10](P47)“文化艺术振兴要以改善国内文化艺术环境为首要目的,进而推动国际文化环境的发展”^[9](P8)被写入日本《文化艺术振兴基本法》(2001年)关于文化艺术振兴的基本理念之中,并一再被重申,该法明确要求:国家应推动文化艺术的国际交流,致力于使日本文化艺术全面走向世界^[9](P10)。

基于对文化国际传播重要意义的认识,21世纪以来各国纷纷推出战略举措,着力推进各自文化的国际传播,努力提升自己的文化软实力。2005年,美国总统乔治·W.布什指出:“不得不承认,在讲述美国故事和传播真实美国形象方面,我们确实落后了”。在这一背景下,美国负责公共外交与公共事务的副国务卿卡伦·休斯和她的继任者詹姆斯·格拉斯曼提出“公共外交2.0”计划,寻求利用社交网站和其他网络媒体来赢得“思想之战”^[17]。前文亦曾述及,美国于2010年发布《国家战略传播架构》,该战略进一步明确了美国战略传播的重点,并指出:“尽管美国政府实施全球范围内的审慎交流和洽谈,但工作重点应和总体国家安全的重点相一致。如同国家实力的其他元素那样,交流洽谈工作应该支持政策目标,并且达到相应的效果:(1)使外国受众认清与美国的共同利益;(2)使外国受众相信美国在国际事务中发挥的建设性作用;(3)使外国受众明白面对全球复杂挑战时,美国是值得尊重的搭档。”^[13](P693)该战略还具体明确了国家安全参谋部、国务院、国防部、广播理事会、美国国际开发署、情报界、国家反恐中心等在美国战略传播中的角色、职责及行动策略。2002年,美国面向全球尤其重点面向伊斯兰国家推出“向世界营销美国故事”的文化行动,旨在“消除针对美国文化和政策的消极、荒诞的观念,在伊斯兰世界倡导自治、宽容和多元主义的声音”^[18](P9-34)。德国外交部2011年发布《全球化时代的对外文化教育政策》,将文

化教育政策作为对外政策的支柱和核心,并专门任命了负责对外文化政策的外交部国务部长,明确提出对外文化政策的推行将在外交部得到最优先的财政支持;若资源有限,必要时将限制甚至暂停对国内项目的支持,优先保障对外文化教育政策的需要。《2006-2011年俄罗斯文化联邦专项纲要》(2009年)强调,文化的国际传播是“国际关系体系中国家一体化战略的组成部分”^[8](P133),提出“要增强俄罗斯文化在国外的地位,形成俄罗斯形象——具有伟大传统文化的国家”^[8](P133)。对如何“发展国际合作,加强与世界文化的联系”^[8](P132),该纲要提出了诸多策略,如通过在国外推广和发展俄罗斯文化成果,拉近其与世界文化的目标与任务;在解决国家文化问题时借鉴外国文化组织的相关经验,积极扩大俄罗斯在世界文化进程的参与范围;举办国际研讨会、学术会议、艺术节,在世界范围内推广俄罗斯表演艺术,在国外推广俄罗斯影片,加强电影业的国际合作,举办国际展会等。《日本品牌战略——让软实力产业成为经济增长的原动力》(2009年)所确立的日本品牌战略有两个支点,一是创造,二是传播。该战略强调,要制定策略,全面支持将海外推广纳入范围的内容产品和商品的制作和开发等;对外传播不应是片段式地而应是各个领域同时进行传播,要官民一体形成合力;要明确对外传播的目标和方法,有重点地强化对外传播力度,要多方努力“使‘日本迷’遍布世界各地”。“增强文化传播与国际文化交流”也被列为日本《文化艺术振兴基本方针》第三次基本方针(2011年)确定的重点战略之中。该战略强调,通过积极地将包含从传统文化到现代文化艺术活动在内的日本文化艺术传播到海外,同时推进各领域文化艺术的国际文化交流,为提升日本国际形象、增进各国间相互理解做出贡献;主张唤醒作为日本强项的动画、漫画、电影等媒体艺术,以及设计、时尚、饮食文化等“酷日本”的潜力,实现向海外的战略性拓展。

推进文化国际传播的路径是多种多样的,其中包括各国普遍关注、借重的关键路径,如语言推广即是一个极为重要的方面。2018年3月20日,法国总统马克龙在法兰西学院发表关于法语战略的演讲。他认为,不仅要在法国的领土上进行法语推广,也要跨越国界,在别国的领土上继续进行法语推广以重新塑造法国的影响力和行动能力,“这是法国的责任所在”^[6](P551),“我们的雄心是要建立一个有益的法语、有效率的法语,并将不遗余力地承担起推广法语的责任”^[6](P553)。为此,他要求法国文化中心和法语联盟开展积极合作,增进协同作用,共同推进法语的发展。马克龙还寄希望于新一代法语教师的崛起,称法语教师是“伟大的英雄”^[6](P549),“我们国家的历史,是由这些英雄铸就的,是由我们驾驭法语的能力所决定的,是由我们在那些法语已经消退的地区驾驭法语的能力所决定的,通过我们的英雄,我们的法语教师,历史才被成功塑造”^[6](P550)。德国《2011-2012年度联邦政府关于对外文化和教育政策的报告》(2013年)称,“推广德语语言是对外文化和教育政策的重点和核心任务”^[7](P545),“语言推广是一项历史使命”^[7](P545),“说德语的人会对我们的国家感兴趣,比普通人更了解德国,更理解德国的立场”^[7](P545)。德国外交部研究报告《全球化时代的对外文化教育政策——赢得伙伴、传递价值、维护利益》(2011年)将1500所伙伴学校、150所歌德学院以及德意志学术交流中心、洪堡基金称为其对外文化教育政策的三大支柱。德国歌德学院院长克劳斯·迪特·莱曼讲道:“在93个国家的150所歌德学院是德国的宝贵财富”^[7](P623),“语言不仅仅是工具,更是一种文化的载体,使深入了解其他文化成为可能,并为就业和教育的流动性创造了先决条件”^[7](P623),“世界政治的风云变幻赋予了歌德学院新的任务:巩固民间社会,加强合作伙伴关系,民族团结及提供早期教育”^[7](P623)。21世纪以来,俄罗斯接连发布《俄联邦2002-2005“俄语”专项规划》《俄罗斯联邦2006-2010年“俄语”专项规划》《俄罗斯联邦2011-2015年“俄语”专项规划》,用意即在维护俄语在俄罗斯境内外的地位和影响力。2007年6月21日,普京签署成立“俄罗斯世界”基金会的命令。该基金会的重要任务之一,即推广俄语、支持境外的俄语学习计划。在文化国际传播的实践推进中,越来越多的国家开始努力更高质量地构建综合性的国际传播体系。如《创意韩国》(2004年)指出的:“为了通过文化宣传来提升国家形象,需要构建长期的、战略性的文化宣传体系,将文化宣传的核心功能整合、集成化,通过积极推进民间参与来加强文化宣传的力度,开发并扩充文化宣传资讯及其实施方式”^[10](P47);要“在积极应对全球化、本土化等国际环境变化的同时,为了形成

开放的民族文化,要从国家主导的以发达国家为中心的单向文化交流中摆脱出来,向使地方自治团体和民间团体成为核心,在接受优秀的海外文化的同时,宣传我国的优秀文化的双向文化交流转换,为了增进我国文化的多样性及提高创造性,要使文化部门更多地参与国际机构的活动,推进国家间的战略性文化交流,加强对地方自治团体及民间部门进行国际交流的资助力度”^[10](P47)。在推进文化国际传播的同时,世界各国也普遍注重对他国文化相关方面的吸收借鉴。

综上,我们从六个方面粗线条地勾勒了21世纪以来诸多国家文化图强、文化竞争的大致图景。尽管是粗线条勾勒,但从中我们仍能感受到21世纪这一“文化世纪”生动、真切的世界文化图景,感受到各国围绕文化发展倾注的热忱、寄托的热望、推进的热战。对当今世界文化图景、各国文化图强方略的深度认识和准确把握,是我国建设、进而建成社会主义文化强国的重要基础性工作。如何锚定复兴主题、立足中国实际、直面世界发展、因应百年变局,进一步构建和完善社会主义文化强国建设的综合战略体系;如何进一步解放和发展文化生产力,最大限度地推动全民族文化创造活力的充分涌流;如何更好地推进文化与经济的深层交融、实现文化与科技的深度融合,健全现代文化产业体系和市场体系,实现文化产业全面转型升级,不断提高质量效益和核心竞争力;如何以讲好中国故事为着力点,创新推进国际传播,加强对外文化交流和多层次文明对话,进一步提升国家文化软实力和中华文化影响力;如何进一步加大文化遗产保护力度,有效弘扬优秀传统文化,推进优秀传统文化的创造性转化创新性发展;如何进一步促进文化发展与社会发展,与人的全面发展的高度统一,更好满足人们的精神文化需求,提升人们的文化福祉,提升全社会的文明水平,这些方面都是当代中国走向文化强国进程中需要高质量作答的重大课题。对新世纪以来世界各国文化图强战略筹划与实践举措的深度研究和系统观照,无疑将为我们科学研判文化世情,把握时代文化方位,在知己知彼中增进文化自信,结合国情制定文化发展进路,有力回应上述系列重大课题等,提供有益参考。

(本文为《21世纪以来国外文化发展文献选编》丛书序言,在本刊刊出时略有改动。)

参考文献

- [1] 十八大以来重要文献选编:上.北京:中央文献出版社,2014.
- [2] 习近平谈治国理政:第3卷.北京:外文出版社,2020.
- [3] Americans for the Arts National Arts Policy Roundtable 2006 Final Report.Americans for the ARTS,2006-10.[2021-12-04]
https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/information_services/research/policy_roundtable/2006NAPRFinalReport.pdf.
- [4] 卢丽珠,王依依,帅颖等.21世纪以来英国文化发展文献选编.武汉:武汉大学出版社,2021.
- [5] 王培刚等.21世纪以来欧盟文化发展文献选编.武汉:武汉大学出版社,2021.
- [6] 卢丽珠等.21世纪以来法国文化发展文献选编.武汉:武汉大学出版社,2021.
- [7] 帅颖等.21世纪以来德国文化发展文献选编.武汉:武汉大学出版社,2021.
- [8] 雷蕾等.21世纪以来俄罗斯文化发展文献选编.武汉:武汉大学出版社,2021.
- [9] 李圣杰.21世纪以来日本文化发展文献选编.武汉:武汉大学出版社,2021.
- [10] 索丰等.21世纪以来韩国文化发展文献选编.武汉:武汉大学出版社,2021.
- [11] Justin Antonipillai, Michelle K. Lee. Intellectual Property and the U.S. Economy: 2016 Update: 1. U. S. Department of Commerce, 2016-09. [2021-12-04]<https://www.commerce.gov/sites/default/files/migrated/reports/ip-and-the-us-economy-september-2016.pdf>.
- [12] 弗雷德里克·马特尔.论美国的文化——在本土与全球之间双向运行的文化体制.周莽译.北京:商务印书馆,2013.
- [13] 许家焯等.21世纪以来美国文化发展文献选编.武汉:武汉大学出版社,2021.
- [14] 弗雷德里克·马特尔.主流——谁将打赢全球文化战争.刘成富、房美、胡圆圆等译.北京:商务印书馆,2012.
- [15] Arts and Cultural Production Satellite Account, U.S. and States New statistics for 2018 and 2019; Prior years Updated.bea, 2021-03-30.[2021-12-04]<https://www.bea.gov/news/2021/arts-and-cultural-production-satellite-account-us-and-states>
- [16] A Proclamation on National Native American Heritage Month, 2021.The White House,2021-10-29.[2021-12-04]<https://>

www.whitehouse.gov/briefing-room/presidential-actions/2021/10/29/a-proclamation-on-national-native-american-heritage-month-2021/.

[17] Ellen Hallams. From Crusader to Exemplar: Bush, Obama and the Reinvigoration of America's Soft Power. 2011-02-24. [2021-12-04]<https://journals.openedition.org/ejas/9157>.

[18] 吴白乙. 文化外交: 历史、现实的审视与思考. 美国研究, 2016, (3).

The World Picture of Cultural Empowerment

Shen Zhuanghai (Wuhan University)

Abstract We are in an era of cultural strategies emerging. The position and role of culture have been more and more prominent in the competition of comprehensive national strength, which has increasingly become a distinctive symbol of our era. Constructing cultural advantages and stimulating cultural vitality through strategic policies has gradually become a strategic choice among countries. In strategic promotion of cultural growth, culture development has become increasingly a key concept of our time. Innovation and creation are core topics of all countries' cultural strategy, and cultural industry has gradually become a strategic fulcrum for comprehensive national development advantages. Cultural heritage protection is a more and more important cornerstone of culture rebirth for all countries, and international communication increasingly draws widespread attention to show each country's glamour. From the above mentioned, it is not difficult to feel the realistic world picture of the "cultural century" vividly in the 21st century, and it is also easy to feel the enthusiasm, sustenance and enthusiasm of various countries around cultural development. To build our country into a socialist cultural power requires our persevere and solid struggle. At the same time, we also need to look out at the world today, pay attention to world picture on the road to cultural strength, identify the general trend, and understand the trend, so as to move forward with confidence courageously and calmly. The in-depth understanding and accurate grasp of the world cultural picture and the strengthening culture strategies of various countries is an important basic job for Chinese to build and complete a socialist cultural power.

Key words cultural power; national cultural strategy; cultural innovation; cultural industry; cultural heritage; cultural dissemination

■ 收稿日期 2022-03-04

■ 作者简介 沈壮海, 法学博士, 武汉大学党委副书记, 武汉大学马克思主义学院院长、教授、博士生导师; 湖北 武汉 430072。

■ 责任编辑 涂文迁