

我国文化“软实力”存在问题及提升路径探析

2011-02-22 10:30:24

武铁传

武铁传, 洛阳理工学院社会科学系。

摘要: 文化“软实力”是综合国力和国际竞争力的重要组成部分。由于我国文化资源没有得到充分利用, 文化“软实力”仍旧较弱。在当前市场经济条件下, 要通过发展文化产业带动文化“软实力”提升。

关键词: 文化“软实力”; 文化发展; 文化产业

文化“软实力”是综合国力和国际竞争力的重要组成部分, 各国都把提高国家文化“软实力”作为重要发展战略, 以期提高国家的整体实力和国际竞争力。十七大报告提出了要“激发全民族文化创造活力, 提高国家文化‘软实力’”的要求, 这是我们对文化在党和国家工作全局中战略地位和重要作用的新认识、新论断。而在我国以市场化手段提供主要文化产品和服务的社会主义市场经济条件下, 发展文化产业是提升文化软实力的基本途径。

一 我国文化“软实力”现状及存在问题

中国拥有丰富的文化软资源, 几千年的文明史及其历史积淀, 造就了博大精深的中国文化。中国的历史遗迹、诗词歌赋、民俗风情都极具特色, 令人神往。改革开放使中国文化发展取得巨大成就, 中国文化对世界文化的影响力日益加强。但是, 我国文化软实力发展仍存在很多问题。

(一) 文化发展不平衡

这种不平衡表现在三个方面: 城乡文化发展不平衡、东部地区和中西部地区文化发展不平衡、民族地区与其他地区文化发展不平衡。其中最突出的是城乡文化发展不平衡。在文化支出方面, 2005年城乡居民家庭人均文化教育娱乐支出的相差达37倍, 农村居民人均文化教育娱乐消费支出约为城市居民的27%。在公共文化服务投入和设施方面, 城乡二元机制使我国公共文化投入长期向城市倾斜, 优质教育资源、公共图书馆、公共博物馆、体育设施集中在城市, 广大乡村地区公共文化服务设施严重稀缺, 文化、教育发展水平远远落后于城市地区。城乡文化发展的不平衡导致我国56%的农村人口的文化、教育、娱乐消费水平长期处于低水平的状态, 极大地制约了国家文化创造力的全面提高。

(二) 政府定位不明确, 文化管理体制、机制制约文化发展

在我国文化的发展中, 政府长期处于管理者的角色, 对文化发展干预过多, 使文化企业缺乏创造力和竞争力, 不能依据市场进行集团化的改制和整合, 缺乏文化产品创新效应和品牌效应。从计划经济时期就实行的文化管理体制部门条例、规定较多, 普遍性法律较少, 政策变动频繁, 不利于文化市场长期稳定发展, 也使文化企业的跨媒体、跨区域整合受到束缚。

(三) 文化市场发育不成熟, 文化产业集约化程度低

我国的文化市场是在改革开放过程中兴起的, 市场发育还很不完善。法制化、规范化的市场监管长效机制还没有建立, 知识产权保护不够; 盗版、侵权现象严重, 诚信自律、交易规范、公平竞争等内生性市场机制发育不足; 文化行业市场鉴定、交易、代理和市场运作人才缺乏等问题还十分严重。此外, 我国的文化产业经营单位众多, 但基本上处于“割据的状态”, 资源分散、

集约化程度很低，难以产生规模效应和形成整体的品牌优势，文化产业链条的延伸也受到限制。原因在于：第一，受计划经济下行政隶属关系的影响，文化产业的“拳头”优势难以发挥。条块、门类、部门的分割，使文化产业发展的种种要素分散在各个领域，难以形成有机的统一体。第二，我国文化市场发育不完善，文化要素市场、文化艺术设施市场、文化产权市场、文化人才市场发展滞后，阻碍了文化产品与服务的流通，因而限制了文化的产业化和市场化。

（四）文化出口能力弱，文化贸易逆差严重

与发达国家相比，我国文化新产品出口能力较弱。这主要表现在两个方面。一是核心文化产品贸易领域存在较大逆差。以2003年为例，当年我国图书、报刊、音像等领域的版权出口为1427种，而版权进口15555种，出口数量不及进口数量的1/10。近年来，这一比例虽有降低，但核心版权贸易逆差严重的格局并未改变。二是文化产品出口总量少，占全部出口额的比例低。2006年，我国实现文化产品和服务出口479亿美元，仅占当年全国出口总额9601亿美元的0.49%。我国文化产品出口额与我国文化大国地位极不相符。

二 以发展文化产业带动文化“软实力”提升

文化与经济相互渗透、相互促进已成为潮流与趋势。在以市场化手段提供主要文化产品和服务的市场经济条件下，发展文化产业成为提升文化软实力的基本途径。而西方文化之所以能如此迅速地发展，也与其高度的文化产业化密切相关。中国应当借鉴国外经验，通过文化产业集群以及文化产业链条的延伸发展文化产业，提升文化“软实力”。

（一）借鉴经济发达国家重视发展文化产业、增强文化“软实力”的国际经验从国际经验看，经济发达国家都重视把文化产业作为增强文化软实力的最重要的途径。美国、英国、法国、日本等多个国家都通过政府计划大力推动文化产业发展。以文化产业作为支柱产业的美国，在文化产业的各个领域都居全球领先地位。电影、图书、音乐、动画、游戏、体育、主题公园和其他衍生产品开发与销售，成为美国力量的象征，不仅带来巨大的经济效益，更展示了渗透力极强的软实力。英国从1997年起把发展创意产业作为国家战略。法国和奥地利等都以举国之力做好重大文化产业品牌项目的扶持和经营。日本在20世纪90年代的十年持续经济低迷时，唯独文化产业取得了巨大的增长，特别是在以青少年和家庭为主要消费对象的动漫和游戏领域，取得了全球市场的领先地位，日本政府的要员甚至提出了“动漫外交”的口号。亲和力强的文化产品的海外销售，极大地改善了日本国家的形象。

虚心学习和借鉴这些办法和经验，是推进我国文化建设事业发展、提高国家文化“软实力”的捷径。每个国家和民族的文化都有自己的优势和长处，不同文化之间的相互学习和借鉴是文化发展的必要条件。

（二）加快文化体制改革步伐

文化体制改革是解决制约我国文化生产力发展的体制性障碍的关键，我们必须坚持社会主义先进文化建设的方向，突破那些不适应时代发展需要的旧的文化观念的束缚，尽快建立健全适应中国特色社会主义现代化建设需要的新的文化体制。在此过程中，政府应该尽快转变角色定位，由管理者转变为服务者，大力扶持文化产业，对于新兴文化企业、高新技术文化企业以及涉及国际文化品牌、教育、媒体传播等行业中的文化企业，政府应当以市场为导向，采取税收优惠政策、所得税返还政策、国家政策性贷款优惠利率政策以及财政贴息贷款政策等加以引导和扶持，并鼓励文化企业间的联合。同时，加强文化法律制度建设，保护知识产权，维护文化工作者个人利益，为文化发展营造良好的法制环境。

（三）以文化产业集群化带动文化“软实力”提升

文化产业集群作为改善和聚集区域文化产业竞争力决定要素的条件，其具体作用：(1)由于文化产品和文化服务有其自身独特的性质，因而文化产业集群加大了知识外溢的力度和深度，产生了异常明显的外部经济效应。(2)文化产业集群利用群内的资源、品牌、资金、信息等要素进行优势互补，群体的效益大于联合之前各个成员企业的个别效益之和，实现了明显的协同效应。(3)集群为文化产业的发展提供更加专业化和经验丰富的人才，也吸引到更多的外地人才到当地集群来。因此，要大力培育文化产业集群，牢牢把握互联网和手机等媒体的发展，利用我国信息产业高速发展和市场规模逐步扩大的有利条件，做强做大部分优势产业，并且在今后开展适度的对外品牌并购。大力发展影视、出版、广告等媒体产业，同时，利用不断累积的资源和管理经验，逐步走向国际化。通过文化产业之间的“互渗”，更好地进行文化产品的宣传和销售，使文化更广泛地得到推广，更有效率地提升文化软实力。

（四）以人才培养夯实文化产业繁荣之本

人才是文化产业发展繁荣之本。在文化体制改革的过程中，要切实贯彻人才兴文战略。体制机制的改革，政策措施的制定，

都要有利于稳定人才、吸纳人才、培养人才，有利于发挥优秀人才和文化工作者的积极性和创造性。要努力实施人才培养工程，重点培养一批高层次艺术创作人才、新闻采编人才、经营管理人才、文化科技人才和基层人才骨干队伍等。建立人才发现、培养、使用、激励机制。加强国际、国内人才交流，引进一批优秀产业人才和领军人物。

文档附件：

隐藏评论

用户昵称： (您填写的昵称将出现在评论列表中) 匿名

请遵纪守法并注意语言文明。发言最多为2000字符（每个汉字相当于两个字符）

2447

发表

中国社会科学院电话：010-85195999 中国社会科学网电话：010-84177865；84177869 Email：skw01@cass.org.cn

投稿邮箱：skw01@cass.org.cn 网友之声信箱：skw02@cass.org.cn 地址：中国北京建国门内大街5号

版权所有：中国社会科学院 版权声明 京ICP备05072735号