



□ 三水

“文化自觉”与民族命运息息相关

一个民族，只有文化体现出比物质和资本更强大的力量，才能造就更大的文明进步；一个国家，只有经济发展体现出文化的品格，才能进入更高的发展阶段。回望数千年中华文化的历史脉络，一个拥有深刻文化自觉的领导核心，是社会主义中国走向文化复兴的关键。新世纪的文化建设之路，昭示着中国共产党在文化认识论上的成熟与提升。历史和现实表明，一个民族的觉醒，首先是文化上的觉醒；一个政党的力量，很大程度上取决于文化的自觉，不仅关系到文化自身的振兴和繁荣，而且决定着—个民族、一个政党的前途命运。

尽管中国的经济体制改革创造了令世界其他国家和地区黯然失色的发展奇迹，尽管我们的精神文明建设、各项文化事业取得了令人振奋的长足进步，但文化领域面临的挑战前所未有。

人民日报一篇约 7800 字署名任仲平的文章——《文化强国的“中国道路”——论推动社会主义文化大发展大繁荣》，列举了一系列“尴



相关链接 | XIANGGUANLIANJIE

文化改革发展数据

18 万 截至 2011 上半年，全国共注销经营性文化事业单位 4000 多家，核销事业编制 18 万个以上。出版发行、影视制作等领域改革任务基本完成。国有文艺院团、非时政类报刊社改革取得积极进展。全国共有 26 家文化企业上市。	323.7 亿 影视动画产量从 2005 年的 4.2 万分钟增加到 2010 年的 22 万分钟，增长 4 倍以上。“十一五”期间，新闻出版业总资产、总产出、总销售比“十五”翻了一番。2010 年网络游戏市场实际销售收入 323.7 亿元。	化的投入大幅度增加，从 2006 年的 685 亿元增加到 2010 年的 1528 亿元，年均增长 22.2%。中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议，于 2011 年 10 月 15 日至 18 日在北京举行，研究深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣问题，审议《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》稿。人民日报发表约 7800 字署名任仲平的文章：《文化强国的“中国道路”——论推动社会主义文化大发展大繁荣》。文章指出，“党的十七届六中全会，第一次以文化改革发展为主题，制定建设社会主义文化强国的行动纲领”。
100 亿 2003 年以前，我国电影产量一直徘徊在 100 部以下，国内票房不足 10 亿元；2010 年，国产电影产量则达到 526 部，票房超过 100 亿元，连续第 6 年保持 30% 以上增长。中国已成为世界第三大电影生产国和第一—大电视剧生产国。	11052 亿 我国文化产业对国民经济增长的贡献不断上升，日益成为新的经济增长点。根据国家统计局发布的报告，2010 年我国文化及相关产业法人单位增加值达 11052 亿元，占国内生产总值(GDP)的 2.75%。	
	1528 亿 “十一五”期间，各级财政对文	

文化兴国的战略意义

有关报道，但似乎很难进入普通大众的视线，或者说他们宁愿听信西方的媒体。这就说明我们需要增强外宣，还要改变外宣的方式。“创新对外宣传的方式和方法”需要政府和民间的双重努力。我国在国外设立孔子学院就是一个很好的例子。由于孔子学院大多是设在国外的名校，宗旨是促进文化交流，因此相比政府层面的作用，孔子学院对他国的影响更直接，也更容易被接受。在对外交流方面，孔子学院的角色更好不过了。

文化进入市场 不改社会主义性质

“把文化区分为文化事业和文化产业，一手抓公益性文化事业、一手抓经营性文化产业，是党的十六大以来文化建设认识上的一个重大突破，文化发展实践上的一个重大创新。”这个具有里程碑意义的理论创新，决定了文化体制改革的生死成败。它首次以文化的双重属性，确定了发展的双重任务，厘定了“公益性”与“经营性”的楚河汉界，确立了“事业”与“产业”的比翼齐飞，推动了“政府”与“市场”的双轮驱动。按照“文化事业”与“文化产业”的“二分法”思路，改革路径分外清晰——中心目标是理顺政府与文化企事业单位的关系，政府的归政府，市场的归市场。

从 2003 年到 2011 年的 8 年间，中国文化发展标定了新的历史方位：文化体制改革明确了公益性文化事业的责任，激发了经营性文化产业的巨大潜力，并锻造了“走出去”的底气实力，中国文化进入了“黄金发展期”，出现了“发展里程碑”，并呈现了“复兴曙光”。

作为文化体制改革的中心环节，经营性文化单位转企改制是衡量改革是否取得实质性进展的重要标志。目前，经营性文化单位转企改制积极推进，国有文化单位市场主体缺失的状况得到明显改善。文章并澄清了一些错误的观念称，长期以来，人们有一种根深蒂固的看法，认为文化事关意识形态安全，担心文化进入市场后，会改变社会主义文化性质，弱化党对文化的领导，引起思想的混乱。然而，让文化走向市场，就是把创造的权利、评价的权利、选择的权利交给广大人民。在社会主义市场经济条件下，人民群众通过市场进行文化消费、满足文化需求。

文化走向市场，就是让实践的检验、群众的检验作为文化发展的标准。这不正是社会主义文化最本质的要求吗？让文化走向市场，就是要在市场的大潮中培育出我们自己的合格市场主体，在发展产业和繁荣市场方面发挥主导作用。占领文化市场就是占领意识形态阵地；市场份额越大，服务的群众就越多，正确导向就越能落到实处。这不正是社会主义文化发展的方向吗？让文化走向市场，就是要在国际竞争的大格局中，以市场倒逼民族文化企业的成长与壮大。在西强我弱的文化语境中，赢得市场，社会主义价值体系才能赢得话语权、赢得主动权。这不正是社会主义文化必须面对的挑战吗？

事实证明，在市场条件下，那些关注现实、艺术精湛、思想深刻、制作精良的文化产品，赢得了最广大群众的喜爱。人民群众多样化、多层次、多方面的文化需求，得到了前所未有的满足；普通百姓自主创造文化的积极性，获得了前所未有的激发。中国文化的国际影响力和竞争力不断提升，国家的形象、党的声音传播得更加深远。从更宽广的历史视野看，文化体制改革是经济体制改革在新世纪的深化和升华，是我们国家整个改革开放大业中至关重要的一环，关乎全面建设小康社会奋斗目标的实现，关乎中国特色社会主义事业总体布局，关乎中华民族的伟大复兴。8 年锐意创新的改革发展，极大地提高了全民族思想道德素质和科学文化素质，促进了人的全面发展，显著增强了国家文化软实力，为坚持和发展中国特色社会主义提供了强大精神力量，展现了一条迈向文化强国的“中国道路”。



色社会主义的话语权如何彰显、主动权如何体现？

剧增、经济格局的重塑，而应伴随社会主义价值体系的传播，推动中华文化的弘扬，否则中国特

中国的崛起曾被称作『二十一世纪最激动人心的大事』，但这种崛起，不能只是物质财富的

额的大小、产业较量的成败，更关乎意识形态主动权的得失、国家文化软实力的强弱。面对大发展大变革大调整的世界格局，面对各种思想文化交流交融交锋更加频繁的强大挑战，如果我们不能形成自己的文化优势，就无法在激烈的国际竞争中高扬社会主义文化理想，维护国家文化安全，捍卫国家文化主权。”

土耳其中东技术大学孔子学院院长王善平教授说，中央提出的“文化大繁荣大发展”和“建设社会主义文化强国”，是“文化兴国”战略，与“经济兴国”一样重要。在当前的国际形势下，增强国家文化软实力，提高中华文化的国际影响力显得更加紧迫、更为重要。自从改革开放以来，特别是近十年来我国的经济发展取得了令世人瞩目的成就，但中国的文化影响力并没有同步提高。国际上对中国的了解和认识基本还是停留在过去，有的甚至还是负面的印象。有的国家，包括土耳其，对我们国家现状的信息基本都是来自西方的一两家媒体如 BBC、CNN。我们国家的宣传机构和媒体也在作些