

文化强国视野中的文化领导权

——四川省社科院迎接十八大系列理论文章之三

□ 百花潭

一首韩国《江南 style》MV,7月15日登陆 youtube,到9月28日,短短76天点击数就突破3亿,风靡全球。据韩国媒体报道,《江南 Style》版权、广告等方面全球总收益可达3000亿韩元(约18亿元人民币);不到3个月,《江南 Style》的首像销售、演出活动等的收入已经超过330亿韩元,创作和表演《江南 style》的歌手朴载相纯收入已经达到约合人民币8000万元。

中国有没有这样的杰作?至少目前没有。风靡华人世界的凤凰传奇《最炫民族风》在优酷网两年的点击数才200万,而且赢利途径主要是彩铃。为什么产生世界性群体效应的是《江南 style》而不是《最炫民族风》?除了作品本身的创意、创新等因素以外,策划、包装、生产和营销的企业主体完全不在一个层次上。一个是拥有40多年唱片生产和营销经验的、全球最大的唱片公司“美国环球唱片公司”,其母公司又是居全球前列的“美国环球影业集团”;而生产《最炫民族风》的广东孔雀唱片公司成立于1996年,跟人家相比,无论经验、规模、实力,哪个方面都有天渊之别。而从推广网站来看,一个是2011年以43.8%的市场占有率在全球视频网站蝉联第一的YouTube,一个是市场份额仅为3.5%,排在第二名的中国优酷(据Comscore发布的信息)。

无论收入的多少,重要的是,目前只登陆了中国香港和台湾的 youtube 中文版很有可能挟势全面进入中国内地市场,从而占有更多的大众、并传播更多的文化产品。

这就不是一个小问题了!从实质来讲,文化领导权就是意识形态领导权,或者叫精神领导权。这种领导权不是先验的、既成的或给予的,而是在现实生活中通过一个连续不断的过程建构起来的——当一个国家的意识形态强大起来了以后,才代表这种领导权的真正实现。意识形态的强大有什么标准呢?我们认为就是,这种意识形态对内能够让国民觉得自己过的是“好生活”,从而产生感召力、导向力和凝聚力;对外,能够被其他国家的人民所认同和向往,从而产生吸引力、认同力和效仿力。进一步地,意识形态强大的国家,也必然是一个文化的强国。

文化领导权如何才能建构起来,或者说意识形态如何才能强大起来呢?提出文化领导权理论的葛兰西说,“文化领导权”的确立不是统治阶级单方面自上而下的

“文化操纵”过程,而是一个在从属阶级的积极参与过程中不断获取他们的同意、认同的过程,是群众自觉信奉与服从的结果。也就是说,民众的“同意”是获取文化领导权的前提。如何让民众同意呢?阿尔都塞认为,意识形态推广就是要告诉人们,什么方式的行动和思维是最自然不过的。人们一旦接受这种“自然法则”,就会自觉地复制这种行动和思维方式,并通过这种复制来再现特定的权力关系。进一步地,这种非强制性的意识形态推广,是在一片亲切自然的“召唤”声中把个体建构成为权力构架可以接纳的意识形态主体的。

当然,葛兰西和阿尔都塞说的都是意识形态在一国内部的建构过程,我们认为,在全球化和信息化的今天,某一个特定国家的意识形态越来越多地融进了许多其他地方的因素,因此,意识形态还有一个国际建构过程,而且这个过程比起国内的建构来显得更加重要——如果一个国家的意识形态在国际上没有影响力,不但很难单纯地在国内产生认同力,而且还很可能被别国的意识形态所建构。因此,我们认为,“意识形态的国际化”是建构一国意识形态的重要场域。事实上,若干年来,由于我们在意识形态的建构过程中囿于地域性的、狭隘的意识形态视域,无法与时俱进地参与意识形态的全球竞争而带来了许多不良后果。就以党内来说,2010年四川省党建研究会在对该省领导干部所作的10万余份调查问卷显示,县处级和市厅级领导干部竟然分别有19%和13%选择“实现个人价值”和“建设小康之家”作为自己的理想和追求。我们不清楚其调查过程,也无法对其信度和效度作出判断,但是如果假设这个调查是科学的和真实的话,那么照此推算,全国会有多少党员改变了自己的价值观呢?作为无产阶级先锋队的党员干部如此,那么人民大众又有多少受到影响呢?应该说,这与西方发达国家利用全球化、信息化之机,对我国进行的广泛的意识形态渗透,与苏联、东欧社会主义国家的解体,而我国的意识形态体系和运作又缺乏有效的国际竞争力等等有着很大的关系。

意识形态如何才能让内外都“同意”、如何才能成为一个“自然法则”呢?有人认为意识形态是通过国家机器的强制性推广、公共领域的中介作用、商品交换领域的文化消费行为而建构起来的。如果仅仅从阿尔都塞的“召唤结构”来说,我们认为,最重要的途径就是“商品交换领域”,换句话说就是通过发展文化产业来实现意识形态的领导权。这是因为在政治意识形态、经济意识形态和文化意识形态这个统一的整体

中,文化意识形态具有历史延续性的特点,其深厚的文化传统根基为意识形态的传播准备了广泛的文化心理条件;更重要的是,文化往往负载了一些人类共同的价值观念,这为意识形态的建构奠定了深广的人性基础。另一方面,文化产业本身就是文化的另外一种存在形态,也是意识形态的另外一种传播形态。经由文化产业,大众可以在文化产品的消费过程中,在满足日常生活需要的过程中,不经意间接受文化产品所传播的价值观念。因此,如果对文化意识形态加以改造,紧紧抓住人的文化需求,并从人的文化需要出发,大力发展文化产业,生产相应的文化产品,同时把政治意识形态和经济意识形态有机地融汇、统一在文化意识形态之中,则意识形态的整体建构自然就会显得更具亲和力,更具经常性、持久性和实效性。“意识形态斗争的策略是把政治权力和经济实力隐藏起来,把政治权力和经济实力变成文化上的优势地位。一旦文化上的优势地位确立起来,政治权力和经济实力的正当性就得到承认。”(王晓升,2011)葛兰西认为,意识形态是统治阶级或集团把自己的文化价值观通过“弥漫式的”、“毛细血管式的”长期渗透和潜移默化,广泛播散到社会生活的各个层面和角落,从而逐渐构筑起来的。《《狱中杂记》180)而最能够起到这种“毛细血管”作用的就是文化产业。美国等西方国家就是采取的这种策略进行意识形态渗透,他们利用大众文化产品,不仅在本国,而且在其他国家推销自己的价值观念,结果美国利用军事和经济力量没有达到的目的,通过文化产品的输出和消费却轻易地达到了。比如《米老鼠与唐老鸭》,有的专家就指出,它直接支持了美国战后的外交政策。

不过,一说到文化产业,我们就会心生惭愧。我国的整个文化产业占世界文化市场的比重尚不足4%。以四川为例,与韩国相比,四川人口8700多万,韩国人口4700多万,四川省总面积48万平方公里,韩国总面积993万平方公里,四川和韩国都有着几千年的文明,但是,韩国的文化占世界文化市场的5%,而四川在世界文化市场上的份额几乎可以忽略不计。当然,面对这一现状,我们丝毫不值得气馁。我认为,学界目前有一种简单化的倾向,就是经常拿起西方学者的“文化霸权”理论作为框架来分析美国的文化渗透,认为国际文化产业完全处在美国的支配之下,这种观点未免过于简单化。事实上,就以《最炫民族风》为例,虽然《江南 style》的风头远远盖过了它,但《最炫民族风》在东南亚国家、华人世界以及美国都很火。美国 ZUMBA 健身舞把凤凰传奇的作品当做教学伴奏音乐,开创数千老外集体跳“最炫民族风”广场舞的历史性局面;美国 NBA 休斯顿火箭队使用《最炫民族风》做拉拉队伴奏音乐……网民和媒体都评论“地球人已经无法阻止凤凰传奇”。还有一个例子,20世纪80年代以来,墨西哥、委内瑞拉、巴西等拉美国家的电视节目,不仅出口到西班牙语地缘文化市场,而且也出口到英美等其他许多国家。特别是强调“单极化的道德力量”的拉美伦理长剧比起英美肥皂剧具有更高的美学价值和品位,它们所表现出来的人类在某些方面的共性能够激起观众普遍的强烈的情感反应。我国在80年代后期就曾经进口过巴西电视剧《女奴》,收视率很高。举这两个例子是为了说明,尽管美国的文化产品目前在全球市场上风头不减,但是,只要其他国家有好的产品,照样可以和美国分庭抗礼,我们生产的《媳妇的美好时代》近来在非洲引发收视热潮,也可以说明这个问题。因此,不单纯是人家要来占领我们的市场、单纯进行不对称的文化渗透,而是我们没有生产出好的产品去占领我们自己的和人家的市场,没有好的武器进行有效地防御和反渗透。仅仅就我们自己的优酷网来说,当《最炫民族风》高居榜首时,排名第二、第三的还是外国歌曲。因此,只要我们大力发展文化产业,拿出好的作品来,我们照样是可以可以建构好的意识形态、实现意识形态的国际化,从而掌握文化领导权的。

进一步地,我之所以说《江南 style》收入的多少不是什么问题,但倘若 youtube 进入中国内地才是大问题,就是因为一首 MV 并不能对我们的意识形态和文化领导权造成多大的影响,但是如果是越来越多的这样的 MV,越来越多的其他文化产品通过这个平台进入中国,那对我们文化领导权的威胁就不可小觑了——因为进来的不仅仅只是一件进攻的武器,而是生产武器的工厂。

赫斯蒙德夫有一个观点很值得我们深思,他说,而今的文化认同已经变得越来越复杂,也许将文化与某个简单的版图一对一挂钩的作法永远不可能是一个明智的选择。现在,许多文本都不是以某些特定国家的利益、关注和文化为基础,而是以不同国家或者是共享某种跨国文化的人民的利益、关注和文化为基础。引用这段话的意思就是说,发展文化产业、建构意识形态要尊重文化生产自身的规律,只有这样,我们才能实现文化强国的战略目标,掌握文化领导权。

(执笔者:肖云)

进一步地,我之所以说《江南 style》收入的多少不是什么问题,但倘若 youtube 进入中国内地才是大问题,就是因为一首 MV 并不能对我们的意识形态和文化领导权造成多大的影响,但是如果是越来越多的这样的 MV,越来越多的其他文化产品通过这个平台进入中国,那对我们文化领导权的威胁就不可小觑了——因为进来的不仅仅只是一件进攻的武器,而是生产武器的工厂。

赫斯蒙德夫有一个观点很值得我们深思,他说,而今的文化认同已经变得越来越复杂,也许将文化与某个简单的版图一对一挂钩的作法永远不可能是一个明智的选择。现在,许多文本都不是以某些特定国家的利益、关注和文化为基础,而是以不同国家或者是共享某种跨国文化的人民的利益、关注和文化为基础。引用这段话的意思就是说,发展文化产业、建构意识形态要尊重文化生产自身的规律,只有这样,我们才能实现文化强国的战略目标,掌握文化领导权。

(执笔者:肖云)

从文化古国、文化大国到文化强国

整时期,我们要准确把握当今时代文化发展的新趋势。环顾全球,和平、发展、合作的时代潮流没有变,但世界和平与发展面临很多挑战。经济全球化继续发展,科技创新孕育新突破,各国经济相互依存不断加深,全球经济治理出现新变革。在这种情况下,世界各国各种文化的交流越来越多,对我国的文化发展和创新提供了前所未有的机遇。在这样的情况下,文化在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显,维护国家文化安全任务更加艰巨,增强国家文化软实力、中华文化国际影响力要求更加紧迫。深化我国文化体制改革,在尊重世界文化发展多样性的同时,增强我国文化软实力,有效应对全球发展面临的挑战,已经成为我国现代化建设必须解决的重大战略问题。

其次,当代中国进入了全面建设小康社会的关键时期和深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期,我们要准确把握我国经济社会发展的新要求。经过30多年改革开放,我们已经取得了举世瞩目的伟大成就,与此同时,人民群众的精神文化需求日趋旺盛,这就需要在继续聚精会神搞建设、一心一意谋发展,不断夯实坚持和发展中国特色社会主义物质基础的同时,进一步坚持发展面向现代化、面向世界、面向未来的,民族的科学的大众的社会主义文化,推动社会主义先进文化更加深入人心,推动社会主义精神文明和物质文明全面发展,不断开创全民族文化创造活力持续迸发、社会文化生活更加丰富多彩、人民基本文化权益得到更好保障、人民思想道德素质和科学文化素质全面提高的新局面,建设中华民族共有精神家园。

再次,在全面建设小康社会的进程中,为了让人民共享文化发展成果,我国文化体制改革已经迈出关键步伐,我们要准确把握各族人民精神生活的新期待。改革使得中国人民在物质生活上富裕起来,同时人民希望改革能够使我们在精神生活上也富足起来。到2020年,我们要全面建成的惠及十几亿人口的更高水平的小康社会,既要让人民过上殷实富足的物质生活,又要让人民享有健康丰富的文化生活。这是广大人民群众对于文化体制改革的期待。

总之,我们要按照十七届六中全会的决定,准确把握我国经济社会发展的新要求,准确把握当今时代文化发展的新趋势,准确把握各族人民精神生活的新期待,在全面建设小康社会的进程中,在科学发展道路上,奋力开创社会主义文化建设新局面。

深化改革,是为了努力把我国建设成文化强国

今天,我们提出要深化文化体制改革,推动社会主义文化大发展大繁荣,是在中国和平崛起于世界的大背景之下作出的一个重大的战略决策。也就是说,我们讲文化自觉和文化自信也好,讲文化体制改革也好,讲开创文化建设新局面也好,都不仅仅是为了解决国内的文化建设问题,一个重要的任务,是要在世界范围的综合国力竞争中进一步增强我们的国家文化软实力,努力把我国从一个文化古国、文化大国建设成为一个社会主义文化强国。

增强国家文化软实力,建设社会主义文化

强国,首先要增强中华民族的民族凝聚力。历史经验告诉我们,一个一盘散沙的民族和国家是没有国际地位的,一个没有文化凝聚力的民族和国家是没有文化软实力的,也不会被人尊敬的。这种文化凝聚力主要来自于人们对社会核心价值的认同。社会主义核心价值观体系是社会主义意识形态的本质体现,在整个文化建设中居于统摄和支配地位。

增强国家文化软实力,建设社会主义文化强国,还必须大幅度地提高我国的文化传播能力。深化文化体制改革,必须大力推进传播手段创新。文化的影响不仅取决于内容是否具有独特魅力,而且取决于是否具有先进的传播手段和强大的传播能力。我们都知道,在当今信息社会,谁的传播能力强,谁的文化理念和价值观念就能广为流传。我们必须花大力气拓展传播渠道,丰富传播手段,加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系,使我国文化传播能力有一个大的提高。同时,要大力实施“走出去”战略,完善和落实鼓励文化产品和服务出口的政策措施,培育外向型骨干文化企业和对外文化中介机构,积极开展对外文化贸易,努力扩大我国文化产品和服务在国际文化市场上的份额。

总之,我国作为发展中的社会主义国家,深化文化体制改革,推动社会主义文化大发展大繁荣,就是要高扬自己的文化理想,形成与我国经济社会发展和国际地位相适应的文化优势,增强国家文化软实力,把我国建设成为一个社会主义文化强国,在新的国际竞争中立于不败之地,维护国家发展利益和文化安全。

(作者系中央党校原副校长,本文有删减)

文化强国理应是文化贸易大国

□ 花建

世界大国在国际文化贸易方面的竞争,不仅仅是技术和资本的竞争,更重要的是发展模式之争,谁的文化软实力模式更具有前瞻性,谁就能吸引更多的追随者。

环顾当今世界,文化软实力已经成为综合国力竞争的重要组成部分。作为一种国家能力的动态系统,文化软实力包括核心价值观的凝聚力和号召力,多元包容的创新力和参与力,文化产业的生产力和贸易力,广泛传播的亲合力与感染力。

历史已经证明:一个世界文化强国必然是一个全球文化贸易的大国,这是由文化软实力的本质和全球化竞争的潮流所决定的。首先,文化的号召力必须通过文化贸易来体现,一个国家的核心价值观,必须通过全球文化贸易,才能获得广泛传播,掌握全球文化影响的话语权、定价权和控制权,达到“不战而屈人之兵”的效果;其次,文化的创新力决定文化贸易力的水平。文化产品并非标准化的矿泉水和方便面,如果连桶式包装和调味袋都做得千篇一律,必然是文化破败的表征。它的内容应该是多样化的人文内涵和创意表达。只有包容文化多样性,尊重文化创造的国家,才能迸发出如大江大海般浩荡的文化能量,才能成为全球文化产业链、价值链、消费链的主要供应商和服务商。

正如马克思曾经指出的:物质生产与精神生产既有深刻的联系,又存在着许多不平衡性。中国2010年GDP总量超过日本而达到全球第二位,但是当年中国文化产业增加值却只占GDP比重的27.5%,排在主要西方大国之后;而中国文化产品在全球市场的出口总额也明显落后于西方大国,后者多把提升国际文化贸易额作为第一优先的目标。根据国际知识产权联盟(IPA)2011年的报告,2010年美国核心版权业增加值达931.8亿美元,占美国经济的6.36%。全球最大的20家视听企业中,美国占7家;世界500强中的10家娱乐媒体企业,美国占7家。许多新媒体企业,就如沙滩上新孵化的小海龟凭着本能投奔大海一样,从一开始就瞄准了海外市场。比如亚马逊公司1996年建立,从1998年开始就分批进入英、法、德、加、日和中国市场,到2010年海外销售已经占总销售额的48%,根据日本神户大学的有关研究:2009年以来,尽管日本对外贸易的顺差逐渐缩小,但是日本的对外文化贸易仍然坚挺,日本内容和媒体产业的国内市场规模达到1211.7万亿日元(居全球第二位),相关产业市场规模达到55万亿日元,而年海外销售额为16万亿日元(居全球第三位)。

世界大国在国际文化贸易方面的竞争,不仅仅是技术和资本的竞争,更重要的是发展模式之争,谁的文化软实力模式更具有前瞻性,谁就能吸引更多的追随者。正如尼古拉·兹洛宾所说:“在整个人类历史上,大国会在保障自身安全与利益的基础上积极扩大其对整个世界的影响。国家间在各方面展开竞争,失败者要被迫接受为胜利者带来成功的模式。”目前以美欧日为代表,已经形成了对外文化贸易的三大模式。其中美国模式是一种“强势辐射”模式,即以跨国公司为主导,倡导市场经济基础上的自由、民主、平等、竞争,利用全球网络广泛汇聚文化资源和开发大量产品,形成国际文化贸易的规模优势。而欧盟模式是一种“柔性连接”模式,以柔性亲和力加强欧洲一体化,倡导文化多样性,拓展国际文化贸易,发挥欧盟在全球的影响力。日本模式是另一种“时尚引导”模式,该模式的重点是把科技开发与时尚创意相结合,在内容和技术两个层面上扩大全球文化贸易优势,通过实施产学研结合的“彻底数字化”、“泛在日本”、“i-Japan”、“酷日本”等多个战略,引领全球时尚消费的潮流。

古人云:“天予不取,反受其咎;时至不迎,反受其殃。”在全球文化贸易的竞争中,中国是后来者之,而能否奋起直追,关键在于能否形成有中国特色的发展模式。中国走向崛起是通过和平方式而非霸权掠夺方式。所以,中国所追求的世界强国,必然内在地要求它走一条最有亲和力的“文化兴国”之路。中国倡导建设“和谐亚洲”、“和谐海洋”、“和谐世界”,推动亮合与共赢,这是与西方大国崛起不同的发展模式。中国在对文化贸易方面,正在探索一种新的“包容共赢”模式,即以“和平、和谐、合作”的理念为核心,开发大量的文化产品,通过国际贸易传播中国的文化理念,让各国有识之士认同中国为和平发展的新型发展道路,共同推动人类和代表与发展的伟大事业。

(作者系上海社会科学院文化产业研究中心主任、研究员)

□ 李君如

文化是民族血脉中生生不息地流淌着的血液,始终是民族生存繁衍和国家繁荣发展取之不尽、用之不竭的生命之源。党的十七届六中全会通过了《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》,学习、领会和掌握新形势下推进文化改革发展的这一指导性文件,落实全会关于推进文化体制改革的各项举措,对于我国整个现代化大局和中华民族复兴大业具有极其重大的意义。指导和部署文化体制改革,是这次全会的一个亮点。应该讲,现在是到深化文化体制改革的时候了。

在准确把握新要求、新趋势、新期待中深化改革

党的十七届六中全会之所以作出深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣这一历史性的重大决定,是因为在当前,我们要抓住和用好发展的重要战略机遇期,必须在坚持以经济建设为中心的同时,自觉把文化繁荣发展作为坚持发展是硬道理、发展是党执政兴国第一要务的重要内容,作为深入贯彻落实科学发展观的一个基本要求,进一步推动文化建设与经济建设、政治建设、社会建设以及生态文明建设协调发展,为继续解放思想、坚持改革开放、推动科学发展、促进社会和谐提供坚强思想保证、强大精神动力、有力舆论支持、良好文化条件。

所以,我们要准确反映当今世界和当代中国的天下大势,不失时机地抓好文化体制改革,增强我国文化软实力,把我国建设成为一个社会主义文化强国。

首先,当今世界正处在大发展大变革大调