

文化价值观传播与国家形象塑造

张剑抒

(广东外语外贸大学 马克思主义学院, 广东 广州 510420)

摘要:良好国家形象的塑造离不开一国文化软实力的整体提升,尤其是文化核心价值观的传播能力直接影响其在国际舞台上的影响力。做好文化价值观的传播工作,促使我国优秀传统文化进一步创新发展,从而不断提升我国的国家形象,使中国故事、中国声音能够在国际社会上得到有效传播和普遍认可。因此,实现中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展、通过文化传播塑造国家形象、助推中国走向世界舞台的中心是我们始终值得探索的命题。

关键词:文化价值观;传播;国家形象

中图分类号: G124

文献标识码: A

文章编号: 1672-9617(2020)01-0068-05

国家形象是一个国家综合国力的外在体现,一个良好的国家形象包含国际和国内双重层面的建构,其中本国文化方面的影响力对于国家形象的塑造有着举足轻重的作用。目前国家形象塑造已经成为各国发展战略体系中的一项重要工程。

2018年8月,习近平总书记在全国宣传思想工作会议上再次指出了不断提升中华文化对外影响力的重要意义。“要不断提升中华文化影响力,把握大势、区分对象、精准施策,主动宣介新时代中国特色社会主义思想,主动讲好中国共产党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中国坚持和平发展合作共赢的故事,让世界更好了解中国。”^[1]文化传播的目的就是要在世界舞台上充分展现中华民族优秀品格,弘扬中华文明的国际影响力,配合中国特色大国外交政策,不断提升国家软实力,一步步推动中国走向世界舞台的中心。中国是一个拥

有上下5000年璀璨文明的大国,蕴含着丰富的文化软实力,中国又正处于全面复兴的伟大历史最好时期。在新时代,塑造好、展现好、传播好中国形象,是推动我国发展不可或缺的重要组成部分。因此,文化传播对于国家形象塑造具有重要作用。

一、文化传播与国家形象塑造所面临的问题

1. 文化产业发展不足导致文化传播中的价值认同度低

长时间以来,中国国家形象往往以西方国家的“他塑”为主,但“他塑”的中国形象往往是不真实的,甚至由于某些原因被恶意歪曲和丑化。我们为何会在国家形象的文化传播中处于如此劣势?主要是因为我国文化产业起步晚,没有真正发挥出弘扬民族文化,扩大国家影响力和感召力的作用。据

收稿日期: 2019-10-11

基金项目: 广州市哲学社会科学“十三五”规划课题(2016MZXY16)

作者简介: 张剑抒(1976-),女,辽宁开原人,教授,博士,主要从事马克思主义哲学研究。

国家统计局数据,2017年6月底,中国文化产业及相关产业增加值占GDP比重到了4.2%,对国民经济增长的贡献率平均接近6%。虽然近几年我们的文化产业有所提升,但同时期,美国文化产业已经占到了国内生产总值的25%,美国文化产业经济的贡献远远地超过了我国,在世界各国也处于领先地位。美国利用发达的文化产业向其他国家兜售美国价值观念和文化,从而使他国民众对本民族的文化及价值观产生怀疑和动摇。因而美国学者约翰·耶马在《世界的美国化》中早就指出,“美国的真正‘武器’是好莱坞的电影业、麦迪逊大街的形象设计厂、马特尔公司和可口可乐公司的生产线。”^[2]文化对一个国家的发展的重要性,习近平总书记指出:“文化是一个国家、一个民族的灵魂。”^[3]我国的历史文化资源底蕴深厚、博大精深,中华文明源远流长、对世界曾产生过重要的影响,社会主义核心价值观也与我们几千年所创造的优秀传统文化一脉相承。但今天,能够走出国门、担当起传播和弘扬社会主义核心价值观、阐明中国立场、塑造中国形象的优秀文化产品却很少。文化的核心是价值观,文化的影响力首先是价值观念的影响力,文化战略的制高点是价值观的国际传播。简单堆砌中国元素或一味迎合西方口味的文化传播造成方向上的错误都是不可取的,简单的文化符号不能展现其支撑的价值观、吸引力和影响力。

2. 传播媒介的弱势阻碍国家形象塑造

(1)传播媒介的硬件实力较弱。到目前,我国已初步形成了各种形式的对外传媒体系。虽然我国对外文化传播已经实现了多语种多媒体全球覆盖,但从国际上来看,我国传播媒介仍然很难与欧美等发达国家相抗衡。一些资料表明,只占世界人口5%的美国,却垄断了目前传播于世界大部分地区近90%的新闻。此外,从产业实力层面而言,中国媒体在全球范围内落地数量较少,除新华社等少数媒体外,其他媒体难以支撑外派记者的开销,这就造成了我国媒体在海外实力不够强大,传播力不

足,全球话题设置能力偏弱,从而造成我国在国际事务上的声音相对偏弱,中国声音、中国故事不能够在国际社会上得到更有效的传播。

(2)传播媒介的软件能力不足。我国以中央媒体占主导地位的海外传播媒体,政治化程度相对较高,在对外传播中的说教味道仍很浓厚,传播主题的选择上也过度聚焦重大议题、严肃议题,把一些政治新闻罗列在外国受众的目光里,但缺乏对日常生活的关照,在跨文化传播方面存在与其他国家存在着一定的鸿沟,无法与国外一般受众达成沟通,取得共鸣,无法吊起国外受众了解和亲近中国的兴趣,因此传播效果较差。我们的媒介在海外传播过程中尚未进入国际主流社会,对海外受众的影响力相当有限。“国之交在于民之亲,民之亲在于心相通。”媒体机构在塑造国家形象、讲述中国故事的时候要注重内容的情感带入。情感交流是对外传播的最高境界。讲故事,必须要人们对你的故事感兴趣,最好要与其他国家的民众产生共鸣,一个没有生动复杂情感支撑的干瘪故事,是不可能引起对象国受众的兴趣,这样的传播效果必然很差。

“随着当今世界经济全球化、政治格局多极化、‘互联网+’时代的来临,全球性的文化交流、碰撞、融合日趋频繁,文化在综合国力竞争中地位日益凸显。”^[4]当前,我们与国外文化强国相比,我国文化软实力建设和国际传播体系建设总体上还处在初级阶段,任重而道远,尤其在社会主义文化发展理念、国际话语权、核心价值观全球影响力等方面对世界的影响和贡献还不够大,我国的国家形象与我国日益提高的国际地位还不相匹配。我国现在正处在从大国走向强国的关键时期,展现中国形象不仅意义重大而且充满了挑战。一些想要遏制中国发展的西方国家凭借他们强大的媒体不断地别有用心通过“他塑”向他们的民众展示着一个不真实的中国形象,给中国在国际事务中发挥应有的作用造成负面因素的影响,这就需要我们必须持之以恒,“内外兼修”,努力实现“近者悦,远者来”。

二、积极探索文化传播对国家形象塑造的有效路径

1. 强化领导人在对外文化传播的引领作用

党的十八大以来,习近平总书记出访时往往借助外国权威媒体发表多篇海外署名文章,阐述中国的成就和主张,讲述中国人民与各国人民的友好往来的故事,在国际社会上产生了热烈反响,对于塑造中国国家形象产生了良好的效果。同时,习总书记多次在重要的国际会议上阐释中国文化的深刻内涵,积极倡导不同文化之间的交流互鉴,“文明因交流而多彩,文明因互鉴而丰富”^[5],既展现了当代中国海纳百川的大国胸怀,也揭示了中国文化的深刻内涵。在当今世界,国与国之间除了竞争,更多的应该是合作共赢的关系。习总书记通过对中国传统文化的解读,提出了“人类命运共同体”这样重要的理念,对世界的文明观做出了具有中国特色的贡献。2017年12月,在中国共产党与世界政党高层对话上,习总书记说:“中华民族历来讲求‘天下一家’,主张民胞物与、协和万邦、天下大同,憧憬‘大道之行,天下为公’的美好世界。我们认为,世界各国尽管有这样那样的分歧矛盾,也免不了产生这样那样的磕磕绊绊,但世界各国人民都生活在同一片蓝天下、拥有同一个家园,应该是一家人。世界各国人民应该秉持‘天下一家’理念,张开怀抱,彼此理解,求同存异,共同为建设人类命运共同体而努力。”^[6]古语云:“一言之辩,重于九鼎之宝;三寸之舌,强于百万雄师。”国家领导人在国际舞台上的适时演说既是一种领导艺术和技巧的反映,也是一种思想观点和文化风采的展现,更是国家立场、态度、价值和情感的表达。在刚刚结束的亚洲文明对话大会的开幕式上,我们国家的最高领导人习近平又一次在文化问题上,不仅给了亚洲也给了世界人民以最先进的理念。习近平主席指出:“人类只有肤色语言之别,文明只有姹紫嫣红之别,但绝无高低优劣之分。”^[7]每一种文明都扎根于自己生存

的土壤,凝聚着一个国家、一个民族的非凡智慧和精神追求,都有自己存在的价值。认为自己的文明高人一等,执意改造甚至取代其他文明,在认识上是愚蠢的,在做法上是灾难性的。从增强国家软实力和塑造国家形象的角度来看,我们主动追求和弘扬人类共享共求的价值理念,是有着悠久文明历史的社会主义大国领袖应有的文化视野和国际情怀。

国家领导人睿智话语和更接地气的文化传播在国家形象塑造上起到了火车头的作用。当前和今后一个时期,讲好中国故事、传播好中国声音,运用国外主流媒体的传统影响力,在国家主要领导人出访和重大国际会议时,在海外主流媒体上开辟专栏,有效地进行对外文化传播是塑造国家形象的重要方式,应该不断强化主要领导人在对外文化传播的引领作用,更近一步地走向世界舞台的中心,发挥自身应有的国际影响力。

2. 推动文化产业创新发展上高速

文化产业作为衡量一个国家文化软实力的重要标准,深化文化体制改革,大力发展文化产业,已成为提升中国软实力的重要途径之一。要不断解放和发展文化生产力,合理配置各种文化资源,促进文化与经济、政治、社会协调发展。要把文化产业放到与工商产业同等重要的位置来看待,进一步加大对文化产业的资金投入,重点扶持一批具有核心技术和自主品牌的创新型民族文化企业,把五千年文明与现代信息传播技术相结合,做强做大做活文化产业。文化产业的创新至关重要。我们要更具有国际视野,有深刻且明晰展示中国文化深刻内涵的形式创新探索。中华文化走出去的关键在于保持中华人文精髓的前提下,通过创新、创意手段,将丰富的传统文化资源转化为现实的文化资本,符合现代人的审美情趣、行为习惯、消费方式。习总书记多次强调,要创新对外宣传方式,着力打造融通中外的新概念新范畴新表述,讲好中国故事,传播中国声音,增强中国在国际上的话语权。

中国作为一个坚持社会主义方向的发展中大

国,必然会成为西方“文化演变”、意识形态侵蚀的重要对象。面对这些挑战,我们必须从容面对,不断做大做强我们的文化产业,同时增强我们的文化自信,在坚定的文化自信中展现中国形象,消除国际社会对我国各种偏见和误解,推动当代中国主流价值观念走向世界,以主流价值观的传播力、影响力带动提升中国形象的塑造。在当今世界,我们应该有这种社会主义价值观的自信,因为这些自信源自我们成功的实践。

3. 加大承载文化传播使命的人员培养、培训和输出

目前,在我国海外文化传播中,国际文化传播人才缺乏、人员素质偏低已成为制约文化传播效果的重要因素之一。国际文化传播人才缺乏主要表现在:缺少具有较强国际文化交流意识、专业素质的对外汉语人才、翻译人才、媒体传播人才;缺少具有国际文化市场眼光的金融投资人才、市场营销人才、高端管理人才;缺少具有对传统文化进行创造性的开发与国际化的演绎创新人才。全球首家孔子学院2004年在韩国首尔正式设立,资料显示截至2018年底,全球共有154个国家和地区建立了548所孔子学院1193个孔子课堂和5665个教学点。专职和兼职教师的数量还远远不够。一些外派的志愿者多是学生,他们教学经验少,有的对自己担负的文化价值传播的使命意识不够,这更使得文化传播的时效性成为了一个问题。还有我们国家每年派出去大量的访问学者,这些访问学者不仅在专业领域去学习先进的理念和技术,更要深刻地意识到自己也肩负着文化价值的传播使命,因此,对出国访学交流的学生和老师都要进行更加系统的出国前培训。具备国际视野,首先应该精通外国语言、熟知外语背后的文化语义、外国人的思维模式,从而能够以外国人理解的方式与其开展对话。同时,应熟悉掌握本专业的国际化知识、熟悉国际规则。具有国际视野的跨文化传播人才,通常具备较强的跨文化沟通能力、具有独立的国际活动能力、能承

受多元文化的冲击,不至于丧失中华民族的人格和国格,能够深刻体悟中国当代时代精神。能够担当起一线文化传播的重要使命,为国家形象的塑造做出积极的贡献。

三、结语

“我国历史悠久,文化底蕴深厚,优秀的传统文化和思想可以增强国人的凝聚力和自豪感,从而增强民族自信。同时中国文化的传播是全世界对中国加深了解的途径,有了更多的了解才会给与更多的重视。”^[8] 习近平总书记早在2013年就说过:“塑造我国的国家形象,重点展示中国历史底蕴深厚、各民族多元一体、文化多样和谐的文明大国形象,政治清明、经济发展、文化繁荣、社会稳定、人民团结、山河秀美的东方大国形象,坚持和平发展、促进共同发展、维护国际公平正义、为人类作出贡献的负责任大国形象,对外更加开放、更加具有亲和力、充满希望、充满活力的社会主义大国形象。”^[9] 如何实现中华优秀传统文化的创造性转化和创新型发展、通过文化传播塑造国家形象、助推中国走向世界的中心将是我们始终值得探索的命题。

参考文献

- [1] 习近平. 举旗帜聚民心育新人兴文化展形象 更好完成新形势下宣传思想工作使命任务[N]. 人民日报, 2018-08-23(01).
- [2] 胡振宇, 金凌云. 当代西方社会思潮对大学生社会主义核心价值观的影响探析[J]. 党史文苑, 2015(16): 61-64, 78.
- [3] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的讲话[M]. 北京: 人民出版社, 2017: 40.
- [4] 张妍, 赵伟. 新时代“文化自信”的内涵与价值[J]. 沈阳工程学院学报: 社会科学版, 2019, 15(2): 199-204.
- [5] 习近平. 习近平在纪念孔子诞辰2565周年国际学术研讨会暨国际儒学联合会第五届会员大会开幕会上的讲话[N]. 人民日报, 2014-09-25(02).
- [6] 习近平. 习近平在中国共产党与世界政党高层对话会上的主旨讲话[N]. 人民日报, 2017-12-02(02).

- [7] 习近平. 深化文明交流互鉴 共建亚洲命运共同体——在亚洲文明对话大会开幕式上的主旨演讲[N]. 人民日报, 2019-05-16(02).
- [8] 娄小星. 文化自信视阈下外语语言能力的培养途径研究[J]. 沈阳工程学院学报: 社会科学版, 2019, 15(3): 361-363.
- [9] 习近平. 建设社会主义文化强国 着力提高国家文化软实力[N]. 人民日报, 2014-01-01(01).

The Spread of Cultural Values and the Shaping of National Image

ZHANG Jian-Shu

(School of Marxism, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou 510240, China)

Abstract: The shaping of a good national image can not be separated from the overall promotion of a country's cultural soft power, especially the ability to spread cultural core values directly affects its appeal on the international stage. Under these conditions, how to do a good job in the dissemination of cultural values, promote the further innovation and development of China's excellent traditional culture, constantly enhance the national image of our country, and ensure that our country occupies the core position of the world stage has become an urgent task. Therefore, it is always worth exploring to realize the creative transformation and innovative development of Chinese excellent traditional culture, to shape the national image through cultural communication, and to promote China to move towards the center of the world.

Keywords: cultural values; spread; national image

(责任编辑 伯 灵 校对 伊人凤)

(上接第 47 页)

Research on Intelligent Library Service Innovation under Artificial Intelligence Environment

CUI Hai-lan^a, XIAO Hui-ying^b

(a. Library; b. School of History, Liaoning University, Shenyang 110036, China)

Abstract: At present, artificial intelligence has penetrated into every field of life, and the library community has also carried out comprehensive exploration and research on artificial intelligence technology. This paper investigates the relevant literature on the application of artificial intelligence technology in intelligent library in recent years, and analyzes the application status of artificial intelligence in library. At last, the service innovation ideas of intelligent library in artificial intelligence environment are sorted out.

Keywords: artificial intelligence; smart library; information service

(责任编辑 伊人凤 校对 祁 刚)