

## 俞晓群：“文化软实力”的思考

俞晓群

2013-02-02 10:27:32 来源：中国新闻出版网

党的十八大报告对2020年我国实现小康社会的目标，提出五点新要求，其中第三条说：“文化软实力显著增强”。它包括社会主义核心价值观体系，公民素质和社会文明程度，以及文化产品丰富、服务完善、形成支柱性产业、走出去等内容，最终实现建设社会主义文化强国的目标。

早在党的十七大报告中，就已经提到“文化软实力”的概念。由此可以看出，党对“文化软实力”建设的重视。在学习过程中，有几个基本概念，引起了笔者的一些思考。

首先，复述一下“软实力”的定义。它是1990年由美国哈佛大学学者小约瑟夫·奈提出来的，它是同国家军事、经济力量等组成的“硬实力”相对应的概念。在一般意义上，“软实力”是指能够影响他国意愿的精神力量。包括政治制度的吸引力、价值观的感召力和文化的感染力等，在当今综合国力竞争中，起着越来越重要的作用。

需要指出的是，在党的十七大、十八大报告中，提出的是“文化软实力”。根据上面的界定，显然“软实力”并不等同于“文化软实力”，在范畴的意义上，它们是一种包含关系。

再进一步，“软实力”的概念，也不是专为文化的作用而提出的。一说到文化，人们就会想到琴棋书画一类精神生活，把它与衣食住行一类物质生活对应起来，由此推断出文化之“软”。其实文化并不总是“软”的，随着社会的发展，它“硬”的一面表现得越来越强劲。比如美国，它的文化产业已经占美国GDP的25%左右，其地位仅次于美国的军事工业，并且已经成为美国最大的出口产业。在这一层意义上，文化实在是美国不能再硬的“硬实力”了。我国文化产业占我国GDP不足4%，但提升很快，相信不久也会逐步“硬”起来。

值得注意的是，在文化的问题上，我们经常在不自觉中，将它“硬实力”的属性与“软实力”的属性混淆起来。一是认为在概念上，文化就等同于“软实力”；二是在论述中，用“文化硬实力”的数据去说明“文化软实力”的地位。将文化等同于“软实力”显然是不对的，单纯地用经济数据说明“文化软实力”的高低强弱，也不全面。比如，美国输出“大片”等文化产品，与发展中国家竭泽而渔式地输出自然景观、挥霍传统文化资源等相比，它们所产生的“文化软实力”意义，显然不能同日而语。

另外，在许多时候，即使在数据上，一个国家的“文化硬实力”增长了，它也不一定会为那个国家的“文化软实力”提供相应的增长数据，有时还会提供负面影响。因为“文化软实力”只能包含一个国家的正能量，只能包含一个国家的所谓“先进文化”。

我们在考察“文化软实力”增长与否的时候，看收视率、看产值、看创汇等指标，甚至看国际获奖等，但都不能把它们当做

评价某一个文化产品为国家提供“文化软实力”的全部依据。我们更应该看它的内容，看它的文化效应，看它产生的正面感染力，看它为我们“国家精神”的树立起到哪些好的作用。这种评估能力的建立与完善，才是当代一个国家走向成熟的标志。

还有一点需要注意，“文化软实力”的构成，不能完全寓于“狭义文化”概念之中，许多非文化类的产品，也会产生重要的文化效应。所谓“狭义文化”，各国界定不同，美国也称作“娱乐产业”，根据产业门类的不同，可分为娱乐与电子传媒、新闻出版、旅游在内的三大块，这已经很宽泛了，但还是狭义的。其实许多“硬实力”产业，都会产生“文化软实力”的效应。比如“中国制造”这一概念世界闻名，它在创造“硬指标”的同时，还成为一种影响巨大的文化现象。

责任编辑：程可心

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）

1759