

如何树立今日中国的文化形象

——对话邹广文教授

■ 张小兰

中国文化“走出去”的关键 在于文化的价值观念

记者：邹广文教授您好！今天我们的话题将围绕如下两个方面展开：其一，在全球化时代如何提高文化“走出去”的质量和效果，以及究竟依托什么样的理念“走出去”；其二，基于文化认知层面的考虑，如何在当今世界上树立中国的文化形象？如何增加中国形象的亲和力？



邹广文，清华大学人文学院哲学系教授

前一段时间，您在媒体上的专栏文章中，畅谈了中国文化建设诸多方面的问题，其中强调了一个重要的观点，就是“文化中国”的建设，并谈及如何在文化“走出去”的过程中，更好地塑造文化中国形象。众所周知，我国的对外文化交流工作开展了很多年，成就十分显著。但是，也还有需要反思和改进的方面。对于为什么“走出去”，也多少欠缺一些更深层次的文化思考。文化“走出去”的目的本来是想增加外国对中华文化的了解和认知，增加一种文化认同感，但从目前的“走出去”效果来看，境外公众对中国文化的内心认同感并没有像人们预期的那样不断大幅提升。

如何提高文化“走出去”的质量和效果，让中国文化能够被更多的人发自内心的喜爱，无论从理论层面，还是从实践层面，都需要进行新的探索。在此，请邹教授就以上话题谈谈您的思考。首先，请您谈谈您经常谈及的“文化中国”究竟是怎样的概念呢？

邹广文：我们这里所讲的“文化中国”，是指在全球化语境下，着眼于和谐社会的建构与发展、中华文化的国际竞争力的打造以及全民族现代人文素养的提升所实施的中国文化发展战略。通过“文化中国”的培育，真正以文化的方式向世界说明中国。

我们谈论文化的时候，通常将文化分为三个层次：最表层是形象文化，中间层是行为文化，让人们如何去做的文化。文化的核心层是精神理念文化。现在我们的文化建设，重点做的是文化表层。所以说，外国人看了中国的东西就会觉得很花哨、很热闹，但其中没有灵魂，看了之后并不知道说的是什么内容。美国迪士尼公司的米老鼠和唐老鸭，本身是一部动漫，但却编出了很多作为配套内容的杂志。这些杂志并不仅仅是单纯的漫画册，它里面也传递了很多价值观的东西。也就是说，所有的形象文化，其本身也应该传递着一些文化理念。我们中国有一个词叫做“文以载道”，就这个层面讲，我认

为我们中国文化“走出去”，关键在于第三个层次，即文化理念、文化的价值观念，要“走出去”。在外国人接触中国文化之后，要知道我们的文化形式中到底要表达什么、中国人到底要倡导什么，甚至说反思中国文化对他们本民族的文化来说到底有什么启示和借鉴意义。基于这样的考虑，我们提出了“文化中国”的概念。

中国文化崇尚 “贵和持中，自强不息”

记者：“文化中国”概念的提出有着怎样的时代背景呢？

邹广文：提出“文化中国”的大背景是文化交往的全球化。那么如何理解“全球化”？我认为就是工业文明、资本的逻辑在全球的扩张。所以我们看到，全球化的最基本表征就是经济全球化。但是接下来必然要波及到文化的层次。文化交往的物质形象层次比较容易实现，例如，30年前刚刚改革开放的时候，我们的服装款式与韩国、日本以及西方国家相比差别很大，但是今天就很难看出区别了。但是在文化的理念与价值层面的交流，却是比较困难的。所以，如何从价值层面对我们的文化进行清晰定位这十分重要。这也是我们提出“文化中国”概念的第一个考虑。第二个考虑是，我们的文化实践应该凸显我们的文化个性。而属于中国自己的文化“个



华盛顿“拥抱”羊年春节 美国萌娃体验中国文化

性”，往往是在漫长的历史传统中积淀而成的。所以，我更倾向于从我们中国的文化传统当中提炼中国文化的核心价值。我认为中国传统文化的核心价值可以概括为“贵和持中，自强不息”。“自强不息”强调了我們如何做事，“贵和持中”强调了我們如何为人。在全球化的背景之下，夯实我们和世界交流的文化资本，特别是在文化的核心价值层面，去展示我们可以跟人家对话的、可以亮出去的东西。这是最为关键的。提出“文化中国”的第三个考虑，是对应于“经济中国”而提出的。我们知道30多年来中国的经济取得了巨大的成就。但是对应于“文化中国”，人们会发现，我们突然失语了。中国的经济影响力现在是世界第二，但是我们文化影响力到底怎样，其实连我们自己也心

里没底。就连韩国这样中等规模的国家，它所制造的文化“韩流”，都展现了非常强的文化影响力。所以我觉得，“文化中国”这样一个概念是基于中国文化在全球化发展严峻性的考虑之上的。

文化影响力主要来自于 今日中国对世界文化的贡献

记者：看起来提出建设“文化中国”的确具有重要的实践意义。文化“走出去”已经取得了非常大的成就，但是，要想把工作做得更好，必须无情地反思问题。您又是如何看待当今中国的文化发展所面临的主要问题？

邹广文：我觉得可以从四个方面来谈。第一，当下我国经济与文化的发展不相匹配。目前，中国的经济发展举世瞩目，中

国GDP的一个微小波动，都会引来世界各国的关注。但是中国的文化却没有那么大的影响力。这说明我们的发展理念是有问题的。举个例子，“文化搭台，经济唱戏”曾几何时是一个让我们耳熟能详的口号，甚至成了许多地方政府的执政理念。但是我们很少去反思这一口号有什么问题。我们发展的手段与目的被颠倒了，由此带来了一系列不尽如人意的社会问题。第二，我国的文化创造力亟待提升。这些年，就是我们习惯于“拿来主义”思维，习惯于模仿、照搬、移植别人的东西。不论是形式，还是内容，我们都缺乏文化的自主创新。以我们的汽车产业为例，也基本上是加工层面的“中国制造”，而非品牌层面上的“中国创造”。我们缺乏的是创造意识的培养。我们的电视剧、娱乐节目，甚

至学术研究都存在着抄袭现象。我们正是缺乏了创造的理念，才使得创造力减弱，社会发展的后续动力不足。第三，我们的文化价值诉求有些混乱。我们的文化发展尚缺乏一个可以被我们坚守的公认的价值原则，这导致我们的社会生活缺少主导性的、为大多数社会成员所持守的价值观。现实生活中有太多的问号在困扰着我们，让大家很茫然。生活中太多的问题在等待着我们去回答。第四，中国的文化影响力亟待加强。我们强调文化影响力，一方面是基于我们的传统，但是更主要的是今天的中国为世界文化做了什么？贡献了什么？我们必须承认，至今依然比较缺少原创性的、富有震撼力的文化产品，想一想仅美国的微软和苹果两家公司所生产的产品对中国青少年的影响有多大？我

们还有很长的路要走。中国在经济起飞之后，还需要有文化的繁荣，需要大量属于中国的、具有中国知识产权和发明专利的新思想、新观念、新科技和新艺术的不断问世，以此来提升中国文化在世界的影响力。

记者：那么“文化中国”的提出具有怎样的现实意义？

邹广文：“文化中国”的提出，可以基于以下三个方面的价值关切。第一，“文化中国”不是简单地向后看或历史怀旧，而是指向中国发展未来的，所以要培育“文化中国”的现代视野。这一点所强调的是，对“文化中国”的认识应该理解中国文化当中“活着”的东西，而不是去表现尘封到历史当中的过去时态文化的表达。第二，“文化中国”是一个正在“生成”的过程，不是已经“完成”的静态风景。同时，它也需要每个国人的参与。举一个例子，现在中国人纷纷“走出去”，2013年中国的境外旅游人数达到了9800万。我们应该增强这样一种意识：每一个走出去的中国人都是“文化中国”的一个要素、一张代表中国的名片。但实际情形是中国游客出去所展现的素质并不尽如人意。看起来，文化素质提升还是一个沉重的话题。第三，“文化中国”是在全球文化的交互激荡中逐渐形成的。我们只有在与世界文化的交流借鉴中，彼此相互理解、相互借鉴、取长补短，



如此“创作”

我们的现代文化水平才会有实质性提升。

记者：价值观的对话应当成为当今对外文化交流的主题。那么作为建设中的“文化中国”，又该如何与发达国家和世界多样文明进行对话呢？

邹广文：“文化中国”本来就是全球化环境下生成的，所以与发达国家和世界多样文明进行有效对话是自然而然的。现在，文化的融合，已经成了文化现实性的一个表达。当年英国历史学家汤恩比就提出了一个“挑战—应战”模式。两种文化相遇了，相遇就是对话。但问题是，对话到底怎么形成？费孝通先生曾经提出过一个总体原则：“各美其美，美人之美。美美与共，天下大同。”我觉得非常中肯，今天仍具有重大指导意义。

从具体的操作环节来讲，我觉得还应该有两点要求：第一，是文化自信心的培育。本来我们的文化，从历史上来讲很悠久，但由于曾几何时文化传统的断裂，再加上新时期的市场经济实践，把我们的心态弄得太空浮躁了，我们没有时间去仔细想一想我们的文化有什么可以向世界展示的价值内容，切实增强我们的文化自信心。



2014年，中国出境旅游人数连续第五年以20%左右的速度增长

第二，要夯实文化“走出去”的技术支持。比方说，孔子学院便是一个抓手。世界各地的孔子学院已经将近400家了，但这些家孔子学院清一色都是政府财政拨款。据我了解，孔子学院主要讲授的还是语言，剩下的就是教一些中国功夫和器物文化，还没有实现从“文化输血”走向“文化造血”。以美国的托福考试为例，它一定程度上已经成为一种文化产业，既有可观的经济效益，又传播了美国文化。

记者：面向未来，您觉得在对外传播方面立足于推动“文化中国”的建设，又该怎样着力呢？

邹广文：这可以说是一个面向未来、面向每个中国人的实践话题。也许具体的答案与思路需要在文化实践中呈现。这里我想谈几个要点：首先要注意开掘新文化创造的生命力，增加人的未来意识。开掘新文化创造的生命力还要注意关注民

生，真正融入生活的文化才有生命力，在对时代生活的感受中文化才愈加变得开放、包容，才得以绵延发展；其次要加强中华民族文化传统的自觉认同，要培育对中华民族文化传统的敬畏之心。一个民族向前发展的核心内容及恒久动力恰恰

是来自于本民族成员对该民族内在文化精神以及个性的文化认同。只有在民族文化自觉认同的前提下，不同文化形态间才会达成有效的理解与沟通，形成彼此的相互依赖与尊重；再次要积极致力于公民健康人格、现代人文素养的生成。因为一种文化的力量，最终还是要落实到一个社会的基础层面，健康人格的人应该是具有创造力的、超越自我的人，这应当包括正确的自我意识、乐观向上的生活态度、和谐的人际关系、庄严的道德感、使命感和社会责任感以及开放的文化视野；最后，要自觉守护全社会的民主、公正信念。公平正义的根本点，就是保证不同社会群体都能拥有并享受相同的权利，全社会民主公正信念的坚守正是迈向“文化中国”的内在价值诉求。■

（转载自《中国文化报》
2014年5月26日刊）