

文化强国内涵与实现路径

文化的普世性、文化的吸引力,以及透过娱乐而实现的文化引领,对提升一个国家的文化影响力具有重要作用。我们要通过树立世界先进文化理念、完善四大机制、建设两大工程、引领文化消费方式,实现文化强国建设目标。

□ 邹统钎 吴丽云 阎芷歆

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出,到2035年,我国将建成文化强国。文化强国建设是“十四五”时期的重要任务,而如何科学、高效地建设文化强国尚需要更多的研究和探索。

一、国家文化影响力评价的国际借鉴

文化全球影响力的提升是文化强国建设的重要指标,国际上衡量一国文化影响力的指标大同小异。《美国新闻》(《U.S.News》)每年发布的《全球文化影响力排行榜(Cultural Influence Rankings)》,对各国文化影响力的评价主要选取7个指标:拥有一个有影响的文化(Has an influential culture)、娱乐的文化性显著(Culturally significant in terms of entertainment)、时尚(Fashionable)、快乐(Happy)、现代(Modern)、声望(Prestigious)、引领潮流(Trendy)。美国的《总裁世界》(《CEOWORLD》)杂志在排名2021年最具文化影响力的国家时,主要采用了建筑文明、艺术遗产、时尚、食物、音乐、文学、历史、文化景点和文化普及性等9个指标。美国加州大学公共外交研究中心、英国波特兰公关公司等联合发布的《软实力30强:2019年全球软实力排名(The Soft Power 30——A Global Ranking of Soft Power 2019)》中,文化软实力则采用了文化产品的质量、国际影响力和吸引力等指标进行评价,而视觉艺术、流行文化的输出以及国际旅游人数等也是其中重要的评价内容。从前述相关评价指标可以看出,文化的普世性、文化的吸引力,以及透过娱乐而实现的文化引领,对提升一个国家的文化影响力具有重要作用。

二、文化强国的内涵

借鉴佛利德曼、萨森与卡斯特尔思的世界城市中心理念,判断一个世界城市的标准不是它拥有多少资源,而是全世界多少资源是经过它调配的。笔者认为,文化强国的重要标志不是它拥有多少文化资源,而是它是不是世界文化要素的调配中心或者说是不是世界文化枢纽(Culture Hub)。一个文化强国是五大高地:文明高地,是世界先进文化的发祥地,能够引领全球文化发展的潮流,是现代文化风向标所在地;文化人才高地,拥有高质量的文化生产者和传播者,如诺贝尔文学奖获得者、大思想家等,同时也有普罗大众所广泛接受的国际化文化网红等;文化资源高地,拥有最具影响力的文化资源,是文化地标的集聚地,是世界文化中心城市、世界文化地标等的集聚地;文化产业高地,是全球文化企业的总部基地,拥有最繁荣、最具影响力的文化企业;文化交易高地,是全球文化市场的交

易中心,是现代文化产品的集聚地和输出地。

从政治角度,文化强国体现在一国在国际上已经占据了文化发展的制高点,在激烈的国际竞争中能够赢得主动权。从经济角度,文化强国是指文化与发展深度融合,文化产业成为国家经济的支柱性产业。如美国文化产业总产值占GDP的比重超过28%,日本是20%左右,欧洲平均在10%—15%之间。文化产业在国民经济中占有举足轻重的位置,也是美国最重要的出口产业。我国文化产业增加值占GDP的比重仅为4.5%,与欧美部分文化强国相比还有很大差距。

从科技角度,文化强国体现在文化与科技发展紧密结合,高新技术与新媒体的广泛出现和应用大大提升了一国文化在全球的传播速度、传播广度和传播深度,文化传播力和影响力大大增强。借助于信息技术、数字技术、互联网及移动互联网,文化的传播方式更加多元、立体、生动。李子柒所体现的中国文化元素在海外走红,也是科技与文化融合产生的结果。而美国借助其在第五次信息技术革命中的领先优势,推动美国文化消费观念和文化产品在全球流行。

从民族角度,就我国而言,文化强国体现在中华民族共同体意识形成,齐心协力建设中华民族共有精神家园,以社会主义核心价值观为引领,树立和突出各民族共享的中华文化符号和中华民族形象,增强各族群众的中华文化认同感,中华民族高度团结,中华民族文化自信大幅提升。

当前,部分文化强国已经在全球形成了其鲜明的文化特色,并向全世界输送其文化消费观念和文化产品。如美国的影视、主题乐园及其自由精神,法国的博物馆、电影节和浪漫主义精神,英国的戏剧、体育和绅士精神等,都在全球输出。中国的文化精神和价值观,也正在向全世界进一步传播。

三、文化强国的实现路径

(一)树立世界先进文化理念

要成为世界先进文化的生产者、文化消费的引领者,世界文化要素的调配中心和交易中心,不断增强中国文化的国际认同度。要加快推进文化的国际化进程,创建并参与文化类的国际组织,积极推广中国的文化产业、文化行业标准。要发展世界性的文化产业,打造一批具有国际影响力和竞争力的文化企业,形成一批为全世界消费者所广为接受的文化产品和文化服务品牌,不断提升中华文化的全球渗透力。

(二)完善四大机制

完善文化锚定物化机制。首先,文化强国建设需要锚定社会主义核心价值。社会主义核心价值观

凝聚了中华优秀传统文化、红色革命文化和社会主义先进文化的精髓,描绘了美好生活的价值理想,反映了全面建成社会主义现代化国家的价值目的,应逐步发展成为世界人民更加广泛认同和更加乐于接受的价值观。其次,通过中华文化的物化机制,把我们的核心价值观转化为可物化的内容和产品,以润物细无声的方式为全世界人民所逐渐接受,在更大范围、更大程度上传播中华文化和中华精神。可通过中国美食、影视、文学作品、服装、游乐产品、音乐、动漫、游戏等各种形式,突出潮流性、时尚性和年轻人所喜爱的元素,将社会主义核心价值观融入其中,通过民众的广泛参与,在娱乐和消费中逐渐实现中华文化的全球渗透和传播。

坚持文化遗产的生产性保护和利用机制。要“活化”文化遗产,加强文化遗产的创造性保护和利用。借助科技和创意,创新文化遗产保护的数字化,利用的多样化,并形成可参与、可体验的文化遗产旅游产品和服务,以及带有文化印记的文创商品。对非遗实现生产性保护,扶持非遗传承人,保护其生存的社会经济环境,并借助科技、创意和旅游,让非遗能以更加多元的形式存在和发展,并为大众提供更多近距离了解、体验、感受非遗的机会。

创新文化产品娱乐化衍生机制。寓教于乐是文化强国文化传播与实现社会认同的重要路径,需要把严肃、深刻、含蓄的文化思想通过娱乐化的手段形成在社会得到广泛接受与普及的产品。构建“文化IP—主题乐园—游戏—玩具—服饰—其他衍生品”的文化产品娱乐化衍生机制。充分挖掘已有的或新创的电影、电视剧、文学作品等各类文化IP,将文化IP进行娱乐化改造,使之成为更具影响力的IP系列品牌,并以此形成主题乐园、游戏、玩具、服饰、用品等各类衍生品,通过文化的娱乐化生产,以娱乐消费拉动经济发展,并在娱乐中渗透式传递主流的文化价值观。

优化文化和旅游融合机制。构建文化资源保护和旅游利用协同机制,以旅游促进文化资源的保护和可持续利用;形成文化价值的旅游共创机制,使游客参与文化价值创造;形成文化市场的旅游推拉机制,实行文化差异性旅游开发,鼓励文化演绎者根据市场需求对文化内涵进行创新,完善配套旅游设施与服务,构建文化和旅游的推拉机制,实现文化的市场价值;形成文化思想的旅游传播机制,以文塑旅,以旅彰文,大力拓展文化交流性旅游活动,吸引各地文化旅游者,提升文化旅游产品竞争力,提升国民大众的文明旅游水准,使全民成为文化使者。

(三)建设两大工程

中华文化标志工程。实施文化IP战略,建设21世纪中华民族的文

化共同体,构建中华民族共同的精神家园。整合具有突出意义、重要影响、重大主题的物质和文化资源,实施公园化管理运营,形成中国国家文化公园体系,统筹世界文化遗产、全国爱国主义教育示范基地、全国重点文物保护单位、国家级烈士纪念设施保护单位、全国红色旅游精品线路经典景区、国家历史文化名城和中国历史文化名镇名村、国家级风景名胜区分区等建设管理,构筑中华文化的重要标识。

文化数字化工程。加快文化新型基础设施建设,提升文化装备的数字化生产能力,加速文化资源的数字化转化和存储利用,推动数字文化新业态、新模式、新平台、新产品、新服务的快速发展,形成数字文化产业体系。构建数字文化产业生态圈,形成文化遗产保护、文化生产、文化传播全链条数字化,通过文化产业的数字化工程,实现中国建设文化强国的弯道超车。

(四)引领文化消费方式

要优化文化生产、刺激和指导文化消费。文化产业属于消费驱动型产业,其健康发展取决于文化市场的健全和完善。在文化产业发展过程中,要培育消费市场,掌握文化需求心理与热点,引导消费者,形成健康文明的消费导向,形成文化产业可持续发展的动力机制。应充分考虑用户需求,在进行文化生产时应坚持政府主导、社会参与、群众共建共享,避免因信息不对称产生无效的文化生产,使得文化产品无法转化为市场价值。要创新文化生产,推出有特色的文化活动和文化内容,刺激居民文化消费。只有提高文化生产水平,缩小与国际上文化产业发达国家的差距,才能够更快地提升文化产业的竞争力。政府可以利用好中国的文化资源优势,大力发展“夜间经济”,刺激城市居民的夜间文化消费,推广中国式生活方式,如广东的早茶、夜宵等;可借鉴“伦敦文化区”的经验,在吸引国内外游客的同时,推动社区文化发展,拉动当地居民和游客的文化消费。

要完善收入分配和文化补贴制度,促进文化消费。提高收入是增大需求的主要途径,要完善收入分配制度和社会保障体系,努力提高居民收入特别是中低收入群体的收入水平。针对居民文化娱乐消费占总支出的比重和文化娱乐消费占游客消费的比重较低的问题,政府可以通过购买服务的方式,增加公益惠民文化活动供给,拓展文化消费补贴方式,激发文化消费活力,如通过发放文化惠民消费券的方式,增加对市民进行知识付费、在线教育、在线演出和网络视听等新型文化消费的方向补贴力度。

(注:本研究得到国家社会科学基金艺术学重大项目《国家文化公园政策国际比较》[20ZD02]资助。)

(作者单位:北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院)

●“旅游是一种生活方式,更是一种学习方式和成长方式”笔谈

旅游是一种唤醒文化自觉的成长方式

五千年的历史文化沉淀出中华民族的精神文化家园,旅游是中华民族文化认同的重要渠道,为旅游者建立个人的文化身份认同并与国家民族认同相连接提供了平台和实践通道。

□ 钟晟 欧阳婷

旅游是一种在文化体验中完成自我主体性重构的过程,对人的身心全面健康成长十分重要。旅游作为一种成长方式,其重要价值之一体现在唤醒个体的文化自觉,进而促进群体的文化自觉。所谓文化自觉,是对文化的自我觉醒、自我反思和理性审视。费孝通先生指出:“文化自觉是一个艰巨的过程,只有在认识自己的文化,理解并接触到多种文化的基础上,才有条件在这个正在形成的多元文化的世界里确立自己的位置。”群体的文化自觉建立在个体文化自觉的基础上,只有实现群体的文化自觉,才能更加坚定文化自信,培育文化认同,铸牢中华民族文化共同体意识。因而,旅游作为一种唤醒文化自觉的成长方式,不论是对个人成长,还是国家文化事业发展都有重大意义。

一、在文化场景体验中激发文化自觉

旅游活动是一种跨越时空的文化场景体验,“读万卷书,行万里路”的过程就是一个在宏大时空场景中唤醒文化自觉的过程。我国幅员辽阔、历史悠久、文化多元一体,广阔的地理空间、悠久的历史时间、深厚的文化底蕴共同构成了一个宏大的时空场景,只有在这样的场景中跨越空间、跨越时间、体验文化,才能建立起对中华文化特质的深刻认识。五千年的历史文化沉淀出中华民族的精神文化家园,旅游是中华民族文化认同的重要渠道,为旅游者建立个人的文化身份认同并与国家民族认同相连接提供了平台和实践通道。

旅游在文化场景体验中激发文化自觉主要通过三种方式:一是跨越空间的体验。“孔子登东山而小鲁,登泰山而小天下”,只有具备宏大的视野才能培育深厚的家国情怀,从江南水乡到西北大漠,从椰风海韵到林海雪原,游历了不同的地理空间场景方能加深对中华文化多元一体、家国同构的深刻理解。二是跨越时间的体验。文化自觉建立在认“根”(也就是自己所处文化身份的起源、形成和演变)的找寻与继承上,通过旅游体验的过程与古人对话,观照现实和未来,进而建立起深刻的文化身份认同。三是深度的情景交融体验。在旅游者情景交融的深度体验中,个体的“小我”可以完全融入于历史时空的“大我”之中,进入物我两忘的境界,激发起超越时空的精神共鸣,如登上滕王阁,看到“落霞与孤鹜齐飞,秋水共长天一色”,不禁神追千年,与古人对话,形成一种深刻的文化感悟。

二、在跨文化交流中深化文化自觉

文化自觉不仅体现在对自身文化身份的深刻认识与认同,同时也体现在对“他者”文化的理解、尊重与交流互鉴之中。习近平总书记指出,“文明因交流而多彩,文明因互鉴而丰富”“旅游是不同国家、不同文化交流互鉴的重要渠道”。

费孝通先生认为:“文化自觉的含义应该包括对自身文明和他人文明的反思,对自身的反思往往有助于理解不同文明之间的关系。”同时,费先生将其对文化自觉的认识集中概括为“各美其美,美人之美,美美与共,天下大同”十六字,这既是实现文化自觉的方式,也是文化自觉的目的:深刻认识自己的文化,理解尊重其他文化,促进文化交流互鉴,进而实现文明共存,构建命运共同体。

因而,从跨文化的角度来看,旅游的跨文化交流体验是深化文化自觉的重要方式。一是在不同地域空间的旅游过程中,通过多民族文化的交流和体验,能够更加深刻体会中华文化的博大精深、中华民族多元一体的文化特性,培育中华民族文化共同体意识。二是在旅游的主客交流过程中,可以不断地加深旅游者和目的地文化的相互交融和理解,促进旅游者和目的地居民之间的双向文化自觉。三是在出国旅游与世界其他文化的交流过程中,可以培养开阔的胸襟和博大的胸怀,理解、尊重、包容世界多元文化,取长补短、交流互鉴;同时通过“他者”的视角,进一步加深对本民族文化的认识和理解。

三、深化文化和旅游融合,培育文化自觉

培育文化自觉是坚定文化自信的必由之路。近代以来,由于受到西方文化的强势冲击,我国开始了艰难而曲折的文化自觉之路,不管是“文化自卑”还是“文化自负”,都是不健康的文化心态。从洋务运动到新文化运动,再到改革开放,都是广泛吸纳世界其他先进文化,重新认识和发展本民族文化的过程。进入新时代,围绕建设社会主义文化强国的时代使命,培育文化自觉,坚定文化自信,要进一步深化文化和旅游融合,充分发挥旅游的文化价值和作用。

一方面,要深刻认识旅游的文化属性。改革开放以来,旅游业长期被看作是重要的经济产业,客观上促进了旅游业快速发展,但也一定程度上导致了对文化的忽视,因而有必要深刻认识旅游对于激发文化自觉,坚定文化自信,培育文化认同,铸牢中华民族文化共同体意识的重要价值。

另一方面,要充分发挥旅游培育文化自觉的功能。大力发展文化旅游,红色旅游、研学旅游,加强旅游景区和旅游产品的文化内涵建设,深化旅游体验,提升旅游品质,促进旅游对优秀文化的保护传承弘扬;通过旅游促进民族文化的交流交往交融,树立和突出各民族共享的中华文化符号和中华民族形象,铸牢中华民族共同体意识;大力发展入境旅游,通过旅游不断促进我国与世界其他国家文化的交流互鉴,突出强化中华文化的世界影响力;同时,建设具有中国特色、中国精神、中国话语权的旅游科研教育体系。

(注:本文系国家社科基金艺术学重大项目“促进文化和旅游融合政策创新研究”[20ZD01]阶段性成果。)

(作者单位:武汉大学国家文化发展研究院)

公正合理保护,既严格保护知识产权,又防范个人和企业权利过度扩张,确保公共利益和激励创新兼得”。公共图书馆作为公共利益的载体,开展了大量保护知识产权,合法合规利用知识产权的工作。以国家图书馆为行业引领,建设了一批中国盲人数字图书馆等服务项目,开展了公共文化资源版权征集、文化扶贫版权征集、公有领域图书资源版权筛查与甄别等多项重点工作,制定了一系列知识产权管理方面的业务工作规范。通过知识产权工作的制度化和规范化发展,图书馆资源建设与服务整体质量水平得到了提升,资源与服务知识价值更加突出。

近期,文化和旅游部、国家发展改革委、财政部联合印发《关于推动公共文化服务高质量发展的意见》,提出要“加强智慧图书馆体系建设,建立覆盖全国的图书馆智慧服务和管理架构。相关建设将提升知识组织、加工、存储、传播、服务等方面的“图书馆智慧”,全面激活创新创造过程中的“用户智慧”,这将是一次公共图书馆管理和服务理念到方式的全面革新。我们衷心希望,随着图书馆人的不懈努力,在社会各界的关注和支持下,困扰公共图书馆的著作权问题将能够在智慧图书馆体系建设中得到根本性解决。

(作者单位:国家图书馆)

□ 孙伯阳

公共图书馆是向社会公众免费开放,收集、整理、保存文献信息并提供查询、借阅及相关服务,开展社会教育的公共文化设施。我国公共图书馆作为社会主义公共文化服务体系的重要组成部分,以传承发展中华优秀传统文化、继承革命文化、发展社会主义先进文化为使命,为公民自由获取和利用信息提供保障。图书馆收集知识、保存知识、传播知识、引导创造新知识,知识产权问题对图书馆至关重要。自现代公共图书馆诞生之日起,知识产权特别是著作权的私权利和公共利益就围绕图书馆不断进行博弈,《中华人民共和国著作权法》所规定的各种矛盾最后几乎都会和图书馆产生关联。

随着信息网络的不断发展,公共图书馆面对着严峻的著作权问题挑战。通过查询中国裁判文书网,可以看到近5年来,全国各级法院受理的公共图书馆著作权侵权案件(含一审、二审和再审案件)过千件次,公共图书馆频频因著作权侵权走上被告席,这些案件中公共图书馆大部分是因为其他主体侵权而作为共同被告。近年来,数字化、网络化环境下公共图书馆的复制、参考咨询、文献传递等传统服务业务,以及馆藏资源数字化馆内服务和互联网馆藏数字化资源揭示服务

●“全面加强知识产权保护 推动构建新发展格局”——聚焦全国知识产权宣传周

做好公共图书馆数字化服务的著作权保护工作

国家立法机关和司法机关应对公共图书馆代表的社会公共利益增加关注,在涉及公共图书馆知识产权纠纷的案件中能够做到法律、政治和社会影响的三者统一,为公共图书馆履行职责、充分发挥其社会作用提供法律保障和支撑。

也逐渐被一些版权代理机构提出质疑甚至提起诉讼,将公共图书馆作为直接被告,以私权利益向公共利益发起挑战。

公共图书馆数字化服务,从资源的来源角度主要可分为外购数字资源服务和自建数字资源服务。目前涉及公共图书馆的著作权侵权案件主要集中在外购数字资源服务方面,在此类案件中公共图书馆主要是因为数据库商的侵权行为作为共同被告,图书馆的合理注意义务被无限放大,法官认为图书馆应对所引进的商业数据库海量作品从作者到最终用户每一环节的版权授权情况逐一审查,但实际工作中,图书馆只能要求数据库商承诺所有资源无版权瑕疵并对作品进行部分抽查,无法承担对商数据库资源穷尽审核的责任,既没有相应的财力和人力支撑,也不符合通过购买商业数据库来解决侵权问题的商业原则和初衷。在这种情况下,一旦公共图书馆购买的数据库出现个

别盗版作品或侵权作品,在提供服务时图书馆就将面临承担连带侵权责任的风险,甚至如果图书馆是在自身建立的资源整合服务平台提供服务,还可能被判定为以分工合作方式共同侵权。

而在自建数字资源服务方面,若公共图书馆只是对公版数字资源进行服务,则难以满足当今社会人们日益增长的文化需求,只能变成古籍数字图书馆或者近代文献数字图书馆,公共图书馆也无法有效发挥其促进社会主义先进文化发展的法定职责。而公共图书馆一旦准备对著作权未进入公有领域的馆藏近现代文献资源进行数字化和服务,就要受到我国《信息网络传播权保护条例》的严格限定,必须具备“已经损毁或者濒临损毁、丢失或者失窃,或者其存储格式已经过时,并且在市场上无法购买或者只能以明显高于标定的价格购买的作品”等条件,图书馆才能提供数字化替代服务。同时,加之司法机关在已有案例中往往

又忽略了具有记录保存国家出版文献信息职能的国家级和省级公共图书馆的特殊性,认为图书馆只要纸质文献尚在就不可以进行数字化替代服务,这就造成了图书馆如果不能保存好图书文献就是未履行好法定职责,对图书文献进行数字化替代服务以使其更好保存就是侵权的尴尬境地。以上问题使得公共图书馆在外购数字资源和自建数字资源方面都存在较大法律风险,陷入两难境地。

面对这些问题,需要国家立法机关和司法机关对公共图书馆代表的社会公共利益增加关注,修订完善相关知识产权法规和进一步对现行法规政策进行解释说明,在涉及公共图书馆知识产权纠纷的案件中能够做到法律、政治和社会影响的三者统一,为公共图书馆履行职责、充分发挥其社会作用提供法律保障和支撑。同时也需从源头上加大出版机构和作者之间授权方式的改革,对传统的纸质图书出版时代的授权模式进行优化调整,

将出版机构和作者的权利有机统一,充分发挥文著协、音集协等著作权集体管理组织的作用,降低信息网络传播权获取、审核的难度。公共图书馆从业者也需要进一步加强对知识产权的重视,在馆藏资源体系建设过程中配套建立相应的知识产权管理体系,选择合法合规、负责任的数据商,做到服务有授权,管理有依据,严格遵守“先授权后使用”的基本原则,制定更为合理的服务模式和服务政策。权利人应提高对公共图书馆合理使用的宽容意识,知识产权的价值随着传播而不断增大,公共图书馆目前提供的各项服务不但不会实质性侵犯权利人的实际利益,反而通过适度的揭示和服务扩大了作品的影响,增加了作品的价值,权利人应给予公共图书馆更多的理解和包容。

习近平总书记2020年11月30日在十九届中央政治局第二十五次集体学习讲话中特别强调,知识产权保工作“要坚持以我为主、人民利益至上、