

开启现代化新征程:文化建设国际化的战略路径

李程骅, 胡小武

(南京大学 社会学院, 江苏 南京 210023)

[摘要] 我国开启现代化新征程,以社会主义文化的繁荣昌盛涵养文化现代化的内涵、展现文化现代化的新风采,必须树立文化建设的国际化战略,发挥好地方先进文化在提升国家文化软实力中的重要作用。江苏作为经济大省和文化大省,在推进文化建设现代化、国际化行动中,将以锻造高水平开放的文化国际化空间、建构高认同的文化国际化标识品牌,不断推出具有国际影响力的文化精品,以及深化拓展“广域通路”的全球化文化营销,持续提升江苏及长三角地区文化的国际影响力,为建设现代化的文化强国做出新的更大的贡献。

[关键词] 现代化; 新征程; 文化建设; 国际化; “江苏路径”

[中图分类号] G127

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-6973(2020)04-0034-08

现代化是世界发展中国家的共同梦想。党的十九大报告明确提出,我国在决胜全面建成小康社会之时,必须乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程。我国从实现全面建成小康社会的目标,到开启社会主义现代化新征程,不是对过往的简单延续,而是意味着一种历史性的转变、跨越和飞跃。“现代化”代表的是精神与物质高度一致,体现为人是能动的人、全面的人,人与社会全面发展的全球共识和国际潮流的目标追求。^{[1]287}这就决定了我们开启的现代化新征程,必须以更宏大的战略、更宽广的视野、更开放的胸怀、更科学的路径,来不断深化文化自信,开辟人与社会全面发展的新境界,以社会主义文化的繁荣昌盛涵养文化现代化的内涵、展现出“社会文明达到新高度”的文化现代化的新风采,从而实现从文化大国向文化强国的新跨越。

一个国家的文化国际化战略的实施、文化软实力与影响力的提升,离不开地方先进文化的协同推进和先行探路。江苏作为经济大省、文化大省、科教大省,历史文化资源丰富,外向型经济发达,科教文化、文学艺术、哲学社会科学、文化创意、科技研发等领域基础好、实力强、交流广,推进文化国际化战略有着明显的优势,过去一直在对外文化交流、讲述“中国故事”中承担着重要的角色,作出了重要贡献。在高水平全面建成小康社会的高起点上,率先开启现代化新征程,江苏推进文化国际化发展,践行探索性、创新型、引领性的责任,将以更高的站位、更多的文化精品、更精彩的文化活动、更有影响力的文化品牌,来展现新的担当使命,在主打江南文化牌、文学艺术交流、科教文化传播、文化旅游国际化推广、人才国际化等方面,将会为江苏和长三角地区的区域现代化提供多维支撑,为社会主义文化强国建设注入更多的国际化、现代化元素,在江苏的丰厚文化土壤上矗立更多代表国家、融入世界的文化标识的精品力作。

一、锻造高水平开放的文化国际化空间

国家现代化是建立在区域发展现代化的基础之上的。现代化是一个多维度的历史进程,包括了基础设施的现代化、工业现代化、农业现代化、科学技术现代化、城市现代化、人的现代化等人类社会的全面进步与现代化的发展进程,但最核心的是文化国际化的牵引。在坚持文化自信的新时代,国际社会需要通过中国

[收稿日期] 2020-03-18

[基金项目] 本文系中央马工程重大项目暨国家社科基金特别委托项目“全面建成小康社会的文化方略研究——改革开放以来江苏文化强省建设的实践探索与启示”(2018MSJ010)成果之一。

[作者简介] 李程骅(1964—),男,江苏徐州人,南京大学社会学院博导、兼职教授,江苏省中国特色社会主义理论体系研究中心特聘研究员。胡小武(1976—),男,江西新余人,南京大学社会学院副教授,博士。

文化来理解中国的外交政策根源和意图,中国也需要借助文化来向世界展现中国追求和平发展的决心。“中国文化国际化就是要使中国文化与国际接轨,被世界主流文化所认同、接纳,并借文化增强国家软实力,实现国家利益最大化。”^[2]

一个区域的文化国际化发展进程,在很大程度上表现为本区域文化全要素体系的全球化认知、生产、传播与反馈过程。文化既是民族的,也是世界的。文化与文明的互鉴是人类社会长期发展形成的一种必然过程与客观后果。“文明是包容的,人类文明因包容才有交流互鉴的动力。……历史告诉我们,只有交流互鉴,一种文明才能充满生命力。只要秉持包容精神,就不存在什么‘文明冲突’,就可以实现文明和谐。”^[3]文化国际化从早期的人际传播与交往,逐渐发展成为信息化传播与交流的新时期。特别在互联网社会的条件下,文化的国际化愈加朝着更快捷、更深度、更多元、更大规模的方向发展。当前世界的文化交流十分活跃,各个国家、地区、城市、组织都在推动世界文化交流活动,文化国际化也是国家级双边交流合作的重要内容。

文化国际化是面向世界的一种文化交流传播活动。随着全球化的持续推进,各国人民在文化领域的交往、交流将会呈现更加深入、更全方位化与更多层次化。中国正在持续推动改革开放,高质量发展带来文化大繁荣,官方和民间所推动的文化艺术、教育、旅游服务等领域的国际交流与合作,为中国走向国际化舞台,打开更宽阔的大门。江苏历史文化底蕴深厚,是文学艺术、文化人才、哲学社会科学研究资源、文化产业资源大省,文化竞争力在全国处于第一方阵。同时,江苏省因为地处长三角世界级城市群的腹地,属于东部沿海开放地区,拥有开放型、国际化、全球化的便利基础设施,是经济、贸易、文化国际化的优势省份,拥有文化国际化的空间区位优势,决定了其文化走向国际化的起点高,力度强。从对外开放通道来看,由于地处东部沿海与长江下游地区,江苏具有面向世界的海上运输便利通道,境内港口有数百条直达全世界各地的海上运输线路。江苏拥有南京禄口国际机场等五大国际机场,同时毗邻上海,与上海虹桥机场、浦东国际机场实现高铁、地铁和高速无缝连接,拥有非常发达和便利的国际空港交通体系。随着“一带一路”和长三角一体化、长江经济带等国家战略的实施以及江苏自贸区建设的落地,江苏省将迎来空前的经济发展、对外开放的区位优势,这为文化国际化奠定了扎实的经济基础和动力保障。

江苏文化国际化具有明显的人文区位优势。江苏是中国古代文明的重要发源地之一,是吴文化、江南文化、楚汉文化的主要发祥地,现拥有 13 座国家历史文化名城,总量在全国各省份中排名第一。江苏拥有三处世界物质文化遗产,分别为苏州古典园林、明清皇家陵寝、中国大运河江苏段。江苏拥有联合国教科文组织“人类非物质文化遗产代表作”10 项,位列全国第一。国家级非物质文化遗产名录 108 项,国家级非物质文化遗产代表性传承人数量居全国第二。另外,江苏拥有近 4700 多项省、市、县级非物质文化遗产,总量在全国名列前茅,是中国非物质文化遗产的第一方阵。此外,江苏省拥有全国总量排名第一的高等教育资源,建有多所高水平的大学。江苏拥有 5A 级景区 23 家,全国第一。从古代文明发源地、文化遗产、高等教育、5A 景区等文化资源数量分布来看,江苏的人文区位优势十分突出,在全国处于第一方阵,这是江苏文化国际化战略的最核心的资源。

江苏文化国际化的国际交流基础优势突出。在文化国际化交流和传播领域,江苏一直保持着积极、活跃、高频的局面。改革开放以来,江苏省内举办过大量的面向全球的国际化的文化、艺术、体育、经贸的大型会议、论坛、展览项目。苏州曾举办过“第八届 APEC 财长会议”“中国经济增长论坛”“第 28 届世界遗产大会”“第 28 次科联大会”“第二届世界健康城市联盟大会”“中国—东盟知识产权局局长会议”“中国—东盟新闻部长会议”“亚投行第二届董事会非正式会议”等数百场重要的国际性会议。南京举办过亚青会、青奥会、第四届世界城市论坛、国际智能制造大会、江苏发展大会和国际足球赛、国际马拉松比赛、青少年国际象棋大赛等一大批重要的国际性会议和体育赛事。江苏城市的国际化营销推广也越来越频繁。南京、苏州、扬州、无锡等城市在世界多地开展了相应的主题日活动,推动了文化、旅游与经贸的广泛交流。另外,江苏还有数万名外籍常住人口,来自全世界 100 多个国家和地区,他们分布在江苏省各个重要城市,不断开展近距离的面对面的交流与互动。总体来看,江苏走出了一条宽领域、多层次、广覆盖的文化国际化之路。

尽管江苏具有文化国际化的多重比较优势,但对照开启现代化新征程的高要求与建设具有国际影响力的文化创新示范区目标,依然存在明显的短板。其一,缺失文化国际化的顶层设计与政策规划。从目前来看,对外开展文化交流,依然是下辖各设区市各自为阵,以单一城市为主体“走出去”,比如南京开展的“纽约南京周”“米兰世博会南京周”等单一城市的文化推广活动,总体预算有限、规模有限、效果有限,很难发挥出

一个省级政府层面打造的各种“江苏周”“江苏日”的整合效果。其二，江苏的文化国际化活动尚没有发挥出公共外交的作用，海内外的社会力量动员不足，这主要是由相关对外文化交流中心或协会组织的文化艺术交流活动，显得主题单一，功能单一。其三，畅通的文化国际化渠道还有待拓展。改革开放以来，江苏在国际上建立的友好城市主要集中在世界最发达的国家、地区，比如纽约、洛杉矶、旧金山、伦敦、东京、米兰、巴黎、汉堡、多伦多等城市，而中美洲、南美洲、南亚、中东及阿拉伯地区、中东欧、非洲以及欧洲其他一些小国，尚未能有效覆盖，这使得江苏文化国际化的视野受限，没有实现真正全球化的普遍性交流和推广的功能。此外，江苏文化国际化主要是搭经贸活动“走出去”，而除了南京、苏州等少数城市外，大多缺少将国际文化资源“引进来”的能力和渠道，省内城市也无法开展其他国家的文化主题日。毕竟，文化国际化是一种双向的交流与互动，“走出去”与“引进来”都是一种文化交流与传播，单向的交流和传播很难推动一种全面、深度、可持续的文化国际化进程。

在高起点上开启现代化新征程，借助多重国家战略平台，为江苏的文化国际化提供了新机遇、拓展了新空间。江苏的文化强省建设、文化国际化行动，在自觉主动地对接“一带一路”、大运河文化带建设、长三角区域一体化等国家战略中，将会打造出一系列高水平文化交流展示平台，制作出一批批高质量的文化精品。其中，做强“一带一路”原创文化将会成为新的亮点。“一带一路”展现了中国对外开放的新气魄，也给江苏文化国际化带来了全新空间。江苏是“一带一路”的交汇点，文化资源的挖掘、文化精品的制作、文化交流活动的推进可以产生国际性的影响。到目前为止，已经有 140 多个国家和组织参与到了“一带一路”倡议当中，而且有 40 多个国家和组织已经与中国签署了合作协议。江苏作为经济大省，截至 2018 年末，共有 1700 余家企业赴“一带一路”沿线投资，合作范围覆盖沿线 64 个国家中的大多数国家。苏企在“一带一路”沿线国家投资持续保持高增长态势，在柬埔寨、埃塞俄比亚等地建设的 6 家经贸合作园区已成为江苏形象的国际化新标识。

江苏高等教育资源发达，可以接受更多的来自“一带一路”沿线国家的留学生和访问学者。江苏的高校学术资源发达，国际学术交流网络遍布世界，可以通过联动的方式，协同在海外推介“江苏周”等活动。江苏也是旅游大省，大规模的出境游人群也可以充当文化传播的志愿者，在“一带一路”沿线国家推广江苏的文化旅游产业与服务。江苏的文化艺术资源丰富，可以为“一带一路”沿线国家的文化交流提供丰富的交流项目。总的来说，“一带一路”给江苏文化国际化创造了全新的“走出去”和“引进来”的发展空间，更为江苏参与“一带一路”的文化交流提供了大量的机遇。建功新时代，在区域一体化、高水平开放的条件下重塑文化国际化的新空间，全力打造“精彩江苏”文化品牌，也将为高质量推进“一带一路”交汇点建设营造良好的人文环境，实现江苏及长三角世界级城市群的高质量发展与文化国际化。

二、建构高认同的文化国际化标识品牌

文化国际化是推动文化信息、资源和要素在全球范围内不断流动、传播、互动的过程，是在高度开放的进程中不断提升发展水平的过程。在新一轮高水平开放的背景下，江苏的文化国际化需要在建设长三角世界级城市群的战略引导下，以自身的经济实力、文化资源、创新能力进一步彰显在建设长三角世界级城市群中的人文区位，率先建立代表新时代文化建设、文明高度的具有符号意义的“江南文化标识区”，并以赓续江南文脉为己任，在长三角区域发展一体化的大战略中强化文化认同，面向世界宣示江苏在江南文化标识区中的显示度，促进文化国际化能级水平的提升。

鉴于江苏文化国际化的比较优势和不足，还需要持续更新江苏文化国际化战略的创新理念，优化文化国际化的推进路径。从区域现代化与文化现代化的互动互为的角度来看，江苏的文化国际化必须基于长三角地区高度的对外与对内开放，同时又要展现在文化发展与创新中的引领功能，在这块文化高地上映现出鲜明的江苏文化标识。江南文化是长三角地区三省一市共有的文化血脉，而江苏从历史到现在，在地理空间和文化区位上始终占据着江南文化中心的位置，完全具备以“江南文化”重构长三角城市群国际化“地域文化”标识的基础和实力。长三角区域一体化国家战略是基于长三角城市群的空间位势来设计的，作为世界第六大城市群，长三角城市群也是我国城市化程度最高、城镇分布最密集、经济发展水平最高的地区。在长三角一体化发展上升为国家战略之后，随着城市群内要素流动的进一步自由化、一体化，长三角城市群将会加速成为世界意义上的超级城市群，不仅是引领中国加快发展的重要增长极，也是推动世界经济发展的引擎。特别是以新型自贸区为平台与国际投资贸易自由化便利化制度体系的接轨，会进一步吸引各种国际资源和

高端要素的聚集,大批具有全球视野、通晓国际规则、掌握世界领先技术的高层次人才和创新创业团队的引进和培养,将催生出更有创新力的区域文化和文化创新精神。

无论是基于长三角世界级城市群的高水平对外开放的战略布局,还是长三角一市三省一体化的策略实施,都决定了上海这个“全球城市”和“亚太门户城市”能级的持续极限化,会聚集更多的优秀人才前来,展现创新创造的才华与活力,为区域文化的发展创新注入持久的动能。江苏在长三角地区经济体量第一,拥有的城市数量和人口规模也是绝对第一,但在全球城市体系中,江苏的主要城市南京、苏州以及沿江城市群,在经济发展质量和国际化影响等方面,和上海公认的国际化大都市相比,还是存在较大差距的。那么,如何在长三角核心区的一体化大空间里,最大限度地借助上海的极化效应,为江苏自身获取更多的国际关注度,同时也为上海高质量发展提供更多协同力量?共铸具有国际影响力的“江南文化”人文区位成为推进区域一体化和高水平对外开放的理性选择。作为一个快速增长的世界级城市群,长三角城市群作为地域空间的板块,除了地理空间基础上的经济空间增长与深化之外,还需要一个国际化的文化标识,纽约、旧金山、东京等城市就具有很强的代表性。同样,作为一个高水平对外开放的经济大省、文化大省,江苏也需要一个国际上高认知度的文化符号。在这样的综合考量下,长三角区域一体化的深度推进,让江苏与上海联手打造具有世界认知度的江南文化示范区,不仅具有区域层面的条件,更是新时代建构高水平现代化样板区的责任担当。从目前来看,长三角城市群核心区域内的15个城市,正是承载江南文化的主体地域,江苏的空间范围最大。因此,“在长三角一体化国家战略构建中,江苏省可以率先精细定位并认证“江南文化标志区”的空间区域。”^[4]以江苏为主,联动上海、浙北地区乃至皖南地区的相关城市,建构与培育一种全新的文化记忆标识和文化资本认知。文化江南的内涵包括社会安宁、经济发展和文化兴盛^[5],自古江南便孕育了一种典型的“地域文化情愫”,江南的富裕、崇文重教、勤劳、雅致、文化繁盛、文人辈出、豪迈的家国情怀等都在各种文学、历史、诗歌中不断深化和刻画,从而培育了一种中国本土文化体系中非常鲜明的“江南文化”。无论从空间还是从时间的维度来审视,“江南”的精神纽带与长三角一体化发展国家战略紧密相连。在长三角核心地区认定和形塑“江南文化标志区”,是新时代重现江南文脉、凸现江南文化、培育中国文化意象、彰显中国文化气派和提振中华文化自信的需要,加快推动长三角地区构建更加具有本土化的“文化区位”和全球化时代的“中国意象”,以“江南文化”来重构长三角城市群的“人文区位”,既是地域文化的一种高度归纳与建构,也有利于以文化软实力加快推进长三角一体化发展,助推长三角城市群作为一个整体协同参与全球竞争。

对共有文化血脉的认同和创新,是区域一体化协同发展的重要力量。长三角地区三省一市共拥江南文化,以“江南文脉”的弘扬来塑造新时代的国际文化示范区,会进一步强调区域文化认同感,汇聚起更广泛的凝聚力。率先开启现代化新征程,江苏作为江南文化的核心承载区,把“江南文脉”的内涵光大,在更大范围内聚集新时代创新发展的力量,可以更好地服务于长三角区域一体化和长三角世界级城市群建设。从区域版图上看,江苏省内的江南文化区面积最大、人口最多,占据15个江南文化地域核心城市中的8个,因而这8个沿江城市成为江南文化的核心承载区和主体标识区。就江苏而言,由沿江八市构成的扬子江城市群,作为长三角城市群北翼的主体区域,区域内8个城市人口总量超过5000万,经济体量非常大,八市GDP总量超过7万亿元,城镇化水平较高,总体超过73%,是中国省域经济社会发展最发达的地区之一。江苏沿江8市的大部分区域,过去一直具有较高的“江南文化”意象标识,自明清以来,这里就是中国最典型的人杰地灵、文化昌盛、商业发达、士绅众多、景致宜人、开放革新的区域。扬州的盐商文化形象、南通的中国近代城市第一城形象、泰州的文化艺术重镇形象、苏锡常的近代民族工业发源地形象、南京和镇江的历史文化名城形象,以及扬子江城市群整体上的江南园林、白墙黛瓦、鱼米之乡、小桥流水人家的地域视角文化形象,无一不在诉说着江南文化的经典意象。这种经典意象是扎根于记忆深层,铸造灵魂,外化于行动,在开启现代化新征程中,有助于打造可识别的城市文化身份和可持续的区域文化认同,^[6]并转化为创新驱动、奋斗不息的恒久动力。

区域一体化的成效与文化的开放包容直接相关,文化观念、价值体系的认同,会带来区域的发展创新。从历史上看,江南文化就具有开放、包容的典型特征,这与江南水域流转、大运河的南北通达等地理因素相关。美国耶鲁大学教授托马斯·博格(Thomas Pogge)认为:“江南对于各种各样的生活方式都是非常开放包容的,愿意用这种精神来打造社会、经济、生活。”^[7]运河从先秦时期就已经开凿,但直到隋唐才真正成为一条贯通南北的京杭大运河。从此,南方的稻米、丝绸源源不断地输送到北方。因为有了水路,就像我们今天

有了物联网,人们才越来越发现江南之美,江南的特产、美食甚至风景越来越广为人知。大运河与长江的交汇,孕育了江南文化的开放特质,贯通南北、连通东西、联结海外都因航运而起,因水而兴。其次,江南文化具有典型的包容气质。自古江南游人多,中国人、外国人都喜欢游历江南,因而梦中的江南,几乎成为所有诗人、文学家、艺术家的“文化故乡”,从而培植了江南文化开放大度、诗情画意、家国一体的包容气质。江南文化的这种开放、包容的文化性格,在近代以来,特别是改革开放进程中,推动了这一区域的奋斗拼搏的“四千四万”精神、“苏南模式”以及“昆山之路”“张家港精神”“园区经验”等苏州改革开放“三大法宝”的形成,为江南文化注入了鲜明的时代内涵。

开启现代化新征程,对优秀传统文化要进行更高水平的创造性转化、创新性发展。以“江南文脉”为基础,集中各方力量来打造新时代的国际文化示范区,是历史的责任,也是时代的担当。江南文化中有其经典的文脉传承。“江南是中华文明的重要发祥地,江南文化是中华文化的重要组成部分。江南文脉,是指江南文化的源流脉络。”^[8]江南文化的历史文脉,即江南地区崇德尚礼的历史资源,造就了江南强调和谐的精神道统,比如南京六朝古都、十朝都会的都市气派,扬州、苏州、无锡的江南大家族的园林文化精髓;商贾文脉,即江南地区经世致用、义利兼顾的重商文化资源,比如盐商、茶商、米商群体;红色文脉,指江南地区近百年来在革命和建设自强不息的文化资源,包括江南新四军指挥部、雨花台烈士精神等;文学艺术文脉,指江南地区品类丰富、风格多样的文艺资源,包括文人诗画、文学典籍、文学创作、艺术流派等都具有了江南文化的数百年的传承和延续。^[7]江南文脉恰好汇聚在扬子江城市群各城市之中,成就了11个国家级历史文化名城(含县级市),20多个国家级历史文化名镇。因此,依托30多个国家级的历史文化名城、名镇的江南文脉资源,打造国际文化示范区,助推江苏江南文化主体标识区成为“江南文脉”的传承地、交流地和国际旅游目的地形象,对于促进江苏文化国际化、长三角地区国际人文区位的提升,具有很强的现实价值和长远的战略意义。

推进文化国际化活动,培育和打造国际高认同度的文化交流品牌,是文明互鉴的重要内容。在国际社会和外交舞台,文化交流互鉴是消除误解与偏见、增进理解与信任的良方。同时,像中国这样地域宽广、文化丰富的巨型国家,国家整体形象与地方的局部形象,在对外文化交流和形象传播中,也具有相互支撑和映衬的作用。因此,讲好“江苏故事”、展示好“江苏形象”,就是为讲好“中国故事”、建构“中国形象”作出的重要贡献。因此,江苏推进的文化现代化,就要在对外建构中华文化的现代品牌、展现“中国道路”“中国精神”的时代内涵,以及深化中国特色社会主义的文化自信等方面,去进行系统性地探索。由此,依托“江南文脉”、打造国际性的江南文化示范区,完全可以加快培育江苏对外文化交流的“苏派文化”品牌。江苏历史文化资源丰富,体现“苏派文化”的名著佳作、文化名家众多,当代的“文化苏军”也推出了一批有影响的苏派文化佳作。随着国际文化交流的日益活跃,除了需要以“江南文脉”塑造诗画江南的历史文化意象之外,还需要以与时俱进、创新创意的文化新品牌来开展国际文化对话,讲好江苏的发展成就和创新文化,把江苏作为文化大省、文艺强省的实力,以全球化、国际化的语言和元素进行深度广泛传播。在开展国际文化交流对话中,将体现江苏文化历史内容、江南文脉意象、江南文化符号特色和现代江苏文化发展新特点的丰富内容,整合为特色性的“苏派文化”品牌,更好地展现江苏的历史文化底蕴和当代江苏发展的巨大成就。培育打造“苏派文化”的国际交流平台和品牌,关键在于能拿出代表国家水平、具有国际一流水准的精品力作。近年来,江苏省演艺集团推出挖掘江苏地方经典文化意象的《运之河》《郑和》《鉴真东渡》等三大歌剧,就以国际一流的大制作,获得了非常好的国际口碑,构建了“苏派文化”的“歌剧品牌”主体节目。以苏州“新三朵金花”——苏州交响乐团、苏州民族管弦乐团和苏州芭蕾舞团为基础,构建“苏派文化”代表性演出团体。以金陵画派、扬州画派、吴门画派等绘画地域品牌为依托,打造“苏派文化”绘画品牌。总之,以展现文化底蕴和地域特点的精品力作,通过国际化的平台来扩大江苏文化的国际影响力,可以有效提升江苏文化的全球能见度和美誉度,为国家文化软实力注入丰富精彩的内容。

三、拓展“广域通路”提升区域文化软实力

全球化时代的国家竞争力和综合实力,最终体现为文化软实力。处于百年未有之大变局的当今世界,各种国际力量加速分化组合,围绕意识形态、发展道路、民族精神、国家形象的文化斗争越来越激烈。我国要在大变局下占据主动,在保持战略定力的同时强化战略主动,在文化理念上大力倡导共同构建人类命运共同体,在推动文化治理体系变革构建国际文化新秩序的进程中综合提升文化软实力。^[9]开启现代化新征程,与时俱进建构新时代的社会主义文化,就必须坚持文化自信,在世界范围内树立具有责任担当的中国形象,彰

显中国精神、中国价值、中国力量,以文化的创造创新来展现基于中国道路的文化软实力及其对当今和未来世界的普遍意义。因此,推进江苏文化建设的国际化战略,还需要进一步拓宽“广域通路”,推动“江苏故事”和“中国形象”全球化营销。

在全球化的坐标下提升文化软实力,就要积极推动文化“走出去”“引进来”,这是文化自信应有的胆气和底气。应对新的世界文明多元化格局,伴随着中国在全球治理体系中话语权的不断加重,我们的文化影响力和软实力也在持续提升,越来越多的人开始对当代中国价值感兴趣,越来越认同“人类命运共同体”的理念。但是,必须承认,在涉及到意识形态的文化领域,我们还无法从根本上改变“西方中心论”的旧有认知,^{[1]265}因此,从战略高度来有效展示“中国形象”、讲好“中国故事”,让世界更好读懂中国、提升中华文化影响力,仍是任重而道远的长期任务。

江苏是“一带一路”的交汇点,是中国对外开放的窗口地区,在开启现代化新征程中推进文化现代化,就必须切实担当起“展形象”的重要使命,坚持地方定位、国家站位、全球视野,用江苏故事传播中国声音、用江苏实践阐释中国理念、用江苏文化展现中国形象。^[10]在这样的前提下,以改革创新的精神对接国际平台和文化舞台,推动江苏省的文化资源、文化产品、文化形象、文化人才等文化要素的全球化流动、传播、互动,促进文化事业的繁荣和文化产业的振兴。通过展现江苏文化知名度和文化影响力,为提升国家文化软实力作出贡献。在国家对外传播的话语平台上讲好“江苏故事”,需要不断提高政治站位,立足江苏的丰厚文化资源和巨大的发展成就,创新对外文化传播的内容和形式。要注重用鲜活的载体展现中华文化的核心理念和中华民族的深沉情怀,把其中最具当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来,进一步推动文明交流互鉴。讲好江苏当代发展的故事,就能引导国际社会透过江苏这扇窗口,进一步增进对中国的理解和认同,更加全面客观地认识中国道路、中国经验、中国理念。^[10]近年来,江苏省演艺集团用国际化语言讲述中国故事、江苏故事,陆续推出《运之河》《郑和》《鉴真东渡》《拉贝日记》四部原创歌剧,并推动海内外巡演,均达到了“现象级”效果。其中,《鉴真东渡》《拉贝日记》分别于2019年6月、7月在美国、德国巡演,取得社会效益和经济效益的双丰收。江苏原创歌剧全球巡演产生的轰动性影响启发我们,运用西方世界乐于接受的原创歌剧方式承载经典的文化内容和历史事件,更有助于推动对中华文化高水平“走出去”,深化国际文化交流互鉴。歌剧《鉴真东渡》,呈现悲悯情怀、开放胸襟和坚韧不拔精神,歌剧《拉贝日记》对历史的反思、对和平的珍惜以及跨越民族的感恩精神,都是对优秀传统文化精神标识的提炼和展示,这种文化价值、文化精髓是属于整个世界,而不是只属于中国的。这表明,在对外传播中,借助于高水平的文艺作品,以艺术的方式来传达文化价值理念,是最容易收到成效的。

向世界展示江苏形象,讲述江苏故事,需要持续的品牌性的对外文化交流活动。首先是要积极推动江苏融入国家层面中外人文交流主题年活动。要坚持走出去和引进来双向发力,适时举办“江苏文化旅游年”,扩大“水韵江苏”特色旅游活动覆盖范围。其次是从省级层面来统筹到世界各地举办“感知江苏”文化周、“畅游江苏”“水韵江苏”推介会、“符号江苏”系列出版物发布会、“同乐江苏”外国人文化交流节庆活动;再者是用好激励政策,培育文化国际化的多元主体的积极性。可以通过以文化国际化为引领,推动文化资源、文化产品、文化服务的提质升级,加大对文化资源、文化产品、文化服务的生产者和供给者群体的奖励和激励;还可以对市场机构、民间团体、个人等积极投入文化国际化的组织、对外交流推广的活动加大力度进行奖励扶持,扩大江苏省文化国际化的推动力量,让更多主体参与文化国际化;还可以与有关国家中国文化中心对口合作,加大支持海牙中国文化中心建设的力度,打造江苏省对接荷兰、辐射欧洲的文化交流平台;还可以加大力度支持地方开展各种国际文化交流活动,支持扬州世界运河城市论坛、南京历史文化名城博览会、南京国际和平论坛、南京国际文学之都高峰论坛等具有地方特色的对外文化交流平台和载体建设。此外,江苏还需引进更多的国外文化和艺术机构、团体或个人,扩大文化引进来力度,扩展江苏群众的文化国际观与视野,实现在家门口感知国外丰富的文化成果与演出、交流活动。这种双向交流机制,把“走出去”和“引进来”做大、做强、做活,有助于加快提升江苏省文化国际化的格局和水平。

在“展形象”的过程中,还应面向国际市场,不断优化文化产品和文化服务供给,持续培育江苏文化国际化的可持续发展能力。文化国际化的基础是文化资源与产品供给端的特色化与高质量。任何产品的交流传播,都需要有吸引力和魅力,这样才有竞争力。要把文化国际化置入“市场化”的竞争原则之中,特别重视文化产品国际化的“文化供给”。江苏要更加有效地推动文化国际化战略,需要加强江苏省文化国际化的“产品

研发与生产”工作。首先,是要全面梳理江苏特色文化资源的国际竞争力与吸引力的目录清单。要通过专业队伍和现代技术手段,真正把江苏特色文化资源、文化产品进行分类梳理,最终制定一个涵盖各个文化领域的江苏省文化国际化的目录,以目录为指导,并持续提升文化资源和产品的质量,为文化国际化交流与推广奠定厚实的产品基础。其次,是打造一批体现江苏特色,国家水平、世界水准的精品文化项目。比如绘画、书法、民歌、演艺节目、非物质文化遗产及其代表作、文化名人、文化出版项目等,将一批具有江苏文化特色且具有国际影响力和传播力的文化产品与资源,进行品牌化运作,以更好地实施文化国际化的重点推广与传播工作。再次是要加强研发设计工作,进一步提升江苏文化企业、文化机构的创新研发与设计能力,打造一批具有国际视野,国际竞争力的文化产品,参与全球竞争,以市场化的方式,嵌入到全球文化产业体系,推动江苏文化走出去,提升江苏文化品牌的国际影响力。同时,全面开展文化人才评估与评选工作,以更大力度,更宽边界,扶持和鼓励文化人才的创新创业。只有重视各个领域的文化人才,才能有真正多元化、多主体、更高水平的文化国际化的支撑条件。江苏省是文化大省和文化强省,要以经济强省的力度,进一步推动文化大省和文化强省的国际化能见度、影响力和竞争力。

高水平的文化生产和文化推广,人才是第一位的,一流的人才带来一流的创意、整合一流的资源,创作一流的作品,产生“现象级”的轰动效应,实现社会效益和经济效益的统一。以江苏省演艺集团推出的四部原创歌剧为例,讲述隋炀帝开掘京杭大运河的《运之河》、再现郑和七下西洋史诗的《郑和》、以唐代高僧鉴真大师六次东渡日本史实创作的《鉴真东渡》以及南京大屠杀期间国际友人建立国际安全区救助中国人的《拉贝日记》,都是按照“时代特征、中国特色、江苏特质”的要求来组织生产的。之所以每一部在海外演出都取得巨大的成功,关键在于直接整合了国际国内公认的艺术大家的力量,用西方的艺术形式讲述经典的东方故事,从编剧、作曲、导演、主唱以及巡演合作伙伴、演出场所等,都是业内最出色的人和机构。这种用人机制和合作方式,突破了体制、地域、国家的界限,保障了艺术精品生产的每一个环节,以精湛的艺术魅力来征服观众,以品质打品牌、以阳春白雪树高端形象,在高水平展现代表中国形象、振奋中国精神、传播中国价值的江苏元素的同时,也带来了丰厚的票房回报,表明了江苏精品艺术创作“叫好又叫座”的眼光和功力^[11]。

文化的生产和繁荣必须依靠经济的基础,面向全球的国际文化工程更需大手笔的持续投入。江苏是经济大省,政府对文化国际化的公共财政投入应进一步加大,并通过有效的引领政策来撬动更多的社会力量参与文化走出去行动。推进文化国际化,江苏应抓住经济基础较好的有力条件,在国家文化战略的引导下,进行更科学的布局,与更多国家的政府、大学以及文化机构建立文化交流合作项目。一是可以积极鼓励省内大学、文化团体乃至知名艺术家、学者,以“广域通路”的视角,与更多国家和地区达成各项文化、艺术、学术层面的交流合作项目,在海内外同步设立名人文化工作室,探索国际化的名师带徒人才培养机制,尽力嵌入江苏文化产品,开展文化交流与传播。实施文化与学术精品外译工程,整合省内高校的国际化资源,把江苏文化的海外传播作为一项基础工程来推进。二是加快实施文化与经济、商务联动策略,通过与国家商务部等机构的资源对接,力争把与江苏省企业有投资合作的国家、地区和城市,都嵌入相应特色主题的文化交流项目,实现经济搭台、文化唱戏,文化搭台,经济唱戏的“互为切换”,来加大江苏企业走出去的力度,拓展文化国际化的广域通路,进而实现了文化国际化与经济全球化的两轮驱动,为文化国际化拓展全新的视野,把“江苏故事”和“中国形象”推向真正全球化时代的各个国家、地区和城市,让全世界了解江苏,理解中国,认同中国道路、中华文化。另外,加强与各类国际民间组织合作,有助于深化江苏全球营销的社会广度。国际性的民间组织多是独立于政府、企业之外的第三方社会力量,本身与民众有着天然联系,通过策划开展城市交往、人文互动与合作交流活动,有利于推动各国之间文化资源共享,促进各国文明多维度的交融,夯实民意沟通的基础,达到以文明交流超越文明隔阂的目的,增强对彼此文化的认同感。江苏的相关机构可以强化与各类国际民间组织的交流合作,做好民间文化外交工作。通过全方位的广域通路,打造江苏文化国际化战略,能极大地拓宽江苏省的文化交流触角,力争做到覆盖世界主要国家和地区,持续提升江苏文化及中国文化的国际影响力,为中国形象建构和国家软实力的提升做出新的更大的“江苏贡献”。

文化建设国际化是一个复杂的系统工程,只有国家和地方的协同发力,培育造就基于经济国际化的高度开放、互动的文化空间和对应的制度环境,才能实现预期的目标。在开启现代化新征程中,江苏的现代化建设水平的提升,必将带来公共文化事业的大发展,在满足人民群众更高水平的精神文化需求方面起到引领示范作用。在建设文化强省、实施高水平对外开放的进程中,也将书写文化国际化的新刻度。以文化国际化促

进经济全球化,提升江苏区域创新力和文化竞争力与软实力,通过讲好“江苏故事”来展示“中国形象”,是江苏作为“探路者”的光荣使命和应有担当。面向未来,江苏的文化建设将以更高站位、更宽视野、更大力度、更多投入引领区域的现代化建设,为世界的江苏、中国的江苏和长三角世界级城市群中的江苏构筑国际性的文化高地,培育国际性的文化高峰,不断推出具有国际影响力的文化精品,全面展示新时代的江苏“文化力”,为国家“文化力”的建构注入高质量发展的动能和国际化的元素,确保如期实现建成社会主义现代化文化强国的目标。

[参 考 文 献]

- [1] 李程骅.文化自信(中国特色社会主义“四个自信”研究丛书)[M].南京:江苏人民出版社,2018.
- [2] 朱凤云,苑秀丽.中国文化国际化战略的路径分析[J].山东社会科学,2014(11).
- [3] 习近平.在联合国教科文组织总部的演讲[N].人民日报,2014-03-28(03版).
- [4] 胡小武.长三角一体化国家战略中的城市定位[J].群众,2019(2).
- [5] 施建平.江南四重奏:从梦江南、文学江南到地理江南、文化江南[J].江南大学学报(人文社会科学版),2019(5):79-85.
- [6] 张鸿雁.城市文化资本与文化软实力[M].南京:江苏凤凰教育出版社,2019:118.
- [7] 王广禄,吴楠.充分挖掘江南文化的世界意义[N].中国社会科学报,2019-2-1.
- [8] 谢金良.江南文脉的历史传承与文化使命[J].人民论坛,2019(11).
- [9] 颜旭.百年大变局:世界文化格局的解构与重塑[J].前线,2019(12).
- [10] 王燕文.切实担当起“展形象”的江苏使命[J].群众,2019(5).
- [11] 郑泽云.用原创格局架起文化交流桥梁[J].群众,2019(15).

(责任编辑:闫卫平)

A New Journey of Modernization: Building the International Strategic Path via Cultural Construction

LI Cheng-hua, HU Xiao-wu

(School of Social and Behavioral Sciences, Nanjing University, Nanjing, Jiangsu 210023)

Abstract: China has started a new journey of modernization, to enrich the connotation of cultural modernization with the prosperity of socialist culture, and to show the new style of cultural modernization, we must establish an international strategy for cultural construction and effectively exert the vital function of advanced local culture in enhancing the national cultural soft power. As a major economic and cultural province of China, in advancing the modernization and internationalization of cultural construction, Jiangsu will continue forging culturally international space with a high level of openness and constructing culturally international brands with high identity. Besides, Jiangsu will continuously introduce products with international influence, and deepening the global cultural marketing of the “wide area channel” project. This province will make new and more significant contributions to building a modern cultural power by persistently enhancing the international influence of the Jiangsu and Yangtze River Delta region's culture.

Key words: modernization; new journey; cultural construction; internationalization; “Jiangsu Path”