

美国建构国家文化软实力的路径分析

李百玲

[内容提要]美国经过两个多世纪的建设 and 积累,已成为世界第一文化软实力大国,拥有巨大的文化软实力资源。通过文化价值观建构、文化产品输出、文化项目合作、文化外交等途径,美国的文化软实力成为美国对全球产生吸引力、影响力和领导力的主要因素和重要来源。

[关键词]美国 文化软实力 价值观

[分类号]D5 [文献标识码]A [文章编号]1005-6505(2011)06-0010-05

自约瑟夫·奈于 20 世纪 90 年代提出软实力理论以来,软实力作为与硬实力相对应的因素受到了世界各国的广泛重视。美国作为当今世界最强大的国家,拥有巨大的软实力资源。尽管近期受到一系列因素的影响,其软实力有所下降,但是不可否认,迄今为止,美国软实力在世界上仍居绝对优势地位。美国的软实力尤其是文化软实力,成为美国对全球产生吸引力、影响力和领导力的主要因素和重要来源。

一、主流文化和价值观建构

美国文化的重要特征是移植与建构。从殖民地时代到 20 世纪中期以前,美国的主流文化是欧洲移民带来的盎格鲁—萨克逊文化。从欧洲文艺复兴时期到启蒙运动时期形成的政治制度、法律框架、文化传统以及平等自由的价值观等,从欧洲移植到北美大陆,奠定了美国文化和美国精神的基石。

二战后,随着大量移民涌入美国,20 世纪之初出现的文化多元主义和黑人民族主义思潮,经过 20 世纪五六十年代的民权运动之后,逐渐在美国社会形成了多元文化主义,最终取代了传统主流文化。1964 年美国颁布了《民权法》,修正了对有色人种的歧视性移民政策,使大量来自亚洲和拉丁美洲的移民顺利进入美国,客观上更为直接地促进了移民数量的增加和多元文化主义的兴起。多元文化主义认为,美国社会要想迅速发展,并保持在全球的领先地位,首先要使人民与国家建立起紧密的认同感,而原来美国以白人社会为主流的价值观已经不能作为民族认同的基础,只有倡导多元文化主义,培养具有多元文化精神

和包容精神的民众,国家才会有希望。多元文化主义的兴起是对美国社会现实发展的反映,同时又进一步促进了美国社会的发展和进步。比较明显的变化体现在少数群体在政治参与方面获得很大空间。少数民族和种族可以顺利进入政府任职,有些人还身处要职,成为不可忽视的政治力量。多元文化主义还使美国的大众媒体和文化样态发生了变化,其中最主要的改变就是,为了迎合普通消费者的需要,大众文化全面兴起。

20 世纪中期以后,随着美国第三产业的迅速发展和大众消费的普及,大众文化在美国社会逐步取得主导地位,反映了现代工业化和市场经济条件下大众的日常生活状态。大众文化对人们思想的影响主要表现在消费领域,其外在形式是大众文化产品,主要满足人们的精神文化享受。影视戏剧、流行音乐、书刊杂志、体育赛事、娱乐活动、时装快餐,甚至可口可乐、麦当劳、好莱坞、牛仔裤等都成为美国大众文化的典型标志。

与之相适应,美国社会逐步形成了以大众文化为主流的文化观,同时也渗透和体现了自由、民主、平等、人权、正义、秩序、多元化、法治等核心价值。美国文化所体现的这些核心价值,对于本国民众具有强大的吸引力和凝聚力,美国的多元主义文化和自由主义生活方式已经成为美国人的精神家园。价值观与文化观一样,与软实力密不可分,约瑟夫·奈在分析了美国文化价值观成功之处后指出:“软实力很大程度上产生于我们的价值观。这些价值观通过我们的文化、我们在国内所实行的政策以及我们处理国际问题的方式表现出来。”“一个国家的文化具有全球性,它具有建立一套良好的规则和机制以约束国际行为的能力,是其力量的重要源泉。美国大众文化、高等教育

和外交政策中经常体现的民主、个人自由、经济和社会地位的流动性、公开性等价值观,都在多方面加强了美国的力量。”^①

当然,美国大众文化虽然在文化吸引力方面更易为人所接受,但其负面效应也一直受到批判和诟病。美国政府现在非常注重展现高品质的艺术成就和文化多样性,力图向世界表明,美国文化不仅是大众流行文化的代名词,高雅文化和精英文化也同样具有巨大的吸引力和影响力。许多世界著名的艺术家移民美国,进一步促进了美国文化的繁荣。美国设立了年度文学艺术荣誉奖,旨在奖励在文学和艺术诸领域内取得杰出成就的个人。歌剧、交响乐和芭蕾舞是美国当代三种主要高雅艺术行业,近年来也更加注重吸引和培养新观众,以扩大影响力。有很多艺术团体尝试在演出内容上进行创新,把高雅艺术与现代流行元素相结合,创造雅俗共赏的作品。这些创新性的尝试增加了大众对于高雅艺术的兴趣,提高了高雅文化和精英文化对普通人的吸引力,增强了多元文化的凝聚力。

二、政府引导与市场运作相结合,促进文化软实力多元化发展

美国政府采取各种文化政策和灵活有效的机制扶持文化发展,增强软实力。在发展文化事业方面,形成了政府、公共组织、基金会和私人机构四位一体的体系。美国虽然没有专门的文化部,但国务院设立了教育和文化事务局(Bureau of Educational and Cultural Affairs,简称EDA),协调全国的文化事务,颁布相关法律法规,保护文化产业的健康发展。由政府主导运作的文化项目,在提高美国文化软实力方面取得了巨大而持久的成效。美国政府对文化事业的资金投入也不断增加,美国国务院2008年宣布,自2001年以来,对文化外交各项项目的拨款已增至原来的三倍以上。除了联邦政府直接拨款外,还通过拨款给国家艺术基金会、国家人文基金会和博物馆学会等大型社会组织的方式对文化事业给予资助。如国家人文基金会2007年度的财政预算为1.41亿美元,与2006年基本持平,2008年比2007年增长40万美元,2009年为1.55亿美元,2010年为1.71亿美元,2011年为1.61亿美元。总体来看,政府对文化事业的投入仍然呈现上升趋势,但近期受到国际金

融危机和国内财政等因素的影响有所下滑。^②

同时,美国政府注重把市场引入文化事业发展之中,将文化与市场相结合。公共组织、非政府组织、私人机构等加强了民间层面的交流,促进了对美国文化政策和制度的理解。“软实力已经超出了美国文化和美国政策的范围,从好莱坞到高等教育,市民社会比政府在引导人民方面做得更多。”^③美国是市场化高度发达的国家,对文化事业的投入除了政府拨款之外,社会和民间力量也占很大的比重。美国以公共资金为杠杆,同时鼓励机构募资和民间捐款。美国政府支持和鼓励非营利性文化团体的发展,其盈利部分也不得归个人所有。联邦政府机构提供的资金一般要求对一个项目的资助总额不超过所需经费的50%。以文化艺术业为例,美国文化艺术团体得到的社会资助主要来自于公司、基金会和个人捐助等,其数额远远高于各级政府的资助。联邦政府大约为文化艺术提供2%的所需资金,各州和各地方机构提供约8%,而政府投入的一美元可使受益机构吸引七至八美元的民间赞助。美国公共资金和民间资金每年为文化艺术提供的赞助总额约为120亿美元。有了这些资金支持,就可以保证文化事业发展的连续性,而不同的资金来源可以保证艺术的独立性,进而激发文化创新。

美国由于文化投资多样化、注重增加科技投入、鼓励创新、实行商业化运作以及通过法律法规和政策杠杆扶持文化产业而发展起了庞大的文化产业链。美国文化产业发展迅速,是目前全球文化产业的龙头,其产值已占GDP的25%,其文化产品占据全球40%的市场份额。可以说,对于美国而言,文化不仅是一项事业,还是一种产业,通过文化商品的运作而形成的文化产业是促进美国文化发展的快捷有效途径。

三、以文化产品为载体输出大众文化,推广价值观

在当今全球化时代,美国在国内建构主流文化与价值观的同时,通过实现文化产业化,不断扩大文化产品输出,进而以文化产品为载体,积极向全世界宣传、推广其价值理念,并试图用美国的文化价值观来“重塑”世界。在2001年的《美国国家利益》报告中,美国政府明确把“在全球信息传播中保持领先地位,确保美国价值观继续积极地

影响其他国家的文化”作为极端重要利益之一。

第一,美国重视运用电影、电视、报纸、广播、互联网等大众媒体向全世界输出其文化价值观。美国建立了庞大的对外宣传机构和各种类型的媒体。据美国新闻署所作的统计,早在20世纪80年代,美国就控制了世界75%的电视节目和60%以上广播节目的制作,每年向国外发行的电视节目总量达30万小时。许多国家电视节目中美国节目占到60%—70%,有的占80%以上。美国有线电视新闻网(CNN)向全世界137个国家和地区传输电视节目。“美国之音”是世界上最大的国际广播电台之一,用52种语言对外广播,宣传美国政府的对外政策、美国的政治制度和价值观念,为美国的全球战略服务。美国电影占据世界电影总放映时间的一半以上,占据世界电影市场总票房的2/3,许多发展中国家的电影市场几乎都被好莱坞所垄断。在传统传媒行业,美国以34种语言印制发行了200余种外文报纸,其报纸杂志发行量居全球首位。在2008年世界最具影响的15种期刊中,美国占12种,并包揽前10名。随着现代信息通信技术的发展,互联网作为重要的传媒方式迅速崛起,美国互联网协会主席唐·希斯指出:“如果美国政府想要拿出一项计划在全球传播美国式资本主义和政治自由主义,那么互联网就是最好的传播方式。”^④美国的网站占全球网站的70%以上,互联网访问量最大的100个站点中,有94个设在美国境内。通过这些强大的传播媒介,美国有意识地进行有利于自己国家形象的宣传报导和价值观输出,这是美国谋求全球文化霸权的重要途径和有效方式。

第二,美国文化产品特别是大众流行文化在海外的销售,为其文化价值观输出发挥了重要作用。美国大众文化产品的输出在获得巨大商业利益的同时,还公开或隐蔽地推销其政治制度、价值观念、意识形态和生活方式,促进其他国家民众对美国价值观和生活方式的认同。“美国公司和广告业的经营者、好莱坞电影公司的老板们,不仅向世界其他国家销售他们的产品,而且也推销美国的文化和价值观。”^⑤随着消费主义的全球化,美国大众文化超越国界,成为全球范围的流行文化。美国的大众文化产品在世界其他国家销售的同时也销售着美国式的文化与生活方式。美国充分利用其自身文化优势,通过文化产品排挤了其他国家的文化,获得了许多国家民众的推崇,如许多亚

洲年轻人甚至把美国的标准作为衡量生活方式的尺度。“美国大众文化具有一种磁铁般的吸引力,尤其是对全世界的青年。它的吸引力可能来自它宣扬的生活方式的享乐主义特征,但是它在全球的吸引力却是不可否认的。美国的电视节目和电影大约占世界市场的3/4,美国的通俗音乐居于同样的统治地位。同时,美国的时尚、饮食习惯甚至穿着,也越来越在全世界被模仿。”^⑥此外,美国还把文化产品的制作等工业迁至其他国家,在促进当地消费的同时,也更易于得到当地的文化认同。

四、公众外交加强全球领导力

在美国政府的国家安全战略中,非常重视维持美国的文化领导力。2002年9月,布什政府在《国家安全战略报告》中明确提出,在世界上推进和保卫美国式的价值观念和生活方式是国家安全战略的核心。为此,美国非常重视并积极开展公众外交,争取“用清晰、准确和具有说服力的方式向一个正在观察和倾听的世界宣传美国的政策和价值观”^⑦。公众外交有两个主要目标:“一是对外宣传美国的政策,特别是外交政策,目的在于赢得外国民众对美国的支持;二是使外国民众更好地了解美国的社会制度和社会文化,实质上是对外输出美国的价值观念和社会制度。”^⑧

美国通过公共事务局(Bureau of Public Affairs)等机构开展公众外交。主要活动有:通过出版物、国际广播、讲座等宣传美国的政策及美国政治制度和社会文化;英语语言教学、人员交流及文学艺术作品展览等教育文化项目;图书翻译和对外赠书项目;在许多国家设立图书信息中心;对外国公众舆论进行调查等,还通过“促进外国教育体制改革、发展延伸现有文化交流项目、让更多人接触到美国的制度和价值观、促进国内不同文化之间的交流、振兴美国海外志愿者项目”^⑨等方式,吸引更多外国文化精英参与。这些活动可以促进国际学术交流,加强美国与其他国家之间的相互了解,但更为重要的是,美国意欲借此向他国传播美国的价值观念。美国新闻署出版的期刊杂志是美国公众外交的基本手段之一,一直被视为向他国输出民主制度的重要工具。美国历来强调用传播教育的方法,扩大在全球的影响。美国前国务卿马德琳·奥尔布赖特曾坦言:“我们的文化

外交计划是美国外交政策成功的中心所在——我特别强调这一点。……我们能够把文化和公众外交变成美国外交政策的主流。”^⑩因此,美国政府制定了明确的文化外交目标:促进相互理解,提升美国海外形象,在外国精英中培养亲美派,让外国普通民众了解美国政策核心,进而向世界各地传播美国文化价值观和意识形态。

奥巴马执政后,重新分析审视了美国文化和公众外交政策的得失,根据实际形势,适时调整了对外政策的战略重点。国务卿希拉里提出,美国政府将推行“巧实力”外交政策,其核心内容是应对目前的形势,总结上届政府的经验教训。她认为美国应吸取布什政府对外政策过度倚仗军事实力的教训,综合运用软硬实力特别是软实力,更加有效地维护美国国家利益,重振美国的霸权地位。“巧实力”主张加大对公众外交的资源投入;考虑设立监督公众外交的独立机构,直接向国务院汇报;充分发挥非政府组织的作用;加大对教育交流项目的投入。“巧实力”政策之“巧”在于针对不同的具体情况,综合运用各种手段,以应对现实的挑战。2009年美国公众外交的核心目标是维持美国的国际领导地位,提出“要按照过去的经验和当前的国际环境重估和区分公众外交目标。重新分配资源以确保这些新确定的目标得以实现。公众外交成就将会清晰呈现,有说服力地促进国务院政策目标的实现”^⑪。

无论是“巧实力”或是软实力,其实质都是为美国的国家利益服务,美国针对变化了的形势,及时审慎地调整公众外交和文化政策的具体目标和措施,在年度报告中分门别类地具体分析列举各项目目标的执行情况,以便及时对目标作出进一步修订和完善,更有效地维护美国的全球领导地位。

五、文化交流提升美国文化影响力

美国通过在全球开展种类繁多的文化交流合作项目,以更为直接有效的方式向各国社会精英阶层和知识分子推广美国文化和价值观,树立美国文化权威,提升影响力。美国教育和文化事务局运作的具有长期战略意义的影响较大的文化交流项目有:富布赖特项目、美国教育项目、英语教学项目、哈姆弗雷项目、美国研究项目、教育伙伴项目、国际访问者项目、公民交流项目、国际文化遗产保护项目、文化保护大使基金等。这些项目

展示了美国社会的自由、开放、创造性和活力,使其他国家的文化精英阶层更直接地接触和感受美国,体会美国取得的各种文化艺术成就。比如,国际访问者项目每年接待5000多名外国访问者到美进行短期的参观访问,这些访问者由美国各驻外使馆挑选,一般为所在国政府部门、商界、传媒、教育、科技等领域的杰出人物。国际访问者项目通过访问者与美国同行进行直接接触和对话,展示美国先进的科技和丰富的社会文化,增进其对美国的了解,希望他们能够成为“亲美派”。美国前国务卿科林·鲍威尔曾于2004年盛赞富布赖特项目在全世界各国,尤其在前共产主义集团和全球最贫穷国家之中所具有的广泛影响。他还提到,该项目的参加者们日后又继续发展,成为政府部长和总统、诺贝尔奖获得者和自由战士。^⑫

近年来,美国不断深化和拓展国际文化合作项目。2008年9月,美国国务院宣布与民间文化组织合作开展“全球文化计划”(Global Cultural Initiative),初步启动四个合作项目:国家艺术基金会将与教育和文化事务局合作开展一系列国际文学交流活动;教育和文化事务局与国家人文基金会合作开展项目,将继续布什政府“我们的人民”(We the People)计划;与美国电影协会合作举办国际电影与电影工作者的盛大交流活动,向观众展示他们的电影作品;与约翰·肯尼迪表演艺术中心合作开展项目,使国外机构有机会吸收美国在艺术管理和表演艺术培训方面的经验。这些文化交流项目的开展,对促进和深化美国自由民主价值观的海外影响作用巨大。

另外,美国的一些主要基金会,如成立于1936年的福特基金会,成立于1965年的国家艺术基金会,以及一些重要研究中心,如艺术与文化研究中心等,在全球的渗透之深、影响之大,世界上没有哪个国家的基金会可堪比肩。各基金会和研究中心的宗旨明确,如福特基金会明确提出推广美国式的民主价值观念。基金会和研究中心运作的项目主要有:在各国高校设立奖学金支持外国人到美国留学;出资协助政府开展官方文化外交项目;支持政府海外英语教学项目的推广;资助美国高校和研究机构从事国际和地区问题研究;在亚洲、非洲和拉美地区创办高等教育,冷战后重点转向非洲和拉美地区;资助外国团体来美开展文化艺术演出活动;支持联合国教科文组织在第三世界国家保护世界文化遗产工作等。这些措施

拉近了美国与其他国家和地区的文化距离,促进了彼此更好地相互理解,提升了美国文化在当地的影响力。

在具体实施中,美国政府还注重区分不同受众,实施相应的文化价值观输出策略。例如,通过政府组织的文化交流合作项目,在知识分子和精英阶层中培养亲美派;通过公共组织、私人机构、公司企业,在民间层面加强大众文化的输出;通过文化产品的消费进而同化被输入国家人民的思维方式、价值观念和生活方式。通过各种基金会和政府文化项目在各国青年中开展交流合作项目,邀请他们到美国亲自感受美国社会的先进性、活力和包容,影响其价值观,增强对美国社会的认同度。2008年美国政府开展的青年交流与学习项目(Youth Exchange and Study Program),主要目标就是邀请青年学生赴美,要他们了解美国价值、市民社会、独立思考和公共行动。通过青年交流与学习项目等赴美的中学生,2008年为1.6万人,2009年上升为2.3万人,由此可见,美国对外国青年的开放程度和吸引力也在提升。当然,上述目标和群体也不是截然分开的,正是各个机构的合力促成了美国文化渗透和覆盖到世界各国民众中间,并产生了最大效果。各种文化交流项目使美国的文化价值观直接影响外国民众,这在全球化的今天无疑是一条软实力扩张的捷径。

通过以上机制和措施的实施,美国不断加强文化软实力建设,提升了本国文化的凝聚力和影响力,并逐渐掌控了全球文化话语权。许多国家的民众对于美国文化具有相当的认同感,进而在思想文化上越来越依附、趋向和受控于美国,美国因而得以保障其文化软实力在全球的强势地位和领先优势。在全球化程度愈益加深的今天,中国

如何在美国强大文化软实力的包围中脱颖而出,并合理借鉴美国文化软实力发展的成功经验,避免其负面效应,成为我们必须面对的时代课题。

注释:

① [美]约瑟夫·奈《美国霸权的困惑:为什么美国不能独断专行》世界知识出版社2002年版第11页。

② 参见美国国家人文基金会网站: <http://www.neh.gov/news/archive/20090507.html>。

③ Joshua Kurlantzick, "The Decline of American Soft Power", in *Current History*, December 2005, p. 419.

④ Steve Lohr, "Welcome to Internet, the First Global Colony", in *The New York Times*, January 9, 2000.

⑤ Richard Pells, *Not Like Us: How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II*, New York: Basic Books, 1997, p. 33.

⑥ [美]兹比格纽·布热津斯基《大棋局——美国的首要地位及其地缘战略》上海人民出版社1998年版第34—35页。

⑦ The White House, "The National Security Strategy of the United States of America", March 16, 2006, p. 45.

⑧ Michael Fisch, "Soft Power: National Assets in Japan and the United States", February 25 - 26, 2005, Conference Report.

⑨ Helena K. Finn, "The Case for Cultural Diplomacy: Engaging Foreign Audiences", in *Foreign Affairs*, Vol. 82, No. 6 (November/December) 2003, pp. 15 - 20.

⑩ Agency Group 09, "Remarks at White House Conference on Culture and Diplomacy", in FDCH Regulatory Intelligence Database, November 28, 2000.

⑪ 相关文件参见美国政府网: <http://www.state.gov/documents/organization/107556.pdf>。

⑫ [美]科林·鲍威尔《科林·鲍威尔盛赞富布赖特项目》,载于《交流》2004年第4期。

[作者单位]中央编译局马克思主义研究部。

[责任编辑:文心]