

江苏文化产业在“一带一路”国家中的传播交流路径研究^①

盐城工业职业技术学院 李玉娟

摘要:“一带一路”是习近平总书记提出的重大战略,不仅需要政策支持、基础设施建设、金融贸易的互通,更需要文化传播与交流合作。本文在对江苏省文化企业传播与交流合作的必要性和意义进行分析的基础上,对“一带一路”沿线国家中进行文化传播与交流合作的路径作进一步探析。“一带一路”需要沿线各城市各国家之间文化和意识形态的沟通和交融,跨文化传播和交流成为经济合作的基础,以此化解各种差异、对抗和矛盾。最后总结出多种增强“一带一路”文化交流的手段与途径。

关键词: 江苏 文化产业 “一带一路” 传播交流

中图分类号: F752.8

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2016)10(c)-064-03

2014年12月,习近平总书记在江苏视察时明确提出,江苏是“一带一路”的交汇点,要主动参与“一带一路”建设。

1 文化交流与合作对“一带一路”建设的影响和意义

“一带一路”不仅仅是中国和沿线各国在经济领域的合作,更是一个各国之间文化交流和融合的战略。基于中国及“一带一路”国家宗教、文化、政治、教育等的复杂性和多样性,“一带一路”沿线跨越亚非欧60多个国家,不同国家之间地缘政治复杂,经济发展水平差距较大,种族多样性和宗教矛盾突出,有的国家或地区甚至战乱频发,沿线有些国家对这一战略存在着谨慎与担忧,并化解因政治理念和意识形态所产生的差异、对抗和矛盾,中国面向全球化的战略架构需要意识形态的文化传播和交流。可以说,文化传播和交流是“一带一路”的支撑和灵魂,文化先行助推我国“一带一路”各国的全方位、多领域的交流与合作。

“一带一路”虽然是我国经济和政治层面的国家战略,但是文化传播既可以保证经济政治领域的顺利合作,也可以由于文化价值观念的不同而导致经济政治甚至是军事上的冲突。

文化传播与交流合作利用的是文化本身的涵化、聚化、内化和转化作用,在“一带一路”战略中塑造国家形象,提高中国的国际社会影响力并增加亲和力。发挥文化传播与交流的引导作用、融合作用和感染力,消除“一带一路”沿线各国对中国以及各国之间由于不同历史文化、政治现状及利益诉求引起的偏见、分歧,增进共识,从而起到影响跨越国界、潜移默化的效果。

可见,要想更好地实施“一带一路”战略,沿线各国不仅仅需要发展经贸合作、建设基础设施等硬件支持,还需要文化的软件支持,文化传播与交流可以为政策制定和执行、贸易合作、金融服务、基础设施建设等扫清道路,奠定更加坚实的民意基础和社会基础。

①基金项目:江苏省社科基金青年项目“江苏省文化产业在‘一带一路’国家中的传播交流和发展合作路径研究”(15ZHC002)部分成果。

作者简介:李玉娟(1983-),女,汉族,山东沂水人,盐城工业职业技术学院,讲师,经济学硕士,主要从事文化贸易方面的研究。

2 江苏省文化产业在“一带一路”中面临的问题

作为文化大省和文化强省的江苏拥有特殊的历史、文化优势,丰富的文化资源,为“一带一路”沿线国家和地区全方位文化合作交流打下了坚实的基础。但实际上,江苏与“一带一路”沿线国家和地区的文化交流不足,还存在一些问题。

2.1 文化传播交流方式单一,传播能力弱

江苏历史文化资源丰富,其又在文化保护、文化创作、文化产业发展、文化传承、对外文化交流等方面表现突出。但是江苏省整体上文化传播和交流以政府为主导,民间组织力量薄弱,贡献不足,在文化传播组织中基本上各自为阵,无法实现文化传播联动。目前的文化传播还主要依赖政府的传媒,民间组织的传播交流合作还没有发挥其重要作用,方式单一,思路狭窄。

2.2 文化传播内容落后,缺乏时代气息

江苏省文化传播与经济发展水平不匹配,作为经济强省,文化传播的内容和形式单一落后,跨国尤其是在跨国文化交流时,内容的时代性稍逊,表现形式比较固定和传统,缺乏时代感和新颖性。与江苏的经济发展速度和本身的文化强省不相匹配。

2.3 文化合作缺乏系统的、全局的战略眼光

江苏省与“一带一路”沿线各国的文化交流与合作,缺乏一套全方位的政策体系。一方面由于江苏省不在我国“一带一路”建设的省份中,所以与沿线相关国家建立的官方文化交流平台较少,而另一方面对外文化交流合作的民间组织也各自为战,资源分散,缺乏一套具有前瞻性、系统性、全局性、多层次与全方位的战略体系。

同时在江苏省的对外文化贸易中,也没有一个统一的文化贸易方向,江苏省文化企业自己决定文化贸易的方向、内容和模式,没有一个统一的规划,这样就不会形成对外文化贸易的合力,自然也就很难产生文化输出的规模效应,文化传播的影响力会大大削弱,难以形成规模。

2.4 文化贸易总体比较落后,结构不合理

虽然近年来江苏省对外文化贸易出口总额大幅度增长,但是文化产品出口占总出口的整体情况还是很低的,同时文化产品进口额大于出口额,而且远远无法与美国、韩国等文化出口大国相比。从文化出口的情况来看,出口主要是玩具、游戏机等制造类的硬件,但如果从文化传播交流的影响力的角度来看,这些制造类文化硬件

所产生的影响力和附加值远远低于文化内容产品。分析这其中的主要原因应该是江苏省或者说我国的文化产品还缺乏比较有代表性的文化品牌。目前大众所消费的文化还主要是老祖宗留下来的传统文化,给其他国家民众心目中留下的印记仍然是几十年前甚至几百年前的形象,比如“茉莉花”、“孙悟空”等,缺乏具有时代印记的文化品牌,没有与江苏经济强省相符的并且能够体现江苏现代文明的文化产品。

3 江苏省文化产业在“一带一路”国家中交流和传播的实现路径

3.1 发挥政府在文化交流中的积极作用

在“一带一路”战略框架下,在推动我国与沿线各国文化交流合作中政府起到主导和战略引导作用。所以首先必须充分发挥政府的积极作用,为文化交流作顶层设计和战略布局,推出各种政策和战略来推动各国政府间的文化交流与合作。比如通过相关的文艺作品、体育文化、科研教育、新闻论坛等方面开展合作与讨论,并寻找合作的机会,促进“一带一路”沿线各国之间人员往来和相互了解,为在拓展其他领域的更深层次、更广泛的合作和交流打下基础。另外各城市和地区政府要加强对“一带一路”沿线发生的重大事件与典型人物进行宣传 and 整合,推动市场化运作。在重大节日和事件发生时,邀请沿线国家的相关城市和团体举办一些文化活动或论坛,实现各国文化资源的互联互通。

3.2 发挥高校知识与文化传播作用,促进教育合作与学术文化交流

江苏的高校众多、教育和科研资源丰富,肩负着国家的人才培养、知识传播、文化传承的重任,高校代表着一个国家的先进文化和知识,同时也是前沿科技和文明的创造者,高校在知识与学术交流、文化传播方面具有先天的优势,所以要充分发挥江苏高校在“一带一路”文化传播和交流中的作用。“一带一路”为高校国际化创造了机遇,要借助这次机遇开展国际化教育和科研,使一部分学生走出去、一部分学生走进来,相互学习、充分交流,不仅将拓宽沿线各国文化交流的深度和广度,而且为“一带一路”的建设和发展提供必不可少的优秀人才和智力支持。

首先,江苏省政府教育主管部门应推出一系列相关的教育国际化优惠政策,包含教育资金保障和科研项目论坛支持工作,并与沿线各国协商,建立起一个教育合作和学历互认机制,为教育科研交流合作提供更好的政策支持与资金支持,培育一批具有专业素养、拥有国际视野的青年学者,共建一定数量的科研机构、实验室,积极开展科研教育合作交流。另外,江苏省的高等职业院校也应当抓住这次机遇,针对“一带一路”沿线国家的实际需求,开展各类职业技术培训和语言培训,不断推进人力资源建设。

其次,通过发展高校合作,可以建立智库,为“一带一路”沿线各国或各地区面临的问题进行专业调研,组织专家学者或社会经验人进行论证,得出一些可行的建设性解决方案。“一带一路”智库还可以利用权威和专业性,大力宣传“一带一路”战略的作用和发

挥的效果,使各国民众更好地理解并接受“一带一路”战略,消除敌意,为政策的实施构建良好的民意基础。通过加强各国智库间的交流合作,可以促进沿线各国高层及学术还有民间交流,实现不同社会文化价值的认同,增进理解与互信。

3.3 援助文化传播与交流合作基础网络设施及产业发展软硬件建设

目前,沿线各国网络媒体起步晚,发展慢,可在对沿线国家网络和文化基础设施建设进行调查摸底的基础上,通过援助建设一些网络媒体软硬件和相关合作项目,加强与其网络媒体合作,加快文化传播与交流合作基础设施建设,与当地合作开发一些网络传播平台,建设信息高速公路,移动新媒体来实现网络的互联互通,形成一个比较完整的高速传输网平台,推动文化金融、投融资、文化创新、遗产保护与利用、创意研发等文化服务平台建设,为促进江苏省与“一带一路”沿线国家间文化传播与交流合作提供基础支撑。

3.4 发展江苏旅游,增强人文交流

旅游是文化传承的载体,江苏旅游资源丰富,交通发达,充分发挥江苏区域文化的作用,有助于加强与“一带一路”沿线国家的文化交流,拉近人们之间的距离。要抓住“一带一路”交汇点建设契机,发展海陆空交通、拓展海陆旅游业,优先发展日韩、东南亚海洋旅游与海上邮轮,联通连霍高速、陇海铁路、航空网络。

首先,要展现江苏丰富的文化遗产资源,鼓励旅游创意产业发展,将传统的历史文化资源融合到现代旅游中,用创意和现代科技融合在旅游产品中,鼓励专业艺术、民族传统歌舞、节庆民俗饮食等体现在旅游中,使旅游成为文化交流的方式。其次,要与“一带一路”沿线国家和地区开展旅游营销,构建旅游运营平台,在旅游品牌、旅游标准等方面协商一致、开展合作。打造特色旅游精品,推出为发展“一带一路”的文化旅游、工业旅游、体育旅游、跨境旅游、商务旅游、研学旅游等项目,发展江苏旅游产业,做好文化宣传和传播。

3.5 调整供给侧,发展创意文化,激发文化产业活力,打造文化品牌

发展创意文化,推进供给侧结构性改革,打造文化品牌,提升我国文化产品、技术、标准、服务的供给能力。构建一个创新、开放的文化产业生态体系,以激发文化创造活力,提高文化产业供给质量,增强文化传播的影响力度。江苏文化产业要适度融合“一带一路”沿线国家社会文化和价值观念特点,打造富有特色又创新多样的跨文化精品,提高文化产品附加值,提升科技含量,开展形式多样的文艺演出、大型展览、科研论坛、学术交流和贸易金融等方面的文化合作,借助互联网、信息、图书、动漫、影视作品等媒介手段,传承江苏传统文化,体现江苏文化风貌,让我们的文化走出去,提升文化传播与交流合作的特色和吸引力。通过供给侧结构性改革,发展既有数量又有质量的文化创意产品,实现江苏文化产业在“一带一路”沿线传播与交流合作产业社会效益和经济效益的统一。

3.6 加强传播能力建设,拓宽文化传播的渠道

综合“一带一路”文化交流合作的要求和特点,江苏省的文化

宜春市外商直接投资对产业规模的影响

宜春学院财务处 曹国勇

摘要: 本文探讨了2000年~2014年宜春市FDI与三大产业的关系,研究发现,FDI与三大产业之间存在着长期的均衡关系,FDI每增加1%,第一产业规模缩小0.1217%,第二产业规模扩大0.1765%,第三产业规模缩小0.0521%。

关键词: 宜春市 外商直接投资 第一产业规模 第二产业规模 第三产业规模

中图分类号: F752

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2016)10(c)-066-02

1 数据来源、变量选取及模型假设

1.1 数据来源

本文数据来源于《宜春市统计年鉴》(2001年~2015年),并对相关时间序列数据做了对数处理和价格处理,以消除异差。

1.2 变量选取与模型假设

1.2.1 变量选取

本文分别选择第一产业规模 S_1 (S_1 = 第一产业增加值 / GDP)、第二产业规模 S_2 (S_2 = 第二产业增加值 / GDP)、第三产业规模 S_3 (S_3 = 第三产业增加值 / GDP)作为被解释变量,选择FDI作为解释变量。

1.2.2 模型假设

$$\ln s_i = \alpha_i + \beta_i \ln FDI + \varepsilon_i \quad (i = 1, 2, 3) \quad (1)$$

2 实证检验与分析

2.1 单位根检验

在进行协整分析之前,先对时间序列进行平稳性检验。本文采用了单位根检验中的ADF检验对有关数据进行检验,检验结果如表1所示。

由表1可知, $\ln s_1$ 、 $\ln s_2$ 、 $\ln s_3$ 、 $\ln FDI$ 的二阶差分序列均为平稳序列,不存在单位根,因此满足协整分析条件。

作者简介: 曹国勇 (1982-), 男, 汉族, 江西瑞昌人, 经济师, 主要从事应用经济方面的研究。

传播要注意不仅利用传统媒体,还要发挥网络信息平台等新媒体的优势,利用海外华侨华人、旅游访问人士、留学生以及文化输出交流工作者发展人际传播。文化传播和交流的内容除了传统交流领域外,还应该积极拓展多方面的合作领域,比如慈善、医疗、知识产权、科技、网络等,拓宽交流传播的内容,发展新的合作平台,创新交流形式,深化交流内容的广度。

3.7 发展经济合作,塑造世界形象

要克服文化差异,消除文化隔膜和偏见,就要了解沿线各国的民众意愿,用他们所愿意接纳的声音去讲解和宣传“一带一路”战略所承载的和平包容、开放合作、互利互惠、共赢共荣的精神,来塑造中国形象和江苏形象。这样才能为“一带一路”战略创造民意基础,提高中国的国际话语权与影响力,使“一带一路”战略作用得以充分发挥。实施“走出去”和“引进来”政策,邀请沿线各国的企业、民众来江苏参观交流访问,领略和理解中国文化;同时也鼓励民众

表1 单位根检验

变量	检验形式 (c,t,k)	ADF 统计值	临界值			结论
			1%	5%	10%	
dd(lnS ₁)	(1,1,2)	-5.0987	-4.6754	-3.8760	-1.0667	平稳
dd(lnS ₂)	(0,0,1)	-5.3423	-4.4765	-3.4467	-2.7778	平稳
dd(lnS ₃)	(1,1,1)	-4.1276	-4.1089	-3.7605	-2.0346	平稳
dd(lnFDI)	(1,0,1)	-4.5476	-4.3075	-3.4876	-1.5587	平稳

2.2 协整检验

2.2.1 协整回归

(1)第一产业规模与外商直接投资的协整回归

$\ln S_1$ 与 $\ln FDI$ 间的回归结果如表2所示。其协整回归方程可写为:

$$\ln S_1 = 0.8692 - 0.1217 \ln FDI \quad (2)$$

公式(2)表明,外商直接投资每增加一个百分点,可引起第一产业规模下降0.1217%(如表2)。

(2)第二产业规模与外商直接投资的协整回归

$\ln S_2$ 与 $\ln FDI$ 间的回归结果如表3所示。其协整回归方程可写为:

$$\ln S_2 = -8.5467 + 0.1765 \ln FDI \quad (3)$$

公式(3)表明,外商直接投资每增加一个百分点,可引起第二产业规模增加0.1765%,表明外商直接投资对第二产业规模起着正向的促进作用(如表3)。

和企业到国外参观交流投资等,推动经济合作,为各国带来实实在在的经济收益,更好地弘扬中国文化。最后还要发挥沿线各国的华人华侨在当地的影响力,在社区更容易、更简单、更充分地发挥他们在民间文化交流和交往的作用。

参考文献

- [1] 周汶霏,宁继鸣.孔子学院的创新扩散机制分析[J].中国软科学,2015(1).
- [2] 蔡武.坚持文化先行,建设一带一路[J].求是,2014(5).
- [3] 张昆.传播先行,实现民心相通——服务丝绸之路经济带建设国家传播战略[J].人民论坛,2015(5).
- [4] 金玲.“一带一路”:中国的马歇尔计划[J].国际问题研究,2015(01).
- [5] 李向阳.构建“一带一路”需要优先处理的关系[J].国际经济评论,2015(01).