

跨文化交流视域中的“一带一路”文化产业合作

李凤亮 罗小艺

摘要: 跨文化交流是“一带一路”建设过程中的重要环节,文化产业是“一带一路”的重要产业。“一带一路”沿线国家和地区文化背景的多样化和经济发展的不平衡为文化产业合作和发展提出了挑战。本文在梳理“一带一路”沿线文化资源禀赋和文化产业发展现状的基础上,提出应明确文化差异,区分产业发展策略;降低文化折扣,统筹国内国际市场;加强文化认同,着力开发传统文化资源。

关键词: “一带一路”; 跨文化交流; 文化产业合作

中图分类号: G114

文献标识码: A

文章编号: 1009-2447(2018)04-0034-08

习近平总书记在2013年提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的战略构想。“一带一路”是由我国发起的国家级顶层合作倡议,旨在激活“丝绸之路”这一历史符号,加强与沿线国家的政治、经济、文化的交流合作,共同打造人类命运共同体。“丝绸之路”本身就是一个具有悠久历史和深厚文化内涵的空间概念和文化概念,是沿线各国、各地区共同的文化记忆和文化符号^[1]。可以说,“一带一路”不仅是一条商贸之路,也是一条文化之路^[2]。

跨文化交流是“一带一路”建设过程中的重要环节。“一带一路”横跨亚非欧60多个国家,沿线国家均有属于自己的风俗习惯、宗教信仰和传统文化。单从使用语言和宗教信仰来看,“一带一路”沿线国家分布着汉藏语系、印欧语系、马来一波利尼西亚语系等七大语系,佛教、儒家、道教、伊斯兰教、基督教、印度教、犹太教等诸多宗教和价值观。可以说,“一带一路”沿线具有丰富多样的文化元素和种类。同时,加强跨文化交流也是“一带一路”建设的目标之一。习近平总书记指出,“要

尊重各种文明,平等相待,互学互鉴,兼收并蓄,推动人类文明实现创造性发展”^[3]。促进跨文化交流可以有效带动“一带一路”沿线国家和地区民心相通,增强互信,加深了解,夯实“一带一路”互联互通的共识基础。

在跨文化交流视阈下分析“一带一路”文化产业的发展具有显著的现实意义。文化产业是“一带一路”的重要产业。2014年,中国文化部提出了“丝绸之路文化产业带”的战略构想,旨在通过文化经贸加强与周边国家的贸易往来与文化交流,具体表现在加强影视艺术、演艺娱乐、动漫游戏、工艺美术、文化旅游、体育休闲、非物质文化遗产、民族文化与建筑设计等多领域的交流合作。发展“一带一路”文化产业,有助于加强跨文化交流、打通文化壁垒,加速文化贸易往来,达成合作共赢。“一带一路”沿线文化资源的丰富性和特殊性、经济发展水平的不平衡不充分,为其沿线文化产业的发展提出了挑战。结合“一带一路”沿线国家的经济文化特点,分析在跨文化交流视阈下的“一带一路”文化产业的合作和发展是本文的主要命题。

基金项目: 国家社科基金艺术学重大项目“习近平总书记关于文化建设重要论述研究”,项目编号:18ZD01;中宣部文化名家暨“四个一批”人才课题“全球竞争背景下我国数字创意产业的战略与路径”。

作者简介: 李凤亮,男,江苏阜宁人,南方科技大学党委副书记,人文中心讲席教授,博士生导师,兼任深圳大学文化产业研究院院长,国家文化创新研究中心主任。从事文艺理论、文化产业与文化创新研究;罗小艺,女,湖北仙桃人,深圳大学文化产业研究院博士后,东北大学秦皇岛分校教师。从事文化经济学、传媒经济研究。

一、跨文化交流的影响因素

跨文化交流是指异质文化间的交流活动^[4], 交流的主体既可以是来自不同文化背景的个体和群体, 也可以是具有不同文化的国家。美国学者爱德华·霍尔(Edward Hall)最早提出跨文化交流的相关概念。跨文化研究开始于20世纪50年代, 回答跨越文化交流中的问题、形态、特点、技巧, 以及提高不同背景个体之间交流的方法是该学科的主要内容^[5]。此外, 国内研究也着重于跨文化交流在人们政治经济生活中的重要性、网络发展对跨文化传播形态和效果的影响、商业信息的跨文化传播效力、新闻的跨文化传播特点。其中, 分析影视、文学等文化作品的跨文化传播是国内跨文化研究的重要组成部分。国外学者更多地关注跨文化传播实践中涉及的问题, 比如人们接触外来文化和消费外来文化产品时的心理变化和接受过程、移民等跨文化背景人群的身份认同、跨文化人际交往中的技巧和方法, 等等。

在全球化日益深入和信息技术快速发展的大背景下, 跨文化交流活动已经相当普遍。在个人层面上, 跨文化交流可以拓宽个人的眼界, 提升个人对不同文化的包容力和理解力, 强化个人的文化认同意识。这是因为跨文化交流可以帮助个体更好意识到不同文化之间的差异, 个体可以更加客观的态度审视自身的文化属性, 并在此基础上更好理解其他文化属性。可以说, 跨文化交流利于培育相互包容的精神气质。在集体层面, 跨文化交流可以增进不同文化间的包容和信任。跨文化交流强调双向的沟通, 而不是单向的信息输出。双向的沟通增进不同文化间的相互理解, 加强不同背景民众之间的往来, 使得民众之间能消除偏见和误解, 实现求同存异、民心相通。在国家层面, 跨文化交流能促进国家间的合作和理解, 为达成广泛的共赢互利奠定基础。

(一) 文化差异: 跨文化交流的动力和影响因素

文化差异是跨文化交流的动力^[6]。陈先元(2000)总结了可以从物质、制度和精神观念三个层面理解文化。广义的文化指人类社会所有物

质财富和精神财富的总和, 然而, 当人们在研究文化时, 多是抽象出人类社会生活的特征并对这些特征进行研究。各民族的发展都离不开基本的生存需要, 每个民族都需要穿衣、吃饭、繁衍, 这些共同之处是各民族之间跨文化交流的基础。同时, 各民族文化的发展存在着差异, 这些差异是跨文化交流的动因。从文化哲学的角度来讲, 文化特征之间的差异反映了文化之间的矛盾, 这一内部矛盾的相互作用可以推动跨文化交流活动的发生和扩大。姜琳(2008)指出文化差异主要包括权利距离、个人与群体的关系、不同性别角色分工、对未知事物的容忍程度、对长期收益和短期收益的权衡、信息关联的程度等六个方面。其中, 个人与群体的关系表现在集体主义文化中的个体更注重群体利益, 服从权威; 而个人主义文化中个人的表现更被看重。

文化差异直接影响跨文化交流的效果。交流活动的主体是信息的发送者和接受者。信息发送者对信息进行编码并传递出去, 接受者在理解信息时对发送传递出的信息进行解码。处在不同文化中的个体对同一信息的编码和解码方式可能存在着差异。价值观、交流习惯、信仰、沟通方式的不同均会导致跨文化交流中障碍的产生。同时, 交流中信息除了语言文字, 还包括非语言信息。不同文化体系可能使用不同的语系, 对于语言文字的理解会有偏差和缺少。在面对面交流中, 动作、眼神等传递出的信息量可能不亚于语言。不同文化背景的人对动作等非语言信息的解读可能完全不同。

(二) 文化认同: 跨文化交流的重要性的意义

增进对异质文化和自身文化的认同是跨文化交流活动的重要意义。文化差异是跨文化交流的动因, 文化交流是民心相通的前提, 而民心相通的重要表现之一是对彼此文化的认同。加强对异质文化的认同是增进友谊、建立交往的基础, 加强对自我文化的认同是提高文化自信的基础。

2013年9月7日, 习近平主席在哈萨克斯坦纳扎尔巴耶夫大学发表演讲, 首次提出加强政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通、民心相通, 共同建设“丝绸之路经济带”的倡议。2013年10月3日, 习近平在印尼国会发表演讲时首次提出建设“21世

纪海上丝绸之路”的倡议。同年12月的中央经济工作会议中将“一带一路”定为专有名词,特指“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”。2015年3月28日,中国政府在博鳌亚洲论坛2015年年会期间正式发布《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,提出要以“政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通”(简称“五通”)为主要内容,打造“一带一路”沿线国家政治互信、经济融合、文化互容的利益共同体、责任共同体和命运共同体。

习近平主席指出:“民心相通”是“一带一路”建设的重要内容。国家之间的合作和信任,无不以民心相通为前提。“一带一路”倡议对于增进沿线各国人民之间的人文交流、实现民心相通具有重要意义。2016年,习近平主席在塔什干乌兹别克斯坦最高会议立法院的演讲中指出:“‘一带一路’建设倡导不同民族不同文化要‘交而通’,而不是‘交而恶’。”实现民心相通离不开跨文化的交流和彼此文化的认同。跨文化交流不仅可以增进异质文化间的文化认同,而且可以增进对自身文化的认同。跨文化交流为来自不同文化背景的个体提供了接触和了解其他文化的机会,与其他文化的接触了解有利于个体培育包容的精神气质,同时给个体提供了审视自身文化特性的机会。在差异化文化的冲击下,个人能更加全面地认识和了解自身文化的特性。

(三) 文化折扣: 跨文化语境中文化产品消费面临的问题

文化折扣是进行跨文化文化产品贸易和消费时不可忽视的因素。文化折扣是文化产品区别于其他一般产品的特征之一^[7]。文化产品具有文化属性,其内容来源于某种或者多种文化。在传播学上,文化产品的文化属性的表现形式是其传递象征性信息。而象征性信息的传递受到文化折扣的影响。文化折扣这一概念最初被希尔曼·埃格伯特(Seelmann Eggebert)使用,指少数派文化(minor cultures)或语言应得到关注和保护。在跨文化背景下,文化折扣是考虑文化相关的商业产品的经济价值时所必须考虑的因素。

文化差异是文化折扣存在的客观基础,文化产

品的国际贸易需要重视文化折扣现象。文化折扣产生的因素包括语言、宗教信仰、文化背景、审美、历史传统等。文化产品的消费中涉及到对其所内涵的象征性信息的解码。文化背景的不同可能导致解读错误或者关键信息的遗失。一个简单的例子是语言。在文字类文化产品的跨文化贸易和消费中,语言是导致文化折扣的主要因素。不懂英语,很难欣赏到原汁原味的英语文学作品。影视作品、艺术表演、文学作品等产品的跨文化传播均涉及到文化折扣的问题。如何在跨文化背景中尽量弱化文化折扣的影响,是促进我国文化(产品)走出去和加强文化产业交流合作所面临的挑战。

二、“一带一路”沿线文化资源的多样化和文化经济的不均衡

“一带一路”倡议是建立在历史文化概念“丝绸之路”上的面向全球化的战略构架。“丝绸之路”是古代东西方经济、文化、宗教、科技持续而广泛交流的大动脉。“陆地丝绸之路”形成于公元前2世纪,连接中国腹地与欧洲诸国,是东西方之间主要的贸易通道;“海上丝绸之路”形成于秦汉,繁荣于唐宋,是古老的海上通道。“一带一路”是“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的简称。“丝绸之路经济带”畅通中国经中亚、俄罗斯至欧洲,中国经中亚、西亚至波斯湾、地中海,中国至东南亚、南亚、印度洋。“21世纪海上丝绸之路”从中国沿海港口出发,途经中南半岛、马六甲海峡、印度洋、东非和欧洲多个港口,连接起东南亚、南亚、西亚、北非和欧洲。

“一带一路”沿线国家和地区具有丰富且多样的文化背景和资源,多样化的文化为跨文化交流提供了动因,也提出了挑战。“陆上丝绸之路”自东向西经过黄土高原—河西走廊—昆仑山脉、天山山脉—帕米尔高原—图兰低地—伊朗高原—美索不达米亚平原—托洛斯山脉—黑海海峡—巴尔干半岛—多瑙河中下游平原—阿尔卑斯山脉—波河平原—亚平宁半岛^[8]。“一带一路”沿线涵盖的主要文化类型包括中国文化、印度文化、伊斯兰文化、阿拉伯文化、古希腊文化和罗马文化^[9]。

(一) “丝绸之路经济带”国内沿线少数民族聚集

“丝绸之路经济带”国内沿线地区包括西北的新疆、陕西、甘肃、宁夏、青海、内蒙古6省(区),东北的黑龙江、吉林、辽宁3省,西南的广西、云南、西藏、重庆4省市(区)。这部分地区少数民族积聚,形成了相对独立的区域单位和区域文化,并积累了丰富的民俗、节庆等传统文化资源。西北地区以黄河、黄土高原为依托,特别是黄河孕育了灿烂辉煌的华夏文明。其中,甘肃省内居住着54个少数民族,其中东乡族、裕固族、保安族为甘肃省独有民族。河西自古是羌戎之地,匈奴、氐、羌、鲜卑、吐蕃、回鹘、党项族等先后生息于此。内蒙古以蒙古族和汉族为主,还有朝鲜、回、满、达斡尔、鄂温克、鄂伦春等民族。传统节日有兴畜节、马奶节、篝火节、查干萨日、祭敖包、赛骆驼、蒙古八旗祀祖、祭成吉思汗陵、鄂温克瑟宾节、蒙古族大年等。还有那达慕草原旅游节、喀喇沁王府旅游节、科尔沁艺术节、蒙古草原旅游节等现代节庆活动。

宁夏居住着回族、维吾尔族、东乡族、哈萨克族、撒拉族和保安族等众多少数民族,其中又以回族最多,回族占全区人口1/3,形成了独特的民族文化。青海以藏族人数最多,其次是回族。青海宗教主要有藏传佛教、伊斯兰教和基督教,汉族信仰的还有道教,藏族、蒙古族、土族信仰藏传佛教,回族、撒拉族信仰伊斯兰教。陕西有满族、蒙古族、壮族等42个少数民族。新疆的世居民族有维吾尔、汉、哈萨克、回、柯尔克孜、蒙古、塔吉克、锡伯、满、乌孜别克、俄罗斯、达斡尔、塔塔尔等13个^[10],并蕴含了吐鲁番文明、楼兰文明、米兰文明、西域伊斯兰文化、古丝绸之路文化、龟兹文化等多种文化形态。

(二) “丝绸之路经济带”国外沿线传统文化资源丰富

“丝绸之路经济带”绵延7000多公里,东牵亚太经济圈,西系欧洲经济圈,主要包括哈萨克斯坦、塔吉克斯坦、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦和土库曼斯坦5个中亚国家,伊朗、约旦、叙利亚、伊拉克、土耳其、沙特阿拉伯等西亚国家,此外还包

括高加索的阿塞拜疆、亚美尼亚、格鲁吉亚,东欧的乌克兰、摩尔多瓦和白俄罗斯,以及俄罗斯、阿富汗、巴基斯坦和印度等。

“丝绸之路经济带”国外沿线国家大多为发展中国家,但旅游、工艺品、文化遗产等传统文化资源丰富。据联合国教科文组织(UNESCO)统计,全球超过一半的文化遗产分布在“一带一路”沿线(400余项),且主要分布在“丝绸之路经济带”上。其中,超过50%以上的文化遗产属于建筑群类,30%属于遗址类,文化景观和文物类各占10%。“丝绸之路经济带”沿线国家多具有鲜明而强烈的文化特征,拥有自己的语言、文化传统和宗教信仰。以印度为例,印度文化具有浓郁的宗教性,其传统风俗习惯、个人道德观念、国家政治法律等均受到宗教的影响;其建筑风格、文学艺术、舞蹈音乐等也都以宗教为中心。印度具有卡杰拉霍、泰姬陵、阿格拉堡等著名的世界文化遗产。独特的文化背景为“丝绸之路经济带”沿线国家的手工艺品发展和文化旅游业的发展提供了良好条件。

(三) “21世纪海上丝绸之路”沿海地区文化经济发展良好

海上丝绸之路国内沿海地区主要包括上海、福建、广东、浙江、海南5省市,其中福建是“21世纪海上丝绸之路”的“核心区”,重要港口包括上海、天津、广州、烟台、大连、厦门、深圳、海口、三亚等。海上丝绸之路在历史发展中形成了东洋、西洋和南洋三条主要航线:东洋航线是由中国北部沿海港口向东出发面向韩国、日本,西洋航线是由中国东部沿海港口向西出发面向南亚、阿拉伯与东非诸国,南洋航线是由中国南部沿海港口向南出发面向东南亚诸国^[11]。

“21世纪海上丝绸之路”沿海地区是我国改革开放的先行区,随着沿海城市开发、港澳台合作建设和经济特区建设,沿海地区经济状况普遍好于内陆地区,具有良好的产业发展基础。上海、福建、广东、浙江、海南等东南五省的第一产业比重都非常低,其中,上海、广东、浙江三个省的第三产业占比超过了第二产业。由于沿海城市便利的地理位置,其文化多呈现出开放、包容的气质,如上海地

区独有的江南传统吴越文化与工业文化融合形成的海派文化, 广东地区特色的华侨文化和福建地区的闽西客家文化和泉州伊斯兰文化等。

三、理性认识“一带一路”沿线文化产业发展现状

“一带一路”沿线国家和地区多是发展中国家或新兴经济体, 且传统文化资源丰富, 具有发展文化产业的内在要求。然而, 由于历史、经济、地理位置等原因, 其沿线国家文化产业的发展呈现出了不同的特点。

(一) “丝绸之路经济带”国内地区: 资源型文化产业为主

我国西北地区的文化特色鲜明, 文化产业起步较晚, 文化市场规模较小、发展较为落后, 但文化产业发展动力强。陕西独特的历史文化资源是文化产业发展的优势所在, 近年来陕西省积极实施特色文化产业品牌战略和重大文化产业项目带动战略, 呈现出良好的发展势头。青海有着地方特色的民族文化企业, 昆仑玉、热贡艺术、藏族织毯等民族民间工艺品, 不断拉动青海文化产业向前发展。甘肃历史文化资源、文物资源优势明显, 特色旅游业成为文化产业支柱产业。宁夏将黄河文化、丝绸之路文化、西夏文化、回族文化、贺兰山与六盘水文化进行深度开发, 从单纯地发展文化旅游到展览馆、剧院展演, 从动漫电影到歌剧、舞蹈、主题公园等形成齐头并进发展。新疆文化资源丰富, 展现出独特的西域民俗风情, 文化旅游业发展较好。内蒙古依托草原文化资源, 发展蒙古族草原特色文化产业。可以说, 陕西、青海、甘肃、宁夏、新疆、内蒙古等西北六个省(区)的文化产业发展形态集中在文化旅游业、演艺娱乐、工艺美术产业, 并涵盖文化博览、民俗、民族节庆、影视制作等产业。总之, 西北地区文化资源主要开发模式是发展资源型文化产业, 利用文化资源优势, 发展区域特色文化产业。

广西、云南和西藏西南三省(区)的人均GDP远低于全国平均水平, 文化消费薄弱, 但走出了一条区别于东部地区的差异化的文化产业发展道路。

随着“藏羌彝特色文化产业走廊”“滇西北特色文化产业带”以及“昆玉旅游文化产业带”等特色文化产业集群的加快建设, 文化产业整体呈现出集聚融合和互动发展趋势。云南文化产业与旅游业紧密结合, 成为西部民族地区文化产业发展的“领头羊”。广西依托良好的经济社会基础和地缘优势, 成为面向东盟的北部湾民族文化强区。西藏厚重的藏族文化底蕴和跌宕壮观的历史脉络, 为其文化旅游业发展提供了丰富的文化资源。此外, 重庆作为西部唯一的直辖市和长江上游地区经济、政治、文化、教育、科技中心, 文化产业正呈现加速度发展的态势。东北地区有着良好的工业基础和巨大的发展空间, 目前主要发展影视娱乐、软件、演出演艺、动漫和文化旅游等产业形态, 以民间说唱艺术为主体的文化产品开发与文化服务不仅形成产业发展规模, 并且成为东北文化产业发展的区域象征。

(二) “21世纪海上丝绸之路”国内地区: 新型文化业态快速发展

“21世纪海上丝绸之路”国内沿海地区经济发展水平处于全国前列, 文化消费综合指数位居全国前列, 文化市场活跃, 具有非常好的文化产业发展基础。在东南沿海地区, 以文化创意、数字出版、文化艺术、演艺娱乐、文化会展、动漫游戏、网络文化服务等为代表的新型文化业态和文化内容产业不断发展, 特别是数字出版、动漫、网络游戏等在全国占据较高份额。2016年, 广东文化及相关产业增加值占全国文化产业增加值比重超过1/7, 连续15年位居全国各省(区、市)首位。其中深圳市文化产业增加值达到2243.95亿元, 占全市GDP超过10%, 十余年保持年均20%的速度增长。全国网络音乐2/3的产值、全国游戏产业7成收入、全国动漫产业1/3的产值、全国数字出版1/5的产值都来自广东省。浙江省2016年文化产业增加值达到3200亿元, 占全省生产总值比重为6.8%, 2017年文化及相关特色产业增加值增长12%左右, 整体发展态势良好, 已经成为浙江省国民经济支柱性产业。浙江省已明确规划, 拟在2020年将文化及相关特色产业增加值提升至5000亿元, 占GDP比重达到8%以上, 发展后劲较大^[12]。

(三) “一带一路”国外地区: 大多发展传统文化产业

“一带一路”国外沿线地区的文化产业发展呈现出差异化和不均衡的特点。大多数国家和地区历史传统文化资源丰富, 但文化产业基础薄弱, 多侧重于开发传统文化资源, 发展文化旅游、手工艺、民俗文化产业, 并辅以影视、出版、艺术表演等产业。以印度为例, 旅游业是印度政府重点发展的产业, 提供了2000多万个就业岗位, 其电影业和出版业发展良好, 产量高、产业链条完善。同时, 欧洲诸国和日本、韩国等亚洲国家的文化产业发展良好, 新型文化业态发展迅猛, 文化产品在国际市场上极具竞争力。以动画产业为例, 日本动画协会发行的《2017年动画产业报告》指出, 2016年日本动画工作室总数为622家, 相比于2011年的419家, 增长了近50%; 日本动画产业2016年国内销售额为1.23兆日元, 海内外销售总额突破2兆日元; 动画消费类型涵盖动画电影、动画配信(アニメ配信)、动画音乐、现场娱乐(ライブエンタテイメント)、电视动画、动画录像带、动画授权等^[13]。

四、多措并举推动“一带一路”文化产业合作与发展

“一带一路”是一条合作之路、发展之路, “一带一路”文化产业发展也将是开放包容、互利共赢的。文化部颁布的《“一带一路”文化发展行动计划(2016—2020)》指出, “一带一路”文化的基本原则是政府主导、开放包容, 交融互鉴、创新发展, 市场引导、互利共赢。文化部、财政部等单位联合召开了“丝绸之路文化产业合作发展论坛”, 深入研讨了如何促进丝绸之路沿线地区文化产业的交流与合作, 提升沿线地区文化产业发展的整体实力。同时, “一带一路”沿线国家和地区文化的多样性, 使跨文化交流成为推动“一带一路”文化产业发展中不可避免的问题。在这一背景下, 研究如何使得发展文化产业与打造跨文化竞争力紧密相连、相互促进, 更具现实意义。

(一) 明确文化差异, 区分产业发展策略

“一带一路”沿线文化资源分布和经济发展

水平不平衡、不充分, 这使得对“一带一路”沿线的国家和地区进行合理划分并分别制定发展策略成为必要。以国内沿线省市来说, “丝绸之路经济带”西北六省少数民族积聚, 民族文化资源丰富, 但产业基础薄弱; 东北三省具有良好的产业基础和工业化背景, 具有良好的影视娱乐资源; 西南三省文化旅游资源丰富, 但经济发展远落后于全国平均水平。相反, “21世纪海上丝绸之路”国内沿海地区经济水平多处于全国前列, 民族资源不如西部诸省丰富, 然而文化创意、数字出版、动漫游戏、网络文化服务等新兴业态得以快速发展。文化资源禀赋和产业基础水平不同, 应采用不同的产业发展策略。

按照文化资源禀赋、产业发展水平、人口社会因素、文化差异距离等因素对“一带一路”沿线广大的地区或者业态进行划分, 并针对不同类别的国家或者业态采取不同的产业合作方式。其中, 划分的标准不一定局限于地理位置, 更应该考虑到文化的差异度等因素, 划分类别并分别制定文化产业合作发展策略, 能更高效促进“一带一路”沿线文化产业协同发展。例如, 针对文化遗址这一特殊的文化资源, 可以加强病害与保护的联合研究、建立开发和保护信息共享平台、建立联合开发机制等。针对文化资源禀赋高而产业发展水平低的国家和地区, 可以通过构建通畅的贸易渠道、推广文化旅游、加强固定资产投资等方式实现文化产业的共同发展。

(二) 降低文化折扣, 统筹国内国际市场

统筹国内国际两个市场是实现“一带一路”文化产业合作发展的必然要求, 而文化折扣是拓展海外文化市场时必须考虑的因素。“一带一路”沿线国家的语言、宗教信仰、文化背景、历史传统等存在广泛且深刻的差异性, 这些差异均可能导致文化折扣现场的产生。因为文化产品自身的文化属性, 文化折扣现象广泛存在于文化产品的贸易和消费中。降低文化折扣是统筹国内国际两个市场的有效手段之一。

在文化产业层面降低文化折扣的方法包括: 首先, 发展和生产文化折扣相对较低的文化产品。以影视产品为例, 动作类影片比情景喜剧具有更低的

文化折扣。动作表达具有共通性,可以大大削弱因为语言、传统、文化的差别而导致的文化折扣;而情景喜剧需要观众对影片的文化背景、语言习惯等具有初始的理解。合作生产文化折扣相对较低的文化产品是快速打通跨文化市场的方法之一。其次,本土文化产品国际化。每一种文化都有其保持恒久生命力和吸引力的元素,抽象出普适的共通元素并用现代化方法呈现出来,可以有效帮助本土文化产品国际化。例如,和平、奋斗、亲情、爱情等是人类共有的感情和话题,基于这些元素的文化产品能更容易进入跨文化市场。最后,发展文化亲缘性市场。在文化产业合作的策略上,可以优先发展与本国文化具有文化亲缘性的市场,通过相互文化产品的消费逐渐加强文化信任 and 了解,并逐渐扩大到文化差异较大的市场。

(三) 加强文化认同,着力开发传统文化资源

依托“一带一路”沿线丰富的文化资源,在提升我国文化跨境竞争力的同时促进各国文化产业协调发展,是积极推进“一带一路”实施和加强“一带一路”建设文化认同的重要举措。对异质文化的认同能保障跨文化交流顺利进行,对自我文化的认同则是文化自信的基础和核心。加强文化认同离不开对传统文化的接触和了解。以文化遗产保护与开发为核心,通过“文化旅游+”联动传统文化业态,通过“互联网+”联动新型文化业态是“一带一路”文化产业可供选择的开发模式之一。

文化遗产是“一带一路”沿线地区最宝贵的文化资源之一,文化遗产资源的独占性、历史性和唯一性决定其成为“一带一路”地区文化产业合作和发展的重点产业形态。以投资“文化遗产保护与开发”为核心,通过文化旅游带动“一带一路”沿线工艺美术、节庆会展、影视产业发展,同时可借助于互联网加强传统业态的现代表达和新型业态对传统业态的渗透。结合“一带一路”沿线文化资源丰富、民族多样性的特点,可以重点开发民族、民俗

文化旅游。在进行旅游开发时可利用信息化、数字化、虚拟化等手段增加文化消费体验,实现传统文化资源的数字再生产和IP开发等。

参考文献

- [1] 尹宏. 丝绸之路经济带文化产业发展研究[J]. 中华文化论坛, 2015(8): 142-148.
- [2] 孙颖. 国内“一带一路”相关文化研究综述——基于中国知网的分析[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2017(6): 154-164.
- [3] 习近平. 携手构建合作共赢新伙伴 同心打造人类命运共同体——第七十届联合国大会一般性辩论时的讲话[EB/OL]. (2015-09-29) http://www.xinhuanet.com/world/2015-09/29/c_1116703645.htm.
- [4] [6] 陈先元. 跨文化交流的动因、趋向和形态[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2000(3): 91-96.
- [5] 徐明华. 我国跨文化传播研究的文献综述——以2000—2011年中国跨文化传播研究为背景[J]. 新闻爱好者, 2012(17): 1-3.
- [7] 闫玉刚. “文化折扣”与中国对外文化贸易的产品策略[J]. 现代经济探讨, 2008(2): 52-55.
- [8] 张国刚. 丝绸之路与中西文化交流[J]. 西域研究, 2010(1): 1-3.
- [9] 王心源, 刘洁, 骆磊, 等. “一带一路”沿线文化遗产保护与利用的观察与认知[J]. 中国科学院院刊, 2016(5): 550-558.
- [10] [12] 李凤亮, 等. 国家开发银行支持“一带一路”文化产业发展模式研究[R]. 深圳: 深圳大学文化产业研究院, 2016.
- [11] 罗帅. 贵霜帝国的贸易扩张及其三系国际贸易网络[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 2016(1): 115-123.
- [13] 罗小艺. 日本动画对我国的启示: 基于新背景的分析[J]. 出版广角, 2018.

Cultural Industry Cooperation along the “ Belt and Road ” from a Cross-Cultural Communication Perspective

Li Fengliang Luo Xiaoyi

Abstract: Cross-cultural communication is a key part in the construction of the Belt and Road Initiative as cultural industry occupies an important position among industries of the Belt and Road Initiative. Diverse cultural background of countries and regions along the Belt and Road and unbalanced economic development have posed challenges for cultural industry cooperation and development. On the basis of analyzing the cultural resources endowment and development of cultural industries of countries and regions along the Belt and Road, it is proposed that enhancing cooperation among cultural industries along the Belt and Road requires the clarification of cultural differences between countries and the specification of strategies. Furthermore, weakening the effects of cultural discount in international trade of cultural products would be an efficient way to coordinate domestic and international markets. At last, developing traditional cultural resources would be useful to strengthen cultural identity.

Key words: The Belt and Road Initiative; Cross-Cultural Communication; Cultural Industry Cooperation