

## 關於舉國創建文化強國地位

### 爭取國際話語權及道德高地的提案

胡劍江委員

案由：

全球地緣政經格局正進入百年未見之大變局，隨着國家綜合國力日益壯大，透過舉國力量創建文化強國地位，全力爭取國際話語權及道德高地，致為關鍵。

大國發展既是硬實力的發展，也是軟實力的提升，提升國家文化軟實力，關係著實現中華民族偉大復興中國夢、關係著構建人類命運共同體。習近平主席在中共二十大報告中對增強中華文明傳播力影響力作出重要部署，強調加強國際傳播能力建設，全面提升國際傳播效能，形成同我國綜合國力和國際地位相匹配的國際話語權。

縱觀近現代歷史，以歐美為中心的西方文明在全球範圍內形成了一套用以解釋世界和人類社會生活的西方中心主義霸權式理論與範式。這種一元主義的話語格局不僅不利於中國形象的全面展示，同時也無助於世界文明的良性發展。同時，美歐、日韓等西方國家對中國開展文化戰爭，自 90 年代以來，歐美和日韓文化大規模湧入了中國民間，好萊塢電影、日漫、韓劇等文化傳播作品極大的改變了中國人的審美觀念，一些西方國家的行徑惡意貶低中國形象，導致國外很多人對中國充滿了偏見，在中國進一步擴大改革開放和融入全球競爭中形成了對中國不利的局面。

經過改革開放四十餘年的艱苦奮鬥，中國已經走完了中國製造，世界工廠的歷程。現在已經進入了中國智慧，中國創造的新歷程。未來二十年，是中華民族偉大復興的關鍵時期，講好中國故事、傳播好中國聲音，展現可信、可愛、可敬的中國形象，對於在百年未有之大變局下中國參與全球競爭至關重要。

為此建議：

一是制定提升中華文化國際影響力的四個五年具體計畫，有力應對西方文化入侵。建議國家文化主管部門制定提升中華文化國際影響力的四個五年計劃。設定對戰國際的對表指標，集中力量統一部署提升中華文化國際影響力和文化軟實力的行動方案，按照緩急輕重安排各個板塊發展的優先次序。

二是加快國家文化自信體制機制創新，加強國際傳播能力建設。加強對國際傳播規律的研究，全面推進理念、內容、體裁、形式、方法、手段、業態、體制、機制創新，組建一批優勢文化企業參與全球文化產業競爭，著力提高國際傳播影響力、中華文化感召力、中國形象親和力、中國話語說服力、國際輿論引導力。

三是吸收世界各國經驗，開展文明交流互鑒。從中國實際出發，參考美歐日韓等國在文化產業發展戰略、配套機制、經濟扶持、法律保障等方面如何推動文化走出去的經驗。打造中國的類似好萊塢、迪士尼、奈飛、“酷日本”、“韓流”等全球品牌，將中國城市打造成類似倫敦、巴黎時尚創意之都。另外，由中央美術及文化發展專才，仿照「高科技農業下鄉」的模式，提升各省、市、縣、區的文化產業特色，一方面吸引旅遊，另一方面推廣中華深度文化及文創等產業，進而邁向國際。實行先「洋為中用」，再「中為洋用」。

四是重視用中國產品傳遞中華文化，支持中國優勢跨國企業走出去。通過中國創造世界頂尖的科技產品和文化產品傳遞中國發展成就和中華文化。借助近年中國新興產業、國潮品牌走俏國際市場的契機，加大力度支持華為、騰訊、比亞迪、位元組跳動等頭部高科技企業繼續深入走向全球，通過手機、汽車、社交娛樂、電子遊戲等日常生活隨處可見載體，讓國際受眾熟悉更多中國新時代發展變化。注重塑造中資企業在海外國家的良好形象，鼓勵中資企業運用好海外主流社交媒體平臺，全面展示企業文化中的中國文化。

五是支持大型優勢文化企業參與全球競爭。組建一批一流的翻譯機構，翻譯中國優勢影視文化作品投入全球市場。支持紫荊文化、鳳凰集團、湖南廣電等國內優勢文化企業與各國文化企業合作，共同製作適合全球化的中國文化實物產品和精神產品，尋找中外文化契合點、情感共鳴點、利益交匯點，“接地氣、有溫度”地講好有中國特色的故事。