经济全球化背景下民族文化国际影响力的理论与现实

魏海香

（北京工商大学 马克思主义学院，北京 100048）

摘　要：经济全球化与民族文化国际影响力具有五重内在逻辑关系，其是经济全球化成为当代民族文化国际影响力释放、增强、竞争等的背景的理论缘由。总体来看，当代世界文化影响力格局呈五层塔状结构。总结这一格局发现，民族文化国际影响力的重要性愈益凸显，价值观影响力、文化传媒影响力和文化市场影响力成为决定当代民族文化国际影响力强大与否的重要因素；世界文化影响力格局的结构与世界经济格局的结构基本相似；中华文化在世界文化影响力格局中的位置较为复杂，位列二级与三级之间。可以预见，民族文化国际影响力竞争将愈演愈烈，世界文化影响力格局将稳中有变。因此，如何对内加强文化认同和文化保护，如何对外提升文化国际影响力及其竞争力，将对民族文化的生存与发展具有重要意义。

关键词：经济全球化；民族文化；国际影响力；内在逻辑；格局

【中图分类号】D633　　**【文献标识码】**A　　**【文章编号】**1672－867X（2019）05－0105－06

DOI:10.13727/j.cnki.53-1191/c.2019.05.015

萌芽于地理大发现，发轫于工业革命的经济全球化带来的绝不仅仅是经济的巨大变革，其正以不可思议的方式实现着不同文化体之间的广泛联系与频繁互动，以致当今世界文化交流交融交锋更加频繁和复杂，[①]文化在国际竞争中的地位和作用愈益突出，且文化国际影响力间的较量也日渐凸显。而经济全球化与民族文化国际影响力之间究竟有着怎样的内在逻辑关系，其缘何促使经济全球化成为民族文化国际影响力问题凸显的大背景？在这一背景下，世界民族文化国际影响力总体的现实状况如何？包括我国在内的一些主要国家的民族文化国际影响力发展程度如何，又处于怎样的位置？这些问题无论是对民族文化的长远发展，还是对全球文化的总体发展都至关重要。

一、经济全球化与民族文化国际影响力的内在逻辑

根据联合国提供的数据显示，截至 2018 年 7 月底，全球人口数量在 75 亿左右，共有 233 个国家和地区，其中国家 198 个，地区 35 个。在相当长的历史阶段内，这些民族国家都会是经济全球化的主体，而每一个民族国家对应着至少一种民族文化。当代，经济全球化已成为这些民族文化国际影响力释放、增强、竞争等的大背景，其给各民族文化的发展提出了新的要求，即释放与提升民族文化的国际影响力，这一要求是通过经济全球化与民族文化国际影响力的内在逻辑关系展现出来的。具体来看，经济全球化与民族文化国际影响力的内在逻辑关系主要体现在如下五个方面:

其一，经济全球化改变了民族文化独立演进的历史，相互影响成为民族文化演进的必然要求。从理论上说，每一个民族文化的发展都不是完全孤立的，在其形成与发展的过程中一定会或多或少地受到其他文化的影响，但是，在经济全球化之前，这种相互影响是非常有限的，其主要是囿于交通和通信技术的不发达，各民族文化之间缺乏快速与便捷的交往手段，因此，交往的范围只限于临近地域。而由于经济全球化的发展，全球文化体之间实现了紧密联系与频繁互动，其结果就是任何一个民族文化的生存与发展都必定会受到其他民族文化乃至全球文化整体的影响，关起门来进行文化建设再也行不通了。对此，马克思在论述其“世界历史”思想时，也曾指出，受到社会发展影响和制约的文化的发展，毫无疑问，同样也有一个从狭隘的地域范围向世界范围扩展其影响的过程。而信息的全球化

【作者简介】魏海香，北京工商大学马克思主义学院副教授。

【基金项目】北京市社会科学基金重点项目“文化影响力理论构建”（15KDA001）阶段成果。

① 《十七大以来重要文献选编》，北京：中央文献出版社，2011 年版，第 165 页。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

更极大的加剧了这种相互影响的程度，因此，民族文化必须适应这种影响的常态。一方面，民族国家要适应其他民族文化的影响，并要学会接受其他民族文化好的影响，摒弃其中不好的影响，进而保护自己不被完全同化和侵蚀；另一方面，民族文化又需要积极走出去扩大自己对其他民族文化乃至全球文化整体的影响，更多参与国际文化互动，努力发出自己的声音，提升自己文化的话语权，这样才能获得更好的发展条件，进而实现自身更好的发展。

其二，经济全球化使民族文化的民族性受到挑战，推动民族文化走向世界从而促使民族文化更好的生存与发展，成为民族文化保持民族性的必然要求。经济全球化促使全球文化大变革，这些变革既给民族文化带来了好的机遇和影响，也给民族文化带来了巨大的挑战和冲击，其中，民族文化的民族性受到的挑战与冲击最大，这主要体现在三个方面：一是经济全球化带来了一定程度的文化同质化和文化混合化，其致使一些民族文化的民族技艺失传、民族传统淡忘，甚至民族精神淡化，民族文化的民族性因此受到了极大的冲击，而这些民族性是民族文化的根本。二是经济全球化造成了强势文化对弱势文化①的冲击，这种冲击打压着弱势文化的文化产业，占领着弱势文化的文化市场、消蚀着弱势文化的文化认同、并影响着这些民族年轻一代的价值观念，不但使这些弱势文化的文化安全受到威胁，也致使这些民族文化的生存与发展困难重重。三是西方消费文化在全球蔓延，引起了发展中国家消费方式、生活方式，甚至价值观念的变化，冲击了发展中国家的民族传统文化，致使文化虚无主义在一些国家有所发展。因此，对于民族文化，尤其是弱势民族文化而言，如何坚持和发展文化的民族性是其在经济全球化背景下面临的首要问题。但是，需要指出的是，在经济全球化背景下，坚持和发展文化的民族性必须要从民族文化的全球化中获得规定，并在其中获得发展。这是因为三方面原因：第一，只有通过民族文化的全球化，民族文化的民族性才可以得到更大范围的传播和推广，进而更加有利于民族性的传承和保持。第二，只有通过民族文化的全球化，民族文化才可以和其他民族文化进行愈益广泛的交流，通过这种交流，努力增强自身对外文化交流的能力，以及吸收各国优秀文明成果的能力等，才可以更有利于推动民族文化的丰富和发展。第三，只有积极融入经济全球化这一进程，民族文化才可以和世界文化发展的潮流和方向保持一致，才可以更有利于民族文化保持先进性。因此，推动民族文化走向世界，使其在与其他民族文化的交往中提升自己的各种能力，从而通过自己更好的发展以为自己的民族性争取更广阔的生存与发展空间。

其三，经济全球化使民族文化认同遭遇一定危机，提升民族文化国际影响力，增强民族文化认同，是增强民族凝聚力和向心力的必然要求。一般而言，个体对其所属的民族文化的自觉认知与自愿认可就构成其民族文化认同，这其实是一种民族文化的内在认同。而此外，在经济全球化背景下还产生了一个民族文化外在认同的问题，即在不同文化体之间相互交流与互动的过程中，其他民族国家对该民族文化是否能认知和认同的问题。而无论是哪种文化认同，在经济全球化背景下均受到挑战，遭遇危机。首先，民族文化的内在认同受到一定程度的消解。在经济全球化之前，因为各文化体相对独立演进，因此，民族文化主要生成于较为固定的地理环境和较为稳定的人文环境，文化认同的基础较为“单一”，特色也较为突出，该民族对其自身文化的认知基本只来源于这一民族文化，因此，这种认同容易实现，从而也容易形成高度的民族认同和较强的民族凝聚力。但是，经济全球化使“过去那种地方的和民族的自给自足和闭关自守状态，被各民族的各方面的互相交往和各方面的互相依赖所代替了。物质的生产是如此，精神的生产也是如此。”② 过去这种较为单一、稳定和高度的民族文化认同因为文化产生条件与文化认知来源开始发生变化而开始发生裂变，呈现出多元、离散和松散的特征，这对民族国家而言，是一种巨大的挑战。其次，民族文化的外在认同在一定程度上开始变得模糊。经济全球化的产生与发展使得一些经济要素与经济活动日益跨越民族国家的疆界，由此带来一定程度的文化同质化和文化混合化，其致使一些民族文化的“身份”界限愈益模糊，外在认同因而降低甚至受损。而需要指出的是，民族文化内在认同与外在认同相互影响，如果民族文化内在认同程度高，该民族文化的

① 文化是平等的，本没有强弱之别。这里的强势文化和弱势文化概念是对经济全球化进程中，各民族文化之间发展的不平衡状况的反映，是指不同民族文化在文化传播力度、广度、文化影响力的大小等方面存在的力量对比关系。

② 《马克思恩格斯文集（第2卷）》，北京：人民出版社，2009年版，第35页。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

特色就容易得到保持和发展，从而使该民族文化的外在认同程度也高；而如果一个民族文化内在认同程度低，该民族文化的特色就容易减少甚至消失，致使其民族文化的外在认同程度也相应降低。可见，民族文化的内在认同是基础。但在经济全球化进程中，因为生产方式与消费方式在一定程度的趋同、西方发达国家强势文化的渗透、文化交流与互动加强等所带来的外在的文化影响，民族文化外在认同的降低与模糊也反过来影响了民族文化的内在认同，从而使民族文化的内外认同都遭遇了一定程度的危机，尤其对于在经济全球化进程中处于劣势地位的发展中国家而言更是如此。这种民族文化认同危机也往往会激发一些民族国家的“文化自省”及其基础之上的文化认同重构。而民族文化认同重构也必然分为民族文化的内在认同重构和外在认同重构这两个方面。增强民族文化的文化自信是实现民族文化内在认同重构的重要途径；而提升民族文化的国际影响力是增强民族文化外在认同重构的重要渠道。由此可见，文化自信与民族文化国际影响力也是相互促进的，提升民族文化国际影响力有助于坚定和提升文化自信；而提升文化自信也有利于提升民族文化国际影响力。总之，只有民族文化认同感提升，才会有助于增强一个民族的凝聚力和向心力，从而为民族国家的发展提供强大的内在动力。

其四，提升民族文化国际影响力是推进经济全球化进程发展的必然要求。经济全球化是促使民族文化国际影响力提升的背景原因，而民族文化国际影响力的提升也会反作用于经济全球化进程，从而促进其进一步发展。民族文化国际影响力对经济全球化的这种推进作用主要体现为这样三个方面：一是民族文化国际影响力的提升有助于加强民族文化之间的交流与互动，从而增强彼此的理解，减少误解与冲突，进而进一步加强民族国家之间的经济联系与合作。二是民族文化国际影响力的提升有助于改善经济全球化的不平等性和不平衡性。到目前为止，经济全球化进程并不是一个平等的进程，这种不平等从长远来看并不利于经济全球化的发展，也不利于广大民族国家的发展。对于在全球经济格局中处于非主导地位的民族国家而言，如果要想维持自身的生存和发展，就必须要在各个方面发展自己及提升自己，其中也包括文化国际影响力。只有这样才可以获得较多的发展机会、维护更多的发展权益、争取更多的国际支持，逐渐改善不平等的经济格局，最终促使经济全球化在愈益平等的条件下朝着更高阶段发展。三是民族文化国际影响力可以通过柔性的方式促使民族国家实现更好的沟通，达成更多的共识，进而促使一些全球性问题的和平解决，为经济全球化的进一步发展创造有利的条件。

其五，促进民族文化国际影响力间的良性竞争，是民族文化及全球文化整体发展的必然要求。事物没有竞争也就没有发展，可见，竞争是事物发展的动力，文化也不例外。经济全球化对全球文化的一个重要变革和影响就是引发了民族文化间前所未有的竞争，致使文化竞争力成为衡量一个民族国家综合实力的一个重要的内容和指标。而文化竞争力中的重要内容就是民族文化国际影响力。民族文化国际影响力大，文化竞争力就强，反之，文化竞争力就弱。所以，当代的民族文化竞争就是文化影响力的竞争。这种文化影响力的竞争如果是在良性状态下的竞争，其不但可以促使民族文化的发展，也可以促使全球文化整体的发展；但如果这种竞争是在不平等条件下的恶性竞争，那么对一些弱势民族文化就是一种打压和磨难，在仍存在文化霸权主义的时代，这种情况是一种不可回避的事实。但也是在这种情况下，民族文化更应该增强自身的影响力和竞争力，从而保障自身的生存和发展，进而改善不平等的全球文化格局，因此，从长远来看，其也是促使自身以及全球文化朝着好的方向发展的力量。总体来看，民族文化国际影响力竞争之所以能促使民族文化及全球文化整体的发展主要在于两个方面：一方面，通过文化主观影响力①的竞争，可以促使各民族文化加强自身文化建设，进而促使民族文化愈益优秀和先进；另一方面，通过文化客观影响力的竞争，可以促使各民族国家文化产业、文化传媒、文化环境等各个方面的发展，从而提升民族文化的发展水平和发展程度。更为重要的是，在民族文化国际影响力充分竞争的过程中，各民族文化交往的程度会愈益加深，各民族文化也就愈益相互依存和相互融

① 文化国际影响力总体上可以分为文化主观影响力和文化客观影响力。文化主观影响力是指一个文化体的精神意识等文化主观内容对国际社会所产生的主观的国际影响力，具体包含四个部分：文化符号影响力、文化一般观念影响力、文化制度与政策影响力，以及价值观影响力。文化客观影响力是指一个文化体的物质载体对国际社会所产生的客观的国际影响力，主要分为五个部分：文化传媒影响力、文化市场影响力、文化资源影响力、文化环境影响力、文化活动影响力等。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

合，从而推进全球文化整体朝着更高的程度发展。

二、经济全球化背景下民族文化影响力的世界格局

经济全球化背景下，当代世界文化呈多元化的发展态势，但是这个多元格局在文化贸易、教育、艺术、时尚、声望、国民素质、公民满意度、文化现代化程度等诸多方面都呈现出发展的不均衡性，致使不同民族文化的国际影响力有较大差距。

所谓民族文化影响力的世界格局（简称世界文化影响力格局），是指在一定历史阶段，世界各民族文化的国际影响力因为发展程度不同而呈现出的力量分布与对比的结构状态。近年来，国际国内有很多关于世界各民族国家文化影响力的统计与排名，比较有影响的几个研判如下：

第一个研判来自2009年中国科学院中国现代化研究中心发布的关于中国文化现代化的研究报告。[①] 该报告提出，文化影响力是一个国家对世界文化市场和文化生活的客观影响的大小；在设定一个国家的文化影响力等于一个国家文化市场影响力、文化资源影响力和文化环境影响力的相对水平的加权平均值的基础上，其依据2005年各国的相关数据得出结果认为，美国是文化影响力最强大的国家、欧洲的德国、英国、法国、意大利、西班牙等位列前列，我国文化国际影响力位列第七，属于文化影响力强国行列。排在世界后10位的国家是：阿塞拜疆、尼日尔、毛里塔尼亚、乌兹别克斯坦、海地、埃塞俄比亚、布隆迪、卢旺达、厄立特里亚、乍得。

第二个研判来自2017年《美国新闻与世界报道》（U. S. News & World Report）公布的2017年度最佳国家的统计排名。[②] 在其众多的衡量指标中，文化影响力是其中重要的一个。Y&R的BAV咨询公司及美国宾夕法尼亚沃顿专家负责此次调研，他们依据名声、流行度、趋势、幸福指数、现代化及娱乐影响力等因素衡量了80个国家的文化影响力。依据此次排名，前10位的国家依次是意大利、法国、美国、西班牙、英国、日本、瑞士、巴西、瑞典和澳大利亚，中国整体排名第21位。依据这个排名，也可以大致将世界文化影响力格局分为四个等级，[③] 即文化影响力强国（排名前15位）、文化影响力中等国家（排名15－30位）、文化影响力较弱的国家（排名30－60）和文化影响力弱国（排名后20位）。第三个研判来自2018年7月美国南加州大学外交研究中心联合英国波特兰公关公司（Portland）共同发布的《2018年全球软实力研究报告》。该报告依据2015—2018年各国在艺术、电影、音乐、体育、旅游等方面的数据列出了全球文化影响力的最新排名，[④] 依据这个排名，排在前10位的国家是美国、英国、法国、德国、西班牙、澳大利亚、荷兰、比利时、中国、意大利等。我国文化凭借文化传统、联合国教科文组织世界遗产数量等的优势位列前十。依据这个排名统计，排在前10位的国家基本属于文化影响力强国，11－30位的国家属于文化影响力中等强度的国家，拉丁美洲及非洲多数国家则属于文化影响力弱国。

综合上述三种关于世界文化国际影响力格局的研判，结合民族文化国际影响力的历史与现状，我们可以初步做出如下结论：当代世界文化影响力格局大致呈五层塔状结构（图1），美国文化暂居塔顶位置，英国、法国、德国、澳大利亚、西班牙、意大利、加拿大等西方发达国家属于文化影响力强国；日本、韩国、印度、巴西、俄罗斯，还有一些比较发达的北欧国家属于文化影响力中等强度的国家；多数拉丁美洲和非洲国家属于文化影响力弱国，其他国家则属于文化影响力较弱的国家。而中华文化，无论是从文化国际影响力的历史，还是从近几年文化国际影响力的现实来看，基本位列二级与三级之间。因为，一方面，中华文化的历史最悠久，知名度较高，文化资源也最丰富，这都是文化影响力强国的表现；但是，另一方面，中华文化在现代文化产业、文化市场、文化传媒等方面的指数与文化影响力强国间的差距较大。

① 中国现代化战略研究课题组，中国科学院中国现代化研究中心：《中国现代化报告2009：文化现代化研究》，北京：北京大学出版社，2009年版。

② 美国新闻与世界报道官网，https://www.usnews.com/

③ 文化影响力的某一个指标可以通过数字体现出来，而文化影响力的综合程度只能通过相互之间的对比体现出来。依据文化影响力的排名，我们将排在全球影响力列表前20%的国家视为影响力强国；前20%－40%的国家视为中等影响程度国家；前40%－80%的国家视为影响力较弱的国家；后20%的国家视为影响力弱国。

④ 美国南加州大学外交研究中心联合英国波特兰公关公司（Portland）联合发布的《2018年全球软实力研究报告》（The Soft Power 30），https://softpower30.com/wp－content/uploads/2018/07/The－Soft－Power－30－Report－2018.pdf

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

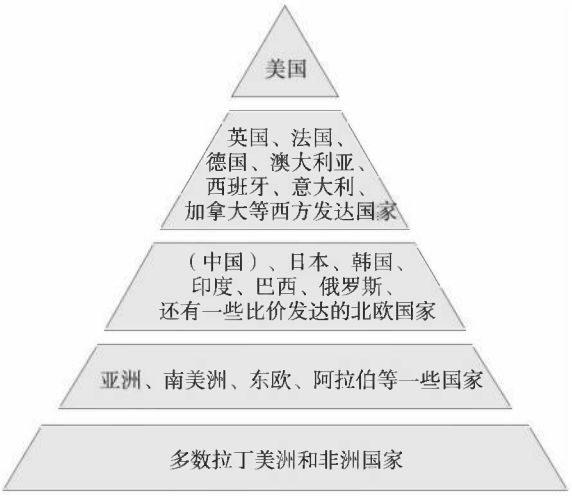


图1　当代世界文化影响力格局

三、经济全球化背景下世界文化影响力格局的特征

每个民族国家文化影响力的排名及其位次的变动都有一定的原因，从中能透视出该民族文化国际影响力发展的状况和存在的问题，因此，虽然不能绝对依据这些排名来判定民族文化国际影响力的全面的情况，但还是具有一定的参考价值。从整个世界文化影响力格局来看，透过这种指标排名及其历年的变化、不同民族国家的文化影响力水平及其对比等，不但能看出当代世界文化影响力发展的整体程度，也能在一定程度上揭示世界文化影响力发展的一些趋势与方向。总结当代世界文化影响力格局，可以发现如下五个方面的显著特征:

其一，民族文化国际影响力的重要性愈益凸显，越来越多的民族国家开始重视文化国际影响力，这无论是从许多国家文化影响力指标指数的逐年上升，还是从近几年国际对文化影响力排名的热衷程度都可以体现出来。经济全球化实现了全球文化体之间的交流与互动，但是，让很多民族国家关注到文化国际影响力并将文化国际影响力纳入国家发展战略和国际文化竞争，却是当代世界文化发展的一个新现象与新特征。

其二，从目前世界文化影响力格局来看，美国文化国际影响力最强大。促使美国文化国际影响力最强大的因素是其强大的价值观影响力、文化传媒影响力和文化市场影响力。但也因为这种不同民族国家文化影响力发展的不平衡，导致了世界文化影响力格局的不平衡。美国在很大程度上垄断了文化市场和文化传播，这使其他很多国家，包括西欧文化影响力强国的文化发展受阻。而美国在推行其文化影响力的过程中所使用的一些手段和方式，比如强行推行、侵蚀渗透等，激起了很多民族国家的反感和对其文化影响力的反抗，进而引发了很多的文化矛盾和冲突，“9·11 事件”就是典型的代表。

其三，世界文化影响力格局的结构与世界经济格局的结构基本相似。当代世界经济格局大致可以分三个层级，美国、欧盟和日本属于第一层级，属经济发达的“核心国家”；广大发展中国家属于依附性的“边缘地区”；介于两者之间的国家和地区属于“半边缘地区”。通过对比分析世界文化影响力格局的结构发现，在世界经济格局中排名靠前的国家，大多在世界文化影响力格局中的位置也相对靠前，比如，美国和西欧；而在世界经济格局中排名靠后的国家，在世界文化影响力格局中也同样靠后，比如拉丁美洲和非洲的国家。正如马克思所指出的，“占统治地位的思想不过是占统治地位的物质关系在观念上的表现，不过是以思想的形式表现出来的占统治地位的物质关系；……并且决定着某一历史时代的整个面貌”①。当然，这种对称是就一般情况而言的，文化相对于经济不是亦步亦趋，而是有其一定的相对独立性，因此，也会存在个别国家在经济格局和文化影响力格局中的位置不对称的现象，比如日本，虽然日本的文化影响力排名也较为靠前，但是其名次与其在经济格局中的名次并不匹配。

其四，我国文化在世界文化影响力格局中的位置较为复杂。我国文化在世界文化影响力格局中的排名较不稳定，有时候排在前 10 位，有时候却排不进前 20，这种情况在其他民族国家中还比较少见。这其实暴露出一个较为严重的问题，就是我国文化影响力自身的发展非常不均衡，这种不均衡体现在三个方面：一是有的文化影响力指标排名非常靠前，有的则较为靠后。比如，我国拥有的世界文化遗产数量近年来一直排在前 3 位;② 而我国文化生活现代化指数世界排名却进不了前 50。③ 二是我

① 《马克思恩格斯文集（第 1 卷）》，北京：人民出版社，2009 年版，第 550～551 页。

② 中国现代化战略研究课题组、中国科学院中国现代化研究中心：《中国现代化报告 2009：文化现代化研究》，北京：北京大学出版社，2009 年版，第 197 页。

③ 中国现代化战略研究课题组、中国科学院中国现代化研究中心：《中国现代化报告 2009：文化现代化研究》，北京：北京大学出版社，2009 年版，第 284 页。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

国文化影响力某些指标的总量排名可能排名靠前，但是人均排名却又比较靠后，比如文化贸易总额、文化消费等。① 三是我国文化的传统要素排名靠前，现代要素排名靠后，比如，中华文化符号的数量和知名度近年来一直排在世界前几位；但是现代文化符号及其观念的认知度却非常不理想。

其五，从民族国家文化影响力各自的发展态势来看，文化影响力竞争将会愈演愈烈，世界文化影响力格局将稳中有变。经济全球化不仅仅是加强了文化体之间的交流与合作，以及在此基础上实现了文化间的深入影响；同时，其也引起了文化影响力间的角逐和竞争，所有民族国家都懂得不进则退的道理，尤其在面临美国文化强势入侵的情况下，为了民族文化自身的生存和发展，很多国家转而开始寻求对内加强文化认同和文化保护，对外提升文化国际影响力的发展路径。西欧国家从上个世纪二战之后起就开始实施增强文化国际影响力的举措，亚洲一些国家也于上个世纪90年代开始积极发展文化产业，努力提升其文化的国际声誉和影响；本世纪初以来，受到美国和西欧文化影响的阿拉伯国家、东欧国家等也开始了文化的悄然变革。于是，近年来，西欧国家的文化影响力水平提升快速，有些国家的水平甚至与美国非常接近，英国曾在2017年的排名中一度超过美国；而亚洲有着非常丰富的文化影响力资源，如果这些文化影响力资源转变成现实的影响力，其实力也不容小觑。这些力量的增长必定会极大的改变既有的世界文化影响力格局，而文化影响力格局的改变又会引发新一轮文化影响力竞争。

四、结语

由于经济全球化进程的深入发展，民族文化国际影响力对各个民族国家具有越来越重要的意义，其不仅是衡量一个民族国家文化发展程度与文化国际竞争力大小的重要指标，更是一个民族国家能否真正发达的标志。因此，如何在经济全球化背景下提升本民族文化的国际影响力就成为了当代所有民族国家必须要面对的一个重要议题，而对这一议题的考量必须基于对“经济全球化背景下民族文化国际影响力的理论与现实”的科学考察。从理论层面来看，民族国家只有科学认识经济全球化与民族文化国际影响力间的内在逻辑关系，才可以使民族国家更好的把握世界文化发展，尤其是世界文化影响力发展的总规律、总趋势和总要求；同时，也才可以使其更好的分析和看待经济全球化进程中由文化影响力竞争所引发的新矛盾和新问题，从而增强民族国家提升其民族文化国际影响力的自觉性与科学性。而从现实层面来看，民族国家只有把握当代世界文化影响力格局的结构与特征、厘定自身文化影响力在当代世界文化影响力格局中的位置，进而找准自身具备的优势、认清自身存在的问题、明确其与其他国家文化影响力水平存在的差异或差距，才能制定适合自己民族文化国际影响力现状的提升政策与策略，从而切实提升本民族文化国际影响力，并推动民族文化在经济全球化进程中的更好生存与发展。

Theory and reality of the international influence of a national culture in the perspective of economic globalization

WEI Hai - xiang

(School of Marxism, Beijing Technology and Business University, Beijing 100048, China)

Abstract: Economic globalization has led to dramatic cultural changes all over the world, which produces an inner logical connection between economic globalization and the international influence of a national culture. This inner logical connection is the theoretical basis for economic globalization to become the channel of release, reinforcement and competiveness of the international influence of a national culture. The examination of the patterns of international influence of a national culture in the contemporary world is a practical approach in the context of economic globalization, which has much significance for a nation - state to assess the development trend of the cultural influence of the world and to work out strategies suitable for the promotion of the international influence of its national culture.

Key words: economic globalization; national culture; international influence; inner logic; pattern

（责任编辑 伍琼华）

① 中国现代化战略研究课题组、中国科学院中国现代化研究中心：《中国现代化报告2009：文化现代化研究》，北京：北京大学出版社，2009年版，第198页。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net