

文章编号:1005-0523(2013)03-0107-07

鄱阳湖生态经济区文化软实力建设刍议

黄三生¹,王新华¹,廖继胜²

(华东交通大学1.人文社会科学学院;2.经济管理学院,江西 南昌 330013)

摘要:鄱阳湖生态经济区文化软实力建设是提升鄱阳湖生态经济区整体实力和竞争力的必然要求,是指基于已有文化资源,通过采取相应举措,增强其内在的凝聚力、生命力、创新力和外在的感召力、吸引力、影响力。丰富的文化资源是文化软实力建设的基础。鄱阳湖生态经济区文化资源转化为文化软实力还面临内在凝聚力不强、对外传播力不大等诸多困境,提炼核心价值观、加强传播力度、推进资源开发、吸纳优质人才、强化合作交流、构建长效机制是破解困境之策。

关键词:鄱阳湖生态经济区;文化软实力;生态文明

中图分类号:G127

文献标志码:A

鄱阳湖生态经济区经过5年多的建设,对促进江西跨越式发展发挥了“排头兵”、“领头羊”的作用。据统计,自《鄱阳湖生态经济区规划》实施以来,2010年、2011年鄱阳湖生态经济区内实现GDP分别突破5 000亿元、6 000亿元大关,占全省经济比重近六成^[1],2012年区内生产总值更是达到7 600亿元。但鄱阳湖生态经济区与中部其他城市群(长株潭城市群、武汉城市圈、皖江城市带、中原城市群)相比,其实力并不占优势。鄱阳湖生态经济区要在中部城市群乃至全国脱颖而出,除在经济等硬实力建设方面要下足功夫外,还要在文化软实力建设上做好文章。鄱阳湖生态经济区文化软实力建设是提升鄱阳湖生态经济区整体实力和竞争力的必然要求,是指基于已有文化资源,通过采取相应举措,增强其内在的凝聚力、生命力、创新力和外在的感召力、吸引力、影响力。已有文献中,孙刚(2008)、李玉英(2008)等探讨了文化建设对于鄱阳湖生态经济区的重要意义;方芳(2010)、温焜(2011)等提出了提高鄱阳湖生态经济区软实力的途径和对策,但缺乏对鄱阳湖生态经济区文化软实力建设相对系统的研究。探讨鄱阳湖生态经济区文化软实力建设,对于促进该区利用自身的生态优势,推进生态文明建设,具有重要意义。

1 鄱阳湖生态经济区文化资源管窥

鄱阳湖生态经济区文化资源是文化软实力建设的基础。傅修延曾提出“鄱文化”内涵的“七方面说”^[2]。胡迎建提出赣文化内容的“十方面说”^[3]。从规划区域看,鄱阳湖生态经济区文化资源主要以“鄱文化”为主,兼有部分“赣文化”。为了表述的方便,我们根据张岱年主张的“文化四层次说”,将鄱阳湖生态经济区文化资源区分为物态文化资源、制度文化资源、行为文化资源、心态文化资源。这里主要以物态文化资源(绿色生态文化资源、红色文化资源、古色文化资源)为例管窥鄱阳湖生态经济区的文化资源。

1.1 绿色生态文化资源

鄱阳湖生态经济区最大的特色和名片是“生态”——主要体现在鄱阳湖是“我国第一大淡水湖”、“国际

收稿日期:2013-03-14

基金项目:教育部人文社科研究青年基金项目(11YJC710016);江西省社会科学“十二五”规划项目(11YJ08);教育部人文社科研究青年基金项目(10YJC710075)

作者简介:黄三生(1974—),男,讲师,博士研究生,研究方向为思政教育与文化软实力。

重要湿地”的独特性上。推而广之,从表1可看出该区绿色生态文化资源的丰富性和高品位性。

表1 鄱阳湖生态经济区绿色生态文化资源举例及其比较

Tab.1 The examples and comparisons of green ecological culture resources in Poyang Lake Ecological Economic Zone

荣誉	4A旅游区	5A旅游区	世界遗产	世界地质公园	国家级森林公园	国家级自然保护区	国家重点风景名胜区
全区总计/个	16	1	3	3	20	4	8
全省总计/个	23	2	2	3	39	8	11
全区占全省比重/%	69.6	50.0	100	100	51.3	50.0	72.7

1.2 红色文化资源

在鄱阳湖生态经济区这块5.12万平方公里的红土地上,中共领导赣鄱人民干革命、搞建设,创造了丰富的红色文化。据统计,仅现存的479处革命遗址中,就有国家级文物保护单位24处,省级文物保护单位17处,国家爱国主义教育基地17处,省级爱国主义教育基地18处。鄱阳湖生态经济区红色文化资源主题、主要特色见表2。

表2 鄱阳湖生态经济区红色文化资源主题、主要特色

Tab.2 The themes and main features of red culture resources in Poyang Lake Ecological Economic Zone

地区	主题	主要特色
九江	八一起义策源地和主力部队出发地,打响秋收起义第一枪暨中国工农革命军第一面军旗升起的地方	与策划八一起义、发动秋收起义相关纪念物,与庐山会议相关的旧址等
南昌	军旗升起的地方	与八一起义地点和人物相关的旧址,与邓小平、方志敏等相关的纪念物
鹰潭	闽浙赣革命根据地的重要组成部分	上清镇会师旧址、贵溪白田乡“四门山”红色堡垒旧址等
上饶	闽浙(皖)赣革命根据地的中心	上饶集中营旧址、闽浙赣省委机关旧址等
新余		罗坊会议旧址、红一方面军总部旧址等
景德镇		瑶里新四军改编旧址、瑶里陈毅故居等

1.3 古色文化资源

赣鄱大地历史悠久,文化璀璨,其中的青铜文化、书院文化、古村镇文化、陶瓷文化、稻作文化等古色文化,见表3,在中国乃至世界文明史上,占有极其重要的地位并产生过深远的影响。

2 鄱阳湖生态经济区文化资源转化为文化软实力所面临的困境

鄱阳湖生态经济区文化资源丰富,但这并不意味着就有强劲的文化软实力。要实现由文化资源到文化软实力的飞跃,需要借助于一定的主客观条件。当前具备的有利条件暂且不谈,在此仅论及当前所面临的困境。

2.1 内在凝聚力不强,难以形成有效合力

鄱阳湖生态经济区包括南昌、景德镇、鹰潭3市,以及九江、新余、抚州、宜春、上饶、吉安的部分县(市、区),共38个县(市、区)。各地市、各县(市、区)有各自的历史文化传统、行政区划和经济利益。从地域上讲,鄱阳湖生态经济区既涵盖整个鄱阳湖地区,也包括赣江流域部分地区;从文化传统上看,既包括“鄱文化”,也包括“赣文化”。构建突破区域界限、融为一体的区域,虽在规划层面,在“理论上”已经作了统一部署,但在实践中要求38个县(市、区)摆脱原有的行政归属、历史传统等,完全服从上级政策安排,还需假以

时日。尤其在涉及重大利益问题时,区域之间的矛盾短期内难以消除。另外,鄱阳湖生态经济区建构的时间并不长,文化凝聚力的培育本身需要经历漫长的过程,非短期能够见效。文化凝聚力的培育也需要导向,鄱阳湖生态经济区因缺乏反映人们价值诉求、一致认同的核心价值观,而使得导向并不十分明确、具体,从而影响到内在凝聚力,影响文化软实力作用的发挥。

表3 鄱阳湖生态经济区代表性古色文化资源

Tab.3 The representative ancient culture resources in Poyang Lake Ecological Economic Zone

古色文化类型	代表性古色文化资源	保护层级
青铜文化	九江瑞昌铜岭铜矿遗址	全国重点文物保护单位
	宜春樟树吴城遗址	全国重点文物保护单位
	吉安新干大洋洲遗址	江西省文物保护单位
	鹰潭角山窑址	江西省文物保护单位
书院文化	庐山五老峰白鹿洞书院	全国重点文物保护单位
	铅山县河口镇鹅湖书院	全国重点文物保护单位
	上饶市信州区信江书院	江西省文物保护单位
	九江市同文书院	江西省文物保护单位
古村镇文化	高安新街镇贾村	中国历史文化名村
	安义县千年古村群	中国历史文化名村
	东乡县浯溪村	江西省历史文化名村
陶瓷文化	景德镇“千年瓷都”	中国历史文化名城
稻作文化	万年仙人洞、吊桶环遗址	全国重点文物保护单位

2.2 对外传播力不大,影响范围受限

文化软实力的一个重要维度是对外的影响力和吸引力。对外影响力、吸引力的发挥,离不开文化传播力。传播力的强弱在一定程度上决定文化软实力的强弱。近年来,鄱阳湖生态经济区乃至江西加强了对外传播力度,以展现自身的独特文化和形象。但从总体上看,文化传播力还相对较弱。以2010年11月召开的“中国鄱阳湖国际生态文化节”为例,虽然吸引了来自美国等12个国家和地区345家知名文化企业参展,17个国家和地区代表参会。但从参与的国家、地区和出席参会的代表和企业看,在地球微型化为“村”的背景下,均相当有限,这在一定程度上表明了文化传播力之不足。其原因可归为,一是传播者不够自信。传播者对于鄱阳湖生态经济区文化资源缺乏深入的挖掘,且在思想观念上常以“老表文化”来指称“赣鄱文化”,以经济落后来说明文化落后。二是传播技术滞后。由于经济相对落后,传播技术难以跟上潮流而出现滞后性。三是传播策略失当。传播者自说自话,无异于“王婆卖瓜”,致使受众难以接受。另外,以国人的思维方式去解说,国外民众难以理解。四是传播人才缺乏。江西培养高质量传播人才的高校少,难以满足现实人才需求。由于缺乏积极有效的传播,传播途径单一、传播手段滞后、传播范围有限,导致对外的文化影响力有限。

2.3 观念上不重视,现实中缺行动

文化及文化软实力的作用是无形的、间接的,需要相当长时间才能表现出来。经济或物质的成效是有形的、直接的,在短时间就能显现出来。在唯实绩、唯GDP的考评机制下,发展经济,增加GDP,注重硬实力,甚至搞形象工程,就有政绩;而文化软实力建设不仅投入大、见效慢,且难以看到实绩。绝大多数当政者无疑会选择前者,而舍弃后者。这是导致观念上不重视文化软实力建设的原因之一。之二是对文化软实力的重要性认识不足。文化软实力建设对于经济发展、政治文明等具有重要的反作用;也有利于加强区

域内外的联系和交流,生成和谐的生态环境。但并非人人都认同软实力的重要性。对于约瑟夫·奈提出的“软实力”,美国许多政要尤其军界鹰派人物有不同看法。在2003年由美国军方合办的一次会议上,国防部长唐纳德·拉姆斯菲尔德曾被听众问及如何看待“软实力”,拉姆斯菲尔德的回答是:“我不知其义”。他认同的“原则”之一即“软弱招欺”。^[4]在美国这么重视软实力作用的国家,还有人看低软实力,更遑论在当今中国。

2.4 资金投入不足,资源缺乏保护

因思想上不太重视,必然导致资金投入不足的现象。导致这一现象的原因还有:一是江西经济发展水平相对落后,各级政府财政收入吃紧,因而无法给文化软实力建设分一杯羹就成为情理之中的事情。据2008年相关统计,鄱阳湖生态经济区所属的南昌、鹰潭和景德镇153处革命遗址中,已损毁的就达43处^[5]。由于资金投入不足,导致文化资源的开发、保护与管理工作难以为继。二是一些文化资源地处偏远地区,交通条件较差,保护层级不高;另一些文化资源产权不够明晰或产权属于私人所有。据《人民日报》报道,2003年至今,江西共公布4批84个省级历史文化名镇名村,但省级财政一直没有设立相应的专项保护资金。因而部分历史文化名镇名村至今没有编制保护规划;有的虽然编制了保护规划,但往往只注重文物“点”的保护,而忽视街道巷弄“线”和整体空间格局肌理“面”的保护^[6]。作为省级历史文化名镇的鹰潭上清镇即是资金投入不足、面临保护开发困境的一个缩影。

2.5 文化创新力不够,难以适应时代需要

植根于赣江流域和鄱阳湖地区的赣鄱文化,在不同的历史时期,其内涵、外延呈现出时显时隐的交替特征。从本质上说,赣鄱文化是一支兼具开放兼容性与内敛封闭性历史特征的复合型、综合性的地域文化,由此决定了赣鄱人的人文性格兼具开放和内敛的双重性^[7]。傅修延曾引用曹聚仁《万里行记》中关于鄱阳湖的论述和德国汉学家雷德侯《万物》中有关法国来华传教士殷弘绪写信反映景德镇陶瓷生产的描述,认为“鄱文化”曾对中国和世界的发展产生了积极影响^[2]。但“降至明清,尤其是清以后,赣鄱文化的封闭内敛性因儒家文化发展阵地转移得到凸显并有强化的趋势,至此以封闭内敛性为基调兼具开放兼容性特征的赣鄱文化最终形成。”^[7]与宋明时代赣鄱文化的繁盛相比,近现代赣鄱文化因受传统文化积淀的负面影响,延续了固有的封闭内敛性,缺乏创新力,跟不上时代的步伐。主要表现在:赣鄱文化的影响力不大,影响范围有限,缺乏吸引力,等等。文化资源要产生影响力、吸引力,乃至同化力,需要随着历史的变迁,和着时代的节拍,对它作“创造性转化”。

此外,公共文化服务体系不完善;公众的文化素质不高;文化产业创意和经营管理人才不足,等等,也是制约鄱阳湖生态经济区文化资源转化为文化软实力的重要因素。

3 促进鄱阳湖生态经济区文化资源转化为文化软实力的对策

基于鄱阳湖生态经济区文化资源转化为文化软实力所面临的困境,破解困境之策主要有以下方面。

3.1 提炼核心价值观,增强文化凝聚力

价值观是文化之核心。核心价值观是文化的核心之核心。提炼鄱阳湖生态经济区的核心价值观是文化软实力建设的题中应有之义,也是增强文化凝聚力之所需。中共十八大报告对社会主义核心价值观作了比较完美的概括。鄱阳湖生态经济区也应该有符合自身个性特征的核心价值观。鄱阳湖生态经济区虽有丰富的、高品位的、各种类型的文化资源,但当人们面对如此多的“信息轰炸”时,将会陷入难以选择、无法取舍的“信息困境”,从而产生“信息疲劳”,难以烙下任何“信息印记”。在这种情形之下,如何抓住鄱阳湖生态经济区区别于其他经济区的个性特征,提炼出能够让人眼前一亮、抓人眼球、简单易记、朗朗上口的核心价值观,就变得尤为重要。根据学界提炼社会主义核心价值观的方法论原则共识^[8]。在遵循这些方法论原则的前提下,我们可以概括出提炼鄱阳湖生态经济区核心价值观所必须的更为具体方法论原则,如要体现鄱阳湖生态经济区的个性特色,是鄱阳湖生态经济文化传统精髓的高度概括,应该符合当地人们的语言和思维习惯,等等。当然,提炼鄱阳湖生态经济区核心价值观非一日之功,而要经过长时间的研究和

论证。

3.2 加强传播力度,扩大影响范围

1) 善借主流媒体传播平台。可邀请中央电视台、《人民日报》、新华社等国内传统主流媒体记者赴鄱阳湖生态经济区采风,进行宣传报道。

2) 定期举办系列有宣传效应的研讨会和节庆活动。通过邀请国内外学者参会,引发国内外学界对鄱阳湖生态经济区的关注,使之成为国内外学界的学术热点、焦点,以提高鄱阳湖生态经济区的知名度。充分挖掘鄱阳湖生态经济区的陶瓷文化、稻作文化、戏曲文化、中药文化、茶文化等特色文化资源,定期举办形式多样的节庆活动,如鄱阳湖国际湿地旅游文化节、湿地帐篷观鸟季、鄱阳湖湿地生态旅游节等,扩大鄱阳湖生态经济区的影响范围。

3) 促进鄱阳湖生态经济区文化信息化。在网络信息时代,要推进鄱阳湖生态经济区文化软实力建设,必须借助网络信息技术。网络的大众化将为鄱阳湖生态经济区文化软实力建设提供新的渠道和载体。为此,一是挖掘已有文化资源,加强多语言版本的“鄱阳湖生态经济区文化网”建设。二是借助多媒体等技术手段,进行文化创新,如制作针对不同年龄阶段的网络游戏、网络视频、网络音乐和播客;或以赣鄱文化题材为原型创作网络文学;或组织宣传、文化、教育等部门的专职人员撰写博客、微客等。

3.3 实施统一规划,推进资源开发

软实力的内涵包括文化影响力、人文亲和力等重要内容。旅游这种亲身体验方式可以作为发挥文化影响力、人文亲和力的重要途径。对游客的吸引力是地方软实力最直接的体现,而文化资源则是提升地方旅游吸引力的主要载体。有效整合与开发文化资源,对于提高地方旅游吸引力、拓展文化影响力、提升文化软实力等具有重要意义。

1) 可组建由江西省政府全面统管的鄱阳湖生态经济区文化规划部门。其成员由省旅游局、5地市旅游局、38县(区、市)旅游局以及相关的文物、宣传、财政等部门构成,方便协调、理顺关系。

2) 规划内容应涉及到主题形象定位、客源市场分析定位、产品及项目策划、规划实施措施、重点文化资源点的设计等,通过系统而全面的规划,为打造鄱阳湖生态经济区特色文化品牌确定方向。

3) 开展文化资源普查工作。树立大文化资源观,在确定文化资源的时间、内容、地域等标准方面适当放宽,这样可以打破时空等限制,发掘更多的资源,为鄱阳湖生态经济区文化软实力建设提供更广大的空间^[9]。

于光远曾指出,旅游是文化性的经济产业。在此,旅游成为连接文化与经济的桥梁。通过旅游,文化实现了其经济价值。另一种理解即旅游也是文化与超越经济的思想之间的中介。通过旅游,文化实现了其超越经济价值之外的价值——影响了人的思想,这是文化软实力的重要体现。

3.4 吸纳优质人才,提升服务品质

文化软实力首先是基于“文化”而产生的凝聚力、影响力等。假如文化软实力建设的主体没有“文化”,文化资源不可能转化为软实力。鄱阳湖生态经济区文化软实力建设所需要的人才主要是。

1) 传播学方面的人才。如前所述,鄱阳湖生态经济区对外的文化影响力不大,这与传播人才的缺乏有很大关系。

2) 文博考古方面的人才。从已有的考古发掘成果看,鄱阳湖生态经济区所辖区域曾有辉煌灿烂的古代文明,其中还有许多考古方面的疑问亟待后人去解答,这就需要考古专业人才来胜任这一工作。已经发现的重要文物需要保存、展览。已有的博物馆,如江西省博物馆因建设年代较早,其技术、面积、工作人员素质等已难以满足人们日益增长的精神需求。需要建设的专业博物馆还有很多,这也需要专业人才。

3) 旅游业专门人才。旅游从业人员直接与文化资源“打交道”,其素质如何,不仅影响旅游企业的经济效益,还关系到文化资源影响力的大小。

4) 艺术表演人才。鄱阳湖生态经济区丰富的文化资源、深厚的文化底蕴,需要通过适当的艺术形式表

现出来,才能发挥其软实力效应。艺术内容选择得当,表现形式恰到好处,软实力效应就大,反之,则小。进行文化创新和表达,离不开艺术表演人才。

5) 信息技术人才。在信息化时代,文化的表达、传承与创新,均离不开信息技术人才。

广泛吸纳旅游、传播、文博、艺术等专业人才到各类文化场馆就业,有利于在文化旅游产品设计开发、场馆场景塑造、社会公众宣传等各方面为人们提供精益的产品和专业性的服务。

3.5 强化合作交流,促进优势互补

1) 区内部合作与交流。鄱阳湖生态经济区文化软实力建设要求地市之间、县县之间要加强合作与交流,克服狭隘的地方保护主义。一是各行政区划之间的合作与交流。各地市、各县市区要在资源、信息、市场、利益等方面实现互通有无,做到资源共享、信息共用、市场共建、利益共谋。二是鄱阳湖生态经济区文化软实力建设涉及的是整个文化资源的开发和利用,因而需要绿色生态、红色、古色、民俗等文化资源间融合以及所属管理部门间的合作。

2) 与区外部的合作与交流。在文化上,鄱阳湖生态经济区与周边经济区分属不同的文化传统。长三角属于吴越文化,闽三角属于闽南文化,港澳粤三地属于岭南文化,武汉城市圈属于荆楚文化,长株潭城市群属于湖湘文化,皖江城市带属于徽文化。从方位看,赣鄱文化处于吴越文化、闽南文化、岭南文化、荆楚文化、湖湘文化和徽文化的包围中,长三角、海西区、粤港澳三地是中国经济发展水平最成熟的地区,在文化上也各有独特优势。而同属中部地区的武汉城市圈、长株潭城市群和皖江城市带在文化上各具特色,如武汉城市圈高校云集、科技力量雄厚;长株潭城市群文化创意产业发达;皖江城市带有中国科技大学。与周边经济区、城市群的加强合作与交流,有利于吸纳文化软实力建设所需要的资金、技术、人才等要素。另开展文化旅游合作与交流,打造精品旅游线路,有利于提高鄱阳湖生态经济区的知名度,增强软实力。

3) 与外国的合作与交流。① 在经济交往中提升文化软实力。鄱阳湖生态经济区应积极发挥拥有丰富传统文化和精神遗产的优势,鼓励将包括绿色生态、红色、古色文化在内的“文化资本”注入能够国际化的产品和服务之中,通过“产业文化化”,把赣鄱文化推出国门。② 在文化交流中提升文化软实力。一是要加强广播、影视、网络、报刊等媒体向境外宣传、报道赣鄱文化,扩大其影响力和覆盖范围;创作以赣鄱文化为题材的、与不同民族文化“共生”的文艺作品,等等。二是以更加开放的姿态,邀请境外人士或媒体,通过他们的视角、以他们的思维方式来解读鄱阳湖生态经济区的文化资源,如组织在华留学生体验赣鄱文化;邀请外国学者,以他们的思维方式来解读赣鄱文化,讲述鄱阳湖生态经济区的“故事”,等等。

3.6 构建长效机制,保障永续发展

1) 建立文化资源保护机制。文化资源保护是文化软实力建设的前提。① 通过报刊、网络等传播媒介使文化资源保护意识深入人们日常生活。② 制定针对性强的文化资源保护政策。现有的《文物保护法》等对主要鄱阳湖生态经济区文化资源保护起了积极作用,但对偏远地区文化资源、低级别的文化资源等的保护效果不甚理想。③ 构建政府主导为主、公众参与为辅,政府、公众协同参与保护的格局。

2) 构建文化创新机制。① 培养文化创新型人才。高校、党校、社科院等要突破学科专业壁垒限制,培养具有多学科背景的复合型、创新型人才。② 构建激励文化创新的动力机制。制定引导文化创新的政策,强化创新成果的知识产权保护。③ 坚持“内容与形式”创新的辩证统一,摒弃只重内容创新的形式虚无主义和只有形式创新的形式主义。

3) 建构文化接受机制。① 要考虑到群体的差异性。鄱阳湖生态经济区文化软实力建设要考虑到不同群体,如国家与社会管理者、专业技术人员、产业工人等,甚至不同个人对不同文化的接受程度和接受水平。② 要重视人们接受的能动性。根据信息接受的难易程度,区分文化中的知识性信息(易接受)和价值性信息(不太容易接受),忌“一刀切”、“一锅端”。

参考文献:

- [1] 刘媛,何柳斌. 鄱阳湖生态经济区助推江西省 GDP 五年翻一番[EB/OL]. (2012-12-10)[2013-3-12]. http://www.chinadaily.com.cn/hqgj/jryw/2012-12-10/content_7722849.html.
- [2] 傅修延. 生态文明与地域文化视阈中的鄱文化[J]. 江西社会科学,2008(8):22-31.
- [3] 胡迎建. 赣鄱文化研究的回顾、现状与建议[EB/OL]. (2011-04-12)[2013-3-12]. <http://blog.jxcn.cn/u/hyj16800/197785.html>.
- [4] 约瑟夫·奈. 软实力——世界政坛成功之道[M]. 吴晓辉,钱程. 译. 北京:东方出版社,2005.
- [5] 黄春,吴凯雷. 江西红色资源调查与开发研究[M]. 南昌:江西人民出版社,2011:3.
- [6] 魏本貌. 古村保护少开空头支票[N]. 人民日报,2012-03-27(016).
- [7] 何丽君. 赣鄱文化的历史分期[EB/OL]. (2011-11-14)[2013-3-12]. <http://theory.people.com.cn/GB/40537/16245017.html>.
- [8] 《学术月刊》编辑部,《光明日报》理论部,中国人民大学报资料中心. 2011年度中国十大学术热点[J]. 学术月刊,2012,44(1):5.
- [9] 黄三生,卢丽刚. 鄱阳湖生态经济区红色旅游资源整合与开发研究[J]. 求实,2009(2):52-54.

The Construction of Cultural Soft Power in Poyang Lake Ecological Economic Zone

Huang Sansheng¹, Wang Xinhua², Liao Jisheng²

(1. School of Humanities and Social Sciences, East Jiaotong University, Nanchang 330013, China; 2. School of Economics and Management, East Jiaotong University, Nanchang 330013, China)

Abstract: The construction of cultural soft power in Poyang Lake Ecological Economic Zone is significant for enhancing its overall strength and competitiveness, which aims at strengthening the internal cohesion, vitality, creativity, the external charisma, attractiveness and influence based on the existing cultural resources. The rich cultural resources are the basis for the construction of cultural soft power. In transforming cultural resources in Poyang Lake Ecological Economic Zone into cultural soft power there remain such difficulties as weakened internal cultural cohesion and limited cultural communication. This paper maintains that we may settle the dilemma by refining the core values, strengthening the publicity, promoting the exploitation of resources, absorbing more talents, deepening cooperation and exchange and establishing the long-term mechanism.

Key words: Poyang Lake Ecological Economic Zone; cultural soft power; ecological civilization