

【经济学学术前沿书系】


RESEARCH OF CHINESE
CULTURE INHERITANCE
AND COMMUNICATION

中华文化传承 与传播策略研究

王志文 牛继舜◎著



一个民族生命的基因，传承着文化的血脉
一个民族前进的足迹，印证着文化的力量
一个民族崛起的经历，述说着文化的辉煌

 经济日报出版社

非
外
借

【经济学学术前沿书系】

中华文化遗产 与传播策略研究

王志文 牛继舜◎著

图书在版编目 (CIP) 数据

中华文化遗产与传播策略研究 / 王志文, 牛继舜著

— 北京: 经济日报出版社, 2017. 4

ISBN 978 - 7 - 5196 - 0124 - 9

I. ①中… II. ①王… ②牛… III. ①中华文化 - 文化传播 - 研究 IV. ①G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 084210 号

书 名: 中华文化遗产与传播策略研究

作 者: 王志文 牛继舜

责任编辑: 王 含

责任校对: 刘妙怡

出版发行: 经济日报出版社

地 址: 北京市西城区白纸坊东街 2 号 (邮政编码: 100054)

电 话: 010 - 63567690 (编辑部) 63567687 (邮购部)

010 - 63516959 63559665 83558469 (发行部)

网 址: www. edpbook. com. cn

E - mail: jjrbcsbjb@163. com

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

开 本: 710 × 1000 mm 1/16

成品尺寸: 170 × 240 mm

印 张: 23. 25

字 数: 370 千字

版 次: 2017 年 4 月第一版

印 次: 2017 年 4 月第一次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5196 - 0124 - 9

定 价: 45. 00 元

特别提示: 版权所有 · 盗版必究 · 印装有误 · 负责调换

本书的出版得到 2013 年北京服装学院创新团队与优秀人才培养计划项目 (The Project of Construction of Innovative Teams and Selection and Development of Excellent Talents for Beijing Institute of Fashion Technology) “ 世界城市背景下北京文化创意产品出口策略研究 ” (项目编号: PTTBIFT_XZ_006) 的资助

前 言

法国外交部部长曾说过：“中国在能够输出价值观之前，是不会成为一个真正的大国。”价值观蕴含于我国的传统文化当中，要输出自己的“价值观”，就必须大力发展中华民族的传统文化产业，提升我国的文化软实力。

一、写作背景

当今世界，文化越来越被提升到国家综合国力的高度，一个国家不仅需要经济、科技、军事等硬实力，更需要发展文化软实力。中国在全球是唯一一个拥有五千年文明史并从未间断过的国家，这个民族在漫长的历史中传承下来的华夏文明，具有丰富的文化资源。在历史发展进程中，传统文化被证明是一个有包容力、稳定性、再生力的文化，它能够为现行的大众文化提供所需营养，而且这种文化优势还可以变成经济优势、地缘优势，并且是一种可持续发展的资源。厚重的历史沉淀为中国传统文化的国际传播奠定了强有力的基础，而这种深厚而独特的文化传承更是决定了中国传统文化独特的魅力，应当而且能够在国际文化市场上拥有自己的一席之地。同时，近年来海外人士对我国的民族音乐、民族戏曲、民族绘画、中国功夫等表现出浓厚的兴趣，这从另外一个角度说明我国传统文化在国际上具有极大的潜在价值。

互联网带来了信息传播的便利，随着经济的繁荣，人们越来越重视精神方面的需求，传统文化的价值在社会中体现了出来。有需求就有市场，人们需求的旺盛，催生文化产业的发展，文化成为我国新时代经济增长点。

2017年2月7日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》。这个纲领性指导意见指出：“文化是民族的血脉，是人民的精神家园。文化自信是更基本、更深层、更持久的力量。中华文化独一无二的理念、智慧、气度、神韵，增添了中国人民和中华民族内心深处的自信和自豪。”为建设社会主义文化强国，增强国家文化软实力，实现

中华民族伟大复兴的中国梦，该文件就实施中华优秀传统文化传承发展工程做出了战略部署。

21世纪，随着全球化的加剧，各国文化的竞争愈加激烈，同时网络技术的发展，随时随地我们都能看到其他国家的文化，如不及时恰当地弘扬我国传统文化，中华文化就会面临被侵蚀的危险。发展传统文化，不仅能维护我国的文化安全，还能提升我国的民族凝聚力与国际竞争力。输出我国的“价值观”，单靠国内发展传统文化产业是不够的，还要求我们提升我国传统文化的国际影响力，使我们的传统文化走出国门，增强我国的文化自尊。对我国传统文化传播策略的研究，有利于中华传统文化产品走出国门，输出我们的价值观，使我国成为真正的“大国”。

中华文化源远流长，具有上下五千年的历史，传统文化资源丰富，如中国的古典文学、民族音乐、中国功夫、中国画、节日传统，等等，但这些传统文化在走出国门时却屡屡受挫。这与我国传统文化产业起步晚有直接的关系，但更重要的是，我们对传统文化传播的策略研究不够深入，没有形成整体实力去竞争于国际舞台。

二、写作目的与意义

本书对我国传统文化的传承和传播策略进行研究，目的在于催生文化产业的生机，丰富传统文化传承的途径，推动我国传统文化在国际舞台上大放光彩。

对于文化，没有传承就没有再生，没有再生就没有创新，没有创新，就无法传播。提升我国文化软实力的前提是保护和继承我国的传统文化，传统文化资源是我国特有的，只有保存下来，继而才能走出国门。中国传统文化最能代表东方意识、内涵，经过几千年历史的净化，是我们最为珍贵的财富。但是，“酒香也怕巷子深”，怎样使我国传统文化这一陈年老酒通过自己的暗香，搬出巷子，让更多人了解并喜欢它，是我们的必经之路。然而，我国宝贵的传统文化财富面临着这样一个窘境：在本国未能得到很好地保护和继承，对国外更是无法顺畅完整地输出。此时，中国传统文化的传承与传播研究显得尤为迫切。

我国是一个拥有几千年历史的国家，一个国家文化得以传承和传播，就能创造一个思想的王国，精神的乐园，在全球留下其文明的印记。韩国、日本都是受我国传统文化影响的，韩国人还就我国的端午节申请他们的世界遗产，这给了我们一个警示，如果我们再不好好利用并开发我国的传统文化资源，世界

上其他国家则会认为原本属于我们的一些珍贵文化财富是别的国家的，这对我们来说，不仅仅是损失，更是文化安全的问题。所以，面对得天独厚的文化资源，我们如何才能将这些财富很好地继承并让世界知晓这是我们的，如何让其得到进一步的繁荣和发展，如何才能将祖先留给我们这份悠久的礼物放在国际文化舞台上发光、发亮并占有一席之地，这就是本文研究的意义所在。同时，本书力求通过对我国传统文化传承的研究，为我国传统文化的传播提供系统的策略。

三、研究思路

通过认知中华文化，领会中华传统文化的国粹和精髓；高度认识文化传承和国际传播对中华民族屹立在世界民族之林的重要意义，高度认识价值观输出对国家影响力提升的极大作用；探讨文化传承的载体，研究文化产品传播的渠道与策略。

四、研究方法

文献分析方法。在本书写作过程中，研究了许多关于传统文化产品以及传播的相关书籍与论文期刊，并通过网络进行了相关资料收集，了解我国传统文化传承中的问题与现状。

比较研究法。本书对各国的文化策略进行了比较研究，力求找出更加适应我国传统文化传承与传播的方法。

要想使中华传统文化走出国门，让世界友人更加深入了解中国，喜欢我们的传统文化，就必须对文化进行有针对性的传播。我们有丰富的传统文化资源，怎样使得这些资源乃至文化产品作为我国的一张名片，让中华文化之花绽放于世界各个角落，这就需要在文化传播上下功夫。

本书在梳理中华文化精华的基础上，通过分析文化传承的途径，进一步探讨和研究我国传统文化的传播策略，希望为我国传统文化走出国门提供一个参考。

五、研究资助

本书的出版得到2013年北京服装学院创新团队与优秀人才培养计划项目(The Project of Construction of Innovative Teams and Selection and Development of

Excellent Talents for Beijing Institute of Fashion Technology) “世界城市背景下北京文化创意产品出口策略研究”(项目编号: PTTBIFT_XZ_006) 的资助。感谢项目组对本研究的鼎力支持和友情资助。

中华文化知识体系庞大浩瀚, 本书不可能一一论述, 定有疏忽和肤浅之处, 请读者批评指正, 相互探讨, 共同传承与传播我大中华文化。

作者

2017年3月18日

目 录

前言	001
----	-----

第一篇 中华文化概述

第一章 认知中华文化	003
第一节 文化的基本范畴	003
一、文化的含义	003
二、不同领域对文化概念的界定	004
三、文化释义	006
四、文化的层次	009
五、文化的构成要素	010
六、文化的种类	011
七、文化的一般特征	012
八、文化的作用	013
九、文化与文明的区别	014
第二节 中华文化的渊源	014
一、中华文明起源	014
二、中华国学	015
三、中华文化基本特征	016
第三节 中华文化的国粹与精髓	023
一、中华文化的国粹	024
二、中华文化的精髓	038

第二章 中华文化遗产的重要意义和途径	041
第一节 中国传统文化正在流失	041
一、“中国传统文化”的基本精神	041
二、中国传统文化传承中出现的问题	048
三、导致中国传统文化逐渐流失的原因	051
第二节 文化软实力与国家影响力	054
一、文化软实力	054
二、文化对国家影响力的历史见证	055
三、提高国家文化软实力的重要性	060
四、传承优秀中国传统文化的现代意义	061
第三节 中华优秀传统文化传承的途径	063
一、弘扬优秀传统文化要从教育做起	063
二、整体提升公民道德文化水平	064
三、扩大中华传统道德文化传播	066
四、通过引进吸纳实现文化创新	068
五、在弘扬中华优秀传统文化中予以文化新的生命力	069

第二篇 中华文化遗产的载体

第三章 文学	073
第一节 古典诗词	073
一、意境美	074
二、韵律美	075
三、风格美	077
第二节 四大古典名著	080
一、《三国演义》	080
二、《水浒传》	086
三、《西游记》	100
四、《红楼梦》	105

第三节 古典戏曲	112
一、元曲	113
二、昆曲艺术	116
三、京剧艺术	124
第四节 古代散文名篇	133
一、先秦散文	133
二、两汉散文	135
三、唐宋散文	135
四、明代散文	136
五、清代散文	137
第四章 中国古代哲学与佛教哲学	139
第一节 中国古代哲学	139
一、以历史为背景的各阶段哲学概述	139
二、中国古代哲学的范畴体系及其特点	144
三、中国古代哲学的基本特征	146
四、中国古代政治哲学有三个主题	147
五、中国古代著名哲学家及其思想主张	149
六、中国古代哲学的成就	157
第二节 中国佛教哲学	158
一、中国化的佛教主张	159
二、佛教的教义	160
三、中国佛教宗派	161
四、宋元明清佛教简史	164
五、中国佛教的历史地位	166
第五章 中国古代艺术与科技	168
第一节 中国古代艺术概述	168
一、中国古代艺术的历史地位	168
二、中国古代艺术的发展历程	170

三、中国古代艺术的文化特征	172
四、中国艺术同西方艺术的区别	175
第二节 中国古代艺术的主要成就	177
一、中国古代书法和绘画	177
二、中国古代建筑艺术	190
三、中国古代雕塑	194
四、中国古典音乐舞蹈	198
第三节 中国古代科学技术成就	202
一、中国古代科技发明	202
二、中国古代科技在唐宋时期达到顶峰的原因	211
三、李约瑟难题	213
第六章 中国饮食文化与中医药文化	217
第一节 中国饮食文化	217
一、中国饮食文化的特点	218
二、中国饮食的艺术倾向	219
三、清代皇家膳食	223
四、中国餐具文化	224
五、中国传统菜系烹饪历史	225
第二节 中医药文化	232
一、中医药文化的形成及特点	232
二、中国古代哲学与中医药文化	233
三、中医	236
四、中药	245
五、中国传统文化的振兴有利于中医药文化的发展	249
第七章 中华服装的古往今来	251
第一节 中国服饰变迁	251
一、汉服（炎黄至明末）	251
二、满服（清朝）	253

三、新中式服装（民国至今）	254
四、汉服：真正的中华民族传统服饰	257
第二节 汉服文化内涵	258
一、款式特征：天人合一	258
二、色彩特征：五行五色	259
三、领型特征：阴阳尊卑	260
四、隐扣系带：中和之美	260
五、平面裁剪：“人穿衣”	261
第三节 汉服样式形制	261
一、样式风格	261
二、形制类型	263
三、汉服配饰	265
四、工艺特征	265
五、图案纹饰	267
第四节 汉服风格流变	267
一、炎黄汉服	267
二、商周汉服	268
三、春秋战国汉服	268
四、秦代汉服	268
五、汉代汉服	269
六、魏晋南北朝汉服	271
七、唐代汉服	272
八、宋代汉服	274
九、元代汉服	275
十、明代汉服	275
第五节 汉服传承创新	276
一、汉服运动	276
二、汉服春晚	279
三、汉时装	280

第三篇 中华文化的传播

第八章 中华文化传播的策略	287
第一节 传媒策略	287
一、全球化背景下的跨文化传播基本策略	287
二、跨文化传播的具体方式	289
三、传统媒体文化传播的转变策略	291
第二节 影视作品的跨文化传播策略	294
一、中国电影的跨文化传播策略	294
二、中国电视的跨文化传播策略	304
第三节 新媒体文化传播策略	315
一、统筹媒体的发展策略	316
二、微媒体传播策略	317
三、广播媒体微信公众号账号的运营策略	320
第四节 对外汉语教育中的文化传播策略	323
一、汉字与汉文化的理论概述	323
二、文化渗透汉字教学的策略	324
第九章 “一带一路”战略是中华文化传播的大平台	328
第一节 “一带一路”战略下文化传播大有可为	329
一、“一带一路”的战略意义	329
二、文化交流与合作是“一带一路”建设的新模式	331
三、“一带一路”使文化传播可作可为	333
第二节 “一带一路”战略下的文化传播路径	335
一、建设“一带一路”坚持文化先行	335
二、开展中国与沿线国家的文化交流与合作	337
三、“一带一路”战略推动中华文化“走出去”	340
第三节 “一带一路”是文化创意产业大跨越的新机遇	342
一、“一带一路”是挖掘文化创意元素的超级宝库	342
二、“一带一路”开启跨学科、跨领域、跨语言、跨文化的	

新思维	344
三、“一带一路”促成我国各地发展文化创意的着力点	344
四、“一带一路”新构想点开了人们无尽的“财富”想象	346
五、“一带一路”为文化创意产业开拓市场提供了历史机遇	348
六、“一带一路”为文化创意产业探索新机制	348
后记	350
主要参考文献	351

第一篇 中华文化概述

