



教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目

丁广题

中华民族音乐文化的 国际传播与推广

INTERNATIONAL DISSEMINATION
AND EXPANSION
OF CHINESE MUSICAL CULTURE

王耀华

等著



经济科学出版社
Economic Science Press

教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目 

两岸协创中心福建师范大学文化研究中心
福建师范大学音乐学院

中华民族音乐文化的 国际传播与推广

INTERNATIONAL DISSEMINATION AND
EXPANSION OF
CHINESE MUSICAL CULTURE

王耀华
等著

 经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中华民族音乐文化的国际传播与推广/王耀华等著. —北京:
经济科学出版社, 2015. 3

教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目

ISBN 978 - 7 - 5141 - 5439 - 9

I. ①中… II. ①王… III. ①民族音乐 - 音乐文化 -
国际交流 - 研究 - 中国 IV. ①J607. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 017685 号

责任编辑: 李 喆

责任校对: 杨晓莹

责任印制: 邱 天

中华民族音乐文化的国际传播与推广

王耀华 等著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxbs. tmall. com](http://jjkxbs.tmall.com)

北京季蜂印刷有限公司印装

787 × 1092 16 开 52.75 印张 1030000 字

2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 5439 - 9 定价: 132.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

经明法士

继往开来

贺教育部

重大项目

任重道远

李延村  有八

课题组主要成员

郭小利 王 州 叶松荣 陈新风 施 咏
官宏宇 赵志安 王 兵 陈文革 郑颜文

编审委员会成员

主	任	孔和平	罗志荣				
委	员	郭兆旭	吕萍	唐俊南	安远		
		文远怀	张虹	谢锐	解丹		
		刘茜					

总 序

哲学社会科学是人们认识世界、改造世界的重要工具，是推动历史发展和社会进步的重要力量。哲学社会科学的研究能力和成果，是综合国力的重要组成部分，哲学社会科学的发展水平，体现着一个国家和民族的思维能力、精神状态和文明素质。一个民族要屹立于世界民族之林，不能没有哲学社会科学的熏陶和滋养；一个国家要在国际综合国力竞争中赢得优势，不能没有包括哲学社会科学在内的“软实力”的强大和支撑。

近年来，党和国家高度重视哲学社会科学的繁荣发展。江泽民同志多次强调哲学社会科学在建设中国特色社会主义事业中的重要作用，提出哲学社会科学与自然科学“四个同样重要”、“五个高度重视”、“两个不可替代”等重要思想论断。党的十六大以来，以胡锦涛同志为总书记的党中央始终坚持把哲学社会科学放在十分重要的战略位置，就繁荣发展哲学社会科学做出了一系列重大部署，采取了一系列重大举措。2004年，中共中央下发《关于进一步繁荣发展哲学社会科学的意见》，明确了新世纪繁荣发展哲学社会科学的指导方针、总体目标和主要任务。党的十七大报告明确指出：“繁荣发展哲学社会科学，推进学科体系、学术观点、科研方法创新，鼓励哲学社会科学界为党和人民事业发挥思想库作用，推动我国哲学社会科学优秀成果和优秀人才走向世界。”这是党中央在新的历史时期、新的历史阶段为全面建设小康社会，加快推进社会主义现代化建设，实现中华民族伟大复兴提出的重大战略目标和任务，为进一步繁荣发展哲学社会科学指明了方向，提供了根本保证和强大动力。

高校是我国哲学社会科学事业的主力军。改革开放以来，在党中央的坚强领导下，高校哲学社会科学抓住前所未有的发展机遇，紧紧围绕党和国家工作大局，坚持正确的政治方向，贯彻“双百”方针，以发展为主题，以改革为动力，以理论创新为主导，以方法创新为突破口，发扬理论联系实际学风，弘扬求真务实精神，立足创新、提高质量，高校哲学社会科学事业实现了跨越式发展，呈现空前繁荣的发展局面。广大高校哲学社会科学工作者以饱满的热情积极参与马克思主义理论研究和建设工程，大力推进具有中国特色、中国风格、中国气派的哲学社会科学学科体系和教材体系建设，为推进马克思主义中国化，推动理论创新，服务党和国家的政策决策，为弘扬优秀传统文化，培育民族精神，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人，做出了不可磨灭的重要贡献。

自 2003 年始，教育部正式启动了哲学社会科学研究重大课题攻关项目计划。这是教育部促进高校哲学社会科学繁荣发展的一项重大举措，也是教育部实施“高校哲学社会科学繁荣计划”的一项重要内容。重大攻关项目采取招投标的组织方式，按照“公平竞争，择优立项，严格管理，铸造精品”的要求进行，每年评审立项约 40 个项目，每个项目资助 30 万~80 万元。项目研究实行首席专家负责制，鼓励跨学科、跨学校、跨地区的联合研究，鼓励吸收国内外专家共同参加课题组研究工作。几年来，重大攻关项目以解决国家经济建设和社会发展过程中具有前瞻性、战略性、全局性的重大理论和实际问题为主攻方向，以提升为党和政府咨询决策服务能力和推动哲学社会科学发展为战略目标，集合高校优秀研究团队和顶尖人才，团结协作，联合攻关，产出了一批标志性研究成果，壮大了科研人才队伍，有效提升了高校哲学社会科学整体实力。国务委员刘延东同志为此做出重要批示，指出重大攻关项目有效调动各方面的积极性，产生了一批重要成果，影响广泛，成效显著；要总结经验，再接再厉，紧密服务国家需求，更好地优化资源，突出重点，多出精品，多出人才，为经济社会发展做出新的贡献。这个重要批示，既充分肯定了重大攻关项目取得的优异成绩，又对重大攻关项目提出了明确的指导意见和殷切希望。

作为教育部社科研究项目的重中之重，我们始终秉持以管理创新

服务学术创新的理念，坚持科学管理、民主管理、依法管理，切实增强服务意识，不断创新管理模式，健全管理制度，加强对重大攻关项目的选题遴选、评审立项、组织开题、中期检查到最终成果鉴定的全过程管理，逐渐探索并形成一套成熟的、符合学术研究规律的管理办法，努力将重大攻关项目打造成学术精品工程。我们将项目最终成果汇编成“教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目成果文库”统一组织出版。经济科学出版社倾全社之力，精心组织编辑力量，努力铸造出版精品。国学大师季羨林先生欣然题词：“经时济世 继往开来——贺教育部重大攻关项目成果出版”；欧阳中石先生题写了“教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目”的书名，充分体现了他们对繁荣发展高校哲学社会科学的深切勉励和由衷期望。

创新是哲学社会科学研究的灵魂，是推动高校哲学社会科学研究不断深化的不竭动力。我们正处在一个伟大的时代，建设有中国特色的哲学社会科学是历史的呼唤，时代的强音，是推进中国特色社会主义事业的迫切要求。我们要不断增强使命感和责任感，立足新实践，适应新要求，始终坚持以马克思主义为指导，深入贯彻落实科学发展观，以构建具有中国特色社会主义哲学社会科学为己任，振奋精神，开拓进取，以改革创新精神，大力推进高校哲学社会科学繁荣发展，为全面建设小康社会，构建社会主义和谐社会，促进社会主义文化大发展大繁荣贡献更大的力量。

教育部社会科学司

前 言

作为教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目的《中华民族音乐文化的国际传播与推广》(项目批准号:10JZD0011),于2010年12月,经课题评审专家组通过后,由教育部下达给以福建师范大学为牵头单位以王耀华教授为首席专家的课题组,至今已过3年了。3年来,在教育部社科司的指导下,在福建师范大学校领导、社科处、音乐学院、两岸文化发展研究中心的领导和支持下,课题组成员在国内各地展开调查研究和传播实践的同时,或者派出,或者在境外的居住国,进行中华民族音乐文化在美国、意大利、英国、法国、德国、俄罗斯、新西兰、比利时、荷兰、西班牙、葡萄牙、马来西亚、新加坡、菲律宾、日本、韩国、澳大利亚、毛里求斯、埃及等国的传播历史、现状的调查和传播实践,并写出调查报告和对策思考。其间,还编撰了《音乐·中国》系列丛书,含:上卷《音乐中的中国人》、中卷《文明古国的历史回响》、下卷《中华民族的心声》,由人民音乐出版社出版,并正在进行该丛书的韩文版、日文版、英文版在国外的翻译出版工作。2012年5月底,在福州举办了“中华民族音乐文化国际传播与推广”国际学术研讨会,并于2014年5月出版论文集《中国音乐国际传播的历史与现状》。这部《中华民族音乐文化的国际传播与推广》,就是全体课题组成员及其支持者在这3年中调查研究和实践体验的总结。

本书由上、中、下三篇组成。上篇“理论基础”,含:文化多样性理论,文化认同理论,文化软实力理论等,试图对中华民族音乐文化国际传播推广的理论依据作比较全面深入的阐释。中篇“历史与

现状”，在2012年5月国际学术研讨会论文集的基础上，作了较大幅度的充实，不仅有了更多的国别史、体裁史，而且在对中华民族音乐文化各国别、各体裁传播的论述中，增加了大量的新资料，补充了更为丰富的新内容，分别对中华民族音乐文化在日本、朝鲜半岛、马来西亚、新加坡、菲律宾、印度尼西亚、美国、英国、德国、意大利、西班牙、葡萄牙、比利时、荷兰、俄罗斯、澳大利亚、新西兰、毛里求斯、埃及等国家传播的历史、现状做了更加充分的阐述和分析，对中华民族音乐文化在传媒、影视作品、网络、文化产业、对外文化交流、孔子学说、中国作曲家作品、海外中国音乐研究等载体和场所中的传播状况作了综述，并总结其规律性。下篇“反思与对策”，一是从中华民族音乐文化国际传播的历史回顾中得到启示，总结了三个带有规律性的方面：（1）中华民族音乐文化国际传播与推广的过程，就是增进国际友人理解、加深文化认同、增强文化软实力的过程；（2）讲究传播内容的层次性、适应性和以开放的心态对待“变”与“不变”；（3）关注有效传播的“三关键”和“五步骤”。二是“他山之石”，从印度、韩国、日本等国音乐文化的国际传播经验中得到借鉴。三是对策建议：（1）搞好本土的民族音乐教育是中华民族音乐文化国际传播的基础；（2）拓宽和创新传播渠道；（3）讲究传播策略。

由于本课题题目大，范围广，时间紧，人力、财力、物力和学识水平有限，所以虽然课题组全体成员勤恳敬业、奋发努力，都已尽心尽力，但是无论是在课题所涉及内容的研究广度，或者是研究深度方面，都还有很大的余地，其中甚至还可能有错误之处，恳请诸位专家和读者指谬。课题组将秉着课题有结项、研究无止境的宗旨，决心在今后的日子里，继续努力学习，深入钻研，持续致力于本领域的研究，不断出新成果，出好成果，为中华民族音乐文化国际传播与推广事业的发展略尽绵薄。

教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目课题组首席专家
福建师范大学两岸文化发展研究中心 音乐学院教授、博导

王耀华

谨识

2014年2月21日

摘要

中华民族音乐文化有着悠久的历史，多种多样的体裁形式，丰富多彩的曲种曲目。其国际传播的理论基础是文化多样性理论、文化认同理论和文化软实力理论。

在千百年来的国际文化交流过程中，中华民族音乐文化或者是通过文化使节的外交活动，基督教天主教传教士的布道调查，或者是通过华侨华人，或者是由专业音乐演唱家、演奏家和表演艺术家，或者在音乐教学、学术交流活动中，向日本、朝鲜半岛、马来西亚、菲律宾、印度尼西亚、新加坡、美国、英国、德国、法国、意大利、西班牙、葡萄牙、比利时、荷兰、俄罗斯、苏联、澳大利亚、新西兰、毛里求斯、埃及等国家和地区，在广播、电视传媒、影视作品、互联网络、文化产业、对外文化交流，以及孔子学院和文化中心中，以作曲家的音乐作品、演唱演奏家的表演、音乐学家的学术研究成果等形式，向世界各个地区、各国人民传播。

在中华民族音乐文化传播与推广的漫长历程中，我们可以体会到，中华民族音乐文化国际传播与推广的过程，就是增进国际友人理解、加深文化认同、增强文化软实力的过程；传播内容要讲求“观”“味”“悟”过程中实现“音与形”、“表情”、“意蕴”逐层深入的“层次性”，体现因地制宜、因人而异、适合时宜的“适应性”原则，以开放性的心态来辩证地对待传播、接受过程中，传播内容的“变”与“不变”；关注传播“三关键”，即：关注影响中华民族音乐文化国际传播的政治、经济、人口迁徙等因素；传播方式的欣赏性传播、品鉴式传播、组合式传播、教学实践参与式传播、局内人生活体悟式传播

等；传播者与受众中的专业人才、华侨华人和国际友人。讲究有效传播的“五步骤”，即：调查研究，知彼知己，选择恰当的传播方式和传播内容；选准良好的合作伙伴；以权威人士和权威媒体的权威宣传，追求激发传播对象社会心理倾向的权威性；精心组织受众，创设温馨的传播情景；延伸宣传，扩展传播效果。印度、韩国、日本等国音乐文化的国际传播经验，为中国音乐文化的国际传播与推广提供了有益的借鉴。正是在中国音乐文化国际传播与推广的历史回顾与现状环视和他山之石的借鉴之中，我们得出了对中华民族音乐文化国际传播与推广对策的三点建议：一是搞好本土的民族音乐教育是中华民族音乐文化国际传播与推广的基础；二是拓宽传播渠道；三是加强领导，统筹兼顾，讲究传播策略。

Abstract

Theories of cultural diversity, cultural identity and cultural soft power are the theoretical foundation for international communication of Chinese national music culture, which, rich in forms and styles, have a splendid, time-honored history.

In the long process of international cultural exchanges, Chinese national music culture has been communicated to various countries and regions of the world in many ways—by cultural envoys in their diplomatic activities, by Christian and Catholic missionaries through their investigations and discoveries, by overseas Chinese, by professional singers, instrumentalists and performing artists, or through teaching and academic exchanges—including Japan, the Korean Peninsula, Malaysia, the Philippines, Indonesia, Singapore, the United States, Britain, Germany, France, Italy, Spain, Portugal, Belgium, the Netherlands, the former Soviet Union, Australia, New Zealand, Mauritius, Egypt and others. And in the modern and contemporary times in particular, the communication of Chinese national music culture to the outside world has been accomplished in various forms such as music works, music performances, academic achievements of musicologists and others, through radio, TV, films, Internet, cultural industries, and institutions like Confucius Institutes and Cultural Centers.

We are fully aware that the long process of dissemination and promotion of Chinese music culture is a process of promoting its international understanding and strengthening its soft power.

In order for Chinese national music cultures to be better understood, we should, in communicating them to the world, emphasize the gradual transformation from the surface level of their direct perception through senses to the level of understanding “sound” and “form” and then to the level of “how to express them”, and then finally to the level of understanding their in-depth meanings or implications.

We emphasize the principle of adaptability in the communication and the impor-

tance of taking into consideration of local conditions in which the communication is taking place so that appropriate actions can be taken. And then we should be open-minded and take a dialectic attitude towards how well the culture is communicated or accepted, and pay attention to what is variable and what is invariable of the Chinese national music culture to be communicated.

There are three important aspects in the communication that we cannot overlook. The first is concerned with factors, political, economic and population that influence Chinese national music culture. The second involves the forms of dissemination, that is, what methods we should take to make the communication effective. The third is about those professionals, overseas Chinese and international friends among communicators and audiences.

And the “five steps” of effective communication are as follows: to make investigations to work out what of the culture to communicate and how to communicate it; to choose good partners; to stimulate authoritativeness of social and psychological tendency in the target audiences through authorities and authoritative media; to carefully organize audiences and create a warm communication scenario; to extend publicity to further expand the effects that have been achieved.

We can learn a lot in communicating Chinese national music culture to the world from the experience of Japanese, Indians and South Koreans in promoting their music cultures. It is precisely based on the history and the present state of the communication of Chinese national music culture and the experience we have learned from other nations in similar respects that we have come up with three suggestions: a) improving the education of Chinese national music culture in the respective local areas in China to build a solid foundation for their international communication; b) to broaden the channels of the communication. ; c) to further explore appropriate techniques of the communication.

目 录

Contents

上 篇

理论基础 1

第一章►文化多样性理论与中华民族音乐文化的国际传播与推广 3

- 第一节 多样性文化及其表现 3
- 第二节 文化的民族性与世界性 差异性与共同性 5
- 第三节 多样音乐文化的产生与类型 7
- 第四节 多样性音乐文化存在的意义 9
- 第五节 多样性音乐文化教育传承与中华民族音乐弘扬 12
- 第六节 中华民族音乐文化国际传播与推广的作用 16

第二章►文化认同理论与中华民族音乐文化的国际传播与推广 21

- 第一节 全球化—文化认同 21
- 第二节 文化认同机制求解 22
- 第三节 文化认同机制再求解 29
- 第四节 文化认同对中华民族音乐文化国际传播与推广的呼唤 34

第三章►文化软实力理论与中华民族音乐文化的国际传播与推广 36

- 第一节 文化软实力概念及内涵 36
- 第二节 中国文化软实力三个层次的来源及内在机制 39
- 第三节 从中华民族音乐文化传播看文化软实力的三个层次 40
- 第四节 国际传播与推广对增强中国软实力的意义和作用 43

中 篇

历史与现状 47

第四章► 中华民族音乐文化在日本的传播 49

- 第一节 先秦时代中国音乐在日本的传播 49
- 第二节 唐代中国音乐在日本的传播 51
- 第三节 明清时期中国音乐在日本的传播 59
- 第四节 中国佛教音乐在日本的传播 78
- 第五节 中国音乐在历史上琉球的传播 97
- 第六节 20 世纪 80 年代以来中国音乐在日本的传播 116

第五章► 中华民族音乐文化在朝鲜半岛的传播 142

- 第一节 传播接受中的创新与创新后的反传播 142
- 第二节 传到朝鲜半岛后变化的中国音乐 148
- 第三节 隋唐及其以前中国音乐在朝鲜半岛的传播 153
- 第四节 1897 年以来中国传统音乐在朝鲜半岛的传播 168
- 第五节 中韩建交 20 年来音乐文化交流及其影响 179

第六章► 中华民族音乐文化在马来西亚的传播 197

- 第一节 华人酬神祭祖与地方音乐戏剧活动 198
- 第二节 社团组织音乐活动与华人传统音乐的发展 199
- 第三节 商业性演出活动与华人传统音乐的职业化 203
- 第四节 华文学校音乐活动与华乐的成长 206
- 第五节 传播特点 211

第七章► 中华民族音乐文化在新加坡的传播 224

- 第一节 新加坡华人移民与华人传统音乐 224
- 第二节 新加坡华人传统音乐的传播和发展 229
- 第三节 华人传统音乐在新加坡传播的本土化特色 249
- 第四节 新加坡华人传统音乐的式微和转变 257
- 第五节 新加坡华乐 264