



ZHONGGUO WENHUA ZOUCHUQU DE
CELUE YU LUJING CHUANGXIN YANJIU

中国文化走出去的 策略与路径 创新研究

林克勤◎著



四川大学出版社



ZHONGGUO WENHUA ZOUCHUQU DE
CELUJE YU LUJING CHUANGXIN YANJIU

中国文化走出去的 策略与路径 创新研究

林克勤◎著



四川大学出版社

责任编辑:敬铃凌 余 芳
责任校对:周 洁
封面设计:严春艳
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

中国文化走出去的策略与路径创新研究 / 林克勤著.
—成都:四川大学出版社, 2018. 12
ISBN 978-7-5690-2687-0

I. ①中… II. ①林… III. ①文化交流—研究—中国
IV. ①G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 285617 号

书名 中国文化走出去的策略与路径创新研究

著 者	林克勤
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5690-2687-0
印 刷	成都国图广告印务有限公司
成品尺寸	170 mm×240 mm
印 张	28
字 数	486 千字
版 次	2018 年 12 月第 1 版
印 次	2018 年 12 月第 1 次印刷
定 价	89.00 元

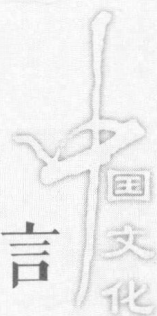


版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。
电话:(028)85408408/(028)85401670/
(028)85408023 邮政编码:610065
◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。
◆网址:<http://press.scu.edu.cn>

作者简介:

林克勤，文科三级教授，文学博士。主要学术兼职：中国认知传播学会常务副会长、中西语言哲学研究会常务理事、华夏文化促进会华夏传播专业委员会学术顾问、国家社科基金评审专家、教育部人文社科项目评审专家、重庆市人民政府发展研究中心研究员、重庆市企业文化研究会副会长、中美后现代发展研究院特聘专家、日本札幌大学客座教授。主持并完成国家社科基金一般规划项目一项、国家出版基金项目一项、重庆市社科重大项目一项、重庆市社科一般规划项目四项，讲授重庆市双语教学示范课程“国际传播学”“中西比较新闻学”“中国文化走出去研究”等，在国内外权威学术期刊发表论文三十余篇，出版专著四部。曾应邀在美国的克莱蒙研究生大学（CGU），日本的北海道大学、札幌大学，新加坡的南洋理工大学，以及我国的香港浸会大学、台湾华梵大学讲学。主要学术兴趣：体认传播学与马克思主义新闻观、文化话语研究。致力于超学科视阈下的传播与文化的跨界研究，是目前体认传播学派的主要倡导者和践行者之一，其相关论文在《中国社会科学报》、*Asian Journal of Communication*上发表，受到传播学界的广泛关注。



序 言

克勤教授的这本大作是在新世界主义视阈下探索中国文化外溢传播的必然性与合法性策略与路径的一次创新性尝试。新世界主义是习近平主席及其领导集体对时代潮流和世界现状及发展趋势所秉持的创造性系统认识、论述、主张和行动方案。它以“同心打造人类命运共同体”为基本前提，其理论体系表现为：反对西方中心主义和霸权思维，主张世界多极化和文化多元化；反对地域保护主义，主张人才与信息等的自由流通、开放和合作；主张共商、共建、共生、共荣，摒弃自私和狭隘的保守立场；反对干涉他国内政，主张和谐包容、市场运作、和平发展；反对歪曲、篡改历史，主张前事不忘后事之师，防止历史悲剧重演。在这个新世界主义视阈下，中国文化走出去是文化涵化的必然要求，也是丰富国际文化生态的刚性需求，更是中国文化自省、自觉的重要路径。

这本书立足于文化话语研究的理论前沿，梳理了历史上中国文化外溢传播三次高峰的时代脉络，确证了秦汉时期、唐宋时期、明清时期的中国文化走出去既有当时国家的主观意图和政治思考，又有文化涵化流动的倒逼和客观需要。而在新时期，中国文化走出去的深层考量则主要是基于文化逆差的现实规制和文化安全的必然进路。在西方中心主义的霸权思维和霸道行径冲击下，中国必然要型构和坚持自己的东方立场和价值体系，同时也会让中国制造和中国文化共同为世界面临的困难和问题提供解决方案、贡献中国智慧。文化之争的外在表现形式就是话语之争。从历史的视角看，中国话语文明与西方话语文明存在着阐释想象和客观再现的重大区别，中国文化要走出去，重构与重释中国话语体系势在必行。这种重构与重释既借鉴了西方学术思想的理念、方法、手段，又突出了中国特色和民族记忆，即以新儒学为代表的中国传统文化当代阐释为主要思路，凸显中国语

境或东方语境的包容性、丰富性和多样性，重新规划和构筑中国文化从边缘到中心的新世界主义再中国化路径。中国文化走出去还是国家形象重塑的重要手段。由于历史和政治的原因，中国或者东方一直是被西方作为他者来审视的，这种居高临下的视角充分揭示了西方对包括中国在内的东方国家的地理殖民本质和文化优越心态。要打破这种有意矮化中国的定势，实现民族文化身份的独立、合法和多元文化的平等互视，中国文化的域外分层传播成为当下紧迫的任务。我们应当既在自醒自觉的前提下发掘本民族文化有普遍意义的精髓与国际社会共享，又在与异质文化的交流中不断进行文化创新，以实现世界的进步发展为最高理性诉求。简要地说，这种分层化的外溢包括传统文化、大众文化、政治文化三个向度，面对不同的接受群体的需求，展示中国作为文明、民主、富强、开放、包容、进步的东方大国品牌形象。当然，对中国文化走出去的框架设计也不能仅仅依靠站在圈内人的立场上进行内省、挖掘、传播等自说自话的行为，还要睁眼看世界，借鉴发达国家在文化立国与文化输出方面的经验和模式，如美国的文化输出战略、俄罗斯应对西方文化渗透的经验和教训、日韩文化立国与国际传播的策略等，反观我们的文化方针并不断进行调整、充实、创新，以产生更好的政策效应，获得更佳的传播效果。

在中国文化走出去的实践路径论证这一部分，该书首先从中国文明史的挖掘、提炼、再造角度，站在自发与自觉辩证统一立场反思中国文化遗产的具象传播，包括物质文化和非物质文化遗产的保护、传承与创新，从大陆文明、海洋文明到空间文明的高度阐释中国文化遗产的外延命题，即以博物馆为中心的文化遗产地方展示体系，以大众媒介为主渠道的中国形象宣传路径，以互联网、自媒体



技术、人工智能等信息存在建构的数字化传播进路。其次，从翻译作为媒介的交流传播方面分析中国文学在世界上的译介、扩散与接受。在跨文化背景下，译者主体的翻译模式发挥着重要作用，这包括中国学者主体、外国学者主体和中外合作等三种类型。从翻译方法论上看，深度翻译、滤写翻译、文化离散书写等构成中文外译的几种具体手段。在国际交流越来越深入的今天，全社会正在共同努力，打造一个由“翻译国家队”、应用型翻译队伍等多层次构成的翻译人才体系。第三，中国戏剧是国际社会认可的中国元素，也是最能代表中国形象的艺术形式之一。中国戏剧不能驻足于国门之内自我欣赏，而是要跨越民族疆域、审美差异，实现人类艺术遗产的共享。这其中，京剧、川剧、昆曲的海外传播具有一定代表性。从某种程度上说，中国戏剧要走出去，除了尽量拉近中西戏剧的审美距离、适应西方观众的审美诉求和观赏期待，也应重视翻译这一中国戏剧实现跨文化传播的关键环节。故此，中国戏剧的现代转型是值得深入探讨的创新思路之一。第四，高等教育作为国家软实力的重要组成部分，在中国文化走出去的过程中扮演着关键角色，它为民族崛起源源不断地提供了人才资源和制度设计。高等教育国际化是现代大学发展的必然方向，是国际文化交流的主要组成部分，也是国家文化软实力的重要表现形式。在中国文化全球传播的大背景下，由孔子学院推动的汉语国际化方兴未艾，是增强中国国际话语权和文化软实力的重要措施。目前，孔子学院的全球布局已从1.0时代迈进了2.0时代，其注重内涵提升和组织创新的去官方化、学术研究化、融入异质文化环境等方针正在逐步推进，由学院到书院的改革、嬗变、衍进也在不断发展。第五，企业作为社会活跃的组织细胞，也是承载文化的模因复合体，它不仅生产了物质产品，也复制着精神产品。在全

球知名品牌的背后，其母国的文化价值观和意识形态发挥着重要的辐射作用。作为企业发展的高级形式，跨国公司在全球文化交流与传播中的角色和地位也越来越受到人们的重视。中国企业文化的培育和跨国公司的文化传播在中国文化走向世界的进程中发挥了重要的主导作用。中国企业走出去是中国文化走出去的先导与基础，企业形象代表了国家形象，这方面中兴、华为、中海油等中资公司为树立中国全球品牌、传播中国价值观和文化精髓起到了标杆和示范效应。

该书的一大特色是运用了超学科的思维框架和研究范式。超学科研究处于学科融合的最高层次，它在不同学科之间交相辉映、建路搭桥并取代和超越其自身，代表了一种新的视角和一种新的知识生产范式。该书在大文化的理论框架下论述与例证中国文化弘扬民族特色、丰富世界文化生态的必然性与合法性，视野宏大，论述精深，涉及后现代哲学、认知科学、社会学、文化学、语言学、比较文学、人类学、传播学、翻译学、戏剧学、历史学、艺术学等诸多学科领域，综合运用了人文学科的多重理论范式和研究方法，凸显了其学术进路上的超学科特色，并努力做到了多维指向、融会贯通、衔接合力、逻辑通达、语篇隽美。相信读者读完本书，会得出与上述评价相似的结论。

该书还提出了不少有建设性意义的观点，如：文化与国家整体实力关系紧密，但文化流动也有着其自身规律和特点，弱小文化对强大文化的反哺与逆袭时有发生，文化是互动的，文化回流是必然的；中国文化走出去既是文化自发流动的必然趋势，又是丰富世界文化生态、共享人类精神遗产的理性诉求，更是维护国家文化安全、重塑中国国家形象、提升中国国际话语权的深层考量；中国话语体系的重释与重构是与西方文明进行平等互视、理性对话、共商共享的关键



进路，其中学术话语体系的重塑又是基础平台和思想资源；跨文化交流中的“误读”不可避免，既有恶意的“误读”，又有善意的“误读”和创造性“误读”，这种“误读”的作用不可过分夸大；要借鉴美国、俄罗斯、日本、韩国等国文化输出的经验与教训，要把文化立国、文化产业做大做强，不可依赖于简单的防堵式策略和灌输性宣教模式，要把文化主权的维护和文化走出去作为双轮驱动的战略来抓；全球社会对现代性的反思为中国在新时代迈向空间文明提供了伟大契机，天下立场展示了一个交叉、立体、互融、创新的系统和场域；“一带一路”倡议是新世界主义视角下建构空间文明的一项重要举措，它不仅意在推动中华文明伟大复兴，更意在推动其伟大转型；它修订了内陆文明从属于海洋文明、东方依附于西方的霸权主义观点，顺应世界重心东移的趋势，重塑均衡、包容的全球文明；等等。这些观点寓意深刻，发人深省，值得我们认真咀嚼、仔细品味。

总之，在新的历史时期，中国文化走出去应遵循这样的总体思路，即建我话语体系，重塑国家形象，防止精神殖民。这几个方面既是中国文化走出去的目的和意义所在，又是其策略与路径指向。

这本书获得国家社科基金和国家出版基金的双重资助应在情理之中，因为它本身内蕴的价值已经说明了一切。

再次祝贺本书的隆重面世！

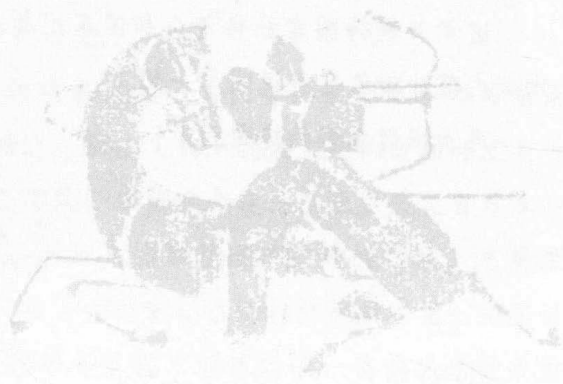
华夏文化促进会主席
国际易学联合会荣誉会长

廖彬宇

2018年12月

中国 文化

Zhongguo Wenhua Zouchuo de Celüe gu Leijing Chuangxin Yanjiu





目 录

CONTENTS

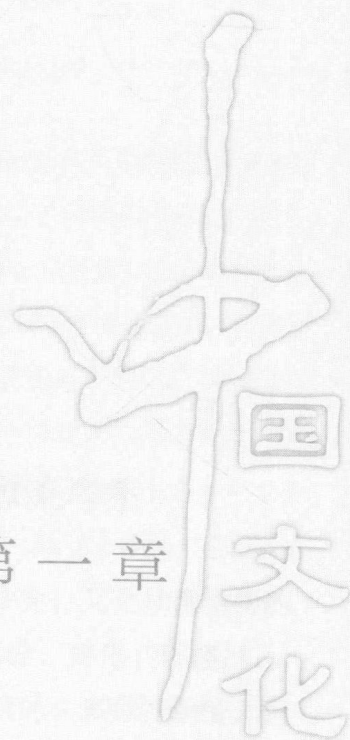
第一章 中国文化走出去的历史和学术内涵·····	001
第一节 古代中国文化走向世界的源流考察·····	003
第二节 唐宋时期中国文化对世界文化的影响·····	010
第三节 近代中国的东学西渐与西学东渐·····	019
第四节 多维度思考下中国文化走出去的内涵指向·····	028
第二章 创新思维后中国文化走出去的现实考量和深层内视·····	035
第一节 文化安全：中国文化走出去的紧迫诉求·····	037
第二节 扭转文化逆差：后殖民主义思潮激荡下的东方立场建构·····	047
第三节 崛起的取向选择：中国制造还是中国文化走出去·····	055
第三章 场域理论视野中的中国话语文明·····	065
第一节 文化资本与中国话语·····	067
第二节 解读中国话语生态——从历史的视角·····	074
第三节 国际话语生态现状与中国话语重构·····	081
第四节 跨文化交流中的话语“误读”——以中国视角为方法·····	091
第四章 中国文化走出去与国家形象重塑·····	103
第一节 从他者形象到自我形象认知·····	105
第二节 全球化语境下的文化身份认同·····	114



第三节	文化自觉观照下的大国形象重塑：文化分层传播的事实与价值建构···	122
第五章	大国文化输出与抵御的策略借鉴·····	135
第一节	美国文化输出战略探析·····	137
第二节	日韩文化输出的政策和战略思考·····	148
第三节	苏联（俄罗斯）及东欧应对西方文化输出的策略与手法·····	160
第六章	从大陆文明到海洋文明，再到空间文明：文化遗产的具象化传播·····	169
第一节	从自发到自觉的辩证统一——对中国文明史的挖掘、提炼、再造···	171
第二节	文化遗产的象征意义——从古老华夏到美丽中国·····	186
第三节	中国文化遗产的传播路径·····	198
第七章	重建巴比塔：翻译作为媒介的对外交流与传播·····	211
第一节	从中国文学史上的翻译活动看文化迁移与融合·····	213
第二节	跨文化背景下的翻译路径·····	226
第三节	跨文化背景下对外翻译人才体系的建构·····	239
第八章	中国戏剧的文化遗产及域外传播·····	251
第一节	中西戏剧的审美差异及中国传统戏剧的现代转型·····	253
第二节	北京的戏剧——大众文化视角下的中国元素·····	260
第三节	川剧的保护传承、创新发展与传播·····	266

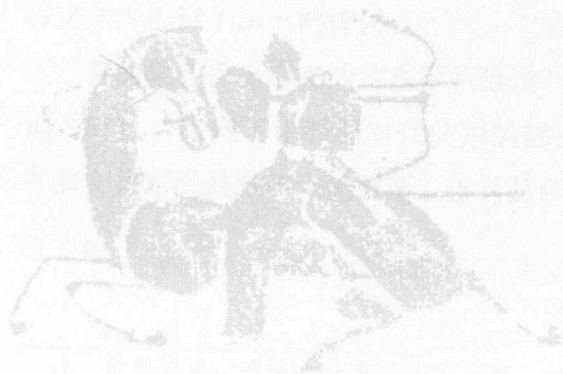


第四节	以昆曲为代表的古老剧种的挖掘、传承与创新传播	273
第九章	高校在中国文化走出去中的重要作用	281
第一节	高校是国家软实力的重要组成部分	283
第二节	国际文化交流中高校发挥的独特作用	292
第三节	孔子学院的2.0时代：从宏观布局到内涵发展	300
第十章	中国企业的文化培育与跨国传播	313
第一节	中国企业文化的形成与发展方向	315
第二节	跨国公司的文化管理与价值传播	323
第三节	中国跨国企业的文化管理、公共外交与全球传播	334
参考文献		343
后 记		429
书 评		433



第一章

中国文化走出去的 历史和学术内涵



第一节 古代中国文化走向世界的源流考察

按照文化社会学的观点，文化是人们进行社会交往的中介，又是社会结构的联系环节，因此文化不可避免地是在社会发展的过程中演进、变化、传播的。¹ 文化传播基本上以文化流的方式进行，它是模态化的、持续的、多重互动的，包括本民族文化的走出去与异文化的输入。一般来说，文化是从发达的高处流向不发达的低处，但也会出现文化流的反哺现象，即低处文化会以某种方式渐进影响或最终改变高处文化。因此，本民族文化的走出去和异文化的输入是一个多主体互动的过程，在不同的场景和环境、背景下，主客转换经常发生，很多时候文化传播的主体因素在人们的认知视域中非主非客，既主又客。

作为世界四大文明古国之一，中国在其文明发展史上经历了文化流的对外传播与向内流入、影响与被影响、改变与被改变、主体化与客体化的过程。我们首先以溯因法来考察中国文化与世界文化交流互动的历史，借此一窥中国文化走向世界的历程与思路。

以季羨林先生为代表的学者群体曾经发表了一系列以“东学西渐”为主题的文章，提出了历史上中国作为许多国家文化放送国的学术观点，沿着这个思路，许多学者进行了深入的探讨。

有的学者提出广义的“东学西渐说”，认为中国文化最早的对外传播产生于远古时代，出现了中石器时代使用的部分生产生活工具向西传递，新石器时代仰韶文化彩陶器皿传入俄罗斯、土耳其和部分西亚国家，以及亚洲人跨越白令海

1 司马云杰：《文化社会学》，北京：中国社会科学出版社2001年版，第268页。



峡到达美洲等历史事件，并辅之以一些田野发掘来进行佐证。¹考古发现台湾高山族人的头骨与印第安人的头部结构变化基本一样²；美国内陆出土的印第安人生活用具上刻有数个表达意思的符号，与中国仰韶文化和西安半坡村遗址出土的日常生活器皿上的符号基本一致；起源于中国东南沿海的巴国石匕兵器曾经流传到波利尼西亚与美洲。³另外，最早起源于中国的具有华夏文化特征的细石器用具在内蒙古、宁夏、甘肃、青海、新疆、西藏乃至南西伯利亚贝加尔湖均有发现。⁴新石器时代仰韶文化的出土彩陶与基辅以南的特里波巴、土耳其斯坦的安诺彩陶文化特征，甚至与巴比伦尼亚、亚述、阿兰发现的彩陶风格相同⁵；史前的裸女塑像及带有“卐”形纹饰的生活陶器在我国及欧、亚、非广大地区陆续出土⁶……这些都被一些持激进观点的考古学者认为是中国文化对外传播的早期痕迹和历史证据。

当然，这些零散的事实线索还不足以确证中国文化早在石器时代就已对外传播的历史。学术研究的严肃性特点在于，要证明一个问题的真实性，必须同时具有严密的逻辑推理体系和大量的事实证据。以上推论和假设，仅能作为一种史学探想和田野猜测，而不足以形成充分的学术定论和某种理论的中心价值指向。

目前史学界对中国文化对外传播的起源大多采纳以陆上丝绸之路和海上丝绸之路开通为线索的二分论断法，认为这两条丝绸之路的开通真正力证了东西方文化之间广泛交流的事实。19世纪以来通过对丝路地理环境变迁、交通路线确定、沿途国家的社会经济文化交流、古代民族活动、宗教文化传播、商品贸易变化等的实地考察和范畴分类，从各个学科的角度初步确定了丝绸之路的研究范围和方向。20世纪以后，丝路研究开始摆脱单向旅行的考察阶段，向政治、经济、文

1 冯国荣、侯德彤：《中学西渐的历史线索及相关研究课题》，载《东方论坛》2004年第5期。

2 忻剑飞：《世界的中国观》，上海：学林出版社1991年版，第22页。

3 凌纯声：《中国台湾与东南亚的巴国石匕兵器及其在太平洋与美洲的分布》，载台湾大学《考古人类学刊》1956年第7期。

4 中国大百科全书总编辑委员会《考古学》编辑委员会，中国大百科全书出版社编辑部：《中国大百科全书：考古学》，北京：中国大百科全书出版社1986年版，第18页。

5 赫罗兹巴著，谢德风等译：《西亚细亚、印度和克里特上古史》，北京：生活·读书·新知三联书店1958年版。

6 郭大顺、张克举：《辽宁省喀左县东山嘴红山文化建筑群址发掘简报》，载《文物》1984年第11期。