

教育部哲学社会科学研究普及读物项目

Popularized Readers of Humanities and Social Science Sponsored by the Ministry of Education

中国故事的文化软实力

The Cultural Soft Power in Contemporary Chinese Story

王一川 等·著



▲江苏人民出版社
■江苏凤凰美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国故事的文化软实力/王一川等著. —南京:江苏人民出版社, 2016. 9

ISBN 978-7-214-19613-2

I. ①中… II. ①王… III. ①中华文化—研究
IV. ①K203

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 226197 号

书 名 中国故事的文化软实力

著 者 王一川 等

责 任 编 辑 卞清波

责 任 校 对 史雪莲

责 任 监 制 王列丹

出 版 发 行 凤凰出版传媒股份有限公司

江苏人民出版社

江苏凤凰美术出版社

出版社地址 南京市湖南路 1 号 A 楼, 邮编: 210009

出版社网址 <http://www.jspph.com>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

照 排 江苏凤凰制版有限公司

印 刷 江苏凤凰新华印务有限公司

开 本 890 毫米×1 240 毫米 1/32

印 张 13.125 插页 1

字 数 260 千字

版 次 2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

标 准 书 号 ISBN 978-7-214-19613-2

定 价 48.00 元

(江苏人民出版社图书凡印装错误可向承印厂调换)

著 者

(按章节顺序排列)

王一川	康建伟	闫桢桢	李 卿
邸含玮	庄沐杨	胡鹏林	杨 伟
李 宁	张慧喆	王 志	苗 雨

总 序

纵观党的历史,我党始终高度重视实践基础上的理论创新,坚持用理论创新成果武装全党,教育人民,引领前进方向,凝聚奋斗力量。七十多年前,著名的马克思主义哲学家艾思奇撰写的通俗著作《大众哲学》,引领一代又一代有志之士选择了正确的人生道路,影响了中国几代读者。

党的十八大以来,习近平总书记把握时代发展新要求,顺应人民群众新期待,提出了一系列新思想、新观点、新论断、新要求,这些推进理论创新的最新成果用朴实、生动的语言,以讲故事、举事例、摆事实的方式与人民同频共振、凝聚共识,增强了人民群众对中国特色社会主义理论体系的认同感和知晓度,凸显了当代中国马克思主义大众化、群众性的基本特征,成为新时期理论创新大众化的新典范。

高等学校学科齐全、人才密集、研究实力雄厚,是推进马克思主义中国化时代化大众化、普及传播党的理论创新成果的重要阵地。汇聚高校智慧,发挥高校优势,大力开展优秀成果普及推广,切实增强哲学社会科学话语权,是高校繁荣发展哲学社会科学的光荣任务、重大使命。

2012年,教育部启动实施了哲学社会科学研究普及读物项目。通过组织动员高校一流学者开展哲学社会

科学优秀成果普及转化,撰写一批观点正确、品质高端、通俗易懂的科学理论和人文社科知识普及读物,积极推进马克思主义大众化,阐释宣传党的路线方针政策,推广普及哲学社会科学最新理论创新成果,让中国特色社会主义理论体系和党的路线方针政策,更好地为广大群众掌握和实践,转化为推进改革开放和现代化建设的强大精神力量。与一般意义的学术研究和科普类读物相比,教育部设立的普及读物更侧重对党最新理论的宣传阐释,更强调学术创新成果的转化普及,更凸显“大师写小书”的理念,努力产出一批弘扬中国道路、中国精神、中国力量的精品力作。

实现中华民族伟大复兴的中国梦必将伴随着哲学社会科学的繁荣兴盛。我们将以高度的使命感和责任感,坚持学术追求与社会责任相统一,坚持正确方向,紧跟时代步伐,顺应实践要求,不断加快高校哲学社会科学创新体系建设,为不断增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信,推动社会主义文化大发展大繁荣作出更大贡献!

教育部社会科学司

2014年4月10日

目 录

引言 / 001

第一章 当今中国故事的文化软实力 / 009

- 一、中国故事内生文化功能 / 009
- 二、中国故事具有文化软实力效应 / 013
- 三、全球化时代的中国艺术状况 / 016
- 四、中国故事里的中国形象 / 020

第二章 中国好故事的要素 / 023

- 一、他者眼光 / 024
- 二、普遍尺度 / 026
- 三、本土境遇 / 028
- 四、个体体验 / 030
- 五、流行风格 / 032
- 六、易触媒介 / 034
- 七、理解中国好故事的诸种标准 / 035

第三章 “回归传统”后的“讲故事”

——文学之莫言 / 037

- 一、“回归传统”/“走向世界”之后的“讲故事” / 040

二、《檀香刑》：猫腔咪鸣 / 045

三、《四十一炮》：炮孩子的肉欲诉说 / 052

四、《生死疲劳》：六道轮回的循环重复 / 063

五、《蛙》：苦心结构的幻觉现实主义 / 071

第四章 “原生态”的现代传播与消费价值

——舞蹈之《云南映象》 / 079

一、原始·神秘：“原生态”中国的风貌 / 080

二、歌舞集·原生态：《云南映象》的论争 / 094

三、拯救·遮蔽：地方经验的展示 / 104

第五章 中国艺术精神的无声绽放

——舞蹈之《千手观音》 / 112

一、追求人性至真 / 113

二、向往道德至善 / 117

三、形塑艺术至美 / 120

四、与电视媒体的完美融合 / 124

五、艺术形式的升华 / 127

第六章 “一带一路”愿景中的文化软实力

——舞剧之《丝路花雨》 / 132

一、对传统文化精神的高度自信——《丝路花雨》的
启示 / 134

二、讲好中国故事——构建“一带一路”文化的对
策 / 140

结语 / 148

第七章 当代武侠电影中的中国性与世界性元素

——以《一代宗师》为例 / 150

一、“武”与“侠”: 武侠电影的文化内涵分析 / 150

二、武侠电影中的中国性元素和世界性元素 / 155

三、《一代宗师》的启示 / 159

四、武侠电影的出路与中国故事的文化软实力 / 168

第八章 中国人的认同感与生存意识

——电影之《那山 那人 那狗》与《一九四二》/ 172

一、认同性危机及其辩证解决——影片《那山 那人 那狗》中的父子关系 / 172

二、死地上的族群生存实验——从《一九四二》看现代中国人的人生境界探求 / 183

第九章 中国戏曲艺术站起来与走出去

——戏剧之《牡丹亭》/ 200

一、青春的表象 / 201

二、现代的呈现 / 206

三、现代的传播 / 211

四、古典的回归 / 217

五、经典的复原 / 222

第十章 侠客光影中的文化软实力

——以电影《一代宗师》、《狄仁杰之神都龙王》、《绣春刀》为例 / 228

一、武侠片之从“大片时代”到“后大片时代” / 229

- 二、三部武侠电影的三种样式 / 233
- 三、武侠电影与中国文化精神 / 240
- 四、两个命题:文化自信与文化软实力 / 247

第十一章 英雄成长背后的传统文化精神

——电视剧之《士兵突击》/ 253

- 一、军事题材电视剧的类型突破 / 254
- 二、充满传奇色彩的英雄成长 / 262
- 三、成长背后的文化精神 / 268
- 四、现代化语境中的传统怀想 / 275

第十二章 在全球化语境下超越“中国性”

——以新潮音乐家谭盾、陈其钢、何训田为例 / 281

- 一、新潮音乐的社会反响 / 283
- 二、新潮音乐家及其代表作品:多重文化身份 / 286
- 三、后殖民主义语境下的“混杂”中国性 / 298
- 四、超越“中国性”的艺术探寻 / 305

第十三章 全球化语境中的文化乡愁与国族认同

——纪录片之《舌尖上的中国》/ 317

- 一、民间立场的国际化表达 / 318
- 二、饮食蕴含的传统文化精神 / 323
- 三、全球化语境中的文化乡愁 / 331
- 四、现代化进程中的国族认同 / 337

第十四章 平等而开放的意义世界

——中国当代美术之《天书》与《地书》/343

一、《天书》：传统与前卫的交融/347

二、《地书》：全球化时代的创造/361

三、从《天书》到《地书》：一以贯之的平等与开放/368

第十五章 在大众消费中询唤色彩的传统文化意义

——以国产填色图书《中国美色》和《点染紫禁城》为例/375

一、新媒介时代的“艺术疗法”/377

二、随类赋彩：边缘艺术的讲述/380

三、“人人都是艺术家”：如何超越“乌合之众”/384

四、思考：填色书如何讲述中国故事/388

结语 中国好故事的文化意义/392

一、中国好故事是中国文化传统之子/392

二、中国好故事是中国文化中富于感召力的形态/394

三、中国好故事对文化中其他形态产生交融力/395

四、艺术是中国文化生命之源泉/397

后记/400

引 言

说起中国故事的文化软实力，难免要提到德国文豪歌德。两百多年前，中国故事就曾经激发过歌德对遥远的东方文明古国中国的浓厚兴趣和纵情想象。他通过英法等译本读到了一些中国故事，如《好逑传》《玉娇梨》《今古奇观》等，就此对中国展开了自己的丰富的想象。1827年，他对中国得出了这样的印象：“中国人在思想、行为和情感方面，几乎和我们一样；只是在他们那里，一切都比我们这里更明朗，更纯洁，更合乎道德……”歌德还这样畅想中国人与自然融合如一的景观：

他们还有一个特点，人和大自然是生活在一起的。你经常听到金鱼在池子里跳跃，鸟儿在枝头歌唱不停，白天总是阳光灿烂，夜晚也总是月白风清。月亮是经常谈到的，只是月亮不改变自然风景，它和太阳一样明亮。房屋内部和中国画一样整洁雅致。

他甚至还有这样的纯净幻觉：

有一对钟情的男女,在长期相识中很贞洁自持。有一次他俩不得不同在一间房里过夜,就谈了一夜的话,谁也不惹谁。……正是这种在一切方面保持严格的节制,使得中国维持到几千年之久,而且还会长存下去。^①

歌德对中国故事的如此着迷和对故事中的中国形象的如此景仰这一事实本身,难道不正是在呈现今天人们热议的中国故事的文化软实力吗?

有趣的是,歌德还相信这样的中国故事并不稀奇:“中国有成千上万这类作品,而且在我们的远祖还生活在黑森林的时代就有这类作品了。”正是基于对中国故事中展现的中国及中国人的想象,歌德在世界上率先明确地就后世人们一再谈论的“世界文学”的时代提出了自己的憧憬:“我愈来愈深信,诗是人类共同财产。……民族文学在现代算不了很大的一回事,世界文学的时代已快来临了。现在每个人都应该出力促使它早日来临。”^②

无独有偶。稍早于歌德的法国启蒙运动领袖伏尔泰,也曾对中国故事及其中展现的中国文化软实力产生了浓烈的兴趣。他根据“赵氏孤儿”故事而改编的戏剧《中国孤儿》,于1755年在巴黎上演,引发法国剧坛轰动。尤其是他以话剧

① [德]爱克曼辑:《歌德谈话录》,朱光潜译,人民文学出版社1978年版,第112页。

② [德]爱克曼辑:《歌德谈话录》,朱光潜译,人民文学出版社1978年版,第113页。

样式亲自阐发的这则中国故事热烈颂扬儒家式家族道德和文化,在欧洲产生了广泛的启蒙作用。他还在自己的史学著作《风俗论》中,一方面继续表现出对中国文明的尊重姿态,看到中国人早就走在世界的先进行列,善于将法律不是用以治罪而是用以褒奖善行,还能将自己的历史建立在“天象观察的基础上”^①,而其时世界上其他区域的民族还只能靠神话和猜测去认识自己;但另一方面,他又冷静地提出一系列疑问:为什么中国总是止步不前?为什么其天文学成就如此有限?为什么其乐谱没有半音?等等。他当时的看法是,东方人与西方人迥然不同,轻而易举地发现了所需的一切却又无法前进;而西方人虽然获得知识很晚,却能后来居上地走向完善。他还推测其原因有两点:一是中国人一味崇拜祖先,对其“有一种不可思议的崇敬心,认为一切古老的东西都尽善尽美”;另一则在于汉语的难学难用性质,因其“每个词都由不同的字构成”,连学者们到老也掌握不了。^② 总之,伏尔泰曾热烈地赞扬中国人在道德、法律和理性方面的优势,尽管他同时看到中国人在科技方面虽然起步很早但后来已然落后了。^③

不过,中国故事并不总是向外国人呈现美的一面或今天所谓文化软实力效果。歌德的同时代哲学家黑格尔,就从其他渠道获取到别一种中国印象:中国还只是一个处于“历史的幼年时期”的国度,“可以称为仅仅属于空间的国家——成

① [法]伏尔泰:《风俗论》,上册,梁守锵译,商务印书馆1994年版,第239页。

② [法]伏尔泰:《风俗论》,上册,梁守锵译,商务印书馆1994年版,第249页。

③ 陈宜良:《伏尔泰与中国文化》,首都师范大学出版社2010年版,第93页。

为非历史的历史……这部历史,在大部分上还是非历史的,因为它只是重复着那终古相同的庄严的毁灭。”^①在这样一个仿佛历史处于停滞状态的国家,“皇帝的道德意志便是法律;但是这样一来,主观的、内在的自由便被压抑下去,‘自由的法律’只能从个人外界方面管理他们”^②。这与歌德和伏尔泰对中国的美妙想象相比,简直就是对立的了。

这表明,外国人眼中的中国形象及中国文化软实力究竟怎样,其实是取决于多重因素的。一方面,就外国人方面来看,他们自己的特定民族传统、时代境遇、个体体验及理性见解等会在此过程中产生过滤、筛选等作用;同时,又由于文化背景不同、语言翻译程度不高及相互交流严重不足等缘故,难免也包含幻觉、错觉甚至误解或误读,例如歌德、伏尔泰和黑格尔三人对中国的想象和认识就如此。但是,另一方面也并非不重要,这就是我们中国人自己的中国故事叙述或建构本身也会给予外国人的中国体验和认识以深刻的形塑作用。也就是说,中国故事的文化软实力效应,并非单方面决定于外国人的接受或中国人的建构本身,而是很大程度上同时取决于中外双方对中国故事的态度。

而单就我们中国人自己来说,我们讲述的不同的中国故事自然会向外国人呈现不同的中国形象并产生不同的中国文化软实力效应。这样一来,考察中国故事的究竟以及中国文化软实力的呈现方式,就有必要了。

① [德]黑格尔:《历史哲学》,王造时译,上海书店出版社2001年版,第107—109页。

② [德]黑格尔:《历史哲学》,王造时译,上海书店出版社2001年版,第159页。

问题在于,在今天这样一个全球化程度越来越高,而中国与世界上其他民族之间的相互了解和交流正变得越来越细密和深入的时刻,我们还能以怎样的中国故事去传播中国形象并展示中国文化软实力呢?怎样做才能尽可能地减少或避免误解而传播中国故事的积极能量或魅力呢?问题就提出来了。

摆在读者面前的,正是一部有关当今中国故事里的中国形象的著述。它打算对有一定社会影响力的当今艺术品及其建构的中国形象作简要阐释,从中感受其对于中国故事的想象和叙述,并尝试探讨其在中国文化传统的美学表达方式领域的经验和教训,以此为探讨中国故事的文化软实力的提升方略提供可能的参照。

本书的目标并不是无限的而仅仅是有限的,也就是不可能面对艺术品中的中国形象问题作面面俱到的完整研究,而只能有所选择地分析其中我们感兴趣或有所心得的少量实例,以便尽力靠近或达成“借一斑而窥全豹”的功效。由于如此,本书尝试集中考察进入改革开放时代以来,特别是最近十多年来中国的一些带有叙事特点的艺术品及其故事,从中感受其对中国形象的想象,进而从中获取其对中国文化软实力的呈现的启示。

需要说明的是,这些艺术品及其故事诚然可能未必在创作意图上明确想到中国形象建构,更不一定拥有明确的或自觉的全球化意识,但却可能在客观上产生出这样的无意识美学效果。这种情形在艺术美学上也是合理的。

本书所拟分析或讨论的艺术品或相关艺术现象,并非全

都是审美品质上的上乘之作,而是看其是否产生了一定的社会影响力,也就是其影响面已经溢出艺术圈而播散到更广泛的社会人群中,从而有利于探讨其故事内含的文化软实力效应;或者,其在艺术上确实已达到一定的高度,体现美学原创性,值得从中分析中国故事的文化软实力状况。特别需要考虑的是那些可能对外国观众产生影响的艺术品,正是它们能以令人信服的中国故事去呈现中国文化软实力。上述两方面兼而有之之作,当然更会受到重点关注。

第一章就当今中国故事的文化软实力问题作简要概述,重点阐述中国故事的內生的文化功能及其文化软实力效应。

第二章提出中国好故事的要素问题,并首度尝试明确规定中国好故事的六要素,它们是他者眼光、普遍尺度、本土境遇、个体体验、流行风格和易触媒介。

而提出中国好故事的六要素,正是要为全书的论述结构提供一种理论框架:让本书所选的中国故事案例,都大致按照其对中国好故事六要素的突出式呈现去安排。本书第三章及以下各章,正是大致按此六要素的结构和顺序去设计的。当然,同一个中国故事中可能会涉及所有六要素,但毕竟不同的中国故事有可能会让这六要素中的某个要素显得特别突出。

中国好故事中的他者眼光要素,可在第三、四章中得到阐述,它们分别从中国叙事文化角度论述诺贝尔文学奖得主莫言的文学世界,从“原生态”舞蹈的现代传播与消费价值视角探讨《云南映象》。

普遍尺度要素的呈现,可以舞蹈《千手观音》对中国艺术

精神的表现、舞剧《丝路花雨》对传统文化精神的高度自信，以及电影《一代宗师》中中国性元素与世界性元素的交融为典型案例，见第五、六、七章。

本土境遇作为中国好故事中不可或缺的重要元素，可以通过戏曲和电影等作品去呈现。第八章透过影片《那山 那人 那狗》和《一九四二》而试图窥见中国人的认同感与生存意识，以及死地上的族群生存实验。第九章借助《牡丹亭》而分析中国戏曲艺术站起来与走出去的问题。第十章选取三部武侠片《一代宗师》《狄仁杰之神都龙王》《绣春刀》探讨侠客光影中的文化软实力问题。

个体体验或许是当前中国故事讲述中比较弱的一个要素，这里特意选取电视剧《士兵突击》去考察，尝试发掘当今时代英雄成长及其体验背后所可能隐伏的传统文化精神。

中国故事要想赢得更多外国人士的好感，流行风格无疑是一个必要的选择。第十二、十三章先后通过新潮音乐家作品在世界的流行和纪录片《舌尖上的中国》的成功，探索既依托又超越“中国性”而实现全球性传播的可能性。

与流行风格如影随形地相伴相生的，还有易触媒介要素。易触媒介之所以是容易接触的，就是由于它可以不借助语言而让观众获得视听觉的直观，特别是视觉上的直观。而彼此有差异的民族之间，一旦要通过语言去交流，还需经过翻译，就可能使观众对中国故事的体会变得间接起来。这里列举的易触媒介是美术和填色图书。第十四章阐述《天书》与《地书》如何打开一个平等而开放的意义世界。第十五章以国产填色图书《中国美色》和《点染紫禁城》为例，在大众消