

[文章编号] 1009-3729(2013)02-0022-04

# 区域软实力视域下的中原传统文化输出

刘静

(郑州轻工业学院 外语系, 河南 郑州 450002)

**[摘要]** 输出中原传统文化是提高中原经济区软实力的一条重要途径。中原传统文化输出的弱势现状与中原经济区的经济社会发展水平极不相称。这种弱势现状表现为:输出选目层次较低,有刻意迎合西方受众的审美期待之嫌;输出内容被有意改写和变异,颠覆了中原传统文化的价值观;核心概念用西方语料阐释,丧失了中原传统文化思辨的独特性。这种弱势现状主要是由输出规划不科学、译介质量不高、输出理念不清晰等原因造成的。在中原传统文化输出过程中,我们需要弘扬基于文化差异的输出理念,打造弘扬优秀中原传统文化的知名品牌,建立以译介为主的多元输出方式,将优秀的中原传统文化推广到区域外,以中原传统文化精神引领区域外群体,增强中原经济区的软实力。

**[关键词]** 区域软实力;中原传统文化;文化输出

**[中图分类号]** G122 **[文献标志码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1009-3729.2013.02.005

当今世界是多极化的世界,经济和信息发展呈现全球化格局。在国际竞争中,军事、经济、科技等硬实力固然占据重要地位,但文化和价值观等软实力元素在国家竞争力构成要素中的地位也日渐凸显。新世纪伊始,美国著名政治学家、哈佛大学教授、美国前助理国防部长约瑟夫·奈提出“软实力”概念,构建了新的国际竞争和国家综合实力的理论框架。他指出:“软实力是一国文化与意识形态的吸引力,是通过吸引而非强制的方式达到期望的结果的能力。它通过让他人信服地追随你,或让他人遵循某种将会促其采取你所期待的行为的规范和制度来发挥作用。软实力在很大程度上依赖于信息的说服力。”<sup>[1]</sup>也就是说,软实力是通过情感共鸣激发内心认同,以理性信仰产生吸引力量。随着区域综合实力和区域竞争日趋激烈,区域软实力的地位也越来越重要。马庆国将区域软实力界定为“在区域竞争中,建立在区域文化、政府公共服务(服务制度和服务行为)、人力素质(居民素质)等非物质要素之上的区域政府公信力、区域社会凝聚力、特色文化

的感召力、居民创造力和对区域外的吸引力等力量的总和”<sup>[2]</sup>。区域软实力通过心灵的力量吸引区域外的生产和消费要素进入本区域的经济社会系统,以提高本区域经济、社会和文化等方面的竞争力,为区域经济社会系统服务。区域软实力“源于一个区域特有的文化、价值观念、政府公信力、人力素质等多种渠道”<sup>[3]</sup>。其中,能够产生吸引力的文化资源占据核心位置。如果特定区域能够以其文化资源吸引区域外群体,进而赢得他们的喜爱、尊敬和认同,那么该区域就会拥有较强的影响力,就会具备较大的软实力。可见,加强区域文化对外传播,提高区域文化的吸引力、认同力和影响力,对于提升区域软实力具有重要意义。

中原传统文化博大精深、包罗万象,包括作为中华文化标志的儒、道、墨、法等诸子思想。中原传统文化在中华文化史上占据着母体性和根源性的重要地位,其倡导的内圣外王、执两用中、修齐治平、礼义廉耻、忠信仁爱等核心价值观念具有文化通约性,其衍生的行为准则具有普世性,容易为其他区域的群

[收稿日期] 2013-03-10

[基金项目] 河南省科技厅软科学项目(122400450064)

[作者简介] 刘静(1970—),女,山东省莒南县人,郑州轻工业学院教授,硕士,主要研究方向:翻译。

体所理解和认同。正如谈新敏所指出的,在中原传统文化中,“传统的‘持中’、‘尚和’、‘宽厚’思想为构建和谐提供重要思想基础;居安思危的忧患意识为实现中华民族现代复兴而奋发进取提供动力之源;有关义利关系思想为实现具有中国特色社会主义的科学发展提供重要的价值导向”<sup>[4]</sup>。输出中原传统文化,用这些普世的文化价值观念感召和吸引区域外群体,是提高中原经济区软实力的重要途径。当前就如何运用有效的传播载体和传播路径向其他区域输出中原传统文化的研究,主要集中于中原传统文化的特征、传承和传播,如骆玉安<sup>[5]</sup>论述了中原传统文化的传播机制以及在传播中形成的若干特征,王凤玲<sup>[6]</sup>阐述了中原传统文化传承的发展路径,鲜有论及中原传统文化输出者。本文拟基于中原传统文化输出现状,分析其中存在的问题及其原因,然后提出推动文化输出发展的策略,以期促进中原传统文化有效输出,提高中原经济区的文化竞争力。

## 一、中原传统文化输出存在的问题

改革开放30多年来,中原经济区文化贸易进出口总额不断增长,但是贸易逆差严重,中原传统文化的输出处于劣势,中原经济区文化贸易活跃程度有待于进一步提高。就2011年全国图书版权贸易而言,我国共引进图书版权14708种,输出图书版权5922种。图书版权引进主要集中在北京、上海、江苏、吉林、浙江、湖南、辽宁和广西,占引进总数的80.8%。图书版权输出较多的区域为北京、安徽、湖北、上海、湖南、江苏、浙江、山东和广东,占输出总数的88.6%。<sup>[7]</sup>就类别而言,输出最多的是科技类,其次为图册、教辅读物、课本、长篇小说等。中原地区在图书版权引进和输出方面提升的空间都很大,尤其是在传统文化输出方面。中原传统文化输出的弱势现状与中原经济区的经济社会发展水平极不相称。中原传统文化输出的弱势不仅体现在数量上,而且体现在质量上,在输出选目、输出策略、输出效果等方面都存在很多问题。就输出选目而言,系统性较差,层次较低;就输出策略而言,异化倾向严重,重构和变形普遍;就输出效果而言,传统价值观西化,中原文化身份模糊。

### 1. 输出选目层次较低,有刻意迎合西方受众的审美期待之嫌

中原传统文化输出层次一直较低,输出内容很少能够代表中原传统文化的精髓,输出选目有刻意

迎合西方受众的审美期待之嫌,不能很好地塑造客观的中原形象。

文化分为物质文化、制度文化和精神文化3个层次。长期以来,中原传统文化输出主要集中在物质文化层面和制度文化层面。物质文化是最为基础、最为表层的文化,生产方式和生活方式等物质文化具有阶段性特征,其文化内涵较为肤浅。制度文化居于文化了的中间地带,能够反映一定的核心文化,但是经济制度、政治制度和学术制度等制度文化不可避免地具有历史局限性。精神文化是深层次文化,对其他区域具有更为深远的影响力。天人合一、宗法人伦和整体至上等精神文化是中原传统文化的核心所在。但是中原传统文化中精神文化的传播力度很小、效度很低。中原传统文化输出不仅内容少,而且多是愚昧落后的文化糟粕,甚至是刻意妖魔化了的中原传统文化。这种输出选目表面上传播了中原传统文化,其实传播的是伪文化,歪曲了中原形象,中原传统文化的精髓并没有得到有效传播。

西方受众基于自己的审美心理从中原传统文化中选择迎合自己猎奇口味的内容,以满足特定历史阶段主流意识形态构建的需要。中原文化的传播者大多是被动迎合这种需求,对于输出内容缺乏科学明晰的规划,对代表中原传统文化精髓的哲学典籍的传播,输出的文本缺乏系统性,选材的偶然性很大,态度主动、目的明确的输出选择少之又少;而对居于次要地位的、对于西方哲学思想具有功用性的哲学典籍的传播力度超过了精华典籍。

### 2. 输出内容被有意改写和变异,颠覆了中原传统文化的价值观

中原传统文化在对外传播过程中,其内容被有意改写和变异,以达到适应输入区域意识形态和诗学形态要求的目的,这种现象非常值得关注。尤其是当传播者本身就是区域文化输入方时,传播者往往重构中原传统文化,附加输入方的文化观念,使传播的中原传统文化发生了变形。受儒家思想的影响,中原传统文化非常重视仁学,宗法人伦成为中原传统文化的重要伦理观念,人总是被置于特定的历史背景中,以忠、孝、勇、烈来衡量人的仁。在中原传统文化中,代父从军的花木兰就是忠、孝、勇、烈的化身。而迪斯尼电影《花木兰》中的花木兰被塑造成符合西方价值观的形象——一个类似西部牛仔的形象,提出“要按照我的心去生活”,追求个人的思想和行动的自由,充满了个人英雄主义气息。这种花木兰的形象已经彻底颠覆了中原传统文化的价值

观,成为西方个人英雄主义的代表,体现的是西方价值观。可见,输入者有意曲解中原传统文化,使其服从并服务于西方价值体系,是造成中原传统文化传播中核心价值观变异的一个重要原因。

### 3. 核心概念用西方语料阐释,丧失了中原传统文化思辨的独特性

具有厚重文化内涵的中原传统文化承载着儒、道、墨、法等诸子思想,凝聚着中原地区生活群体对天、地、人以及彼此关系的思辨,具有深刻的思想内涵。作为中原传统文化的物质载体——典籍范畴,特别是其中的哲学范畴,表征着中原群体乃至中华民族特定的思维方式。这些范畴成为中原传统文化身份的标识,体现了与西方哲学范畴不同的思辨方式。传播中原传统文化必然需要将这些范畴准确地译介到其他区域。然而,长期以来,中原传统文化的传播者都习惯于用西方的价值观来归化中原传统文化,将中原传统文化的核心概念比附为西方哲学的范畴,使中原传统文化丧失了其思辨的独特性。如近代英国著名汉学家理雅各将儒学中的核心词汇“道”翻译为“path”,“仁”译介为“benevolent actions”、“true virtue”、“the good”、“the virtues proper to humanity”等,“君子”理解为“a man of complete virtue”、“the superior man”、“the scholar”、“the accomplished scholar”,这些都没能准确地传播其原有的文化内涵。又如,辜鸿铭翻译《论语》时特别注明了这是“一本引用歌德和其他西方作家的话来解说的新的特别翻译”,用西方文化中的语料讲述中原传统文化。再以《道德经》的输出为例,英国著名汉学家亚瑟·韦利将“道”这一核心概念译为“the way”、“the ways”、“way”、“the highway”、“highway”、“highways”、“tao”等,给“道”附加了许多西方文化含义。中原传统文化模因寄生在西方文化模因中,虽然在一定程度上传播了中原传统文化,但容易使西方受众产生中原传统文化没有自身的文化基因之印象。

## 二、中原传统文化输出中问题产生的原因分析

中原传统文化输出的弱势,其形成主要有以下3个方面的原因。

### 1. 中原传统文化输出规划不科学

长期以来,中原传统文化的输出缺乏系统规划,也没有理论和现实层面的科学引导,这就造成输出选材支离破碎、层次肤浅,以迎合西方的审美心理为

主,深层价值观没有得到有效传播。以儒家经典的传播为例,《论语》的英译本在1930年代以前就已超过50种了,而且其译本的数量还在不断递增;但《孟子》《荀子》等传播的力度很小,形成了儒家经典传播不对称和儒家经典传播体系不完整的尴尬局面,致使区域外受众不能全面理解儒家思想。

### 2. 中原传统文化译介质量不高

造成中原传统文化输出内容出现改写和变异的主要原因在于译介的质量。中原传统文化的输出者主要是区域外群体,区域内群体较少。中原传统文化博大精深,区域外的译介群体对于中原人群的思维方式和文化底蕴了解得并不透彻。“人们在接触异质文化时,往往很难摆脱自身文化传统和思维方式的影响,总是根据自己熟识的一切进行选择、切割和解读。所以解读无法超越文化误读的维谷。”<sup>[8]</sup>区域外译介群体往往基于自身文化构建的需要而重构中原传统文化,即通过媚俗化、野蛮化甚至妖魔化的手段使其发生变异,从而歪曲中原传统文化,这对塑造良好的中原形象具有负面影响。

### 3. 中原传统文化输出理念不清晰

西方文化霸权是造成中原传统文化身份模糊、核心价值观念缺失的另一主要原因。在西方文化霸权操控下,中原传统文化的核心价值观念变成了西方价值观的附庸,甚至成为其载体。由于历史原因,西方文化在文化贸易中占据着主导地位,形成了文化霸权。西方受众以自我中心的眼光审视中原传统文化,将中原传统文化边缘化为“他者”,用西方话语描述中原传统文化,使中原传统文化失去了话语权。“中国学者和西方学者在翻译中华典籍中的哲学、伦理、文论等核心术语和表述的实践中都是以颇为相似的方法实践自己的翻译理念——总是以西方文化预设的文化经验实践西化‘归化’,用西方哲学界现存的语料‘格义’东方哲学典籍,使用浸透了西方哲学理念‘二元对立’思辨形式和语料翻译文言文写就的具有汉文化特有思辨观的汉传统典籍文本和核心术语,在‘反向格义’中‘西化’中国哲学形态现象比比皆是,结果使西方读者进入了一个完全没有陌生感的思辨领域。”<sup>[9]</sup>为了片面强调译介的可接受性,译介者不惜模糊中原传统文化身份标识和核心价值理念。中原传统文化的影响力受到了严重削弱,提高区域文化软实力也无从谈起。

## 三、中原传统文化输出的建议对策

基于对中原传统文化输出现状以及产生问题的

原因分析,笔者从输出理念、输出内容和输出方式等方面提出如下建议对策。

### 1. 输出理念上应重视文化差异性

针对中原文化传播过程中遭遇文化身份模糊、核心价值观念和思辨观念的独特性丧失等问题,传播者应确立基于文化差异性的输出理念,有效维护中原传统文化的原本性,以凸显中原传统文化的特征。当代著名的后殖民理论家霍米·巴巴指出,“背靠文化差异的概念,我试图把自己放在界线性的立场,放在作为差异的文化建构的生产性空间之中,放在差异或他者性的精神之中。”<sup>[10]</sup>在异质文化交流过程中,文化差异应该被建构而不是被混灭。王岳川认为:“文化差异和文化碰撞,是异质文化之间得以沟通和转化的过程。”<sup>[11]</sup>强势文化和弱势文化的碰撞,不是要让强势文化同化弱势文化,也不是让弱势文化成为新的霸权文化,而是在异域文化空间和本土文化空间相交的第三空间,采用边界协商的方式,生产出杂合的文化空间,保留文化的差异性。长期以来,区域外传播的中原传统文化不是真正的中原传统文化,而是区域外群体对中原传统文化的想象性构建,显现的是区域外研究者和观察者的立场,并不是中原地域空间真实的传统文化,中原传统文化在这里已成为西方愿望和表象的工具。中原传统文化应该避免西化或者自我殖民化:一方面,在普世价值的指引下,实现中原传统文化与区域外文化的融合;另一方面,保持中原传统文化的异质性,不仅要丰富世界文化,更要以中原传统文化独特的魅力吸引、感召、引领其他群体,彰显中原文化软实力。

### 2. 输出选目上应着力打造弘扬优秀中原传统文化的知名品牌

季羨林说:“今天,在拿来主义的同时,我们应该提倡‘送去主义’,而且应该定为重点。为了全体人类的福利,为了全体人类的未来,我们有义务要送去的,但我们决不会把糟粕和垃圾送给西方。不管他们接受,还是不接受,我们总是要送的。”<sup>[12]</sup>在中原传统文化输出的过程中,要提升层次,提炼中原传统文化的精髓和内在价值,忠实地输出能够体现中原文化精神、塑造中原良好形象的传统文化精品。应该站在中原经济区发展战略的高度,重新审视中原传统文化输出,对其进行科学系统的定位,切实贯彻科学发展观,大力培育中原传统文化输出精品,打造市场占有率高的知名文化品牌,实施走出去的中原文化战略,着力提升中原传统文化输出层次。推

介《程婴救孤》《风中少林》等经典剧目品牌,《禅宗少林·音乐大典》《大宋·东京梦华》等演艺品牌,古都文化、文字文化等文化旅游品牌,南阳玉雕、开封汴绣等传统工艺美术品牌,以及《小樱桃》《少年司马光》等动漫品牌。中原传统文化不仅是要输出文化现象,更重要的是输出文化底蕴,使区域外群体在感受少林武术和温县太极拳的魅力时能够深刻体会武术的文化内涵,在观赏镇平玉雕的同时能够感受中原传统的玉文化,在惊叹濮阳杂技的同时能够置身于杂技文化之中,在欣赏钧瓷、汝瓷时能够品味出瓷文化的韵味。这样,中原传统文化才能提升区域文化竞争力,更好地服务于中原崛起。

### 3. 输出路径上应建立以译介为主的多元输出方式

鉴于中原传统文化在输出过程中有被改写以顺应接受区域的主流意识形态和诗学形态、文化基因出现了变异,核心价值观念没有得到有效传播的问题,应建立以译介为主的多元输出方式,促进中原传统文化输出。译介是不同文化交流的重要途径,便于文化思想的系统传播,是提高中原传统文化输出效果的重要方面。我们要用战略眼光定位译介,构建中原传统文化译介战略,打造中原传统文化译介模式,培养更多的本土译者,使其能够游刃于区域内外文化之间,以多维度的视角审视中原传统文化输出,以准确性和可接受性为译介原则,忠实地传输中原传统文化。输出形式不能仅仅局限于文本译介,可以综合运用影视、网络、推介会等媒介形式弘扬中原传统文化。以少林文化的输出为例,电影《少林寺》、大型实景演出《禅宗少林·音乐大典》、大型民族歌舞剧《风中少林》、成立海外少林寺文化中心等,构建起立体文化输出系统,取得了显著成效。要通过多渠道的文化输出路径,更大限度地让区域外群体理解、认同中原传统文化,从而使中原传统文化发挥更大的区域文化影响力。

## 四、结语

中原传统文化输出对于提高中原经济区软实力具有重要的战略意义。在区域软实力建设中,中原传统文化输出长期处于弱势地位:输出层次不高,缺乏系统性,输出内容变异和改写情况严重,由此造成了中原传统文化核心价值观念的扭曲。中原传统文化输出的现状制约着中原文化形象的构建和中原经济区软实力的提升。在中原传统文化输出过程中,

(下转第51页)

思想的跨度极大,获得的是一种思维的跳跃和瞬间的灵感。<sup>[5]</sup>

在未来发展上,当代语言学关于理解本质及其把握方式的研究比以往任何时候都更需要“历史重构”、“合理应用”和“交往互惠”的视域整合,每一个语言学的当代理念都要靠这种整合来养育。如果缺乏对新语言元素的整合和对当代语义的召唤,就会使人类的语言学智慧走向委顿。如果一个语言学者丢掉了合理理解、意义预期这种可贵的思想品质,而仅仅面向符号本身的奇迹进行抽象致思,就会导致人类灵性的堕落和担当意识的飘散,这才是人类文明开始走向衰落的真正征兆。进一步而言,如果语言学者缺乏科学语言观指引下的内在整合机制,他的语言学操作就会产生病态的语素、尴尬的语境、失真的语义,无法提供合理应用语言的充足理由。缺乏对语言世界的意义整合也很难拔高人的文化交往质量,并使其获得精神境界的提升。<sup>[6]</sup>人类凭借当代语言学的合理理解方法,对可能性的未来文化世界实现视域整合,将为人类文明的继续发展奠基,这是人类语言学思维发展的关键性环节。一般来说,“历史重构”、“合理应用”和“交往互惠”的实际整

合能力,就是现代语言学思维所能达到的深度,没有一种思想能力比合理理解更能自我深化,更能深入研究文本本身。现代语言学的生活语境及其对人性的善的选择和对诗意存在的开敞,是打开人的一切能动的活知识大门的金钥匙,是一切创造力和智思之流的必由之路,是人类灵魂得以净化和飞升的奥妙玄机。

### [参 考 文 献]

- [1] 洪汉鼎.理解的真理——解读伽达默尔《真理与方法》[M]. 济南:山东人民出版社,2001:188.
- [2] 夏基松.现代西方哲学[M]. 上海:上海人民出版社,2006.
- [3] 朱林.略论西方语系的内在悖论及后学语义对它的解构[J]. 青海民族大学学报,2011(1):66.
- [4] 彭启福.文本诠释中的限度与超越——兼论马克思文本诠释的方法论问题[J]. 哲学研究,2007(2):18.
- [5] 舒开智,叶若兰.走出语言的牢笼——语言学转向背景下的形式主义文论作者消解论批判[J]. 殷都学刊,2009(3):106.
- [6] 朱林.现代经验主义的语言学转向及其对形上语义的消解[J]. 开封大学学报,2012(4):60.
- (上接第25页)
- 我们需要弘扬基于文化差异的输出理念,打造弘扬优秀中原传统文化的知名品牌,建立以译介为主的多元输出方式,将优秀的中原传统文化推广到区域外,以中原传统文化精神引领区域外群体,增强中原经济区的软实力。
- [1] Joseph Nye. The Challenge of Soft Power[EB/OL]. (2011-03-31)[2013-02-16]. [http://www.chinadaily.com.cn/world/2011-03/content\\_12252669.htm](http://www.chinadaily.com.cn/world/2011-03/content_12252669.htm).
- [2] 马庆国,楼阳生.区域软实力的理论与实践[M]. 北京:中国社会科学出版社,2007.
- [3] 秦琴.区域软实力研究述评[J]. 商业时代,2012(31):126.
- [4] 谈新敏.中原传统思想文化的现时代意义[J]. 华北水利水电学院学报:社会科学版,2006(4):2.
- [5] 骆玉安.论中原传统文化的传播机制和特征[J]. 河南师范大学学报:哲学社会科学版,2008(5):186.
- [6] 王凤玲.中原传统文化传承三路径[J]. 求索,2010(4):72.
- [7] 新浪新闻中心.2011年全国图书版权贸易分析报告[EB/OL]. (2012-08-29)[2013-02-15]. <http://news.sina.com.cn/m/2012-08-29/121325059691.shtml>.
- [8] 谢华.跨文化交流中文化误读的合理性与不可避免性[J]. 江西社会科学,2006(1):186.
- [9] 包通法.论汉典籍哲学形态身份标识的跨文化传播[J]. 外语学刊,2008(2):120.
- [10] [美]爱德华·W·索杰.第三空间——去往洛杉矶和其他真实和想象地方的旅程[M]. 陆扬,刘佳林,朱志荣,等,译.上海:上海教育出版社,2005.
- [11] 王岳川.后殖民主义与新历史主义文论[M]. 济南:山东教育出版社,1999.
- [12] 季羨林,张光璠.东西文化议论集[C]. 北京:经济日报出版社,1996.