张维为：传播中国文化，要入脑入心

张维为 [这就是中国](javascript:void(0);)

**这就是中国**

微信号 mhshHome

功能介绍 东方卫视《这就是中国》节目官方账号 每周一晚22:00东方卫视播出

2021-06-25[原文](https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5NTI5ODk3NA==&mid=2651172133&idx=1&sn=4da4d87297c5f6f0b436e954319a7d39&chksm=8bb079d4bcc7f0c2b6eb6a9c427e7437951049a29b2faf952f8864fd65d9214838da3b2119dd&scene=27#wechat_redirect&cpage=20)

收录于话题

点击上方“蓝字”，发现更多精彩。

**让我们一起读懂中国，读懂世界**

中国的崛起是21世纪最引人注目的大事，尽管西方主流媒体竭力诋毁中国，但“青山遮不住，毕竟东流去”。**今天你无论走到世界任何地方，中国的商品，中国的游客，中国的投资，中国的公司，中国的存在感可以说是无处不在，中国的崛起已经震撼了世界。**从世界历史发展的经验来看，大国崛起几乎都伴随着自己文化影响力的崛起，世界文化中心也往往随着国家的崛起而不断地转移。例如18、19世纪的时候，欧洲国家的崛起带来了欧洲文化在世界范围内的扩散。20世纪随着美国的崛起，美国文化的影响也在世界范围内扩散。**今天中国正在迅速地走向世界政治和经济舞台的中央，这必然带来中国文化在世界范围内的崛起。**

那么这些年孔子学院在世界各地的成立，中国文化节在世界各地的举办，中国影视、音乐、舞蹈、美术、动漫作品等等纷纷走出国门。我们这个节目也通过互联网走向海外，受到了海外华人和许多外国人的欢迎。但总体上看，我们文化传播的影响力还远远跟不上中国崛起的步伐，我们还有很多工作要做，还可以大有作为。**虽然中国文化走出去势头很好，文化传播的平台日益增多，但最大的问题恐怕还是传播的深度不够，形象地说就是“入脑入心”不够。**

我个人认为，要传播好中国文化，要入脑入心，恐怕需要在两个方面下功夫：**一是力求在生活层面和情感层面触动别人，甚至嵌入受众的日常生活和情感生活。**中华文明从没有中断，中国文化最精彩的一面往往就是它的“活化”，它活在中国普通百姓每天的生活之中，活在中国人的情感生活之中；**第二是要从各种文化元素中提炼出对人类具有普遍意义的东西，找出那些可以引起人类广泛共鸣的价值。**只有这样这种普遍意义的东西或者叫共同价值，才更能够打动人。**那么这个提炼的过程本身也可以帮助我们提升文化自信，也可以丰富我们乃至整个人类的文化生活和精神世界。**

为了更好地传播中国文化，我在这里和大家先讨论一些思路，然后再用一些案例来说明。**第一个思路，我叫做“打通内外传播”。**现在中国出境的人数已经是世界最多的了，每年至少有一亿五千万人次出境，在海外留学生也是世界最多的。**那么就像在互联网时代，谁都可以是一个自媒体，在国际大众交流方面，人人都可以是一个中国文化走出去的使者，只要我们具备发自内心的文化自信，这种自信本身就可以感染别人。**某种意义上我们这个节目也是让国人增加理性的源于内心的一种自信，从而推动中国文化，包括中国政治文化和中国政治话语，走向世界。

**第二个思路我叫做从“道”出发来把握“术”。**我们都知道中国文化博大精深，从不缺少各种具体的文化元素，功夫、旗袍、绿茶、茉莉花等等。但在推广传播中，往往给人感觉就形象比较单一，翻来覆去老是这些东西。原因恐怕就是我们只把这些元素当作元素来处理，而未能充分传达这个元素背后的那种整体的、深层次的、精神层面的、具有普遍意义的东西。**其实中国文化是最讲究“文以载道”的，我们要发掘这些元素背后的“道”，在“道”的层面推动文化传播。**

**第三个思路也许可以叫做从“新”到“旧”。**我这里讨论的文化传播不是指专业的，或者是类专业性质的这种交流。我不是指考古专业的交流，不是指《易经》研究国际研讨会，不是这个意思。而是围绕着以普通公众为对象的这种文化传播。**那么我这里讲的从“新”到“旧”主要是两个意思：一个是指从中国的当代成就来看；第二是指采用新的技术新的手段。我们要发掘中国今天现代化巨大成就背后的文化渊源，我们还要利用新技术新手段来推动文化传播。**

下面我想用一些案例来说明这几个思路，包括对现有成功经验的一些总结，也包括对改进文化传播的一些建言一些思考。

**第一个案例就是从“新”到“旧”。**中国以高铁为代表的现代工业奇迹，以微信为代表的移动互联网奇迹，以北斗定位系统为代表的高科技奇迹，以电子商务为代表的“互联网+”奇迹等等，实际上已经给整个世界带来了震撼。**我们应该努力去揭示这些中国现代化的代表性成就与中国传统文化之间的关系。这既有利于我们提升文化自信，也有利于扩大中国文化的国际影响。那么西方话语的一个核心概念就是所谓的叫“现代性”。**而实际上我多次讲过，中国的崛起正在重塑所谓的“现代性”，中国现代化的巨大成就，特别是更高效，更便利，更人性化，更个性化等等，正在某种意义上重塑“现代性”的概念。而这一切的背后几乎都有中华文明与时俱进的许多传统基因。比方说我们可以揭示，通过我们自己的研究，中国高铁“八纵八横”的奇迹与中国历史上伟大工程的深层关系。我们历史上的大运河、万里长城、茶马古道、陆上丝绸之路、海上丝绸之路等等。**某种意义上都属于中国作为一个超大型国家这种跨地域的一种工程，学术界也是把这个称之为“线性文化”，它承载着中国的人本主义精神，中国人热爱和平的精神，中国人开天辟地的奋斗精神，和这样的文化传承。**

我们也可以从文化角度切入开发高铁的文化意义。我看到民间已经有一些高手把中国的高铁图夸张地画成一张张城市的地铁图，再配上“美景美食全攻略”。**他们的文字这样写的：“在杭州灵隐寺烧香拜佛，去梅家坞发发呆，喝一杯新茶，然后再寻一晚舌尖上片儿川。在南昌鄱阳湖观鸟，登滕王阁观江景，街头来一碗美滋美味的瓦罐汤……”**这无疑是介绍中国文化丰富多彩的一种很好的切入口。

微信也是中国领先世界的一个领域，我曾经谈文化自信时候已经讲过，我们可以从文化的角度进行解读。例如微信的普及与中国文字的关系，那么汉字曾经被看作阻碍了中国的现代化，但汉字确实在与时俱进，现在在移动互联网时代，展示自己独特的优势。**特别它高度凝练，高度紧凑，在有限的面积的手机屏幕上能够表达多元的意思，承载更多的信息量。**我们还可以从微信的迅速普及抖音、快手的流行，一字一音的便利等等，来解释中国文化的许多特点和魅力。

**第二个案例还是从“新”到“旧”，也就是用新的技术手段来“活化”我们传统的文化。**比方说中国古代绘画产生了大量的精品，但国人和外界对此知之甚少。许多国人甚至只知道西方文艺复兴以来的美术作品，而对中国自己美术作品的知识非常有限。**所以我们不妨通过高科技和互联网技术，向海内外更好地推送中国绘画，很多接触的优秀的作品，而且通过这些绘画来揭示我们古代中国人的生活水平、审美情趣和精神世界。**比方说上海世博会的时候，我们用高科技手段将古画《清明上河图》“活化”，这是一个非常成功的案例。**我当时去了三次世博会，我就站在这幅画面前，跟踪画面上一个个古人穿街走巷，造访一家一家千年前的商铺、客栈，那么还有夕阳下的街景，还有油灯闪烁的夜市等等，给人无限的遐想空间。**

当时欧洲哪里有如此繁华富裕的城市，那么哪里有这种情趣盎然的生活？当时的开封是世界唯一的百万级人口的城市，相比之下，当时伦敦只有5万人。**那么再看今天的中国这个盛世繁荣，从上海的新天地淮海路到成都的春熙路到喀什的老城，我说是21世纪的”清明上河图“，遍布在祖国的每一座城市。**

那么再如我看到就中央美院的杨春，他把深藏在故宫里边许多宋代的古画复活了。他选取《芙蓉锦鸡图》、《果熟来禽图》等多幅宋朝经典的画临摹下来，来整理成作品。**后来被拍成《美丽的森林》这种动画短片，成为中国传统艺术与现代动画完美结合的产物，展现了天人合一的精神境界。你看到一只小鸟从古画中突然飞了出来，它给人带来的惊喜和快乐是语言难以形容的。**那么现代的动漫技术、VR技术、抖音、快手等APP，都为底蕴深厚的中国绘画，中国文化走向社会走向世界提供了新的机遇。

**第三个案例我就讲从这个“术”来揭示背后的“道”。**我是特别喜欢中国的老建筑，包括我们的古村落、古建筑。那么人们常说建筑是凝固的音乐，音乐是流动的建筑。**更难能可贵的是中国古建筑的优秀传统，不仅仅为知识精英所掌握，还是我们千百年来无数普通工匠的日常实践，背后是中国传统文化中叫“技道合一”的这种伟大的传承。**中国木工的榫卯技术体现了中国传统中阴阳和谐的理念。《庄子》中有不少哲学寓言，都是以工匠为背景，例如庖丁解牛、梓庆削木为鐻、吕梁丈夫蹈水等等。**所以《庄子》描述了一批工匠，一批手艺人在技艺上达到炉火纯青的这种水准，但是在精神上就呈现一种无限自由的状态，一种天地与我并生，万物与我并生一种精神境界。**换言之，中国人的传统哲学很多思想，它是和生产劳动和人民的生活紧密结合在一起的。工匠们可以通过制作家具、建造房屋，修建水利工程等等，展示一种技艺，展示一种“道”的审美境界和精神世界。那么在提倡工匠精神的今天，发掘技艺背后的精神世界，我觉得具有很大的正面意义。

**第四个案例就是如何更好地呈现中国的公共文化空间。**中国人民热爱生活，那么中国文化最大的特点是它活在百姓的日常生活中。任何一个外国人到中国访问，往往会被中国人民这种朝气蓬勃的生活所打动。从晨练太极拳到菜市场的热闹，到茶楼品茗，到夜市的繁华，都会打动很多老外。那么这里我要特别提一下中国的公共文化空间，在中国的社区和公园，每天都发生着各种各样自发的、半自发的文化活动，如大妈广场舞，各种合唱活动，各种表演艺术，琴棋书画等等，无不反映出中国人民对生活的热爱。**而且往往也可以反映这种热爱背后的“道”：中国人的精神面貌，中国的妇女解放，中国的退休制度，中国的养老体系，中国的社区服务等等。**

我觉得我们甚至可以把中国的广场舞和社区合唱这一类活动，作为一个现代中国的文化符号。通过我们的视频、纪录片、网络传播出去，让海外人可以看到中国普通百姓的文化生活和社区生活。**中国普通百姓丰富多彩的生活和乐观向上的精神面貌，我想会打动世界上很多人。**

顺便说一句，“大妈”这个词已经进入了英文金融词汇，很多西方人也开始关注中国“大妈”现象。她们是中国特别潇洒的一个群体，相当程度上体现了中国妇女解放的成功。她们除了喜欢跳广场舞，许多还掌握着家中的财权，这些在多数西方国家是不可思议的。她们才50来岁已经退休，这在多数西方国家也是不可思议的，那里的退休年龄往往是67岁。她们还经常是海内外旅游，叫世界大串联的组织者和生力军。**从中国的天南海北到欧美自由行，中国“大妈”不懂什么深奥的经济学的理论，但往往会从自己的常识判断出发，在国际黄金市场上与华尔街对决。有时候失手，有时候得手，可谓棋逢对手。**所以“dama”这个词也随之进入了英语的金融词汇。

**第五个案例就是我觉得要解决内外传播两张皮，我在想我可以叫做“化西为中”。**那么历史上就是佛教传入中国被中国化，英国人发明的乒乓球成为中国的国球等等。这说明我们中国文化具有超强的兼收并蓄的能力。那么近代以来西学东渐，西方文化对中国的影响几乎无处不在。**但随着中国的崛起，我有一个比较大胆的想法，我们能不能考虑有意识地推动“化西为中”。**比方说改革开放以来，中国城镇化迅速发展，各种西式建筑风格，几乎主导了中国的建筑设计。那么如果我们排除纯粹的一些比方崇洋媚外的因素之外，西式风格在中国不少地方受到很多人的欢迎，这恐怕也是因为它满足了中国社会的某种实际的需求。

那么以今天中国城镇化如此之大的体量，比方说我们是不是可以考虑在建筑界有意识地“化西为中”。我们可以把这个提上日程，也就是让欧式建筑变成具有中国魂的建筑，就像历史上中西合璧的上海石库门建筑一样，它成了上海城市建筑一个名片。**那么上海的新天地受到中外游客的欢迎，因为外国人从中看到了中国，中国人从中看到了外国，年轻人看到了历史，老年人看到了时尚。**所以“化西为中”到了一定的程度，我估计名称都会改变，就像源于英国的乒乓球，它已经不是原来意义上叫做桌球table tennis，而是叫ping pong用这个词汇。

那么我们还可以考虑在更广的范围内，比方说西方建筑的中国化我们可以推动，我们还可以推动西方古典音乐的中国化、西方乐器的中国化、西方服装的中国化等等。我觉得真的可以考虑“化西为中”、中西合璧，我们可以举行一些比方创意大赛，来推动这个进程。**那么在这个意义上，我觉得一方面是认真对待和理解其它文化，包括西方文化，同时也结合中国的文化传统，中国人的文化偏好和中国人的需求，把外来的东西创造性地吸纳和融入中国自身的文化体系，这本身就可以展示中国文化兼收并蓄，推陈出新的特点。**

其实，随着中国市场规模不断扩大，不少西方的舶来品已经主动开始了某种意义上的中国化过程。你包括比方说的肯德基也好，麦当劳也好，他们开始推出一些中式的套餐、早点、iPhone为了迎合中国消费者推出“土豪金”款式，《变形金刚4》等等好莱坞电影，已将拍摄场地放在中国或者引入更多的中国元素，中国的演员等等。这些发展对我们也有参考价值。

**第六个案例，我就想建构基于中国文化的指标评价体系。**每个民族都有自己的文化偏好，文化自信的一个重要的标志就用自己的标准去观察和衡量世界，并做出自己的判断。比方说我曾经在这里讲过，我们可以考虑用中国人的史学研究标准，叫“信史”，相信的信，信史来审视西方的历史，审视欧洲的历史，审视古希腊的历史。**再比如我们可以考虑制定中国标准，来推动中国文化在国际上的影响。**现在中国已经成为世界最大的游客输出国，中国国内有大众点评网，在海外，也可以让中国游客来点评世界各国的方方面面。然后通过大数据分析，提出基于中国文化偏好的评价体系指标体系，包括餐饮水平、酒店水准、机场服务、航空服务、文化生活，对中国人是否友善、商业便利、治安水平、数字化发展水平、网络水平等等。**我想这将有助于中国文化标准走出去，逐步在世界范围内推动某种面向中国文化偏好的一种转型。我想这也是用中国文化标准来影响世界。**

**第七个案例是我们可以编写一些简化版的汉语中国文化课程，视频课程更好。**就像中国人学习英文一样，大部分人实际上永远达不到真正掌握英语的程度，实际上也没有这个必要。但通过英文学习这个过程，他能够或多或少了解一些英美文化。汉语学习实际上也是这样的，绝大多数学汉语的外国人由于种种原因，最终是不可能完全掌握汉语，只能是浅尝辄止。那么如何让这部分学汉语的人也体会到汉字的美和中国文化的美？**我觉得我们完全可以发挥文化创意，制作一批300到600汉字的配有大量动漫和视频形象的这种作品，让中国文化方方面面能够介绍给外部世界。那么这样使这些稍微有汉字基础的人，能够或多或少地体验到或者初步体验到中国文化的魅力。**

**最后一个案例就是要利用好互联网这些新手段，充分发挥民间社会的活力。**我们还要更好地利用互联网这样的新手段，所提供的文化传播的功能。更**要注重发挥民间社会的活力，让民间文化活力大规模的迸发。我们要更好地利用互联网，这可以有利于我们颠覆西方媒体对中国整个的这种舆论的围剿和封锁。**国内不少社交网站的叙事模式，把中国传统文化，把中国文化掰碎了讲，利用照片、视频，甚至表情包来讲，采用年轻人的网络语言和叙事方式来讲，我觉得这些都是非常有益的。**那么今天中国的文化传播的对象相当大比例已经是世界范围内的90后，00后，他们是互联网时代的原住民。那么对于他们往往视觉化的故事和情感政治非常重要，这种影响力将是跨越阶层和跨越国界的。**我经常举这个例子，2016年的时候，在西方的Quora网站上，一个老外问了个问题，为什么中国知识精英还不发动颜色革命？一位上海的女留学生回答非常简单，她上传一张浦东1990年的照片和一张浦东2010年的照片，然后写道：20年内，从一穷二白到今天这个样子，这是我的老家！我们看上去像受迫害？被洗脑？没有自由的样子吗？像要换一个更好的政府的样子吗？谢谢你的建议，我们中国制度运行得很好。

**总之，随着中国的全方位崛起，中国文化海内外传播，将是一个蔚为壮观的事业。我们有义务也有能力推动这项事业走向更大的辉煌！**好，今天就和大家分享这些，谢谢大家。

（本节目播出于2019年12月2日）

**讲中国故事，讲我们的故事**

**东方卫视《这就是中国》**

**每周一晚22：00**

**点击下方名片关注公众号**

**解锁更多精彩内容**



### 精选留言

用户设置不下载评论