

讲好“中国故事”建设“一带一路”的 符号叙述学思考*

刘利刚

(重庆三峡学院 传媒学院 重庆 万州 404100)

[摘要]习近平主席提出“一带一路”重大战略构想,着眼于实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦。虽然当下中国经济尊居于世界第二,但中华文化的影响力却严重滞后于其经济影响力。人永远是讲故事者,人的生活浸泡在自己的故事和别人的故事中,讲故事是争取民意和文化认同极其有效的传播手段。符号叙述学的出场解放了故事的内涵和外延,提升了故事的文化承载力和传播力,把如何讲好“一带一路”的“中国故事”引入到了一个更为广泛而深入的思考视域。“一带一路”是既非文化“标准性”亦非文化“标出性”建设,推进多民族文化协同发展是建设“一带一路”的题中应有之义,复兴“丝绸之路”的历史符号价值益于增进与沿线国家的历史文化融合,以“融合视角”讲好“一带一路”的“中国故事”。

[关键词]一带一路;文化影响力;融合视角;中国故事

[中图分类号]G122 [文献标识码]A [文章编号]1005-3115(2017)04-0011-05

2013年9月和10月,习近平主席在出访中亚和东南亚期间,分别提出建设“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”(简称“一带一路”)的战略构想。2014年,习主席在访欧时进一步指出,建设文明共荣之桥,把中欧两大文明连接起来,让亚欧大陆上不同肤色、不同语言、不同信仰的人们携起手来,共同走向更加美好的生活。建设“一带一路”,是以习近平同志为总书记的党中央统筹国内国际两个大局,着眼实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦,为进一步提高我国对外开放水平而提出的重大战略构想。自改革开放以来,中国的经济逐步回升为世界第二,回到了世界舞台的中心,但是中国的文化影响力却成为中国国际形象中的一块短板。有数据表明,目前美欧占据世界文化市场总额的76.5%,亚洲、南太平洋国家19%的份额中,日本和韩国各占10%和3.5%,而在世界文化市场中,中国文化产业的占比还不足4%。文化影响力已然成为了中国人民实现中国梦的掣肘。

为此,在建设“一带一路”的进程中,应当大力推进文化影响力建设。而讲故事是极其有效的文化传播方式。在2013年全国宣传思想工作会议上,习近平主席明确指出,要精心做好对外宣传工作,创新对外宣传方

式,着力打造融通中外的新概念、新范畴、新表述,讲好中国故事,传播好中国声音。2014年8月,习总书记给南京青年奥林匹克运动会志愿者回信,寄语他们“讲好中国故事,用青春的激情打造最美的‘中国名片’”。讲好中国故事,有助于提升我国文化软实力,树立中国国际形象,为实现中华民族伟大复兴中国梦营造良好的国际舆论环境。这也正如萨特所说,人类的生存等同于讲故事,人永远是讲故事者:人的生活包围在自己的故事和别人的故事中,人通过故事看待周围发生的一切,过日子像是在讲故事。

因此,通过讲故事传播文化影响力,既能够增强中华文化传播的艺术感染力,又能够增强现实文化传播过程中的认同体验,使协同共筑命运共同体的过程故事化为共同的意义追求和趣味点,进而使沿线国家人民的生活包围在协同共建“一带一路”的故事中。诚然,如何讲好“一带一路”建设的“中国故事”,不仅仅是一个叙述学问题,而且还是一个文化符号学问题。符号学家赵毅衡提出的符号叙述学理论,有效地融合了叙述学和符号学的视野,解放了故事的内涵和外延,提升了故事的文化承载力和传播力,把如何增强中华文化影响力引入到了一个更为广泛而深入的思考视域。

*基金项目:重庆市教委课题(编号:153126)。

一、“一带一路”是既非文化“标准性”亦非文化“标出性”建设

(一)建设“一带一路”是顺应时代发展潮流的必然选择

“一带一路”建设,是我国改革开放的深度模式,是我国西部大开发的2.0模式,是顺应世界多极化、经济全球化、文化发展多样化、社会信息化发展潮流的新型模式。在公元前138年和公元前119年,汉代张骞两次出使西域,开辟出横贯东西、连接欧亚的古丝绸之路。公元1世纪最后30年间,班超使西域及其遣甘英“穷临四海”,则是陆上丝绸之路的进一步组织和完成。实际上,早在公元前1112年,周武王封箕子于今朝鲜,箕子“教其民田蚕织作”。秦始皇也曾遣今天被日本人民视为蚕桑之神的徐福,率童男童女和“百工”数千人,东渡日本。而日本在西海岸发掘出的中国春秋时期的350件青铜铎,与朝鲜出土的完全相同。说明,早在2700年前,中国的航海先驱者,已经从山东半岛出发,经朝鲜半岛,再东渡日本,并把中国文化传入朝鲜和日本。

后来,一方面由于古代航海业的不断发展,另一方面由于阿拉伯帝国崛起后,陆上丝绸之路贸易受阻,海上贸易就成为重要的补充,所以中外之间的海上贸易运输便日益兴起,逐渐形成了海上丝绸之路。正是在丝绸之路的引领推动下,世界才开始了解中国,中国开始影响世界。在新的全球化时代,建设“一路一带”是重启陆上和海上丝绸之路的复兴之举,极具时代意义,能使中国与周边、中国与世界实现“不设置障碍”的相互合作、共同发展,进而增进沿线各国人民的人文交流与文明互鉴,让各国人民相逢相知、互信互敬,共享和谐、安宁、富裕的生活。

(二)“一带一路”是既非文化“标准性”亦非文化“标出性”建设

“一带一路”建设,既不是在文化上制造“中国标准”,也不是别出心裁搞文化“标出性”。符号学中的“标出性”是指两个对立项中比较不常用的一项所具有的特别品质,它首先出现在语言学中,后来被符号学家赵毅衡在符号学中发扬光大。在先秦时代,据《礼记·王制篇》记载,“五方之民”共天下。“五方之民”指的是东夷、南蛮、西戎、北狄、中华夏。虽然此乃“王者之制”的世界图式,但却采取“修其教不易其俗,齐其政不易其宜”(《清文献通考》记载)的统治智慧。对中华民族文化发展史作知识考古会发现,其特征为因俗而治、和而不同。中华民族的文化建设从古至今,始终坚持开放包容的原则。与之同时,中华民族的文化也并非是“标出性”

的一枝独秀,而是博大精深吸取众家之长。例如,“法显西行”“唐僧取经”等,这些普通老百姓耳熟能详的故事,都证明了中华民族文化所具有的包容性。故而,历史上的丝绸之路也素有“佛教之路”的美誉。如今,中国建设“一带一路”,其目的是建设内通外联、开放包容的利益共同体,其内在的机理是共商、共建、共享、共赢,绝非通过文化的“标出性”修辞来标榜中华文化的“标准性”地位,以便谋求地区事务或地缘政治的主导权。中国历来坚持和谐包容,倡导文明宽容,尊重各国发展道路和模式的选择,加强不同文明之间的对话,求同存异、兼容并蓄、和平共处、共生共荣。

相比较中国而言,在西方历史上,处理种族、民族、土著居民和移民等问题,长期却采取奴役、歧视、隔离、驱赶、强迫同化甚至灭绝的政策。故而,种族主义、民族主义、殖民主义、沙文主义、法西斯主义等理论和实践都源自西方。即便废除了奴隶制,仍实行“隔离但平等”(美国)、“既不平等也不隔离”(巴西)、“种族家园隔离”(南非)等制度和政策,“白人至上”的观念根深蒂固。直到20世纪60年代,在美国民权运动的影响下,美国等西方国家才在“承认的政治”观念中转向了“多元文化主义”的“平权政策”实践。在某种程度上说,西方世界的文化生态历来以“标准性VS标出性”的二元对峙为其常态,而“多元文化主义”理念的形成仅是20世纪以降的事。

二、推进多民族文化协同发展是建设“一带一路”的题中应有之义

(一)民族文化的主体性与多样性

中国的历史是“五方之民”在互动交融中共同创造的具有多样性特征的历史,而且在这一历史创造过程中,各民族文化保持了自己的主体性。根据乌克斯库尔的“环境界”理论,每一方人民通过“功能圈”(functional cycle)建构了以自我为中心的世界即“文化环境界”。依照德勒兹(Deleuze)和瓜塔里(Guattari)的看法,人类能够意识到“环境界作为环境界,或者被认为是与其自身有关的一个整体的客观世界,这需要区分对象与事物,区分关系与对象和事物”,而这一“区分”把环境界变成了“世界”(Welt),或者——根据迪利的看法(借用到了海德格尔)——变成了“生活世界”(Lebenswelt)。而语言符号的出现,创造了时间,也将人从“环境界”带入了“生活世界”,完成了区分,进而创造出了各自的历史和传记。因此,民族文化的主体性正在于其是一个具有边界的“符号域”,^①或者是具有功能圈的生命体,而民族文化在整个文化生态中则就表现为多样性。

再者,从文化符号学的角度看,民族是文化的载体,民族多样性决定了文化多样性。“一带一路”建设不仅是一种战略,而且是一种蕴含中华民族文化思想的当代符号系统。“海纳百川有容乃大”是该符号系统具有的品格。就中华民族文化的统一性和包容性而言,虽然无论是春秋战国打来打去,还是之后的王朝更替、外族入侵,但中华民族这个概念却始终如一。换言之,中国是世界上唯一一个文化没有间断过的文明古国,一直以来保持了其文化的主体性和多样性。正因如此,在“一带一路”建设中也要尊重其他民族国家文化的主体性和多样性。

(二) 协同发展避免民族矛盾

美国学者塞缪尔·亨廷顿在《文明的冲突与世界秩序的重建》一书中指出,今后,不同文明之间的诸种冲突不再是为了捍卫各自意识形态,而是因那些旨在确定某种身份或文化的价值而引发。文化认同是最深层次的认同,是民族团结之根、民族和睦之魂。“一带一路”建设成败,民族文化认同至关重要。就国内而言,中国有56个民族,少数民族文化构成了中华文化最斑斓的色彩。有数据表明,中国共有38项非遗项目入选联合国教科文组织非物质文化遗产名录,其中少数民族项目有14项。2013年,1219项国家级非遗保护项目中,少数民族项目有433项,占34.9%;1986名国家级非遗传承人中,少数民族传承人有524名。^⑫少数民族文化构成了中华文化的斑斓色彩。因此,“一带一路”建设必须尊重文化多样性,并且首要任务是保护好中华文化的多样性,中华文化是各民族文化的集大成者,不能把汉族文化等同于中华文化,而忽略少数民族文化,同时每个民族也不能把本民族文化区别于中华文化,进而对中华文化缺乏认同。

就“一带一路”建设所涉及的国家而言,“一带一路”实际上可以概括为中国全方位对外开放的“路、带、廊、桥”大棋局。它还包括缅中印孟、中巴、中蒙俄三个走廊,以及欧亚大陆桥。有关资料显示,“一带一路”将涉及到65个国家、44亿人口。“一带一路”沿途是世界上典型的多类型国家,以及多民族、多宗教聚集区域,古代“四大文明古国”诞生于此,佛教、基督教、伊斯兰教、犹太教等也发源于此并流传至世界各个角落。^⑬涉及如此之多的国家和地区,因此,各民族民心相通是“一带一路”建设的社会根基,只有走文化融合的协同发展模式,使不同文化背景与不同宗教信仰的国家、地区、民族之间的人民增进交流、理解、沟通、尊重,把增进文化认同始终设置为“一带一路”建设的先行目标。

唯有如此,“一带一路”建设才能“以五声播于八音,调和谐合而与治道通”。

三、复兴“丝绸之路”的历史符号价值有助于增进与沿线国家的历史文化融合

(一) 焕发丝绸之路的历史符号活力

“丝绸之路”是古代欧亚大陆的长途贸易和文化交流路线的通称。当时在这条交通通道上输出的物品中,最典型的是丝织品。1877年,德国地理学家费迪南德·冯·李希霍芬(Ferdinand von Richthofen)在他撰写的《中国——亲身旅行的成果和以之为依据的研究》一书中,首次用“丝绸之路”称呼这一交通动脉,后逐渐被学术界接受。“丝绸之路”有多条路线,主要包括四条:一是沙漠绿洲之路,为最重要的商道。从长安出发,途经西域、中亚,通往西亚、南亚,西可达地中海沿岸直至罗马;二是北方草原之路,从长安出发,向北经欧亚草原通往西亚、欧洲,又称“皮毛之路”;三是南方丝绸之路,是从四川经印度通往中亚的道路。唐代有从长安出发,经甘肃、青海到达西藏,可通往印度的“唐蕃古道”,还有从云南和四川经缅甸或西藏通往印度的“茶马古道”,应是南方丝绸之路的组成部分;四是海上丝绸之路,分别通往朝鲜、韩国、日本、东南亚和南亚、西亚、东非。^⑭

这一条条丝路镶满了一颗颗的文化明珠。例如,处于绿洲之路的甘肃嘉峪关就汇集了中华文化的许多符号:蜿蜒的长城、烽烟的遗迹、沙漠戈壁等,这些地标符号印证了丝绸之路曾今有过的辉煌;还有张骞两次出使西域、霍去病率军攻伐匈奴、唐玄奘西天取经、马可波罗入中原等,这些人物符号在绿洲之路上留下了历史的脚印。动物符号亦是特别易于取得丝路沿线国家人民认同的文化符号。例如,骆驼文化、马文化、熊猫文化等。骆驼是沙漠之舟,是沙漠绿洲之路的主要交通工具。马是古代陆上最快的交通工具,无论是“皮毛之路”还是“唐蕃古道”“茶马古道”,都离不开马作为重要的交通工具。而熊猫文化在当代更成为了中华文化的一张名片。就海上丝绸之路而言,船文化也是值得复兴的丝路文化符号。

另外,丝绸之路又称为“宗教之路”“信仰之路”。佛教、祆教、景教、基督教、伊斯兰教和摩尼教等,沿丝绸之路传播。例如,745年,唐玄宗颁布诏书,将景教波斯寺改为大秦寺。这说明,除了佛教之外,其他许多宗教也沿着丝绸之路传播到了中国。这些符号都具有跨国传播的历史文化语境基础,通过“一带一路”建设对其注入当代意义,可能会激活这种沉默已久的历史文化

语境,进而让其对丝绸之路沿线人民产生一种连接历史、通向未来的文化认同效果。故而,如何将丝绸之路所蕴藏的文化富矿以一种现代的叙述方式故事化,使其符合国际阐释社群的接受习惯,是“一带一路”文化建设的重中之重。

(二) 丝绸之路串起沿线国家的历史文化

丝绸之路横贯亚欧,为沟通东西文化、促进商贸往来发挥了不可替代的作用。仅就中国而言,其让世界认识了中国,也让中国影响了世界。前文所述的丝绸之路的四条路线,也正是形成当今中华文化生态的四条文化线路,逆而言之,也正是这样的文化线路生成了当今中国这样的文化生态。从文化本体论角度做文化考古,不难发现中华文化是融合文化,而非哪族哪国的单一民族文化。换言之,中华文化是复数的文化而非单数的文化。这里所谓中华文化是融合文化或复数文化,并不仅仅是在强调中国有56个民族的意义而言的,而是在中华文化具有世界文化基因的基础上而言,因此具有极强包容性的中华文化本身就蕴含丝绸之路沿线民族或国家的文化基因。然而,中华文化也有其极强的主体性,就其主要文化构成而言,也并非儒释道三分天下。虽然长久以来中华历史总是分久必合、合久必分,但是儒家文化一直以来占据着中华文化的主体地位。从符号学的角度分析,^⑮儒家文化在中国社会的发展中,既是“动力元语言”又是“制动元语言”。用符号学的标出性理论分析,^⑯儒家文化处于整个中华文化的“正项”(或标准性)地位,始终在为处于“中项”(或人民大众)的大众文化代言,但是它也容忍“异项”(或标出项)的存在。

故此,就中华文化的本体而言,一方面其具有自身的主体性,另一方面又具有强大的包容性。丝绸之路是中华文化的一条符号链条,其既具有多样的文化基因,又具有强大的符号力量。从传播符号学来看,古丝绸之路是一种事先的文化“预防接种”,^⑰无论是中华文化的基因还是沿线国家与民族的文化基因,都预先接种渗透到对方的文化中了。故而当复兴丝绸之路之时,无论是中华文化还是丝路沿线文化都不会排斥对方文化。再加之,以经济和技术为发动机的全球化推动全球整体意识的增强,也有助于新丝绸之路即“一带一路”串起沿线65个国家以及44亿人民的历史和文化,进而协同完成世界文化的拼图。

四、以“融合视角”讲好“一带一路”的“中国故事”

(一) “丝绸之路”故事前情分析

中亚地处亚欧大陆的中心地带,地缘战略重要性突

出,其独特的地理位置和丰富的资源使其成为大国力量和各种政治势力争夺的地区。100多年前,英国地缘政治学家麦金利曾预言,欧亚大陆的腹地是全球战略竞争的决胜点。但在第二次世界大战后,国际环境陷入了冰冷的二元格局中,斯大林提出两个平行的世界市场理论,使社会主义阵营的经济脱离了世界市场。20世纪60年代,中苏关系恶化,中国无法与包括中亚在内的苏联发展密切的经济联系,丝绸之路跌落至冰点。

鉴于丝绸之路曾在商贸、政治及文化诸方面起到的重要桥廊作用,1997年,联合国教科文组织等认为,丝绸之路应该恢复其古代的角色作用,成为东西方文化贸易往来的主要血管和通道。在一片复兴丝绸之路的呼声中,目前国际上已有多个“丝绸之路”计划版本,例如,2011年美国国务卿希拉里提出了“新丝绸之路战略”,力图在美国主导下,依托阿富汗连接中亚和南亚的区位优势,形成以阿富汗为中心的“中亚—阿富汗—南亚”交通运输与经济合作网络,促进这一区域的能源南下和商品北上;俄罗斯视前苏联的中亚地区为其势力范围,竭力营造独联体国家内自由贸易组织“欧亚经济共同体”;1997年日本桥本内阁提出“丝绸之路外交”设想,从2004年起日本推动设立“中亚+日本”机制,通过五国外长的定期会晤来促进政治对话、经贸合作、文化交流;伊朗的“铁路丝绸之路”;哈萨克斯坦的“新丝绸之路”项目。^⑱比较分析这些丝路复兴计划,其最突出的特点是,制定者们都遵循着从自身利益最大化的愿景构架蓝图,在很大程度上是强调自己的“连”和“通”,其目的是一方面实现自身利益最大化,另一方面让竞争者边缘化。故而,由于多种原因,这些计划或已停滞,或困难重重。

2001年6月15日,中国、俄罗斯、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦在“上海五国”机制的基础上成立了上海合作组织,致力于加强成员国之间的全方位合作。在此之后,印度、伊朗、巴基斯坦、阿富汗、蒙古五国成为上海合作组织的观察员国,土耳其、斯里兰卡和白俄罗斯三国成为对话伙伴国。2013年9月和10月,习近平主席在出访中亚和东南亚期间,希望通过加强政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通、民心相通,分别提出建设“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”(简称“一带一路”)的战略构想。

(二) 讲好“一带一路”建设的“中国故事”

重建丝绸之路虽然成为了世界各国共同关注的焦点,但却由于种种原因,许多国家的丝路重建计划或者

已经停滞或者困难重重。虽然中华民族历来是丝绸之路建设的主体,有着得天独厚的“天时、地利及人和”,但是今非昔日,在全球化背景下建设“一带一路”,将面临更加复杂的国际环境。“丝绸之路经济带”境外建设的重点在中亚,而该地区是多民族、多宗教聚集区域,长期以来处于宗教冲突、社会动荡之中,而且又是西方国家的能源战略要地。同样,“21世纪海上丝绸之路”境外建设重点在东亚,而美国的“亚太再平衡”战略以及“南海争端”也对丝路重建带来了一定的挑战。况且,全球化时代把“一带一路”建设置于了“全景敞视”的境况中,于是乎建设“一带一路”就不仅仅是以中华民族的视角讲述一个丝路重建的故事,而是要从多民族融合的国际视角讲述一个如何让丝绸之路焕发活力的“中国故事”。

故事活动与人类始终相伴随,除了人类需要意义之外,更因为它有趣。^⑩故而,每个民族、每个省市、每个企事业单位以及每个人要避免发生“离地三尺”的高谈阔论,而应该在先讲好自己的故事上下足功夫。符号叙述学不仅扩展了故事的内涵和外延,而且还扩充了叙述的体裁。按照符号叙述学的理解,^⑪人类在叙述中卷入了人物和事件,就形成了故事活动。而且叙述的媒介不仅有语言和文字,还包括图像、雕塑、胶卷、身体、影像,

甚至心像、心感和心语等。既可以是纪实型的,也可以是虚构型的,并可在过去、现在、未来等各种时间向度上展开。叙述体裁有:“事实性叙述”,如历史、新闻、汇报、宣传、广告等;“记录性虚构叙述”,如小说、叙事诗、连环画、壁画等;“演示性叙述”,如电影、电视、戏剧等;“参与式互动叙述”,如游戏、比赛、电子游戏等;“梦叙述”,如梦、白日梦、幻觉等。符号叙述学对故事内涵和外延及体裁的升格,极大地丰富了文化传播形态,于是一曲歌、一段舞、一幅画、一首诗、一部文学作品,都会讲“中国故事”。

解放了故事的定义和形式,提升了对故事的认识后,便是故事的生产。中华文化及其古丝绸之路中有许多养分,可供人类共享,是最好的讲述“中国故事”的素材,例如,从张骞出使西域到郑和下西洋。但与此同时,也要注意融合沿线国家与民族的文化于“中国故事”之中,正如费孝通先生所讲:“各美其美,美人之美,美美与共,天下大同。”质言之,应该通过中国元素、丝路沿线诸国元素与世界语境的恰切结合,运用各种媒介、各种吸引人、打动人的方式,讲述一个“一带一路”沿线各国人民看得懂、听得懂的文化互动与交融的“中国故事”。

[注 释]

蔡武:《坚持文化先行 建设“一带一路”》,《求是》,2014年第9期。

王岳川:《中国文化软实力与文化安全》,《光明日报》,2010年7月29日第10版。

柳田:《我国文化产业世界占比不足4%》,《解放日报》,2011年2月19日第2版。

王旭明:《讲好中国故事先要讲好自己的故事》,《语文建设》,2014年第9期。

^⑩刘俐俐:《人人都能讲好自己的故事》,《语文建设》,2014年第10期。

孙培良:《丝绸之路概述》,《陕西师大学报》(哲学社会科学版),1978年第3期。

陈炎:《海上丝绸之路》,《文明》,2004年第11期。

^⑪⑫赵毅衡:《符号学》,南京大学出版社2012年版,第279-293页、第385-394页、第279-284页。

^⑫郝时远:《文化多样性与“一带一路”》,《光明日报》,2015

年5月28日第11版。

保罗·科布利著,周劲松、赵毅衡译:《劳特利奇符号学指南》,南京大学出版社2013年版,第46-60页。

^⑪卡莱维·库尔、彭佳:《新塔尔图研究:继承、融合与推进——卡莱维·库尔教授访谈》,《符号与传媒》,2013年第1期。

^⑬吴艳:《宗教界别委员呼吁:应将宗教和宗教文化纳入“一带一路”战略构想》,《中国民族报》,2015年3月10日第5版。

^⑭方光华:《丝绸之路遗产及其现代价值》,《五台山研究》,2014年第2期。

^⑮沃纳·萨佛林、小詹姆斯·坦卡德:《传播理论:起源、方法与应用》,郭镇之等译,华夏出版社1999年版,第190页。

^⑯王海运等:“丝绸之路”如何和利益攸关大国进行政治协调?[EB/OL].<http://opinion.hexun.com/2015-03-30/174517528.html>, 2015-03-30/2015-07-01.

^⑰赵毅衡:《广义符号叙述学:一门新兴学科的现状与前景》,《湖南社会科学》,2013年第3期。