

中国文化在东南亚国家的百年传播

——以泰国为例析解如何提升中国文化在中华文化区的影响力

文 / 何明星

对于中国文化“走出去”战略而言，应该多将一些精力放在亚洲周边国家和地区，尤其是一些深受儒家文化影响的东亚、东南亚国家，因为共同文化背景下的彼此认知要容易得多。

文学与语言因受众的广泛性，基本可以看作是一个民族接受另一个民族文化的两个标志。本文以中国文学以及汉语教育两个线索梳理了中国文化在泰国等东南亚国家传播的历程，就此考量中国文化在这些国家政治、经济、文化中的实际地位。我们发现，对于中国文化“走出去”战略而言，应该多将一些精力放在亚洲周边国家和地区，尤其是一些深受儒家文化影响的东南亚国家。中国首先应该了解并巩固自己在亚洲的文化地位，只有先在亚洲成为一个文化大国，才有可能成为世界文化大国。

新中国的主动传播

要探究中国文学以及汉语教育在泰国等东南亚国家传播的原因，离不开对历史过程的梳理。1949年之前中国文学作品在泰国的翻译出版，大多由泰国方面主导。泰国本土族裔、泰籍华裔以及大量的中国移民，构成了中国文化传播的主体，这源于中国文化曾经在近千年的时间里长期占据亚洲文化中心的地位。但在18世纪末19世纪初，以资本主义为代表的西方列强向东方社会大举扩张，逐渐走向衰落的清王朝在1878年与泰国中断了上千年的藩属国关系，中国文化在泰国等东南亚国家的影响走向衰落的最低点。

1949年新中国成立时，中国文化

在泰国等东南亚地区的影响已经十分有限，大部分东南亚国家都纳入二战后美国主导的西方阵营，因此，新组建的专门出版发行机构，在内容选择、倾向性方面都体现了新中国的时代特色。在内容方面，新中国面向泰国发行的书刊，既有中文书刊，也有各种泰文版的书刊，其中值得一提的是各种泰文版图书。自1956年开始，中国外文局所属的外文出版社开始出版的泰文著作最大宗的是毛泽东著作，印发量最大的是泰文版《毛主席语录》（1967年出版，总印量170320册）。最引人注目的当属新时期的中国文学艺术作品，总共有61种（其中儿童读物29种、现当代小说21种、摄影画册11种），这些作品在泰国华侨以及当地读者中引起很大反响。

1956年至1987年的30多年间，外文出版社出版的大量泰文书刊，起到了主动传播的作用。自20世纪80年代后期，泰文图书出版逐渐走向低潮，代之以周期更短、传播信息更为及时的泰文版《中国画报》的发行出版。根据新中国成立后专门从事海外书刊发行的机构——中国国际书店的记载，泰国的銮洲书店是第一家从新中国购买书刊的书店，购买的是新中国出版的《水浒传》连环画，同时还有《人民画报》。不久，銮洲书店又介绍了泰国的民族商人韦提雅巴噶书店与中国国际书店建立贸易联



何明星，北京师范大学文艺学文化传播方向博士，曾在新闻、图书出版业工作二十年，现为北京外国语大学副教授。

系，上述具有浓厚意识形态特色泰文版图书就是通过这些渠道源源不断地发行到泰国各地。

多样化交流的新阶段

1975年7月1日，中国与泰国建立外交关系是中泰文化交流百年间的第二个重要事件，预示着中国与泰国的文化交流进入多元化、多样化的新阶段。尽管泰国政府对华文教育以及华文书刊的管制直到1990年之后才放宽，但中泰建交后，无论是中国历史文学作品，还是现当代文学作品的引进与翻译，政治氛围都相对宽松，一些王室成员也加入中国文学作品的翻译与引进队伍中。比如，诗琳通公主不仅翻译了中国唐代的诗歌，还翻译了巴金的小说《爱尔克的灯光》、王蒙的《蝴蝶》、女作家方方的小说《行云流水》，诗琳通公主因此在2000年被中国教育部授予“中国语言文化友谊奖”。这是一个重要的文化现象，



标志着泰国社会不仅接受传统中国文化的影响，而对现代中国文学作品的接受也逐渐成为泰国社会的一种共识。

除了一些文学作品的交流，中国书画、美术、工艺、陶瓷等方面的拓展交流也日渐密切。1980年3月国图公司（由中国国际书店更名）开始派员参加一年一度的泰国书展，一直持续到1985年。1985年后除定期参加每年3月在曼谷举办的国际书展，还增加了书画、艺术品展览。1987年11月20日至28日《中国画报》（泰文版）试刊，取得成功于11月（11期）正式在泰国创刊。《中国画报》泰文版出版，更进一步增加了中国书刊在泰国的影响。

进入21世纪后，2002年由云南省委外宣办主办泰文版《湄公河》杂志创刊，在泰国设有300多处销售点，发行8300余册，成为唯一在泰国发行的中国杂志。2007年8月30日，高等教育出版社在第14届北京图书博览会现场举办了“泰国中小学体验汉语教学资源合作出版签约仪式”。该项目涉及中小学汉语教育系列教材近百种和泰国20所学校的数字化整体解决方案，这是中国编写的对外汉语教材首次大规模进入国外主流教育体系。据泰国教育部基础教育委员会统计，从2007年开始，已有15万名泰国中小学生学习汉语。

逐渐获得主流文化地位

通过梳理中国文化在泰国近百年来的传播历程可以发现，期间既有外文出版社主动出版泰文书刊，并在泰国大量发行的新阶段，有1975年中泰建交后中国现当代文学作品在泰国获得大量翻译出版，也有21世纪中国出版社的汉语教材进入泰国教育系统，这些文化传播成就的取得，完全得益于近千年中国传统文化对东南亚地区的影响。

一、中国传统历史内容广受欢迎

历史上的东南亚地区，长期接受中国文化的影响，学界把这个地区称为中华文化区。由于相近的文化背景，彼此之间的文化交流基本没有隔阂。比如泰国在1802年至1932年的一百多年间，从皇室贵胄到平民百姓都共同接受了中国古代文学经典《三国演义》的作品，并因此深深影响了泰国文学的起源，学界称之为泰国文学史上的“三国演义”时期。同样，这些作品也深受越南、老挝、柬埔寨等国家欢迎。但自从以资本主义为代表的西方价值、西方文化开始大举侵袭东方社会之后，东亚、东南亚地区一些国家率先承受了西方文化的冲击。因此，东西方文化的冲突首先在18世纪末19世纪初的东南亚、东亚国家展开，然后逐步影响到东方文化的核心区——中国大陆。在这个地区，中国传统文化与西方文化的影响彼此交替，此消彼长。比如西方民主选举等政治文化主导了泰国的政治生活，但中国传统历史文化的影依然深深地影响着泰国普通民众的日常社会生活，而即便是民主选举的政治制度本身，泰国依然具有浓厚的东方文化特色。再加上中国自1978年经济改革开放之后，国家取得快速发展，在世界上的影响力逐步扩大，同样也对东南亚国家产生巨大影响。由此带动了中国当代影视作品在东南亚社会广泛流行，大量的中国历史内容日益成为泰国、越南等东南亚社会生活消费的大宗产品之一。

根据北京外国语大学亚非学院副院长白滨老师的介绍，泰国对中国的《论

语》《道德经》《庄子》《孙子兵法》等传统经典作品，在新时期几乎每年都有新译本出现，长盛不衰。一些佛教经文，如《金刚经》《谭经》等在寺院中广为传播。最值得一提的是，普通人心理修炼的读物《了凡四训》更是广为人知，泰国的上百家出版社差不多都出版过泰译本，按照每版3000册计算，发行量每年超过30万册，成为与《三国演义》影响接近的超级畅销书。中国近几年一些具有历史演义背景的电视剧和电影，如电视剧《还珠格格》、张艺谋的电影《英雄》等，许多泰国观众每集必看，而且如醉如痴。在这一时期，大量中国当代影视作品同样进入越南、柬埔寨、老挝等地，影响广泛，远远超过一本图书的发行传播范围，它是中国文化经过与西方文化200多年的竞争中逐渐取得优势的一个重要标志。

北京外国语大学的邱苏伦教授近年集中精力完成了玄奘法师《大唐西域记》的泰文翻译工作。该书泰文译稿2003年完成后，由《文化艺术》所属的民意出版集团2004年出版发行，首印3000册，2006年又再版发行3000册，受到泰国民众的热烈欢迎。2011年末，邱苏伦教授的译著《洛阳伽蓝记》泰文版，由泰国朱拉隆功大学亚洲区域研究促进中心资助，泰国朱拉隆功大学出版社出版，在泰国开始发行。这两部中国经典佛教文学作品都获得了泰国社会的广泛欢迎，表明中国传统文化对泰国社会的影响程度，比之100多年前的“三国演义”时期更加深刻，它已超越了浅层次的娱乐与精神享受，而深入到思想信仰的价值层面。

二、自上而下推动汉语教育

世界上任何一种语言，当它只具有文化和传统价值时，接受者和传播者主要是所属民族的成员。而当它附加上较多的、较广的商业价值及社交用途时，它便会拥有大量超出本民族的热衷者、传播者，这是许多社会语言学家在剖析近代和当代人类语言发展史时所认识的一条基本规律。



汉语在泰国等东南亚地区的广泛传播，有一个先天优势，那就是这个地区有中国大量的移民。但是汉语教育却成为一个晴雨表，中国文化影响力衰落的时候，华文报馆、华文教育就屡屡受到压制、打压，不仅泰国如此，这样的历史曾经在印度尼西亚、马来西亚、越南等东南亚国家屡次发生。随着中国改革开放的政策实施，华人资本在东南亚地区经济发展过程中日益占据了不可或缺的主导地位，这成为汉语教育广泛推动的主要动因之一。据中国公布的数据，截至2011年8月，中国和东盟十国双向投资累计近900亿美元。其中，中国企业对东盟国家累计实现各类投资223亿美元，投资领域从传统的建筑业、承包工程逐步向能源、制造业和商业服务等领域拓展，投资额快速增长，东盟已经成为中国企业“走出去”的主要目的地之一。华人资本持续涌入与中国对东南亚地区投资加大，带来了该地区汉语价值的不断提升。

以泰国为例，2000年前后，泰国只有宋卡王子大学、朱拉隆功大学、清迈皇家学院、南邦皇家学院等少数高校和易三仓集团的几所中学、南邦育华学校等极少数中小学开设汉语课。但到了2003年之后，泰国汉语教育有了快速发展，截至2012年，根据国家汉办驻泰国代表处提供的数据，短短十年

间，汉语快速进入泰国各类教育体系中，包括高等教育、基础教育、职业教育，甚至学前教育体系中。目前泰国各界都热情支持汉语教学，把汉语在泰国的快速传播现象置于汉语国际传播的全球视野中考察，我们会发现泰国汉语传播速度之快、发展状况之好，完全出乎人们意料，可谓汉语国际传播事业中的一个奇迹。再如越南在1989年实行改革开放后，意识到原有的华人华文教学规模已远远不能适应和满足经济发展的需要，于是一改过去排华、限制的政策，鼓励华人界成立华文教育辅助会，编写华文教科书，培训华文师资，兴办汉语中心，并鼓励越南公民学习和掌握华文。柬埔寨政府也认识到中文对柬埔寨经济的重大作用。可见，在东南亚的一些国家，推动汉语教育已经成为一项基本国策。

对中国文化“走出去”的启示

从梳理中可以发现，东南亚地区是西方文化与东方文化激烈竞争的地区。正如文化中心区与文化边缘区一样，中心区相对稳定，而文化边缘区则争夺激烈。中国文学与汉语教育，已经成为中国文化深入影响东南亚地区的两个重要标志，一个易于接受，一个实用性更强，两者都具有潜在的思想文化影响力。但这种成果的获得，是中华民族几百年来

自强不息、不懈努力获得的一种自然文化交流结果，与西方文化大举侵袭东方社会时相比，不仅没有尖船利炮，更没有一种刻意文化政策的安排来持久地推动。而这恰恰是东方文化与西方文化竞争时所亟须改变的。

中国东方文化是一种道德至上的文化本质，以对方的心悦诚服为核心，中国所秉承的这种文化行为方式在面对西方强权文化主导的现代国际政治、国际经济的对峙中获得的教训已经足够多。新中国刚刚成立时，中国对东南亚地区曾经做过一段主动传播的努力，学界对于这段历史批评过多，完全没有研究这种主动传播所获得的正面效果，比如大量泰文书刊出版就是一个成功案例。如果没有新中国对泰国的主动传播，1975年中泰建交之后的鲁迅、茅盾、巴金、老舍乃至王蒙等中国当代文学作品的翻译与出版是不可能的。因此，中国要成为一个世界文化大国，必须重新恢复在亚洲的文化中心地位。对于中国文化“走出去”战略而言，应该多将一些精力放在亚洲周边国家和地区，尤其是一些深受儒家文化影响的东亚、东南亚国家，因为共同文化背景下的彼此认知要容易得多。天然的历史文化积累，加上初步具备的政治、经济基础，“走出去”一定能够取得事半功倍的效果。❖