

# “他国化”策略应用及对建构文化软实力的启示

## ——以林语堂跨文化传播实践为例

肖魁伟

(厦门大学 台湾研究院, 福建 厦门 361005)

[摘要] “他国化”是比较文学中的一个概念, 将其创造性地运用到建构中国文化软实力的过程中, 可以有效提升中国文化对外传播能力。林语堂在国外传播中国文化正是采取了类似的策略。在写作过程中对英语的熟练运用、对中西文化意象的转换以及对西方读者阅读兴趣的把握等是他获得成功的重要原因。林语堂的成功也在某种意义上为提升中国文化软实力提供了借鉴。

[关键词] 文化软实力 “他国化”; 林语堂; 跨文化传播

[中图分类号] I 206.6

[文献标识码] A

[文章编号] 1008-889X (2017) 02-87-06

文化软实力是指一个国家或地区文化的影响力、凝聚力和感召力。<sup>[1]</sup>它是国家软实力最为核心的组成部分。文化软实力最显著的特征就在于它依靠文化所产生的巨大吸引力。“一个国家的文化传播得越广, 其潜在的‘软实力’就可能越大”。<sup>[2]</sup>因此, 提升中国文化软实力必须强化文化传播力。然而, 当前我国在对外文化传播方面虽然投资巨大, 但所取得的效果并不显著, 仍存在问题。除了一些技术性问题如出版渠道、版权归属等之外, 最大的问题在于“没有充分适应境外受众的接受心理和接受习惯”。<sup>[3]</sup>在对外传播活动中要想取得良好的效果, 即获得异质文化受众群体的积极响应, 就必须以异质文化受众为中心, 从其文化偏好、接受兴趣、接收渠道等方面入手, 采取相应的策略。可以说, 文化传播能力的强弱与传播策略的选取有很大的关系。

在这一方面, 林语堂提供了一个很好的借鉴。众所周知, 林语堂在国外的名气很大, 与他在国外传播中国文化有关系。仅举一例。林语堂在国外写作是 20 世纪三四十年代的事, 可到了 20 世纪 80 年代末, 美国前总统老布什在谈到访华前所做的准备工作时, 还提到阅读林语堂的著作以了解中国文化, 他说“林语堂讲的是数十年前的中国情形, 但他的话今天对我们每一个美

国人都仍受用。”<sup>[4]</sup><sup>316</sup> 布什的话表明, 林语堂至今还在影响着美国人的“中国观”。国内著名学者乐黛云也感叹道“七十多年过去了, 中国的经济实力已经大大超过三十年代, 但为什么直到今天还没有出现在国际影响上可以和林语堂两本书(注: 指《吾国与吾民》和《生活的艺术》)相媲美的著作?”<sup>[5]</sup>这句话不仅是对当前中国文化软实力贫弱的质疑, 也是对林语堂在文化传播方面所取得的成就的肯定, 更是表达了要向前人学习成功经验的期许。

林语堂之所以在对外文化传播过程中取得巨大成功, 除了他个人对东西文化十分谙熟之外, 一个重要原因就是采取了以受众为中心的类似“他国化”的策略。“他国化”是近些年提出的一个比较文学概念, 它是用来描述文学在异质文明传播过程中经过文化过滤、译介、接受之后发生深层次变异, 从而在文化规则和文学话语上被他国彻底同化的现象。<sup>[6]</sup>有学者在此基础上提出将“他国化”运用到文化软实力的构建过程中, 提出从构成软实力的两个重要方面“软实力资源”或“文化资源”及文化影响力和感染力着手, 采取“他国化”策略, 即从他国语言、文化、读者兴趣等方面着手对中国文化进行适当改造, 从而使之打入他国文化体系内部, 进而逐渐

[收稿日期] 2016-12-23

[修回日期] 2017-01-11

[基金项目] 福建省社会科学规划研究基地重大项目(2014JDZ028)

[作者简介] 肖魁伟(1983—), 男, 湖北襄阳人, 博士生, 主要从事林语堂文化传播和台湾文学研究。

扩大中国文化的影响力。<sup>[7]</sup>虽然“他国化”概念的提出及被运用到文化软实力的建构中是近些年的事,但有意思的是林语堂早在几十年前就已经在不自觉地践行这一策略,并且取得了显著的成就。林语堂的成功,从一个侧面证明了“他国化”策略在提升文化传播能力,增强文化软实力方面具有一定的借鉴意义。

## 一、“他国化”策略的运用

林语堂在国外传播中国文化取得成功的原因是多方面的,既有外部原因也有内部原因。一方面,当时西方资本主义国家经历了一战杀戮之后社会矛盾重重,许多西方人认识到自身文化的缺陷,转而向东方中国寻求文化上的慰藉;另一方面,当时中国正处于日本的野蛮侵略战争之中,急需向世界上其他国家特别是西方资本主义发达国家宣传自身的遭遇,从而寻求外部的支持。二者无形中营造了一个良好的传播中国文化的氛围。当然,最主要的原因还在于林语堂传播策略的正确性。他在向异质文化体系内的读者传播中国文化时,准确地认识到语言、文化习俗及阅读兴趣的重要性,因此在写作和翻译过程中尽量考虑上述几方面因素。

林语堂地道的英文写作能力和轻松幽默的语言风格,是其获得美国读者认可的一个重要原因。语言是交流沟通的重要工具,面向英语世界的读者写作,一定要过语言关。这里所说的语言关不仅仅是要将母语转化为英语,还要符合英语世界读者的文化规则。林语堂的受教育经历,为他打下了良好的英文写作功底。他早年就读于当时中国英语教学最好的上海圣约翰大学,这所教会大学曾培养出三位民国时期的知名外交官,颜惠庆、施肇基、顾维钧。1916年大学毕业后,林语堂来到北京清华学校(清华大学前身)担任英文教员。在清华学校工作三年后,又先后到美国哈佛大学和德国莱比锡大学深造,并先后获得硕士和博士学位。这些显赫的英文受教育经历使他具备了在英语世界进行无障碍写作的能力。回国后,林语堂逐渐形成幽默的文风。1924年林语堂将英文“Humor”翻译成广为人知的“幽默”一词,从此与“幽默”挂上了钩。1932年,

林语堂开始在上海创办《论语》半月刊大力提倡幽默,他先后写作《论幽默的译名》《论幽默》等文章,阐释他所提倡的“幽默”。这一时期,他不仅在《论语》上发表文章,践行“幽默”的文学风格,还在英文《中国评论周报》上发表一些英文评论。他独特的幽默风格不仅获得了中文读者的欢迎,被读者们奉为“幽默大师”,也获得了在华美国女作家赛珍珠的好评。而在美国,幽默可以说是美国文学的重要特征之一。美国学者卡尔·霍利德(Carl Holliday)认为“如果说美国文学有优于其现代化民族的方面,那就是幽默……这是民族的传统。”<sup>[8]</sup>这种传统在殖民地时期就开始发芽,到20世纪上半叶,发展形成一股强大的幽默文化潮流。林语堂幽默的写作风格自然容易被美国读者接受。他的《吾国与吾民》《生活的艺术》《京华烟云》等著作出版后,获得许多好评,其中的一条理由就是“他的笔锋温和幽默”。<sup>[4]140</sup>对于林语堂优秀的英语写作能力,美国人也深表钦佩。1940年纽约艾迈拉大学颁授荣誉博士学位给林语堂时赞扬他说“您的英文极其美妙,使以英文为母语的人既羡慕钦佩又深自惭愧。”<sup>[4]188</sup>林语堂以其优秀的英文功底,可以直接在英语世界进行无障碍写作,可以自由表达自己的思想,又加上他幽默风趣的写作风格,更容易被西方读者所接纳。

林语堂在国外写作获得成功的另一个重要原因是他意识到中西文化之间存在的差异,因而在写作过程中主动将中国文化事物、文化意象“他国化”。传播学奠基人施拉姆认为,信息在传播过程中“传通双方可能传通的范围是很有有限的,只是双方经验重叠的地方,才是他们可以传通的地方。传播内容一旦与原有经验接通以后,他对此项传播内容的理解,兴趣就可能扩展至相关部分。”<sup>[9]</sup>中西文化是两种不同的文化体系,为了让西方读者能够更好地理解中国文化,林语堂在向西方读者介绍中国文化的写作过程中,采取对中西文化现象进行平行对比置换、纵向辨析等策略。以他在国外出版的最具影响力的两本著作《吾国与吾民》和《生活的艺术》为例。在这两本书中,他通常采取中西文化意象的平行对比和置换的策略,比如:将庄子称为“中国的尼采”,将老子与孔子的思想差异类比

为尼采与苏格拉底的思想差异，将庄子与波斯的喀牙姆（Omar Khayyam）、希腊的亚里士多德一起归类为幽默家，将宋代女诗人李清照与希腊女诗人萨福（Sappho）相对比，将中国的古典文学名著《红楼梦》比作欧洲的经典名著《克拉丽莎》（*Clarissa Harlowe*），将《金瓶梅》比作《卡拉马佐夫兄弟》（*The Brothers Karamazov*），将中国女人裹小脚的习俗与欧洲女人束腰习俗相类比，将中国的麻将与欧洲的扑克和桥牌相对比等。这样一系列的平行对比，能让西方人在自己的文化体系内更好地理解中国文化。此外，林语堂还以西方文化现象为参照点进行纵向辨析。比如：他在论述人类的观念时，分别纵深对比了传统的基督教观念、希腊的异教徒观念和中国人的道教和孔教观念，来分析前两者和后者之间的差异，让西方人更好地理解中国文化思想。再比如：在谈论中国人的“圆熟”时，他先从英文“Character”本意入手，指出这个典型的英国词汇除了指“德性”以外，“尚表现有力量、勇气、癖性的意义，有时指当愤怒失望之际所现的抑郁；而中国文中的‘德性’一语，使吾人浮现出一个性情温和而圆熟的人物印象，他处于任何环境，能保持一颗镇定的心，清楚地了解自己，亦清楚地了解别人。”<sup>[10]</sup>以此来让外国读者知道中文“德性”一词与英文“Character”之间的细微差别所在，然后在接下来的篇幅里纵深论述这个细微差别及其产生的文化背景，以引导外国读者更深入地理解中国人的“德性”一词的文化内涵。

林语堂在国外写作获得成功的再一个重要原因就是注重西方读者的阅读兴趣。传播是意义的分享，可是如果受众（读者）对传播内容缺乏兴趣，那么这种分享就不能真正实现。可见，读者的兴趣十分重要。林语堂在写作过程中，十分注重写作主题的选择。以《吾国与吾民》为例，这本书的出现本身就是对西方读者的阅读兴趣考量的结果。1931年赛珍珠在美国出版了中国题材小说《大地》，这本书引发了美国读者对中国的强烈兴趣，发现这一兴趣点的赛珍珠后来找到林语堂，在她的建议下，林语堂写作了这本介绍中国的书。同时，林语堂在构思和写作时，对所谈论的话题，也做了精心的选择。在此之前，

美国传教士明恩溥写了一本《中国人的性格》的书，这本充满偏见的书在美国乃至欧洲广为流传，深切影响了西方人对中国的看法。许多西方人对中国男人蓄辫子、纳妾，女人裹小脚，中国人的心灵等话题产生浓厚的兴趣。林语堂充分考虑了这些西方人感兴趣的话题，他在《吾国与吾民》一书中对这些话题做重新论述。再比如，《生活的艺术》的诞生就是读者兴趣催生的结果。1935年《吾国与吾民》在美国走红以后，林语堂发现许多美国读者对该书第九章《生活的艺术》产生了浓厚的兴趣，“很多美国女人据说是已奉此书为生活之法则”。<sup>[4]153</sup>于是，林语堂改变写作计划，为美国读者量身打造了这本畅销书。林语堂在写作过程中，还十分重视编辑或出版商的建议。编辑或者出版商往往能敏锐地发现读者的兴趣，与他们积极配合，能使作家更好地把握读者的兴趣。林语堂的几部畅销的著作《吾国与吾民》《生活的艺术》《孔子的智慧》《京华烟云》等，几乎从写作到定稿，都有编辑或出版商参与。林语堂的女儿林太乙在《林语堂传》中回忆他父亲与编辑的关系时，这样写到“他不像一般的中国文人，写了文章之后不许编辑碰一个字或一个标点符号。他肯接受华尔希夫妇（即赛珍珠夫妇，林语堂的编辑兼出版商）的批评，这种编辑与作者的合作关系，在国内是没有的。”<sup>[4]155</sup>

## 二、提升中国文化软实力的一次成功尝试

要看到林语堂在提升中国文化影响力方面所取得的成就，就必须回到当时国际、国内的历史情境之中。只有在这样一个坐标系中，才能更好地发现林语堂的价值。林语堂投入国外写作的年代是20世纪30年代，当时整个中国处于内忧外患之中：国内军阀混战，民不聊生；国外日本入侵，国家岌岌可危。在这种内外交困的情形下，一方面，中国的民族自信心、文化自信心几乎跌落到了极点。中国的知识分子，几乎是一面倒地向西方学习，知识界多奉行“拿来主义”。另一方面，中国在亚洲承受着日本法西斯的野蛮侵略，急需全世界其他国家，特别是强大的美国的

支持与帮助。然而,美国是一个号称民主的国家,任何重大决策都必须要有足够的民意支持,因此要获取美国的支持与援助,就必须先获得美国民众的同情与支持。可是,当时美国人并不了解中国,不仅不了解反而还充满误解,甚至曲解。当时西方的“黄祸”论才刚刚退潮但余绪尚存,美国的电影院里还在热映“傅满洲系列”的电影,1882年通过的排华法案还在持续敌视着中国人。在普通美国人眼里,中国人无非是一些在餐馆或洗衣店工作,讲一口洋泾浜英语的下等人。“当然,他们也知道在地球的另一边还有许许多多的斜眼黄脸中国人。他们想起中国时会想到龙、玉、丝、茶、筷子、鸦片烟、梳辫子的男人、缠足的女人、狡猾的军阀、野蛮的土匪、不信基督教的农人……他们称中国人为 Chinaman 或 Chink (鄙视的称呼),而不说 Chinese”。<sup>[4]139</sup>这就是当时美国人对中国的看法,充满了偏见与误解。然而,要想获得美国的支持,就必须先改变美国人对中国的负面看法,进而获取美国民众的同情与支持。这就是当时林语堂在国外写作时所面临的历史困境和所要承担的历史使命。

在这样的背景下,为了使西方人越过语言的隔膜,对中国文化有比较深入的了解,也为了扩大中国文化的影响力,林语堂开始了30多年的对外写作生涯。根据林太乙在《林语堂传》里的目录统计,从1935年开始一直到1965年返台前,在这近30年的时间里,林语堂在国外共计出版著作28本。但总的来看,在他近30年的对外写作生涯中,前15年是他一生中最辉煌的15年,他的几部具有重大影响力的著作几乎都集中在这15年内完成,而且前15年所做的文化传播工作最能体现其在提升国家文化软实力方面所取得的成就。1935年林语堂在美国出版了第一本介绍中国的著作《吾国与吾民》,很快便获得了美国读者的认可,成为全美畅销书,并创下了在这一年的四个月之间连印七版的记录。受此鼓舞,两年后林语堂又推出了《生活的艺术》。这本书的出版,刷新了之前的记录,一举登上美国畅销书排行榜第一名,并且雄踞榜首长达52个星期之久,成为该年度全美最畅销的书,还被翻译成十几种不同的文字。<sup>[4]162</sup>在此之后,林语

堂陆续出版了《孔子的智慧》《京华烟云》《风声鹤唳》《中国印度之智慧》《苏东坡传》《唐人街》《老子的智慧》等一系列畅销书。

如果仅仅以书籍的受欢迎程度来衡量一个作家成功与否的话,林语堂无疑是一位成功的作家。可是,林语堂的成功并不仅限于此,他的成功还体现在以下三个方面。

1. 林语堂让美国人重新看到了中国文化的魅力。虽然在此之前,早有欧洲的传教士将中国古代的文化典籍《论语》《大学》《中庸》等翻译成英文,但对普通美国读者而言有些晦涩难懂,而且传播范围有限。后来,美国传教士明恩溥(Arthur H. Smith)的《中国人的性格》(*Chinese Characteristics*)倒是在美国广为传播,可是这本书仅仅限于对中国社会的外部观察,并没有深入到中国文化内部一探究竟。此后,才有了赛珍珠(Pearl S. Buck)的中国题材小说《大地》(*The Good Earth*)。《大地》增加了美国人对中国的认识,使美国人认识到中国人也是有血有肉有感情的,可是同样未能深入介绍中国文化。一直等到林语堂的《吾国与吾民》《生活的艺术》《孔子的智慧》等著作的出版,才使许多普通美国人真正领略到中国文化的魅力。1940年纽约艾迈拉大学(Elmira College)在授予林语堂荣誉文学博士学位的致词中给予他这样的称赞“您以深具艺术技巧的笔锋向英语世界阐释伟大中华民族的精神,获致前人未能取得的效果。”<sup>[4]188</sup>

2. 林语堂对推动美国民众转变对中国的负面看法方面功不可没。大约从18世纪开始,在西方就逐渐形成一股贬低中国的风气,19世纪末20世纪初的“义和团运动”更是催生了西方“黄祸论”的流行。受此风气的影响,美国社会也到处弥漫着贬华之风。到了20世纪二三十年代,在美国赴华传教士群体的友善宣传下,美国社会的排华之风虽有所好转,但大部分美国人对中国仍持负面看法。要想改变这一现状,仅仅依靠美国对华友好人士的游说是远远不够的,还需要中国人自己站出来宣传与推动。这时,林语堂在美国行之有效地介绍中国文化的活动,对推动美国人转变对中国的负面看法起到了很大的作用。美国学者哈罗德·伊萨克斯(Harold Isaacs)在《美国的中国形象》(该书节译自1958年出版

的《心影录——美国人心目中的中国和印度的形象》一书中指出,有三个人著作影响了美国人对中国的看法,其中一个就是林语堂<sup>[11]</sup>。

3. 林语堂在推介中国文化,提升中国文化的影响力,进而影响美国对华政策方面做出了积极贡献。在“九·一八事变”前后的很长一段时间里,美国从政府到民间都对中国持一种比较冷漠的态度,对于日本人挑起的侵华战争不仅不予以谴责和遏止,反而乘机大发战争财,将大量石油、钢铁等战争物资卖给日本。然而,要改变美国的孤立政策,就必须先改变美国人对中国的负面看法,进而唤起美国人民对中国人民抗日的同情心,并在此基础上形成对中国有利的社会舆论,最终达到影响美国对华政策转向的目的。如前文所述,林语堂从1935年起在美国做了大量的、卓有成效的推介中国文化的活动。在林语堂等人的努力下,美国人开始逐渐转变对中国的负面看法。与此同时,美国的社会舆论也开始向同情中国的一方转向,到“珍珠港事件”爆发前,“很多美国人对中国已十分同情,对日本则充满了憎恨”。<sup>[12]</sup>在这样有利的舆论形势下,林语堂在继续推动扩大中国文化影响力的同时,积极推动美国政府对华政策的转变。1937年“七七事变”爆发后,中国局势变得更加危急。紧要关头,林语堂利用其影响力在《纽约时报》《时代周刊》等媒体上撰写文章替中国发声,还与当时中国驻美大使王正廷一起前去华盛顿向美国人申明中国人的立场。1940年前后,在中国抗战进入最艰难时期,林语堂在《纽约时报》《新国民》《大西洋》《美国人》《国家》《亚洲》及《纽约时报周刊》等媒体上发表多篇文章,毫不隐晦地抨击美国对华不作为的外交政策,为中国鸣不平。在林语堂等人发起的舆论的推动下,又加上“珍珠港事件”的爆发,使得美国政府终于承认对华援助是“too little, too late”(太少,太晚),转而采取积极的对华政策。<sup>[4]178</sup>

### 三、对当前中国文化软实力建设的启示

中国文化软实力建设的一个重要方面就是提升文化的影响力,而提升中国文化影响力的关键

在于提高对外文化传播能力。林语堂20世纪在传播中国文化,扩大中国文化影响力方面取得了卓越成就,至今仍无人企及。他在文化传播过程中以异质文化受众为中心,在文化上采取“他国化”策略,以受众兴趣为导向等方面的经验值得借鉴。林语堂的成功案例本身对于当前构建中国文化软实力有一定的启示意义,即在构建文化软实力的过程中,尤其是在开展对外文化传播活动时要注意以下几个方面:

1. 要具有跨文化的广阔视野。林语堂之所以能在对外文化传播方面取得显著成就,一个重要原因就是他对东西文化的谙熟,具有“汇通东西方文化的宽阔视野”,“他的一生,正是在这个基础上创造出至今无人企及的中西跨文化交流的实绩”。<sup>[5]</sup>可见,在对外文化传播过程中,先要具备跨文化的广阔视野。这就要求,既要熟悉自身文化,也要了解受众所处的异质文化。俗话说“打铁还需自身硬”,只有熟悉自身文化,才能在对外“送”去中国文化的时候把握住重点与精髓,而不至于将本来属于表象的文化事物当成本质的东西,从而误导异质文化受众。与此同时,还要对受众所处的异质文化有所了解,做到知己知彼,只有这样才能在对外文化传播中取得良好效果。

2. 以异质文化受众为中心采取灵活的传播策略。仔细考察林语堂的成功案例,可以发现林语堂跨文化传播实践的成功与其灵活的传播策略有很大关系。如前文所述,林语堂在跨文化传播过程中采取了以异质文化受众为中心的传播策略,根据异质文化受众的文化特征、接受兴趣、接收渠道等,采取了相应的对策。从中我们可以看出,在对外文化传播过程中并没有固定不变的策略可以依循,而应该以受众为中心采取灵活的传播策略。这就要求对受传播者的文化特质、兴趣爱好以及接受渠道等进行仔细分析研究,有针对性地采取应对策略。如若不加研究地盲目进行,就会造成“自说自话”“鸡同鸭讲”的不良效果。

3. 要有长远的眼光和细致的规划。应认识到跨文化传播的过程是一个长期的、有规划的、循序渐进的过程,林语堂的跨文化传播活动就是一个有规划的、有步骤的过程。他的早期写作注

重对西方读者兴趣的培养。比如他的第一本重要英文著作《吾国与吾民》基本上是一本普及性读本。随着读者兴趣的逐渐成熟和扩展,他的写作也开始由浅入深,有计划地跟进。《吾国与吾民》“走红”以后,他发现西方读者对中国人的生活艺术思想比较感兴趣,进而写作了《生活的艺术》一书。这本书与《吾国与吾民》相比,无论在思想上还是在内容上都更深入细致。到了后来,当意识到西方读者已经不再满足于各种粗浅的中国文化介绍时,他又调整写作计划,向更深层次迈进。比如,他中后期的作品《孔子的智慧》《苏东坡传》《老子的智慧》等,相较之前的作品在思想上就又更深一层了。林语堂这样做是有道理的。试想:在西方读者对中国文化没有任何认识或者兴趣时,骤然向他们介绍深邃的中国思想典籍,结果必然会失败。林语堂的经验表明,文化软实力的建设必须要有长远眼光,要有战略规划。在开展提升中国文化影响力的跨文化传播活动时,不可盲目跟风,急功近利,而应该目光长远,步步为营,稳扎稳打。

#### [参考文献]

[1] 奈. 软力量: 世界政坛成功之道 [M]. 吴晓辉,

钱程, 译. 北京: 东方出版社, 2006: 2.

- [2] 王沪宁. 作为国家实力的文化: 软权力 [J]. 复旦学报 (社会科学版), 1993 (3): 91-96.
- [3] 欧阳雪梅. 中华文化国际传播能力建设路径探析 [J]. 湖南社会科学, 2015 (1): 183-187.
- [4] 林太乙. 林语堂传 [M]. 长春: 东北师范大学出版社, 1994: 140-316.
- [5] 乐黛云. 中国文化如何面向世界 [J]. 商周刊, 2012 (17): 80-83.
- [6] 曹顺庆. 比较文学教程 [M]. 2版. 北京: 高等教育出版社, 2011: 149.
- [7] 董首一, 曹顺庆. “他国化”: 构建文化软实力的一种有效方式 [J]. 当代文坛, 2014 (1): 107-111.
- [8] CARL HOLLIDAY. Wit and humor of colonial days [M]. New York: Frederick Ungar Publishing Co, 1912: 5.
- [9] 郑兴东. 受众心理与传媒引导 [M]. 北京: 新华出版社, 2004: 105.
- [10] 林语堂. 吾国与吾民 [M]. 长春: 东北师范大学出版社, 1994: 40.
- [11] 伊萨克斯. 美国的中国形象 [M]. 于殿利, 陆日宇, 译. 北京: 时事出版社, 1999: 212.
- [12] 杰斯普森. 美国的中国形象 (1931-1949) [M]. 姜智芹, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2010: 71.

## “Domestication” in Building Chinese Cultural Soft Power: Illustrated by the Case of Lin Yutang

XIAO Kui-wei

(Taiwan Research Institute, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

**Abstract:** Domestication as a concept of comparative literature is very helpful to be used as a way to upgrade Chinese cultural soft power transmission. Lin Yutang had just used this similar method in his transcultural communication. During his writing process, he used English very well, and at the same time, paid much attention to cultural image switch and reader's interest, which made him very successful. His successful case has in some sense provided a reference for upgrading Chinese cultural soft power.

**Key words:** cultural soft power; domestication; Lin Yutang; transcultural communication

(责任编辑 林 芎)