

可沟通性：中华优秀传统文化国际传播命题与逻辑

晏 青

摘要：中华优秀传统文化国际传播是中国崛起与民族复兴背景下的文化自信之举，但“西强东弱”的国际传播格局对此形成强大掣肘。在此情况下，可沟通性的传统文化传播命题，能更好绕开意识形态风险和想象，是有助于规避“民族—国家”“民粹主义”等文化传播的另一种构想。中华优秀传统文化的“传统—现代”的文化对话与再媒介化的数字沟通，有利促成文化的视界融合以及国家之间的有效对话。要实现可沟通性的传播，需注重文化折扣，降低价值损耗；借用“数字之船”，实现行政机制与数字机制的耦合；培育海外居民主体，融入日常生活的文化交流。可沟通性作为一种构想，为中华优秀传统文化国际传播提供一种新的可能性。

关键词：传统文化；国际传播；可沟通性；数字传播

中图分类号：G206 **文献标志码：**A **文章编号：**2096-5443(2024)04-0017-10

基金项目：教育部人文社会科学研究一般项目(21YJA0015)

一、引言

近年，中华优秀传统文化国际传播成为热点，原因包括中华文明传播力影响力仍显薄弱、频受“误读”、中国形象频遭“抹黑”、中国寻求全球对话与交流之愿望；尤其社会主义现代化强国既要有强大的经济、军事、科技等物质标志，也要有强大的文化影响力作为精神标志。

18 世纪之前，中国在西方的想象中是“大中华帝国”“大汗的大陆”和“孔夫子的中国”。伴随着资本主义世界兴起，西方的中国形象从现代社会乌托邦期望进入意识形态视野，形成了“停滞的帝国”“野蛮的中华帝国”等被否定和排斥的“他者”形象。^[1]这种负面标签并非历史偶然，时至今日仍普遍存在，笔者以关键词“China/Chinese”“culture”搜索欧美主流报纸以及 Twitter、Reddit 等 2021 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 30 日期间对中华文化的报道和话题，试图探讨欧美主流媒体对中华文化的关注议题、形象认知及其话语倾向。首先，通过道琼斯 Factiva 新闻数据库，对《纽约时报》《泰晤士报》《卫报》等欧美 10 家报纸进行检索，其中法文媒体《费加罗报》采用关键词“Chine”和“culture”，德文媒体《南德意志报》采用关键词“China”和“Kultur”，共获得 5095 篇报道，去除重复报道和无关报道后，并要求新闻文本以中华文化为主要内容的标准，共筛选出 341 篇新闻报道。最后对报道文本进行细读分析。其次，分析社交平台的文本情况。一方面抓取 Twitter 平台数据，并通过数据预处理后共获得大约 166518 条有效数据。进一步运用 LDA 主题模型针对所获样本进行主题提取，共获得 8 个最优主题数量以及每个主题对应的 30 个高概率词。另一方面分析 Reddit 的数据，笔者在平台中检索相关话题，在广泛浏览筛选而出的众多话题讨论中，选取平台近三年来浏览量、点赞数、评论量综合排名前 10 的代表性话题的讨论文本作为研究文本进行细读。通过对上述数据的分析发现：传统主流媒体对中华文化的报道总量偏少且负面报道居多；社交媒体上充满各种异质性、冲突性；精英阶层警惕其中的意识形态宣传，民间社会却更加包容。

可以说，西方世界对中国形象的曲解与误解，并非一时一地在短时期极少数国家的模糊印象，可

能更多是内嵌于思想结构的一块历史沉疴。近年,国家层面从中国特色、中国道路、配合中华民族伟大复兴等宏大视角来赋能国际传播,伴随着国家崛起、民族复兴话语的身份焦虑。正如金观涛、刘青峰所指出的:“从秦汉帝国建立至今,中国社会深层组织方式一直未改变,即社会的整合建立在人们对某种统一意识形态的认同之上,可称之为意识形态与社会组织一体化。”^[2]这种价值诉求固然无可厚非,但在具体实践上可能操之过急、过犹不逮。因为沉疴已久,加之美国文化在生产总量、对发行网络的掌控、技术发明等三个方面具有明显的优势^[3],因此,从各国对意识形态输出警惕心态,传统媒体、文化机构落地的举步维艰,以及长期的曲解与误解等原因,造成中华文化艰难的沟通,甚至无法沟通,彼此自说自话。要打破以上僵局,可能在很长一段时期还需“按辔徐行”“春风拂面”地推进。

故而,笔者使用“可沟通性”(communicative)概念来观察中华优秀传统文化国际传播。可沟通性作为具有交流意义的概念,最早出现在1651年,描述人与群体之间的沟通、传递和反馈的过程。^[4]“可沟通性”作为一个学术概念从德国学者昆茨曼1997年提出的“可沟通城市”概念转化而来,并成为城市传播、乡村振兴等领域的重要命题。^[5]本文延续此概念的意涵,描述数字时代中华优秀传统文化国际传播一种构想,探讨融入全球文化共享、参与文化实践,形成利于沟通、传递和反馈的国际文化氛围。在类似的研究或概念中,吴飞提出数字共通的概念,指主体与世界之间的一种双向互动的共鸣关系,并使两个或多个独立实体之间形成对话成为可能。^[6]黄旦提出数字沟通来表述数字化了的沟通,旨在将“世界作为一种媒介”^[7]。本文使用“可沟通性”的概念囊括数字化的路径、数字交往理念,也包括中华优秀传统文化国际传播的总体原则,涉及数字化与现实空间的传播行为。它区别于聚焦数字共通的人与人、人与世界之间的互动,也不同于数字沟通所描绘的“世界作为一种媒介”的一体化图景,但这两个概念深刻地揭示了当下人际交往、国家交往的内在机理与时代背景。之所以提出中华优秀传统文化国际传播的可沟通性命题,原因还在于,一是国际传播是建立在一定通信基础设施上的通信和互动网络。特别是网络社会的兴起,使得交往越来越依赖数字媒体技术来连接人们,如各种数字公共事务和公共社会平台。二是我国国际传播现状堪忧,在很多场景中,中国形象被整体性曲解,成为西方话语的一种“政治正确”。在这种严峻的情境下,让中华优秀传统文化过多承担意识形态功能显得操之过急,相反,我国与国外社会搭建一个可沟通性文化氛围是一个需要长期建设的议题,携有文明古国“光韵”要素的优秀传统文化对国外社会而言是理解中国的一种途径,更应该是全球共享的文化传统与文化资源。而从沟通和互动的角度来理解中华优秀传统文化的国际传播,意味着突出数字媒介的独特作用,关注数字空间人与人、人与平台、国家与国家之间的沟通、联系和整合,通过符号实现的文化共享与认可,逐步彰显文化价值的承载力。

二、理念与实践:文化对话与沟通

文化具有向内、向外两种面向,文化的本土面向是内向的、内源性的、真实性和身份;外向型文化是跨地域的,外生的,侧重于杂交、转译和身份。^[8]我国传统文化的国际传播是一种外向型的文化实践,有着异于当代文化的扩散轨迹。比如在本土编码者手里要进行意义转换(转译成当代意涵和表现对象)和话语转换(转换表达方式,进行媒介化赋能)。可以说,形成于农业社会的传统文化要走出国门,具有更长的传播链,这个过程包括从传统到现代、从中国到国际、从弱媒介性到多模态媒介,概而言之是“传统—现代”的文化对话、“再媒介化”的数字沟通,前者是一种沟通理念,后者倾向沟通实践,它们构成是中华优秀传统文化的两个面向。

(一)文化对话:“传统—现代”的文化理念

近代中国,现代化理念深入人心,在文化发展上,这意味着从空间维度的中西文化冲突到时间维度的“传统—现代”冲突的认知坐标转换,问题域随之转变为:从如何对待西方文化的问题转变为要不要现代化以及如何现代化的问题,中西文化冲突问题首先面对的是中国现代化过程中传统文化的

“断裂”问题。传统文化与西方文化沟通的主体性坚守成为涉及中国现代化的路径、模式密切相关的命题,成为思考我国传统文化国际传播的历史起点。

20世纪80年代开展的中国改革开放,打开当代中西文化交流大门。学界围绕中国传统文化如何进行现代化等问题在“儒学复兴”“全盘西化”“综合创新”等观点中激烈论争。“儒学复兴”论成为讨论焦点。倡导“新儒家”的保守主义试图“畅通民族文化生命的本源大流”^[9],意在通过“返本开新”实现中华文化的现代化发展。在当代世界文化的背景下建立新儒家的哲学人类学,力图通过对传统的创造性转化,使中华文化走在世界文化发展的康庄大道上。刘述先认为要重视对西方哲学、文化哲学和比较哲学的系统研究,力图用现代方式去恢复和重新表达传统哲学的睿智,提出“传统、马列、西化”三者“健康互动”的中华文化出路观。^[10]“全方位开放”的呼声夹杂着“全盘西化”的色彩登场。自由主义派认为中华文化的发展应当全面学习西方文化。中国内地的激进学者提出“彻底重建论”,以反传统继承传统,以偏激的方式进行文化批判和文化重建。李泽厚提出“西体中用”的主张,试图“用激进方式求渐进改良”,成为近现代文化变革思想的当代版本。^[11]而极端激进的“全盘西化”代表持“以外来文化打破中国传统文化的超稳定系统”观念。此外,海外的自由主义代表也提出两种不同的声音。一是以柏杨、李敖为代表的“全盘西化”自由主义派,分别提出“绝对崇拜”的“酱缸文化论”和“死心塌地”的“剪断传统脐带”论。二是以林毓生、傅伟勋、张灏为代表的具有西化色彩的自由主义派,对于传统与现代的关系提出了“中国传统的创造性转换”的理论。与这两派不同,“综合创新”等观点倡导以平实、宽和与开放的文化心态对待中华文化的发展。以张岱年、方克立为代表的唯物史观派学者,建议中华文化的发展走兼取中西文化之长的新的“综合创新”道路^[12],抛弃中西对立、体用二元的僵化思维。

随着讨论的深入,学界逐步探寻中国传统文化的现代化的“融合发展”。基于“融突论”的“和合观念”被认为是中华文化的重要价值,其所包含的和生、和处、和立、和大、和爱原理,被认为是21世纪人们面临冲突的化解之道。华夏传播学者孙旭培、邵培仁、吴予敏、谢清果等结合中国本土文化的特点与传播学之内涵,侧重关注“文化中国”的传播问题。日本学者加加美光行认为人们普遍认识到现代主义通过自我实现和自我扩张实现其全球范围的胜利,东方主义的认识结构和存在结构在欧美世界、发展中国家内部复活,从而提出“共同行为论”(co-behaviorism)的观点,强调共同主体性,以追求彼此平等对话、多元互动的可能性。^[13]“共同行为论”有助于我国文化突破现代化理论研究的困境,这既是对东方保守主义的洗礼,也是对西方中心论的否定与突破,是当代现代化讨论突破现代与传统“中心”纽结的新视野和方法论支持。^[14]可以说,学界清晰地认识到,西方的知识体制将“中国”置于有限的论述生产空间,限制了中华优秀传统文化的自我衍义能力并沦为“他者的机器”。

现代性不等同于西方化成为共识,原教旨意义的现代性被打破,多元现代性(multiple modernities)与文化多元主义(cultural pluralism)共同发展成为一个共同的理论话题。在全球化视域下,中华优秀传统文化的沟通之道要走出西方文化的“参照式论述”,要走出从另一种文化的范畴中去理解自身的局限,超越发源于古希腊、并通过犹太—基督教神学和欧洲科学的兴起而得以发展的西方文化传统。中华优秀传统文化国际传播,可汇入多元现代性之间对话。正如有学者指出的,“多元现代性之间的对话,不是建立在单纯意愿基础上的立场表达,而是源于相互尊重、了解、承认与互融的真实行动。”^[15]尽管传统文化在与西文化交流碰撞中会发生“去情境化”和“再情境化”的过程,但这是我国优秀传统文化应持有的自信,也是全球化时代进入全球文化供需体系的应有之义。

(二) 数字对话:中华优秀传统文化的再媒介化

进入21世纪,技术与文化的融合进入全新时代,新基础设施对文化发展与传播影响增加,并迎来前所未有的繁荣景象。传统文化国际传播从“书写—印刷范式”转向“电子—数字范式”,由传统社会的“低阶媒介”传播到与当代社会“高阶媒介”传承的逻辑转换。从作为“整体社会生活方式”的文化视角看,传统文化生产越来越表现为中介化活动或媒介化实践。而数字媒介技术提供了迄今为

止最大的摄取、生成、存储和处理各种文化元素的能力,文化传播极大提高了效率,文化产品具有了更加多元的形态和更为丰富的表现力,文化传承具有更多的可能性和高度适配性。

数字环境作为新变量,是中华优秀传统文化国际传播中数字沟通的新场域。中华文化的生存机制,一般从地理环境、经济土壤、社会结构、国际条件四个方面加以整合。而实际上一切都在悄然变化,基于现代人的“媒介化生存”的生存方式、精神状况的“媒介化”,文化的媒介物性功能凸显,数字媒介无疑成为传统文化传播最重要的语境与“表达形式”,传统文化的“数字化生存”成为文化发展的新情境。人文社会科学领域研究者从不同学科进入本议题,视角各异,精彩纷呈,这也说明传统文化传承问题的系统性、复杂性。作为新基础设施的数字平台,成为中华优秀传统文化走出去的重要情境、新的理解范式,拥抱数字技术及其算法推荐、强交互等传播逻辑。比如,史安斌等认为,文化对外传播越来越往数字平台的渠道迁移。^[16]肖珺等认为,短视频兴起,中华文化符号通过它已生成多样化的新符号,聚合一个完整意义的全文本,实现民族凝聚、精神激励、价值整合的跨文化符号传播功能。^[17]数字平台是社会的缩影,是传播中华优秀传统文化的抓手之一。一方面,数字平台有其独特的文化传播机制。相对来说,传统的文化传播往往是一种区隔式、组织化、层级化的过程。而当代文化信奉一种“好莱坞式”的审美培养机制。这种机制的表达话语只需一套指向清晰、意蕴浅显,以及无需精细培育就能掌握的话语体系。另一方面,数字化生存成为常态,数字化的文化传播会产生溢出效应,对文化运行造成直接影响,进而被纳入文化治理的视野。

传统文化国际传播首先要经历一个再媒介化过程,是一个多主体、多义性的过程,也是一个充满语境的歧义性过程,内含文化转译、编码与解码的新机制。所谓再媒介化,指的是传统文化经由数字化形塑的过程。从微观视域看,传统文化由文本到媒介再到记忆的转化,从本质上是人们基于集体意识需要对“文化文本”进行再编辑、再加工和再修正的过程,是人们基于当下需要对文化进行“引证”和“论辩”的过程。尤其是数字技术不断迭代和人工智能的发展,为传统文化的国际传播提供了新的生产方式。比如文化编码的自动化,人工智能提供文本生成模型、图像生成模型等,使得创作者能够更高效地生成内容。在文化内容的推荐上,基于人工智能的算法,可以更准确地根据用户的喜好和偏好推荐相关的文化内容,提高中华优秀传统文化在国际数字平台上的曝光率和传播效果。相对传统媒介的书写逻辑,数字媒介在视觉、触觉等方面造就了新的审美逻辑,这种新逻辑在传统文化和观众之间建构了一种新关系。

故而理解“可沟通性”价值,一方面强调“数字化”的传统文化扩散过程,即清晰地揭示数字化传播是实现中华优秀传统文化国际传播的重要路径与逻辑;另一面强调复合思维,即要清醒地认识到,中华文化经由数字、智能媒体路径进入国外居民的日常生活、精神结构。因此中国优秀传统文化转化与创新依赖于一系列既定的媒介化表达方式、文化的重新编码,在数字媒介时代的话语自洽,以真正实现话语融通。

不过,数字化的再媒介化过程,也会引发一些问题。比如有研究者认为,传统民俗在数字媒介中被分解、抽取以及重新组装,从而转化为一种当代大众文化的“拼贴”或“缝合”。^[18]实际上问题远不止于此,还包括,一是传统文化常常与特定的环境和氛围相联系,如古老的庙宇、历史悠久的街巷等。数字技术虽然可以在虚拟环境中展现这些文化景观,但难以完全取代实地的参观和体验。二是传统文化中的语言文字包含着丰富的象征意义和文化内涵,数字化更倾向于直接呈现信息,而难以传达文化的丰富意涵。三是传统文化中的许多活动和仪式都充满了仪式感和神秘感,这种感觉通常来自于传统的场景、音乐、服饰等元素的综合作用。数字化呈现可能会弱化这种仪式感和神秘感,因为数字平台往往缺乏传统文化中所特有的氛围和真实感。

综上所述,两种类型的沟通实践为中华优秀传统文化国际传播提供了借鉴和指引,但具体实践可能会困难重重,不同文明的观念差异造成文化理解的差异,因意识形态“包袱”引发“文明冲突论”而无法避免。因为传统文化的对外传播往往在一定程度上要依赖政府、机构或公司的力量,它无法

像在国内传承与传播那样,相对地顺其自然、“了然于胸”,缺乏有力推力可能无法实现有效地对外言说。在这种情况下,文化产品里往往会携带意识形态和国家意志,为其他国家所忌惮与误解,从而产生对抗。但我们还需倡导和呼吁要理解和实施中西文化互动和数字沟通,避免因现代性方案、道路之争、国际话语权而搁置文化对话,积极寻求有助于对话的氛围和方式,方能促进中华优秀传统文化进入全球文化流转的场域,促成文化的视界融合(the fusion of horizons)以及国家之间的有效对话。

三、实现可沟通性的路径转换

在去中心化与再中心化的国际传播权力格局中,中华优秀传统文化国际传播的可沟通性面对的是一个多元发展模式竞争的时代。意识形态风险成为国外社会警惕的,而作为文化的可沟通性,相对来说能更好绕开意识形态风险和想象,成为规避过度的民族主义、民粹主义的另一种道路。中华优秀传统文化国际传播是一种进入不同文化可沟通性的实践活动,化繁就简,传播链条中的内容、中介与海外接受是其中的三个重要节点。

(一)降低文化折扣:国际传播中的价值损耗

当代各国文化已有相对稳定的意义秩序和表达方式,因而中国传统文化进入世界意义体系会引发文化折扣,尤其作为高语境文化的传统文化与低语境的西方文化之间。文化折扣理论解释了由于语言障碍、文化差异等而导致文化产品在国际市场上经济价值、文化价值下降的现象。特定文化背景下的电视节目、电影或录像在国际传播中可能会遭遇观众认知和理解的困难,因为其他地区的观众可能难以认同所呈现的风格、价值观、信仰、历史、神话、社会制度和行为模式等文化元素。^[19]中华优秀传统文化国际传播想达成原汁原味地呈现自然是一种奢望,也无法避免文化误读、重新阐释现象,在这个过程中可能还会激发新的文化理解和创新。但是,中华优秀传统文化的国际传播如果因为语言、文化差异而造成文化曲解或国家形象歪曲就没有必要了。比如将中国祥瑞的龙译为西方的恶龙“dragon”。因此,在减少文化折扣、尽可能准确表达我国传统文化的基础上进行文化转译与文化创新尤为必要。首先要进行转译,以实现数字化呈现与跨文化适应,在这个过程中,会弱化我国传统文化的丰富性,导致文化价值和意义的模糊或失真,缺失情感共鸣。此过程同时也是话语转换、部分价值被让渡或被化约的过程。中华文化如何赢得国际影响力,是让其在世界主流社会、市场经济和文化结构发挥作用,成为全球居民认可的文化观念。一方面,跳出“现代化”这一预设的西方框架,围绕“转化与创新”问题,立足于传统文化自发的、内在的演变逻辑(而非刺激—反应式)来谈文化传播与影响力问题。另一方面,如何由浅入深,由“薄观念”(这种观念因社会结构、利益、理性动机而改变)到“厚观念”(一种伴随人的社会化过程而达致世代相传的根深蒂固的文化基因)逐步影响的过程。

其中,故事是世界通用语言,是降低文化折扣的一般性选择。在中西文明传播史上,一切有生命力的抽象范畴和意义体系都有其独特的故事化叙事。传播学者霍尔一语中的,这个事件在变为可传播的事件之前,必须要变成一个“故事”。^[20]在形式与内容方面充分挖掘传统资源,尤其是那些已经在西方产生影响的中国传统故事,建设中华优秀传统文化核心范畴的故事—话语资源库,提炼出核心叙事模式,提出故事文本的生产策略。例如北京奥运会主题曲唱出了“我和你,心连心”,就是巧妙体现“亲仁善邻”价值观的成功案例。而传统文化如何实现文化共情,有学者认为要构建走向世界的话语体系,让中华文化与世界连接起来,讲叙中国故事,以“有我之境”的知识谱系,提升知识生产能力;用“无我之境”的艺术语言,打破二元对立的话语体系。^[21]因此,讲好“中国故事”成为近年我国国际传播的重要法则。在这个过程中,传统文化能够助力古代中国、部分当代中国形象的传播,成为一种回应西方现代性的一种故事资源。

除了好的故事,好的媒介形式也很重要。显然世界通用的、大众的表达形式是深入人心,减少因媒介或中介难以操作而形成的文化折扣,实现传播的熟悉感和到达率。叙事透明度理论(theory of

narrative transparency)揭示,创作者需要以清晰、有组织的方式呈现故事,避免使受众感到困惑或迷失在故事的复杂性中。通过增强故事的透明度,创作者可以更好地传达他们想要表达的信息,使故事更具有吸引力和影响力,“某些文本无论其来源如何,看起来似乎都很熟悉,即使它们是在别处制作的,也看起来像是自己文化的一部分的能力”^[22]。文化是陌生的,表达方式可以是熟悉的,而媒介形式可以是共同使用的。世界通用的“容器”或渠道,目前有诸如影视剧、动漫、游戏、短视频、社交媒体等形式。对不同表现形态的传统文化建立数字化编码的模型,不论在数字化媒介选择与表达方式层面,还是文化价值适配路径层面,都能很好地契合传统文化的数字化目标与现实问题。建立传统文化数字化模型,最大程度减少价值损耗,实现“螺蛳壳里做道场”,小故事讲大道理,方寸媒介蕴含深厚的中华文化价值。

(二)借用“数字之船”:行政机制与数字机制的耦合

互联网已由工具层、实践层抵达了社会安排或制度形成的层面,从而产生了“旧制度与数字大革命”的冲突。^[23]这个冲突也体现在文化传播的行政机制与数字机制的耦合上。从传统文化到数字化的“传统文化观念”,实现的不仅仅是概念上的位移和转换,还意味着历史分析和书写模式、传承模式的变迁,尤其是对传统文化传承模式(从上而下的官方主导的经典范式)的质询与解构。在我国的文化国际传播制度的创建过程中,政府依托在行政领域的长期经验,逐步形成了相对特定的传播机制:以命令和引导为主的政策工具和执行手段,表现为典型的“行政主导机制”。其中,行政主导是保证传统文化传播的必要手段,其运作逻辑需遵循价值引领的媒介路径、教育路径、文化产业路径等,以减少不确定性,提升文化传播的落地效果。在行政主导机制中,政府明确制定宏观政策,提供资金支持、税收优惠;媒体机构、教育机构、商业实体承接实行文化遗产的任务。比如通过举办文化节、艺术展览、学术研讨会等活动,加强与外国文化机构、学者、艺术家的合作交流。

在媒介技术快速发展的今天,搭建传统文化传承的另一个重要场景——数字化场域显得尤为重要。基于平台社会、数字技术及其新知觉体系,探讨中国传统文化的国际传播机制是时代所需。但是在互联网空间,文化传播出现弱耦合、甚至“去耦合”现象,这是因为平台是一个由多主体交互作用、数据与技术驱动的复杂适应性网络生态系统,具有结构复杂、行为复杂、功能复杂、治理复杂等特征,存在边界开放性与价值分配闭环性的悖论。正如让·路易·鲁瓦分析的,如果说历史上世界一直以地缘、政治和文化属性为基础,数字世界则不认同这些界限,并致使新的跨国别、跨文化属性的产生,这种新的属性融合了各种个人身份。^[24]中华优秀传统文化国际影响力实现需避免这种去耦合化问题,将行政机制和数字化机制融合,以更有效率的方式运用资源以促进跨部门、跨领域的协同合作。

我国文化传播的行政机制与数字机制本分属两个曾彼此相关不多的领域。但随着媒介技术的发展及其在社会治理中的广泛运用,数字技术日益成为元话语,尤其是随着数字技术介入社会治理,文化的行政机制与数字机制便不再特立独行。行政化与数字化彼此涵摄,意味着主要见之于社会实践的行政化和主要见之于媒介技术发展的数字化的形成逻辑耦合。

政府、机构和组织与数字平台的机制耦合,意味着中华优秀传统文化国际传播体系的合理构架以及由此产生的和谐平衡状态。耦合中的具体实践的路径很多,涉及从数字平台与孵化等措施。一是建设数字文化平台,政府投资建设数字文化平台,提供在线文化资源和服务,包括数字化的传统文化内容、在线展览、文化活动信息等,这些平台可以为国际受众提供便捷的访问途径。二是保护数字化文化资源,政府利用数字技术对传统文化资源进行保护和数字化转换。建立文化遗产数字档案,实现文物、手稿、古籍等重要文化资源的数字化保存,以防止其在时间推移中的破坏和丢失。三是政府可以通过资助和扶持文化企业和创作者,推动优秀传统文化内容的数字化创意和生产。鼓励文化机构、艺术家和创作者利用数字技术进行传统文化的创新表达和内容制作,提升传统文化的吸引力和竞争力。四是建立在线文化教育平台,提供传统文化教育课程和培训资源,向国内外广大群众普

及中华优秀传统文化的知识和价值观念。五是借助虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术,可以为国际受众提供更具沉浸感的传统文化体验。通过虚拟展览、互动游戏等形式,使国际受众能够身临其境地感受传统文化的魅力,增强参与感和互动性。

可以说,中华优秀传统文化国际传播,通过数字化技术的运用,可以更有效地管理和推广中华文化,提升传播效能。而行政管理过程更加透明和公开,有助于加强政府与国外受众之间的沟通,进而提高文化传播的质量和效果,推动政府创新。同时,数字化技术的引入为我国文化国际传播带来了新的发展模式和创新思维。政府部门可以利用数字化技术开展文化创意产业、跨文化交流、智慧文化管理等方面的工作,促进传统文化与数字科技的结合,推动中华文化走向世界。

(三) 培育海外居民主体:文化主体的改变与重塑

国际传播也是媒介话语接合的过程。传播的内核是所有的信息都可以得到广泛的理解——在构成全球化的无数混乱过程中,传播像一个接合器,选择性地在不同领域(政治、经济、文化、意识形态等)之间发生连接。我国历年在对外传播上所费颇多,传播途径主要在政府层面(比如孔子学院)、民间团体层面(比如文化展、艺术走出去活动),部分传统的行政手段失效,落地效果有待提升。

习近平总书记指出:“要加强对中华优秀传统文化的挖掘和阐发,使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调,把跨越时空、超越国界、富有永恒魅力、具有当代价值的文化精神弘扬起来。”^[25]这为文化当代传承提供了启示,也为本议题导引了一个问题:如何让中华优秀传统文化融入全球日常生活?数字传媒不只是一种媒介,而是一个社会关系的“生产机器”,是集人际传播、群体传播、组织传播与大众传播于一体的媒介集群,更是一套方法论。大众传播助推的全球化和本土化、传统与现代的博弈中,作为地方性知识和传统意蕴的中华文化的边界得以拓展,而将中华文化汇入世界主流社交媒体的交往实践是实现进入全球“日常生活”的一条途径。^[26]因此,通过基于数字媒介的视觉化、智能化等建造的“基础设施”,将中华优秀传统文化以不同形式濡化到国外社会的各个领域、层面,实现某种意义上的社会融入。

要实现这一目标,最终落脚点是文化主体,即国外居民。在这个过程中,基于数字媒介的文化实践与基于自在/先验的文化内省,塑造了外源性和内源性两种实践主体,以机制驱动中华文化的话语生成。实现全球化背景下中华民族的“文化主体性”,以及中华文化更有效参与当代世界的意义生产、社会问题和理性建构。

一是让中华优秀传统文化在国外社会“流转”起来,方能如有源之水、永不枯竭。数字技术改变了旧有的生活关系,突破了原先非常狭窄的社会视域,新的社会结构、新的文化形式以及新的思维方式产生。中国传统文化的传播模式是经典的自上而下式,单一的国家、行政力量的主导模式带来国外“上层建筑”或部分精英人士的对抗行为。在数字媒介时代,传统文化生产中诸多关系的重塑、文化生产秩序的重构和格局的重组,使得文化生产的底层逻辑发生了改变,相对开放的信息来源带来双向互动,以文化交流促进民心相通。

二是让中华优秀传统文化在数字社会传播开来。从信息社会到数字社会,互联网空间逐渐成为人类活动的主场域、主阵地。数字空间与实体空间两大场域,共同塑造并承载着文化实践。在实体空间中作为单一接受者、消费者的受众,如何在角色转换中实现文化创新?数字化、自动化、智能化等仍需要涵养的主体,变得更具有参与度、创造性,他们的角色和身份边界变得模糊,“社交一代”善于接纳各种关系,也积极参与到价值生产中去。社交媒体是数字媒介时代最主要的媒介形态,并包含两个特征:一是全民享有话语机会,用户生产内容(UGC)、专业用户生产内容(PUGC)等公民个体话语在公共空间的表达成为一种新常态。二是社交关系成为一种文化生产的重要内驱力。通过“媒介交往”实现“文化交往”,在“关系—文化”模型中,进入社交媒体中的中华文化也就进入了日常生活实践。

三是媒介技术导引文化进入受众的感官体验。比如以身体为介弥合传统文化“抽象”价值与日

常生活的距离。在借助数字化和多媒介进行文化传播所形成的完整“文化场域”,人们由此深入文化内涵的同时,又能与日常生活勾连。通过日常化融入其常规的认知体系,也让传统文化成为一种可参与体验的文化形态,而不是一味以夺取国外“庙堂”阵地为目的。在借助虚拟现实建构的可感知世界中,身体作为连接现实与虚幻的中介,消解了时空边界,重构了文化边界;并且在数字化空间中,多维度感官的互动情境使人们回到日常生活体验中,形成以人为中心的主体性回归。由此看来,身体已成为接榫传统文化与技术的日常“活场所”,强化了主体对传统文化的认知体验。

综上所述,从创作者、管理者和国外受众三个关键节点,阐释中华优秀传统文化的国际传播的可沟通性问题,三个节点并非孤立的,而是连接文化转换、媒介编码、政府角色、国际关系、跨文化适应等对象或过程,基于相互利益和权力平衡,协商和合作来促进文化沟通和交流,建立共享的文化认知框架和共识,以及创造共同体验的机会。实现中华优秀传统文化真正融入国外居民的日常生活,需要避免单一的组织化、制度化的路径依赖;注重公民的日常媒介生活、多元主体的文化实践,在社交对话与文本创作中,实现传统文化的日常融入路径创新,推动中华文明全球传播与融入的实现。

四、结语

近百年来传统文化的现代化传承与国际传播实践来看,中华优秀传统文化的国际传播“道阻且长”。传统文化失去了其生成的土壤,如今要与西方文化、全球各国文化交流、碰撞,会经历传统-现代、再媒介化、国内-国际等沟通与逻辑转换,融汇成“文化杂糅”。可沟通性的提出,立足于数字传播时代的文化交往特征实现传统文化国际传播的一种构想,这种构想尝试绕开“民族-国家”、民粹主义的路线,淡化意识形态诉求。让中华优秀传统文化以当代技术形式、媒介形式编码到当代全球文化流转体系和日常生活中去。

这个过程的全球文化沟通是“复调式”的,对话与对抗并举,间杂着各种博弈与混沌。前者比如把一个国家将自我呈现给对方,以求努力理解双方共有的意义;后者比如文化Ⅰ和文化Ⅱ在对抗聆听,还伴随政府设置的各种文化限制政策、文化差异等形成的障碍。提升中华优秀传统文化国际传播的可沟通性,应该是允许面对或容纳这种复调性,在复杂多变的国际格局中,提升中华优秀传统文化与其他文化的对话。有学者分析杜甫的海外译介史和跨媒介文本表征,发现西方创作者尝试打破国外媒体的中国框架,在平稳与突围的叙事中实现微妙的共存,从而建立双方共有的意义域。^[27]这是一种相互理解、倾听的尝试。全球倾听模式认为全球社会存在于一种语义空间(semantic space)内,这种语义空间存在于现存的文化间而非在某个文化内。其中他们提供的一种新的看问题的方式——“双主位倾听(doubleemic listening)”,即倾听本文化和倾听他文化要求交流双方能够意识到他们自身的文化只是一种理论而已。^[28]全球倾听模式是一种基于主体维度,而国际文化体系是一个复杂的,除了受众个体,还有技术专家、新技术、媒体,以及制度或规范、权力等因素要纳入体系。

当然,我们不能忽视国际关系中的权力分配影响着各国文化的传播和接受程度。西方国家长期占据国际话语权的中心位置,主导着国际舆论和文化传播的主流渠道。这种权力的不对称使得非西方国家,尤其是中国,在传播其文化时面临更多的阻力和挑战。因此有必要建立多层次的中华优秀传统文化传播战略。例如,在国家层面,通过文化外交和国际合作推动文化传播;在社会层面,通过文化活动和媒体宣传增强文化认同;在个人层面,通过我国用户的文化分享与生产提高话语总量和文化破圈的可能。从而在这个过程中,提升中华文化国际传播的文化资本。文化资本是文化传播的基础。中国需要在国际上积累文化资本,包括国际文化市场的认知度和认可度。例如,通过增加文化话语总量、通过多边和双边文化交流项目,与世界各国建立长期合作关系、文化援助和文化外交项目,帮助其他国家发展文化事业等方式,提高中华文化产品在国际市场的知名度和影响力。正如有学者所说的,中华文化能够让世界各地的中华儿女有“天涯若比邻”之感,又能实现“人类命运共同体”理想。^[29]

本文尝试在可沟通性视域中考虑这些因素,概括中华优秀传统文化国际传播的一种理想化的构型。要实现它,注定会有一个长期的拉锯,至少国际体系的改变以及形塑变革是一个漫长的过程。有学者总结了中国对外文化形象要经历“文化形象建构-传播-反馈”的模型,认为文化形象的建设与优化是一个系统而漫长的历程。^[30]邓肯·格林在《变革如何发生》一书中写道:“由于在人类系统中的各种因素之间存在着大量的关系与反馈回路,他们不可能被化约为简单的因果链条。”^[31]变革的成功充满各种不确定性,就像控制武装暴力和武装冲突的《武器贸易条约》。2003年最初只有三个小国呼吁,到2014年成为国际法,在邓肯·格林看来这是长时期运用权力与系统方法来促进国际体系改变的绝佳的研究案例。当代国际文化交流体系的改变是困难而缓解的,涉及国家实力较量、观念形成、利益博弈、关键节点等复杂关系,但并非无法改变。有些变化在悄然发生,比如,加拿大国际问题研究学者让-路易·鲁瓦通过分析财富东移、数字化发展、人口分布等趋势认为,“国际社会将围绕三个轴心进行大规模重组:亚洲优势、各种文化享有平等尊严、全球范围内的文化供需增长”^[24]。这些趋势和变化不必然改变中华优秀传统文化国际传播的窘境,但国际规范从来不是一成不变的,文化观念也在转换,中华优秀传统文化的可沟可能性会在不同情境和路径中得以实现,促成一个值得期待的,更高阶的全球文化秩序。

参考文献:

- [1] 周宁. 天朝遥远:西方的中国形象研究. 北京:北京大学出版社,2006:9-10.
- [2] 金观涛,刘青峰. 开放中的变迁:再论中国社会超稳定结构·导言,法律出版社,2012:3.
- [3] 让-路易·鲁瓦. 全球文化大变局. 袁粮钢译. 深圳:海天出版社,2017:17.
- [4] L. F. Li, X. Y. Hai. Towards a Communicative City: Applying a New Framework for Understanding Communication and City. *Global Journal of Human-Social Science*, 2023:1-6.
- [5] 沙垚. 可沟通关系:化解乡村振兴多元主体关系的内在张力. *新闻与传播研究*, 2023, 8:80-95+127-128.
- [6] 吴飞. 论数字共通中的共鸣关系. *现代传播*, 2024, 4:37-47.
- [7] 黄旦. 数字沟通:世界作为一个媒介. *社会科学报*, 2021-12-27(04).
- [8] A. Hepp. Transculturality as a Perspective: Researching Media Cultures Comparatively. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 2009, 10(1).
- [9] 方克立. 综合创新之路的探索与前瞻. *哲学动态*, 2008, 3:5-11.
- [10] 刘述先. 从当代新儒家观点看世界伦理. *中国哲学史*, 1999, 4:74-83.
- [11] 李泽厚,刘绪源. 还用不用“本体”“本体论”“哲学”这些词. *东吴学术*, 2012, 3:16-21.
- [12] 张岱年. 文化传统和综合创新. *江海学刊*, 2003, 5:14-15.
- [13] 加加美光行,张玉林. 现代中国学的新范式——共同行动论的提倡. *中国研究*, 2007, Z1:1-28+295.
- [14] 汤忠钢,魏丹. 论“共同态度性”范式在现代化理论研究中的运用问题. *华侨大学学报(哲学社会科学版)*, 2008, 1:21-28.
- [15] 任剑涛. 在对话中展开:多元现代性的共识问题. 探索与争鸣, 2024, 1:87-99+178-179.
- [16] 史安斌,朱泓宇. 数字华流的模式之争与系统之辩:平台世界主义视域下中国国际传播转型升级的路径与趋势. *新闻与传播评论*, 2022, 5:5-14.
- [17] 肖珺,李朝霞. 唤醒、激活与复现:传统文化短视频的传播功能. *新媒体与社会*, 2020, 1:197-210.
- [18] 苏筱. 文化再生产与符号联想:数字时代的民俗与国家形象建构. *文化遗产*, 2024, 1:98-104.
- [19] 考林·霍斯金斯,斯图亚特·迈克法蒂耶,亚当·费恩. 全球电视和电影:产业经济学导论. 刘丰海,张慧宇译. 北京:新华出版社,2004:6.
- [20] 罗钢,刘象愚. 文化研究读本. 北京:中国社会科学出版社,2000:346.
- [21] 任孟山,任泽阳. 从知识生产到话语建构:“中国版中国文化故事”的释义与共情. *视听理论与实践*, 2023, 6:5-10.
- [22] S. R. Olson. *Hollywood Planet: Global Media and the Competitive Advantage of Narrative Transparency*. Routledge,

- 1999;18.
- [23] 胡泳. 数字位移:重新思考数字化. 北京:中国人民大学出版社,2020;7.
- [24] 让-路易·鲁瓦. 全球文化大变局. 袁粮钢译. 深圳:海天出版社,2017;16;227.
- [25] 习近平主持召开哲学社会科学工作座谈会. 新华网,2016-05-17. [2024-06-21] http://www.xinhuanet.com/politics/2016-05/17/c_1118882832.htm.
- [26] 晏青. 中国文化全球传播的媒介逻辑与社交融入创新. 南京社会科学,2019,7:111-119.
- [27] 王鑫,黄皓宇. 中国传统文化符号跨文化叙事研究——基于杜甫在英文世界传播的考察. 新闻与传播评论,2021,5:121-128.
- [28] 陈国明,安然. 跨文化传播学关键术语解读. 北京:中国社会科学出版社,2010;209-213.
- [29] 丁和根. 海外华语传播与中华民族文化认同的建构. 新闻界,2017,9:73-80.
- [30] 王敏,李雨. 中国对外文化形象:“西圈”指标、“出圈”壁垒与“破圈”机制. 新闻与传播评论,2022,2:114-128.
- [31] 邓肯·格林. 变革如何发生. 王晓毅,张延宙,杨莉译. 北京:社会科学文献出版社,2020;14.

Communicative: Propositions and Logic of International Dissemination of China's Outstanding Traditional Culture

Yan Qing (Jinan University)

Abstract: The international dissemination of China's outstanding traditional culture is an expression of cultural confidence amid China's rise and national rejuvenation. However, the prevailing "West strong, East weak" landscape in international communication presents a formidable challenge. In this context, the communicative proposition of traditional culture dissemination, which can better circumvent ideological risks and imaginations, offers an alternative vision for cultural dissemination that helps avoid the pitfalls of "nation-state" and "populism". The cultural dialogue and digital communication between "tradition and modernity" of China's outstanding traditional culture facilitate the fusion of cultural perspectives and effective dialogue between nations. To achieve communicable dissemination, it is necessary to pay attention to cultural discounts to reduce value loss, leverage the "digital vessel" to couple administrative mechanisms with digital mechanisms, and cultivate the participation of overseas residents, integrating cultural exchange into everyday life. As a concept, communicability provides a new possibility for the international dissemination of China's outstanding traditional culture.

Key words: traditional culture; international communication; communicative; digital communication

■ 收稿日期:2024-03-04

■ 作者单位:晏青,暨南大学新闻与传播学院;广东广州 510632

■ 责任编辑:刘金波