

从文化符号到精神标识：对外传播中优秀传统文化的提炼与融通

吴阿娟 韩 阳

摘 要：精准表述、高度凝练而又富于表现力的精神标识，具有通约文化精髓的代表性、穿透认知壁垒的可见度、集成文明线索的指引性、反映共同体意识的价值性，发挥着融通中外情感世界的双向建构功能。基于“五个突出特性”原则，通过类型化与层次化、协同化与数字化，中华文明的精神标识得到有效提炼展示，不断赋予中国式现代化以深厚底蕴。但我们的对外传播依然面临着被标签化、文化折扣、东方主义陷阱、AI技术主导舆论热点等传播区隔和跨文化对话挑战。需要深化研究阐释，推进话语转译，开展共情传播，实现时空重构等组合路径，提升精神标识的清晰性与可见度、丰厚性与通解度、情绪值与表现力、触达率与交互性、认同感与美誉度，赋予标识性话语更高的内生吸引力与外在感召力，推进中华文明的国际传播。

关键词：精神标识；文化符号；中国式现代化；对外传播；提炼展示

中图分类号：G03 **文献标识码：**A **文章编号：**1671-1106(2023)06-0043-09

在全球化进程中，中国式现代化有效推进中国深度融入国际交往秩序，给中国经济、政治和社会生活带来深刻变化，也使中华文明在世界文明谱系中扮演越来越重要的角色。进入新时代，中国更有必要主动挖掘并形成自身独特的话语体系，向世界讲述中国特色现代化发展之路。长期以来，文化符号因其具象性以及在外传播上的广泛性，成为当代跨文化传播的主要表现形式和国家形象建构的重要载体。但受后现代主义思潮影响，当代符号学研究形成“符号本体论”倾向，并在全球信息化背景下出现困境与悖论。文化符号理论偏重对于局部、片面、边缘化的文化现象进行解构性诠释，于中国文化符号体系中始终贯穿的共同体意识而言，较难通览中国文化全貌，也易于加深区域化刻板印象。面对充满不确定性的国际环境，要获得国际社会的理解和认同，中国有必要更有效地展现出中国人的宇宙观、天下观、社会观与道德观等内容，让世界读懂中国。由此，一个能够涵盖文化符号积极含义，同时又能超越其解构主张的概念亟需被提出。习近平总书记在一系列关于中华文化的重要论断中提出了“中华文明的精神标识”；党的二十大报告提出，“坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓”。从文化符号到精神标识，不仅是形式上的表述改变，更是有着深切理论关怀和文化自觉的话语更新。中国对外话语体系建设立足和平发展的价值承诺，致力于建设和平公正与合作共赢的后霸权世界秩序。这其中，对于中华优秀传统文化精神标识的提炼、阐释与融通尤为重要。

收稿日期：2023-08-12

基金项目：天津市哲学社会科学规划课题青年项目(TJSRQN19-004)阶段性成果。

作者简介：吴阿娟，天津社会科学院(天津 300191)网络安全和信息化办公室主任，研究员；通讯作者：韩阳，天津社会科学院舆情研究所助理研究员，博士。

一、符号与标识：解构性和建构性

（一）文化符号的理论贡献与解构主义倾向

文化符号是社会建构的产物,各个国家在发展过程中都会形成特有的文化符号,构成国家的文化整合与视觉识别系统,发挥着对内对外两方面作用。对内,人们通过寻找、创制和再生产,用符号化的方式为自身存续发展“提供意义和秩序感”[1](P140),借助符号化的文化力量将社会政治元素凝结为一个共同体。甚至可以说,“没有符号及其交流,共同体就不可能存在”[2](P125)。对外,文化符号具有跨文化传播优势,是国家形象建构的重要载体。在人类族群联系日益紧密的现代社会,各种符号系统通过传播而构筑出新的社会景观。20世纪60年代以来,关于文化符号的研究已形成一种国际学术思潮,他们善于运用符号学的眼光审视人类文化史和人本身,为有关社会文化现象的产生提供深层解释。

文化符号理论虽然在分析社会现象方面能够得出耳目一新的结论,但受后现代主义思潮影响,当代符号学过于专注符号本身的孤立研究,形成了“符号本体论”倾向:(1)解构主义,既然符号可以超越人的活动本身而存在,那么文化符号之间既有关系都可以裂变分解,从而使人们对文化符号的理解陷入相对主义,导致所有文化体系都应加以怀疑和解构;(2)符号暴力,“符号本体论”揭示并放大了文化符号所能起到的强化权力、规训社会作用,忽视了共同体使用符号权力的合法性与正向作用;(3)身份政治,在美西方国家,“符号本体论”为少数族裔或边缘化群体的身份政治诉求提供理论支持,他们强调自己文化传统的特殊性并催生激进的“纠偏行动”,造成压制言论自由、消解主流文化以及社会巴尔干化。此外,全球信息网络化与“符号本体论”的耦合也带来困境与悖论,表现为文化符号过载、污染、犯罪等现实文化符号危机。

根植于丰富的文化资源,20世纪80年代以来,中国的文化符号理论得到蓬勃发展。尤其是文化符号学的解构主义特质,与20世纪末流行的消解宏大叙事的社会思潮相暗合,在推动知识生产和社会新知方面一度发挥积极作用。但同时,文化符号理论疏于从整体性层面系统把握中国文化符号内涵,加深了区域化的刻板印象和离心趋势。不少学者在反思早期研究时指出:“我们之前研究各民族的特殊文化符号,而忽视了各民族的共享文化符号。”[3]“符号的拟象性在人类文化结构中根深蒂固,以至于很容易忽视其文化的建构性,从而容易引起误读乃至文化冲突。”[4](P269)随着时间推移,文化符号理论“长于解构,疏于建构”的副作用日益明显,甚至有走向文化虚无主义的危险。

应用到对外传播领域,文化符号理论认为,国家能够通过对既有文化符号进行目的性编码、跨文化传播来有效建构国家形象。在实践过程中,通过对文化符号的有效运用,确实丰富了中国的文化形象、增强了国家软实力。然而,由于文化符号本身具有隐喻性、转喻性特征,以及存在选择失误和传播失策,以致“文化符号造成的中国国家形象误读现象尤为普遍”[5](P59)。更重要的是,由于符号本体论过于强调文明之间由于历史、文化、地理以及心理结构等导致的差异性,会鼓励形成地方性的文化中心主义。在经历“文化遭遇”时刻,本体论的文化符号不仅难以帮助文明之间形成互相尊重与理解,而且可能不断加剧文明间持续紧张、对抗的结构和局面。同时,本体论的文化符号容易产生原子化、碎片化的文化离心主义倾向,将不可避免地与中国文化符号体系中共生同在的共同体传统产生一定冲突。

（二）精神标识的话语更新与建构主义立场

中国作为基于文化认同的共同体,自古以来就非常善于使用文化符号。通过自下而上的“神圣化”、自上而下的“世俗化”、由外向内的“本土化”,中国人建构了一套复杂精密的文化符

号体系,用以彰显地位与权力、生存与繁衍、纳福求吉、辟邪禳灾等。[6](P9)在漫长的历史长河中,有的符号快速出现、快速消失,有的符号尽管是上千年前形成的,但至今依然被人们认同。近年来,中国运用文化符号开展国际传播取得了一系列佳绩,但美西方国家利用话语霸权和传播优势对中国进行抹黑、诽谤和打压,为中华文化的国际传播也制造了层层障碍。同时,基于西方后现代思潮的文化符号理论虽然能够提供一定概念支持,但其内含的解构主义传统既难于解释中华文明从“满天星斗”到“多元一体”的统一进程,也与中国文化符号体系中始终贯穿的共同体意识相抵牾,甚至还会和历史虚无主义勾连而滑向“文化虚无主义”。

“当前中国的崛起带动了新一轮全球性文化遭遇的过程。”[7]面对世界图景中丰富的异质性外部文化,需要从中国文化体系中提炼与世界文明融通的共同价值,尤其要找到能够精准表述、高度凝练而富于表现力的精神标识,以便让国内外受众都能够从中一目了然地感知中华文明的精神特质。2018年8月21日,习近平总书记在全国宣传思想工作会议上指出:“要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来,把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来。”此后,习近平总书记又多次强调中华文明精神标识的重要价值,要求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、与世界先进文化相结合,提炼并展示优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓。

从文化符号到精神标识,首先体现了去粗取精、优中选优、凝练融合的筛选过程。文化符号是精神标识的重要来源之一,但并非所有的文化符号都能够成为精神标识,而精神标识一定是典型的文化符号,能够反映中华文明的根与魂。如符合“五个突出特性”、有利于实现“两个结合”的文化符号能被提炼为精神标识。其次,精神标识在保有文化符号原生内涵的基础上,一方面超越其解构主张,一方面被赋予了时代价值。精神标识的提炼展示体现了国家意志的建构过程,旨在推进文化认同与文化创新,推进人类命运共同体的构建。如作为精神标识的“大运河”被世界重新认知,被视为一座流动的“纪念碑”。

相比于复杂多元的文化符号,精神标识更显著、更精华、更稳定、更能反映共同价值,是具有“元符号性”的文化精髓。与本体论的文化符号学所蕴藏的解构主义旨趣不同的是,精神标识具有旗帜鲜明的建构主义立场:(1)通约文化精髓的代表性,精神标识能够反映中华文明的精神内核,代表中华文明的优秀成果,是具有永恒价值、反映普遍规律的文化精髓;(2)穿透认知壁垒的可见度,精神标识在形象表现上具有高清晰度、辨识度和呈现力,能够直观且集中地体现中华文明何谓何为,便捷有效地展现中华文明优秀基因;(3)集成文明线索的指引性,精神标识是中华文明点与面、表与里的联结点,可以清楚呈现中华文明的发展脉络,便于在中华文明的精神谱系中精准定位文化坐标;(4)反映共同体意识的价值性,精神标识反映了中华民族共有的文化心理、历史认识、政治思想和价值追求,能够从理念和情感上给人以鼓舞。对于非中华文化圈的受众也能够引发他们的情感共鸣,增进对人类命运共同体的认可。

从“文化符号”到“精神标识”是深切理论关怀的话语更新,体现了新时代中国的理论自信与文化自觉。一方面,精神标识并非文化符号的简单替代,而是从内容和层次上的迭代和升华。通过提炼在时间上更久远、在空间上更多元和在精神上更具认同性的精神标识,表现中华文明“持久稳定与不断创新的有机统一、坚守自主与体现包容的有机统一、追求和平与敢于斗争的有机统一”[8]的精神特质;另一方面,标识性概念的提出有助于超越西方知识生产过程中所预设的概念和思维陷阱,是构建中国自主知识体系的创新之举。正如相关研究所指出:“习近平总书记这一系列关于中华文化的重要论断,在我们党的历史上说出了既一脉相承又与时俱进的‘新话’,标志着我们党对中华文化的认知开始进入到新的历史发展阶段,意味着中华优秀传统文化在中国特色社会主义现代化进程中的正面价值和重要意义”[9]。

二、提炼展示中华文明精神标识的研究与实践

(一)“五个突出特性”:提炼展示精神标识的遵循

中华文明历史悠久、文化灿烂,是一座盛产精神标识的富矿。依据时间序列,中国文化先后包括古代传统文化、现代革命文化、外来文化、新生文化四大板块。在古代传统文化内部,又存在不同时代和模块的亚文化类型,各种亚文化交互、碰撞、融合,构成了中华文化多元一体的文明底色。中华优秀传统文化的多样性和丰富性,既给提炼展示工作提供丰厚的基础,同时也造成技术上的难度。这就要求,提炼展示工作必须在整体视野下做好统筹兼顾,否则既容易顾此失彼,也不免南辕北辙,甚至和西方文化符号理论一样走向文化虚无主义。习近平总书记在文化传承发展座谈会上指出,“中华文明具有突出的连续性、创新性、统一性、包容性、和平性‘五大突出特性’”,为提炼展示中华文明精神标识提供了根本遵循。

五个突出特性有着缜密的逻辑关系。其中,连续性居于首位。中华文化有一脉相承的精神追求、精神特质与精神脉络,中国式现代化“是文明更新的结果,不是文明断裂的产物”[10]。提炼展示要注重中华文化的连续性、整体性,避免用断裂化、碎片化的视角理解中国文化;在创新性方面,中华民族有“周虽旧邦,其命维新”的精神传统,精神标识须体现守正不守旧、尊古不复古的进取精神;在统一性方面,精神标识要反映中华文明“书同文,车同轨,量同衡,行同伦”的统一进程,萃取区域间和民族间一体同心的共同体意识;包容性方面,精神标识要有利于讲出文明交流互鉴、共同发展的故事,增进多元文化并存与发展共识;在和平性方面,精神标识要有利于塑造中国作为世界和平建设者、全球发展贡献者、国际秩序维护者的正面形象。其内在逻辑意味着,“五个突出特性”要统筹兼顾,“坚持守正与创新相统一、个性与共性相融洽、历史与现实相贯通、当前与长远相统筹”[11]。

(二)类型化与层次性:对精神标识进行体系量化

中华文明内涵丰富、外延广大、载体繁多,这就要求对精神标识的提炼展示必须提纲挈领、利于宣传,按照科学方法提供清晰明辨的分层分类体系。同时,由于亚文化类型的丰富性与差异性,为了确保精神标识的整体性与统一性,必须采取标识集合形式,通过现代性范式将一系列具有差异性的标识统合起来,以连贯叙事和核心精神凝聚对中华文明的最大认同。近年来有不少围绕中华文明精神标识凝练和体系量化的研究。

在横向结构上,根据观念谱系,认为中华文明的精神标识集中体现在“宇宙观、天下观、社会观、道德观四大方面的立体系”[12]。“以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,伟大创造精神、伟大奋斗精神、伟大团结精神和伟大梦想精神,中华传统美德体系与中华民族的处世之道、价值导向、精神气质、生存理念,中国人民长期生活所形成的宇宙观、天下观、社会观、道德观。”[13]根据载体形态,可以划分为“思想观念、语言文字、文化遗产、文学艺术、杰出人物等具有影响力、感召力、传承性的载体”[14],或者“地理类、物质类、精神类、历史类、文化艺术类和生活类”[15]等。

在纵向结构上,可参考“金字塔论”“系统层论”等研究。依据方李莉教授提出的“金字塔论”,精神标识呈三层的金字塔形状,最顶层的层级是一体的,越到下层越多元。在不同层级中,精神标识表达着不同象征意义。第一层级为总概性象征,是一个国家的总标识;第二层级是关键性象征,是属于全国各族人民共有共享的文化符号;第三层级是地域性象征,是属于地方性的人文景观、民俗风情。[16]在“系统层论”看来,“第一层面为最显眼的外显层面,中华文明精神标识系统层;第二个层面为次显眼的外隐层面,中华文明传媒系统层;第三个层面为内显层面,中华文明制度系统层;第四个层面为内隐层面,中华文明理念系统层”[17]。虽然这两种分层方

式的标准有所不同,但从结构上都是为了清晰呈现中华文明立体、多层面而又互动的建构过程,最终目的都是“把马克思主义思想精髓同中华优秀传统文化精华贯通起来、同人民群众日用而不觉的共同价值观念融通起来”[18](P18)。

(三)协同化与数字化:提炼展示精神标识的方法和载体

提炼展示中华文明的精神标识是一项系统化、体系化工程,并非某一个领域可以独立完成,需要社会各界的密切合作、协同发力。例如,考古工作具有证史、正史和补史的作用,为厘清历史线索、凝练文明基因、构建价值体系提供了实证基础;史志工作延续了“存史、资政、教化”的社会功能,有利于为精神标识正本清源、传承有序;文艺工作能够以喜闻乐见的方式呈现中华文化跨越时空、超越国界的精神元素,降低精神标识传播的认知门槛,扩大感知文化精髓的受众范围。除了不同领域专家的专业性阐释,民间叙事和公众阐释在提炼展示中华文明精神标识中的作用也愈发突出。非专业人士围绕精神标识的集体记忆或生活史片断能够提供独特的视角和信息,促进中华文化精髓的意义获得多元表述,构成在人民日用而不觉的价值观念中挖掘和提炼的生动实践。

互联网的日新月异为中华文明精神标识的提炼与阐释创造了全新传播环境。一方面,通过多样化数字艺术形式赋能,以高品质数字艺术作品更新对中华文化的内涵阐释,推动精神标识的现代性重塑。例如,持续增长的中国文物数据日益成为文物保护利用、文化创新发展的宝贵资源,各大博物馆对经典文化符号进行创意转译,衍生出一系列备受追捧的“爆款”文创产品。另一方面,移动互联网下的场景革命为精神标识带来了更广阔的传播空间,以青年为主体的受众群体带来了更广泛的传承力量。例如,央视的文化类综艺节目《典籍里的中国》、河南卫视的“中国节日”系列节目,深入挖掘与弘扬中国传统文化和中华美学精神,贯穿对精神标识的阐释和解读,“通过符号、情景和互动巩固历史知识、建构历史记忆、强化历史思维,从不同层次和不同角度勾勒出人类文明的发展轨迹”[19]。

三、中华优秀传统文化在对外传播中面临的区隔与挑战

(一)标签化与“在场的缺席”

受传统文化符号理论影响,中国在对外传播过程中甄选有代表性的中国形象的文化符号进行定向传播,希望达到“迅速树立国家形象,打开国际市场”的效果。诸如故宫、长城、熊猫、功夫等就经常性地被植入到中国的对外文化传播产品当中。这些做法在初期确实能够强化国外受众对于中国文化形象的认知,但长此以往,这种同质化宣传会形成“过度符号化”的传播效果,不仅不利于多维度国家形象的建构与传播,反而迎合了西方世界对于中国文化形象刻板化的需要。长期以来,西方主流话题体系一直试图对中国文化形象进行单一化、标签化处理,从而实现对中国文化想象的地域化和边缘化。旅美学者巫鸿、曹星原曾提出:“我们在美国都能感觉到,有一种深度的,好像缺席的种族歧视,但时时刻刻都是在场的……我们必须从它的在场辨认它的缺席,我们也必须具有从它的缺席看到在场的那种深深的文化偏见。”[20](P141)事实上,这种所谓的“在场的缺席”折射出西方文化中非常隐晦且有策略的“文明的技巧”,他们一方面给予包括中国在内的非西方文化一定的认可和展示空间,同时又把这种非西方文明塑造成边缘化的“他者”,既展示了其多元文化的开放和包容,又限制了中国文化影响的范围和深度。

(二)文化折扣与传播价值耗损

跨文化研究表明,“来自不同文化背景的人们在进行相互交流时,最难消除的理解障碍之一,是他们难以共享一种通用的文化符号系统”[21]。基于不同的文化符号编码系统,以及受政治、意识形态等因素制约,在国际传播过程中,各个国家之间虽然分享着关于文化符号的形象与

认知,但在文化符号互动链条中却并非共享同样的意义,文化符号传递的信息、价值和意义也并不一定与预期效果相一致,这就导致跨文化交流中不可避免的文化折扣现象。所谓“文化折扣”(Cultural Discount),即由于文化背景差异,国际市场中的文化产品不被其他地区受众认同或理解而导致其价值减低现象。对外传播过程中,文化折扣体现在三个层面:传播者编码时的编码折扣,如具有明显意识形态色彩的文化产品往往面临国外受众的漠视或抵触;传播渠道的传输折扣,如文化距离成为我国图书出版对外输出过程中显著的阻碍因素;受众解码时的认知折扣,如由于文化隔阂和理念差异,当前中国电影面临着“外冷内热”局面。对外传播过程中,任何一个环节的折扣都会导致文化传播的价值损耗,削弱其影响力和传播效果。

(三)“东方主义陷阱”与政治功利主义

凭借现代化的先发优势,西方国家不仅建构了强大的话语霸权,而且通过知识生产体系深刻影响了非西方世界的认知和思维方式。在西方主导的话语体系里,中国和东方通常以异域风情的面貌存在。东方学者或艺术家想要获得国际认可,要么去呈现“我跟西方是共同体”,要么呈现“东方跟西方不一样”。第一种路径潜藏着“东方主义陷阱”,即生活在东方国家的知识文化精英,将西方建构的“东方主义”理念内化成为自身的集体无意识,从而实现“东方主义”在东方本土的再生产,最终旨在迎合西方的审美价值。[22]第二种路径过于强调东西文化差异性,容易与本土主义耦合走向另一个极端。作为意识形态系统筛选并认证的文化符号,精神标识被赋予相应的意识形态属性和政治功能,虽然具有较强的表现力和接近性,但“宏大的政治话语包装下的文化产品天然不易于被国外受众理解和接受,且容易形成负面的传播效果,为后续的文化传播和国际交流制造障碍”[23]。

(四)AI 主导舆论与“计算宣传”蔓延

进入智能传播时代,社交媒体已构成全球舆论宣传的“主战场”。在受众分辨力和平台监管力不足的前提下,社交媒体持续生产海量信息,使当今世界加速进入“后真相”时代。尤其是 ChatGPT 等大型 AI 模型崛起,映射出传播手段和方法变得高度智能化和技术化,对国际传播格局产生重要影响。俄乌战争期间,美西方国家利用 AI 技术主导的“计算宣传”,通过制造传播虚假新闻,利用社交机器人塑造民意,使用路障机器人打压反对者声音等,在火线热战之外开辟“社交媒体冷战”。研究发现,“在 Twitter 上以中国相关的标签发推量前 100 的账户内容中,没有一条在内容情感上是‘亲华’的,‘反华’内容则超过一半”[24](P49)。显然,这种现象很大程度上与社交媒体机器人操纵有关。由计算宣传掀起的从西方国家内部到国际社会的政治传播生态变局,给中华优秀传统文化的对外传播提出新挑战。一方面,计算宣传通过自动化和精准化的“信息投喂”,针对特定受众建构信息茧房,制造群体对立和社会撕裂,不利于为中华文化的对外传播营造自由宽松的舆论环境;另一方面,“计算宣传”可能进一步强化美西方国家在国际传播渠道中的话语霸权,严重影响其他国家在国际社会上“发声”,导致现有国际传播秩序趋于单边极化。

四、对外传播中精神标识提炼与融通的路径思考

(一)磨光擦亮:提升精神标识的清晰性与可见度

为增强中华文明对外部世界的吸引力和感召力,对新的全球想象和世界秩序做出重要贡献,须要扩大中华文化的信息基础,对一些习焉不察的精神标识予以磨光擦亮。一是做好对精神标识的研究和阐释。运用科学方法在历史长河中探赜索隐、披沙拣金,对精神标识的生成过程、发展流变、现今影响、寓意应用等方面做详细阐释,对历史掌故中的讹讹和谣传予以清理和正解,对中国经典情怀展开细颗粒度挖掘和呈现。二是为精神标识注入新的时代精神,制造“新

的传统”。在内容上,精神标识的价值内核需要“以古人之规矩,开自己之生面”,实现创造性发展与创新性转化。在形式上,精神标识的视觉呈现要引领流行文化趣味,通过“中国经典+新潮新派”开展与时俱进的转变与再造,进而用当下喜闻乐见、易于接受的方式唤起受众从中国元素到中华情怀的情感共鸣。同时需要注意,“强调文化自信的同时,也要保持对本民族文化消极因素的批判精神,要防止无原则地把传统文化符号图腾化”[25](P23)。

(二) 话语转译:提升精神标识的丰厚性与通解度

在对外传播中,由于受众“共同经验”缺失,精神标识需要根据传播环境重新阐释、解读、转化和升华,最大限度地降低文化折扣。一是突破既有文化标签,赋予精神标识以丰富的历史与文化内涵。对于国外已有一定认知基础的精神标识,对其展开多层次和多维度的再诠释,通过叙事策略、视觉风格以及传播路径等方面的突破和创新,逐步实现精神标识主题的丰厚性建构。二是加强文化安全的保护和建设,挖掘异质文化中的共同价值。对于国内外认知差异较大的精神标识,要基于求同存异思路挖掘异质文化中的“共同解释项”,传播“具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧”的精神标识,有效调动文化接收者的兴趣和亲切感,让他们在潜移默化中接受甚至重建文化交往规则。三是贯穿共同体意识,延展人类情感共同体的同心圆。面对国外受众,精神标识须体现“天下无外”的人类命运共同体意识,主张在全人类范围内通过沟通互动和对话协商增进共识,增进跨文化传播的通解度。

(三) 共情传播:提升精神标识的情绪值与表现力

自古以来,中华文化就内含着契合情感传播的理念传统,既有“推己及人”的共情意识,也有“动之以情”的方法基础,更有“天下大同”的情感关怀与价值取向。新的媒体环境,增强了不同文化属性的人们在精神标识的激发下实现情感共振、关系认同的能力,使跨国性的情感共鸣成为可能。一是超越文化阵营的结构性对立,提取人类的情绪公约数。在不同文化圈层和代际之间挖掘共识,提取不同地域、不同阶层、不同时间的人群的情绪和情感密码,增强精神标识“理解他人特有经历并相应地做出回应的能力”。二是激活情感共鸣,吸引异质文化群体参与共创。高级的共情不是对异质文化的简单附和与照搬,而是发挥精神标识的情绪投射作用,吸引对方的文化母题穿过精神标识参与“二次创作”,在“共情”过程中实现“排异”。三是重视非语言符号的叙事功能,发挥精神标识的视觉说服功能。灵活运用非语言等多种形式呈现精神标识,使多层次、多元化的文化母题转化为灵活动态的符号文本,进入发出者和接收者共同构成的可沟通意义空间,降低精神标识跨文化传播面临的误读概率。

(四) 时空重构:提升精神标识的触达率与交互性

随着媒介技术迅猛发展,当今信息传播已演化为由文本、图像、音频、视频等多种元素共同呈现的集合形态。面对新国际传播环境,须根据不同情境探寻“自塑”引导“他塑”的弹性常态传播机制,从触达率、覆盖率、国际影响率提升维度出发,聚焦中华文明精神标识传播的落地度。一是用好数字传播技术,活化精神标识的形象表达。借助各类数字技术,使精神标识活化起来,让其蕴含的中华优秀传统文化因子借助数字技术跨越物理时空,达成“数字共享空间”中的跨时空传播。二是利用精神标识的层次性,做好分众化的差异传播。采用贴近不同区域、不同国家、不同群体受众的传播方式,推进中华文明精神标识的全球化表达、区域化表达、分众化表达。综合考量“在什么时间,什么地方,向谁,用什么故事,搭建什么情境”,进行混合式、立体式、全方位、有针对性的传播。三是创新拓展对外传播渠道,提升精神标识的可及性。在夯实既有渠道基础上进一步拓展路径、创新思维,抢占元宇宙、NFT等国际传播新赛道,让更多中华文明精神标识汇入国际主流传播渠道。

(五) 美美与共:提升精神标识的认同感与美誉度

对精神标识的提炼展示要有世界眼光,以全人类之心为心,展现可信、可爱、可敬的中国形

象。一方面,正视精神标识中意识形态功能面临的挑战。作为经过国家意识形态系统提炼的文化符号,精神标识具有一定意识形态色彩,在中介系统的解码过程中将面临相应的内在挑战。对此,需要以易于跨文化群体接受、不与国外价值体系冲突的方式对中华文明的精神标识进行二次编码,最大限度降低精神标识传播误解。另一方面,关注文化共同体之间的相互影响,解决好“文化自新与共处的问题”[26]。在这个过程中,要特别注意处理好“普遍性与特殊性”“主体性与在地性”之间的关系,在坚守中华文化立场的基础上,积极寻求、深入挖掘、充分展现精神标识的世界意义,与其他文明并育而不相害、并行而不相悖、并济而和合共生,最终实现文明交流互鉴意义上的“美美与共,天下大同”。

五、结 语

中国式现代化是赓续古老文明的现代化,激荡中华文明的长河澎湃向前。作为人类历史上唯一未曾中断的文明,中华文明形成了独特且多元的精神标识系统,始终贯穿着强烈的共同体意识。对于中华文明精神标识的提炼融通,需要秉持中华文明的连续性、创新性、统一性、包容性、和平性原则,坚持把马克思主义思想精髓同中华优秀传统文化精华贯通起来、同人民群众日用而不觉的共同价值观念连接起来。同时,需要理性看待当下存在的困境和挑战,探索提炼中华优秀传统文化的方法路径,思考互联网全球舆论格局变化中的融通之道,对内铸牢中华民族共同体意识,对外有利于构建人类命运共同体。

参考文献:

- [1] Mari Womack. Symbols and Meaning: A Concise Introduction [M]. Walnut Creek: AltaMira Press, 2005.
- [2] Tony Blackshaw. Key Concepts in Community Studies [M]. London: Sage Publications Ltd, 2010.
- [3] 中华文化浩如烟海,为什么要突出各民族共有共享的文化符号? [EB/OL]. <https://www.mzhb.com/147038.html>, 2022-12-16.
- [4] 李岗. 跨文化传播引论: 语言符号文化 [M]. 成都: 四川出版集团巴蜀书社, 2011.
- [5] 蒙象飞. 中国国家形象中文化符号的运用与传播 [D]. 上海: 上海外国语大学, 2014.
- [6] 赵运涛. 符号里的中国 [M]. 北京: 中华书局, 2021.
- [7] 刘擎. 重建全球想象: 从“天下”理想走向新世界主义 [J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2015(8).
- [8] 景向辉. 认识和把握中华文明精神标识的三重维度 [J]. 世界社会科学, 2023(2).
- [9] 黎康. 精神标识·历史底蕴·转化发展——习近平关于“中华文化”重要论述的理论蕴含与实践指向 [J]. 社会科学家, 2015(9).
- [10] 任理轩. 推动中华文明重焕荣光 [N]. 人民日报, 2023-08-09.
- [11] 纪志耿, 等. 提炼展示好中华文明的独特精神标识 [J]. 前线, 2023(2).
- [12] 陆卫明, 等. 论中华文明精神标识与文化精髓的提炼及其价值 [J]. 北京联合大学学报(人文社会科学版), 2023(3).
- [13] 王泽应. 中华文明的精神标识综论 [J]. 中原文化研究, 2023(3).
- [14] 陈璐. 提炼展示中华文明的“精神标识”和“文化精髓” [N]. 中国文化报 2023-06-28.
- [15] 曾明, 等. 中华文化符号和中华民族形象的划定原则及类型特点 [J]. 民族学刊, 2021(7).
- [16] 方李莉. 论铸牢中华民族共同体意识与中华民族文化符号的再建构 [J]. 中华民族共同体研究, 2023(3).
- [17] 王一川. 关于推进中华文明符号调研的初步思考 [J]. 艺术教育, 2023(7).
- [18] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告 [M]. 北京: 人民出版社, 2022.
- [19] 刘佳静. 馆藏文物的影像传播与历史认知研究 [J]. 东南文化, 2020(6).

- [20] 曹星原解读《废墟的故事》[EB/OL]. <https://www.iqetget.com/listenBook/《废墟的故事》%7C%20曹星原解读?token=8ZBLE4m3YE7dWOMyAbjgXvRaKn1w9A>, 2018.
- [21] 贾磊磊. 全球化语境中的跨文化表达——论非文字类文化符号的传播效应[J]. 现代传播, 2011(12).
- [22] 王鹏. 中华文化对外传播中的“东方主义陷阱”: 理论剖析与政策思考[J]. 对外传播, 2022(12).
- [23] 高涵. 文化符号与国家形象: 中国国家形象对外传播的困境与策略研究[J]. 新闻春秋, 2020(6).
- [24] 高伟, 等. 全球传播生态发展报告(2020)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2020.
- [25] 萧功秦. 走出天下秩序: 近代中国变革的思想视角[M]. 北京: 商务印书馆, 2022.
- [26] 费孝通, 等. 全球一体化发展中所遭遇的文化困境[J]. 民族艺术, 2001(2).

From Cultural Symbols to Spiritual Markers: Extraction and Integration of Outstanding Traditional Culture in External Communication

WU Ajuan HAN Yang

Abstract: Being precisely expressed, highly concise and full of expressive force, spiritual markers have the representativeness of the essence of the commensurability culture, visibility penetrating cognitive barriers, guidance of integrating civilization clues, and value in embodying community consciousness, playing a bi-directional construction function of integrating the emotional world of China and foreign countries. In accordance with the principle of “five prominent features”, the effective refinement and display of the spiritual identity of Chinese civilization are realized through classification and layering, coordination and digitalization, constantly enriching the profound foundation of Chinese modernization. However, the challenges such as being labeled, cultural discounts, Orientalism traps, AI technology-leading public opinion hot topics, and cross-cultural dialogue are still faced by our external communication. Therefore, some suggestions are proposed to enhance the clarity and visibility, richness and comprehensibility, emotional value and expressiveness, accessibility and interactivity, identity and reputation of spiritual markers, endow standard discourse with higher internal and external appeal, promote the international dissemination of Chinese civilization.

Key Words: spiritual markers; cultural symbols; Chinese modernization; external communication; extraction and display