

多模态话语框架下中国优秀传统文化外宣研究

刘欣雨, 张佳怡, 张斯琪

东北林业大学外国语学院, 黑龙江 哈尔滨

收稿日期: 2024年1月25日; 录用日期: 2024年3月6日; 发布日期: 2024年3月19日

摘要

随着中国综合国力增强, 国际地位提高, 实现中国优秀传统文化对外宣传已经成为中国提升文化软实力的重要途径之一。青年是中日文化交流的新生力量, 同时也成为了未来中国优秀传统文化对外传播的主力军。本文对中国优秀传统文化对外传播的现状做出阐述, 从而说明多模态话语框架对于文化外宣的可行性。并针对日本青少年对中国优秀传统文化的认知程度进行调查分析, 从而揭示当前文化外宣存在的问题, 并且提出在多模态话语框架下针对这些问题的解决途径, 即引入多种模态丰富话语框架; 选择更加喜爱的传播渠道和多感官增强沉浸感。

关键词

多模态话语框架, 中国优秀传统文化, 中日青年, 对日外宣

Research on Outreach of Chinese Excellent Traditional Culture under Multimodal Discourse Framework

Xinyu Liu, Jiayi Zhang, Siqi Zhang

College of Foreign Languages, Northeast Forestry University, Harbin Heilongjiang

Received: Jan. 25th, 2024; accepted: Mar. 6th, 2024; published: Mar. 19th, 2024

Abstract

As China's comprehensive national power increases and its international status improves, realizing the publicity of China's excellent traditional culture to the outside world has become one of the

important ways for China to enhance its cultural soft power. Young people are the new force of Sino-Japanese cultural exchanges, and at the same time, they have become the main force of the future foreign dissemination of Chinese excellent traditional culture. In this paper, the current situation of the external communication of Chinese excellent traditional culture is elaborated to illustrate the feasibility of the multimodal discourse framework for cultural outreach. It also investigates and analyzes the awareness level of Japanese teenagers towards Chinese excellent traditional culture, which reveals the existing problems of cultural outreach and proposes solutions to these problems under the multimodal discourse framework. In other words, it's to introduce multiple modes to enrich the discourse framework, to choose more favorite communication channels and to enhance the sense of immersion by multisensory senses.

Keywords

Multimodal Discourse Framework, Excellent Traditional Chinese Culture, Chinese and Japanese Youth, Outreach to Japan

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

随着我国综合国力的提升和国际地位的提高,中国优秀传统文化的国际影响力日益增强,激发了其他国家人民了解中国优秀传统文化的热情。中国优秀传统文化的对外传播成为当下热点,以知网数据库为对象,以“中国优秀传统文化”“海外传播”为关键词检索发现,在近十年时间内相关文献数量猛增,总体呈上升趋势[1]。中华优秀传统文化不仅是中国人民心中深沉的精神力量,更是世界文明的重要组成部分。中华优秀传统文化的外宣有助于增强中华文化的传播力影响力,加深中国人民对于本国文化的文化自信,在国际上塑造优秀的国际形象。通过积极提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓,能够提高中国的文化软实力,构建具有鲜明中国特色的文化战略体系。因此,加强中国优秀传统文化的对外传播是当下“讲好中国故事”工作中的重要任务。

在多模态话语框架下,可以从不同视角,多种感官出发,使中国优秀传统文化的传播不再平面化,单一化;而是更加全面,立体地展现出来,使得中国优秀传统文化的对外传播更加顺畅、准确,从而使中国优秀传统文化在传播上兼具内容的丰富性和题材的多样性,助力中华文化更好地“走出去”,进一步增强中国优秀传统文化对日本的影响力,从而推动中国优秀传统文化与世界文化的交流,使中华文化中具有当代价值和世界意义的文化精髓充分展示出来。利用多模态所搭建的诸多平台,融合古老中国智慧,致力于解决世界难题。

同时,通过多模态话语框架,在跨文化视域下对中国优秀传统文化及其对外传播的深入了解,能够提高青年自身的文化认同感和民族自豪感,促使其内在觉醒,提升青年的核心素养,更好地继承和发扬中华文化。立足于多模态话语框架,加深当代青年对中日跨文化交流的理解。通过传播手段的创新和学习,使其更好的成为构筑中日文化友好交流的桥梁人才。

2. 中华优秀传统文化外宣路径分析

中国优秀传统文化外宣过程中,基本是利用单一载体进行传播;传播形式、路径的单一化,在一定程度上影响了传统文化的传播及对“当代中国”的认知程度的加深。此外,由于母语干涉、文化差异等

因素影响,常出现误译等问题,导致中国优秀传统文化的对外传播进行的并不顺利,跨文化交际构成一定障碍。

中国和日本是东亚文明体系中较为典型的文化国家,在这两个国家之中,对于东亚文明的阐述是十分鲜明的,这样的文化特点不仅在实际的社会日常生活中,更体现在两国的民族精神中。两者之所以有如此高相似的东亚文明特点,主要是因为日本在中国的唐朝时期,大规模的借鉴中国的古代文化所致。并且中国古代唐朝的文化,对于日本后来文化体系的形成,以及日本后来历史社会的一系列发展,都产生了重大影响。因此对日文化外宣既有着展现中国优秀传统文化的重要意义,并有利于两国之间的文化交流,增进中日两国之间的友好往来。

要想提升中国优秀传统文化海外影响力,就必须从不同的角度考察中国优秀传统文化,利用好语言、图形、色彩、影视等不同符号体系,以多模态的视角进行中国优秀传统文化的海外传播。近年来利用多模态话语体系进行的文化传播在世界范围内被广泛熟知。文化传播的路径呈现多视角、多模态趋势[1]。

3. 国内外研究现状

3.1. 国外研究现状

法国文学 R. Barthes (1977)综合阐述了跨文化交流过程中图像、语言表达以及两者相互作用得影响,为多模态话语分析理论奠定了坚实的理论基础。学者克雷斯和路文(Gunther Kress & Van Leeuwen, 1996)表达了认可 R. Barthes (1977)提出的图像能够达到表意功能这一观点,并正式地提出了多模态话语分析理论,认为图像同样能够作为载体完成信息的传达从而实现文化的交流;另外,多模态话语分析理论也曾被应用于计算机、医学等诸多学科的交叉研究中;学者 O'Toole (1994)首次将该理论的研究方向转向语言学,实现了多模态话语分析与语言学应用领域的结合[2]。

多模态话语分析最早开始于 1977 年 R. Barthes 在《图像的修辞》一文中的讨论,其提出了视觉图像在意义表达上与语言之间的相互作用;到了 2002 年,随着国际首届多模态话语交流研讨会的召开,多模态话语分析正式成为话语研究的一个独立分支;多模态话语分析发展至今 40 年,形成了若干不同的理论模型[3]。

随着多模态话语分析理论的不断发展和在各个领域的广泛使用,使其在教学交流领域更受重视:Stein (2000)第一次提出多模态教学模式的概念,并将其应用于教学实践中;Kress (2001)对语言在教学中的主导作用提出质疑,他认为随着计算机技术的发展,图像、动画将会在教学过程中承担起更重要的教学角色,这一观点与多模态教学模式相适应;学者 Jewitt (2006)也指出课堂教学时教师不能使用单一模态,需要选用多种模态共同完成教学任务,并提倡将该模式与现代信息技术相结合,搭配不同的模态进行教学[3]。教学作为人际交流和知识传播的重要形式,从中可以看出多模态话语框架在人际交往和观点输出方面的突出优势,为多模态话语框架延展到对外交流领域提供有力的理论支持和实践证明。

3.2. 国内研究现状

2003 年,多模态话语分析理论由李战子首次引入中国,开辟了国内对于多模态话语框架研究的先河;李战子(2003)将国外学者理论和实践研究成果与国内教学现状相结合,指出了多模态话语分析理论在教学方面的重要意义,认为国内教学模式应逐渐与多模态话语框架相结合;顾曰国(2007)明确了“多媒体学习”和“多模态学习”两个概念的区别:前者的载体就是将逻辑媒介来界定某个内容是否为多媒体材料;而多模态互动指人类通过感官跟外部环境之间的互动渠道。胡壮麟(2007)通过介绍“modality”一词的起源,对“多媒体化”和“多模态化”这两个概念继续加以区分[2]。两位学者对于概念的区分更加明确了多模态的概念,从而使其在与其他领域交流配合的过程中更加高效灵活。

在对外进行中国优秀传统文化教学方面王卓(2021)指出中国优秀传统文化教学在对外汉语文化教学,不可或缺,可以更好地反映民族特质和风貌[2]。外来的留学生在学习中国优秀传统文化之后,对中国也产生了更深的认识。同时王卓指出多模态下的对外教学仍有待改进提高,研究浅显,内容浅薄,而且缺乏实证研究。如何充分利用多模态的优势,更好地将多模态应用于对外汉语教学,亟待日后加以改进。

肖珺(2017)指出国内首次出现了对多模态话语分析方法的研究,他详细介绍了他人分析得出的的有关多模态图像的分析及框架,并指出在第三方产业中相关话语推进的研究也广泛使用了多模态话语分析方法[3]。他在研究中指出正是这种话语混合的特色,使北京旅游推广话语呈现出双向、辩证发展的全球本土化特色[3]。

同时肖珺(2017)指出多模态在文化传播方面仍有以下的问题[3]。(1)多模态更多见于少数量少范围的分析,而文字视频音频多方面同时对某一语篇进行阐述的案例较少,也缺少对新生模态进行详细分析的内容。(2)多模态话语分析方法对文化现象的解释力仍有欠缺[3]。

国内的多模态研究虽然相比国外研究起步稍晚,但已取得了一定的成就,尚有广阔的发展空间。

4. 日本人对中国优秀传统文化的认知调查

4.1. 调查对象的基本情况

本次调查针对日本岛根大学大学生进行调查,共计调查 56 人,男性比例为 62.5%,女性比例为 37.5%。调查人数中全部为日本本土学生,从学前教育到大学阶段全部在日本进行。年龄集中在 18~20 岁。如图 1 所示。

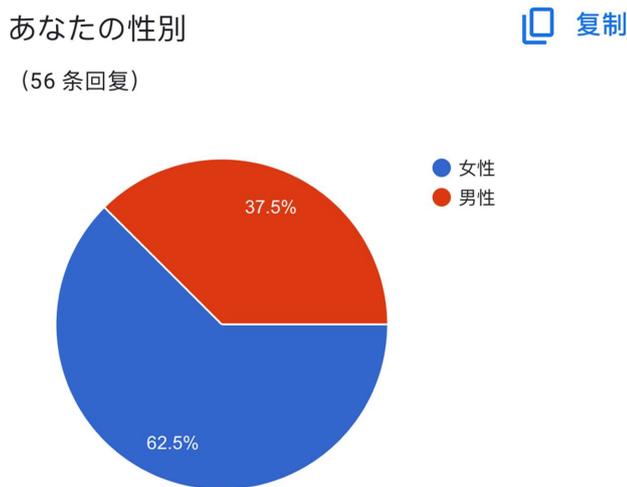


Figure 1. Gender data of survey respondents
图 1. 调查对象性别数据

4.2. 数据分析

调查显示,44.6%的人表示通过 TikTok, Titter 等互联网短视频或社交媒体了解;30.4%的人表示通过互联网新闻,报纸新闻等主流报道中了解;21.4%的学生表示通过书,杂志等纸质媒体了解;除此之外,还有通过图文结合媒体等了解。由此可见,互联网对于中国优秀传统文化的对日外宣起到重要作用,但不可否认的是,纸质媒体对于日本青年仍是重要的获取信息的渠道。但是对于多角度,多感官融合的新型传播渠道较少,中国优秀传统文化的对外传播方式依然比较单调。如图 2 所示。

中国文化について知る方法は何でしょうか

(56 条回复)

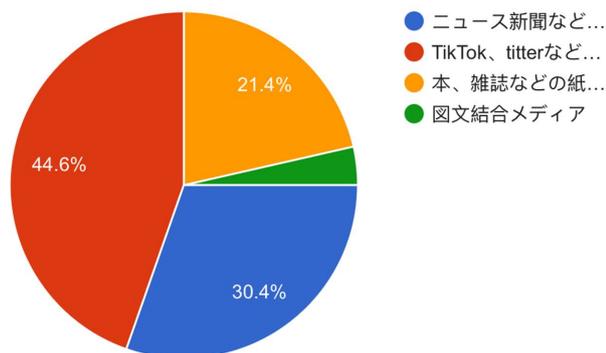


Figure 2. Data on channels for Japanese youth to understand China's excellent traditional culture

图 2. 日本青年了解中国优秀传统文化渠道的数据

在调查中，我们发现，58.9%的学生表示对中国优秀传统文化不怎么了解，23.2%知道得很少，12.5%的学生表示完全不知道，只有5.4%的学生对中国传统文化很熟悉。由此一定程度上可以反映出即使在信息化飞速发展的今天，大部分日本青年对于中国优秀传统文化了解很少。如图3所示。

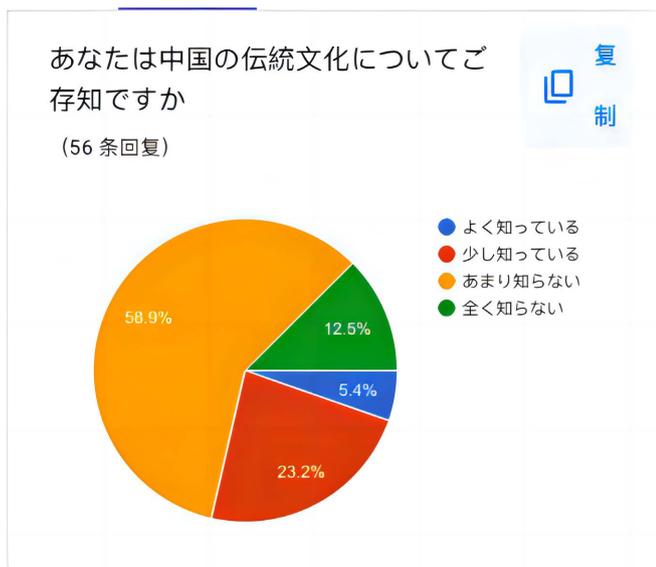


Figure 3. Data on Japanese youth's knowledge of China's excellent traditional culture

图 3. 日本青年对中国优秀传统文化的了解程度

大部分学生表示“购买中国的化妆品，或者在 TikTok 上看中国化妆视频”，“做中国菜，听中国音乐”，“读中国古代文学”，“购买中药和中国茶”等，由此可见日本青年对于中国优秀传统文化的了解不仅局限于中国优秀传统文化，也有现代中国元素，并且受互联网平台影响较大。如图4、图5所示。

あなたが好きな中国文化がございましたか



(56 条回复)

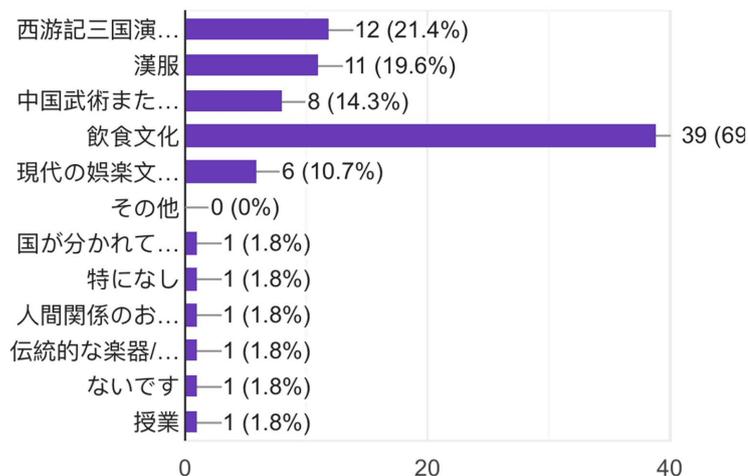


Figure 4. Types of Chinese excellent traditional culture favored by Japanese youths
图 4. 日本青年喜爱的中国优秀传统文化类型

あなたが今一番注目している中国文化は何でしょうか



(56 条回复)

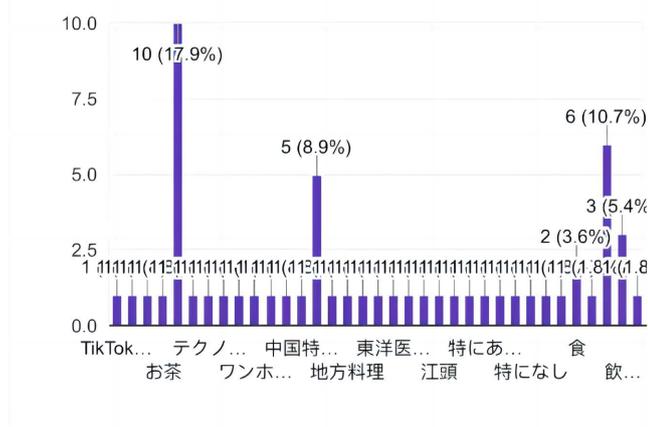


Figure 5. Japanese youth's favorite types of Chinese excellent traditional culture
图 5. 日本青年最喜欢的中国优秀传统文化类型

5. 中国优秀传统文化对日传播的问题及建议

5.1. 中国优秀传统文化对日传播的问题

语言文化差异，翻译过程失语。受到中日两国文化差异的影响，精准翻译其文化内涵一直是中国优

秀传统文化对外传播的重点和难点。这要求译者不仅要能够精通两个国家的语言，并且能够把握两国的文化理解差异及各自的文化内涵，从而能够以更容易理解的方式实现中国优秀传统文化的对外传播。例如中国唐代诗歌大多以韵律对仗，遣词造句精妙为美，但在翻译为日文后很难展现其精湛的诗词功力和文化底蕴。这使得日本青年难以理解其美感，对类似的中国优秀传统文化的了解失去兴趣。

思维倾向差异，喜爱偏好不同。受两国历史背景和发展历程的影响，在中日青年各自群体之间的热门话题和爱好重合较少，且大多集中于对日本文化的讨论上，对中国优秀传统文化知之甚少。虽然日本很多文化元素都受到中国古代的深刻影响，但是随着时代的发展，尤其是明治维新以后，受西方资本主义国家的影响，导致日本青年对于日本历史的发展了解越来越少，根据我们的调查，日本青年对于中国优秀传统文化的喜爱元素各不相同，但都难以理解其深刻内涵。由此可见，文化之间的差异导致很多日本青年对于中国优秀传统文化的感兴趣程度不高，很难深入了解。

传播模态单一，受众沉浸感低。随着互联网时代的发展，中日之间的文化交流已经有了很大程度上的提升，但是由于传播模态的单一，中国优秀传统文化依然难以实现破圈层的传播。以中国优秀传统艺术京剧为例，由于京剧有其固定的模式唱法，不仅需要经过长期专业的训练才能具备表演的功底，且传播方式也大多是通过音像方式进行对外传播；再加之日本本土有自己传统的剧种，一定程度上也塑造了当今日本人对于传统剧中的审美观念，因此让日本青年真正能够感悟到中国京剧的艺术美感，仅凭一种模态对外传播上具备一定的难度。

5.2. 运用多模态话语框架提升中国优秀传统文化在日影响力的建议

5.2.1. 运用多模态，减小翻译失语现象带来的负面影响

翻译属于文字类型的模态，在此基础上引入其他模态搭建话语框架，不仅能够弥补文字扁平化和翻译偏差造成的误解，还能够更深入地表达出中国优秀传统文化背后所展现的深厚文化内涵。以作者所在团队开展中国优秀传统文化外宣活动为例，我们在介绍中国非物质文化遗产时，不仅用日语进行简单介绍，并提供多组图片，或者通过线下面对面进行非遗作品制作等方式使日本青年更深刻地了解到中国优秀传统文化的独特魅力，亲身感悟其厚重的历史。

5.2.2. 深度了解日本年轻人喜爱的传播媒介，扩大传播渠道

通过数据调查我们可以了解到日本青年对于中国优秀传统文化所喜爱的元素各不相同，涉猎较为广泛，存在广阔的交流空间。因此在实际对日外宣中，适当引入日本青年喜欢的元素，利用广泛的传播渠道，丰富多模态话语框架，同样也是我们能够更好的传播中国优秀传统文化的有效方式。例如在外宣过程中，可以抓住一些对日本历史进程极有影响力的中国历史人物如孔子、诸葛亮、徐福、鉴真等，在讲述这些历史人物的过程中赢得日本青年的情感共鸣，从而使日本青年更直观地感受到中国源远流长的优秀文化，了解中国深厚的文化底蕴。

同时，相较于中国，日本的纸质媒体在民众心中更具有公信力，除了在互联网等信息技术影响下的媒体进行外宣以外，在高质量的纸媒，如《中国纪行 CKRM》《和华》等刊登也是很好的选择，有助于多模态话语框架的构建。

5.2.3. 利用多种感官提升沉浸感，提升中国优秀传统文化的影响力

随着信息技术的发展，利用多感官模态进行场景设计，运用数字化手段来弥补单一模态而造成的单调体验，带给体验者更深层次的体验和感受。体验者在多重感官的刺激下会进行一步步的互动操作，通过信息技术的引导探索，感知中国优秀传统文化的核心价值观，从而对中国优秀传统文化有沉浸式的体验。例如我国首个《国家宝藏》线下沉浸式体验馆落地于济南，以多媒体数字交互技术，结合影像、声

音等亦真亦幻的沉浸式场景，讲述国宝背后的中华文化之魂。国家宝藏体验馆用多感官的方式展现国宝魅力，展现中国古代文物的美轮美奂和中华优秀传统文化的深厚底蕴，通过高科技手段实现的集多元化沉浸式数字交互空间，通过综合学科特色的解读和运用高新技术的演绎，带领观众打开一座尘封的文化宝库，使得体验者解开流淌在民族血液中的基因密码。

同样，日本本土也有类似多感官的体验馆，如大阪海游馆是日本最为壮观的水族馆之一。除了用眼睛观赏外，海游馆还引导游客用听觉和嗅觉去体验。这种设计不但能让游客看到动物的动作表情，还能通过它们制造的声音和发出的气味感受其在极地生活的真实情景。

由此可见，从多感官搭建的多模态话语框架有助于中华优秀传统文化在对日外宣中增强日本青年的体验感，从而更好地传播中国声音。

6. 结语

青年之间的跨文化交流是公共外交的重要组成部分，不仅对青年本人开拓眼界，相互增长学识，树立远大理想有重要作用，而且也对两国之间的友好交流，相互合作有重要作用。随着信息技术的发展，互联网作为跨文化交流的重要平台，青年作为其中的活跃因子，一定程度上发挥着对外传播中华优秀传统文化，提升中国国际影响力的重要作用。

目前，中日青年之间既有常态化交流渠道，以“中日青年友好交流项目”为例，该项目于1979年正式启动，是中日两国政府共同实施的高级别的青年交流项目，已持续开展44届，根据2019年第41届“中日青年友好交流项目”效果调查，近九成的中日青年认为该项目有利于加深对各国社会和文化的理解，增进两国青年的沟通和互信。也有在全球化背景下文化交流而产生文化共鸣的短期交流圈，如ACG文化交流盛行等，这些都展现出中日青年之间的文化交流具有无限潜力，是中华优秀传统文化对外宣传的重要力量。

对中华优秀传统文化有兴趣的日本青年不在少数。《人民中国》从2014年开始的北京-东京论坛和“熊猫杯”日本青年感知中国征文大赛，在选题内容和表达形式上不断突破；同时，2019年6月，在习近平主席赴日本出席二十国集团领导人大阪峰会前夕，给“熊猫杯”的获奖者日本青年中岛大地回信，在中日两国引起强烈反响[4]。

但是，由于传播方式单一化，传播内容同质化等因素的影响，使得外宣模态过于单一；加之中日两国的青年文化交流状况并不稳定，片面了解带来的摩擦时有发生，其中具有代表性的高等教育交流合作就呈现曲折前进的现象。总体观之，中日高等教育交流合作方式以中浅层次为主，联合培养，学分互认，合作办学等深层次合作还有待发展[5]。

由此可见，中日青年之间的文化交流仍然有不充分，不客观等现象，中日两国的文化差异在未来很长一段时间不可消弭的现状下，需要从传播途径和传播手段入手，利用多模态话语框架，更加形象生动地传播中华优秀传统文化，让日本青年更好了解中华优秀传统文化，实现中华优秀传统文化的有效传播。

综上所述，目前中华优秀传统文化在对日青少年外宣方面仍然存在着基于文化差异和媒介单一等因素而导致的外宣强度较弱，影响力较小等问题，而在多模态华语框架下能在一定程度上减小翻译失语现象带来的负面影响，扩大传播渠道。运用多种传播媒介，从多种感官能够提升日本青年对于中华优秀传统文化理解的沉浸感。但目前多模态话语框架下的对日外宣仍然存在着研究不够深入，范围小且缺乏实证研究等问题。在运用多种媒介的基础上如何使内容更能被日本青少年接受，更好地助推中华优秀传统文化“走出去”，是我们日后需要解决的问题。

通过多种模态的巧妙融合，进一步增强中华优秀传统文化对日本的影响力，从而推动中华优秀传统文化与世界文化的交流对话，使中华文化中具有当代价值和世界意义的文化精髓充分展示出来，从而提

高作为当代新青年的文化自信与文化输出能力，为国家文化发展与输出贡献自己的力量使中日两国青年更能有机会作为中日发展的桥梁，承担两国友好交往的青年责任。

基金项目

东北林业大学大学生校级创新创业训练计划项目资助，项目编号：202310225450。

参考文献

- [1] 胡卓怡, 高近格, 王冬梅. 多模态视角下中国优秀传统文化海外传播力提升研究[J]. 文化艺术, 2022(20): 46-48.
- [2] 王卓. 基于多模态教学模式的中国优秀传统文化教学设计[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨师范大学, 2021
- [3] 肖珺. 多模态话语分析: 理论模型及其对新媒体跨文化传播研究的方法论意义[J]. 武汉大学学报(人文科学版), 2017(6): 126-134.
- [4] 王汉平. 以人文交流活动为抓手提升期刊对外传播效果[J]. 对外传播, 2020(6): 38-40.
- [5] 凌巧, 傅林. 中日邦交正常化 50 年来两国高等教育交流合作政策的特征与展望——基于政策工具视角[J]. 比较教育研究, 2023(8): 56-64.