

中华文化海外传播的多模态路径

李莉 刘艺青

摘要: 互联网技术的快速发展为中华文化的交流与传播创造了全新的媒介环境。传统媒体的限制逐渐被打破,社交媒体、短视频等新媒体平台崭露头角,中华文化的传播途径变得更加多元。可以通过书面文字、图像、视频的多模态路径,推动中华文化的海外传播,提升中华文化在海外的知名度和美誉度。文字、图像、视频三模态不断整合的综合传播模式,不仅能够提升传播效果,也有助于更好地满足受众多元化的文化需求。这将为中华文化在全球范围内形成更为深远的文化影响,构建更加具有吸引力的叙事体系。

关键词: 文化;海外传播;多模态

中图分类号: G125 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-0751(2023)12-0173-04

党的二十大报告指出,“不断提升国家文化软实力和中华文化影响力”,“加强国际传播能力建设,全面提升国际传播效能,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权”^[1]。国际传播能力关乎着国家形象的塑造与传播,影响着一个国家在世界上的公信力和话语权,在很大程度上决定着国家文化软实力的强弱。因此,必须加强国际传播能力建设,讲好中国故事、传播好中国声音,推动中华文化走向世界。互联网技术的快速发展为中华文化的交流与传播创造了全新的媒介环境,传统媒体的限制逐渐被打破,社交媒体、短视频等新媒体平台崭露头角,中华文化的传播途径变得更加多元。如何通过互联网技术,让中国传统文化能够以更丰富、更生动的方式,更加快速、广泛地传播到全球受众,不断增强中华文化的影响力和吸引力,是当前对外文化交流实践中的一项重要任务。

“模态是现实媒介在长期传播活动过程中形成的意义潜势,是用于表征和交流意义的社会文化资源。”^[2]以社会符号观为基础的多模态符号学将书面语、口语、图像、建筑、音乐等各种模态资源进行整

合,构建出一个多模态的符号体系。“多模态话语就是多种形态模式的语言形式,各种符号交汇而成并构造语言意义。”^[3]随着信息和传媒技术的飞速发展,媒介提供的多样感官体验已成为受众获取信息的主要途径,形成了信息交流中的多模态转变现象。中华文化的呈现、输出作为多模态产物,包括文字、图画、表格、视频等模态^[4]。综合运用多模态话语分析方式讲述中国故事,将会更有利于中华文化的传播。本文将从书面文字、图像、视频三个模态来探讨中华文化的海外传播路径,以期更好地推动中华文化走出去,塑造良好的中国形象,提升中华文化在海外的知名度和美誉度,促进世界文化交融共生。

一、文字游走世界:中国文学的国际传播与文化交流

文学是中华民族文化资本静态的文本表达,是中华文化历久弥新的呈现方式,是中华文化走出去的先行者^[5]。如何处理中西文化差异、被目标语言受众接受,是中国文学对外传播的努力方向。中国

收稿日期:2023-08-15

作者简介:李莉,女,文学博士,南开大学外国语学院教授(天津 300192)。刘艺青,女,就读于南开大学外国语学院(天津 300192)。

文学的国际传播与文化交流是一个复杂的过程,经典文学作品的翻译是其中的重中之重。译者需要具备深厚的文学功底和对中西文化的深刻理解,通过艺术处理使不同文化背景的读者领略经典之作的独特魅力。翻译过程中不仅要注重文字的准确传达,更要注重对中国文化内涵和情感色彩的传递。

优秀的古诗是汉诗的突出代表,言简意赅、含蓄而富有内涵,这种独特的表达方式在国际诗歌界显得新颖而引人入胜。《诗经》作为中国最早的诗歌总集,是中国古代文学的瑰宝,可以成为传播中华文化的重要载体。古诗的对外翻译和传播需要翻译家对语言的娴熟运用和对中国文化内涵的深刻理解。许渊冲教授是一位著名的汉诗翻译家,他对汉诗的精湛翻译让国际读者充分领悟到中国古典诗歌的深邃之美。“意美”“音美”“形美”是鲁迅先生在中国文学创作中提出的“三美”理论。作为我国古诗英译第一人,许渊冲在古诗英译过程中,尤其是在《蒹葭》的翻译中,切实贯彻了“三美”理论^[6]。“意美”强调译诗要和原诗保持同样的意义,以意动人。比较原诗和译诗,许渊冲翻译《蒹葭》的首要原则就是“原义优先”。中国拥有悠久的历史和丰富的文化传统,而准确传达其内涵和精髓是向世界展示真实中国的关键。只有坚持原义优先,将汉语的深层含义恰如其分地翻译成英语,才能确保外国读者感知到最真实、最准确的中国故事。因此,他把“蒹葭苍苍”翻译成“Green, green the reed”,把“在水一方”翻译成“Beyond the stream”,恰如其分。“音美”所侧重的是译诗要和原诗保持同样悦耳的韵律。在翻译过程中,恰当地运用音节、押韵和重复等手法,可以保持原诗的节奏感。《蒹葭》多采用“苍苍”“萋萋”“采采”等叠词,许渊冲在翻译时使用“green, green”“white, white”“bright, bright”等词语来保持原作的这种节奏感。《蒹葭》在汉语中每句都是四个音节,许渊冲在翻译时也采用四个音节如“white, white the reed”来还原这种节奏和重音。“形美”把译诗的重点放在与原诗保持同样的形式(如长短、对仗)上。在形式层面,许渊冲尽量兼顾或保留原作的诗歌形式。如对于“苍”“霜”“方”等词,他使用英语中丰富的押韵手法,如近音押韵、全音押韵等,选择适当的英语词汇和结构来保持押韵的效果。同时,他还注重语气的传递,将陈述句“所谓伊人”翻译为疑问句“Where’s she I need”,巧妙地传递了原文中微妙的情感,表达了主人公的爱慕与追求。

中国网络文学异军突起,在海外掀起了一股中

国网文的热潮,成为一个现象级存在。经过三十多年的发展,中国网络文学已成为与美国好莱坞大片、日本动漫、韩国电视剧并列的世界文化奇观。刘慈欣的《三体》作为一部硬科幻巨著,打破了国际读者对于中国文学只有古典题材的刻板印象,展现了中国作家在科幻领域的创新力和想象力,吸引了更广泛的国际读者,获得雨果奖等多个国际重要奖项。《三体》中融入丰富的中国文化元素,可以让国际读者更深入地了解中国的文化背景。《将夜》和《微微一笑很倾城》在海外网络平台上的成功传播展现了中国网络文学成为全球文学新形式的典范。《将夜》融合仙侠和玄幻元素,《微微一笑很倾城》以浪漫的爱情故事为主,这些全球性主题更容易被不同文化背景的读者理解和接受。通过海外流媒体平台,作品打破了传统文学传播的地域限制,进入国际市场传播。通过互动和分享,作品在海外积累了大量粉丝,形成了一种口碑传播效应,进一步拓展了作品的国际影响力。中国网络文学通过创新的传播途径,正在为中国文学在国际上的传播开辟新的道路。

在全球化的今天,中国文学的传播不仅仅是语言的翻译,更是一种跨文化的交流与理解。通过经典文学的翻译,受众可以深入了解中国文化的深刻内涵。中国文学的国际传播不仅是文字的传递,更是文化的对话,不仅为不同文明的相互理解搭建了桥梁,更为中华文化的辉煌注入新的活力。

二、图像传播与文化认同:中国元素在全球图像传媒中的角色与影响

新媒体的出现使得跨文化符号的传播和叙事更具多元性、复杂性和创造性^[7]。在全球图像传媒中,中国元素可以通过传统绘画艺术、航拍技术以及电影海报等形式展现出独特的审美和文化内涵。

《千里江山图》在大英博物馆展出是一次引人注目的文化盛事。这一传统绘画艺术作品通过其丰富的历史文化内涵成功在国际间传播,体现了文化的包容性和交流的力量。《千里江山图》是中国绘画艺术的经典,它通过绚丽的色彩和精湛的技艺,展现了千里江山的壮丽景色,具有浓厚的文化底蕴。同时,展览的成功举办也离不开大英博物馆作为国际性文化机构的平台效应。在展览的策划和宣传过程中,跨文化的沟通和理解也是至关重要的一环。通过精心设计的展览布局和详细的解说,观众得以更好地理解中国绘画的历史演变和文化内涵。这种

文化输出既是对传统绘画艺术的传承与弘扬,也是对国际观众开放的一种文化对话,为中华文化在国际上的传播树立了良好的榜样。

航拍技术为中国自然景色的国际传播提供了全新的视角。《航拍中国》通过先进的航拍技术,从自然风光、名胜古迹、民俗风情、现代城市、文化传承五个部分,以引人入胜的方式将中国的壮丽风光全方位地展现在世界观众面前。通过航拍技术,可以俯瞰整个山脉、河流或自然奇观,完整地呈现大规模的自然景观,这种视觉冲击力极大地吸引了海外观众的注意,激发了他们对中国自然之美的兴趣。社交媒体和在线平台的广泛使用,也为《航拍中国》的国际传播提供了有力的渠道。通过点赞、评论和转发,媒体平台上的口碑传播加速了中国自然景色的国际化进程。此外,《航拍中国》在叙事和配乐上也进行精心策划,将美丽的自然景观融入丰富的历史文化内涵,动听悦耳的配乐为画面增色,使观众可以沉浸式地了解中国。《航拍中国》在海外的成功传播为中国元素在国际上的传播树立了良好榜样,不仅丰富了海外观众对中国自然风光的认知,也为中国元素的跨文化交流做出了积极贡献。

精美的电影海报可以通过图像传达出中国电影独特的审美和故事内涵,扩大中国电影在国际市场上的影响力。《卧虎藏龙》的电影海报在设计上注重中国传统艺术的美学,画面采用典雅的水墨画风格,以黑白为主调,突出传统文化的深厚底蕴。海报中以悬浮的姿势表现了武侠动作的精髓,巧妙地呈现了主要角色。人物造型和服饰融入中国传统武侠文化的元素,突显了电影的独特氛围。每个角色的表情和动作都传递着深刻的内在情感。海报上的文字以中英文双语呈现,清晰地标明了电影的中文名和英文名,使观众能够更好地理解电影的背景和故事。同时,中文的书法字体也为海报增色不少,展现了中国书法艺术的魅力。通过这些设计元素,电影海报成功地在海外市场传达了《卧虎藏龙》的独特审美,展示了中国电影深厚的文化底蕴和独特的叙事方式,吸引了更多观众的注意力,提高了中国电影在国际市场上的影响力。

这些例子表明,中国元素通过其独特的审美风格和文化内涵,可以促进中华文化在国际上的传播和理解,在全球图像传媒中扮演重要角色。通过图像传媒,中华元素在全球范围内实现了跨文化的传播,不仅加深了海外受众对中国文化的认知,也为促进文化交流、拓展国际视野做出了积极贡献。

三、镜头下的文化对话:中华文化在全球视频平台上的展现与沟通

视频作为新的社会语言符号,通过其独特的美学呈现,使中华文化在全球观众心中留下深刻印象。视频宣传对于中国文化的对外传播具有重要的作用。在全球视频平台上,中国文化可以通过电影、美食纪录片、流行音乐等形式,充分展现中国元素的多样性。视频可以通过独特的美学呈现,巧妙地融入中国传统和现代元素。这种传播方式不仅可以为国际观众呈现中华文化的多元面貌,也可以为文化交流提供有力支持。

中国科幻电影的代表《流浪地球》能够在国际市场取得成功,中国文化元素在影片的视觉效果和故事情节中发挥了关键作用。在地球移动的过程中,影片中呈现了震撼人心的太空站和城市景观,这些场景在设计上融入中国古代建筑的元素,使得影片在视觉上充满了中华文化的独特韵味。《流浪地球》通过独特的视觉效果和引人深思的故事情节,成功地输出了中华文化的核心价值观念,丰富了海外观众对中国电影的认识。通过影片的视觉呈现和故事叙述,中华文化巧妙地融入国际市场,激发海外观众对中国文化的兴趣和理解。

美食纪录片《舌尖上的中国》通过细腻的镜头语言,成功地向全球观众展示了中国美食的多样性。这部纪录片通过精心设计的镜头语言,展现了中国美食的地域多元性,从北至南、从东至西将中国各地的传统美食呈现得淋漓尽致。通过食物的颜色、质地和独特的制作过程,展示了不同地域文化对美食的独特诠释,使观众更深刻地了解和欣赏中华美食文化的丰富多彩。影片运用音乐和声音效果,巧妙地渲染了中国美食的情感内涵和历史背景。通过悠扬的音乐、食物烹饪时的声音,观众可以感受到每道美食背后的故事和文化遗产。这种音乐与影像的融合使得整部纪录片更具艺术性,也使中国元素以独特的方式传达到全球观众。制作团队充分利用摄影技术,以高清晰度的画面展现中国美食的精致之美。从食材的细腻纹理到烹饪过程的微妙变化,每一个镜头都呈现了中国美食的绝妙之处,使全球观众能够近距离感受到中国元素在美食中的独特魅力。

中国流行音乐在视频分享平台的传播,向全球观众展现了华语音乐的多样性和独特魅力。视频分享平台为中国流行音乐提供了全球性的传播渠道,

艺人和音乐制作团队能够通过 YouTube 等平台将音乐作品上传,使其随时随地都能被全球观众欣赏。这种无国界的传播方式使得华语音乐突破了地域限制,让更多国家和地区的观众能够深入感受中国音乐的独特魅力。中国的流行音乐涵盖流行、摇滚、电子等各类音乐风格,通过视频分享平台,可以传递出华语音乐不同风格的魅力。这些音乐作品通过视频传播,可以为全球观众呈现多元的音乐文化,使他们在音乐中感受到中华文化的独特之处。通过视频分享平台,中国流行音乐成功走出国门,为全球观众呈现了中华文化在音乐领域的多元性和创新性。

短视频平台的盛行为中华文化的传播提供了新的可能性,通过短时间内生动展示文化特色,可以更好地引起受众的兴趣,提升中华文化在全球范围内的可见度。中华文化在全球视频平台上的展现与沟通,拓宽了中国文化的国际传播途径,促进了文化交流与理解,为世界文化的多元共融搭建了重要桥梁。

结 语

综上所述,通过更好地利用社交媒体,中华文化可以实现对受众更直接、生动的传达。社交媒体的互动性和广泛传播的特点可以使中华文化更容易与国际受众进行深入互动,建立更紧密的文化联系。在这一过程中,新媒体的应用不应仅仅停留在传统的文本传播,更应该深入到图像、视频等多元的媒体形式。这样不仅可以为中华文化的传播注入更多创新元素,也会使传播更加贴近年轻一代受众的习惯。

文字、图像和视频这三种不同的传播模态,可以在海外传播中相互补充,构建出更加丰富的叙事体系。通过经典文学作品的翻译和推广,中华文化能

够传播到更广泛的国际社会。文学作品能够通过深刻的文字表达,传递中华文化的思想内涵和情感体验。图像和视频的运用将为中华文化的传播带来更生动的展示。图像可以用更直观的方式呈现中华文化的美学风格和艺术特色,使之在观众心中留下独特印象。视频作为更加生动、立体的传播方式,能够通过视觉和听觉的双重感知,使中华文化在海外传播中更具感染力。文字、图像、视频多模态的不断整合不仅能够提升传播效果,也能够更好地满足受众多元化的文化需求。

随着国家对外宣传和国际传播能力建设的不断加强,中华文化在海外传播中将迎来更为深刻的变革。在这个过程中,重视中华文化的核心价值和独特性将成为突出的特色。中华文化将在海外传播中注重呈现其深厚的历史底蕴、独特的哲学思想和艺术风格,形成更为鲜明的文化特征。

参考文献

- [1] 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,2022:45-46.
- [2] 胡壮麟.社会符号学研究中的多模态化[J].语言教学与研究,2008(1):1-8.
- [3] 冯德正,张德禄,Kay O' Halloran.多模态语篇分析的进展与前沿[J].当代语言学,2014(1):88-99.
- [4] Risager, K. Language textbooks: windows to the world[J]. Language, Culture and Curriculum, 2020(2): 1-14.
- [5] 尹青.从《论语》英译本销量看中国典籍外译与文化外向[J].山东外语教学,2020(5):120-130.
- [6] 王启伟,王翔.“三美”译论观照下许渊冲《诗经》翻译的艺术之美[J].长江大学学报,2015(4):76-78.
- [7] 何俊.新媒体环境下视觉符号的跨文化传播探究[J].新闻研究导刊,2023(9):39-41.

Multimodal Pathways for the Overseas Dissemination of Chinese Culture

Li Li Liu Yiqing

Abstract: The swift advancement of internet technologies has ushered in an unprecedented milieu for the communication and propagation of Chinese culture. The limitations traditionally imposed by mainstream media are gradually waning, making room for the ascent of new media platforms such as social media and short video services. This transition has led to a diversification of the media through which Chinese culture is transmitted across borders. A multimodal strategy, incorporating written texts, imagery, and videos, is pivotal in amplifying the global visibility and prestige of Chinese culture. An integrative communication paradigm that melds text, visual elements, and video not only enhances the dissemination efficacy but also adeptly meets the varied cultural appetites of international audiences. This methodology is anticipated to forge a more profound global cultural influence for Chinese culture and craft a narrative framework of greater allure.

Key words: culture; overseas dissemination; multi-modality

责任编辑:绿 叶