

【新闻与传播】

地方文化国际传播的机制与创新*

刘 瑛

摘要:随着文化全球化的深入,地方文化的国际传播受到了冲击和挑战,也迎来了新机遇。地方文化“走出去”的单向研究模式有待突破,而“全球本土化”的双向视角有助于探讨地方文化国际传播的现状和发展。地方文化为建构全球多元文化体系做出了贡献,地方文化的国际传播也为自身带来一次再地方化式的创新发展。在地方文化的传播实践中,逐渐形成以官办机构、社会组织、公众群体为依托的几种主要传播模式。要通过杂合的传播内容、多样化的传播主体以及多模态的传播形式等途径,进一步提升地方文化国际传播的有效性。

关键词:地方文化;文化传播;全球本土化;双向性

中图分类号:G125

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2020)10-0168-05

随着经济全球化进程的加快,文化全球化的趋势为不同地域和民族的文化模式带来了冲击。地方文化是在特定区域内形成的,在全球化背景下,地方文化可能受到失去本土特色的威胁,但打破自身发展壁垒的机会也应运而生。在如何抓住机遇并突破发展瓶颈等方面,出现了两个显著问题。第一,对地方文化本质的认识仍停留在强调地方性的单向思维层面。学者对地方文化在全球化趋势中表现出的去地方化、边缘化和病态化等问题表示担忧,认为地方文化在国际传播的过程中会失去地方特色,易被当作“奇特”甚至“猎奇”的符号。这些认知仍局限在区域性、传统性的框架内,但放眼全球化的国际背景可以发现,地方文化是全人类文化基因库的一个因子,将地方性的单向视野调整为多元共存的全球化视角,是推动地方文化持续发展的起点。第二,地方文化的单向传播问题。国家及地方各级政府对于地方文化更多的是单向传播模式下的推广,相关研究仍顺应由内向外、由东向西的单向模式,对双向的文化交流与融合现象缺乏观察与总结,这样不仅容易导致研究陷入文化中心主义的窠臼,也不利于对地方

文化的创新发展做出有建设性意义的指导。

“全球本土化”的理论视角为解决这些问题提供了可行路径。全球本土化(Glocalization)的概念最早由日本经济学家在20世纪80年代提出,该术语由global(全球的)和localization(本土化)组成,意指在后现代化的转型图景之中实现文化输出。英国社会学家罗兰·罗伯逊认为,全球化是似是而非的,不同的国家、地区在吸收外来文化与思想的同时,总是会根据自身情况进行选择与转化,全球化是以一种“全球本土化”的形式表现出来的。^①这个概念辩证地阐释了全球本土化是在不完全丧失自身文化独特性的前提下,承认自己的文化可以是一个更大的文化的组成成分。这同时也意味着各地存在着超越自己文化的本土语境而成为一种更大的文化的内在诉求。^②在此理论视角下,地方文化的价值、地方文化国际传播的模式以及地方文化如何创新发展等问题都值得深入探讨。

一、地方文化的价值

全球化为文化共融与发展提供了契机,“全球

收稿日期:2020-06-23

*基金项目:河南省教育厅人文社会科学研究一般项目“豫剧唱腔的情感发声研究”(2019-ZZJH-621)。

作者简介:刘瑛,女,华东师范大学国际汉语文化学院博士生(上海 200062),河南大学国际汉学院讲师(开封 475001)。

本土化”的发展方向使得中国能够将自己的文化置于国际文化语境中重新定位^③,并在融入国际语境的过程中萌生新的文化元素。在此背景下,地方文化的价值需要被重新审视。

1. 地方文化的全球化价值

在文化的物质或表层现象背后,存在着思维方式的差异,为世界各地的本土文化在全球化语境中实现复苏与创新提供了巨大潜能,全球文化也需要更加多元化的思维方式和知识储备来丰富自身。随着中国实力的全方位崛起,中国文化在国际世界的传播蔚为壮观,但也逐渐被符号化,如饺子、功夫、旗袍、茉莉花等文化元素已经在世界各地耳熟能详,几乎成了中国文化的代名词,也造成对中国文化的刻板印象。地方文化则可能成为化解这一僵局的利器,地方文化蕴含着丰厚的文化积淀和浓郁的艺术特征,既具有地方性的原生特质,又兼具多元性与开放性,不仅是中国的,也是世界的、人类的共同财富。如果地方文化能够在一个更广阔的意义上“走出去”,不仅能推广自己的文化,而且能丰富世界各地的本土文化,促进人类文明共同进步。从这个意义上来说,中国地方文化的传播是在为文化全球化的多元体系贡献重要的“一元”。

2. 地方文化的本土化价值

地方文化融入全球文化语境,也是地方文化内省与自觉的催化剂。地方文化“必须找到某些与本地文化相结合的地方,就必须为适应本地文化而有所改变”^④,在全球文化参照系中进行跨文化、跨门类的交流与合作。中华民族特有的审美以及价值观念等势必在与异质文化的融合中多有窒碍之处,为了完成与异质文化的互动交流,地方文化再次回归传统,实现更高层次上的转型升级,对于地方文化自身而言,是一次再地方化式的反思与发展。同时,地方文化在国际传播过程中可以巩固其再地方化式的文化形态。在现阶段的国际环境中,西方国家仍然占领着塑造全球文化的制高点,但地方文化仍可得益于特定地域、传统的强大黏附性,维持稳定的文化状态,从而在与全球文化共同繁荣、共同进步的同时,牢固本土文化根基,形成共赢局面。

二、地方文化的国际传播模式

习近平总书记在党的十九大报告中指出:“要加强中外人文交流,以我为主、兼收并蓄。推进国际

传播能力建设,讲好中国故事,展现真实、立体、全面的中国,提高国家文化软实力。”^⑤文化传播成为新世纪的一项重大历史任务,地方文化也逐渐形成兼具“全球化”与“本土化”特征的传播模式。

1. “内外并重”的统筹传播模式

随着“一带一路”“创新、协调、绿色、开放、共享”和“人类命运共同体”等中国理念被世界各国认同,越来越多的人希望了解中国、走进中国,这是地方文化国际传播的一次历史契机。在中国官方机构组织的各项活动中,将国外的文化学习者“请进来”,近距离体验地方文化的神韵,同时,专家学者携地方文化“走出去”,为地方文化的再生长寻找更丰富的国际土壤,“内外并重”的传播模式为地方文化在全球语境中的双向传播树立了范式。

把外国人“请进来”,以体验的方式学习汉语、感悟中华文化的独特性、认同中华文化的普世性,是全面了解地方文化最直接有效的途径。在全球化进程中,“汉语确实已经成为当今世界上另一种主要的语言,它的逐步强势将对建构新的世界语言体系起到一定的作用,这一点对于我们在全世界普及和推广中国文化也有着重要的意义”^⑥。近年来,各国持续升温的“汉语热”为地方文化的传播提供了很好的平台。数据显示,共有来自196个国家和地区的49万余名各类外国留学人员在全国31个省(区、市)的1004所高等院校学习。^⑦在汉语的本土环境中对来华留学生进行地方文化熏陶具有得天独厚的条件。“请进来”的文化体验方式可以让受众主动走近地方文化,感受中华文化“和而不同、美美与共”的面貌。“请进来”的留学生在课堂内外都能获得广泛接触地方文化元素的机会。例如,来自非洲的河南大学留学生、豫剧“洋角儿”刘汴京,他在学校的一次文艺演出中接触到豫剧《花木兰》,一“听”钟情,学校和各级政府也为他提供了便利的学习条件,帮助他在《梨园春》全国戏迷擂台赛上亮相,并成为豫剧名家李树建的门下弟子。留学生群体的加入,使得国内的年轻观众对豫剧产生了新的兴趣,“戏曲的传承也要开拓思路,培养青春的观众”^⑧。接受过专业教育和地方文化熏陶的留学生群体既代表着青春的声音,又为地方文化带来一次本土与异域交汇的文化体验。

专家学者在海外的文化传播也取得了令人瞩目的成绩。例如,豫剧表演艺术家李树建将《程婴救

孤》《清风亭上》等经典名剧搬上世界舞台,豫剧走向国际舞台,“让不同国度、不同民族、不同肤色的民众认知接受博大精深的中华文化,诠释源远流长的中原戏曲的道德内涵与人文品格,让土生土长的豫剧以独特的个性特征、精湛的艺术水准参与全球文化竞争,以高度的自信步入世界艺术的殿堂,开拓更广阔的发展空间”^⑨。

“请进来”与“走出去”双管齐下的统筹模式是目前发展较为成熟的地方文化传播模式,官办机构具有资源充足、队伍精良等优势,来华留学生和其他文化工作者大多已经具备汉语知识基础,对中国文化兴趣浓厚,参与地方文化传播的专家学者也是各个领域的领军人物,让最优秀、最具地方特色的文化因素在全球多元文化体系中洗练重生,保证了地方文化传播的系统性和可持续性。

2.“去异求同”的文娱传播模式

文化内涵的丰盛和表现形式的多样,为地方文化在全球范围内的传播提供了“去异求同”的可能。无论是在海内外的传播过程,还是在本土再融合过程中,即便地方文化中某一层面的文化内涵难以突破地域界限,也可以在其他层面寻找共性,实现文化之间的“和”与“同”。

地方文化的文娱传播模式收到了较为成功的反馈。娱乐性是大多数文化现象的共性之一,文而化之的器物和仪式娱人耳目、娱人身心,是各种文化之间共通的普世价值,在内涵迥异的地方文化中发掘并利用其文娱性,是实现地方文化有效传播和本土发展的一个可行途径。例如,传统的端午节形成包含龙舟与其他文化元素在内的文化现象,与龙舟蕴含的深厚端午文化相比,龙舟竞渡这种赛事形式更容易在海外得到响应。龙舟赛事被带到国外后,深受各国人民的喜爱,世界 50 多个国家和地区常年开展龙舟比赛,并形成世界龙舟锦标赛、龙舟世界杯、世界龙舟俱乐部锦标赛等知名龙舟国际赛事。龙舟竞渡由一个地方性的文化符号,演变为被全世界人民知晓并喜爱的文娱活动。与此同时,海外龙舟赛事也反过来促进了国内各个地域的龙舟文化向着文娱模式发展。现代的龙舟竞渡在各种地方文化中求同存异,在湖南、广东、福建、江西、浙江、江苏等地形成了具有不同地域文化特色的、拥有十几种流派的龙舟赛事。国际龙舟竞渡活动的成功举办,为文娱性的龙舟竞渡作为各地龙舟文化共享内核提供了正

面的实践经验和支撑,龙舟竞渡在本土也由历时性、民族性的纪念活动转变为体育、服饰、音乐、美食等物质体验和观赏的综合性文娱活动。

地方文化在传统文化体系内部不断经历着精神生活和物质生活层面之间的迁移,某些文化逐渐器物化,失去了历史价值维度的意义,而有些文化又因某个契机,重新获得失落的历史感。中国的地方文化融入、丰富异域文化,在国内外获取的知名度也反过来促进自身地方文化的生生不息,为地方文化的再传播与再发展争得一席之地。

3.“全民参与”的融媒体传播模式

地方文化的传播因为数字媒体时代的到来获得前所未有的机遇。在新媒体时代,互联网连通世界,使得民众这个庞大的群体内涌现出数量惊人的天然传播端口。2019 年 4 月 5 日,习近平主席曾就媒体对外传播提出:“要把握国际传播领域移动化、社交化、可视化的趋势,在构建对外传播话语体系上下功夫,在乐于接收和易于理解上下功夫,让更多国外受众听得懂、听得进、听得明白,不断提升对外传播效果。”^⑩融合传统媒体与新媒体的传播媒介为全民参与地方文化传播事业提供了便利,使传播广度和速度实现指数级增长。

中国武术近年来在海内外的传播融合各种媒体优势,取得了喜人成果。2020 年 1 月 8 日,在瑞士洛桑举行的国际奥委会执委会会议将武术列入第四届青年奥林匹克运动会正式比赛项目,这背后是中央及各级政府利用多种媒体的渠道推广宣传与社会各界的通力合作。例如,河南卫视武术娱乐类节目《武林风》2004 年推出,现已成为中国电视界武术搏击类具有国际影响力的顶级栏目,通过打擂比武模式,融合竞技性与观赏性、专业性与娱乐性,满足普通观众的审美需求。《武林风》也注重与世界权威搏击组织的合作,舞台上外国面孔的出现给栏目带来了异域风情,为发展武术文化创造了多种可能。

新媒体传播方式凭借传播迅捷、群体庞大和形式多样等优势,极大地推动了地方文化的全球传播和本土融合。2020 年 5 月 10 日,《武林风》官方抖音开启直播模式,主持人携手网红,以轻松活泼的风格爆料赛事,备受年轻拳迷追捧。越来越多的普通民众利用抖音等短视频平台,以各种奇思妙想的方式展示与武术相关的真实故事,吸引众多粉丝关注、点赞和转发,普通民众的自发传播为武术的推广和

宣传开辟了新的渠道。

三、地方文化的创新与发展

“我们要保持文化自信,按照时代特点,推陈出新,丰富中华优秀传统文化的内涵,实现中华优秀传统文化的创新性发展。既然全球化是不可阻挡的历史潮流,本土文化只有面对全球化的挑战,在与其互动和对话中,才能实现自身的更新和发展。”^①从全球本土化的理论视野,借助文化全球化和本土化的双重语境,能够使地方文化在与异域文化的双向交流中获得新的生命力。

1. 多样化的传播主体

“跨文化传播全球本土化的主要途径之一就是全球视野下的市场细分。如果把全球看作一个大市场,那么跨文化传播的全球本土化,实际上就是在立足全球视野的前提下,按照一定的标准或规则,对不同国家和地区的目标受众进行层次细分和针对性运作。”^②拓展传播主体是地方文化创新发展的重要途径。专家群体无疑是地方文化传播的发起人和领路人,但传播受众也是一个间接的传播主体,他们不仅是地方文化传播的接收者,同时也是传播者或潜在传播者,将想象中的文化传播转化为实体的文化传播成果,对这一多元化传播主体的关注和研究是地方文化传播创新发展的新思路。

地方文化国际传播的传播受众主体主要包括四个群体:其一是学生群体。学生群体是最直接的受众,通过他们可以更好了解当地人的文化观念。学生群体由于基数较大且相对稳定,是一个可以长期合作的群体,可以邀请他们加入地方文化在当地的译制和改编团队,优化传播内容和形式以及相关研究。其二是与学生相关的衍生群体。学生是可以形成持续影响力的群体,课堂之外他们会将自己在学校接收到的信息带入家庭和自己的生活圈,在听取家人和朋友的意见后再反馈到课堂。学生的衍生群体是被学生感染到、影响到的受众,不经意间埋下了中国文化的种子,成为间接的传播者。其三是中国地方文化的爱好者。这个群体数量相对较小,但其作用不可忽视。在各种官方和民间举办的文化周、文化日活动中,当地的中国文化爱好者贡献了不菲的力量,他们是中国文化“本土化”的促成者。其四是具有中国文化背景的华侨华裔。海外华侨和华裔是地方文化传播的中坚力量,他们在地方文化在异

域文化土壤中的本土化过程中发挥了很大作用。

地方文化传播过程中的关键因素就是“人”的因素,地方文化是一种综合性的文化形式,具有不同背景的人参与到地方文化的传播中,不仅可以加快地方文化的全球化进程,同时全球化又反过来促进地方文化的本土化发展,这些都是通过传播主体来完成的。因此,发展多样化的传播主体是地方文化创新发展的关键所在。

2. 杂合的传播内容

“不同的风土习俗、不同的宗教艺术、不同的经济发展态势为每一个民族都打下了独特的文化烙印,因此任何面向世界的传播活动都必须与当地的民族文化形成对话沟通,融合渗透,求同存异,以此凝聚民族共识,在本土化的土壤中让全球化生根发芽。”^③地方文化的国际传播要经过文化转换才能取得文化认同,通过传播内容的杂合,既能使地方文化被异域本土文化吸收和采纳,又能保留地方文化的特色,实现地方文化与世界文化体系的相互借鉴。

考虑到地方文化对地方性语言、意识形态以及其他文化表现形式的依附性很高,传播受众在地域亲缘关系和文化背景等诸多方面各有差异,地方文化传播的内容设计可以形成区域性、群体性的层级差异和杂合。以地方戏曲的传播为例,编排出不同种类的曲目内容,直接以经典曲目作为演出内容,或将原版译制成受众地方语言,或弱化曲目中的历史故事而改为节奏快、舞美绚丽的舞台剧,针对不同的群体安排不同的内容,在一定程度上能够突破戏曲传播的困境。对于与中国地域亲缘关系较弱的国家和地区,传播内容可以因地制宜。欧洲国家与中国因地域阻隔形成的迥然不同的文化观念,对地方文化传播的内容提出了挑战,但是兼容并蓄的中国文化为解决这些困难提供了充足的资源。例如,传统戏曲中蕴含的一些价值观和道德理念可以改编为人性之善与美,过滤了对于欧洲受众来说难以理解或接受的文化内容,这样地方戏剧的传播会引起更加强烈的共鸣,同时也为挖掘传统戏剧的现代化解读、促进传统戏剧的现代化转型搭建了平台。

3. 多模态的传播形式

对全球化时代的文化传播来说,现代性是生命力所在,需要多种模态的联合和协同。地方文化包含语言、音乐、舞蹈、服饰、妆容、表演等多种要素,具有视觉、听觉和触觉等多种符号构成的多模态性。

多模态的使用可以引导受众更好地把握地方文化传达出的价值理念,现代化的技术手段可以拓展地方文化的表现形式,现实与虚拟场景的交互使用有助于激发受众对中国地方文化的兴趣。

尤其在以舞台表现为主的地方文化传播中,可以利用多模态的形式填补空缺的文化意象,弥补在传统文化传播形式中一些重要元素的丢失。例如,在戏剧的“唱、念、做、打、舞”等表演手段中,有些元素对于传播受众来说是没有意义指向性的,单一的唱与白在不通汉语的受众群体中可能收效甚微,程式化的手眼身法步要让观众领悟其内涵难度也很大。在传统的文化传播形式中,为了避免舞台表现与受众理解之间的失衡,这些地方特色浓厚的文化元素可能会被较多地删减。但如今,地方文化传播搭乘新媒体、新技术的便车,充分发挥多模态媒介的作用,利用现代高科技和网络化对布景、灯光、舞美、服装、效果、道具等进行现代舞台设计,在受众文化空缺之处加强实景效果,以视觉通识弥补单凭听觉难以理解的文化元素,或在演出过程中适时呈现与戏剧内容相关的历史画面,也为理解地方戏剧的内容和文化内涵提供可视化的即时素材。虚拟化的新技术更利于表现戏剧的场景交错和结构张力,形成视觉冲击力,给观众带来完美的视听享受,大大提高受众的兴趣和参与度,也为地方文化中本土元素的交流与发展提供更多可能性。

四、结语

地方文化是由语言、图像以及意识形态等多种

符号组成的符号综合体,其传播和发展依赖人与人之间的互动。实现新生和创新发展,是地方文化乃至整个传统文化的宿命。全球本土化指文化全球化趋势与本土文化应激反馈二者互动与共融的文化传播模式。地方文化为全球文化的多元性做出贡献,同时,地方文化的自身特性也为融入全球语境、实现自我超越与转化生成新的本土文化样态。在全球本土化视角下,地方文化的国际传播是一个辩证、双向的创新过程,地方文化应以文化为媒,借助全球本土化带给我们的“双向传播”和“双向互鉴”,增进民心相通,绘制文明交流互鉴的国际画卷。

注释

- ①刘康杰:《“全球本土化”与海外华文报纸——以〈星岛日报〉澳洲版和〈澳洲新报〉为例》,《新闻大学》2013年第6期。②⑩⑬孟锦:《全球本土化——跨文化传播的两个维度》,《现代传播》2004年第6期。③⑥肖白:《世界文化格局的形成离不开“全球本土化”》,《社会科学报》2017年9月21日。④孟锦:《中国对外传播的全球本土化策略初探》,《中国广播电视学刊》2004年第7期。⑤习近平:《决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告》,《人民日报》2017年10月28日。⑦参见《2018年来华留学统计》,中华人民共和国教育部网站, http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/201904/t20190412_377692.html, 2019年4月12日。⑧邱睿:《来华留学生中国戏曲文化教学论》,《戏剧文学》2011年第9期。⑨张大新:《现当代豫剧变革和国际化的进程》,《中国戏曲学院学报》2018年5期。⑩习近平:《加快推动媒体融合发展构建全媒体传播格局》,《奋斗》2019年第6期。⑪姚峰:《全球化时代传统文化的“全球本土化”策略》,《福建师范大学学报》(哲学社会科学版)2010年第1期。

责任编辑:沐紫

Mechanism and Innovation of International Dissemination of Local Culture

Liu Ying

Abstract: Accelerating cultural globalization has brought about not only impact and challenges but also opportunities for the international dissemination of the local culture. Contrary to the uni-directional "going-out" perspective in traditional studies, the bi-directional perspective of "glocalization" is more conducive to the investigation of the international dissemination and development of the local culture. For one thing, local culture plays a vital role in the pluralization of global culture; for another, in the process of international dissemination, local culture enjoys the prospect of re-localized innovation and development. Furthermore, based on the dissemination practice of local culture, several modes have come into shape, to each of which governmental institutions, social organizations and the mass group have granted considerable support. Some strategies, such as heterozygous materials, diversified subject and multi-modal forms, can be summarized in order to promote effectiveness in the dissemination of local culture.

Key words: local culture; cultural dissemination; glocalization; bi-directionality