

国内中国文化符号研究述评

◎胡方慧

(济宁医学院 山东 日照 276826)

【摘要】中国文化符号是中国人民改造自然和精神世界成果的集中体现和象征符号,是传播中国文化的重要载体。为更好推动中华文化走出去,需要向世界阐释推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的文化符号。本文基于中国知网数据库的中文核心期刊文献,梳理了中国文化符号研究的主题和主要内容,然后基于批评性分析对现有研究进行讨论和评析,并对未来中国文化符号研究做出展望。

【关键词】中国文化;文化符号;文化传播;国家形象

【中图分类号】G206

【文献标识码】A

【文章编号】2096-8264(2023)01-0131-03

【DOI】10.20024/j.cnki.CN42-1911/I.2023.01.042

基金项目:山东省艺术科学重点课题“山东省内外国留学生对中国文化符号的认知及态度研究”(项目编号:ZH201906140)研究成果。

我国有着悠久的历史 and 璀璨的文化,进入新时代以来,习近平总书记多次强调我们要坚定文化自信,讲好中国故事,传播和弘扬中国文化。中国文化符号是中国文化的象征,是中国核心价值观念和中国精神的表征,也是外国认识中国的重要中介。对中国文化符号的研究,一方面有助于我们从理论上丰富对文化符号学研究的认识,增强人们对中国文化的心理自觉和认同;另一方面从实践层面有利于中国文化的传播、提升国家文化软实力、塑造良好的中国国家形象、增强国家话语权。虽然有一些研究者对中国文化符号陆续开展了相应的分析讨论和实证研究,但鲜见对中国文化符号研究的系统梳理。

本文从中国文化符号的概念内涵入手,以中国文化符号研究的相关文献为材料,分析前人有关中国文化符号研究的成果,然后基于批评性分析对现有研究进行评析和讨论,指出不足并对未来中国文化符号研究做出展望。

一、基本概念

符号是人们在认知事物的过程中形成的抽象的、简化的和概括的形式;它由三个部分构成:所指的客体对象、符号本身以及该符号所携带的意义。^[1]

文化的定义非常多,较为经典的是由爱德华·泰勒于1871年在其专著《原始文化》中提到的:“文化是一个复杂的整体,其中包括知识、信仰、艺术、法律、道德、风俗以及人作为社会成员而获得的任何其他的能力和习惯”。^[2]这一定义强调了精神文化,但忽略了物质文化。《辞海》(第

六版)定义文化为人类在社会历史实践中所创造的所有物质财富和精神财富的总和。

文化符号是“能代表特定文化形态及其显著特征的一系列凝练、突出而又具有高影响力的象征形式系统”。^[3]因此,文化符号必定承载着一定的文化含义,是人类交流思想和传递观念的重要工具,是跨文化交流和传播的重要载体,是一个国家、一个民族、一个群体思想观念、历史发展、生活方式、行为方式等方面的重要浓缩。人们对一个国家或者一个民族最开始的认知往往通过该国家或民族独特鲜明的文化符号。^[4]文化符号的出现是人类生活和社会实践需要的结果,是在具体的语境和话语体系中慢慢衍生而成的,是人类思想与实践的结晶,且会随着人类历史与科学技术的发展不断变化和演绎。^[5]

基于此,我们认为,中国文化符号是中华民族在几千年的历史发展过程中逐渐形成的中国民族的集体智慧和实践的结晶,是中国人民改造自然和精神世界成果的集中体现和中国文化的象征符号,是被所有中国人所认同的特色符号,是一个全面、完整、立体、综合的符号系统。“看到这些符号,就会联想到中国”。^[6]

二、中国文化符号研究概述

作者以“中国文化符号”和“中华文化符号”为主题在中国知网北大及南大核心期刊库进行检索,检索日期截止到2022年6月22日,共得期刊文献132篇,剔除掉会议综述、书评、重复及不相关文献后,共得论文64篇。本

文根据研究主题把国内中国文化符号相关研究分为以下几类。

（一）具体中国文化符号内涵研究

国内对中国文化符号的研究始于对某一特定中国文化符号含义的探讨。如赵东玉讨论了“海”在作为符号，在中国文化中的引申含义。^[7] 这是在知网上可以检索到的最早的有关中国文化符号的研究。其后，陆续有了对“马”“鹤”“服饰”“花木兰”“武术”等文化符号的专门研究。此类研究是我国学者对中国文化符号研究的最初探讨，为外界更好地了解这些具体典型的文化符号所承载的中国文化内涵奠定了基础。

（二）中国文化符号的意义和功能研究

文化符号就是文化自觉的符号化，是文化自觉与文化自信的重要标志。凡是符号化的文化现象，都是偶然的、分散的和表象化的，不能产生文化的一致性。文化符号是某一文化群体共同认可的文化标志，是文化共同意识的表征。文化符号有助于文化的继承与传播，文化传播就是通过文化符号实现的。^[8]

对内，中国文化符号，浓缩了中华民族数千年的发展历史，承载着中华民族的集体记忆与民族情感。各民族共享的文化符号使得我们有共同的价值观念和情感思想，有利于构建中华民族共同体意识^{[9][10]}和加快新时代中华民族共同体建设。^[11]

对外，中国的国家文化软实力正是通过中国文化符号表现出来的，中国文化符号可以让世界更好地了解中国魅力、感知中国形象。“中国文化符号是传播中国形象的有效工具”。^[12]

（三）中国文化符号的传播研究

文化符号具有传播属性，文化符号是文化传播的媒介和对象。^[13] 现有的对中国文化符号的传播研究主要聚焦在传播途径、内容和策略方面。

在中国文化符号的传播途径方面，首先，电影、电视、图书和报刊是中国文化符号的传播的主要载体。例如，2011年度中国电影文化的国际传播研究的调研报告中指出，海外观众在观影后对中国历史和哲学有较大的文化心理了解需求，电影是宣传中国文化的重要手段。^[14] 其次，精心打造文化产品，通过产品的文化创意设计，有效地传播中国文化。例如，有学者以中国瓷器为例，探讨了中国销往海外的瓷器是如何有效传播中国文化的。^[15] 再次，教育行业和教育机构在中国文化符号传播方便有直接的优势，汉语国际教学是促进中国文化符号传播的重要途径。^[16]

在传播内容方面，第一，对于有一定认知基础的文化符号要深挖其内涵，在对外传播中要赋予更多的核心价值观内涵；同时还要纠正有认知偏差的文化符号内涵。^[17] 消除对外传播中可能对中国文化造成的单一、模糊和刻板印象，通过宣传和传播，吸引海外民众亲自接触、体验和

感受中国文化，从而真正深刻了解和欣赏中国文化。第二，关注包含中国先进的现代科技文明、商业文化、生活风俗的文化符号的传播，以塑造良好的现代大国形象。^[16]

在传播策略方面，注意把互联网时代的国外年轻群体作为中国文化符号传播的重点对象，因为他们更容易接受新鲜事物，破除刻板印象。^[14]

（四）对中国文化符号的认知及态度研究

对中国文化符号的态度评价是中国文化乃至中国国家形象建构的基础性因素。最近十年，开展了较为丰富的对中国文化符号的认知及态度的调查研究。

对内，王一川等调查了我国大学生对中外文化符号的认知情况，报告了我国大学生认知度较高的前50个中国文化符号。^[3] 对外，调查美国在校大学生对中国文化符号的认知情况，调查结果显示在50个中国文化符号中，除了筷子、北京奥运、熊猫和长城四个文化符号的认知刚刚过中间线之外，美国大学生对其他中国文化符号的认知度偏低。^[17] 王丽雅调查了美、德、俄、印四国对中国文化符号的总体认知和态度。结果发现，长城、功夫、中国烹饪等的认知度较高，但知名度不等于好感度。^[6] 于丹和杨越明研究发现认知度较高的是自然资源，如绿茶和大熊猫。但对中国哲学概念，如“天人合一”与“孝”的认知偏低。^[18] 这一结果跟陈莉对突尼斯汉语学习者对中国思想符号认知难度较高的调查结果一致。^[19] 另外，王秀丽和梁云祥研究了日本对中国文化的认知情况，发现大熊猫、茶和中国烹饪是认知度和喜爱度较高的中国文化符号。^[20] 程海燕和吴长青通过分析2016-2018年度土耳其高中生主题为“我想象的中国”绘画比赛作品发现，土耳其年轻一代对中国文化符号的整体认知较为全面和深入，对中国文化的整体认知不光停留在物质层面，对制度和思想层面也有所涉及。但是，对中国文化符号的认知仍存在着过度关注传统文化符号，忽视现代文化符号的现象，对中国文化符号存在误读甚至存在混淆中国文化符号和日韩国家的文化符号的现象。^[12]

总体而言，现有的研究发现外国朋友对中国符号认知度较高的集中在几个最具代表性、传播度较广的传统的中国文化象征符号，对现代中国文化符号认知不足；知名度不一定代表好感度；且对中国文化符号存在误读和模糊认知状况。

三、评价与讨论

从研究内容来看，主题比较丰富，涉及符号学、文学文化、传播学、教育学等多个学科。一方面，聚焦中国文化符号自身，研究内容涉及中国文化符号的内涵、意义功能、生成机制等。另一方面，聚焦中国文化符号的传播和认知及情感态度研究。但是，有些研究话题目前鲜有涉及。比如，鲜见关于中国文化符号的翻译研究。在中国文化符号认知情况的实证调查中，发现海外朋友对某些中国文化符

号的认知出现偏差甚至错误,如把中国文化中的“龙”翻译为“dragon”导致在中国文化中有正面含义的龙形象为错误解读。因此,对中国文化符号的翻译进行有必要的核查和正名,从而实现中国文化符号内涵的精准释义和文化意象的完美重构,从而引导海外读者对中国文化产生更多的认同和共鸣。另外,对中国文化符号的认知和态度评价及传播方面的研究还比较零散且聚焦在几个发达国家,对不同大洲、不同文化背景国家对中国文化符号的认知及态度评价及传播缺少系统研究。还有,此类研究主要关注海外民众对中国文化符号的知晓与否、喜爱与否的问题,对文化符号的认知深度、认同程度缺少研究。此外,对外汉语教学作为传播中国文化重要途径,应该受到足够的重视,海外的孔子学院以及国内的汉语国际教育专业的学生应该提升中国文化符号内涵解析能力和中国文化的弘扬与传播能力。将来研究更多地探讨中国文化符号教学有效的教学方法及策略,探讨更加有效的中国文化符号的传播渠道和途径。最后,由于海外对现代中国文化符号认知不足,将来研究应关注如何凝练和打造现代中国文化符号并让现代中国文化符号走向世界,从而塑造现代中国国家形象,提高国家话语权。

从研究方法上来看,首先,分析思辨类研究较多,实证类研究较少。对中国文化符号内涵、意义功能等方面固然需要思辨分析,但对中国文化符号内涵的认知度、教学效果、传播效率等需要实证类研究。目前相关研究虽有采用到实证调查量化研究,研究对中国文化符号的认知和态度评价,但很少采用访谈法详细具体描绘海外朋友对中国文化符号的理解和态度评价。其次,现有实证研究基本采用的是截面研究,缺少对中国文化符号认知情况的纵向研究,因而对中国文化符号认知及态度变化情况未有深入了解。因此,建议将来研究采用混合式研究方法,以更加全面地、动态地了解中国文化符号在海外的传播情况。

四、结语

本文对中国文化符号的概念和内涵进行了解读,并对已有的研究的主题进行了梳理,对现有研究的内容、主题和方法进行了讨论和评价,并对未来的研究进行展望。中国文化符号是中国文化精神的表征,是讲好中国故事,建构中国话语体系,塑造中国国家形象的重要手段,有待学者们共同努力进行更深入研究和探索,助于我国实现从文化大国到文化强国的跨越。

参考文献:

- [1] 姚君喜. 媒介使用对外籍留学生中国文化符号认同的影响[J]. 当代传播, 2021, (06): 55-59.
- [2] 爱德华·泰勒. 原始文化[M]. 连树声译. 上海: 上海文艺出版社, 1992.
- [3] 王一川, 张洪忠, 林玮. 我国大学生中外文化符号观调查[J]. 当代文坛, 2010, (06): 4-20.

[4] 阮静. 中华文化符号与中国文化传播[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2022, (06).

[5] 李琳. 探索文化符号生成机理[N]. 中国社会科学报, 2022-05-17(005).

[6] 王丽雅. 中国文化符号在海外传播现状初探[J]. 国际新闻界, 2013, 35(05): 74-83.

[7] 赵东玉. 试说作为文化符号的海[J]. 辽宁师范大学学报, 1993, (01): 53-56.

[8] 邢正. 面向21世纪的中国文化形象与文化符号——建设社会主义文化强国的理论思考[J]. 社会科学战线, 2013, (03): 12-16.

[9] 冯月季, 石刚. 文化符号学视域下的中华民族共同体意识建构[J]. 思想战线, 2021, 47(05): 1-9.

[10] 王建民. 中华民族共同体意识之下的文化符号与视觉形象[J]. 民族艺术, 2021, (06): 29-36.

[11] 李乐, 王艺桦. 铸牢中华民族共同体意识的符号机制探赜[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2022, (02): 16-23.

[12] 程海燕, 吴长青. 中国形象的文化符号国际传播路径——基于土耳其“我想象的中国”绘画作品的实证研究[J]. 西安外国语大学学报, 2022, 30(02): 124-128.

[13] 陈伟, 卢德平. 共同体意识与现代性转化: 中华文化符号传播的时空价值与规约[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(11): 12-20.

[14] 黄会林, 刘滢, 傅红星, 李明, 熊晓鸽. 2011年度“中国电影文化的国际传播研究”调研分析报告(上)[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2012, 34(01): 9-16.

[15] 凌继尧. 我国文化海外传播的新路径——从中国瓷器的海外传播谈起[J]. 江苏行政学院学报, 2015, (06): 37-41.

[16] 陈莉. 中国文化符号国际传播的效果及其优化: 海外汉语教学的异质影响[J]. 江海学刊, 2020, (03): 228-235.

[17] 张洪忠, 刘彦榕. 美国大学生对中国文化软实力的认知状况分析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2011, (06): 15-18+23.

[18] 于丹, 杨越明. 中国文化“走出去”战略的核心命题“供给”与“需求”双轮驱动——基于六国民众对中国文化的认知度调查[J]. 人民论坛, 2015, (24): 72-75.

[19] 陈莉. 中国文化符号他者理解特征分析——以突尼斯调查为例[J]. 学术论坛, 2018, 41(06): 136-141+155.

[20] 王秀丽, 梁云祥. 日本人眼中的中国文化[J]. 中国文化研究, 2019, (03): 51-56.

作者简介:

胡方慧,女,山东济宁人,济宁医学院外国语学院讲师,硕士,研究方向:中外文化和外语教育。