

**Research on the Construction of the External Discourse
System of Chinese Excellent Traditional Culture from the
Perspective of Hyper-linguistic Communication**

**超语交际视角下中华优秀传统文化对外话语
体系建构研究**

顾海燕◎著



**International
Union of Scientific and
Technological Scholars**

CIP INFORMATION

Title: Research on the Construction of the External Discourse System of Chinese Excellent Traditional Culture from the Perspective of Hyper-Linguistic Communication

题目：超语交际视角下中华优秀传统文化对外话语体系建构研究

Author: Haiyan Gu

作者：顾海燕

ISBN: 979-8-90040-110-2

Publisher: CYPEDIA INTERNATIONAL UNION OF SCIENTIFIC AND
TECHNOLOGICAL SCHOLARS

Price: \$60.00

定价：60 美金



**International
Union of Scientific and
Technological Scholars**

**Research on the Construction of the External Discourse System of
Chinese Excellent Traditional Culture from the Perspective of Hyper-
linguistic Communication**

超语交际视角下中华优秀传统文化对外话语体系建构研究

Address: 100 N Howard St Ste R, Spokane, Wa, 99201. United States

Tel: +888-754-5177

Email: contact@cypedia.net

Format: 170mmx240mm 1/16 Sheets: 14

Word Counts: 180.000

Edition: First edition in May 2026

Printing: First printing in May 2026

**CYPEDIA INTERNATIONAL UNION OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL
SCHOLARS**

非开放获取·电子版请联络出版社购买·版权归出版社所有·侵权必究

Not Open Access. For the electronic version, please contact the publisher for purchase. The copyright belongs to the publisher.
Infringement will be prosecuted.

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视国际传播能力建设，明确提出要“加强国际传播能力和对外话语体系建设”，旨在更好地向世界宣介中国主张、中国智慧、中国方案。然而，尽管我们付出了巨大努力，中华优秀传统文化在国际舞台上的声音依然相对微弱，时常陷入“有理说不出”“说了传不开”乃至“失语”的传播困境。究其根源，在于传统的对外话语实践长期依赖政府、官方媒体和专业译者等有限主体，传播渠道集中于领导人讲话、大型外事活动及平面文本翻译，形式较为单一，缺乏与海外受众的有效互动，难以真正走进普通民众的生活与内心。

对此，习近平总书记深刻指出，要“精心构建对外话语体系，着力打造融通中外的新概念、新范畴、新表述”，并强调应“将中国对外话语精巧地寓于通俗化和生活化的平民故事当中”。这一重要指示为我们指明了破局的方向——对外传播必须从单向度的“我说你听”转向双向度的“共情共创”，从宏大的政治叙事下沉到鲜活的个体经验。

正是在这一时代命题下，本书引入“超语交际”（translanguaging）这一前沿理论视角。超语交际超越了传统语言转换的局限，它倡导由多元主体（包括普通民众）在特定的生活化场景中，灵活调用语言、图像、声音、行为等多种符号资源（即多模态），以创新且恰适的方式，与不同文化背景的受众展开深度互动。这种实践天然契合了“融通中外”与“寓于平民故事”的要求，能够通过文明间的平等对话、碰撞与融合，有效激发知识传递、情感共鸣与文化认同。

因此，本研究旨在系统探索如何以超语交际为方法论，构建一个更具生命力、互动性和全球通约性的中华优秀传统文化对外话语新体系，从而切实回应国家重大战略需求，助力中国声音真正“传得开、叫得响、入人心”。

限于作者水平，书中难免存在疏漏及不妥之处，敬请读者批评指正。

基金项目：安徽省哲学社会科学规划项目：超语交际视角下对外话语体系建构研究项目号：AHSKY2023D121。

作者

第一章 超语交际与中华优秀传统文化对外传播理论框架·····	1
第一节 超语交际理论的内涵与发展·····	1
第二节 中华优秀传统文化对外传播的历史演进·····	7
第三节 话语体系建构的多维理论基础·····	14
第四节 跨文化传播视角下的理论整合·····	19
第二章 中华优秀传统文化的核心价值与话语资源·····	25
第一节 仁爱和谐的价值理念体系·····	25
第二节 礼义廉耻的道德规范话语·····	29
第三节 天人合一的生态智慧表达·····	34
第四节 天下大同的理想社会建构·····	38
第三章 跨文化语境中的话语理解障碍分析·····	45
第一节 语言符号系统的差异与隔阂·····	45
第二节 文化认知模式的冲突与调适·····	50
第三节 价值观念体系的碰撞与融合·····	54
第四节 传播接受过程中的意义重构·····	59
第四章 超语交际视角下的话语转换机制·····	67
第一节 多模态符号的协同表达·····	67
第二节 文化意象的跨语境转化·····	73
第三节 叙事策略的适应性调整·····	78
第四节 情感共鸣的跨文化触发·····	83
第五章 传统文化对外话语的受众研究·····	91
第一节 国际受众的文化认知特点·····	91
第二节 不同文化圈层的接受差异·····	95

第三节 年龄群体的审美偏好分析·····	100
第四节 新媒体用户的阅读习惯·····	104
第六章 数字化时代的话语传播平台构建·····	109
第一节 多媒体融合的传播矩阵·····	109
第二节 社交媒体的互动传播策略·····	113
第三节 虚拟现实技术的沉浸式体验·····	118
第四节 人工智能辅助的个性化推送·····	125
第七章 典型案例的话语实践分析·····	131
第一节 孔子学院的传播模式研究·····	131
第二节 文化节庆活动的国际推广·····	136
第三节 传统艺术形式的现代诠释·····	141
第四节 文化产品的海外接受效果·····	145
第八章 话语体系建构的实施路径·····	151
第一节 政策支持与制度保障·····	151
第二节 人才培养与队伍建设·····	155
第三节 内容创新与形式突破·····	158
第四节 效果评估与反馈机制·····	163
第九章 跨文化对话中的伦理规范·····	171
第一节 文化尊重与平等对话原则·····	171
第二节 文化误读的防范与纠正·····	175
第三节 文化适应的尺度把握·····	179
第四节 文化创新的边界探讨·····	185
第十章 未来发展趋势与战略展望·····	191
第一节 全球化进程中的机遇与挑战·····	191
第二节 技术发展带来的变革影响·····	196
第三节 多元文化共生的发展路径·····	203
第四节 中华文化走出去的战略构想·····	210
参考文献·····	217

第一章 超语交际与中华优秀传统文化对外传播理论框架

本章旨在构建一个以超语交际（translanguaging）为理论主干、深度融合中华优秀传统文化对外传播实践的分析框架。不同于将超语视为语言混合技巧的简化管理解，本文将其定位为一种批判性社会实践与认识论立场——它不仅重构了语言使用者如何调用符号资源进行意义协商的过程，更挑战了以“命名语言”为边界的知识生产逻辑（García & Wei, 2014; Li Wei, 2018）。通过厘清超语交际的核心内涵、理论谱系及其在跨文化传播中的应用价值，本章为后续实证研究奠定坚实的学理基础，并为中华文化“走出去”提供超越传统翻译范式的解释路径与操作策略。

第一节 超语交际理论的内涵与发展

超语交际并非应用语言学中的边缘议题，而是对现代语言观的一次本体论革命。它彻底解构了结构主义语言学所预设的“语言是界限分明、封闭自足的符号系统”这一前提，转而主张：多语者拥有的是一个统一的、动态的语言库（linguistic repertoire）。在此视角下，语言实践的本质不是在“中文”与“英文”之间切换，而是根据交际目标、社会身份与情境需求，灵活调动全部符号资源以实现意义共建（Li Wei, 2011; Canagarajah, 2011）。

一、超语交际的核心概念界定

弄清楚超语交际的关键概念，是认识其理论结构的逻辑起点。这有利于我们摆脱把语言看作是静态系统的想法，转而重视交际时符号资源的流动、重组和协同，进而展现意义产生的真相。

（一）超越单一语言：动态语言实践

传统语言观将“汉语”“英语”等视为客观存在的实体，这种命名语言意识

形态 (named language ideology) 掩盖了语言使用的流动性与社会建构性。超语交际理论则指出: 语言不是名词, 而是动词 (language as verb)。使用者并非被动遵循语法规则的“代码执行者”, 而是主动的意义创造者。他们在跨文化对话中, 会自然地融合词汇、语法、语调、语码乃至沉默与停顿, 形成一种去边界化的符号流 (Blommaert, 2010)。

对于中华文化的对外传播而言, 这一转向具有根本意义。诸如“道”“仁”“气”等核心概念, 在目标语中往往缺乏完全对应的语义场。若强行套用“Tao”“benevolence”“qi”等译词, 极易导致意义扁平化或误读。而超语实践允许传播者保留源语形式 (如拼音“Dao”), 辅以多模态解释 (如动画演示、哲学类比、生活场景再现), 从而在跨语际空间中共同建构新的理解可能。

(二) 整合多种符号: 多模态资源库

超语交际远不止于语言内部的流动, 其真正力量在于打破语言/非语言、口语/书面、人类/技术之间的符号壁垒。在数字时代, 意义生成日益依赖文字、图像、声音、手势、算法推荐、虚拟环境等异质符号的协同作用 (Jewitt, 2014)。超语理论将这些资源整合进“扩展的语言库”, 形成超语空间 (translanguaging space) ——一个允许多元主体共同参与意义协商的实践场域 (Lewis, Jones & Baker, 2012)。

以茶艺传播为例: 仅靠英文解说“tea ceremony”难以传递“和敬清寂”的精神内核。而一段 TikTok 短视频若能融合:

- ①中文吟诵《茶经》片段 (听觉符号);
- ②特写水流注杯的慢镜头 (视觉符号);
- ③背景古琴音效 (听觉氛围);
- ④弹幕中外观众互动提问 (社交符号);

则构成一次典型的多模态超语实践。受众通过感官沉浸与符号互文, 在无需完全理解中文的前提下, 体验性地接近文化深层结构。

(三) 强调主体能动性: 作为策略性意义协作者的传播者

超语交际理论拒绝将使用者视为语言规则的被动接受者, 而是将其定位为具有高度策略意识的意义协作者 (meaning-maker)。在跨文化传播中, 传播者会根据受众反馈、平台特性、政治语境等变量, 动态调整符号组合策略。例如:

面对西方青年群体, 用“Jianghu = Chinese fantasy universe”类比解释“江湖”;

在学术场合，则采用“Jianghu (rivers and lakes): a socio-spatial metaphor for autonomous moral communities outside state control”进行深度阐释。

这种策略选择并非随意拼凑，而是基于对交际生态的敏锐判断。更重要的是，超语实践本身即是一种话语赋权行为：它赋予传播者挣脱单语规范束缚的合法性，使其能够自信地使用带有中国印记的混合语码（如“add oil”“long time no see”），在国际话语场中宣告文化主体性。

二、超语实践的理论谱系梳理

梳理超语实践的理论谱系，有益于了解理论的历史源头和学术脉络，认识超语由边缘概念变为解释全球化语言生活主流范式的进程，也利于认识其发展进程中的内在逻辑。

（一）从后结构主义到批判社会语言学

超语理论的哲学根基深植于后结构主义对本质主义的批判。德里达对“逻各斯中心主义”的解构、福柯对知识/权力关系的揭示，共同动摇了“语言=国家=民族”的同构神话。在此基础上，批判社会语言学（Critical Sociolinguistics）进一步指出：所谓“标准语”实为权力规训的产物，而“混杂语码”常被污名化为“不纯”“低级”（Blommaert, 2010）。

超语交际正是对这一等级秩序的反抗。它拒绝将语言实践纳入“正确/错误”的二元评判，转而关注：谁有权定义何为“合法”语言？何种语言形式被排除在公共话语之外？在中华文化对外传播中，这意味着：中英夹杂的网络用语（如“Zen moment”“Confucius says…”）不应被视为“不地道”，而应被看作全球公民创造性参与文化再生产的证据。

这一理论谱系的演变，一直伴随着对于语言和权力关系的认识越来越深入。在传统语言分离观中常常带有等级秩序，标准语是正统的，混合语码是不纯的、低级的。超语交际理论延续了批判社会语言学传统，细致探究语言实践当中权力运作的机制。认为超语实践不但是交际手段，而且是反抗语言霸权、争取话语空间的政治行为。在中华文化对外传播中，该理论视角给非标准英语变体或者中英混合语码赋予了合法性，使传播者冲破国外中心主义的语言规范，自信地使用带有中国元素的语言形式，在国际话语体系中争取应有的话语权。

（二）跨学科融合：认知、教育与人类学的交汇

超语理论的生命力源于其跨学科开放性：

认知科学证实：人类思维天然具有分布式特征（distributed cognition），语言只是外部符号工具之一（Hutchins, 1995）。超语实践正是大脑调用内外部资源进行意义加工的自然表现。

教育学研究显示：允许学生在课堂上使用母语辅助二语学习，非但不会阻碍目标语习得，反而能提升元语言意识与学术成就（García, 2009）。

人类学民族志则记录了全球移民社区中丰富的超语日常——从纽约华裔家庭的“中英粤混杂晚餐对话”，到伦敦唐人街商铺的多语价签，超语是全球化生活的常态而非例外。

（三）全球化语境下的理论新解

伴随着全球化的不断深入，在超级多元社会中，人员、信息、资本的跨国流动达到了空前的程度，在这样的背景之下，超语交际理论也获得了新的解释角度。传统的语言与民族、国家——对应同构关系被打破，取而代之的是流动的、混杂的、去中心化的语言景观。在这种情况下，超语交际不再是边缘群体的特殊行为，而是全球公民日常交际的常态。理论家们用流动现代性来重新审视超语现象，认为它是全球化时代不确定性、流动性的一种积极回应和适应。

数字技术飞速发展给全球化语境下的超语实践开拓了更大的空间。互联网就像是没有边界的城市，各种语言的人在其中进行即时的交流，从而产生了各种各样的新语言、新符号。网民喜欢把不同的语言的词汇混杂在一起说话，并且会使用很多网络流行语和表情符号。网络时代的超语实践拥有强大的传播力和感染力，很快突破地理界限，形成了全球性的混合亚文化。中华文化传播要正视并利用网络超语现象，把其作为切入全球青年文化圈层的一种途径。

在跨国界的理论新解中还要特别注意离散群体的语言实践。伴随着移民浪潮的到来，众多的中华儿女漂泊到世界各地，在异质文化环境里生活的人们，自然而然地展开了高强度的超语实践。他们的语言使用带有中华文化的底色，又带有居住国语言的特色，形成了一种独特的“中间地带”。它是语言接触的前沿，也是文化交流碰撞的试验场。超语交际理论注意到这个群体的语言生态，发现文化在全球流动的过程中，通过语言混合重组实现了本土化的生存和再生产，给构建融通中外的对外话语体系提供了鲜活的样本。

三、超语交际理论的应用价值

探究超语交际理论的应用价值，就是要阐明它在改变文化传播观念、重新塑造研究范式、指导具体实践等方面的重大意义，进而证明它作为中华文化对外话语体系构建的理论基础的必要性、可行性。

（一）对传统跨文化交际理论的超越

传统理论常陷入文化本质主义陷阱，将“中国文化”视为静态整体。超语视角则揭示：文化是在每一次具体交际中被临时组装、协商、重构的（Appadurai, 1996）。传播者与受众共同在超语空间中编织意义之网，而非传递预制的文化包裹。

1. 超语交际理论成功地冲破了这种二元对立的僵局。它不再把文化看作静态的既成事实，而把文化看成交际互动过程中不断生成的意义系统。超语视角下交际者不是背负沉重文化负担的人，而是在各种文化资源间穿梭的旅行者。语言混合的方式创造出第三空间，在第三空间中，原本对立的文化元素可以对话、协商、融合，从而摆脱传统文化边界的束缚。

2. 对交际失败的归因逻辑加以修正。传统理论一般把交际障碍归因于文化差异或者语言能力不足，而超语交际理论则认为，所谓的错误或者不规范，其实是交际者为了达到某种目的而进行的创造性尝试。它把我们的视线从找不同引到找相同，从看隔阂引到找联系。此种视角的转变对于中华文化对外传播而言十分重要，它让我们在遭遇文化误读的时候，不应该一味指责或者辩解，而应该采取一种更具有包容性、创造性、超语性的实践，搭建起新的理解之桥，化解潜在的矛盾。

（二）为文化传播研究提供新范式

超语范式要求研究者：首先，放弃“文本中心主义”，转向对多模态互动过程的微观分析；其次，采用视频民族志、多模态话语分析、数字痕迹追踪等方法，捕捉符号协同的动态机制；最后，关注普通民众、网红、留学生等非官方主体的超语实践，而非仅聚焦国家话语。

新的范式重视研究对象的生态性。它主张把语言传播置于复杂的社会文化生态体系之中进行研究，探究语言实践和社会结构、权力关系、身份认同之间的互动共生关系。在此范式下，中华文化对外传播不再被当作单向度的信息传递，而是把其看作多维度的生态营造。研究者开始关注传播者怎样利用环境中的多模态资源来营造文化氛围，受众又怎样使用自身的语言资源来解码、重构文化信息。

这样双向互动的研究方式,可以使我们对传播效果有比较全面的认识,从而找到在传播中真正起作用的变量。

此范式也使数据采集分析范围大为扩展。传统的文本分析、问卷调查已经无法满足超语研究的要求,多模态话语分析、交互分析、网络民族志等新方法得到了广泛的应用。研究者在分析文字文本的同时也会对视频、音频、弹幕、表情包等各种符号进行分析,研究这些符号在意义建构过程中互相配合的方式。从方法论上来说,这给中华文化在数字时代、网络时代的传播情况提供了更加详尽的画面,并且可以给制定出更加科学合理的传播策略提供有力的实证支持。

(三) 指导对外话语实践的可行性

理论的生命力在于指导实践。超语交际理论有强大的解释力,也有切实的实践指导性,可以给中华优秀传统文化对外话语体系的建构提供具体的行动指南。

在话语内容的生产上,该理论提倡冲破中英语言的严格界限,鼓励采用“音译+解释”的策略,以保留文化独特性。例如,在介绍中国特色的哲学概念或者艺术形式的时候,不必强制进行完全的意译,借鉴“Feng Shui: Chinese geomancy for harmonious living”这种形式,既可保留原汁原味的文化韵味,又能激起受众的好奇心和求知欲,促使他们在解码的过程中主动去接近中华文化。

超语交际理论所推崇的是多模态叙事,在话语方式上求新。传播者应该充分发挥现代媒介技术的作用,把传统的文字叙述转变为集视听、触、动于一体的综合感官体验。在具体实践中,应积极开发如VR茶道体验、AI书法互动等多感官超语产品。推广中医文化的时候,可以借助虚拟现实技术,让受众沉浸式地体会经络的流动,并且配上多语言的语音讲解和动态图示;推广书法艺术时,利用AI技术让受众体验运笔的力道。这种多模态超语言的实践可以减小跨文化理解所造成的认知负担,跨越语言的障碍,产生一种新的超越单一自然语言的文化语言,使不同的文化受众直接感受得到中华文化的魅力,极大拓展传播受众范围。

就话语主体的培养而言,该理论给跨文化传播人才的培养指明了方向。未来的传播者不应该只是外语翻译家,更应该是能够调动各种符号资源、具有敏锐跨文化意识的超语交际者。培训体系要重视培养学生的灵活运用中介语、身体语言、数字工具等表达方式的本事,特别是要培养能熟练运用表情包、弹幕、短视频脚本等数字符号的新型传播人才,使其在复杂语境中及时作出策略性调整。同时应该鼓励普通民众、海外留学生、华人华侨等多元主体参与文化传播,利用他们各

自所具有的超语资源与社交网络，形成一个多层次、立体的对外话语矩阵。

在此基础上，要建立基于超语交际视角的对外话语体系，还要建立相适应的评价机制。传统的评价标准大多只看重语言的准确性、地道性，而新的评价体系应该建立以交际有效性、文化通达性、情感共鸣度为核心的评估体系，从而取代“语言地道性”这一单一标准。这种导向会促使传播者实践探索、勇于创新，通过这样全面的实践指导，超语交际理论才会真正在中华文化对外传播中，把文化从“自在”推向“自为”，从“单向”推向“多元”，从“被动适应”推向“主动建构”，最终建构起具有中国特色、能讲通国际语言、打动人心的中华文化对外话语新体系。

第二节 中华优秀传统文化对外传播的历史演进

中华优秀传统文化对外传播的历史，并非一条单向度的“文化输出”直线，而是一部多主体、多符号、多语境交织互动的超语实践史。从古代丝绸之路的物质交换到当代数字平台的短视频传播，每一次跨文化接触都伴随着语言边界松动、符号资源重组与意义协商机制的演化。本节将历史进程置于超语视角下重新审视，揭示中华文化如何在不同历史阶段通过动态调用语言与非语言资源，实现跨语际的意义传递与文化再生产。

一、古代丝绸之路的文化交流形态

丝绸之路不仅是商贸通道，更是早期全球化语境下的超语空间（translanguaging space）。在此空间中，语言使用者并未受限于“汉语”或“波斯语”的命名边界，而是基于生存与交流需求，灵活整合多语词汇、手势、器物符号乃至身体姿态，形成一套高度实用的交际系统。

（一）以物载文：非语言符号作为超语媒介

物质实体是古代中华文化对外传播最直接、最原始的载体。它们跨越了地理界限，同时也跨越了语言的界限，成为不需要翻译的通用语言。丝绸、瓷器、茶叶等物质载体，本质上是无需翻译的超语符号。它们通过触觉（丝绸的柔滑）、视觉（青花瓷的纹样）、味觉（茶的回甘）等多感官通道，直接触发受众的文化想象。例如，唐代外销瓷上的“胡人乐舞”图像，并非对现实的忠实再现，而是

工匠根据海外市场需求进行的符号再编码——将中原审美与异域元素融合，创造出一种跨文化的视觉超语。这种“物的翻译”超越了语言障碍，在接收端激发新的意义生成，而非被动接受预设信息。

瓷器的流传最深层次就是物质符号的叙事。唐宋时期的青瓷、白瓷以及后来的元青花，以独有的器型、釉色、纹饰向世界讲述着中国人的生活哲学和精神追求。外销瓷器上绘制的山水、楼阁和人物，实际上就是一幅幅流动的中国画卷，当它们传入伊斯兰世界和欧洲宫廷的时候，就成为当地人想象中国场景的重要参照。器物在流通的过程中还会根据输入地的审美需求而改变形制，这是物质层面的翻译和改写，即用物质形态的混合来达到文化意义的交流与共识。

茶叶西传的同时，也把东方的生活方式和礼仪规范带到了西方。随着茶叶贸易的发展，中国的茶具、茶艺以及以茶待客的社会风俗也得到了广泛的传播。物质载体于是成为文化观念的物化表现形式，饮茶不仅满足了生理需求，而且被国外社会认为是包含着冷静、秩序、优雅的东方生活情趣。虽然当时还没有形成系统的对外话语阐释体系，但是这些蕴含着丰富文化积淀的物质符号，凭借具身性体验的优势，在异质文化土壤中播下了中华文明的种子，为之后更深层次的文化交流打下了积极的情感基础。

（二）僧侣与商旅：流动中的超语主体

玄奘、义净等求法僧侣在佛经翻译中面临的“格义”困境，实为早期超语策略的探索。他们借用老庄术语解释佛教概念（如以“无为”译“nirvana”），并非简单误读，而是在缺乏对应语义场的情况下，主动构建跨哲学体系的意义桥梁。这种实践虽牺牲部分精确性，却成功促成思想嫁接，体现了超语作为文化适应机制的功能。

商旅群体则发展出更为底层的超语形式——皮钦语（pidgin）。粟特商人使用的“丝绸之路上的混合语”，融合汉语量词、波斯语动词、突厥语地名，虽语法简陋，却足以支撑交易与信息交换。这种“够用即有效”的交际逻辑，正是超语实践的核心精神：意义优先于形式规范。

值得注意的是，这些流动的主体在传播的过程中起着文化说书人的作用。虽然马可波罗的游记是在他回到欧洲之后才写成的，但他在中国生活期间作为商人、使者的身份，让他成为向欧洲人系统地介绍中国的重要人物。他描述中国繁华的景象、中国的货币、中国的行政管理等时，无法避免地会用欧洲人所理解的框架、

语言去“转译”中国的经验。经过他者视角过滤的文化叙事虽然有夸大和误读的成分，但它极大地刺激了国外人们对东方的向往，也开启了大航海时代寻找东方的历史契机。因此，僧侣和商旅是文化最早的传播主体，他们的身体流动轨迹就是中华文化向外辐射的物理线路，而他们的语言实践就是中外文化交流意义网络的最早形式。

（三）双向涵化：超语作为文化协商机制

文化传播从来不是单向灌输。当造纸术传入阿拉伯世界，其原本承载的“文以载道”儒家意涵被剥离，转而融入伊斯兰科学传统；日本在吸收汉字的同时创制假名，形成“汉和混写”文本。这些现象表明：接收方并非被动容器，而是主动的超语协作者。他们在自身符号系统中重新锚定外来文化元素的位置，实现本土化再生。这种双向超语协商，正是中华文化能在东亚形成长期影响力的根本原因。

反观中华文化向国外的传播过程，也存在着同样明显的变化。中国的造纸术、火药、指南针、印刷术，经阿拉伯人传入欧洲之后，便脱离了它们在中国文化语境中原本的意蕴——比如火药之于炼丹求长生，指南针之于风水堪舆——被纳入国外近代科学和社会变革的逻辑链条，成为推动社会转型的重要技术力量。由此可以看出，文化传播不是简单的复制，而是接收方根据自身需要，对源端信息进行加工的过程。

在东亚文化圈内部，这种互动就更加深入细致了。汉字是表意文字，它所承载的不只是汉语的语音，还有儒家文化一整套的价值体系。朝鲜半岛、日本、越南在历史上一直用汉字，因此形成一个汉字文化圈。但是各国在借用汉字的同时又根据本国语言特点创造出日本假名、朝鲜谚文等文字，形成了“汉字+本国文字”的局面。书写层面的超语现象，就是中华文化在区域传播中强大的辐射力和本土化的变异的必然结果，由此形成了“和而不同”的区域文化生态。

二、近代以来的“西学东渐”与“中学西传”

19世纪以降，西方殖民扩张打破了原有的文化交往平衡。中华文化的对外传播被迫在话语霸权与民族存续的张力中寻找出路。此时期的超语实践，呈现出鲜明的策略性与抵抗性特征。

（一）传教士翻译：归化背后的超语操控

利玛窦等耶稣会士采用“适应策略”，将《四书》译为拉丁文，确实在欧洲引发“中国热”。但其翻译本质是以基督教神学框架收编儒家思想——如将“天”译为“Deus”（上帝），实为通过超语手段实施文化转码（cultural transduction）。这种操作虽促进交流，却也将中国文化纳入西方中心主义的认知网格，埋下误读伏笔。礼仪之争后，传教士话语转向贬抑，更凸显超语实践无法脱离权力结构的制约。

1. 翻译策略的杂糅：传教士在翻译中国典籍时，常使用归化翻译法，用国外基督教神学的概念来翻译中国的哲学术语，把上帝、天主混为一谈，把理解为神性的秩序。翻译行为本身就是一种高强度的超语交际，在两个截然不同的意识形态和语言之间架桥，不可避免地造成意义的扭曲，但是也创造出一种中西杂糅的特殊话语空间。

2. 知识体系的双向建构：把西学带入中国，传教士又和中国的士大夫合作翻译了《几何原本》等国外的科技著作。此种合作翻译模式构成了一种特殊的跨文化工作坊，中国学者进行语言润色，传教士给出原义解释，在不断的争论和辩驳中产生了许多现代科学术语，如几何、点、线等。这些术语的出现，是传统中国语言系统吸收外来概念、自我更新的一种表现，也是对汉语表达力的大丰富。

3. 文化阐释的局限性，虽然传教士对“中学西传”做出了贡献，但因为传教士的传教本质，他们对于中华文化的阐释始终存在着国外中心主义的色彩。把中国传统文化看作需要被“福音化”的前现代文明，这样的预设文化等级观念，妨碍了中华文化在全世界范围内的全面展示。随着礼仪之争的爆发，传教士对中国的文化态度由宽容转为排斥，使外国人对中国认知由原来的哲学家皇帝国度变为停滞的东方帝国。

（二）知识分子的超语写作：夺回话语主权

辜鸿铭、林语堂等学者的英语写作，标志着中国人开始主动掌握超语工具。辜鸿铭在《春秋大义》中引用卡莱尔论证儒家伦理的普世价值，林语堂在《吾国与吾民》中以幽默笔调解构“东方神秘主义”刻板印象——他们不再依赖他人转译，而是直接进入目标语符号系统内部，进行创造性的话语重构。这种由内而外的超语实践，是对文化主体性的有力宣示。

辜鸿铭在《春秋大义》里用激昂的笔触捍卫中国传统文化，他引用欧洲人熟

知的歌德、卡莱尔等人的思想，与儒家精神作比较，试图证明中国文明具有国外文明所没有的温良与深情。该种策略性超语修辞，即利用国外文化权威资源来证明本土文化的价值。林语堂以平和、幽默的笔调写出了《吾国与吾民》、《生活的艺术》，他把中国传统文人的闲适哲学和现代国外的生活理念结合在一起，塑造出一个充满智慧和生活情趣的中国形象。他的作品在国外畅销，说明当中国文化以符合现代交际规范、契合人类共同情感的方式表达出来的时候，会产生巨大的传播效力。

这一时期的有识之士，表现出一种文化自觉。他们明白，要想让世界了解中国，不能只是简单地展出中国的器物，还要对中国的灵魂进行对话。他们在使用外语表达的时候，不是简单的语言转换，而是一个复杂文化编码的过程，努力把中国的特殊的文化经验转变成具有普世价值的人类经验。虽然他们的声音在当时强大的国外话语霸权之下显得很弱，但是为后人怎样对外传播中华文化提供了宝贵的经验。

（三）政治语境的规训与突围

晚清至冷战时期，文化传播常被简化为意识形态宣传，语言高度程式化（如“帝国主义亡我之心不死”）。这种单语化、口号化的表达，恰恰背离了超语精神——它拒绝符号多样性，压制受众的协商空间。直至改革开放后，中国重新拥抱多元交往，超语实践才在民间层面逐渐复苏。

新中国成立以后，对外文化传播进入了一个新的阶段，但是由于冷战的背景，对外传播的内容具有很强的意识形态色彩。这一时期对外话语建构很大程度上是为外交斗争、国家形象重塑服务的，在亚非拉第三世界国家产生了某种程度的影响，但在国外主流社会却遇到了很大的认知障碍。政治语境的约束使文化传播异化为政治宣传，语言使用高度程式化、口号化，缺少跨文化交际所需要的灵活性、共情力。这种情况直到改革开放以后，中国重新融入国际体系之后才有所好转。从历史经验上说，脱离了政治经济基础的文化传播是脆弱的，过度政治化的文化传播也容易引起受众的反感。因此，怎样在政治立场与文化交流之间求得平衡，就成了创建对外话语体系时不可回避的难题。

三、全球化时代的文化传播新格局

21 世纪以来，技术革命催生了去中心化、多模态、用户驱动的超语传播新

格局。国家、市场、个体共同构成多层次传播矩阵，超语实践从边缘走向主流。

（一）国家战略层面的顶层设计

孔子学院（现语合中心）虽以汉语教学为主，但其文化活动（书法体验、茶艺演示）已蕴含多模态超语逻辑。更关键的是，“一带一路”倡议推动的文明对话，试图将“人类命运共同体”等理念嵌入全球治理话语。这要求翻译不仅是语言转换，更是概念体系的跨语际嫁接——如将“和合共生”阐释为“coexistence through harmony”，需辅以案例、图像、外交叙事等多重符号支撑。

与此同时，“一带一路”倡议的提出，给文化交流开辟了新的地缘空间。互联互通时代文化交流不再是孤立存在，而是同经贸合作、基础设施建设相联系在一起。中国通过举办亚洲文明对话大会、中法文化旅游年等国家级主场外交活动来设置议题、积极宣介包含有中国智慧的全球治理理念，例如和合共生、人类命运共同体。核心概念的对外翻译和传播，不再仅仅是被动地迎合国外话语，而是努力创建具有中国特色并且可以被国际社会所理解的概念体系。将以人为本解释为普遍人权的治理原则，把和谐解释为解决国际争端的替代性方案。这种话语的构建要依靠准确的语言转换，也要依靠高超的跨文化修辞技巧，体现国家在掌握对外话语权方面所做的积极努力。

（二）市场驱动下的文化产业输出

网络文学海外传播堪称自下而上的超语典范。Wuxiaworld等平台保留“Qi”“Jianghu”等拼音术语，并配以粉丝撰写的百科词条，构建了一套共享的亚文化符号库。读者在追更中习得中国文化概念，形成参与式超语学习社区。

《原神》《黑神话：悟空》等游戏则通过沉浸式多模态设计，将戏曲脸谱、敦煌色彩、道教哲学融入玩法。玩家在操作中理解“五行相克”，在场景中感受“山水意境”——语言不再是理解门槛，体验本身即为超语媒介。

1. 网络文学翻译组现象，仙侠、玄幻类中国网络文学在国外拥有众多的粉丝。最初是海外粉丝自己组织的翻译组。这些翻译组在翻译的时候，有意地保留了很多“Dao”（道），“Qi”（气），“Jianghu”（江湖）这样的拼音词汇，并且还在文末给出了解释。这种自下而上的超语实践并没有成为阅读障碍，反而产生了一种独特的亚文化术语系统，让国外读者在追更的过程中不知不觉地习得了中国特有的文化概念。

2. 影视游戏的沉浸体验感，古装剧《陈情令》、《甄嬛传》，爆火的游戏《原

神》等，以独特的视觉符号和沉浸式的叙事，把中国的传统服饰、饮食、建筑、音乐等元素，融入到全球年轻人的娱乐生活里。在这些文化产品当中，语言不再是唯一的表意手段，色彩，音效，动作捕捉技术一起形成了一种多模态的表意系统。国外的玩家为了通关而主动去研究角色背后所隐藏的戏曲元素、武术动作，这样由兴趣带动的主动探索行为，比传统的灌输式传播要好的多。

（三）技术赋能的传播渠道变革

数字化技术迅速发展，彻底改变着文化传播的生态，技术赋能成为新时代传播格局的主要因素。互联网平台，尤其是短视频平台的兴起使得文化传播具有了碎片化、去中心化以及算法推荐等新的特点。

TikTok 上，一位留学生用古筝演奏《兰亭序》，配英文字幕解说书法美学，获百万点赞。短视频的视觉主导性天然契合超语逻辑：音乐、服饰、动作先行，语言解释后置。算法推荐机制更使此类内容精准触达兴趣群体，实现“信息找人”的超语传播。

AI 实时翻译、VR 敦煌漫游等技术，则进一步消解语言与时空障碍，让全球用户“亲历”文化现场。技术不再是中立工具，而是超语实践的结构性赋能者。

人工智能翻译技术的不断进步，正在渐渐的扫清语言障碍。神经机器翻译可以实时把中文信息翻译成各种外语，使大量中文信息可以被世界即时获取。虚拟现实和增强现实技术给海外受众带来了身临其境的体验感。人们可以借助数字敦煌项目进入莫高窟进行游览，也可以借助数字博物馆近距离触摸中国文物。技术中介下的传播，创造出了一个新的时空关系，使中华优秀传统文化不再只是博物馆里的陈迹，而是可以触摸、可以互动的鲜活存在。技术不仅改变了传播的途径，更深刻地改变了文化的感受方式，为全媒体时代对外话语体系的构建提供强有力的技术支撑。

第三节 话语体系建构的多维理论基础

在超语交际视域下，中华优秀传统文化对外话语体系的建构，必须超越单一语言转换模型，转向多理论协同的整合分析框架。本节从话语分析、符号学、叙事学三个维度，阐明超语如何为“怎么说”“怎么传”“怎么懂”提供学理支撑。

一、话语分析理论：从结构到建构

话语分析理论经过漫长的发展，现在已经不局限于对语言形式、语法的分析了，而是转向了语言使用和社会语境之间复杂而动态的关系上。建构对外话语体系的时候，要依靠话语分析的“透镜”，细致地观察语言背后所隐藏的权力关系、意识形态和社会认知机制。这一理论视角并没有把语言当作一个静态的符号容器，反而把语言看作一种能动地介入社会现实、建构文化身份的实践行为。这对于认识中华文化怎样在异质的语境中建构自身的主体性，有着十分重要的意义。

（一）费尔克拉夫的批判性话语分析

费尔克拉夫(Fairclough)的三维模型提醒我们：每一次“龙”的翻译选择(dragon vs. loong)，都是社会实践层面的意识形态博弈。超语视角要求我们不仅优化文本修辞，更要挑战“dragon= 邪恶”的西方话语预设。例如，在国际传播中主动使用“loong”并配以祥云、帝王图腾等视觉符号，通过符号再语境化争夺意义定义权。

话语从来就不是中立透明的媒介。中华文化“走出去”的每一个行动——每一次翻译的选择、每一个对外宣传口号的制定——实际上都包含了话语实践的博弈。运用批判性话语分析的方法，可以找到国外主流话语体系对东方文化存在的刻板印象、霸权压制，有针对性地优化我们的文本策略。此种分析方法意味着，当我们形成对外话语的时候，既要重视语言文字的提炼以及表达技巧，也要重视话语生产的制度性环境，从而在国际舆论场中，经由不断演进的话语实践去改变社会实践，争取到更为平等的文化对话空间。

（二）范·迪克的社会认知话语分析

范·迪克(Van Dijk)指出，话语效果取决于是否契合受众的社会认知模型。面对个人主义文化背景的受众，若直接宣讲“集体主义”，易引发抵触。超语策略可将其转化为：“In Chinese thought, personal fulfillment is deeply connected to

family and community well-being—much like how your success brings pride to your parents.” 通过类比激活共通情感，实现认知嫁接。

从该理论角度出发，对外话语体系构建就变成一场认知层面的博弈。有效的传播不应只是信息的单向传递，而应该致力于重构受众的心理模型。只有对受众处理“中国”信息的方式、储存“中国”信息的场所以及提取“中国”信息的方法展开细致分析，才能更好地对话语内容进行针对性的设计。例如，面对国外受众普遍存在的个人主义认知图式，在讲述儒家的“集体主义”或者“家国情怀”时，就要找到可以对接的认知界面，否则就会因为认知断裂而产生严重的误解。范·迪克理论很好地体现了话语有着潜移默化的力量，可以改变人们的社会认知，从而影响甚至改变社会现实，这也是构建对外话语体系的深层目的。

（三）话语建构与社会现实的互动关系

“人类命运共同体”并非客观存在，而是通过反复话语实践建构的全球愿景。超语传播应持续强化其与“气候变化合作”“疫情互助”等具体行动的关联，用多模态叙事将抽象理念具象化，使其从话语变为可感知的现实。

这种互动关系呈现出一种双向循环的特征：

1. 现实对话语的限制：国际政治经济格局、地缘政治关系、历史文化积淀等客观现实，对话语表达的空间、传播路径起着限定作用，所以话语建构不能脱离实际语境随意捏造。

2. 话语对现实的塑造，积极主动并创造性地使用话语策略，那么我们就可以慢慢地改变一些文化概念的意义，甚至有可能撼动国外中心主义的话语霸权。经过对“和而不同”理念的重新解释之后，就可有效地改变国际社会有关文明冲突的认知，进而有力推进形成人类命运共同体这样一种新型国际关系的现实。

二、符号学理论：意义的生成与解读

符号学就是研究符号以及其表意系统的一门科学，从微观的角度给文化意义的编码、解码机制提供了一个坚实的基础。超语交际中语言符号与非语言符号（图像、声音、肢体语言等）一起参与意义的构建。中华优秀传统文化中蕴藏着极为丰富的独特符号，怎样把那些承载着丰富历史内涵的符号转换成国际通行的意义载体，这是符号学视角下的话语体系构建所要面对的首要问题。这就意味着我们既要从符号本身的结构特性出发，也要从符号在实际应用中所产生效力的角度去

考虑。

（一）索绪尔的结构主义符号学

索绪尔把符号分为“能指”和“所指”，提出了符号意义产生是任意的、系统的。能指是符号的物质形式（声音、形象等），所指就是符号所指向的概念。中华文化对外传播面临的最大难题，往往就是跨语言语境中能指与所指关系出现断裂或者错位。“龙”的能指/所指断裂是典型问题。超语方案不是回避，而是主动管理符号冲突：在官方场合使用“Chinese dragon”并附文化注释；在流行文化中则通过《功夫熊猫》式可爱化形象软化负面联想——分层策略应对不同语境。

结构主义符号学认为，意义是由于差异系统而产生的。所以构建有效的对外话语，首先要清楚地认识到中西文化符号系统之间结构上的差异。简单的直译很容易造成能指保留、所指丢失，甚至产生完全相反的意义解读。因此话语体系的建构要开展“符号再语境化”的工作，也就是在目标语的符号系统中重新确定中国文化概念的坐标。这就意味着我们要创造出新的能指，或者用解释性的话语去重新塑造已有的能指和所指之间的关系，从而保证中华文化所指在跨越语言界限的时候，其核心价值的一致性，并且能够顺利地融入到目标语的符号网络当中，被识别并接受。

（二）皮尔士的实用主义符号学

与索绪尔二元论不同的是皮尔士提出了符号的“三元关系”，即再现体、对象和解释项。他看重“解释项”，也就是符号给解释者带来的认知效果或者心理感受。皮尔士强调“解释项”决定符号意义。展示一幅水墨山水画（像似符），配以古琴音乐（指示符），再由 AI 生成个性化诗意解说（规约符）——三重符号协同激发积极解释项，引导受众从“看不懂”转向“感受到美”。

实用主义符号学认为符号的意义在于它所产生出来的实际效果。构建对外话语体系不能只是抽象概念的解释，而应该积极调动视觉、听觉等多模态的符号资源。

加强像似符号（如展示中国山水之美的视频）的使用，能够显著减小文化折扣，从而有效增强亲和度。

同时还要注意“无限衍义”的过程，即一个解释项又成了下一个符号的再现体，从而产生出意义的链条。

引导衍义过程朝有利于认识中国文化精华的方向发展，依靠多模态符号的协

同作用,在受众心里产生正面、积极的解释项,实现从感官愉悦到价值认可的跃迁。

（三）文化符号的编码与解码机制

霍尔（Hall）指出，受众可能对抗式解码“孝道”为“愚忠”。超语对策是：在编码阶段即嵌入协商接口。例如短视频中，一位华裔青年用英文讲述“春节回家”压力，结尾却说：“But I go back because... love is also responsibility.” 通过个体叙事消解宏大概念的距离感，争取协商式解码。

1. 编码策略的优化：编码者应该具备超语意识，不仅用目标语的词汇，更应该用目标语文化中的共享符号和叙事逻辑。有效的编码应该是文化互译的过程，在保持中华文化独特性的时候，又将人类共通的情感符号巧妙地嵌入其中，从而降低解码的认知难度。

2. 解码语境的营造，受信众所处的社会文化语境的影响，受众的解码过程也不同。话语体系的建构不仅仅是文本的生成，而且要同时重视接受语境的培育。在长期的文化交流、教育合作和媒体互动之下，海外受众就会在心中逐渐形成对中国文化的预设代码库，进而使他们接触中国文化符号的时候，采取更加开放包容的解码态度，从而有效地减少因为文化误解所造成的对抗性解码。

三、叙事学理论：故事的跨文化力量

叙事是人类组织经验、赋予生活以意义的方式，也是跨越文化隔阂最自然的通道。叙事学理论已经从最初对于故事结构的探究，发展到对于叙事社会功能以及认知机制的深入探究，给中华优秀传统文化的“软着陆”给予了关键的方法论引领。比起说教式的、抽象的理论讲解来，通过讲故事来传达价值观更容易引起人们内心情感上的共鸣，也更有说服力。因此对外话语体系的建构，很大程度上就是一套宏大叙事和微观叙事相兼顾的策略体系。

（一）经典叙事学与后经典叙事学

经典叙事学主要研究文本内部的结构规则，即叙事视角、时间顺序以及情节模式等等。讲述中国故事，首先要讲好叙事的基本语法，把故事的开头、高潮、结尾设计好，选择合适的聚焦方式来引导读者的视线。一个结构混乱、逻辑不清的故事，不管它的内涵多么深刻，都无法被海外受众所接受。所以我们要主动接受世界通行的叙事模式，将中国故事的话语表述好，使之符合国际受众多样化的接受习惯与审美趣味。

在经典叙事学之后,后经典叙事学把研究范围从文本本身扩大到更广的范围,女性主义叙事学、修辞叙事学、认知叙事学的出现让我们意识到,叙事不只是技巧,还是意识形态的载体。后经典叙事学认为叙事与历史、文化、性别、政治等语境之间存在着互动的关系。这就意味着,在构建对外话语的时候必须充分考虑叙事发生场域。以花木兰为例,花木兰故事在迪士尼被重构为女性赋权寓言,这并非背叛,而是语境适配的超语叙事。中国传播者可借鉴此逻辑:讲述“孟母三迁”时,聚焦“教育公平”“母亲牺牲”等全球共鸣点,而非仅强调“尊师重道”。

（二）叙事范式与叙事理性理论

沃尔特·费希尔提出的叙事范式理论认为,人更信服好故事而非好逻辑。介绍“仁爱”时,与其定义,不如讲述抗疫中医护人员“舍小家为大家”的真实故事。叙事概率(连贯性)与叙事忠诚(情感共鸣)兼备,价值观自然内化。

建构对外话语体系的时候,应该把重点从“讲道理”转为“讲故事”。根据叙事理性的原则,我们就要保证对外讲述的中国故事具备逻辑自洽性(叙事概率),不能有前后矛盾或者违反常识的情况;更重要的是,要努力找到中国故事与全人类共同价值的契合点(叙事忠诚)。

把仁爱、诚信、正义这些抽象的观念融入到一个个有血有肉、情感真实的人物故事里,受众就会根据自己所拥有的经验去判断故事的真实性。

一旦故事激发了受众深层的情感共鸣,其背后所承载的文化价值观便会顺理成章地被接纳。

所以叙事理性提升就是对那些可以跨越国界、打动人心的小人物、历史瞬间进行深挖,让受众在故事中找到自己,找到普世的人性光辉。

（三）文化叙事的普适性与特殊性

处理好文化叙事的普适性和特殊性之间的辩证关系,就是对外话语体系建构中的难点所在。一方面,中华优秀传统文化有明显的民族特色与地域特点,这是我们文化自信的来源,也是对外交流的特殊价值所在;另一方面,如果过于强调它的特殊性,就会造成文化猎奇或者不可通约的隔阂。叙事学认为好的叙事一般会用特殊的情境来体现普遍的人性。

构建对外话语体系,应当采取“特殊性为表,普适性为里”的叙事策略。

我们讲述的故事可以发生在某个朝代的中国,使用中国的风俗(春节、端午等)和中国丰富的意象(梅兰竹菊等)。

但是驱动故事发展主要动力以及人物的情感冲突应该具有普遍的人性，例如亲情的依恋、对真理的追寻、逆境中抗争、对美好生活向往。

通过这种方式，我们既保留了中华文化的独特辨识度，又成功打通了跨文化理解的情感通道。

该策略要求我们如果要在挖掘传统文化资源的时候，一定要有广阔的国际视野，善于从具体而微的中国经验当中提炼出带有普遍人类意义的主题，让中华文化对外话语不仅成为“中国的声音”，而且成为“人类的声音”在东方的深沉回响。

依靠上述诸多多维理论的支持并融合起来，我们所形成的对外话语体系，才会成为一个有着深厚学理基础且充满生动实践力量的体系，才真正能够让中华优秀传统文化昂首挺胸地走入世界舞台的中央。

第四节 跨文化传播视角下的理论整合

在超语交际视域下建构中华优秀传统文化对外话语体系，不能仅停留于符号资源的混合使用，而需深入跨文化传播的内在机制，将超语实践与经典传播理论有机融合。本节以文化维度理论、文化适应理论与传播效果理论为三大支柱，系统阐释超语交际如何在价值观调适、心理融合与传播效能提升三个层面，为中华文化全球表达提供理论支撑与实践路径。

一、文化维度理论：价值观的深层结构

文化维度理论揭示了不同文化群体在认知模式与价值取向上的系统性差异。若忽视这些深层结构，即便语言准确，仍可能引发文化误读。超语交际的价值在于，它提供了一套动态调适机制，通过多模态符号的协同重组，在尊重文化差异的前提下实现意义通约。

（一）霍夫斯泰德的文化六维度模型

霍夫斯泰德提出的权力距离、个人主义/集体主义等维度，深刻影响着话语接受方式。中华文化强调高权力距离与强集体主义，其话语常表现为尊崇权威、注重群体和谐；而欧美主流文化倾向低权力距离与个人主义，偏好平等对话与个体表达。若直接将“服从组织安排”“以大局为重”等表述直译输出，易被解读为压制个性。

超语交际的介入策略在于：在保留文化内核的同时，重构表达形式。例如，在讲述中国抗疫故事时，可采用第一人称叙事：“As a doctor, I chose to stay because my patients needed me—and my family supported that choice.” 此类表述既体现集体责任感，又凸显个体能动性 with 家庭情感支持，通过语言视角转换与情感符号嵌入，弥合高 / 低语境之间的理解鸿沟。

（二）特朗皮纳斯的文化架构理论

特朗皮纳斯区分的普遍主义 / 特殊主义、特定性 / 弥散性等维度，进一步揭示了中西话语逻辑的差异。中华文化倾向于特殊主义——强调具体情境中的关系与情理；而西方主流文化推崇普遍主义——主张规则普适与契约精神。这种差异使得“讲人情”“看场合”等中式表达在跨文化语境中易被视为缺乏原则。

超语实践在此表现为“情理转译”：将情境化的道德判断转化为具有普遍伦理基础的叙事。例如，解释“礼尚往来”时，可类比为“reciprocity as social glue”，并辅以社区互助、节日赠礼等全球共通场景的视觉呈现。通过跨文化类比与多模态例证，将特殊性经验纳入普遍性框架，既不失文化温度，又符合国际认知习惯。

（三）价值观差异对话语理解的影响

价值观差异并非抽象分类，而是实时作用于信息解码过程。当“家国同构”“以和为贵”等理念遭遇强调个体权利与竞争精神的文化语境时，若仅依赖字面翻译，极易触发心理防御机制，导致对抗性解读。

超语交际提供了一种“价值观念软协商”路径：传播者不强求受众全盘接受源语价值观，而是通过符号包装与意义嫁接，在两者之间构建“第三空间”。例如，在阐释“和而不同”时，可结合联合国多元文化倡议、欧洲移民融合政策等国际话语资源，将其定位为“a Chinese contribution to global coexistence”。如此，中华文化核心理念便不再是异质他者，而是人类共同价值的地方性表达。

二、文化适应理论：传播效果的动态过程

文化适应理论指出，跨文化接触是一个伴随心理波动的动态过程。有效的对外话语体系应引导受众完成从文化冲击到心理融合的转变。超语交际凭借其灵活性与包容性，成为加速这一进程的关键工具。

（一）跨文化适应的 U 型曲线模型

里斯加德（Lysgaard）的 U 型曲线描述了跨文化适应的心理轨迹：蜜月期—文化休克期—调整期—适应期。中华文化对外传播亦使受众经历类似过程。初期，异域风情（如汉服、书法）引发兴趣；但随着交流深入，语言障碍与观念冲突可能导致挫败感。

超语交际在“文化休克期”发挥缓冲作用：避免使用艰深术语或封闭性典故，转而采用生活化语言、可视化图表、互动体验等方式降低认知负荷。例如，用动画演示“阴阳”平衡原理，或通过茶道工作坊让参与者身体感知“静”与“敬”。多模态超语实践将抽象文化具象化，帮助受众平稳过渡至调整与适应阶段。

（二）文化整合与涵化的策略选择

贝里（Berry）提出四种文化适应策略，其中“整合”——即在保持自身文化认同的同时接纳外来文化——是理想目标。实现此目标需摒弃单向灌输，转向双向涵化。

超语交际天然契合整合路径：它鼓励中外符号资源的创造性混用。例如，在介绍中医时，保留“Qi”“Meridian”等核心术语拼音，同时配以现代医学图解与英文功能说明；在设计文化海报时，将水墨山水与扁平化 UI 风格融合。此类“混杂性表达”既彰显文化独特性，又提供理解接口，使受众在使用中自然完成文化涵化。

超语交际正是实现文化整合的有力工具。

1. 超语实践在语言上提倡中外语言资源的混合搭配，形成带有中国色彩又符合国际表达习惯的第三空间的话语。以介绍中国功夫或者中医为例，保留主要术语的拼音，加上准确的英语解释和活泼的动作示范，这就属于一种推动整合的微观策略。

2. 从符号层面来讲，把中国传统视觉元素同现代国际流行设计语言融合起来，给受众带来一种既新奇又不会产生陌生感的新鲜感。

通过此种策略性的混杂与重组，对外话语就不再是异质文化强行植入的过程，而是成为一种可以参与、可以分享的文化资源。受众在使用这些话语资源的时候，就已然在无形之中完成了对中华文化的涵化，既扩充了自身的文化图景，又达成了对源语文化的敬重与接受。

（三）传播者与受众的双向适应

传统观念将适应视为受众单方面责任。然而，有效传播要求传播者同步进行“逆向适应”——主动贴近目标受众的认知框架与表达习惯。

超语交际体现为传播者的策略性调整能力：当发现受众对“孝道”产生误解时，不固执于经典引述，而是转用“family care in aging societies”等全球议题切入；当年轻群体偏好短视频时，迅速将长篇论述转化为15秒图文快闪。这种基于反馈的动态调适，使话语体系成为具有生命力的有机体，而非僵化教条。

三、传播学效果理论：从传者中心到受众中心

传播效果理论的发展过程显示，“传者中心”向“受众中心”的转变是历史发展的必然。中华优秀传统文化的对外话语建构要吸收传播学理论的营养，抛弃“魔弹论”式的幻想，看重受众的主体性，巧妙利用议程设置和框架理论来引导受众，以求获得最佳的传播效果。

（一）魔弹论与有限效果论的反思

早期“魔弹论”假设信息可直接击中受众心灵，导致对外传播陷入“大量翻译、广撒网”误区。而有限效果论揭示：受众受既有态度、选择性接触等因素影响，传播效果有限。

超语交际摒弃线性传播幻想，倡导“渗透式传播”：通过社交媒体碎片内容、网红合作、游戏植入等非正式渠道，将文化元素融入日常生活流。例如，TikTok上一段“用筷子夹乒乓球”挑战视频，虽未言明“礼仪”或“专注”，却让观众在娱乐中感知中式行为美学。润物无声的超语微实践，比宏大叙事更易绕过心理防线，积累长期好感。

（二）使用与满足理论的启示

该理论强调受众是主动的意义寻求者。海外群体接触中华文化动机多元：或为猎奇，或为疗愈，或为社交资本。

超语交际支持精准供给：

- ①针对认知需求，提供带注释的哲学概念短视频（如“Dao: The Way of Nature”）；
- ②针对娱乐需求，开发汉服换装滤镜、成语接龙小游戏；
- ③针对社交需求，设计“分享你的春节餐桌”话题标签，鼓励用户生成内容。

通过多模态内容矩阵匹配多元需求，实现从“被动接收”到“主动参与”的转化。

（三）议程设置与框架理论的适用性

媒介虽难改变“怎么想”，却可影响“想什么”；更可通过框架建构“怎么看”。长期以来，中华文化常被置于“古老”“神秘”“威权”等负面框架中。

超语交际助力框架重构：

①议程设置：将“二十四节气”关联气候变化、可持续生活，抢占全球生态议题；

②框架再造：用现代科技重新诠释传统——如“AI 复原敦煌壁画”“数字孪生故宫”，将文化从“遗产”框架移入“创新”框架；

③多主体协同：鼓励海外留学生、华裔创作者以个人视角讲述“我的中国故事”，用微观叙事解构刻板印象。

通过超语实践的符号重组与叙事更新，中华文化得以在国际舆论场中争夺定义权，重塑积极形象。

第二章 中华优秀传统文化的核心价值与话语资源

当前,我国正深入推进国际传播能力建设,明确提出“加快构建中国话语和中国叙事体系,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象”(《“十四五”文化发展规划》)。在此背景下,中华优秀传统文化不仅是民族认同的精神根基,更是对外话语建构的战略性资源。然而,传统话语若仅依赖单语翻译或抽象说教,难以穿透文化认知壁垒。超语交际(translanguaging)——即语言使用者动态调用其全部语言符号资源以实现意义共建的实践过程——为传统文化价值的跨文化转译提供了新的理论路径。本章聚焦“仁爱和谐”这一核心价值体系,从超语视角出发,系统梳理其话语资源,并探索其在多模态、多主体、多语境中的创造性转化机制。

第一节 仁爱和谐的价值理念体系

“仁爱和谐”作为中华文明的精神标识,不仅内嵌于传统伦理秩序,更在当代全球治理中展现出普适潜力。从超语交际视角看,这一价值体系并非静态文本,而是一套可被重新编码、多模态激活、跨语境协商的意义网络。有效的对外传播不应止步于“仁”“和”的字面翻译,而需通过语言、图像、身体、技术等符号资源的协同重组,在目标文化中重构其情感共鸣点与认知接口。本节旨在揭示“仁爱和谐”的内在逻辑,并基于超语实践框架,提出其话语转换的可行路径。

一、“仁”的思想内涵及其话语表达

“仁”作为儒家伦理的核心范畴,其本质在于关系性存在中的道德共情。孔子以“爱人”释仁,强调从血缘亲情出发,经由“推己及人”的实践逻辑,扩展至社会乃至天下。这种由近及远、由情入理的伦理推演,构成了中华文化特有的“差序格局”道德观。在超语交际视域下,“仁”不应被简化为“benevolence”或

“humanity”等西方伦理术语，而应被视为一种可被多模态具身化的情感实践——它既可通过语言叙事传递，也可借由行为示范、视觉符号或互动体验激活。

（一）从“仁者爱人”到“推己及人”

“仁”的字形结构（人+二）直观揭示其关系本体论：个体只有在与他者的互动中才能实现道德完满。孔子所言“己所不欲，勿施于人”，并非抽象教条，而是一种基于同理心的交往理性。在全球多元文化语境中，这一原则之所以具有跨文化共鸣力，在于它诉诸人类共通的情感经验——对尊重、理解与善意的基本需求。超语交际策略在此表现为：避免将“恕道”置于哲学辩论场域，而是将其嵌入日常生活场景。例如，在短视频中展示一位中国留学生主动帮助外国室友理解文化误会，并配以双语字幕：“I didn’t like being misunderstood—so I tried to understand first.” 此类叙事通过第一人称视角+多语字幕+情境再现，使“推己及人”从伦理命题转化为可感可知的跨文化行为模式。

（二）“仁”在家庭、社会、国家层面的体现

“仁”的实践具有鲜明的层级扩散特征：始于家庭之“孝悌”，延展为社会之“诚信友善”，最终升华为国家治理之“仁政”。这种由微观到宏观的伦理连续体，构成中华文化独特的治理逻辑。在对外传播中，若仅强调“以人民为中心”的政治话语，易被误读为宣传修辞；而若通过超语叙事呈现其生活化根基，则更具说服力。例如，纪录片《家·国》通过三代同堂的家庭晚餐场景（汉语对话+英文字幕+环境音效），自然带出“老吾老以及人之老”的社区互助实践，再过渡至基层干部走访孤寡老人的镜头。多模态符号的层叠推进，使“仁政”不再是抽象理念，而是植根于日常伦理的情感延伸，从而在受众心中建立文化可信度。

（三）“仁”的话语资源：典故、格言与故事

中华典籍中蕴含大量关于“仁”的叙事资源，如“孔子不责马食禾”“孟母三迁”等，皆以具体事件承载抽象伦理。这些故事天然具备跨语言传播的潜力，因其依赖情节张力与情感共鸣，而非术语依赖。超语交际的关键在于打破“文本—翻译”的线性模式，转向“故事—体验—再创造”的循环机制。例如，将“孟母三迁”改编为互动式数字绘本：用户可点击不同场景（市集、学堂、墓地），听到孟母的内心独白（中文原声+英文意译），并选择“如果你是孟子，会如何回应？”系统根据选择生成个性化结局。此类设计不仅保留文化内核，更通过参与式超语实践，让海外青少年在操作中内化“环境育人”的仁德逻辑。

二、“和”的文化哲学与实践智慧

如果说“仁”指向内在道德情感，“和”则体现为外在秩序理想。“和”不是无差别的同一，而是多样性基础上的动态平衡，其哲学基础“和而不同”为当今世界处理文明冲突提供了东方方案。在超语交际框架下，“和”的传播不应依赖概念定义，而应通过多感官符号系统（如园林空间、音乐节奏、色彩搭配）激活受众对“共生”“协调”“节制”的直觉理解。

（一）“和而不同”：多元共存的哲学基础

“和而不同”源于《国语》中“和实生物，同则不继”的辩证思维，强调差异是创造的源泉。这一理念对冲了西方“文明冲突论”的零和逻辑，为构建包容性全球秩序提供哲学支撑。超语传播策略在于将哲学命题转化为可操作的跨文化对话规则。例如，在中外青年论坛中，主持人引导参与者用母语写下“我文化中最珍视的价值”，再通过 AI 实时生成词云图，发现“尊重”“责任”“自由”等共通关键词，进而讨论“如何在差异中合作”。此过程以多语输入、视觉聚合、协商输出为特征，本身就是“和而不同”的超语实践，使抽象理念在互动中具象化。

（二）“天人合一”：人与自然的和谐共生

“天人合一”主张人与自然非主客对立，而是生命共同体。在生态危机日益严峻的今天，这一古老智慧焕发出新的时代价值。超语交际的优势在于调动非语言符号突破语言障碍。中国传统山水画中的“留白”、古琴曲中的“虚静”、园林中的“借景”，皆以视觉、听觉、空间感知传递“顺应自然”的生态伦理。例如，海外博物馆可设置 VR 体验区，观众戴上设备后“步入”《千里江山图》，耳边响起水流与鸟鸣，系统提示：“In Chinese aesthetics, empty space is not void—it's where breath flows.” 多模态沉浸使“天人合一”从哲学概念转化为身体经验，有效规避了术语翻译的损耗。

（三）“和为贵”：社会关系的理想状态

“礼之用，和为贵”体现了中华文化对非对抗性冲突解决机制的推崇。这一思想已融入当代中国外交话语，如“和平共处五项原则”“对话而不对抗”。超语传播需避免将“和”简化为“peace”，而应突出其过程性与协商性。例如，制作系列微纪录片《调解在中国》，记录社区调解员如何运用“情、理、法”化解邻里纠纷。视频采用方言原声+英文字幕+手绘动画解释文化逻辑，结尾邀请

海外观众分享本国调解方式。通过真实案例 + 多模态阐释 + 跨文化对比，使“和为贵”成为可借鉴的社会治理智慧，而非空洞口号。

三、仁爱和谐价值的现代转化

传统文化的生命力在于创造性转化。在超语交际视域下，这一转化不是单向“输出”，而是在跨文化接触中不断被重新诠释、协商与再生产的过程。传播者需主动进入目标语符号系统内部，寻找意义嫁接点，使“仁爱和谐”成为全球伦理对话的积极参与者。

（一）与国外“博爱”“人道主义”的对话

中国的“仁爱”与西方的“博爱”（agape）、“人道主义”均关注人类福祉，但其伦理基础不同：前者基于关系责任，后者基于个体权利。超语策略在于承认差异，构建“第三空间”（third space）。例如，在联合国人权理事会边会上，中方代表可指出：“While Western humanism starts from the individual, Confucian ren begins with relationships—but both seek human dignity.” 随后展示中国援非医疗队与当地村民共同劳作的照片，配文：“Care in action: no contract, just connection.” 通过概念对照 + 视觉证据 + 情感叙事，既彰显文化特性，又锚定共同价值。

（二）在构建人类命运共同体中的价值

“人类命运共同体”理念是“仁爱和谐”在全球治理层面的升华。其中，“仁”提供道德情感动力——倡导“守望相助”；“和”提供运行规则——主张“对话协商”。超语传播需将宏大理念分解为可感知的全球公共产品。例如，中国在新冠疫情期间向多国捐赠物资，包装箱上印有“山川异域，风月同天”（中文 + 日文 + 英文解释），并附二维码链接至抗疫故事短视频。多语铭文 + 数字延伸 + 情感符号，使“命运与共”从政治话语转化为跨国共情实践，充分体现超语交际的整合力量。

（三）面向国际传播的话语提炼与包装

面对碎片化、视觉化的国际舆论生态，传统说教式传播已失效。超语交际要求提炼标识性概念，并以多模态形式包装。例如，将“仁爱”浓缩为“Care with Roots”（有根的关怀），强调其源于家庭、延展至全球；将“和谐”译为“Harmony in Diversity”，突出“和而不同”内核。同时，开发系列文化IP：如手游《仁心江湖》，玩家通过完成“助人任务”积累“仁值”；TikTok挑战

#MyHarmonyMoment，鼓励用户分享跨文化友好瞬间。这些实践将抽象价值转化为可玩、可拍、可分享的超语内容，使中华文化在数字公共领域自然生长。

第二节 礼义廉耻的道德规范话语

党的二十大报告明确提出：“增强中华文明传播力影响力，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。”在此战略指引下，“礼义廉耻”作为中华伦理体系的四维支柱，亟需从封闭的典籍话语转化为开放的跨文化实践资源。然而，若仅依赖单语翻译或抽象哲理输出，极易陷入“文化自说自话”的困境。超语交际（translanguaging）——即主体在跨文化互动中灵活调用语言、图像、身体、空间、技术等多元符号资源以实现意义协商的过程——为此提供了突破路径。本节主张：礼义廉耻的对外话语建构，不应止步于概念转译，而应通过多模态符号重组与情境化叙事，将其转化为可感、可参与、可共鸣的全球伦理资源。

一、“礼”：社会秩序与行为规范

“礼”并非僵化的仪式程序，而是中华文明对关系性秩序（relational order）的系统性回应。从超语视角看，“礼”是一套高度发达的多模态符号系统，其意义不仅存在于《周礼》文本中，更嵌入于器物形制、身体姿态、空间布局与日常互动之中。有效的对外传播需超越“ritual”或“etiquette”的狭义对应，转而揭示“礼”如何通过非语言符号的协同编码，构建一种尊重差异、节制欲望、维系和谐的社会生态。

（一）“礼”的起源与演变：从祭祀到制度

“礼”起源于上古祭祀活动，其早期形态是人神沟通的超语实践——通过玉琮的形制、青铜鼎的纹饰、舞蹈的节奏等非语言符号，传递宇宙秩序与等级观念。考古发现表明，良渚、二里头等遗址中的礼器组合，并非仅为审美之用，而是一套无需文字即可被社群成员解码的视觉语法。周公“制礼作乐”标志着“礼”从神圣领域向世俗治理的转型：祭祀之“礼”被重构为政治制度、家庭伦理与社会交往的规范体系。这一过程本质上是符号系统的扩容与再语境化——服饰颜色、宫室方位、揖让动作皆被纳入“礼”的表意网络，形成一套覆盖公私生活的意义装置。

在当代跨文化传播中，若仅以文字训诂解释“礼”，难以传达其系统性力量。超语策略在于激活博物馆、数字媒介与沉浸式体验。例如，故宫博物院推出的“数字礼器”AR应用，用户扫描青铜爵后，可看到三维动画演示周代宴饮礼仪，耳边响起编钟乐音，屏幕同步显示：“In ancient China, how you held your cup showed your place in the world—and your respect for others.”多模态符号的同步呈现，使“礼”从历史遗存转化为可感知的关系哲学，有效规避了术语翻译的扁平化风险。

（二）“礼”的内核：尊重、节制与秩序

“礼”的伦理内核在于以形式承载尊重，以节制达成和谐。儒家强调“克己复礼为仁”，并非压抑人性，而是通过外在规范引导内在自觉，实现“从心所欲不逾矩”的自由境界。这与西方契约社会依赖法律强制不同，中华“礼治”更倚重主体的道德敏感性与情境判断力。在跨文化语境中，这一差异常被误读为“形式主义”或“等级压迫”。超语交际的应对之道，在于将“礼”的精神转化为可观察、可模仿的行为范式。

1. 礼重视社会角色的定位与认同。传统五伦关系通过称谓、座次、馈赠等符号系统得以维系。这种角色意识至今影响着中国社会的互动逻辑——如职场中对年长者的尊称、家庭聚会中的座次安排。对外传播可制作短视频系列《The Language of Respect》，展示一位外国实习生如何通过学习中文称呼（“王老师”“李姐”）融入中国团队，并配字幕：“It’s not about hierarchy—it’s about recognizing who matters to you.”通过生活化场景+双语阐释，将“尊卑”转化为“关系确认”，消解权力误解。

2. 礼主张以美的方式化解冲突。“礼之用，和为贵”体现了一种非对抗性冲突解决智慧。传统调解常借助茶叙、书信、赠礼等仪式化行为，通过空间距离调整、言语程式选择（如“承蒙关照”“不敢当”）缓和紧张。此类实践构成一套东方特有的交际符号系统。在国际传播中，可拍摄微纪录片《Peace in a Teacup》，记录中外社区工作者如何借鉴“以礼化争”理念处理邻里纠纷。真实案例+多模态呈现，使“礼”成为可借鉴的全球治理资源。

（三）“礼”的现代话语：礼仪、规矩与文明

当代“礼”的话语已从宗法制度转向公民文明素养的表达。餐桌谦让、排队守序、垃圾分类等日常行为，皆是“礼”在现代社会的延续。对外传播需避免将

“礼”等同于繁文缛节，而应将其定位为 civilized conduct (文明行为) 的中国方案。超语策略在于突出其公共性与实践性，打破“礼教吃人”的刻板印象。

影视作品与社交媒体是关键载体。电视剧《人世间》中，周父临终前坚持向邻居致谢的细节，被海外观众称为“the quiet dignity of Chinese manners”；TikTok 博主 @ChinaEtiquette 用 15 秒视频演示“如何优雅地拒酒”（微笑 + 双手挡杯 + “下次一定”），获百万点赞。这些内容之所以有效，在于它们将“礼”从道德训诫转化为情境化社交技能，符合超语交际“做中学”的原则。更重要的是，它们证明：“礼”不是历史化石，而是活在当代中国人身体记忆中的文化基因，是构建可信、可爱中国形象的微观基础。

二、“义”：道德准则与价值判断

“义”是中华文化对正当性 (rightness) 的独特界定——它既非纯粹理性计算，亦非宗教律令，而是在具体关系中对道义责任的自觉承担。在全球功利主义盛行的今天，“义”的伦理智慧具有纠偏价值。超语交际的关键，在于将“义”从抽象德目转化为可共情的行动叙事，使其在跨文化对话中成为正义、责任与道义的共鸣点。

（一）“舍生取义”：超越个体利益的价值追求

“舍生取义”并非鼓励无谓牺牲，而是强调在价值冲突中坚守更高原则。孟子“鱼与熊掌”之喻，实为一种伦理优先级排序：生命固然可贵，但若失去道义，则生不如死。这一精神在当代体现为抗疫中的逆行医护、抗震救灾中的志愿者、海外撤侨中的外交人员。他们的行动不是英雄主义表演，而是“义”在危机时刻的自然流露。

超语传播需以视觉叙事替代道德说教。纪录片《武汉日夜》中，护士长剪发上前线时轻声说：“我是党员，该上的时候就得上。”此句未提“义”字，却通过眼神、动作、环境音（警报声、呼吸机声）传递出强烈道义感。海外平台配英文字幕：“When duty calls, there’s no ‘I’ — only ‘we’.” 多模态符号的协同，使“舍生取义”从古典命题转化为现代集体主义的情感证据，有效唤起跨文化共情。

（二）“义利之辨”：中国传统伦理的核心议题

儒家并非禁欲主义，而是主张“见利思义”“以义制利”。这一辩证思维对构建中国特色商业伦理话语具有指导意义。在全球化竞争中，西方主流经济学将

人预设为“理性经济人”，而中国“义利观”则强调利润获取必须嵌入道德框架。这并非空洞口号，而是体现在企业实践中：华为“不让雷锋吃亏”的激励机制、阿里巴巴“客户第一”的价值观考核，皆是“义利统一”的现代演绎。

对外阐释时，应用案例代替概念。讲述中国基建企业在非洲修建铁路时，如何主动增设野生动物通道、培训当地员工、保护水源地。视频结尾字幕：“Profit with principle: Chinese companies build roads—and relationships.” 通过具体行动+简洁标语，将“君子爱财，取之有道”转化为可验证的商业伦理，有力回击“中国掠夺论”。

（三）“义”的国际表达：正义、道义与责任

“义”在英语中常被译为“righteousness”，但后者带有浓厚宗教色彩，难以涵盖中国“义”的社会性与实践性。超语策略在于采用复合解释框架，将“义”分解为三个可对接的国际话语维度：

1. 国际关系中的正义。中国坚持大小国家一律平等、反对强权政治，正是“义”在外交中的体现。可引用中国在联合国否决涉叙利亚决议时的发言：“We vote not for allies, but for principles.” 以真实外交话语锚定“义”的政治内涵。

2. 人道主义的道义担当。面对疫情，中国向150国提供疫苗援助，包装箱印“肝胆每相照，冰壶映寒月”。此诗句未直译，而是配二维码链接至中韩共同抗疫故事。诗意符号+数字延伸，使“兼济天下”转化为跨国共情实践。

3. 负责任的大国承诺。“一带一路”项目中的环保标准、债务可持续性评估，体现“义”作为主动责任（proactive responsibility）而非被动履约。超语传播应突出其文化自觉性——中国履行承诺，不仅因合同约定，更因“言忠信，行笃敬”的伦理惯习。

三、“廉耻”：个体修养与社会风气

“廉耻”构成中华道德自律的双重机制：“廉”指向外在行为的清正，“耻”激发内在良心的觉醒。在反腐败成为全球议题的今天，这一传统资源具有现实解释力。超语交际需突破“shame culture”的负面标签，揭示“廉耻”如何通过符号资本（如面子、声誉）与情感机制（如羞恶之心）维系社会道德底线。

（一）“廉”的当代价值：廉洁政治与商业伦理

“廉”本义为堂屋侧边之棱角，引申为正直不阿、界限分明。从包拯“不持

一砚归”到当代“打虎拍蝇”，“廉”始终是政治合法性的文化基石。对外传播若仅罗列反腐数据，易被解读为政治宣传；而若讲述个体故事，则更具说服力。例如，短视频《一封退回的礼品卡》记录基层干部婉拒商户馈赠，并说：“我收了，晚上睡不着。”配英文字幕：“Integrity isn’t loud—it’s what keeps you quiet at night.” 日常场景+内心独白，使“廉”从政治术语回归人性选择。

在商业领域，“廉”体现为职业操守与合规文化。可制作互动 H5《What Would You Do?》，模拟海外商务场景：对方暗示可提供“便利费”以加速审批。用户选择“拒绝”后，弹出中国《反商业贿赂指南》条款及成功案例。游戏化设计+规则嵌入，使“廉”成为可操作的全球商业准则。

（二）“耻”的文化功能：道德底线与自我约束

孔子言“行己有耻”，孟子曰“人不可以无耻”，皆强调羞恶之心是道德起点。与西方“罪感文化”依赖神法或律法不同，中国“耻感文化”依靠内在良知与社群舆论双重约束。这一机制常被误读为“压抑个性”，实则是一种高敏感度的道德雷达——知耻者能迅速识别失范行为并自我修正。

超语传播需用艺术形式展现耻感的心理动力学。话剧《雷雨》中周萍的挣扎、电影《我不是药神》中程勇的转变，皆呈现“耻”如何催化道德觉醒。海外放映时，可增设观众讨论环节：“Have you ever felt shame that changed your life?” 通过跨文化情感对话，将“耻”从负面情绪重塑为道德成长的契机。

（三）廉耻话语的跨文化共鸣与挑战

“Shame”在西方心理学中多被视为创伤源，这构成跨文化阐释的主要障碍。超语策略在于功能类比与情感转译：将中国“耻”与西方“honor”（荣誉感）、“conscience”（良知）对标，强调其维护尊严、激发向善的积极功能。

可发起全球社交媒体活动 #MyMoralLine，邀请不同文化背景者分享“什么行为会让你感到不可接受”。中国参与者讲述“贪污公款令人不齿”，德国用户回应“逃税同样可耻”。在多元声音的交织中，“廉耻”不再是东方奇观，而成为人类共有的道德底线共识。正如超语理论所揭示：真正的跨文化理解，不在于概念对等，而在于在差异中共建意义。

第三节 天人合一的生态智慧表达

党的二十大报告明确提出：“推动绿色发展，促进人与自然和谐共生”，并强调“积极参与应对气候变化全球治理，共建地球生命共同体”。在此战略指引下，中华传统生态智慧——尤其是“天人合一”理念——不再是封闭的哲学遗产，而成为全球生态文明建设的重要思想资源。然而，若仅将“天人合一”直译为“harmony between humanity and nature”，极易陷入概念空转或文化奇观化。超语交际(translanguaging)为此提供了突破路径：它主张传播者应动态调用语言、图像、身体感知、空间设计、数字技术等多元符号资源，在跨文化接触中重构“天人合一”的可感性、可操作性与共通性，使其从抽象本体论转化为全球受众可体验、可参与的生态实践。

一、“天人合一”的哲学意蕴

“天人合一”并非浪漫化的自然崇拜，而是中华文明对宇宙—社会—个体三重关系的整体性认知框架。它既否定西方主客二分的机械自然观，也超越生态中心主义对“荒野”的理想化。在超语交际视域下，这一理念的对外传播需打破“文本—翻译”模式，转向多模态意义再生产——通过符号系统的协同激活，使抽象哲思在异文化语境中获得新的生命形式。

(一) 儒家的“天人感应”与“参赞化育”

儒家生态观的核心在于道德主体向自然界的延伸。“仁民爱物”并非拟人化修辞，而是伦理责任的逻辑推演：对人的仁爱必然导向对万物的珍惜。所谓“天人感应”，实为一种关系性认知方式——人类行为与自然秩序相互映照，如《礼记·月令》规定春季禁伐木、毋杀幼虫，体现对生态节律的尊重。这种“感应”不是神秘主义，而是基于观察与经验的生态理性。

超语传播的关键在于将“参赞化育”转化为行动叙事。“参赞”意指人类作为天地间的“协作者”，其能动性在于辅助而非主宰。例如，纪录片《绿水青山》展示浙江农民如何依据二十四节气安排稻作，并配字幕：“We don't control nature—we dance with its rhythm.”通过农事实践+诗意英译+节气视觉图谱，使“参赞化育”从典籍术语变为可验证的生态智慧。此类多模态表达有效回应了“中国文化消极顺从”的误读，彰显其积极协调的现代价值。

（二）道家的“道法自然”与“无为而治”

道家生态智慧常被误读为“不作为”的虚无主义。实则，“无为”意为摒弃违背自然规律的妄动，而非放弃行动。《道德经》言“人法地，地法天，天法道，道法自然”，强调万物自有其存在之“然”（self-so-ness）。人类应效法水之柔顺、树之生长，在最小干预中实现最大和谐。

1. 将“无为”阐释为“基于自然的解决方案”（Nature-based Solutions）。例如，中国在长江流域推行“退耕还湿”，让湿地自我修复，而非依赖工程硬干预。国际传播可制作交互地图，对比“人工堤坝”与“自然湿地”在防洪、生物多样性上的效果，标注：“Wu Wei in Action: Let Nature Heal Itself.” 数据可视化+概念转译，使古老智慧与现代生态学无缝对接。

2. 齐物视角下的非人类中心主义。庄子“万物与我为一”主张本体平等，与深层生态学（Deep Ecology）高度共鸣。超语策略在于用艺术激活哲学：VR 体验《庄周梦蝶》让用户在虚拟花园中“化身”蝴蝶，耳边响起轻柔解说：“When you stop seeing yourself as separate, care becomes natural.” 身体沉浸式体验绕过语言障碍，直接传递“物我两忘”的生态伦理。

（三）禅宗的“物我两忘”与“众生平等”

禅宗将“天人合一”内化为心性修养的终极境界。“青青翠竹尽是法身”并非泛神论，而是破除“我执”后对万物内在价值的直观体认。此境界强调当下觉知（mindfulness）——关注呼吸、草木、流水，在平凡中见神圣。这一智慧对缓解现代生态焦虑具有疗愈价值。

跨文化传播需以生命叙事替代教义阐释。例如，短视频《一只受伤的鹭鸟》记录杭州灵隐寺僧人救治白鹭的过程，全程无旁白，仅配古琴音与字幕：“No sermon needed—just care.” 海外观众留言：“This is eco-spirituality without the jargon.” 真实行动+极简符号，使“众生平等”从佛学概念转化为普世情感。此外，推广“禅意园艺”工作坊，引导参与者亲手种植苔藓微景观，在指尖触感中体会“一花一世界”的生态整体观，实现从身体感知到伦理认同的超语转化。

二、生态智慧的话语资源挖掘

中华生态智慧不仅存于典籍，更嵌入诗词、建筑、医学等物质与实践载体中。超语交际的任务，是激活这些“沉默的符号”，通过多媒介互文性构建全息化生

态话语系统,使受众在感官沉浸中理解“天人合一”的生活化形态。

(一) 古典诗词中的自然意象与生态情怀

王维“行到水穷处,坐看云起时”、陶渊明“采菊东篱下,悠然见南山”,皆以诗画一体的方式呈现人与自然的亲密。若仅翻译诗句,易丢失其空间感与时间性。超语策略在于重建通感体验:开发AR应用“Poetic Landscapes”,用户扫描城市公园树木,手机即叠加王维诗句与水墨动画,耳边响起古琴版《鹿柴》。视觉、听觉、空间的同步激活,使“悠然”从文字变为可感心境。

更重要的是,挖掘诗词中的生态循环隐喻。“落红不是无情物,化作春泥更护花”可与现代土壤科学结合,制作科普短视频:镜头从凋落花瓣切入微生物分解过程,字幕:“Ancient poetry meets modern science—nature’s recycling system.”文学意象与科学话语嫁接,既保留诗意,又赋予以理性支撑,有效提升国际受众的认知可信度。

(二) 传统建筑、园林中的生态理念

苏州园林“虽由人作,宛自天开”,实为空间化的生态哲学。其设计原则——借景、框景、曲径通幽——皆在打破人工与自然的界限,营造“有限中见无限”的生态感知。风水选址去除迷信后,本质是微气候调节与地形顺应的古代环境科学。

超语传播应以数字技术复原空间体验。例如,Meta与故宫合作推出VR项目“Walk in a Chinese Garden”,用户可“步入”拙政园,在漏窗前驻足,系统提示:“This window doesn’t block the view—it invites the mountain in.”交互式空间叙事使“借景”从造园手法升华为开放生态观。此外,对比分析凡尔赛宫几何对称与苏州园林有机布局,凸显中西自然观差异,强化中国方案的独特性。

古典园林作为缩微的自然,其造园手法中蕴含着丰富的生态符号:

1. 借景抒情,破围墙。利用漏窗、借景等手法把园外山水景色带入园中,消除了人工与自然的界限,在有限空间里创造出无限的生态意蕴。空间的话语是包容的、开放的生态观。

2. 效仿自然,保护生物多样性。园林植物配置高低错落、四季有别,模仿的是自然群落的生长状态。这种设计语言在跨文化语境里,可以被理解成对生态系统完整性早期的探寻。

用数字技术、虚拟现实等手段复原圆明园、苏州园林的游览体验,让国际观

众亲身了解这种空间生态美学。沉浸式的跨文化体验，比任何文字描述都有更强的说服力，可以让人们在移步换景的过程中，深刻地体会到中国文化中人与自然和谐相处的道理。

（三）中医理论中的整体观与平衡观

中医“天人相应”观将人体视为小宇宙（microcosm），其健康依赖与大宇宙（macrocosm）的同步。如“春夏养阳，秋冬养阴”体现对自然节律的顺应。此整体观与生态系统稳态原理高度契合：“正气存内，邪不可干”可类比为生态系统的抵抗力稳定性。

对外传播需将理论转化为生活方式。推广“二十四节气养生”APP，用户输入所在地，即获当地当季食谱（如春吃芽菜）、运动建议（晨练导引术），并配英文解释：“Your body and the earth breathe together—follow their rhythm.” 个性化服务+跨文化类比，使中医生态观融入日常生活。此外，太极拳海外教学视频强调“气”的流动与风、水的呼应，字幕：“Move like a river, stand like a mountain—this is ecological embodiment.” 身体实践成为最直接的超语媒介。

三、应对全球生态问题的中国智慧

中华生态智慧的对外话语，不能止于文化展示，而应成为全球生态治理的解决方案提供者。超语交际在此体现为：将传统理念与当代议题、国际话语、具体实践相嫁接，构建既有中国特色又具全球解释力的行动话语体系。

（一）与国外“生态中心主义”的对话

西方生态中心主义常陷入“保护荒野 vs. 人类发展”的二元对立。而“天人合一”提供第三条道路：人类可参与自然，但须以“参赞”而非“征服”方式。例如，“耕读传家”体现生产与审美的统一——农田既是生计来源，也是诗意栖居地。

超语策略在于寻找思想接口。将“生生不息”与怀特海过程哲学对接，指出二者皆强调宇宙为动态生成过程；将“道法自然”与“基于自然的解决方案”（NbS）对标，说明中国智慧早于西方提出类似路径。学术论坛可设置双语圆桌：“From Wu Wei to NbS: Ancient Wisdom for Modern Crises”，通过概念互译与案例共享，提升中国话语的学术合法性。

（二）为全球环境治理提供东方方案

“绿水青山就是金山银山”是传统智慧与现代治理的典范融合。其核心在于

打破环保与发展的零和博弈。国际传播需用可验证的实事话语支撑理念。

在多边环境外交场合用隐喻、叙事来宣传“命运共同体”。把地球比作一艘大船或者一个大家庭，说明各国在生态危机面前休戚与共。中国传统的“天下”观念在这里可以转化为一种全球责任伦理，即大国应该承担起与其能力相适应的责任，并且要考虑到发展中国家的合理诉求。以“和合”文化作为治理方案，用协商、合作而非强制、制裁的方式来解决环境争端，为全球环境治理体系的改革赋予了新的伦理基础。通过跨文化交际把政策文本同具体合作项目、技术援助联系起来，体现出中国方案的务实性和普惠性。

（三）生态文明话语的国际传播策略

在数字时代，传播主体需从官方扩展至企业、NGO、个体。例如，比亚迪在海外推广电动巴士时，车身绘制山水画，并标语：“Drive the Future, Inspired by Nature.” 企业成为文化符号的移动载体。社交媒体上，#MyGreenChina 挑战鼓励外国人分享在中国骑行、垃圾分类的经历，形成用户生成的超语内容生态。

从符号策略上来说，应该挖掘具有跨文化通用性的生态符号，以大熊猫、朱鹮等珍稀动物保护的故事作为亲善大使，来传播中国的生态理念。可以创建中国特色的生态节日或者国际论坛，形成制度化的交流平台。语言表达要避免生硬的政治术语，用有文学性、哲学意味、感情温度的语言或采用国际通用的环保语汇阐释中国概念，如用基于自然的解决方案解释道法自然。只有创建起既有中国特色又与国际相通的多层次、立体化话语体系，“天人合一”的生态智慧才能真正走进各国人民的心里，为地球生命共同体的创建贡献思想力量。

第四节 天下大同的理想社会建构

党的二十大报告明确指出：“中国始终坚持维护世界和平、促进共同发展的外交政策宗旨，致力于推动构建人类命运共同体。”在此战略引领下，“天下大同”这一源自《礼记·礼运》的古老政治理想，正从典籍走入全球治理前沿，成为中华文明贡献于人类未来的重要思想资源。然而，若仅将“大同”直译为“Great Unity”或“Utopia”，极易陷入概念空转或意识形态误读。超语交际(translanguaging)为此提供了关键路径：它主张超越单语翻译的局限，通过多模态符号系统的协同调用——包括语言、影像、仪式、空间、数字技术等——在跨文化互动中重构“天

下大同”的可感性、可参与性与共通性，使其从历史文本转化为全球公共话语中的行动愿景。

一、“天下大同”思想的源流与内涵

“天下大同”并非乌托邦幻想，而是中华文明对关系性秩序（relational order）与道德共同体的系统构想。其核心在于“天下为公”——“公”不是抽象的公共属性，而是由仁爱、信任、责任所支撑的社会共有状态。在超语交际视域下，这一理念的对外传播需打破“文本—解释”的线性模式，转向多符号协同的意义再生产，使受众在情境体验中理解其伦理深度与现实指向。

（一）《礼记·礼运》中的理想蓝图

《礼记·礼运》描绘的大同社会——“老有所终，壮有所用，幼有所长，矜寡孤独废疾者皆有所养”——实为一套前现代的社会保障与伦理治理体系。其经济伦理“货恶其弃于地也，不必藏于己；力恶其不出于身也，不必为己”，强调资源的社会共享与劳动的内在价值，构成对资本私有逻辑的早期超越。这一蓝图并非空想，而是以“选贤与能，讲信修睦”为制度基础，将儒家仁爱思想推向社会治理层面。

超语传播的关键在于将其置于当代全球议题中激活。例如，制作交互式数据可视化作品《From Great Unity to SDGs》，将“皆有所养”与联合国可持续发展目标（SDG 1、3、10）并置，展示中国农村养老互助站、社区托育中心等实践案例，并配双语解说：“2,500 years ago, China dreamed of care for all. Today, we build it.”通过古今对照+多模态呈现，使“大同”从古典理想变为可验证的现代承诺，有效回应国际社会对“中国模式”的认知需求。

（二）“小康”与“大同”的辩证关系

中华社会理想具有鲜明的阶段性与实践性：“小康”是礼义维系的现实秩序，“大同”是道德自觉的理想境界。二者构成“务实—超越”的辩证结构：小康社会承认私有、家国之别，但以礼义规范行为；大同社会则超越血缘，实现“不独亲其亲，不独子其子”的普遍关怀。这一分阶段发展观，体现中国人“仰望星空，脚踏实地”的历史理性。

对外阐释需避免将“大同”误读为激进革命目标。超语策略在于用时间轴与影像对比构建叙事逻辑。例如，BBC合作纪录片《China's Two Dreams》以

1978年安徽小岗村“包产到户”为起点，追踪至今日浙江“共同富裕示范区”，字幕强调：“Xiaokang is the path; Datong is the horizon.”通过真实变迁+概念锚定，使国际受众理解中国“稳中求进”背后的文化逻辑，消解“中国威胁论”或“停滞论”的偏见。

（三）“天下观”与民族国家观念的异同

“天下”不是地理疆域，而是以德性为中心的同心圆文明秩序。它不依赖主权排他性，而靠文化认同与道德感召维系。这与西方民族国家体系形成根本张力：后者以边界、契约、法律为基石，前者以关系、教化、共情为纽带。此差异常被误读为“帝国扩张”，实则是一种超越主权僵局的共同体想象。

1. 超语解释需打破“empire”话语陷阱。可设计互动地图《The World as a Web》，用户点击“天下”节点，浮现丝绸之路上商旅、僧侣、使节的流动轨迹，配文：“No borders—only connections.”以网络隐喻替代领土隐喻，凸显“天下”的开放性与流动性。

2. 天下观不否定主权，但提供更高整合框架。面对气候变化、疫情等无国界危机，民族国家体系显现出协调困境。而“天下一家”理念主张以人类整体利益为出发点的责任伦理，恰为全球治理提供新范式。

3. 通过对比分析强化解释力。在学术论坛设置议题：“Nation-State vs. Tianxia: Which Model Fits the Anthropocene?”邀请中外学者用母语发言，AI实时生成多语字幕与关键词云，在超语对话中揭示“和而不同”的治理智慧，使“天下”成为可辩论、可协商的全球概念。

二、大同理想与当代全球治理

“天下大同”的生命力在于其现实介入能力。在超语交际框架下，需将其从历史遗产转化为解决全球性问题的思想工具，通过与现代政治思潮对话、参与多边议程，展现中华文明对人类未来的建设性贡献。

（一）与“共产主义”“乌托邦”思想的比较

西方“乌托邦”常被置于现实对立面，具逃避性；马克思主义共产主义强调生产力变革。而“大同”始终扎根人伦日用，兼具道德理想与实践导向。其独特性在于：以心性修养为路径，以礼乐教化为机制，追求“内圣外王”的统一。这一特质，恰为马克思主义中国化提供了文化土壤。

超语传播应突出融合而非对立。例如，在柏林孔子学院举办展览《Two Visions, One Future》，左侧展示《礼运》竹简与马克思手稿，右侧呈现浙江“枫桥经验”调解室与社区合作社照片，中央标语：“Ethics + Justice = Chinese Modernity.” 通过物质符号并置 + 概念嫁接，使“大同”成为理解中国特色社会主义的文化密钥，减少意识形态隔阂。

（二）对构建人类命运共同体的思想滋养

“人类命运共同体”是“天下大同”在 21 世纪的创造性转化。二者共享共生本体论：“万物并育而不相害，道并行而不相悖”。此理念超越西方国际关系理论的权力逻辑，提出人类作为休戚与共的生命有机体。

超语策略在于用具体行动诠释抽象理念。讲述中国援非医疗队在埃博拉疫情中与当地村民共建隔离区的故事，视频结尾老人用斯瓦希里语说：“Watu ni kama familia moja.”（人类如一家），字幕：“This is not aid—it’s kinship.” 真实情感 + 本土语言 + 全球议题，使“命运共同体”从政治话语变为跨国共情实践。此外，将古代海上丝绸之路航线与“一带一路”港口项目叠加于数字地球平台，标注：“Same dream, new ships.” 历时性符号激活，赋予当代倡议深厚文明正当性。

（三）为全球治理体系变革提供文化参照

当前全球治理深陷“赢者通吃”困局。而“大同”提倡“义利兼顾”“协和万邦”，主张大国承担更多责任而非行使霸权。此伦理可转化为具体治理规则：在气候谈判中倡导“共同但有区别的责任”，在贸易争端中推动“互利共赢”而非“零和博弈”。

超语实践需将理念嵌入国际制度话语。例如，在联合国大会发言引用“四海之内皆兄弟”，随即展示中国向 120 国提供疫苗援助的物流热力图；在 COP28 边会提出“生态大同”倡议，结合“天人合一”与 NbS（基于自然的解决方案）。政策文本 + 视觉证据 + 文化隐喻，使“大同”成为可操作的全球治理方案，重塑中国“负责任文明大国”形象。

三、大同理想的话语叙事策略

理念的传播效力取决于叙事能否穿透文化认知壁垒。超语交际主张：放弃单向灌输，构建多主体、多模态、互动性的话语生态系统，让“大同”在受众参与中获得新生。

（一）从“宏大叙事”到“个体故事”

宏大叙事易引发疏离感。超语策略在于挖掘普通人践行“大同”的微观故事。例如，短视频《The Afghan Student in Yunnan》记录昆明大学生资助喀布尔女孩上网课，结尾两人视频通话齐诵：“We are not strangers—we are classmates of humanity.” 真实人物+跨语言互动+日常场景，使“天下一家”从口号变为可触摸的情感。

叙事结构需去英雄化、重共情。避免“高大全”塑造，聚焦人性细节：志愿者手上的冻疮、援建工程师与当地孩子的涂鸦墙、环保青年清理海滩后的疲惫微笑。通过 Instagram、TikTok 等平台发起 #MyDatongMoment 挑战，鼓励全球用户分享“跨越边界的善意瞬间”，形成用户生成的超语内容生态，使大同精神在民间自发传播。

（二）利用多模态符号增强感染力

“大同”意蕴丰富，单一语言难以承载。超语传播需调动全感官符号系统：

1. 沉浸式体验空间：在海外中国文化中心设立 VR 展区《A Day in Datong》，用户“步入”《礼运》描述的理想社区，与虚拟居民互动（“您需要帮忙吗？”“孩子上学近吗？”），系统根据选择生成个性化结局。具身体验绕过语言障碍，直接传递“皆有所养”的社会温度。

2. 跨文化音乐创作：邀请谭盾与非洲鼓手合作交响诗《Harmony Without Borders》，融合古琴泛音与部落吟唱，歌词取自《礼运》与《古兰经》关于“人类一体”的段落。非语义声音符号激发情感共鸣，使“和而不同”可听可感。

3. 仪式化公共艺术：在 G20 峰会期间策划“千人茶叙”快闪，各国代表共饮一壶茶，茶具刻有不同文明“大同”箴言（中文“天下为公”、阿拉伯文“人类兄弟情”、拉丁文“Concordia”）。身体共在+符号并置，使“大同”成为可参与的跨文化仪式。

（三）在跨文化对话中寻求共识

超语交际的本质是意义协商，而非单向输出。因此，“大同”话语需在文明对话中寻找交集：与西方“博爱”（fraternity）、非洲“乌班图”（Ubuntu）、伊斯兰“乌玛”（Ummah）等理念对话，提炼“人类一体、互助共生”的价值公约数。

在这个过程中，一定要避免掉入“文化优越论”或者“文明冲突论”的陷阱

当中，要突出世界各国人民对于美好社会的向往是相同的。高端学术论坛、跨文明对话会、民间文化沙龙等都可以，重在搭建起交流思想的平台。在对话中既要自信地讲述中国大同方案的底气，也要谦逊地倾听别人的意见，在思想的碰撞和融合中共同丰富大同理想当下的意义。

还要会用第三方视角和话语。依靠国际知名的汉学家、思想家、知华友华人士的笔触和口吻来诠释和传播大同思想。用目标受众更熟悉的话语逻辑和思维方式，对中国的传统文化进行“转码”“译介”，从而达到事半功倍的传播效果。以平等对话、多方参与为基础的共识寻求过程，本身就是天下大同精神的最佳体现，它向世界展示，大同不是中国的独奏，而是人类文明的合唱。

第三章 跨文化语境中的话语理解障碍分析

中华优秀传统文化在对外传播的时候,话语体系的塑造绝非仅仅是语言层面的直接转换,它牵涉到认知、心理以及社会语境等多个方面的复杂超语交际活动。当源语文化信息试图进入目标语文化场域的时候,就会不可避免地遇到各种阻滞和干扰。本章主要在于探究跨文化语境中,受众对中华文化话语的解码存在怎样的深层阻碍。通过对符号系统、句法规则、超语实践、语篇修辞这四个层面进行解构,可以找到造成意义流失、误读的根本原因,从而为后面形成有效的对外话语策略提供病理学层面的诊断依据。

第一节 语言符号系统的差异与隔阂

语言不仅是交流工具,更是文化认知结构的外化。汉藏语系与印欧语系在符号构造逻辑上的根本差异,决定了中西话语在跨文化传递中天然存在“不可通约性”。超语交际视角提醒我们:符号之间不存在一一对应的映射关系,意义的生成依赖于符号使用者在具体语境中对多重资源的创造性调用。若忽视这一前提,强行将中文概念“塞入”外语语法框架,或将汉字美学简化为拼音转写,便会导致文化内核的空心化。

一、词汇空缺与不对等现象

词汇是文化记忆的最小单位,其缺失或错位往往成为跨文化理解的第一道屏障。由于历史经验、宇宙观与社会制度的分野,汉语中大量概念在目标语中缺乏对应项,形成“词汇空缺”。这种空缺不仅关乎指称,更涉及整个意义生态系统的断裂。

(一) 文化特有词的翻译困境

中华传统文化里包含许多具有哲学思辨和审美意趣的特有词汇,这些词汇音、形、义兼具,经由长时间的历史沉淀,塑造起庞大的联想意义网络。以中国哲学

的核心概念为例,“道”、“气”、“仁”、“阴阳”等,在国外语言体系中并不存在完全对应的词。如果用目标语中的近义词代替,例如把“道”译成 Way 或者 Path,虽然可以传达出路径的意思,但却失去了它在本体论中作为宇宙本原和运行规律所具有的宏大含义;如果用音译方式,虽然保留了语音形式,但对没有背景知识的海外读者来说,这只是一个毫无意义的语音符号,无法引起深层次的文化共鸣。

更难的是那些带有中国古代社会生活特征的实物名词和制度名词,例如科举、衙门、节气等。它们不只是对具体客观存在的指称,更是对某个时代社会结构和运作逻辑的浓缩。解释性翻译在对外话语建构中会显得十分累赘,无法使受众在很短的时间里把握住词语所蕴含的历史厚重感。翻译的难处,不单是语言技术上的问题,更是文化生态系统差别的一种直接反映。承载着厚重文化记忆的符号一旦脱离了它的原生语境,赤裸裸地呈现在异质文化空间里,其意义的消失几乎是必然的,成为中华文化对外传播中最顽固的基础性障碍。

(二) 概念范畴的交叉与错位

即便中西语言中存在表面上相互对应的词汇,但是它们所蕴含的深层概念范畴、情感色彩往往大相径庭。这种似是而非的对应关系,反而比完全的缺失更容易造成误读。不同的文化群体对于同一个客观事物在心理上产生的投射不同,从而造成语义场域的范围与边界截然不同。在超语交际过程中,传播者不注意语义上的差异,简单套用目标语词汇,很容易使受众走错路,甚至造成文化冲突。

这种错位主要体现在以下两个维度:

1. 图腾和象征物的语义相反。龙在中国文化中是皇权、尊贵、吉祥的象征,中国人自称是“龙的传人”,对龙怀有崇高的敬意和认同感。但是龙在国外的神话与宗教里,一般被刻画成喷火、守财、邪恶的怪兽,是英雄屠戮的对象,象征着破坏和混乱。当对外话语中出现“中国龙”的意象时,如果译者不加以解释地进行直译,那么在外国受众的脑海中就会浮现出邪恶猛兽的形象,这与传播者所要表达的祥瑞之意相反,严重损害了国家形象的亲和力。凤凰在国外文化中虽然有重生之意,但是更多强调的是个体的复活;在中国文化中,它则承载着阴阳和谐、天下太平的宏大政治伦理寓意。

2. 色彩词汇的情感色彩偏差。颜色词在各种文化中所引起的情感联想大相径庭。红色在中华文化中代表喜庆、繁荣、顺利,常被用作婚礼、节日等喜庆场合

的颜色，因此又称为“中国红”。但是英语环境下红色和危险、激进、亏损（赤字）、暴力流血相关。当中国对外传播大量使用红色视觉符号或者文字描述的时候，其本意是展示热情和活力，但是在国外受众的潜意识里却会引发紧张、警惕甚至排斥的心理反应。在中国传统当中白色常常和丧事、悲伤联系在一起，而国外则是纯洁、婚礼的象征。由于色彩语言所承载的编码不一样，同一个视觉信号在不同的文化心理下会解读出完全相反的情绪体验，这就造成了一种隐藏而深刻的理解障碍。

（三）音、形、义结合体的不可译性

汉字作为表意文字，其魅力在于音、形、义三位一体的审美—认知结构。每一个字都是微型宇宙：笔画走势蕴含书写者的心绪（如书法“飞白”），部首组合暗含分类逻辑（如“氵”旁多与水相关），字形对称体现中庸美学。这种多维性在拼音文字中无法复现。

以对联“风声雨声读书声，声声入耳；家事国事天下事，事事关心”为例，其力量不仅来自内容，更源于平仄对仗、字数均衡、视觉对称所营造的韵律感。英文译文纵使达意，亦失其形美与声律。书法更甚：“计白当黑”不仅是构图技巧，更是道家“有无相生”的视觉化表达。西方读者视其为抽象艺术尚可，但若理解“气韵生动”背后的文人精神，则需超越视觉，进入一套完整的文化阐释系统。汉字的不可译性，本质上是其作为超语符号的完整性在单模态转换中的必然损耗。

二、句法结构与语用规则的差异

从词到句，中西语言在组织逻辑与交际策略上的分野进一步加剧理解障碍。汉语重“意合”，英语重“形合”；中国属高语境文化，欧美多为低语境。这些差异不仅影响信息接收效率，更塑造了不同的思维习惯与期待模式。

（一）意合与形合：中英文句法结构对比

汉语如流水，靠语义连贯推进，主语常省略，逻辑隐于上下文（如“下雨了，带伞”）。英语则如建筑，依赖显性连接词（because, although）、主谓一致、时态标记构建严密逻辑链。当汉语原文被直译为英文，流水句变为碎片化短句，逻辑纽带断裂，易被误读为“思路不清”或“论证薄弱”。例如，中文外交辞令“我们始终秉持相互尊重、公平正义的原则”若直译为“We always uphold

mutual respect and fairness”，在英语语境中显得空泛无力；若不补充具体行为案例或因果链条，受众难以建立信任。句法差异实为认知模式差异——前者重整体感悟，后者重线性推理。

（二）高语境与低语境文化的表达习惯

爱德华·霍尔的高低语境理论在此极具解释力。中国文化属高语境：信息大量隐含于关系、身份、沉默与共享知识中，“言有尽而意无穷”被视为修辞美德。而英美文化属低语境：信息需明确编码于语言本身，模糊即等于无效。当中式话语进入低语境场域，其留白、隐喻、迂回常被解读为“不透明”“回避问题”甚至“缺乏诚意”。例如，中方说“这个问题比较复杂，需要进一步研究”，本意是留余地、保和谐；西方听众却可能理解为“拒绝合作”或“推诿责任”。超语交际要求传播者主动“降维”高语境信息，通过补充背景、具象案例或多模态提示，弥合解码鸿沟。

（三）礼貌原则与面子理论的文化差异

儒家“贬己尊人”的礼貌策略，在跨文化语境中极易引发语用失误。中国学者开场白“水平有限，请多指教”，在本土是谦逊，在西方却暗示“准备不足”；中式委婉否定（“这个建议很有意思，不过……”）常被直率文化误读为“同意但犹豫”。反之，西方直接赞美（“Great job!”）若被中式回应“哪里哪里”，反显虚伪。面子维护机制的错位，导致同一言语行为在不同文化中产生相反的社交效果。超语实践需预判此类冲突，或调整话语策略（如将谦辞转为感谢：“感谢邀请，我很荣幸分享”），或通过副语言（语气、表情）辅助澄清意图。

三、超语实践中的符号选择与组合

超语交际理论认为，交际者会利用一切可以运用的符号资源来构建意义。在数字化、多媒体的时代，中华文化对外传播已经不再只是依靠文字模态来完成，而是采用图像、声音、视频等多模态符号综合使用的方式。但是符号模态的增加并不一定会带来理解的通畅，相反，符号选择不当或者组合逻辑冲突，反而会产生新的认知负荷和理解噪声。

（一）单一语言符号的局限性

中华文化“走出去”几十年来一直以书籍翻译、文字报道为主。这种单以一种语言符号来传递的方式，在碰到复杂的文化内涵的时候，往往会感到力不从心。

文字属于线性符号，擅长逻辑性表达，但不能很好地表现出具体的感官感受、创造出某种情绪氛围以及体现非线性的空间结构。

中华文化讲究的是意境，是视觉、听觉、心理感觉的融合。单纯用文字来表述，无法让没有见过中国园林的外国人领会出移步换景的空间美；也无法用语言向不懂中医的外国人解释清楚气脉运行的身体图景；更不能把京剧唱腔那种苍凉又激越的韵味用文字转述出来。单一的语言符号有其局限性，不得不将丰富立体的文化现实“降维”为单薄的文字链条。在这个过程中，很多非言语的伴生信息、情绪色彩、感官质感被剥离了，于是受众所接收到的多是具有一具没有血肉、没有灵魂的文化标本。缺少了多种感官的帮助，受众很难建立起一个立体的认知模型，使得话语的感染力和说服力大打折扣。

（二）多模态符号补偿的必要性与复杂性

多模态是超语交际的核心优势。纪录片《舌尖上的中国》用镜头语言呈现食材纹理、烹饪火候、食客表情，使“民以食为天”从口号变为可感生活；TikTok上武术博主用慢动作分解招式，配鼓点节奏，让“刚柔并济”跃然屏上。图像、声音、动作调动右脑感知，绕过语言壁垒，实现文化“软着陆”。

但多模态亦非万能。不同符号有各自“语法”：图像重隐喻，文字重逻辑，音乐重情绪。若彼此冲突（如严肃议题配轻快BGM），或文化编码错位（外国观众不解京剧马鞭=骑马），反而引发认知混乱。有效的超语实践需精心设计符号间的互文关系，使各模态指向同一意义核心，而非各自为政。

（三）符号组合不当造成的意义曲解

最常见误区是时空错位的符号拼贴：用清朝服饰配5G技术报道，以剪纸图案包装碳中和倡议。此类组合强化“古老中国”刻板印象，削弱现代性叙事。另一陷阱是审美殖民：为迎合西方想象，刻意堆砌“东方奇观”（灯笼、旗袍、龙纹），落入萨义德所批判的“东方主义”窠臼，反遭文化挪用指责。

更深层问题在于符号价值观冲突。中式设计偏好饱满、热烈、装饰性（如春晚舞台），西方现代美学崇尚极简、留白、功能主义。若不加调适，前者易被标签为“俗艳”“杂乱”。符号组合实为文化立场的无声宣言——唯有理解目标受众的符号认知框架，才能避免“好心办坏事”，实现真正意义上的意义共建。

第二节 文化认知模式的冲突与调适

党的二十大报告强调：“深化文明交流互鉴，推动中华文化更好走向世界。”这一战略指向揭示了一个深层命题：中华文化的国际传播，不能止步于语言转换或符号输出，而必须直面跨文化认知结构的根本差异。在超语交际（translanguaging）视域下，语言仅是意义建构的组成部分之一；真正的理解障碍，源于中西在思维方式、文化图式与认知框架上的系统性错位。当中国话语携带着整体性思维、高语境逻辑与关系本位伦理进入以分析性思维、低语境表达与个体本位为预设的西方接受场域时，即便语言准确无误，意义仍可能被扭曲、简化甚至拒斥。因此，剖析认知冲突的根源，并通过超语实践主动调适，成为构建有效对外话语体系的关键环节。

一、思维方式的差异：整体与分析

思维方式并非先天禀赋，而是特定文明在长期地理环境、生产方式与社会组织中沉淀的认知惯习。中华农耕文明孕育出整体性思维，而西方海洋—商业文明则催生分析性思维。二者在信息组织、因果归因与注意力分配上存在结构性张力，直接影响跨文化解码效果。

（一）中式整体性思维的特征

整体性思维以关系优先、系统关联、动态平衡为核心。它不将事物从背景中抽离，而是置于“天—地—人”交织的网络中理解。例如，《黄帝内经》言“人与天地相参”，中医诊断不仅看症状，更察四时、地域、情绪之变；《礼记·大学》讲“修身齐家治国平天下”，将个人修养与天下秩序视为连续体。这种思维在话语表达上呈现为螺旋式推进、背景先行、重“悟”轻“析”——如山水画“三远法”构图，或古文“起承转合”结构，皆强调意境营造而非线性论证。

然而，在跨文化传播中，这种高语境、重留白的表达易被误读为“逻辑不清”或“回避实质”。当中国外交辞令称“此事需从长计议”，本意是顾全大局、留有余地，但习惯低语境文化的受众可能理解为“缺乏决断”或“信息不透明”。整体性思维的美学优势，在异质认知框架中可能转化为沟通劣势，除非通过超语策略主动补足逻辑链条。

（二）西式分析性思维的特征

分析性思维源于古希腊哲学与近代科学传统，其核心是分解—定义—验证的认知路径。它将复杂现象拆解为可测量的变量，强调主谓宾清晰、因果明确、证据确凿。在话语结构上，表现为论点先行、数据支撑、线性推进——如学术论文IMRaD结构（引言—方法—结果—讨论），或新闻报道的“倒金字塔”模式。受众期待文本内部自洽，无需依赖外部文化脚本。

这种思维塑造了对“客观性”的执念：真理应脱离语境、普适有效。因此，当面对“道可道，非常道”这类否定定义可能性的表述时，西方读者常陷入困惑——若无法界定，如何讨论？分析性思维的优势在于精确与可操作，但其局限在于难以容纳模糊性、流动性与关系性，而这恰是中华智慧的核心维度。

（三）思维差异对信息接收与解读的影响

中式整体性思维构建的对外话语遇到西式分析性思维的受众，就会产生强烈的摩擦。摩擦不是由于语言翻译的准确性问题引起的，而是信息排列逻辑和认知期待之间存在错位所导致的。中国文化对外传播时常用的宏大叙事、意象叠加、螺旋式说理，很容易被习惯于线性逻辑的受众误解为逻辑混乱、重点不清晰，甚至有意隐瞒。中式话语在论述庞大的天人合一等观念时会引用经典、突出万物的联系，而国外受众更希望了解具体的实行方法、法律限制、利益分配机制等等，不同的思维方式造成传播重点的偏离。

这种认知错位具体表现为以下两个方面：

1. 归因模式的偏差，整体性思维认为行为是内外部因素共同作用的结果，倾向于情境归因，分析性思维认为行为是个人内在因素所致，倾向于个人归因。当中国对外话语突出集体主义、国家统筹的成就时，国外受众往往不能理解其中所包含的系统性优势，反而会把这种归因偏差直接理解为对个人自由的限制，从而改变信息原有的意思。

2. 注意力分配的矛盾，超语交际研究表明，不同的思维模式的受众在看图像、读文字时注意的焦点不一样。中式思维重背景、关系，西式思维重前景、主体。对外传播的视觉符号设计中，对外部环境的烘托如果过分强调，把主体行动给虚化了，就会导致国外受众抓不住信息的重点，从而产生“不知所云”的认知评价。

二、文化图式与认知框架的冲突

文化图式就是经过长时间的社会实践而形成、储存于大脑中的一种知识结构、认知模式，它像一个预设好的脚本一样指导着人们如何选择、组织和解释信息。跨文化交际的实质就是不同文化图式之间的碰撞与融合。中华优秀传统文化进入异域文化场域之后，如果没有相应的背景图式或者被既有的刻板印象图式所占据，就必然会造成理解的断裂或者意义的扭曲。

（一）历史背景知识的缺失

中华文化话语高度依赖历史互文性。“春秋大义”暗含华夷之辨与礼治理想，“魏晋风度”指向玄学清谈与个体觉醒，“盛唐气象”浓缩开放包容与文化自信。这些概念对本土受众是情感触发器，对海外受众却是语义黑洞。即便译为“the spirit of the Tang Dynasty”，若无视觉、叙事或情境辅助，仅剩空洞修辞。

超语交际要求激活历史语境的多模态再现。例如，讲述“丝绸之路”时，可同步展示敦煌壁画数字复原、粟特商人墓志铭拓片、唐代胡旋舞 VR 体验，让受众在感官沉浸中构建“万国衣冠会长安”的认知图式。否则，仅靠文字描述，丝绸之路被简化为“古代贸易路线”，丢失其文明对话的深层意涵。

（二）社会文化预设的不同

中国社会以关系本位为底色，强调人情、面子、差序格局；西方社会以契约本位为基础，崇尚权利、规则、平等个体。当中国故事讲述“村干部调解邻里纠纷”，本意展现基层治理柔性智慧，但西方受众可能质疑：“为何不走法律程序？是否侵犯司法独立？”——此非立场对立，而是制度认知框架错位。

此类冲突在价值判断中尤为尖锐：

1. 权责观念差异：中国“父母官”隐喻包含养育与管教双重责任，而西方“有限政府”理念警惕权力越界。若直接使用“仁政”“爱民如子”等表述，易触发“威权”联想。超语策略需转译为“responsive governance”（回应型治理），并配以浙江“最多跑一次”改革案例，用制度绩效支撑伦理话语。

2. 公私界限模糊：中式话语常将家庭伦理延伸至公共领域（如“家国同构”），而西方严格区分 spheres of life。讲述社区互助养老时，需解释“熟人社会信任机制”，避免被误读为“制度缺位下的无奈之举”。

（三）原型意象的文化特异性

原型意象是文化图式的凝缩符号，其跨文化迁移极易引发意义反转。最典型如“龙”：中文语境中象征祥瑞与力量，英文“dragon”却关联邪恶与 chaos。尽管近年采用“Loong”音译，但数百年宗教与文学积淀形成的负面图式难以速除。

色彩亦然：红色在中国唤起喜庆与革命激情，但在西方政治光谱中常关联 danger 或 radicalism。若在气候峰会宣传片中大面积使用“中国红”，本意传递热情承诺，却可能激活“威胁”潜意识。超语实践需对原型符号进行“文化重编码”——如将龙形象与和平鸽、橄榄枝组合，或在红色背景中嵌入绿色生态图标，通过符号互文重构意义。

三、认知调适的策略与路径

面对认知模式和文化图式的双重冲突，建立中华优秀传统文化对外话语体系不能只停留在自说自话的层面，而必须主动进行认知调适。超语交际理论重视利用一切可以利用的符号资源，克服语言的局限，用各种模态的方式在不同的文化之间架起理解的桥梁。这就需要根据受众的认知习惯来重新组织话语结构，激活共有经验，从而实现从文化他者到意义共享者的转变。

（一）激活受众已有的相关图式

认知心理学指出，新知识需锚定于既有图式。超语策略在于寻找跨文化共鸣点，以类比降低认知负荷。例如：

1. 将“仁”类比为西方“humanity”或“compassion”，虽不等同，但可建立初步理解桥梁；
2. 用“meritocracy”（贤能政治）解释科举制度，强调其打破世袭、促进流动的功能，消解“专制”刻板印象；
3. 将“和而不同”对接欧盟“unity in diversity”口号，凸显多元共存的普世价值。

关键在于类比后及时澄清差异：如指出儒家“仁”包含差等之爱，不同于基督教“博爱”；科举虽重才学，但受限于儒家经典范围。类比是入口，不是终点。

（二）构建新的跨文化认知桥梁

当已有的图式不能满足解释需求的时候，就需要利用超语交际的多模态特性，创建一个介于源语文化与目的语文化之间的“第三空间”。通过非语言符号（图像、声音、视频、实物体验等）的辅助，产生新的、混合的认知经验，让受传者

建立一种新的对中国文化的认识结构。此种做法已经不再局限于文字的翻译,而更加重视身体感知、情境沉浸对于认知建构的作用。

构建认知桥梁的具体路径包括:

1. 多模态符号的互补:用视觉叙事来弥补语言逻辑的不够。按照西式分析性思维对于逻辑可视化的需要,把中国哲学的宏观概念转译成图表、模型或者动画演示。用生态系统的动态平衡图来解释中医的阴阳五行,把抽象的哲学关系变得直观可见。

2. 具身认知的体验设计,让受众参与到书法、茶艺、太极等身体实践中去,通过具体的身体动作感受来体会“气”“韵”“道”。具身性体验可以绕过语言逻辑障碍,在感知运动层面直接建立起对中国文化的认知图式,为之后语言理解提供感性基础。

(三) 通过重复与强化加深理解

按照认知心理学的观点,新的认知图式的形成要依靠反复的刺激和强化。对外话语体系的构建不能指望一次传播就能完全改变受众的思维方式。用螺旋式上升的传播模式在不同的语境、媒介、问题中不断出现核心文化观念,高频次的重复加深受众印象,纠正原有的误解。

重复并不是机械的复制,而是根据不同的侧面进行变奏。以“和谐”为核心价值,用政治话语来阐述其和平共处的意思,用生态话语来体现其天人合一的含义,用艺术话语来展现其虚实相生的妙处。通过这样全面而多维的重复加强,受众大脑中有关和谐的图式就会慢慢变得丰富立体。超语交际重视符号资源的流动性、循环性,在社交媒体、学术出版、影视作品等不同的场域里进行跨媒介叙事,形成一个互相呼应的话语网络,在受众心里塑造起新的认知图式,促使认知发生从量变到质变的跃迁。

第三节 价值观念体系的碰撞与融合

党的二十大报告明确提出:“弘扬和平、发展、公平、正义、民主、自由的全人类共同价值,促进各国人民相知相亲。”这一战略宣示标志着中国对外话语建设已从“文化输出”转向“价值共建”。然而,价值观念的跨文化传播远比语言转换复杂——它涉及深层文化预设、伦理排序与存在方式的根本差异。在超语交际(translanguaging)视域下,价值传播并非将“集体主义”“和谐”等概念

直接译入外语语境，而是调动语言、图像、叙事、制度实践等多元符号资源，在异质文化场域中激活可感、可议、可参与的意义协商过程。当中华文明所秉持的集体责任、循环时间观、关系本位伦理遭遇西方个人权利优先、线性进步论与契约本位框架时，若仅依赖术语对译，极易陷入“各说各话”甚至“价值对立”的困境。唯有通过超语实践主动调适、寻找共通基点、推动创造性转化，方能在碰撞中实现真正的融合。

一、集体主义与个人主义的张力

集体主义与个体主义并非简单的道德偏好之别，而是两种文明对“人如何存在”的根本回答。这一张力深刻塑造了话语主体的呈现方式、叙事重心与情感动员逻辑。

（一）对家庭与国家观念的深切强调

中华文明根植于农耕社会的宗法结构，“家国同构”不仅是政治隐喻，更是生活现实。个体身份首先由其在家族、社群中的位置定义，“我”总是嵌套于“我们”之中。这种关系本位伦理在话语中表现为主体弱化、责任前置、情感内敛——如抗疫叙事中强调“全民配合”而非“英雄个人”，扶贫报道聚焦“整村脱贫”而非“个体逆袭”。高频使用的“众志成城”“同舟共济”等成语，实为集体生存智慧的情感结晶，其力量源于千年共同体验。

然而，在推崇个体自主性的文化中，此类表达易被误读为“压制个性”或“消解主体”。超语交际策略在于将宏大集体叙事解构为可感知的个体责任链。例如，纪录片《武汉日夜》不只展示封城全景，更跟拍快递员、社区网格员、志愿者的日常抉择，字幕强调：“I stayed not because I was ordered, but because my neighbors needed me.”通过个体声音承载集体伦理，使“我们”成为无数“我”的自觉选择，而非强制归属。

（二）个人自由与权利的优先考量

西方现代性以个体为原子单位，社会被视为契约集合，国家存在的正当性在于保障个人自由。由此衍生的话语体系高度聚焦权利边界、程序正义与自我实现。受众期待看到具体人物如何突破限制、争取权益的故事，而非抽象成就。当中国宣传“牺牲小我成就大我”时，若未解释“小我”如何在集体中获得尊严与发展，便易触发“自由受限”的警觉。

超语实践需承认：个体主义在激发创新、捍卫尊严上的历史贡献不可否认。有效策略是展示集体与个体的辩证关系。如讲述贵州“天眼”工程时，既突出国家投入与团队协作，也聚焦南仁东个人三十年坚守的科学家精神；介绍浙江“枫桥经验”调解机制时，强调其如何通过社区支持网络保护弱势个体权益，而非简单“息讼”。让集体成为个体成长的土壤，而非牢笼。

（三）价值冲突在话语中的具象化体现

价值张力常在具体议题中爆发：

1. 公共卫生叙事差异：中国强调“动态清零”体现生命至上与集体担当；西方质疑强制措施侵犯自由。超语应对不是辩驳，而是提供多声部叙事——如发布中外医生对话视频，中方谈“应收尽收”的伦理压力，美方谈疫苗犹豫的社会根源，在共情中揭示不同价值排序的合理性。

2. 人权话语错位：中国主张生存权、发展权为首要人权；西方坚持公民政治权利优先。超语策略是用案例翻译逻辑：展示云南独龙族整族脱贫如何赋予村民教育权、健康权，进而参与村务决策——证明集体福祉是个人权利的前提，而非替代。

二、时间观念与未来取向的差异

时间不但是物理的刻度，也是文化心理的反映。中西文化对于时间的感知、规划以及对于历史和未来的关系处理存在着分野，从而决定了对外话语的叙事方式和说服方式。

（一）循环时间观与线性时间观

中华文明受《周易》“反复其道”与儒家“通古今之变”影响，形成螺旋式时间观：历史非直线前进，而是盛衰交替、返本开新。故“复兴”不是回到过去，而是以历史智慧超越当下困境。话语中常见“厚积薄发”“韬光养晦”等策略性耐心，强调时机与平衡。

西方受基督教末世论与启蒙进步史观塑造，信奉线性时间：未来优于过去，创新高于传统。此逻辑下，“变革”“颠覆”“突破”成为高频词。当中国提出“百年未有之大变局”，若仅用循环逻辑解释，易被误为“怀旧”或“抗拒变革”。

超语策略在于将循环智慧转化为线性叙事中的“转折点”。如在气候峰会演讲中，将“天人合一”生态观对接“临界点”（tipping point）科学概念：“Ancient

China warned: when heaven is out of balance, disaster follows. Today, science confirms we are at that tipping point.” 用对方认知框架承载自身智慧，实现时间观的转码。

（二）重视历史与面向未来的不同倾向

中国文化向来有浓厚的历史情结，历史不但是过去，还是现实合法性来源、道德判断的标尺。在建立对外话语时，我们通常会从五千年的文明史里去寻找解决当下问题的智慧。无论是“一带一路”倡议对古丝绸之路的巧妙借用，还是政治话语中对于历史必然性的强调，都体现了一种向后看来定位的思维定式。厚重的历史感给中国话语增添了独特的深度，但也会让没有相应历史知识背景的外国受众感到认知上的负担。

与此相反，以美国为代表的国外现代文化是具有很强的未来取向的。其话语体系里尽是开拓新边疆的冲动和技术乌托邦的幻想。他们认为过多的历史包袱会阻碍创新。于是就产生了在国际交流中，中国在说明“我们是谁”、“我们从哪里来”的时候，国外的受众却更关心“我们将去向何方”、“这对我意味着什么”的情况。超语交际的视角使我们明白，在对外传播中要适当地调节时间维度，把历史的智慧转化成解决当下全球性问题的可行办法，创建起历史资源和未来憧憬之间的内在逻辑联系，让古老的东方智慧焕发现代的活力。

（三）对传统与现代关系的不同理解

中国主张“守正创新”，视传统为活水源泉；西方现代化理论长期预设“传统—现代”二元对立，认为现代化必伴随“祛魅”。此框架下，中国传统文化常被误读为“现代化障碍”或“迟早西化”。

超语策略是展示传统的创造性转化：

1. 中医非“神秘疗法”，而是纳入国家公共卫生体系的循证医学分支；
2. 春节非“封建习俗”，而是全球华人数字红包、低碳祭扫、非遗直播的现代节日实践。通过短视频《When Tradition Meets Tech》，展示年轻人用AR复原祠堂祭祖仪式，配文：“We don't preserve the past—we evolve it.” 打破“传统=落后”刻板印象，确立传统作为现代性资源的地位。

三、价值融合的可能性与实现途径

价值观念上存在较大的差异，并不是必然导致文明的冲突。超语交际理论给我们提供了一个全新的视角，即怎样在差异中寻找共性、在对话中实现融合、怎

样利用灵活多样的符号资源来建构包容性的第三方空间。

（一）寻觅人类共通的价值基点

尽管文化表现形式千差万别，但是人类作为一个物种，在生存需要、情感体验和终极关怀方面存在着许多共同之处。和平、发展、公平、正义、民主、自由这六个全人类共同的价值观，正在成为跨文化对话的最大公约数。建设对外话语体系，要摆脱狭隘的民族主义思维模式，探寻中华优秀传统文化与普世价值相契合的部分。把儒家的仁爱与国外的人道主义相接，把天人合一的生态伦理同全球可持续发展问题联系起来。

对接不是简单的附会，而是在哲学层面去寻找深层次的共同之处。墨子的兼爱非攻思想所体现出的和平主义之光，法家思想对规则与秩序的重视，都可以作为同国外价值体系对话的桥梁。从这些具有跨文化穿透性的概念中提炼出来的精华，可以在话语里为情感共鸣打牢基础，使中华文化不再只是一种异国情调的展示，而是变成解决人类共同困境的重要思想资源。超语交际起到了筛选和匹配的作用，在无数的经典著作中找到那些可以跨越国界、能够触动人心的价值内核。

（二）在差异中寻求互补与对话

价值融合不是消除差异，而是承认差异、尊重差异，在差异中寻找互补。中华文化所提倡的“和而不同”就是解决这个问题的最高智慧。对外话语实践不能回避中西价值观的矛盾，反而应该把它看作推动对话的动力。用不同价值取向来解决同样的社会问题所展现出的优劣来进行展示，以体现中华文化方案独有的价值。以应对老龄化问题为例，中国家庭养老模式依托于孝道文化，可以弥补国外单纯依靠社会福利体系造成的亲情缺失；而在环境危机面前，东方的整体主义思维可纠正国外主客二分掠夺性开发模式。

互补性的对话策略需要话语主体有文化自信和开放的心态。在超语交际中运用对比、类比等修辞方法把中国观念放在全球语境下加以考察。其目的并不是证明优劣，而是为了表现出其他方案的可能性。承认国外个人主义在激发创造力方面的优点，承认现代集体主义文化在提高社会凝聚力方面存在的潜在不足，最后再引出集体主义文化的调节功能，这样叙述更容易被理性受众接受，从而实现价值观念的软着陆和深层互鉴。

（三）推动价值观念的创造性转化

传统价值观念只有实现创造性转化和创新性发展，才能有强大的跨越时空的

传播力。这就意味着我们在形成对外话语的时候,不能简单地将古文照搬过来,而必须对传统概念进行现代阐释与重塑。需要依靠超语交际的灵活性来调动多模态资源,把抽象的哲学思想转变为具体可感知的文化产品和生活方式。

这就需要我们给传统价值赋予现代的意义。如把“君子人格”转化为现代社会所崇尚的理想的公民形象,突出其中诚信、负责、自控等特质;把“礼”的规范转化成现代商务礼仪、国际交往中带有东方色彩的表达。选定语言后,要保留一些术语的中国特色,比如汉语拼音里的“Dao”、“Qi”等,还要做清楚的说明。同时用通俗的语言表达其含义,用国际通行的语言表达。借助影视作品、网络文学、艺术设计等各种媒介,把经过转化的价值观念潜移默化地植入到受众心里,使中华优秀传统文化成为当代世界文化拼图中不可或缺、生机勃勃的一块。

第四节 传播接受过程中的意义重构

党的二十大报告明确提出:“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。”这一战略转向揭示了一个关键认知:中华文化的对外传播,绝非单向度的信息投送,而是一场在跨文化场域中由多元主体共同参与的意义协商实践。在超语交际(translanguaging)视域下,语言只是意义建构的组成部分之一;真正的传播效力,取决于受众如何调动其全部符号资源——包括母语经验、身体感知、数字媒介素养与文化图式——对源文本进行解码、拼贴、挪用乃至再创造。受众并非被动容器,而是积极意义生产者。他们对中华文化符号的解读,既可能因文化距离产生误读,也可能通过创造性转化催生新的全球性意涵。因此,理解意义重构的机制,并主动引导其走向建设性方向,成为构建高效对外话语体系的核心任务。

一、解码过程中的误读与偏差

文化符号跨越语境边界时,必然经历语义损耗与意义漂移。超语交际承认:没有“原汁原味”的跨文化传播,只有在接收端被重新激活的符号实践。误读虽常被视为障碍,实则揭示了受众试图建立文化连接的努力,也暴露了符号转码中的结构性张力。

（一）基于本土文化的过度诠释

当“道”“仁”“龙”等高度语境化的中华文化符号进入西方接受场域，受众往往调用自身文化脚本进行“就近匹配”——将“道”等同于 Logos 或自然法则，将“龙”视为 dragon。这种类比虽降低认知门槛，却剥离了原概念的伦理维度与历史厚度。“道”不仅是宇宙规律，更是修身齐家的实践路径；“龙”承载的是文明共同体的神圣认同，而非神话怪兽。过度诠释的本质，是将异质符号强行纳入本土叙事模具，导致意义扁平化。

视觉模态和语言模态相互翻译的时候，由于本土经验造成的过度解读就更加明显。色彩、构图、声音符号在不同的文化里，因为历史的约定俗成，常常带有截然相反的情感价值。红色在中国文化里所体现出的喜庆、繁荣、正统的视觉冲击力，在某些国外语境下却会被解读成危险、激进、甚至血腥的隐喻。受众将调动全部的符号资源，母语中的习语、宗教隐喻、流行文化记忆，来填补由于文化距离造成的意义真空。这种填充是无意识的，它把本来具有开放性和包容性的中华文化文本，生硬地塞进受众习以为常的本土叙事模子里面，于是就产生了易于被当地理解但又严重偏离本意的“混血”意义。

误读并不是完全消极的，在某种程度上，它体现了受众努力建立文化联系的尝试。但是，如果过度诠释就会抹平异质文化的特点，使其成为本土文化的附庸。这就表明超语交际中意义的产生是不确定的，符号的所指在跨越国界的时候就会产生漂移。受众用自身的文化砖石搭建起一座座看似熟悉，实则面目全非的意义大厦。

（二）选择性注意与理解偏差

面对多模态文化文本（如古装剧、非遗纪录片），受众受认知负荷限制，必然进行注意力筛选。其选择标准由审美偏好、现实需求与语言能力共同决定，常导致意义碎片化。

1. 视觉奇观优先：功夫电影海外传播中，行云流水的动作设计与华丽服饰成为焦点，而“止戈为武”的伦理内核被忽略。侠客被简化为超级英雄，儒道哲学退居背景。

2. 语言能力制约：依赖字幕的观众难以捕捉文言修辞、典故互文与声韵节奏。如《红楼梦》英译本虽达意，却丢失“好了歌”的禅机与音律美。受众仅获零散情节，拼凑出片面图景。

去语境化处理使文化整体性断裂, 中华文明以“奇观集合”形象出现, 沦为满足猎奇心理的消费符号, 而非可深度对话的思想体系。

（三）刻板印象的干扰与固化

刻板印象是认知上的捷径, 在跨文化交际开始时可以快速地对信息进行分类。但是, 在意义建构深入的时候, 它就成了顽固的干扰源、过滤网。长久以来, 国外中心主义话语体系已经构建出一套关于东方的固化想象。这些都是有色眼镜, 受众在接触中华优秀传统文化的时候, 就带着一种固定的解读态度。新的文化内容输入时, 受众会将其放置在已经形成的刻板印象的框架中进行同化, 凡是符合这个框架的信息就会被加强, 不符合的就会被忽视或者抵制。

超语交际指交际者使用所有的语言资源进行意义协商, 但是刻板印象会限制这种协商的深度和广度。如果受众有东方神秘主义或者非科学的刻板印象, 当他们接受中医文化时就会将针灸、草药等实践当作一种巫术仪式或者安慰剂效应来理解, 而忽略掉它背后有经络的理论和实证经验。固化的认知图式具有很大的惯性, 面对确凿的事实依据, 受众也会用曲解、合理化等心理防卫手段来保持已有的认知平衡。

更严重的是, 在数字媒介的算法推荐机制下刻板印象很容易产生回声室效应。受众接触到的符合他们固有印象的内容就会不断加强他们的偏见, 使偏离意义建构进一步加剧。本应该丰富多姿、极富现代色彩的中华文化形象, 被简化成单一的、僵化的、甚至恶毒的形象集合。这不利于真实立体全面的中国国家形象的塑造与传播, 也使意义重构陷入历史偏见, 无法摆脱。

二、受众主体性的意义再创造

传统传播学认为受众是信息的终点, 但是在超语交际的视角下, 受众就是活跃的意义生产者。他们调动起全部的语言库存、身体经验、人际关系, 在与中华文化文本的互动中进行着创造性的意义生成。整个过程中主体性得以张扬、文化得以混杂。

（一）接受美学的“期待视野”理论

尧斯 (Hans Robert Jauss) 的“期待视野”指出: 受众带着既有审美经验接触文本。若文本完全契合预期, 则乏味; 若彻底超越, 则拒斥。理想传播发生在“适度陌生化”区间——如《流浪地球》将“人类命运共同体”嵌入科幻灾难叙

事，既突破西方个人英雄范式，又保留类型片可读性。

理想的意义重构，一般都会出现在文本和期待视野之间存在恰当张力的时候。受众接触带有陌生化特征的中华文化符号的时候，原有的期待视野就被打破了。为了解消认知上的矛盾，受众需要发挥自身的能动性来改变原来的认知结构，改变审美焦点，最终达到视域融合的目的。意义并不是由文本单方面赋予的，而是文本的召唤结构和受众的期待视野相互辩证运动的结果。受众用自己拥有的语言资源填补文本中的空白，填补既是追求原文的意思，又是在原有基础上根据自身的立场进行的创造性的发挥。

意义的拓展就发生在视野碰撞、融合之时。受众不再满足于接受别人事先给出的解释，而是用自己眼睛去观察、用自己头脑去思考，对古老的东方智慧进行新的诠释。他们甚至会发现传播者自己都没有意识到的潜在意义，把传统文化同当代全球性问题（环保、心理健康、性别平等）联系起来，从而使中华优秀传统文化具有鲜明的时代特征和全球普适性价值，让古老的文本在异域期待视野中焕发出新的光彩。

（二）受众在解码中的能动作用

受众解码时表现出的能动性，在超语交际里是最活跃的因素。它表现在受众对于文本意义的选择性理解之中，也体现在受众大胆地跨越语言与文化的界限，进行跨模态、跨语码的创造性的解码之中。受众不再被单一的语言规则所束缚，可以自由地在源语和目标语之间来回穿梭，甚至创造出介于两者之间的“第三空间”语言形态。

还能体现出来的是受众对文化符号的挪用与重组。将中国的成语典故和国外的流行俚语混合起来，创造出一种新的表达方式准确地描述微妙的情感。或者他们不再在意文本的字面意思，而是模仿文本里的肢体动作、面部表情、音乐旋律，去感受文化的灵魂。身体参与本身就是一种意义的生成过程。受众的能动性也表现在利用批判性思维对传播的内容进行质疑、考证、比对，通过多渠道的信息搜寻来证实文本的真实性，在此基础上作出自己的判断。

受众的情感能动性对于意义重构起着非常重要的作用。当出现宏大的文化叙述时，受众就会去寻找能够让自己产生个体情感波动的微小部分。他们借助移情的方式，把中华文化的悲欢离合融入到自己的人生道路里，使得遥远的东方文化变得可以被感知，可以被接近。受众不会完全复制原文的意思，而是运用内心深

处的情感对文本进行重塑，在每一次阅读中都经历了一次精神上的新的邂逅、在每一次解读上都对主体精神的领域做了拓展。

（三）网络时代“二次创作”的普遍性

伴随着数字技术的发展、社交媒体的出现，受众主体性也获得了从未有过的发挥。二次创作是网络时代中华文化对外传播中普遍存在的、最主要的、最有影响力的意义重构方式。创作行为完全打穿了传受双方的界限，受众直接变成了内容的生产者，他们用视频剪辑、混音、同人写作、表情包制作等各式各样的方式，对中华传统文化素材实施解构和重组。

在这个过程之中，超语交际的特征就表现得十分明显。海外听众把中国古风曲谱填上英语、法语或者西班牙语的歌词唱出来，有的把这些京剧唱腔和嘻哈节奏融合在一起，制作成在 TikTok 上像病毒一样传播开来的视频。他们会截取中国影视剧的经典画面，加上本土化的幽默字幕，制作出带有特定亚文化内涵的“迷因”。二次创作的内容大多脱离了原来的严肃语境，充满戏谑、拼贴、后现代的狂欢气息，但是用一种非常亲切、有感染力的方式把中华文化符号渗透到全球青年的日常交流中。

二次创作其实是一种参与式文化活动。受众在加工素材的时候需要对原素材的结构和神韵有深刻的认识，并将自己的审美创意融入进去。极大地丰富了中华文化的表现形式，又给中华文化增添了新的意蕴。虽然其中有些误解、曲解的成分，但是更多的是一种跨文化视角下的视域融合和情感投射。经过二次创作，中华优秀传统文化不再只是博物馆里的冰冷展品，而是变成了全球网民可以不断拆解、拼搭的乐高积木，创造出无数种新的形态，实现了真正的活态传承和全球化生存。

三、引导积极意义重构的策略

既然意义重构不可逆，传播策略应从“控制”转向“引导”——通过开放文本、提供支架、建立对话，激发建设性误读，推动中华文化在全球话语生态中扎根生长。

（一）设置开放性的文本结构

为了适应超语交际中意义生成的动态性，对外传播的文本要抛弃封闭、独断的说教式表达，改用带有召唤性的开放性结构。这与翁贝托·艾科所说的开放性作品很相似，文本上留有空白、未定点，供读者用自身的想象力和文化背景去填补。

开放性文本结构给叙事策略提出要求,不能把全部价值判断、情感结论都明确表达出来,应该使用隐喻、象征、留白等艺术手段,创造出一种言有尽而意无穷的审美空间。讲述中国历史故事时,可以突出人物的道德困境、人性选择等,不必过分直接地给出是非对错的评判,从而引发受众的思考和争辩。视觉表达可以采取抽象写意的表达方式,而不是具象写实的表达方式,以此来减少文化折扣,让不同文化背景的人们都能在其中找到自己对美的理想的反映。

文本的开放性还表现在多模态的互相配合上。用不同的图像、声音、文字等符号资源,以非线性的方式,构造一个多义的意义网络。依据受众的接受习惯来选择文本进入的方式,不管是通过视觉冲击、听觉感染还是文字思辨,都能得到不一样的审美体验。去中心化的文本结构给受众带来了极大的阐释自由,使他们感觉自己是被尊重的对话者,而不是被动的接受者,因此更愿意参与到意义的建构之中,从而使文化文本在不断的互动解释中获得长久的生命力。

（二）提供充分的背景信息与阐释

文本开放性得到重视之后,为防止意义重构陷入虚无主义或者严重的文化误读,传播主体就必须给以充分的文化背景支撑和阐释引导。超语交际并不是不要规则,在尊重受众主体性的基础上,提供丰富的背景信息,帮助受众建立对中华文化的认知坐标系。

这就意味着,当我们传递核心文化符号的时候,不能只是简单地呈现符号的表层,而应该与之同时附带对这个符号的历史渊源、社会功用、哲学意义等深层语境的阐释。这种说明不能是枯燥的学术考证,而应该用讲故事、类比、跨文化对比等方法,让听众容易接受。介绍二十四节气时不仅要展现自然物候的变化,还要解释其中所蕴含的中国古代农耕文明的时间观、生命观,并尝试与国外的星座文化或者生态伦理作对比,给受众搭建一座理解的桥梁。

运用超链接、交互式图表、增强现实等数字技术手段,可形成起一种立体的解释体系。受众在阅读或者观看的时候可以随时调出相关的背景知识、专家解读以及双语对照资料。按需获取的知识服务不会打断受众沉浸式的体验,在受众遇到理解障碍的时候及时给予认知的帮助,校准受众的解码方向,保证意义重构在尊重原意和发挥创意之间保持微妙的平衡,防止因为文化差异过大而导致的认知断裂或者意义畸变。

（三）与受众建立互动与反馈机制

单维的传播方式已经不能适应超语交际时代的要求。引导积极意义重构的核心就是搭建起全天候、全方位的交流反馈体系。传播主体要主动走进受众所在数字社群，听社群成员的想法和反应，依据所获得的反馈信息，及时对自身的传播策略和话语方式作出调整。

互动并不只是对评论区留言的回复、私信的回复，它还包括策划线上线下一系列活动，促使受众参与其中。举办汉字创意设计大赛、组织跨国文化沙龙，开展“我眼中的中国节”短视频挑战赛。传播者不再是高高在上的权威，而是与受众平等地进行对话的伙伴、合作者。传播主体可以将受众产生的 UGC 内容进行转发、评论，并对其中优秀表达赋权放大，对明显错误解读用温和说明纠正，从而在不知不觉中影响社群舆论走向和意义生成路径。

建立起长效的反馈监测系统也十分关键。通过使用大数据分析技术对海外社交媒体上用户的情绪倾向、高频词汇以及传播路径进行实时追踪，来找到受众关注的焦点以及用户的痛点。把这些数据转变成改进传播内容的指令，进而达到精准更新传播语态的目的。经过这样循环往复的互动调试，传播主体和受众之间就会慢慢产生一种以信任、共识为基础上的契约关系，使得意义重构的过程不再是一个无目的的碰撞，而是一次次朝同一个方向前进的合作创作，促使中华文化话语体系不断地完善和提高。

第四章 超语交际视角下的话语转换机制

党的二十大报告明确提出：“加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论新格局”，“实施国家文化数字化战略，健全现代公共文化服务体系。”这一战略部署标志着中华文化的对外传播已进入多模态、数字化、参与式的新阶段。在超语交际（translanguaging）视域下，话语转换不再是传统翻译学所聚焦的“语言对等”问题，而是一场调动语言、图像、声音、身体、空间、算法等多元符号资源，在跨文化互动中动态协商意义的实践。传播主体需超越“语言中心主义”，将文化内涵编码于可感、可触、可交互的符号网络之中，使受众在感官沉浸与意义共建中实现从“他者观看”到“主体参与”的转变。本章聚焦话语转换的核心机制，探讨如何通过多模态协同、符号融合与数字创新，构建兼具文化深度与全球可及性的对外话语体系。

第一节 多模态符号的协同表达

超语交际的本质在于符号资源的流动性与互补性。单一模态（如文字）在跨文化传播中极易遭遇语境缺失与认知隔阂，而多模态协同则能通过“通感效应”激活受众的多重感知通道，降低理解门槛，增强情感共鸣。有效的对外话语，必然是视觉、听觉、语言、身体等符号在逻辑与美学上高度协调的“意义交响”。

一、视觉符号与听觉符号的互补

视觉、听觉是人认识世界的两种主要方式。视听符号互补，可以克服语言的障碍，直接引起受传者感官和情感的共鸣。两者在意义建构的过程中常常互相渗透，产生一种“通感”效应，把抽象的文化概念转化为具体的、可以感知的形象。

（一）图像、色彩对文字意义的强化

在中华文化对外话语中，图像与色彩并非装饰，而是承载深层文化代码的非语言文本。例如，“红色”在中文语境中凝聚了喜庆、正统与革命热情三重意涵，

但若仅依赖字幕翻译“red = happiness”，西方受众易因文化联想差异产生误读。超语策略在于通过图像语境重构色彩意义：将红色置于春节团圆饭、婚礼盖头、灯笼夜市等温馨场景中，使色彩与积极情感绑定，从而绕过术语障碍，直接触发共情。

高辨识度视觉符号还可充当“认知锚点”。讲述“丝绸之路”时，配以敦煌壁画中胡商驼队、飞天乐舞的细节图像，比千字解说更能直观呈现文明交融的盛况；阐释“天人合一”时，采用水墨山水画的留白构图，让“无”成为“有”的延伸，使道家哲学获得视觉可感性。图像在此不是文字的附庸，而是独立的意义生产者，其优先处理特性有效提升了跨文化信息保真度。

（二）音乐、音效对情感氛围的营造

声音具有绕过理性防御、直抵情感中枢的穿透力。中国传统音乐以五声音阶为基础，其“气韵生动”的美学特质本身就是文化标识。古琴曲《流水》的悠远空灵，无需歌词即可唤起山水隐逸之思；琵琶轮指的急促节奏，能瞬间传递战场紧张感。在纪录片《舌尖上的中国》中，蒸笼掀开的“噗”声、炒菜爆油的“滋啦”声，不仅增强真实感，更通过听觉在场感拉近受众与中华生活美学的心理距离。

音效设计更是动作类文化实践（如武术、茶道、书法）的意义补充系统。太极拳推手时衣袖摩擦的沙沙声、宣纸吸墨的细微声响，这些“微音效”虽非语言，却传递着力道、节奏与心境。超语交际强调：当语言无法穷尽身体经验时，声音便成为具身认知的桥梁，引导受众从“看表演”转向“感其神”。

（三）图文声像的节奏与韵律配合

多模态话语并不是随意组合起来的，在一定的节奏、韵律中完成的。其配合方式如同中国传统的美学里的“气脉”相接一样，是希望达到一种顺畅的接受效果。

1. 蒙太奇剪辑与叙事节奏要一致，视频类对外传播素材一般依据背景音乐的节拍、解说词的语速来进行画面切换速度的把控。激昂的鼓点配合快剪辑画面，可以表现中国现代化发展速度或节庆的热烈；舒缓的丝竹之音配合长镜头、慢推拉，使观众能够慢慢体会园林建筑、非遗技艺的精致。视听节奏的同频共振可以很好地控制受众的注意力，使受众的情绪随着内容的变化而起伏，加深对文化内涵的记忆和理解。

2. 语音语调和视觉动态互相补充：超语交际中语言符号有声形式也具有音乐性。中文特有的四声调值、抑扬顿挫的语调，就形成了听觉韵律。传播者用语音

的强弱、停连配合画面的视觉动态来实现话语转换。画面中出现书法家挥毫泼墨的时候,旁白声就会用重音或者延长来突出笔力的劲道和气势。语言与视觉动态之间所产生的互动,使语言不再仅仅是传递信息的工具,也成了加强画面情感和力度的手段,二者共同形成了带有东方韵味的节奏美学。

3. 情绪曲线的跨模态协同,完整的对外传播文本都会有情绪的铺垫、高潮、回落。图文声像配合的目的是保证各种模态情绪曲线的协调一致。表现宏大历史的时候,如果配乐轻佻、画面灰暗,就会出现符号冲突,进而影响传播效果。高效的话语转换机制要求在脚本创作之初就要做好顶层设计,保证视觉的色调变化、音乐的旋律走向、文字的叙事逻辑在情绪上互相支持,共同把受众的情感体验引入到预设轨道上,达到文化共情最大化的目的。

二、语言符号与非语言符号的融合

中华文化属高语境文化,大量意义隐含于关系、礼仪与空间之中。超语交际的核心任务,正是将这些隐性知识显性化为可感知的非语言符号,并与语言形成互释网络。

(一) 体态语、面部表情的辅助作用

体态语属于一种具身化的符号资源,它在跨文化交际过程中有着“通用语”的潜质,却又深深地埋藏于特定文化规约里。在中国传统礼仪文化的对外阐释中,拱手礼、作揖、鞠躬这些肢体语言,既是礼貌的表达,又是儒家“仁义礼智信”的身体实践。当对外传播者准确展示并解释这些身体语言的时候,就把抽象的伦理观念转化成看得见、可模仿的身体动作。传播者一边口述“谦和”的含义,一边做出微微躬身、双手合十或者双手交叠的动作,这时语言符号和体态符号就产生了互相补充的效果,使受众领悟到中国文化里含蓄内敛的社交哲学。具身示范很好地避免了只靠语言翻译所产生的生硬和隔阂。

面部表情属于情感外露的窗口,在超语交际过程中起着微妙的调节作用。中国文化讲究的是“喜怒不形于色”的修养,但是在对外传播的过程中,适度的表情管理可以起到沟通润滑剂的作用。真诚的微笑,专注的眼神,对某个文化场景产生的微表情反应,都会给受众以友好的、开放的、自信的印象。戏曲、舞蹈等表演艺术在对外交流时,演员的夸张或者程式化表情,比如京剧中眼神的严格规定,也是种浓缩的文化语言。通过对隐藏在面部表情背后的文化解码来解构话语

体系,从语言解释、视觉感受两个角度入手,可以帮助受众更好地理解中国文化审美评价标准以及道德象征意义。

（二）服饰、道具、场景的文化信息承载

物质文化是沉默的叙事者。汉服交领右衽象征“以右为尊”，十二章纹暗含天地秩序；茶具的素雅釉色、紫砂壶的温润包浆，皆传递“清寂”茶道精神。超语转换机制要求超越器物展示，激活其叙事潜能：

（1）讲述宋代文人生活，不只陈列汝窑瓷器，更还原焚香、点茶、挂画、插花“四般闲事”的场景组合；

（2）展示苗绣服饰，同步解读蝴蝶妈妈图腾背后的创世神话。

道具的使用过程即话语本身。茶艺师温杯、投茶、分茶的动作序列，无需解说已传递“和敬清寂”；书法家运笔的提按顿挫，本身就是“气韵”的可视化。这种“以物载道”的转换方式，有效规避了语言翻译中的意义损耗。

场景则提供高语境信息场。实体如苏州园林“借景”手法，虚拟如数字展厅复原的唐代长安西市，皆通过空间关系呈现“天人合一”宇宙观。受众置身其中，自然理解人与自然、个体与社群的嵌套关系。场景不是背景，而是意义生成的活性基质。

（三）空间布局的象征意义运用

中国空间哲学强调“藏”与“露”、“虚”与“实”的辩证。紫禁城中轴对称彰显皇权秩序，园林曲径通幽体现道家逍遥。超语传播将此转化为空间修辞策略：

（1）纪录片构图大量运用“留白”，引导观众视线聚焦主体，同时体会“计白当黑”的东方美学；

（2）数字博物馆展陈采用“移步换景”动线设计，模拟传统观画体验。

空间在此成为哲学思维的具身化教材。观众在行走、凝视、停顿中，无意识习得中国特有的时空感知方式。

三、数字时代超模态话语的建构

数字技术彻底重构了超语交际的场域与规则。话语转换不再限于预设的视听组合，而走向交互性、非线性、用户共创的超模态生态。

（一）交互式、沉浸式符号体验

数字技术赋予了受众前所未有的主体性，把文化传播从单向灌输变成双向互动的体验。虚拟现实、增强现实以及混合现实技术的应用冲破了时空的束缚，创建出具有形象化特征的“数字孪生”文化空间。传播者已经不再是唯一的讲述者了，受众可以借助穿戴设备或者移动终端进入莫高窟的窟内，近距离观察壁画的纹理，还可以交互式地修复文物。具身化的交互体验大大调动了受众的多种感觉，在探索操作的过程中主动建构起对中华文化的认识。

电子游戏作为一个新型的文化载体，已经成了超模态话语建构的试验场。在中国神话背景下动作角色扮演游戏中，玩家操控角色同游戏环境相互作用的时候，实际上就潜移默化地学习了中国的战斗美学、地理风物与价值观。游戏中的交互机制设计，例如根据五行相克原理设定的技能系统、遵照传统礼仪的 NPC 对话选项等，把文化知识巧妙地嵌入到游戏规则里。受众若要在游戏中获胜，就需要去理解其中包含的文化逻辑，把“被动观看”转化为“主动参与”。这样一种寓教于乐的话语转化方式，对于年轻的海外受众来说有很强的吸引力、渗透力。

交互式体验也被应用到了数字博物馆以及在线虚拟展览当中。借助高精度的三维建模以及全景漫游技术，受众可以自由地 360 度旋转观看文物的细节，点击热点就会得到多语言介绍及语音导览。非线性浏览的方式完全按照用户的个性需要来，让用户可以按照自己的兴趣点来自由选择想要了解的信息。一些平台还加入了在线祈福、汉服试穿等实时互动功能，让使用者接触、尝试中华文化各种展现形式，主动参与进来，使得文化符号动态发展、传播，共享给全世界。

（二）超文本链接的网状意义结构

数字媒介的超文本性质使传统的线性叙事结构完全被网状的、多维的、意义相连的系统所取代。用超语交际的视角看，它给那些复杂深奥的中国概念提供了一个多层次的解释方式，很好地克服了跨文化传播的时候所遇到的语境缺失问题。

1. 关联性链接建立知识图谱，网络传播文本中的每一个文化关键词（“道”、“气”、“孝”等）都可以作为一个超链接的节点。点击这些节点就可以跳转到对应的历史典故页面、学术解释页面、视频演示页面或者文创产品页面。这样一种链接的方式，就打破了单个文本所能包含的容量，把原本分散的文化符号编织成一个很大的知识网络。受众根据自己的理解程度，一层层地探究下去，就会形成一个完整的中华文化知识图谱。结构上模仿人脑联想记忆，使文化信息获取更

符合人的认知规律。

2. 深层语境的瞬间唤起: 超文本技术使传播者可以在不中断主要叙事的同时, 给某一个文化现象提供背景信息。利用悬浮注释、侧边栏扩展阅读或弹窗视频的方式, 受众在遇到理解困难的时候能很快得到必要的语境支持。阅读有关中国春节的报道, 通过点击超链接就可以马上了解守岁、压岁钱背后所蕴含的故事和神话传说。这样立即引起深层语境的唤起, 就很好地降低了跨文化阅读的门槛, 避免了因为文化折扣导致的误读或者兴趣减退, 从而保证了意义传递的连贯性。

(三) 用户生成内容的符号创新

Web 2.0/3.0 时代, 受众成为主动的意义再生产者。TikTok 上 #Chinese Aesthetic 标签下, 海外青年用古筝 BGM 配街舞, 将“气韵”转化为身体律动; Reddit 论坛对《甄嬛传》的逐帧分析, 衍生出“宫斗政治学”新话语。弹幕文化更催生“共时解读共同体”——全球观众实时讨论“仁”与“权谋”的张力, 拼音“ren”“dao”直接嵌入评论流, 形成混合符号。

弹幕文化是一种特殊的实时评论形式, 已经成了视频内容的“第二文本”。全球网友在观看中国影视剧、文化纪录片的时候, 除了对剧情的即时反应外, 也出现了很多跨文化比较讨论。共同的、共时的在场感造就了特殊的观看共同体。在这个过程里, 很多中国网络流行语或者文化梗被翻译、音译, 甚至直接用拼音的形式加入到海外受众的语言体系当中, 于是产生了新的混合符号。由用户自发创造的符号, 虽然在准确性上不如官方话语那么严谨, 但是传播速度非常快、覆盖面很广、互动性很强, 极大地扩大了中华文化的影响范围。

对话语体系的建构者来说, 引导用户生成内容的符号创新就显得十分重要。这就需要我们z把单向的对外宣传变成平等的对话交流。可以设置开放的话题标签, 举办创意征集大赛, 向用户无版权提供高清晰度、音效素材库等为他们二次创作的内容提供条件, 激起全球用户的创造热情。对于用户创造的带有错误观念或者刻板印象的内容, 官方账号可以进行互动评论, 制作澄清视频等柔性引导, 既不压制用户的创造力, 又保持中华文化核心价值观的正确表达, 最终形成官方话语与民间话语、本土话语与他者话语良性互动的超模态传播生态。

第二节 文化意象的跨语境转化

文化意象是民族精神的最小表意单元，承载着历史记忆、哲学内核与审美范式。在超语交际框架中，意象的跨文化传播并非静态移植，而是在目标语境中经由多模态符号资源的重新配置与意义协商，完成动态重构。成功的意象转化，既需坚守文化本真性，又需回应异质受众的认知图式与情感结构。

一、核心文化意象的筛选与提炼

面对浩如烟海的传统符号，对外话语建构的首要任务是基于超语交际逻辑进行战略性筛选——即识别那些兼具文化深度、视觉辨识度与情感通约性的意象，使其成为跨文化对话的“意义锚点”。

（一）选择具有高辨识度和强共鸣性的意象

跨文化交际开始的时候，受众一般会依靠那些视觉冲击大、意思清楚的符号，形成对异域文化的初步认识。因此，筛选意象的第一要义就是辨识度。那些具有特定时代烙印、形式独特、色彩跳脱、与我国历史时空息息相关的事物，比如红灯笼、剪纸、青花瓷等等，由于其极强的视觉指涉性，可以立刻抓住观众的目光。高辨识度的意象就相当于超语交际的锚点，能很快地固定交际语境，大大减少认知模糊的区域。但是意象选择不能只停留在视觉层面，更重要的是它能否引起人类共通的情感共鸣。

共鸣性，就是指该意象所带有的情感体验可以跨越民族国家的界限，触碰到人类共通的心理需求。家在中国文化中代表团圆、归属，但是无论在哪个文化中，人们都会对它产生相应的情感投射。在超语交际中用这情感的共通性，可以很好地调动起受众已有的生活经验，从而让他们理解那些陌生的中国故事。选择含有亲情、友情、自然和谐等普世价值的意象，可成为沟通不同文化背景下的交际主体情感交流的桥梁，把抽象的文化观念转化为具体的心理体验，大大减少文化传播中遇到的障碍。

（二）分析意象的表层、深层及文化内涵

意象的意义具有层级性：表层为物质形态（如“玉”为矿物），深层为制度习俗（如“君子比德于玉”），核心则为哲学精神（如“温润而泽”的仁德观）。超语交际强调分层解码与梯度呈现——避免一步到位灌输抽象哲理，而是通过多

模态手段逐层揭示。

以“茶”为例：短视频可先展示沏茶动作的视觉韵律（表层），再配以茶席礼仪的解说（深层），最终借古琴背景乐与水墨动画隐喻“天人合一”（核心）。这种由感官体验向哲学体悟的渐进路径，符合认知心理学中的“具身学习”规律，有效防止因文化语境缺失导致的意义断裂。

（三）评估意象在不同文化中的可接受度

当文化意象跨越国界的时候，就不可避免地要遭遇到异质文化审美习惯与价值判断的考察。同一个意象在源语文化里是吉祥神圣的，在目标语文化中却会触犯禁忌或者产生负面的联想。因此在确立核心意象清单之前，一定要做跨文化接受度评估。这是一次语言语义联想的考察，也是一次宗教信仰、历史记忆、社会风俗等各方面因素的考量。超语交际对交际主体来说，需要有很强的受众意识，即对目标文化中可能存在的排斥因子有敏锐的觉察力并加以避免，以免产生交际冲突。

评估工作可以从正反两个方面来开展。正面评价主要看意象是否符合目标受众的审美取向和价值观念，中国文化中“圆”代表完美和团圆，与国外文化重视逻辑闭环、和谐统一的心理有一定的契合之处。反面评价主要是看有无文化误读的风险。就像颜色意象一样，白色在中国传统中常常和丧葬相关联，而在国外它却是纯洁的象征，是婚礼的标志。如果不先进行评估，在喜庆场合中错误地使用的话，交际意图就会完全失败。通过系统的可接受度评价，可以创建起“安全意象库”和“敏感意象警报体系”，从而给中华文化平稳出海提供有效的风险控制支撑。

二、意象转化的策略与方法

意象转化是超语交际的核心技艺，其本质是在保持文化基因的前提下，通过多模态符号重组实现跨语境适配。

（一）直译加注：保留原貌与补充说明

对于那些有独特民族形式，在目标文化中没有对应物的独有性意象，采用直译加注的方法是保持文化主体性的重要手段。此种方式表现出超语交际的异化倾向，即故意用源语的语音形式或字面意思来营造一种陌生化的审美效果，从而使受众去关注、去想象它所蕴含的异域文化特征。将“阴阳”直接音译，加上详

尽的哲学解释,虽然增加受众的认知难度,但是可以很好地保持概念的纯粹性。

直译加注策略要得以有效实行,必须有两个环节互相配合。直译本身具有命名的功能,它声明了这个意象的不可替代性,拒绝被归类为目标文化中已经存在的概念。它需要依靠拼音或者特有的构词法,使受众产生一种来自外部的新鲜感,认为它是一种新事物。而注疏环节则要承担释义的任务。数字媒体时代注疏不一定要拘泥于文字后的枯燥形式,可以灵活采用超链接、短视频、互动图表等形式。当受众点击一个陌生的拼音词汇的时候,弹出的不单单只是文字解释,还可以是相关的影像或者虚拟现实的体验。多模态的“加注”极大地扩展了信息容量,把枯燥的知识点变成鲜活的文化体验,把直译造成的认知障碍变成探索文化的契机。

保留原貌的努力,在某种程度上也是对抗全球文化单一化趋势的一种坚持。它需要交际主体有一种文化自信,相信中华优秀传统文化的魅力可以促使受众克服语言的障碍。但是自信不是自大,注疏的质量决定传播的效果。解释性话语要深入浅出,善于用目标受众熟悉的逻辑框架去解释陌生的中国概念,从“知其然”走向“知其所以然”。

（二）文化替换：寻找功能对等的本土意象

当文化意象的主要作用在于传达某种普遍的情感或者通用的哲理,而不是突出它的物质形态的特殊之处时,文化替换就成为了一种有效的转化方式。用归化的逻辑调动目标语文化里功能和情感色彩相同的本土意象,使心理距离瞬间缩短,实现意义的无损传递。超语交际时,替换并不是机械地一对一地进行,而是在语境效果的基础上,依照动态对等的原则来进行。

实施文化替换策略时,通常需要经历以下几个步骤,以确保转换的精准度与得体性:

1. 准确找到源意象的功能核心。必须明确地界定出该意象在当下的语境中所起的作用,是渲染气氛、隐喻品格,还是象征地位。如鸳鸯在文学作品里常常被当作恩爱夫妻的象征,鸳鸯的主要作用就是表现爱情的忠贞、相伴。

2. 在目标文化库中查找可能的匹配项。这就需要极高的跨文化敏感度,因为完全对应的意象少之又少。以前文所举的鸳鸯为例,国外文化中也有类似的情感投射,但细节上还是存在差异。

3. 对替换后文化增益和损耗做出评价。虽然使用本土意象可以减少认知难度,但是也容易造成源语文化独特个性的丧失。如果把梁山伯与祝英台等同于罗密欧

与朱丽叶，表达的虽然是悲剧爱情的意义，却忽略了在中国古代礼教社会里独有的反抗精神。因此文化替换一般要配合一定的语境重构，用上下文的暗示来弥补形象替换所造成的文化信息缺失，使受众在获得亲切感的同时不致完全误解原意。

（三）意象融合：创造新的混合文化符号

全球化深入发展之时，单凭直译或者替换已难乎兼顾复杂的交际需求，意象融合作为进阶策略随之出现。它是超语交际创造力的集中爆发点，把中华文化意象的核心内涵与目标文化的表达方式结合在一起，或者把本土的视觉符号与国际通用的叙事方式融合起来，从而创造出处于第三空间的混合文化符号。这种新出现的符号既带有中华文化的基因，又穿上了国际化的外衣，现代化的服饰，在年轻的一代受众中很容易造成病毒式的传播。

意象融合的操作，就是传统符号的现代重组和跨文化拼贴。在影视、动漫以及网络游戏等地方，这种做法被采用得很多。传统中国神话人物被赋予现代超级英雄的性格特点和成长轨迹，中国水墨意境被巧妙地融入到国外管弦乐创作里。融合不是简单的叠加，而是像化学反应一样发生深刻的结合。花木兰作为中国传统的孝道和家国情怀的代表，又包含了国外叙事下女性独立意识、个人价值实现的现代主题。混合符号打破了文化二元对立的局面，产生出一种各方都认同、乐于流传的新的文化产品。

意象融合还表现在语言使用的混合性上。对外话语实践不必拘泥于纯中文或者纯外文的表达，在对外交流中可以自由使用中英夹杂、拼音借词、网络迷因等混合语言。语言风格本身就成了一个新意象，展现当代中国开放包容的形象，和世界深度交流。创造这些混合意象，实际上就是参与全球流行文化建构的过程，把中华优秀传统文化悄悄地嵌入世界文化版图的基因序列里，完成由“他塑”到“自塑”再到“共塑”的转变。

三、案例分析：龙、凤、竹等意象的海外传播

（一）“龙”：从权威象征到邪恶形象的认知变迁

“龙”是中华民族的精神图腾，但在对外传播中遇到了最典型的文化误读和语义冲突。龙在中国文化里被当作掌管风雨的神灵、皇权的象征，代表吉祥、力量和尊贵。但是在国外基督教文化传统里，“Dragon”一词一直被赋予邪恶、贪婪、破坏者的负面含义，常常是英雄要消灭的对手或者魔鬼。由于翻译层面的不

对等,国外长久以来对中国龙的妖魔化想象严重影响中国的亲和形象。

遇上这样的状况,超语交际视角的修正办法不再只是语言翻译,而成了更为深入的形象重塑。近年有不少学者和传播者提倡用音译的“Loong”代替“Dragon”,试图从语言符号上与国外恶龙断开语义联系。背后的目的,就是通过重新定义来夺回解释权。更重要的是,传播者突出的是中国龙“福泽万物”、“兴云布雨”的农业保护神形象,而不是国外龙“喷火”、“守财”的破坏性形象。

传播者用大量的可爱化、拟人化的龙形象出现在大型国际活动、动画电影、文创产品中,逐渐淡化了它的威严甚至恐怖的视觉特征。这种形象的改变并不是对传统的背离,而是根据跨文化接受心理所做出的有目的的调整。用讲述龙与人类和谐共处的历史来强调龙的智慧、仁慈属性,中国龙正在经历跨语境的语义重写。例子说明,当文化刻板印象已经深入骨髓的时候,单方面的解释是无济于事的,必须经过长时间、全方位的符号重塑和叙事纠正,才能改变受众已经形成的认知。

（二）“凤”：与国外“Phoenix”的异同比较

而“凤”的对外传播,又表现出了一种跨文化意象转化的复杂性。一般情况下,凤被译成不死鸟,这样就建立起了认知的桥梁,但同时也遮掩了两文化内涵上的巨大差异。国外“Phoenix”的核心象征就是浴火重生,突出个人的永生和复活,带有很强的悲剧性和个人英雄主义。而中国的“凤”或者“凤凰”,其主要意涵是百鸟之王的德行以及龙凤呈祥的阴阳和谐,更多的是一种社会秩序的和谐、两性关系的圆满,而不是个体的生死循环。

如果只以 Phoenix 这个译名作为超语交际实践的依据,就会使中国文化里的“和合”、“瑞气”等深层次意蕴被剥离。采用求同存异的阐释方式来解决这个问题。一方面利用凤凰的高知名度来建立话题联系,另一方面用对比叙述来突出中国凤的独特之处。凤凰色彩绚丽、形态优美,和国外不死鸟单一的火红色调、猛禽特征不同。

性别属性的阐释也成了“凤”意象传播的难题。中国古时的凤是雄性的,凰是雌性的,后来渐渐地就成为女性的象征了(相对于龙)。而国外的“Phoenix”没有性别之分或性别模糊。在对外话语建构中加入凤凰于飞的爱情故事、宫廷服饰文化等,可以很好地把中国特有的性别美学、宇宙观传递给受众。经过如此细致的比对、阐释,既保留了凤作为东方神鸟的神秘色彩,又成功把和谐、高洁等中国价值观融入到这个属于全世界的符号里。

（三）“竹”：君子品格的跨文化阐释

与龙、凤等神话动物不同的是，“竹”作为植物意象，其跨文化传播更多地依靠拟人化品格来解释。在中国传统文化里，竹子因为其中空、有节、四季常青的生物特性，被赋予了虚心、有气节、坚韧不拔的君子人格。比德思维是中国特有的美学传统，而国外受众习惯于把自然客体化地观察，因而对于植物所含有的道德寓意，存在着一定程度的认知障碍。因此把竹子从单纯的植物学样本提升为精神文化的载体，就是超语交际需要解决的主要问题。

竹子的视觉隐喻以及情境体验对外话语起到了非常大的作用。单靠文字去解释什么是“虚心”，什么是“气节”，效果要么就是空洞无物，要么就被误解为自信不足或者固执。水墨画、园林建筑、功夫电影等把竹的物理韧性和人的精神韧性视觉上是同构的。电影里，侠客在竹子顶上交手却不断竹子，不需要言语，就能让海外观众直接感受到东方的“柔中带刚”哲学。

把竹子同环保、极简主义的生活方式这些全球流行的议题联系起来，也给这一传统意象增添了现代价值。由于竹材生长快、可再生，所以它成为可持续发展的代表物。在对外传播中把竹的传统道德含义（节俭、朴素）和现代环保理念（低碳、绿色）进行嫁接，使“竹”的意象焕发了新的生命力，也使中国的传统文化生态智慧得到了国际社会的认同。由此可以得出结论，传统意象跨语境转化既是对于过去的挖掘，也是对于当下的积极回应。找到传统意象与现代人类共同命运的契合点，“竹”由原来的地域植物标志上升为有普遍文化标识意义的符号。

第三节 叙事策略的适应性调整

超语交际视叙事为多声部、多模态的意义编织过程。面对异质认知图式，需动态调适叙事视角、结构与声音，使中华文化故事既保有东方韵味，又契合国际接受习惯。

一、从宏大叙事到微观叙事

（一）以个体故事承载宏大主题

中华优秀传统文化中所包含的“天人合一”、“厚德载物”等宏大的哲学命题，直接用概念解释，国外受众一般不能通过自己习惯的逻辑思维去理解。用具

体的个体故事来表达宏大的主题，属于超语交际策略。个体是文化鲜活的载体，具体而鲜活的人物故事可以把抽象的文化价值转化为具体的生活实践。讲述中国传统工匠精神的时候，不如聚焦于一个具体的文物修复师，而不去罗列繁琐的工艺流程或者历史数据。通过他日复一日在静谧中与古物对话的细节，指尖的纹路，专注的眼神，对残损器物的敬畏之情等非语言符号、叙事语言等，可以让海外受众直接从中感受到其中蕴含的敬业与传承的伟大精神。

以小见大叙事方式依靠的其实是人类在叙事认知上的共通之处。个体故事在这里成了文化翻译的中介。当受众随着个体经历挑战、选择、成长的时候，实际上就是体验一种文化生存方式，它不只是语言层面的体验，更是情感和认知深层次的融合。个体生命历程于是就成了宏大文化主题的生动隐喻，原本飘渺的东方哲学思想变得有形可触。因此宏大叙事不再是高高在上的教条，而是变成了每一个鲜活的生命所做出的选择和坚持，在跨文化传播中具有更强的解释力和穿透力。

（二）关注普通人的情感与命运

情感是人类共通的语言，在超语交际中又是最具有穿透力的符号资源。对外话语体系建设当中，重视普通人的情感与命运，就是把叙事重点放在可以激起全人类普遍共鸣的基本情感上，比如爱，离别，奋斗，亲情，梦想之类。普通人的生活很平凡，但是其中蕴含的情感张力却最能打动人心。叙事的镜头对准为了生计而奔波的茶农，为了走出大山去学习绘画的乡村少年时，这种叙述就不再有国界与族群之分。这样就情感上产生共鸣，消解了文化差异造成的心理防备。

就叙事操作而言，要重视挖掘传统文化在现代普通人生活中的呈现。传统文化不是博物馆里陈列的标本，它就存在于我们日常生活之中，影响我们的悲欢离合。讲述一个普通家庭春节团聚守岁的故事，就能悄悄传递出家国同构的伦理观念；讲述一个年轻人在都市压力下通过练习书法来保持内心平静的故事，就能活灵活现地表现出传统美学中静气和修身的思想。用普通人命运来展开叙述，通过情感符号的跨文化流动，海外受众在共情的过程中完成对中国文化价值观的接受和认同，从而实现由情感共鸣到价值共识的转变。

（三）增强叙事的代入感与亲和力

代入感是衡量叙事效果的一个指标，也是超语交际中实现“主体间性”的关键。为了增强叙事的代入感，传播主体就要调动视觉、听觉、情境等各方面的多模态符号资源，创造一种沉浸式的叙事场域。语言表达生动，还要符合受众的心

理期待。亲和力的建立依靠平等的姿态、生活化的语言，摒弃高高在上的说教式语气，转而采用平易近人的交流语态。

1. 对叙事细节的修饰要加强感官感受的再现。以中国的饮食文化为例，除了食物的味道以外，还可以用镜头语言来展现食材烹饪时发出的声音、冒出的热气、食客品尝之后表情等等。这些多元化的符号一起创造了可以感知的“在场”空间，把受众拉入到故事里去，使代入感大大提高。

2. 叙事语态选择应该偏向对话性、互动性。利用新媒体平台的交互性，可以将受众的反馈融入到叙事的过程中；也可以在叙事过程中留白，让受众根据自己的文化经验去填补。开放的叙事方式使受众不再只是意义的接受者，而且还是意义的共同创造者。这样的话语就具有更好的亲和力，传播效果也更好。

二、叙事结构的跨文化调适

（一）线性叙事与非线性叙事的选择

中国外文化对于时间的认识不同，也就决定了叙事结构的不同。中国传统叙事受循环时间观影响，多用章回体式，重视空间铺陈、意境渲染，形成非线性或弱线性结构，讲究文似看山不喜平的回环往复。相反的是国外的叙事，尤其是好莱坞的经典叙事更遵循线性的时间观，即强因果、时间顺序清楚、冲突有解。对外传播的时候，如果一味模仿传统章回体的结构，习惯于线性逻辑的受众会感到散乱；而全部采用线性结构又会失去中国文化内敛含蓄的审美之美。

超语交际中的理想策略就是二者的有机融合。可以以线性叙事为主干，保证故事发展脉络清晰，因果关系明确，符合大部分国际受众的阅读或观看习惯，在一些局部段落或者情感高潮处，适度采用非线性叙事手法，如闪回、插叙、意识流等，表现人物丰富复杂的内心世界和历史文化厚重感。以现代京剧演员的成长过程为主线，讲述其为了参加一场重要的演出而所做的准备，在关键节点上插入非线性回忆片段，介绍京剧百年传承史或者师徒之间深厚的情感。这种结构上“混搭”既保证了叙事的流畅性、可理解性，又通过时空的跳跃拓展了文化的表意空间，使叙事既有“骨架”的硬度，又有“血肉”的丰满度。

（二）开头、高潮、结尾的节奏安排

信息碎片化、注意力资源稀缺是数字传播时代的特点，在这样的特点之下，叙事节奏的要求就变得非常高。传统中国叙事讲究起承转合，铺垫长、入戏慢，

讲究余音绕梁。但是,在对外传播的超语语境中,慢节奏容易造成受众接触到核心内容之前就离开。因此叙事节奏必须作出相应的改变来适应跨文化传播高语境、快节奏的特征。

开头部分要用“凤头”策略,即开头就要呈现出最吸引人的视觉符号、情感冲突或者悬念,使观众能够立刻被抓住。这并不是说要抛弃背景介绍,而是在开场冲突中,用视觉化、动作化的方式将背景信息自然地融入进去。讲述中国功夫,不是从门派历史开始讲起,而应该直接展现一场精彩的动作展示或者一次紧张的实战对练,在视觉冲击之下引起受众的探究欲望。

高潮部分要重情感的爆发和价值的提高。比起传统叙事中有时过于含蓄的处理,对外传播的高潮应该是具有跨文化共通性的,个人命运与普世价值(勇气、正义、爱)等应当被紧密地联系在一起,并且借助于视听语言的加强。

结尾处理除了要保证“豹尾”有力以外,可以留有中国式的“留白”。不妨给受众留下一个开放性的问题或者意象,让其不断地思考。既符合现代传播规律,又保留了中国文化的审美韵味,达到传播效率与文化深度双重实现的目的。

(三) 悬念、冲突、解密等元素的运用

传统文化避谈冲突,但超语叙事善用文化差异制造良性张力。YouTube频道“Didi's Kitchen”展示外国人学包粽子屡屡失败,幽默化解文化隔阂;解密过程(如讲解粽叶包裹的阴阳平衡)自然传递知识,将冲突转化为认知契机。

构建对外话语体系的时候可以巧妙利用文化差异本身来设置悬念、制造冲突。这种冲突不一定是我们人与人之间的冲突,更多的是传统与现代的冲突、东方思维与国外逻辑的冲突、个人理想与现实困境的冲突。比如展示一个外国人做中国传统礼仪时的尴尬和误会,从而产生一种幽默的“文化冲突”,这样的叙事点就非常吸引人。随后解密的过程,就是文化知识自然传递。当受众随着主人公解开误会、领会礼仪背后深层含义的时候,就以轻松的方式完成了对文化的解读。使用设置悬念、表现矛盾、寻找和解、完成解密的叙事链条,把静态的文化知识转变成了动态的探索之旅,使传播文化的方式变得趣味盎然、有参与感,让文化在互动式的智力游戏里传播开来。

三、叙事视角与声音的多元化

（一）第一人称与第三人称视角的切换

叙事视角转换给受众带来的是全方位的观察角度。第三人称全知视角虽然可以宏观掌控、权威叙述，交代历史背景、宏大场面，但是会缺少温度和亲近感。第一人称的限知视角有很强的真实感和主观性，能将受众带入人物的内心世界，体验其喜怒哀乐。

在具体的传播过程中，根据叙事内容的不同需要，在两者之间进行动态转换或者混合使用。制作有关中国非物质文化遗产的纪录片时，用第三人称画外音介绍该遗产的历史渊源和技艺特点，以保证叙事的客观性、知识性；同时穿插传承人第一人称自述，用传承人的方言、口吻讲述传承过程中的艰辛和感悟。这样的角度融合，就像把博物馆的解说词和老朋友的娓娓道来相结合一样。第一人称视角利用语气、表情、肢体动作等丰富的身体符号来弥补第三人称视角情感表达的不足。受众在客观认知和主观共情之间交错感受，从而得到一个立体饱满的文化印象。既能保证信息的权威性，又能发挥情感的感染力。

（二）引入他者视角进行客观讲述

他者视角，就是请非本国文化背景的人来当叙事主体，通过他们的眼睛来看中国，用他们的语言来讲中国。在超语交际的框架内，这是一种非常有策略的“借船出海”。因为文化背景以及思维方式相同，所以海外受众更容易相信、接受来自同一群体所发出的信息。外籍主持人、网红博主、汉学家等，都是跨文化意义的中介者，他们所讲述的内容本身就有天然的“第三方”客观性，可以减少受众的心理防备和意识形态偏见。

引入他者视角不能简单地让外国人说中国好，而要展示他们真实的跨文化体验过程，即困惑、探索、惊讶，最终达到理解。以这样的视角来叙述，就容易产生一种独特的发现感、陌生化的审美。国外的园林中，一个国外人所关注的不一定是深奥的造园哲学，更多的是空间布局所带来的奇妙的视觉感受。透过他们的眼睛，我们可以对中国文化里对本土人来说习以为常，乃至“视而不见”的细微之处展开再发现，并给予新的阐释。他者讲述实际形成了跨文化对话空间，在这个空间里中国文化不再是被动呈现的对象，而是一个被探究、被体验、被重新定义的鲜活存在。叙述方式极大地拓宽了对外话语的深度，信息更加可信、有说服力。

（三）集体声音与个体声音的交织

对外话语体系建设中，集体声音和个体声音的关系要处理好。集体声音体现的是国家、民族或者群体共同的意志和宏大的叙述，有凝聚力、方向性；个体声音代表的是每一个具体的中国人鲜活的体验和多样的表达，有真实性、生动性。若长久以来只注重集体声音而忽视个体声音，容易造成叙事脸谱化、概念化。从超语交际的视角看，用复调式叙述将集体的声音与个体的声音置于同一个叙述空间中，使它们相互交织，构成一种丰富而和谐的和声。

1. 善于把个人声音嵌入集体叙事当中。讲述国家发展、民族复兴等宏大主题时，不能只是停留在抽象的数据和口号上，而应该让各行各业的普通人发声。他们发出的声音也许很小，甚至带着方言口音，不够“标准”，但是正是这些带有生活质感的声音汇聚在一起，才形成了真实可信的国家形象。在展示中国脱贫攻坚成果的时候，用一位刚刚脱贫的农民讲述自家餐桌上菜色的变化，这样的个体声音比任何宏大的总结都要强。

2. 让个体声音体现集体价值。每个人的故事并不是孤立的，每一个人都生长在时代的背景之下，文化的传统之中。经过精心的叙事编排，让受众从个体的奋斗里看到民族的坚韧，从个体的善举里体会到文化的仁爱。

3. 提倡民间舆论场和官方舆论场的互补互动。官方声音能给予权威的背书以及宏观的架构，民间声音会充实细节并加上情感。两者互为表里，共同构成一个有统一价值内核、有多元表现形式的立体对外话语体系。声音的交织打破了一个话语垄断另一个话语的局面，表现出一个真实、立体、全面的中国形象，更符合现代世界多元文化并存的要求。

第四节 情感共鸣的跨文化触发

超语交际认为，情感是跨越符号壁垒的终极通货。有效话语必能激活人类共通情感基底，并以多模态艺术化编码规避文化误读。

一、挖掘人类共通的情感基点

（一）亲情、友情、爱情的普世价值

不论人类社会发展至何种程度，以血缘、地缘产生的亲密情感，都是社会结

构的心理联系。中华文化里“慈母手中线”所蕴含的深厚母爱、“桃花潭水深千尺”般的真挚友情、“在天愿作比翼鸟”的忠贞爱情，并非中国独有，而是全人类共有的情感心理图谱。对外话语建构应该弱化宏大的政治伦理说教，转而关注具体的人际情感交流。用中国家庭的离合悲欢、朋友间患难与共、恋人之间相知相守来触动海外观众内心深处的生命体验。借助个体生命经验的类比和联想，可以立刻缩小心理距离，让他们在情感的通约性里体会到中国文化的暖意。超语交际在这里起着重要的作用，用拥抱、凝视、团圆饭这样的非语言符号来补充语言叙事，可以避免语言翻译造成语义的损失，而且可以直接作用到受众的情感中枢。

普世情感的挖掘要重视情感表达的细微之处和真实性。并不是所有的亲情叙事都会打动人，只有那些来自于真实生活土壤、带有浓厚烟火气的细节描写，才会真正打动人心。讲述春节回家故事的时候，不能只停留在节日仪式感上，应该体现归途的艰辛、重逢的喜悦、代际间的交流与理解。具有温度的细节可以跨越文化差异，使人们在异国他乡找到自己生活的印迹。

爱情，这个人类亘古不变的话题，在对外传播中也起到了不可忽视的作用。中国古典文学中爱情故事，有悲有喜，有着中国特有的东方含蓄美以及伦理观念。在跨文化背景之下，用现代视角重新解读传统故事，从中提炼出情感内核，再将这些情感内核同现代人的情感困惑和追求融合起来，为传统文化赋予新的时代价值。

（二）对真、善、美的共同追求

真、善、美是人类在文明发展的过程中积淀下来的最高的价值范畴，也是不同文明对话的伦理基础。中华优秀传统文化中有许多道德哲学与美学思想，像儒家的“仁爱”，道家的“道法自然”，传统艺术里的“意境之美”等等，这些都同国外文明对于真理、正义、艺术的探索有着某种契合。对外话语体系建设时，要从具有普世价值的符号中提炼精华，使之成为世界能够听懂、乐于接受的话语。比如把“天人合一”的生态智慧同全球气候变化问题联系起来，体现出中国文化对地球家园的责任感和关怀；把“己所不欲，勿施于人”这一伦理准则同国际关系中的和平共处原则对应起来，体现出中国文化对公正、平等的敬重。这样一种价值上的对接，就会唤起受众在道德、审美等方面的认同感，进而跳出具体利益的考量之外，形成起以共同价值追求为根基的情感共同体。

对真善美的追求不能只是口头的表达，应该落实到具体的文化产品和文化传

播活动中。不论是电影、文学作品还是社交媒体上的短视频都应该尽力去展现人性美好的光芒、生活美好的光芒。即使表现社会矛盾、冲突的作品，也要坚持底线思维，在批判之中留有希望，在困境之中体现人的善良坚韧。

从超语交际的角度看，真善美可以借助不同的模态来传递。视觉图像的冲击力、音乐旋律的感染力、肢体语言的表现力，都可以成为传递真善美价值的一种载体。调动受众多种感官，建构出沉浸式审美环境，在不知不觉中使受众感受到中华文化独特的魅力与价值。

（三）面对困境时的勇气与希望

生存和发展是每个人都永恒要面对的问题。无论是个体生命中的生老病死还是群体遭遇的自然灾害和社会动荡，面对困境时所持的态度最能反映一个民族的精神风貌，也是最容易产生跨文化情感共鸣的地方。中华民族在五千年的历史长河中形成了自强不息、厚德载物的精神品格，在神话传说中的“夸父逐日”、“精卫填海”、“愚公移山”中得到了淋漓尽致的体现。对外话语建构应该多讲述中国人民在遇到困难、挑战时所表现出的坚强和乐观。叙事不能只是停留在悲情的展示上，它应该传递的是希望与力量。以普通人抗争命运的故事来体现人在逆境中奋斗的不屈不挠的精神，这种精神是跨越国界的，它会鼓舞那些正在被生活打磨的人。海外受众看到中国人民在遇到疫情、贫困、自然灾害等困难时所表现出的团结、坚韧，会被来源于生命本能的求生欲和希望感所打动，产生强烈的情感共鸣。

勇气与希望的叙述还要加入时代感。传统神话故事虽然有深厚的文化根基，但是对现代的受众来说，会存在一定的隔阂感。因此我们要寻找当代中国社会中出现的新英雄、新故事。

1. 把传统精神同现代的航天探索、深海探测等科技成就联系起来，表现中国人探索未知、征服自然的勇气。
2. 以乡村发展和环保领域里的普通奋斗者为研究对象，用讲述依靠自己的双手改变命运、创造美好生活的感人故事来体现。

二、情感表达的符号化与艺术化

情感是无形的、流动的，在跨文化交际中要有效地传递它就必须依靠某种物质载体。超语交际理论认为符号资源不单包括语言文字，图像、声音、色彩、动

作等也属于符号资源。将抽象的情感体验变成具体的符号形式,并且融合了多元文化的审美特点,就形成了对外话语体系的制作技艺。这就需要传播主体有高超的符号编码能力,依据受众的感知习惯和审美偏好,选取最适合的媒介形式,创作出富有民族特色又符合国际审美的文化产品。

(一) 通过音乐、画面营造情感氛围

音乐和画面可以冲破语言障碍的共同语。超语交际活动中,听觉、视觉符号比文字更能穿透人心,可以直接作用于人脑边缘系统,产生即时的情绪反应。中华优秀传统文化中的视听资源非常丰富,如古琴的深沉悠远,琵琶的激越雄浑,水墨画的空灵意境,剪纸的喜庆祥和。对外传播中不能只把它们当作背景装饰,而应该让它们成为情感叙事的主体。推介中国山水文化的时候,不必赘述繁复的文字,用一段高山流水的古曲配以一组运镜自如的航拍镜头,便可营造出一种宁静致远、超凡脱俗的情感氛围。当观众沉浸在这场视听盛宴中时,就会感受到中国文化对自然的尊崇和对内心平静的追求。这种非语言符号的表征,可以避开语言翻译造成的歧义,在受众心中直接建构起关于中国意境的情感图式。

音乐和画面的使用还要注意节奏和韵律。正如中国画讲究气韵生动一样,对外传播的视频、多媒体产品也应注意视听元素内在逻辑和情感流动。画面剪辑节奏要和音乐旋律起伏相契合,情绪由浅入深。

还要善于利用现代技术手段来提高视听符号的表现力。虚拟现实、增强现实技术可以使人有身临其境的感觉来体验中国文化。像用VR技术重现圆明园往日的繁荣景象,在废墟和辉煌之间制造出巨大的反差效果,给受众造成极大的情感冲击。

(二) 运用象征、隐喻激发情感联想

中华文化属于高语境文化,用象征、隐喻来表达含蓄而深厚的感情。梅、兰、竹、菊称为“四君子”,分别代表傲骨、幽雅、虚心、淡泊;月亮则常常被用来寄托思乡之情和团圆之愿。对外话语体系构建时,利用带有特定文化意蕴的象征符号来引起受众联想,加深情感体验。但是由于文化背景的差异,海外受众不能直接读出符号所含有的情感密码。这就意味着我们在使用象征手法的时候需要做一些超语转换和铺垫。可以通过讲故事的方式或者用其他文化中的东西来进行对比,给受众提供解码的线索。以“竹”的文化意象为例,将其同国外文化里的“韧性”联系起来,解释竹子“未出土时先有节,及凌云处尚虚心”的生物学特征怎

样转化成一种人格理想。根据认知语言学的隐喻映射,可以给受众搭建起跨文化的认知桥梁,从而把握住中国符号背后的情感内涵。

使用象征和隐喻的时候还要重视语境的创设。孤立的符号很难产生丰富的情感联想,只有把它们放在具体的叙事情境或生活情境里,其文化内涵才能充分展现出来。以中国春节的故事为例,红灯笼、中国结等符号不应该只作为静态道具出现,而应该成为联系亲情、传递祝福的信使。

还要鼓励当代艺术家、设计师用创新的方式对传统符号做新时代的表达。将传统纹样、色彩与现代设计理念相结合,开发出符合现代审美趋势的文化创意产品。该类商品既有传统文化的基因,又有时尚感和实用性,更符合年轻一代的海外受众接受和喜爱。

（三）借助故事情节引发情感波动

叙事是人们整理经验、给生活赋予意义的主要方式,也是情感传递最有效的方式。跌宕起伏、扣人心弦的故事情节可以引起受众的移情心理,即暂时忘记自己在现实世界里的身份,进入故事世界,和主人公同呼吸、共命运。中华优秀传统文化对外传播要大力挖掘戏剧张力强、情感深厚的文化资源。在讲述帝王将相历史传奇的同时,更应该讲述普通人的生活悲欢离合。李子柒的短视频之所以能在全世界引起轰动,就在于她创造了一个田园牧歌式的叙事空间。没有复杂的语言对白,只有日出而作、日落而息的劳作场景和祖孙两代人相依为命的温情画面。叙述方式成功引起了全球观众对于回归自然、珍惜亲情的普遍向往。构建对外话语体系可以借鉴这种“生活流”叙事手法,用细节的堆砌、情节的发展来使受众的情绪像潮水一样起伏,从而达到隐秘地传递情感、传播价值观的目的。

故事的情节构建应该符合跨文化传播的规律。一方面要保留中国故事自身的风貌和独有的民族风情以及文化逻辑;另一方面也要考虑到海外受众的习惯与接受能力。情节上可以设置悬念、冲突、反转等戏剧性元素增加故事的吸引力和感染力。

还要注意人物形象的塑造。立体、丰满、有血有肉的人物比单纯的故事情节更能打动人。对外传播要打造一批具有全球影响力的文化中国 IP 形象,成为中外情感的纽带。

三、避免情感误读的策略

感情是相通的，但如何表达以及怎样解读，却受文化规范的制约。不同的文化对于某种情感是否应该表达、如何表达以及在什么场合下表达都存在着截然不同的规范。超语交际的复杂语境中，不注意文化差异，就容易产生情感误读或者反读，从而影响对外话语体系有效建构。因此必须建立科学的情感传播风控机制，从认知、表达、反馈三个方面出发，保证情感信号的正确传递。

（一）了解不同文化的情感表达规范

文化人类研究表明，世界上各个民族在情感抒发上存在着“高唤醒”和“低唤醒”、“正向情感偏好”和“负向情感偏好”等许多差异。欧美文化崇尚热情、外向、直接的情感表达，认为眼神接触、肢体接触是真诚的表达；东亚文化崇尚含蓄、内敛、间接的情感表达，讲究言有尽而意无穷。对外话语建构要对目标受众的情感表达规范有充分的认识和尊重。

针对不同文化区域的受众，应制定差异化的情感传播策略：

1. 面向国外受众时，可以稍微把情感表达的“音量”和“亮度”调高一些，用更直接、热烈的语言和非语言符号来降低因含蓄带来的理解障碍。
2. 面向东方文化圈受众时，则应保持传统文化中的细腻与委婉，利用留白与暗示来引发共鸣。
3. 对于宗教氛围较浓的地方，要避开一些情感上的禁忌，防止因为文化无意识而踩到受众的心理红线。

还要关注各种社会群体的情感亚文化。年轻人和老年人、城市居民和乡村居民在情感表达上也有很大的不同。因此，在对外传播策略中要对受众进行细致的刻画，根据受众进行情感传播的精准投放。

（二）注意情感表达的尺度与分寸

情感的过载以及缺乏也是跨文化传播中被禁止的。情感太浓重会让人觉得是虚假宣传；情感太淡薄则不能引起关注，从而造成传播信息的流失。中华优秀传统文化所推崇的“中庸之道”，也就是“乐而不淫，哀而不伤”，对于对外话语的构建有着十分重要的意义。这也就意味着在讲述中国故事的时候，要把握好情感的浓度和烈度，追求一种真实、自然、适度的情感流露。既要写出感人至深的细节描写，又不能失去理性思考和客观叙述。宣传国家形象片时不能用过于宏大空洞

的排比句式和夸张的视觉效果,而应该用平实质朴的镜头语言记录普通中国人的生活状态。去魅之后的真实,常常比刻意塑造的完美更具有打动人的力量。只有把握好情感表达的分寸感,才能在中国人心中树立起可信、可敬、可爱的中国形象。

情感尺度的把握还要体现在悲情叙事的处理上。苦难可以引起同情,但是悲情营销如果太过泛滥就会引发受众的反感,造成审美疲劳。因此,在叙述苦难故事的时候应该更多的展示主人公在逆境中抗争、成长的过程,传播积极向上、充满正能量的精神。

同时要注意幽默元素的运用。幽默可以化解尴尬,拉近人与人之间的距离,但是不同文化对于幽默的理解存在很大的差异。对外传播时要谨慎使用可能会引起误解或冒犯的幽默方式,尽量选择以人类共同的生活经验为基础、轻松愉快的幽默素材。

（三）通过互动确认情感传达的效果

在数字媒体时代,传播不再是单向的输出,而是双向的,甚至是多向的互动。超语交际理论特别指出,意义是靠互动协商来建构的。因此避免情感误读的最后防线就是建立有效的互动反馈机制。对外话语发布以后,就要持续关注海外社交媒体平台受众的评论、转发、再创作等行为,把它们当作检测情感流传成效的试金石。对受众反馈做情感分析,把握情绪变化及态度倾向。如果发现某种表达方式引发了普遍的困惑或者反感,那就得马上改变传播策略,用之后的互动来解释,说明或者弥补。可以采取在线直播、问答互动等形式与受众直接对话,从而获得受众真实的感受以及其理解的偏差。动态的调整过程,其实也是一种高水平的超语交际实践,它可以消除误解,也可以在互动中增进双方的情感联系和信任。

互动确认也应该延伸到线下的文化交流活动。以文化展览、艺术表演、学术会议等形式同海外听众进行直接交流。人际交流过程中注意对方表情肢体动作等非语言信号,可以即时感知情感传递是否到位。

还可以引入第三方的视角,邀请知华友华的外国人士、汉学家或者网络意见领袖加入到对外话语的建构与传播之中。他们既熟知中国文化的内涵,又知晓本国受众的心理特点,能起到很好的文化翻译和情感中介作用,使我们的情感表达不至于失度,方向不会出错。

第五章 传统文化对外话语的受众研究

第一节 国际受众的文化认知特点

全球化并未消弭文化差异，反而使国际受众呈现出高度分层、圈层交错、认知多元的复杂格局。不同文化传统塑造了迥异的意义建构方式——有的倚重逻辑实证，有的偏好整体关联，有的则沉浸于象征叙事。超语交际强调：有效的文化传播必须尊重并回应这些底层认知逻辑，而非强加单一解释框架。

一、不同文化圈层受众的认知模式

认知模式是文化深层结构的体现，决定了受众如何筛选、组织并赋予外来符号以意义。超语策略的成功，在于能否将中华文化意象嵌入目标受众的既有认知路径之中，实现“可感、可解、可共情”。

（一）欧美地区受众的实证主义倾向

受古希腊逻辑传统与启蒙理性影响，欧美受众普遍采用分析性、线性、去语境化的认知策略。面对“道”“气”“阴阳”等高语境概念，他们倾向于追问“是什么”“如何证明”，而非接受“体悟”“默会”式的东方表达。这种思维惯性使得抽象哲学命题若缺乏具象载体或逻辑铺垫，极易被归类为“神秘主义”而遭边缘化。

超语应对之策在于将高语境内容转化为可操作的符号组合：例如，阐释“天人合一”时，可结合中国生态村的碳汇数据、传统农耕的轮作制度、现代城市公园的海绵设计，形成“理念—实践—成效”的实证链条；讲述“孝道”时，不空谈伦理，而通过纪录片展示三代同堂家庭的日常照护细节。多模态证据链（文字+影像+数据可视化）契合其实证偏好，使文化价值获得可验证的当代形态。

（二）东亚受众的整体关联思维

儒家文化圈（日、韩、越等）共享汉字、儒释道思想遗产，形成关系导向、语境敏感、重和谐的整体认知模式。他们擅长从非语言线索（如礼仪姿态、空间

布局、话语留白)中捕捉深层意义,对“礼”“义”“和”等概念具有近乎直觉的理解能力。这种文化亲缘性为超语交际提供了天然优势——无需冗长解释,一个茶席布置、一幅山水画即可唤起共通文化记忆。

然而,历史纠葛与民族主义情绪也使该群体呈现认知亲近但情感疏离的矛盾状态。他们能理解“龙”的祥瑞寓意,却可能因政治联想而产生抵触。超语策略需区分认知通道与情感通道:在知识层面强化文化同源性(如共同使用汉字典籍),在情感层面则通过青年交流、流行文化合作(如中日韩动漫共创)软化心理防线,避免将文化议题政治化。

(三) 中东、拉美等地区受众的独特认知习惯

中东与拉美虽地理相隔,却共享强叙事性、高情感浓度、重象征意义的认知特征,与欧美实证主义、东亚含蓄美学形成鲜明对比。

1. 中东受众深受伊斯兰教义与口传文学(如《一千零一夜》)熏陶,重视道德寓言与精神超越。他们对具有神圣性、仪式感的文化符号(如书法中的经文书写、建筑中的几何纹样)尤为敏感。超语传播应突出中华文化中的伦理维度——如将“仁爱”与伊斯兰“慈悯”(Rahma)对接,通过清真寺与孔庙的对话展览,构建跨宗教价值共鸣。

2. 拉美受众则偏好感官丰富、节奏明快、魔幻与现实交织的表达。中国皮影戏的光影变幻、社火巡游的色彩爆炸、川剧变脸的瞬间惊奇,极易激发其文化想象。TikTok上“汉服+萨尔萨舞”的混搭视频在墨西哥走红,正说明超语融合可激活本土审美参与。关键在于将文化符号转化为可体验、可再创作的开放素材,而非封闭的“他者奇观”。

二、受众对中华文化的既有认知图式

受众绝非白板,其头脑中早已存在由媒体、教育、流行文化共同编织的前置认知图式(schema)。这些图式如同滤镜,决定新信息如何被接纳、扭曲或拒斥。超语交际必须诊断图式类型,针对性介入。

(一) 基于刻板印象的初步认知

长期以来,西方主流话语将中国塑造为二元对立的东方主义幻象:要么是神秘古老的文明博物馆(功夫、熊猫、丝绸),要么是专制停滞的现代威胁。这种刻板印象具有凝固性、选择性与自我强化性——即使看到高铁、5G等现代成就,

部分受众仍会将其解读为“技术模仿”而非“文明创新”。

超语破局之道在于制造认知反差：例如，故宫博物院推出“数字文物修复师”互动游戏，玩家在虚拟现实用 AI 工具拼合碎瓷，既保留“文物”符号，又注入科技叙事；李子柒视频中，古法酱油酿造与无人机航拍田园交叠，打破“传统=落后”的固化联想。通过符号重组与语境重置，迫使受众更新心理表征。

（二）通过流行文化形成的片面了解

Z 世代主要通过《原神》《三体》、TikTok 汉服挑战、仙侠剧等接触中国文化。这类内容虽具吸引力，却常导致去历史化、去哲学化的碎片认知——受众熟知“修仙”“御剑”，却不解其背后的道家宇宙观；迷恋“宫斗美学”，却忽视礼制背后的社会伦理。

超语策略需借流行外壳植入深度内核：《原神》在璃月地区设计“契约之神”钟离角色，其台词大量引用《礼记》《尚书》，玩家社区自发考据“岩王帝君”原型即周公；Netflix《三体》剧集加入“红岸基地”科学伦理辩论，引导观众思考技术与人性。娱乐产品成为文化解码的入口，关键在于预留“可深挖”的符号线索，激发受众自主探索。

（三）知识精英群体的深度认知

汉学家、智库学者、跨国企业高管等精英群体具备多语能力、批判思维与历史纵深感。他们不满足于文化展演，而关注话语背后的治理逻辑、文明比较与全球方案。例如，他们会将“人类命运共同体”置于威斯特伐利亚体系 vs 天下体系的理论框架中审视。

知识精英解码中华传统文化对外话语时，有很强的批判性思维和语境还原能力。他们不会满足于简单的文化展示，还会去挖掘话语表层之下所隐藏的意识形态目的、社会治理逻辑和全球治理方案。他们把“天人合一”、“和而不同”等核心思想既当做哲学问题来研究，又放在当代国际关系中进行现实主义解读。

但是该群体的认知图式并不是全然正面的。由于受到国外学术传统、地缘政治立场等因素的影响，精英在接收的时候就会存在预设的障碍，对官方的叙述持高度警惕的态度。他们可以分辨超语交际中各种符号模态之间的互文性，也可以把握文本与现实存在之间所产生的张力。对这一群体来说，单靠宣讲是很难取得成效的，必须依靠学术对话、思想交锋、建立在共同关切基础上的深度叙事来构建起有效的沟通空间。

三、影响受众认知形成的关键因素

受众的文化认知不是凭空产生的，是在一个复杂的生态系统中，受多种外部力量塑造。分析这些关键因素可以找到受众认知差异的根本原因，也可以为营造超语交际环境提供方法指导。

（一）本国媒体与教育体系的塑造

教科书如何书写郑和下西洋？新闻如何报道“一带一路”？这些制度性话语构成受众认知的底层操作系统。在许多国家，中国史教学止步于鸦片战争，当代文化几乎缺席；媒体则习惯将春节简化为“舞龙舞狮”，忽略其家庭伦理与时间哲学内涵。

超语应对需双轨并进：一方面，支持海外华文学校开发融合 STEAM 理念的中华文化课程（如用编程模拟榫卯结构）；另一方面，与 BBC、NHK 等主流媒体合作制作《中国创新密码》《汉字里的宇宙观》等深度纪录片，从源头修正认知偏差。

（二）个人经历与社交圈层的影响

亲历中国的留学生、商务人士往往持有更立体、动态的中国观。其具身经验（embodied experience）——如在菜市场讨价还价、参与社区防疫志愿工作——能有效瓦解媒体偏见。而社交媒体时代，圈层效应进一步放大个体影响：一位 TikTok 博主分享“在上海学昆曲”的日常，其粉丝群便形成微型文化认同共同体。

超语策略应赋能微观传播节点：培训海外留学生担任“文化转译者”，鼓励其用母语讲述真实生活；与海外华人 KOL 合作开发“一日中国”Vlog 系列，以人际信任撬动圈层渗透。

（三）全球化信息环境的作用

全球化所引发的信息流通和文化交融，一起形成了一种无国界的认知环境。算法推荐技术与跨国数字平台出现之后，受众被淹没在大量的、碎片化的信息流里。英语在这个环境里依旧保持着通用语的主导地位，大量的中华文化内容需要借助英语的中介才能传递给非英语区的受众，在这个转译的过程中，信息常常会遭到损失，意义也可能会发生变异。

数字资本主义的逻辑使信息变得可见。符合全球流行文化语法，有很强的视觉冲击力和易于传播性的文化碎片会获得更高的流量权重，占据受众的认知带宽。

与此同时全球化也带来了文化的混合与挪用，受众在无意识中消费的都是经过中华文化元素的彻底重构的文化产品。复杂多元的全球信息环境既给中华文化的传播提供了渠道，又给文化主体性的保持提出了挑战，造成受众认识处于一种流动、不确定的杂合状态。

第二节 不同文化圈层的接受差异

当前，我国正加快构建中国话语和中国叙事体系，推动中华文化更好走向世界。这一战略转型的核心，在于从“我说你听”的单向输出转向以受众为中心、以互动为机制、以共情为目标的超语实践。超语交际（translanguaging）理论指出，跨文化传播并非信息的简单传递，而是受众调动自身语言库、文化记忆、感官经验与数字工具，对异质符号进行主动解码、协商甚至再创造的过程。不同文化圈层因历史传统、符号系统与价值结构的差异，在面对中华文化时展现出截然不同的接受路径。唯有精准识别这些差异，才能设计出具有文化适配性的超语策略，实现从“被看见”到“被理解”再到“被认同”的跃升。

一、儒家文化圈

儒家文化圈与中华文明同根同源，或者受其影响而形成独特的地理和心理疆域，具有自己特有的符号接受土壤。在超语交际的视角下，该地区的受众拥有着十分丰富且共同的符号资源，使得中华优秀传统文化的传播不再只是语言翻译的层次，而是达到了以深层文化基因为基础的直觉性理解的层次，形成了一个“高语境”的交际场域。

（一）汉字文化圈的语言便利

汉字作为表意文字，超越了语音差异，构建了一个视觉优先的符号共同体。日本、韩国、越南虽各有母语，但其书面语中大量保留汉字词（如“经济”“道德”“仁义”），使受众无需依赖拼音转译，即可直接从字形中提取意义。这种“看字知义”的能力，使“道”“气”“孝”等核心概念在传播中几乎零损耗——它们不是外来词，而是文化母体中的共有词汇。

在超语实践中，这一优势可被进一步放大。例如，B站与日本Niconico合作推出的《汉字里的中国》系列短片，以动态书法呈现“和”字从甲骨文到楷书的演变，

配以中日双语解说,观众通过视觉轨迹理解“禾”与“口”的组合如何隐喻“人人有饭吃”的和谐理想。汉字本身成为多模态叙事的枢纽,连接历史、美学与伦理。更值得注意的是,Z世代正自发创造混合书写体(如韩文+汉字+emoji),中华文化话语可顺势融入这一新语码生态,以“汉字符号+本地网络语言”的混搭形式增强亲和力。

(二) 相似价值观带来的文化认同

儒家文化圈内,集体主义、家庭本位、尊师重道等价值观已内化为社会运行的底层逻辑。因此,当中华文化讲述“家国同构”“慎终追远”等主题时,受众无需理性论证,便能基于生活经验产生情感共振。春节的团圆饭、中秋的祭月仪式、清明的扫墓习俗,在整个东亚形成同步的文化节律,这种身体化的集体实践本身就是一种超语行为——它不依赖言语解释,而通过重复性仪式强化文化认同。

超语策略应着力挖掘这些共享的情感锚点。例如,中国与韩国合拍纪录片《一碗面的乡愁》,通过泡菜汤面与兰州牛肉面的对比,展现“食以载道”的家庭伦理;中日青年共创舞台剧《论语新编》,将“己所不欲,勿施于人”嵌入校园霸凌情境。价值观的共鸣不在抽象宣示,而在具体生活场景的共情投射。此类实践不仅传递文化,更帮助受众在跨文化对话中确认自身文化身份的连续性。

(三) 对文化细节的深度理解能力

儒家文化圈受众具备高阶符号解码能力,能敏锐捕捉非语言模态中的深层意涵。水墨画的留白、园林的曲径、茶席的器物摆放,在他们眼中不是装饰,而是哲学观念的具象化。这种“观物取象”的审美传统,使中华文化可采用含蓄、象征、留白的表达方式,而不必诉诸直白解说。

1. 在艺术传播中,可充分利用这一优势。故宫博物院与东京国立博物馆联合策展“无声之诗:宋元山水中的宇宙观”,展品旁仅附简短题跋,观众凭自身文化积淀自行解读“远山无皴”背后的道家虚静思想。信任受众的解码能力,本身就是一种文化尊重。

2. 生活化实践更是超语落地的关键。日本茶道虽本土化,但其“和敬清寂”精神与陆羽《茶经》一脉相承。中方可支持海外茶社开展“唐宋点茶工作坊”,参与者通过亲手碾茶、注汤、击拂的动作,以身体记忆理解“茶禅一味”的东方哲思。这种具身认知(embodied cognition)远比理论灌输更深刻。

二、国外文化圈

欧美文化圈与中华文明在语言谱系、哲学传统与价值排序上存在根本差异，构成典型的低语境、高摩擦传播环境。但挑战中亦蕴藏机遇——文化差异本身可转化为认知张力，激发深度对话。

（一）对“异域风情”的好奇与兴趣

欧美受众初识中华文化，常始于感官层面的审美吸引：京剧的脸谱色彩、功夫的肢体韵律、瓷器的釉色光泽。这些高辨识度的物质符号构成超语交际的“第一接触点”。TikTok 上 #ChineseAesthetic 话题下，汉服飘带、青花瓷纹、灯笼光影等内容获数十亿播放，证明视觉模态可有效绕过语言壁垒。

然而，若停留于奇观展示，易陷入“东方主义”陷阱。超语策略需将感官吸引转化为认知入口。例如，大英博物馆“中国玉器展”不仅陈列玉璧，更通过 AR 技术让观众“触摸”玉器温润质感，并链接《礼记》“君子比德于玉”的文本，打通触觉—视觉—伦理的多模态通道。又如 Netflix 纪录片《风味人间》用显微摄影展示豆腐发酵过程，配以西方观众熟悉的“微生物生态”科学话语，将饮食奇观升华为生命哲学。

（二）价值观念冲突带来的理解障碍

当中华文化在国外的传播进入到思想观念、价值体系这一层面上时，最本质的差异就会暴露出来，在超语交际中就会出现“语义摩擦”。国外文化重个人主义、自由竞争、二元对立，中华传统文化重集体本位、和谐共生、辩证统一。这种底层逻辑的冲突造成很多中华文化核心概念翻译成国外语言时，意义很容易发生扭曲或者丢失，进而使受众产生误解甚至抵触情绪。

典型的例证就是对于“龙”这一符号的解读。龙在中华文化中是祥瑞、权威、尊贵的象征，在国外神话中龙却是邪恶、贪婪、破坏的化身。当中国龙这一形象直接进入国外话语体系的时候，如果没有足够的语境再造和意义阐释，很容易造成负面的联想。符号上的对立，在超语交际中不能简单地进行词对词的翻译，而应该做文化协商。传播者要对目标语境的文化禁忌、敏感之处有敏锐的察觉，用创造性的解释或者寻找替代的喻体来化解可能的价值冲突。

面对集体主义和个人主义的矛盾，中华文化话语不能采取简单的道德说教，而应该寻找两者之间的辩证关系。讲述中国历史人物故事时，主要表现他们的奉

献精神，彰显其中体现出来的个人英雄主义、独立人格魅力，用国外受众熟悉的表达方式把中华文化的价值内核自然地融入进去。这并不是价值的妥协，而是利用受众的认知心理来实行的一种超语修辞策略，在矛盾之中寻找对话的可能性，在差异里建立理解的通道。

（三）寻找文化对话的共同基础

虽然中西文化有很大的不同，但是人类共同的情感和共同面对的挑战为超语交际开辟了广阔的“第三空间”。国外受众在遭遇现代性危机、生态环境恶化、精神空虚等状况的时候，便把目光转向了东方智慧，寻求其他的解决途径。中华优秀传统文化中包含的“天人合一”的生态伦理、“己所不欲，勿施于人”的交往准则、“修身”的生命哲学等思想，正好可以回应国外社会的深层焦虑，成为双方进行文化对话的共同基础。

超语交际不单单是语言转换的过程，也是概念融合重组的过程。传播者可以借助国外受众熟悉的哲学话语或者科学术语，对中华传统思想加以阐释。用系统论、整体论的科学观点去解释中医的经络学说、阴阳五行；用深层生态学的思想去对接道家的自然观。跨学科、跨文化知识的拼贴重组可以有效地打破文化壁垒，在现代国外文化环境中使中国古代智慧得到新的活化，发挥其新的功能。

因此，构建面向国外的话语体系要关注普世性的议题。挖掘中华文化中有关家庭伦理、环境保护、身心健康、社会正义等各个方面的智慧资源，创建一种跨越意识形态偏见的“人类命运共同体”叙述。这样叙述的目的并不只是突出中国特有的独特性，而是强调中华文化是人类的文明中的一部分，在心理上能与国外的读者产生共鸣。

三、其他文化圈

亚非拉及前苏联地区构成中华文化对外传播的“第三极”。其接受逻辑既非儒家圈的“文化同源”，亦非欧美圈的“他者凝视”，而是嵌入现实合作、历史记忆与发展诉求的独特路径。

（一）非洲受众：对发展经验与智慧的兴趣

非洲对中华文化的关注，高度关联中非合作与现代化愿景。受众不仅视其为文化遗产，更将其视为发展方法论。因此，超语传播需突出“传统智慧如何赋能现代治理”。

1. 内容上,应讲好“文化—发展”转化故事。如CGTN纪录片《稻之道》讲述袁隆平团队如何将“耕读传家”理念转化为杂交水稻技术,在非洲推广时强调“一粒种子改变一个国家”,将农耕伦理转化为减贫实践。

2. 传播模式上,草根超语实践尤为关键。在埃塞俄比亚工业园,中国工程师与当地工人共创“中式阿姆哈拉语”技术手册,用本地谚语解释安全生产规范;在坦桑尼亚乡村,中医针灸培训结合部落草药知识。这种自下而上的语言融合,使文化真正扎根于生活土壤。

（二）阿拉伯世界：对历史与哲学思想的关注

阿拉伯世界与中国共享丝路记忆,对中华文化怀有历史亲近感与哲学敬意。超语策略应激活双重资源:历史符号与思想对话。

历史叙事上,可重述郑和船队与阿拉伯商人的贸易故事,将其与“一带一路”倡议并置,构建“和平交往”的连续性话语。卡塔尔世界杯期间,中国非遗展以“海上丝绸之路”为主题,展出宋代沉船瓷器与阿拉伯香料瓶,用物质证据唤起共同记忆。

思想层面,可开展比较哲学对话。如将孔子“仁爱”与伊斯兰“慈悯”(Rahma)对照,举办“儒伊伦理论坛”;探讨苏菲派神秘主义与道家“坐忘”的相通性。此类深度交流超越商业合作,在文明层面建立精神纽带,契合阿拉伯知识阶层对东方智慧的探索渴望。

（三）前苏联地区：对文化复兴的共鸣

前苏联地区国家同我国有着一段特殊的共享历史,社会主义时期交流给几代人留下了难以磨灭的记忆。虽然政治体制变了,但是这种历史的沉淀使该地区的受众并不是第一次接触中华文化,而是带着一种复杂的情感去接近中华文化。在超语交际当中,“红色记忆”就成了特别的语义资源,能够被重新调动起来,而且被赋予新的时代含义。

受众对中华文化的关注,大多是围绕着在现代化进程中怎样保持民族特色、文化主体性等问题展开。中国在经济腾飞的同时成功复兴传统文化的经验,对处于社会转型期的前苏联地区国家来说,有着重大的借鉴意义。因此传播话语可以围绕文化自信、传统与现代融合等主题,展示中国文学、电影、音乐等艺术形式怎样创造性地转化传统资源。

还存在对经典的共鸣。中国现当代许多文学作品在前苏联地区有大量读者。

在超语交际实践中,可以凭借这一文学阅读传统,把反映中国社会变迁与人性探寻的优秀作品翻译出去并加以推广,用文学形象蕴含的情感力量来沟通民心。同时采用当地的受众熟知的苏联时期的文化符号、语言表达等对中国的情节进行“再语境化”的讲述,可以减少文化的隔阂,产生更强烈的情感共鸣。

第三节 年龄群体的审美偏好分析

一、“Z世代”青年群体:数字化、互动性、个性化

作为数字原住民,Z世代成长于社交媒体、算法推荐与虚拟现实交织的媒介生态中,其文化认知高度依赖多模态、碎片化、可交互的符号组合。他们不满足于被动接收,而是渴望成为意义生产的参与者。超语交际在此群体中的实践,关键在于构建一个开放、可塑、具游戏性的文化场域。

(一) 偏好短视频、游戏、动漫等新形式

传统线性叙事在Z世代中日渐失效,取而代之的是高密度、快节奏、强感官刺激的微内容。TikTok上#HanfuChallenge(汉服挑战)话题播放量超50亿次,用户通过15秒变装视频完成从现代装束到唐宋衣冠的视觉跃迁——这种瞬间的符号转换比千字解说更高效地传递了东方美学。动漫与游戏则提供更深层的沉浸空间:《原神》中的“璃月”地区以张家界地貌为原型,融入道教建筑、契约精神与市井生活,玩家在探索中无意识习得“天人合一”的空间哲学;《黑神话:悟空》用虚幻引擎还原敦煌壁画色彩与佛教造像仪轨,使神话叙事获得当代技术质感。

这些新媒介形式之所以有效,在于它们将传统文化转化为可操作的符号系统。在游戏中,“五行相生”不是抽象理论,而是角色技能搭配的策略;在京剧脸谱滤镜中,“忠奸善恶”的伦理编码被简化为视觉标签。文化知识被嵌入娱乐机制,学习过程被游戏化,这正是超语交际在数字时代的核心逻辑——意义不在文本之中,而在用户与符号的互动之中。

(二) 重视参与感、体验感和社交属性

Z世代的文化消费具有鲜明的“产消者”(prosumer)特征:他们既是观众,也是创作者。弹幕文化便是典型例证——B站用户观看《典籍里的中国》时,实时发送“泪目”“破防了”等评论,形成共时性的情感共振场。这种众声喧哗的

对话空间，使传统文化从静态遗产变为动态社交事件。

社交属性进一步放大传播效能。当海外青年在 Instagram 发布“我穿汉服过春节”照片，或在 YouTube 制作“用毛笔写自己名字”教程时，他们不仅在展示文化，更在建构跨文化身份。对外话语体系应顺势设计“可分享模因”（shareable memes）：如故宫文创推出的“朕知道了”胶带、敦煌研究院的“飞天”AR 贴纸，均具备高颜值、低门槛、强社交货币属性。文化符号成为用户自我表达的素材，传播由此从机构主导转向社群裂变。

（三）对“国潮”文化的创新性接受

“国潮”并非复古，而是传统符号在全球流行语法中的创造性转译。Z 世代热衷将青铜纹样印在滑板上、把《千里江山图》色系用于球鞋设计，这种审美混搭（aesthetic hybridity）体现其身份认同的流动性——他们既拥抱本土文化根脉，又拒绝封闭排他。

1. 这种混搭心理源于全球化语境下的文化自信与开放心态。年轻受众不再将“东方”与“西方”视为对立范畴，而是视其为可自由拼贴的风格库。李宁与巴黎时装周合作系列将汉字书法与街头剪裁结合，被 Vogue 评为“East meets Street”，正是此逻辑的胜利。

2. 符号的再语境化（recontextualization）极大降低跨文化理解门槛。京剧脸谱脱离舞台语境后，在潮玩、表情包中获得幽默、酷炫的新义，海外青少年无需了解戏曲程式，也能感知其视觉张力。超语策略应鼓励此类“去神圣化”转化——文化生命力不在原真性守护，而在适应性再生。

二、中青年群体：实用性、深度性、关联性

30-55 岁的中青年群体处于职业与家庭责任高峰期，其文化接受带有鲜明的问题导向与理性筛选特征。他们拒绝空洞符号展演，要求文化内容具备思想深度、现实关联与品质保障。超语交际在此群体中的成功，取决于能否将传统智慧转化为可操作的生活方案。

（一）关注文化与现实生活的关联

中青年群体接触异域文化时，一般带有实用主义或强烈的问题意识，即他们会问这种文化给自己的生活、工作或子女教育会带来什么样的启示。所以，中华优秀传统文化对外话语要建立文化价值同现代生活场景的强联系。阐释儒家思想

不能只是抽象的道德说教或者历史考证，应该把它转化为现代管理中的领导力智慧、人际关系处理准则、家庭教育理念等。用传统智慧解决当代人的职场焦虑、身份危机、代际沟通难题等现实案例来呈现，可以明显提高文化话语的现实解释力和说服力。

中医养生文化在海外中青年群体中流行就是一个有力的证明。针灸、太极、药膳等不再只是东方的神秘符号，也被当作现代亚健康状态、精神压力缓解的有效替代方案。实用性关联依靠的是身体的感知、健康的益处，它冲破了语言障碍、意识形态的偏见，成为跨文化交际中最具有穿透力的途径。所以话语体系的构建重点应该放在对传统文化工具理性部分的挖掘上，将其变成具体可行的生活指南或者行为准则，让受众在实践中体会到文化的价值。

（二）偏好有深度、有思想的内容

随着认知成熟，中青年群体追求认知盈余（cognitive surplus）而非感官刺激。他们愿为优质内容付费，热衷长视频、播客、深度访谈。因此，文化传播不能止步于符号表层，而需深入哲学肌理与历史脉络。

例如，单纯展示春节习俗已难满足其求知欲，他们更想理解“祭祖”背后的宗法制度、“守岁”蕴含的时间哲学。BBC与央视合拍的《中华的故事》之所以成功，在于其采用比较文明视角：将科举制与欧洲文官制度对照，将山水画与浪漫主义风景画并置，在差异中凸显独特性，在对话中建立理解。超语策略应增加“元话语”比重——即对文化现象的解释性框架，帮助受众完成从“看到”到“看懂”的跃升。

（三）对文化产品品质有较高要求

该群体具备成熟审美与批判能力，对翻译质量、视觉设计、叙事逻辑极为敏感。粗糙的字幕、失真的色彩、混乱的剪辑会被视为对其智力的冒犯。形式即内容，品质即信任。

因此，对外文化产品须达国际一流标准：书籍装帧需兼顾东方留白美学与西方阅读习惯；影视作品应采用4K HDR技术还原青绿山水的色阶；APP界面需通过无障碍设计服务多元用户。翻译尤需超越“信达雅”，追求文体等效（stylistic equivalence）——如将《道德经》“上善若水”译为“The highest good is like water”虽准确，但若辅以水流动画与环境音效，则可传递其柔韧哲学。唯有工匠精神，方能赢得挑剔受众的尊重。

三、老年群体：怀旧性、经典性、稳定性

老年受众因生理与社会角色变化，倾向于稳定、熟悉、富有情感温度的文化形式。他们抗拒信息过载与形式解构，渴望在文化中寻找精神慰藉与身份锚点。超语交际在此群体中的核心，是营造一个安全、有序、充满历史纵深感的意义空间。

（一）对传统文化经典形式的偏好

老年听众对于那些经过时间的冲刷、具有稳定范式的经典文化形式有着特别的情感。京剧、书法、国画、古典园林等艺术形式使用的符号系统都有一定程式，对这些编码规则熟悉的老年人而言，是轻松愉快的审美活动。就连海外的老人也都是，这些有着明显中国特点的“中国符号”成为他们对中国东方的最美好“刻板印象”。

在跨文化交际的策略中，应当尽量减少对于经典形式的解构或者后现代的拼贴，而应该努力保持它的原汁原味。展示中国戏曲的时候，要呈现出唱念做打的程式美，不能只是截取片段并配上电子音乐；展示书法的时候，要体现出笔墨纸砚的物质质感和书写时的身心合一。老年人更需要的是秩序感、确定感，而对正统性、纯粹性的坚持正好契合了老年人对于秩序和确定的心理需求。清晰、规范、节奏缓慢的传播方式可以减轻他们的认知负担，给他们足够的时间和心情去沉醉于文化审美的快乐之中。

（二）关注文化中的历史与哲学价值

步入晚年，受众更关注终极关怀与生命意义。“天伦之乐”“落叶归根”“顺其自然”等命题，因其普世性而跨越文化边界。英国老年观众对《舌尖上的中国》中“回家吃饭”场景的强烈共鸣，正源于此。

话语体系应强化历史连续性叙事：通过家族族谱、老物件故事、村落变迁史，展现中华文明的韧性。同时提炼生命哲学的跨文化表达：将“孝道”阐释为“intergenerational care”（代际照护），将“知足常乐”链接西方“simple living”理念。以人类共通情感为桥梁，实现心灵层面的沟通。

（三）通过传统文化寻求精神慰藉

对于海外华裔老人以及爱好东方文化的外国老人来说，接触中华传统文化不仅仅只是审美活动，而是一种比较深沉的精神寄托与疗愈。在快速变化的社会中，他们会有一种被边缘化、孤独、文化断裂的焦虑。中华文化所推崇的尊老爱幼、

家庭和睦、邻里互助等价值观为他们的精神世界构建了一个理想化的情感乌托邦。

1. 情感抚慰功能，用传统节日团圆的场景、重阳节敬老的习俗等来引发受众对于温情社会的憧憬，以达到慰藉现实孤独的效果。

2. 身份认同的锚点：第一代移民老人用他们的乡音、乡味、乡情来抵消自己的身份被侵蚀。

因此，对外话语体系应该充分挖掘传统文化情感治愈的功能，用温暖、包容、富有人文关怀的叙事基调为老年受众营造一个精神家园。这样情感为主的跨文化交流不再是简单的信息传递，而是带有温度的陪伴与照顾。

第四节 新媒体用户的阅读习惯

在算法驱动的数字生态中，中华文化的对外传播已进入超语实践的新阶段：用户不再被动接收单一文本，而是在浏览、点赞、评论、创作中，主动调用图文、音视频、表情包、互动组件等多元符号资源，对文化意义进行实时协商。党的二十大强调“全面提升国际传播效能”，这要求我们深刻理解新媒体用户的认知行为规律，以技术适配+符号创新重构对外话语体系。

一、碎片化阅读与浅层化理解

信息爆炸与注意力稀缺催生碎片化、扫描式、浅层化的阅读模式。超语交际必须适应此现实，将宏大文化转化为高辨识度、自足性、快触达的微单元。

（一）快速浏览、标题依赖的阅读模式

眼动研究显示，移动端用户视线呈F型或Z型轨迹，80%注意力集中在标题、首图与加粗关键词。这意味着标题不仅是索引，更是意义入口。传播“二十四节气”时，若标题为《The 24 Solar Terms of China》，效果远不如《How Ancient Chinese Farmers Predicted Weather Without Apps》——后者以问题+反差激活认知图式。

为防去语境化误读，需通过视觉层级设计保障核心意涵：关键概念用色块突出，复杂理论配信息图解。如解释“阴阳”，可用动态太极图替代千字论述。每个信息单元须具备独立表意能力，以适应非线性浏览。

（二）对视觉化、趣味性内容的需求

图像优势效应（picture superiority effect）使视觉模态成为跨文化传播的通用

语。枯燥的京剧介绍不如一段 15 秒脸谱变幻视频；抽象的“和而不同”理念，可转化为多国儿童共绘一幅水墨长卷的纪实短片。

超语策略应推动从“文本中心”到“视频主导”的转型。文字退居为视觉内容的注解与锚点。趣味性非庸俗化，而是以幽默、拟人、反差降低认知门槛：如将孔子 Q 版化为“职场导师”，用表情包演绎《论语》金句。轻松氛围中实现文化浸润。

（三）注意力持续时间短的特点

数字环境里出现的“金鱼效应”显示，现代网络用户的注意力持续时间已经少于金鱼的记忆范围。在信息轰炸之下，用户耐心非常小，如果前几秒不能带来足够的刺激或者价值，用户就会毫不犹豫地滑向下一个目标。即时满足的心理，给传统文化传播内容的叙事速度造成了极大的冲击。以往铺垫冗长、高潮后置的线性叙事方式，在短视频、流媒体时代已经不能满足要求了。传播者要适应“微叙事”逻辑，在极短的时间内完成吸引、留存、转化这三个传播闭环。

超语交际策略的关键就是调动多感官通道共同运作，产生强烈的感官刺激和认知抓手。

1. 叙事结构的重组是必经之路，应采用“倒金字塔”结构或者“高光前置”的方式，把最精彩、最核心、最具冲突性的文化片段放在内容的开头，用视听语言的张力吸引用户的注意力，之后再层层深入地展开深层文化内涵，即使中途有用户流失，也能保证核心信息已经传达。

2. 利用超语资源的韵律、节奏，不论是文字上的短句排比，还是视频剪辑的音乐点位，都要契合移动端用户的心理节奏，打造流畅感，让阅读体验像冲浪一样顺滑，让读者在不经意间延长阅读时间，对抗注意力消散。

二、社交化阅读与互动式参与

新媒体阅读本质是社会行为。用户通过分享、评论、创作参与意义共建。超语交际必须设计对话接口，将单向展示变为动态共创。

（一）在社交平台分享、评论的意愿

分享、评论成了用户在网络身份建构、社会关系维系方面的重要手段。用户分享某种文化内容，并非仅仅因为该内容本身具有可观赏性、价值性或者可以带来经济利益，更多的是为了表达自己某种审美趣味、价值取向或者情绪状态，在

社交圈中得到认同,获得社交资本。表演性分享的动机表明,在构建对外话语的时候不能只考虑内容的客观准确性,还要考虑它作为“社交货币”的流通性。当传统文化内容具备高颜值、高情感浓度或者独特思想锐度的时候,它就容易被浏览用户展示自我的素材,从而引发链式传播。

评论区成了各种语言背景、文化立场的用户进行交流碰撞的地方。评论互动的时候,用户会用混合语言、表情符号、网络流行语等各个方面的资源来发表自己的意见,这样的混搭语言实践大大降低了跨文化交流的门槛。传播者要主动参与进去,设计开放性的话题,鼓励用户发表意见。在发布有关中国传统节日的帖子时,可以邀请用户分享自己国家类似的传统节日风俗,比较视角的引入可以有效地激发用户的表达欲。同时话语体系应该具有包容性,允许并鼓励非标准语言的使用,承认用户在评论区进行的微小文化协商,把分享、评论变成文化意义再生产的环节。

（二）通过点赞、转发表达态度

点赞、转发是社交网络里最常见、最基础的轻量级互动。从符号学的角度来看,点赞是一个非常简单的肯定符号,是用户瞬间的情感共鸣、态度的认同或者是“已阅”的标记;转发是一种更深层次的背书行为,即用户愿意把这条内容放入自己的社交时间线,并与自己的形象绑定。这两种方法简单易行,但大数据汇聚之后就成为衡量传播效果以及用户态度的主要标准。

1. 点赞行为一般由视觉美感和情感触动直接推动,所以,追求视觉呈现的极致美学体验,是最容易引发点赞冲动的传播方式。传播者要通过使用超语资源中的非语言符号(色彩、构图等)来达到最大的情感共鸣。

2. 转发行为更多表现出认同感和实用性。引起价值观共鸣的内容,“天人合一”的环保理念之类,或者实用内容,养生食谱,汉字教学之类,更容易被转发。这就意味着话语体系不能只是停留在美学上,还要深入挖掘传统文化的当代价值与普世意义,使其成为用户社交互动的资源,经由用户的指尖操作,达成文化的裂变式流传。

（三）参与话题讨论、二次创作的热情

新媒体用户特别是Z世代的群体具有很强的创造性以及表达欲。不会被动接受,而是喜欢解构重组已有的文本,我们称之为“产消者”行为。从超语交际的角度看,这是二次创作,即文化的本土化、再语境化过程。海外用户在使用

TikTok 的合拍功能模仿中国舞,把中国古典名画制作成网络迷因的时候,实际上就是在用自身的符号资源与中国文化元素展开深度的超语对话。参与的热情就是传统文化活态生存的动力。

对外话语体系建构要由独白变为众筹,设置延展性好、趣味性强的主题挑战,二次创作素材库(无版权音乐、绿幕、贴纸等)。可以开展全球共同书写毛笔字、汉服变装挑战等活动,把用户的自身文化背景作为创意表达的出发点。在这个过程里,原有的文化符号会有些变形或者产生新的意义,传播者不应该过分坚持“原真性”的刻板守护,而要把其看作是文化融合的必然走向。激发用户创作热情,使得传统文化可以进入全球青年亚文化的肌理,并最终与流行网络文化的方式扎根于跨文化的土壤之中。

三、个性化推送与信息茧房效应

算法推荐技术被广泛应用,信息分发逻辑也从以前的“人找信息”变成了现在的“信息找人”。根据用户历史行为和兴趣标签来实现信息的精准推送,在提高信息获取效率的同时,也使得信息茧房效应越来越严重。算法在超语交际环境中选择文本的同时也筛选符号、模态,影响中华优秀传统文化对外话语的传播范围以及被接受的环境。认识并应对算法机制,才是建立科学有效技术话语的前提。

(一) 算法推荐塑造的信息接收环境

算法推荐系统的核心逻辑就是流量最大化、用户留存,它会推送高点击、高完播、高互动的热点内容,也会推送和用户以往喜好高度一致的信息。此时的用户所接触到的阅读视野被无形的代码围墙所限制,所接触到的内容大多是经过算法筛选出的“舒适区”。对中华文化传播来说,如果没有用户主动去搜索或者互动过相关的内容,那么算法很难把相关的信息推送给用户。而且,算法一般用浅层次的行为数据来作为判断的标准,所以视觉冲击力强、情绪煽动性大但内容浅薄的更容易得到推荐的权重,而深沉厚重、需要细细品味的就会被边缘化。

不同的平台其算法逻辑是不一样的,从而形成了不同的信息接收微环境。以短视频为主导的媒介,算法偏好快节奏、反转大的视听符号;以图文为主导的平台,算法更偏向关键词匹配和话题热度。超语交际视角认为,算法本身就是一种非人类的交际主体,它依靠代码规则来选择意义、重组意义。因此对外话语的建构要“面向算法的写作”,即对元数据进行优化,采用高权重的多语言标签,遵

守平台流量扶持规则等技术手段，提高优质文化内容被算法捕捉和分发的概率，在算法支配的复杂环境中争取可见度。

（二）兴趣固化带来的认知局限

长期处在算法营造的信息茧房里，用户的兴趣爱好就会逐渐固定，产生单一封闭的认知结构。跨文化传播语境之下，固化会加深对异文化的刻板印象。如果一个海外用户仅仅对中国功夫的片段感兴趣，那么算法就会不断地向他推送打斗的场面，久而久之，这个用户对中国文化的认识就会只剩下暴力美学，对中国的哲学、诗词、礼仪等其他方面就无所谓的态度，没有兴趣。由于技术逻辑造成认知局限性，受众很难得到中华文化全方位、立体的图景，甚至会因为信息的片面性而产生误会。

超语交际理论给解决兴趣固化的难题赋予了一种跨界的办法。要用多种符号资源的交叉映照去打破单一的兴趣链条。将中医养生知识同流行的瑜伽健身话题结合起来，把中国传统色彩美学同现代时尚穿搭话题对接起来，利用用户对瑜伽或者时尚的已有兴趣，巧妙地把中国文化元素嵌入到这些话题当中。找到中华文化同全球用户兴趣点的“最大公约数”，创建跨领域超语叙事，让用户由一个熟悉的兴趣点入手，不知不觉地步入中国的文化圈。这就需要话语体系具有很强的渗透性、连接性，在不同的兴趣社群之间建立起符号的桥梁，慢慢扩大用户的认知范围。

（三）突破信息茧房的传播策略

要挣脱信息茧房的束缚，仅靠内容优质是远远不够的，必须采取主动的技术化传播。这就涉及到平台算法规则的逆向工程和对超语资源的战略性运用。有效的方法就是破圈联动，即和各个领域的头部账号或者意见领袖合作。不同的KOL有不同的粉丝群体和算法标签，通过跨界合作将中国文化内容传递给以前没有接触到的受众，借助KOL的背书以及算法权重来实现人群的穿透。

利用热点借势也是一种战术。全球性突发事件、流行节日、网络迷因。传播者要有敏锐的网感，能够第一时间抓住这些热点，用超语交际的能力将中国传统文化元素和热点进行创意结合。例如，当全球关注环保的时候，立刻推出中国古代生态哲学的多模态内容；某个国际流行色发布的时候，立刻找到中国传统色中对应的色系做美学阐释。传统文化便可以搭乘上算法推荐的“顺风车”，进入更广阔的公共舆论场。用户生成内容成了打破茧房的利器，因为每一个用户的社交关系网都是一个潜在的新传播圈层，海量的UGC可以构成去中心化的传播矩阵，从而从内部瓦解单一算法逻辑的封锁。

第六章 数字化时代的话语传播平台构建

第一节 多媒体融合的传播矩阵

在超语交际视域下，媒介融合的本质不是渠道叠加，而是符号资源在数字生态中的有机重组与协同增效。通过构建主流媒体、商业平台、传统与新兴媒介、国内与国际平台之间的立体联动网络，中华文化得以突破单向输出的窠臼，在多声部、多模态、多场景的交互中完成意义的跨语境再生。

一、主流媒体与商业平台的协同

官方媒体的政治势能与商业平台的市场活力形成互补张力，共同构筑起兼具高度与温度的对外话语生态。二者在内容生产逻辑、分发机制与用户连接方式上的深度融合，使文化传播既保有权权威阐释，又具备生活渗透力。

（一）央视、新华社等官方媒体的权威发布

中央广播电视总台、新华社等机构凭借其全球采编网络与多语种生产能力，成为中华文化对外阐释的“定盘星”。在超语实践中，它们不再依赖政治话语的单向宣示，而是将文化符号转化为高制作水准的多模态叙事产品。例如，《典籍里的中国》通过戏剧化演绎+专家解读+AR复原，将《尚书》《天工开物》等典籍转化为可感知的情感故事；CGTN推出的《中国风物志》系列短视频，以4K微距镜头呈现苏绣针法、龙泉青瓷釉色，以视觉精度传递文化厚度。

更重要的是，官方媒体通过本土化再编码实现跨文化适配。针对阿拉伯观众，新华社将“孝道”阐释为“家庭责任”（Family Responsibility）；面向拉美受众，央视西语频道将太极拳与当地流行的身心疗法（mind-body practice）类比。这种基于对象国认知图式的符号转译，有效规避了文化误读，建立起理性、可信的传播基调。

（二）与腾讯、阿里巴巴等商业平台的深度合作

商业平台以其海量用户、精准算法与高频使用场景，成为文化“轻骑兵”。

腾讯将《王者荣耀》海外版（Honor of Kings）中的角色皮肤融入敦煌飞天、三星堆金面元素，玩家在战斗中无意识接触东方美学；阿里旗下 Lazada 在东南亚推出“非遗手工艺专区”，将苗银、黎锦等产品与本地节日礼赠文化结合，使文化消费嵌入日常生活逻辑。

这种合作不仅是渠道借用，更是生产范式的革新。商业平台以 A/B 测试、用户画像、实时反馈驱动内容迭代，迫使文化话语从“我说你听”转向“你要我给”。例如，腾讯视频国际版 WeTV 根据东南亚用户偏好，将古装剧字幕加入本地谚语注释；淘宝全球购依据海外搜索热词“Chinese Zen decor”，反向推动国内设计师开发新中式家居产品。资本与技术的双重赋能，使传统文化在数字经济中获得新生。

（三）内容共享、渠道互通的矩阵效应

主流媒体与商业平台正从“各自为战”走向“共生共创”。央视纪录片《舌尖上的中国》精剪版登陆抖音、快手，引发 #ChineseFoodChallenge 热潮；B 站用户创作的“用方言读唐诗”视频被新华社转载，成为民间文化活力的佐证。这种双向内容流动打破了体制边界，形成“高端引领—草根响应—官方背书”的闭环。

1. 资源整合驱动创新：双方共建“中华文化数字素材库”，官方提供文物高清影像、古籍文本，商业平台开发 AR 滤镜、游戏素材包。如故宫博物院与网易合作推出《绘真·妙笔千山》，玩家在解谜中临摹《千里江山图》，实现文化资源的游戏化转化。

2. 渠道互通放大声量：微博热搜话题 # 汉服出海 # 引发 TikTok 模仿潮，带动速卖通汉服销量激增；YouTube 深度纪录片带动 Instagram 美学账号关注，再反哺线下文化体验馆客流。全链路传播使文化符号在不同圈层间共振裂变。

二、传统媒体与新兴媒体的联动

传统媒体的专业积淀与新兴媒体的交互优势并非替代关系，而是通过技术嫁接与流程再造，形成纵深互补的全媒体传播生态。

（一）报纸、广播、电视的数字化转型

传统媒体具有深厚的历史积淀和专业精神，它的数字化转型对于建设现代化传播体系来说是重要的一个环节。报纸不再只是纸质的载体，在二维码、增强现实技术等的作用下，冲破了文字、图片的静态界限，把阅读体验带入云端。受众

在阅读有关中国书法的报道时，可以扫描报纸上的链接，立刻观看书法家的创作视频，也可以参与在线临摹互动。这样的一种纸媒的立体化改造，使得传统文化符号具备了在数字时代中“动起来”的能力，开拓出了一个新的表现领域。

广播、电视媒体也利用流媒体技术和大数据算法，将内容进行碎片化分发、按需点播。广播节目转变为播客，突破了无线电波的地域限制，用声音媒介创造出了独特的文化听觉景观。电视媒体积极引进超高清视频，使用虚拟现实与增强现实的技术方法，打造出身临其境的视听盛宴。数字化转型让传统媒体不再局限于线性传播，而是可以构建起一个非线性的交互式内容服务系统。转型不是放弃原有的优势，而是用数字技术重新开发、增值优质的内容资源，使之更好地适应当下受众的获取信息方式和审美需求。

（二）与网站、客户端、社交媒体的联动

媒体融合的关键在于打通“内容—渠道—用户”闭环。新华社客户端推送“每日一言《论语》”图文，同步在 Twitter 发布英文金句卡；央视新闻微博发起“我家的春节记忆”征集，优秀 UGC 被选入《春节联欢晚会》暖场短片。传统媒体提供深度，新媒体负责扩散，形成“一次采集、多元生成、全网分发”机制。

社交媒体在此过程中扮演“放大器”与“传感器”双重角色。一则关于“中国榫卯不用钉子”的科普视频在 Facebook 获百万点赞后，央视迅速跟进制作专题报道；微博评论区关于“中餐礼仪”的热议，成为《走遍中国》新一期选题来源。用户反馈实时反哺内容生产，使话语建构从封闭走向开放协商。

（三）线上线下活动的整合营销

虚实融合是提升文化体验深度的关键。故宫博物院“数字文物库”线上开放 186 万件藏品，线下同步推出“文物修复体验课”；苏州园林管理处举办“夜游网师园”实景演出，同步在抖音直播并设置 # 寻找园中月 彩蛋任务。线上引流激发参与欲，线下体验提供情感锚点，再以 UGC 反哺线上传播。

此类整合尤其注重具身参与。成都“汉服周”设置线上打卡地图，参与者穿汉服到指定地点拍照上传，可兑换非遗手作体验券；纽约大都会博物馆“中国书画展”配套推出微信小程序，观众扫描展品二维码即可临摹电子卷轴。文化不再是远观的符号，而是可触摸、可操作的生活实践。

三、国内平台与国际平台的对接

国内平台同国际平台相接通，这是消除数字鸿沟、冲破文化高墙的途径。跨语言交际理论认为应利用受众已有的语言和符号资源来构建意义，这就需要把国内成熟的平台运营经验与国际平台的用户生态结合起来，采取“借船出海”和“造船出海”并行的方式，使中华文化传播既能在国内生根发芽，又能走向世界。

（一）微信、微博与 Facebook、X 的联动

国内社交平台的内容需经跨文化再语境化方可适配国际平台。微信公众号长文《中医养生十二时辰》在 Facebook 转化为信息图+短视频合集；微博话题 #端午安康# 在 X 上重构为 #DragonBoatFestival2025，并关联全球龙舟赛事标签。同一文化内核，因平台语法不同而呈现多元形态。

机构账号矩阵建设尤为重要。文旅部海外账号 @ChinaCulture 在 Instagram 发布九宫格敦煌色系穿搭，在 LinkedIn 分享“丝绸之路上的商业智慧”白皮书，在 TikTok 发起 #MyChineseTeaRoutine 挑战。分众化运营使文化符号精准嵌入不同社群的认知框架。

（二）TikTok 的全球化传播潜力

TikTok，源自中国，并且在全球范围内有广泛的影响力，具备很强的跨文化传播能力。它是一种依靠自身独有的音乐、视觉、算法这三种元素共同作用所产生的超语言交流方式，形成了一套普适的表达语法。一段以中国功夫、传统美食烹饪、非物质文化遗产技艺为内容的短片，在 TikTok 上不需要过多的语言解释，仅仅凭借视觉奇观和节奏韵律就可以使全球用户模仿并传播。以身体叙述、感官体验为依托的传播方式，很大程度上避免了语言翻译过程中出现的意义流失、误解的情况。

1. 算法推荐机制就是 TikTok 全球化的技术引擎。TikTok 凭借强大的智能算法，按照用户的兴趣标签以及浏览记录，把中华文化内容精确推送至可能的海外用户那里，这跟传统媒体人工编辑分发的方法大相径庭。用千人千面的分发模式，原本的小众传统文化也可以找到属于它们自己的受众圈。与此同时 TikTok 的合拍、挑战让使用者成为参与式文化生产者。全球用户用模仿中国传统舞蹈、穿汉服等行为成为中华文化的第二代传播者和共同创造者。

2. 视觉占据主导地位的模式特性使得文化传播具有很强的感染力。TikTok

的内容很大程度上是依靠视觉冲击和音乐来带动，正好也体现了跨语言交际中非语言符号的重要性。中国传统戏曲的脸谱、刺绣的针法、山水画的留白意境等文字难以完全表达出的美学特点，在短视频高清镜头下被充分展示出来。直观的感官刺激可以轻易地打破文化心理防线，引起人们共同的审美情感。TikTok 不只是一个展示平台，还是一个文化交融的试验场，中华文化同全球流行文化在这里相互碰撞、融合，产生出带有时代特征的新型文化形态。

（三）针对不同平台特性的内容定制

对接国际平台要抛弃“通稿式”的传播思路，转向精准的内容定制方式。各个国际平台的用户画像、传播逻辑以及媒介属性都是完全不同的。YouTube 以长视频为主，适合投放深度文化纪录片、讲座实录、教学视频，满足喜欢中华文化的用户系统的学习需求；Instagram 以美图、短视频为主，重视视觉美感的展示，适合展示中国建筑、服饰、美食等有视觉吸引力的高端文化符号。

对于 LinkedIn 等职场社交平台，内容定制要集中于中国传统商业智慧、管理哲学以及当下中国文化产业的发展状况，用专业化、理性化的职场语言进行交流。对 Twitch 这样的直播平台来说，可以直播中国传统乐器的演奏过程、书画创作过程，和年轻人进行实时互动。这种不同定制方案就是对跨语言交际资源的灵活使用。依据不同的平台受众期待以及交际规范，选择最合适的模态组合以及叙述方式，使中华文化的信息精准地嵌入各个平台的生态系统里，进而提高传播的效果，实现从广撒网到精耕细作的转变。

第二节 社交媒体的互动传播策略

在超语交际框架下，社交媒体是动态的意义协商场域。用户通过点赞、评论、二次创作等行为，主动调用表情包、混杂语码、身体模仿等资源，与传播者共同建构文化理解。成功的对外传播，不在于完美输出，而在于设计可参与的符号接口，激发用户的创造性回应。

一、构建人格化的传播账号

去中心化网络中，人格化是建立信任的第一步。冰冷的机构账号难以引发共情，而具有温度、个性与专业度的“文化向导”形象，则能软化文化隔阂。

（一）塑造亲切、专业的“网红”形象

账号人设需兼具亲和力与权威性。如英国博主“李子柒”虽非官方，但其田园叙事被全球视为“东方生活美学”代表；官方账号可借鉴此逻辑，打造如“故宫小助手”“茶博士阿明”等角色。介绍茶道时，不说“茶有九德”，而说“今天泡坏了三壶茶，终于明白什么叫‘水至清则无鱼’”——以自嘲消解距离，以故事承载哲理。

专业性体现在低语境转译能力。解释“气”时，不引《黄帝内经》，而用“your body's energy flow”配合呼吸动画；谈“面子”时，链接西方“social dignity”概念。真正的专业，是让异文化者无需专业知识也能理解精髓。

（二）使用贴近海外网民的语言风格

语言风格的选择直接影响超语交际的效果。社交媒体平台上，过于标准的语法、书面语规范会显得很不合时宜。因此，构建对外话语体系就要用到更加灵活、混合的语言策略。这就要求我们巧妙地把目的语国家的网络俚语、流行梗、全球通用的表情符号融合进去。表情符号属于视觉通约语言，在超语交际当中起到情绪“润滑剂”的作用，可以越过文字障碍，直接传达出友好、惊讶或者赞赏这些情绪。文案中恰当地使用非文字符号，可以有效地降低受众的认知负荷，营造出一种轻松愉快的阅读氛围。

拼音的使用也是种特殊的超语策略。对于功夫、气、关系这些中国特有的、不能完全用英文精确翻译的文化概念，可以用拼音加英语语境解释的方式表达出来，甚至可以创造一些有中国特色的新词汇，反而能激起海外用户的好奇心和学习欲望。语言混杂不是不规范的表现，而是文化接触区产生意义的一种常态。传播者应该鼓励混合语码的使用，因为混合语码就是受众把中国文化概念融入自己认知体系的一种表现。模仿海外网民的句式结构、修辞习惯和话题标签的使用方式，传播的内容就能更好地嵌入到当地的算法推荐流里，从而实现入乡随俗的传播效果。

（三）保持稳定、高频的内容更新

在算法支配的社交媒体环境之中，信息更新的速度非常快，内容能否被看见，账号是否活跃，两者之间存在着密切联系。从超语交际的角度看，不断地发布大量的内容，并不是简单的迎合算法的要求，而是在不断构造一个连续、动态的意义协商场域。每一次发布的内容都是向受众发出的一个对话邀请。更新频率过低

会削弱粉丝黏性，也会让辛辛苦苦构建起来的文化符号链条断开，使受众在碎片化的信息海洋里无法对中华文化形成整体认识。

稳定的更新节奏有利于养成受众的阅读习惯，使浏览这个账号的内容成为其日常生活的一部分。正是因为日常接触，才成为文化浸润的重要方式。高频更新就意味着传播者有更多机会去尝试、修正。根据不同时段、不同类型的互动数据去观察，就能发现受众的兴趣点和接受阈值，再按照这些来调整超语策略，比如在某个时段多用视觉符号，在另一个时段多用听觉叙事。只有内容达到一定量时，才会有有效的反馈，借助这种反馈机制进行持续的改进，保证对外话语体系的生命力和适应性。

二、策划病毒式的传播活动

病毒式传播的本质是用户自愿成为文化符号的携带者与再创造者。关键在于设计低门槛、高趣味、强视觉的参与机制。

（一）利用挑战赛、话题标签提升参与度

挑战赛成为了现阶段短视频平台最流行的互动形式。它会为用户设定一个动作、舞蹈或者任务，促使用户去模仿并上传。该种形式大大降低了跨文化交流的门槛，因为身体语言、视觉动作一般比文字语言具有更强的共通性。策划与中华文化有关的挑战赛时，应该重点提取文化里容易模仿并且有视觉冲击力的元素。

1. 简化与现代化处理：把传统武术、戏曲身段、民族舞蹈中的典型动作做简化，用现代化的方法处理使之符合手机竖屏拍摄的构图要求，配上节奏感强烈的背景音乐，形成一种容易记住、有“肌肉记忆”效果的动作符号。

2.2 话题标签聚合，用精心设计的话题标签把用户生成内容有效聚合，产生规模效应。标签命名要简洁明了，体现文化特色的同时也要考虑国际流行趋势，方便算法抓取以及用户搜索。

参与式的传播方式，就是把受众带入事先设计好的超语空间。在这个空间里，用户用身体的操演来认识中国文化，这样的认识，常常比单纯的文字阅读要深刻。当成千上万的海外用户在镜头前做出拱手礼或者挥舞扇子的时候，他们所做的一切并不只是模仿一个动作，而是在潜意识里接受并演绎着一种文化姿态。

（二）设计易于模仿和传播的模板

模板化不但可以降低内容生产的成本，还可以有效地促进模因的传播。模板

就如同支撑学生发展的支架，给没有深厚中国文化底蕴的海外用户，提供了一种现成的表达方式。传播者用特效技术制作带有中华文化元素的滤镜、贴纸、剪辑模板。设计出能够自动为用户生成京剧脸谱妆容的AR滤镜，或者制作出一套古风背景的视频剪辑模板，用户只需要将自己想要使用的照片或者视频导入滤镜，就可以轻松得到具有浓厚中国风情的视觉作品。

这些模板设计要遵照“低门槛、高效果”这一准则。用户不需要掌握复杂的编辑技术，也不必去了解深奥的历史背景，只要依靠直观的审美驱动力就可以参与进去。模板是传播者为用户准备好的文化符号，用户使用模板，就是用传播者提供的符号资源来构建自己的网络形象。这种传播逻辑为我所用的方式极大地激起了用户的分享欲望。伴随着具有特定文化模板的视频在社交网络中像野火一样蔓延，中华文化视觉符号也渗透到了更多的人群当中，从“硬推广”转向了“软植入”。

（三）借助意见领袖扩大影响

意见领袖在超语交际网络中，是重要的“连接节点”，也是重要的“文化中介”。一般具有自己的忠实粉丝群体、鲜明的人格魅力，能够用粉丝易于理解的语言、行为去“翻译”、“解读”陌生的异域文化。利用意见领袖的效应能够快速扩大中华文化的影响面，也可以用背书效应来化解文化传播过程中出现的信任赤字问题。选择合作对象时，不能只局限于传统的汉学家或者官方友好人士，而应该从各个垂直领域里挖掘出具有一定影响力的时尚博主、美食达人、旅游播主、游戏主播等网红。

合作形式不能只停留在简单的产品植入或者口头播报上，而应该追求深层次的内容共创。传播者可以邀请意见领袖去体验中国传统手工艺、品尝地道美食、游览名胜古迹，用意见领袖自己镜头语言和叙事方式来记录和表达。意见领袖实际上是在做一种跨文化的“转码”，把中国的文化符号资源融入到自己的内容风格里，用自身的体验和情感反应给粉丝提供一个可信的参照系。各个领域KOL采取的超语策略各有不同，多元化的诠释角度有利于冲破外界对于中华文化的固有印象，呈现出一个丰富多彩、现代且充满活力的中国形象。

三、引导积极的社群讨论氛围

社群讨论是超语交际中意义协商最活跃的地方。在这里各种文化、意识形态、

价值观的观念相互碰撞。传播者不仅仅只是发布内容,还要担当“社群园丁”的角色,用积极的管理推动讨论建设性、包容性地进行,营造良好的跨文化交流氛围。

（一）及时回复评论，与用户建立连接

评论区域既是检验传播效果的“试金石”，又是进行深层次跨文化交际的“第二战场”。及时而恰当的回复会使得用户感到被重视，从而调动用户继续互动的积极性。回复策略不应该只是机械的自动回复，而应该是带有“人情味”的个性化交流。当用户对内容表示赞许的时候，除了表达感谢之外，还可以顺势提出新的话题或者问题，从而引导对话往更深层次发展；当用户提出疑问的时候，应当给予详尽且易于理解的回答，必要时可以附带图片或者视频链接以作说明。

回复时应该灵活使用语码转换的技巧。当用户用英语评论的时候，传播者用英语回复，掺杂拼音或者汉字，便是一种友好的文化姿态。对使用过某些表情包或者网络梗的评论进行回复的时候，也要使用相同或者类似的符号，符号层面的共鸣可以快速缩短彼此心理上的距离，产生相互理解的默契。这样不断发生的点对点的互动，就会把原本零散的受众一点点凝聚成有归属感的社群成员，把账号由一个单向的信息源变成一个有温度的社交节点。

（二）鼓励用户生成内容

用户产生的内容就是超语交际中受众主体性的直接体现。当海外用户开始自发地创作与中华文化有关的内容的时候，就表明文化传播已经由单向输入变成了双向互动和融合。传播者要制订合理的激励措施，提倡有创意的挪用、再创造。可以定期开展粉丝作品展，最佳创意奖等活动，把用户优秀的作品在官方账号上转载展示。

官方的认可对于普通用户来说，是极大的精神激励。被选择的 UGC 内容常常拥有独特的受众视角，未必完全符合正统的文化解释，甚至有些含有误读或者混搭，但是这些“不完美”的表达，反而更加真实，更容易得到普通网民的共鸣。通过放大这些草根的声音，传播者实际上创造了一个多声部的对外话语，证明中华文化不是高高在上、只能被陈列在博物馆里供人观赏的展品，而是可以被全球人民所感知、体验并融入到自己生活中的鲜活生命。从而把受众从单纯的文化消费者转变为积极的文化共同传播者。

（三）妥善处理负面评论与舆情危机

在开放的社交媒体环境当中，负面评论、误会、恶意攻击是不可避免的。从

超语交际的角度看,这些矛盾大多是因为符号解码不同或者文化偏见太深而造成的。对于负面舆论采取回避、删除或者强硬回应的方式,一般只会激化矛盾。相反,应该把其当作深入的文化解读、意义的修复机会。

1. 冷静澄清文化差异,对因文化差异造成的误会,要冷静、耐心,用事实、逻辑温和地澄清。可以加入多模态证据(历史图片、权威文献引用等)来加强解释的可信度,从而避免陷入情绪化的口水战。

2. 转危为机的议题引领,把有争议的话题转为共同商讨的议题,引导社群成员一起探讨文化现象背后的原因。开放的态度一般会得到中立观众的认同。

3. 情感共鸣和普世价值:对产生价值观冲突的评论,可以从人类共同的情感体验入手,跳出具体的文化形式,突出和平、友爱、家庭等普世价值,在更高的层面上达成情感共鸣,从而有效地化解对立情绪。

采用建设性的危机应对方式,既可消除目前的舆论危机,又可展现中华文化包容自信的气度,保证对外话语体系的韧性和稳定性。

第三节 虚拟现实技术的沉浸式体验

在超语交际框架中,语言只是意义建构的多元符号之一,非语言资源——尤其是空间、身体与感官经验——往往构成跨文化理解的先验基础。虚拟现实与增强现实技术通过构建高保真、多感官、可交互的数字环境,使受众得以在“无言之境”中直接感知中华文化的精神内核。这种具身认知(embodied cognition)模式,打破了传统二维媒介对文化符号的扁平化处理,将文化传播从“解释”升维至“体验”,从而在深层心理层面实现文化认同的生成。正如 Kramsch (2009) 所强调的,文化理解本质上是一种“情境中的实践”,而 VR/AR 正是通过重建文化情境,使外国受众在操作、行走、凝视与触摸中完成对中华文明的“超语式进入”。

一、VR/AR 技术在文化展示中的应用

数字技术对文化遗产的呈现已从静态记录迈向动态再生。VR/AR 不仅是复刻工具,更是多模态符号的再创造平台,通过空间叙事、感官模拟与交互设计,将物质遗产转化为可探索、可操作、可共情的文化场域。在此过程中,技术不再是中立的载体,而是主动参与文化意义的编码与再生产,契合超语交际中“符号

资源协同建构意义”的核心理念。

（一）虚拟博物馆、数字故宫的构建

实体博物馆受限于物理空间与文物保护要求,难以实现全球可及的深度展示。虚拟博物馆的出现,借助高精度三维扫描与实时渲染技术,打破了地理与制度的双重壁垒。以“数字故宫”为例,其并非简单移植紫禁城的物理场景,而是对建筑形制、器物纹样、色彩体系等文化符号进行系统性解构与重组。用户可在虚拟空间中放大太和殿藻井的龙纹细节、旋转《千里江山图》的层叠山峦,甚至拆解榫卯结构——这些操作超越了肉眼观察的极限,使文物从“被观看的对象”转变为“可交互的对话者”。

从超语交际视角看,这种非线性、自定义的参观路径赋予用户极大的意义协商权。用户通过视线停留、手势操作、空间移动等非语言行为,与数字文物展开无声对话。建筑的轴线布局传递秩序感,器物的材质肌理暗示工艺精神,光影的明暗变化营造庄重氛围——这些视觉与空间符号无需文字说明,即可在全球受众中唤起共通的情感反应,形成一种超越母语差异的“通用文化话语”。云部署模式更使每件数字文物成为对外传播的节点,织就一张跨越国界的中华文化展示网络,显著提升中国叙事在国际舆论场中的可见度与亲和力。

（二）历史场景、文化仪式的沉浸式重现

中华优秀传统文化中有很多历史故事以及庄严肃穆的礼乐仪式,但是由于年代久远或者形式抽象,单靠文字叙述很难在国外受众中引起共鸣。由于VR、AR强大的场景创造能力,就可以突破时空的限制,采用全息的方式重现历史切片。通过严谨考证史料,再借助数字技术进行演绎,技术团队就能在虚拟世界中复现出古代的都城景观、市井生活、战场硝烟。受众处在其中既是旁观者又是亲历者。

以祭孔大典或者皇家祭天仪式为例,带有浓厚象征意义的这些文化仪式,单靠语言翻译是很难准确传达其所包含的敬畏感和秩序感的。虚拟现实技术能够再现一定的时空背景,宏伟的建筑、庄重的服饰、固定的乐舞排布、严格的礼仪过程等等。当观众戴上头显走进祭祀场地,耳听编钟隆隆作响,眼见舞者列队整齐,各种感官同时被激发,就会自然而然地产生相同的庄重感情。在这种情况下,不需要解说,观众就可以从画面中感受到中国传统文化里的“礼”的威严与“和”的精神。

重现历史场景就是高文化背景下的文化传播。把抽象的文化观念用视听符号

来传达。超语交际过程中场景本身就是一种语言。古长安街头熙来攘往的人群、丝绸之路上驼铃声声、江南水乡烟雨迷蒙，都是技术制造出来的动态意象，它们穿越古今中外的时空阻隔，给外国听众提供了一个认识中国历史发展脉络的直观语境。受众经由亲身经历，对于中华文明的连续性、包容性会有着更为深入的认识，基于体验而产生的认识，要比单纯的说教要深刻、持久得多。

（三）传统工艺、艺术形式的互动体验

中国传统的工艺艺术形式，书法、绘画、剪纸、制瓷等都十分重视手与心之间相融相通的实践智慧。传统的展示只能展示成品，而不能展示出它的精巧之处。加上手势识别、力反馈等交互方式之后，VR 和 AR 技术就能达到把隐性的知识显性化地传递出去。受众在虚拟空间中可以扮演工匠、艺术家，亲身体验传统技艺的魅力。

1. 书法和绘画运笔模拟：带压力传感的手柄或者手套，模拟毛笔在宣纸上运动时的阻尼感以及墨汁的晕染效果。外国人面前虚设的画案上开始挥毫泼墨，领悟起中锋、侧锋运笔的方法，体会中国书法线条的韵律美和力量感。身体上参与的体验，在肌肉记忆里去领悟中国艺术的抽象美，从而越过文化壁垒中“看不懂”的障碍。

2. 陶瓷制作的触觉反馈：使用力反馈设备，用户可在虚拟陶轮上拉坯。手指可以感受到虚拟的泥土旋转、变形，甚至可以模拟烧制时火焰的温度变化。全流程的互动使受众体会到工匠精神里追求完美的精神。把复杂的工艺流程用游戏化的方式展现出来，很大程度上削减了文化理解的难度。

3. 戏曲与武术动作模仿：用全身动作捕捉技术，使观众跟随虚拟导师学习京剧身段或太极拳招式。系统可以实时捕捉用户的动作并给出反馈，使用户在模仿中体会中国肢体语言的韵味。全身心投入的交互在带来娱乐快感的同时，也在潜移默化中传播了中国传统文化中“身心合一”的思想，使传播范式由“视觉观看”变为“身体在场”。

4. 非遗技艺拆解重组，用户在虚拟空间上把榫卯结构、织锦技艺等复杂的非物质文化遗产分解和重组。透过透视视角去观察内部构造，受众就会直接对中国古代科技的智慧发出惊叹。这种互动体验不是语言解释能产生的，它要用逻辑结构之美来征服受众，建立一种基于理性认知的文化认同。

二、技术赋能下的情感连接

技术并非冰冷工具，而是情感传播的放大器。在超语交际中，情感共鸣是意义协商的前提。VR/AR通过极致沉浸与多维感官刺激，拉近受众与中华文化的“心理距离”，将对外话语从单向输出转化为双向情感交流，使文化印记深植于心智。

（一）打破时空限制的“亲临”感

虚拟现实创造出“远程在场”的新体验。用户戴上头显，瞬间置身长城烽火台或苏州园林，地理隔阂被心理位移取代。更重要的是，VR的第一人称视角使受众从“旁观者”变为“参与者”。在《清明上河图》的虚拟市集中穿行，与古人“共存”的体验消解了文化他者性，催生基于人类共通经验的理解与尊重。技术还实现“时间穿越”——如圆明园从废墟复原为盛世园林，强烈的视觉反差唤起深沉历史感，使中华文化成为鲜活、有温度的存在，而非书本上的静止符号。

（二）多感官刺激带来的深刻记忆

从认知科学研究的角度来说，当多种感官通道一起工作的时候，所接受到的信息就会被编码得更深，保存得也更久。传统的文化传播大多依靠视觉和听觉，但是VR/AR技术带来了触觉、动觉甚至嗅觉这些多模态的感官刺激，创造出一个全方位、多模态的认知环境。超语交际里，多模态符号叠加所造成的效果，绝不是单独的文字或者图片带来的心理冲击可以相比的。受众体验虚拟茶道的时候，能看到茶汤颜色，能听见注水声，还能模拟倒茶的触感，用手柄震动感受倒茶时的力道，如果配上外设，甚至能闻到茶香。这样全方位的感官包裹，使得大脑皮层多个区域同时兴奋，造成了非常深刻的印象记忆。

多感官刺激很容易调动受众的联觉反应。中国文化讲究意境，一些概念如气韵、风骨等用语言很难准确地表达出来，但可以通过多感官的氛围营造来传达。用VR来表现中国古琴艺术的时候，可以按照琴声的强弱来呈现高山流水的视觉图像，同时椅子还会发出低频震动来表现出琴弦的共鸣。视觉流动、听觉悠扬、触觉微颤交织在一起，就形成了“天人合一”的审美意境。技术合成所形成的通感体验，使外国受众不需要进行语言逻辑的分析，就可以直接从感知的角度上感受到中国艺术的美妙。

深刻的感官记忆是形成长久文化印象的前提。比起单纯的介绍文字，一段身临其境的多感官体验一辈子都不会忘记。当他们在现实生活中再次接触到相关

的中国文化符号的时候,大脑就会立刻调出之前储存的多模态记忆,从而产生强烈的熟悉感和亲切感。依靠身体经验来记,给中华文化的海外传播赋予了牢固的认知心理学根基,使文化传播的效果不至于稍纵即逝,而能在受众的心智中扎根生长。

(三) 增强文化传播的趣味性与吸引力

在注意力稀缺的数字时代,怎样把厚重的传统文化变得有趣、易懂,就是构建对外话语体系所面对的重大问题。技术赋能的沉浸式体验一般都会采用游戏化的设计理念,把枯燥的文化知识转变为引人入胜的互动任务。探究、解谜、收集等游戏设计的方式被广泛应用,受众在完成一个又一个任务的时候不知不觉地学习文化知识。设计一款关于在虚拟丝绸之路之上经商的游戏,玩家需要了解各个朝代的货币、商品和风俗人情才能通关。这种寓教于乐的方式极大地调动了受众的学习动机,把“被动接受”变成了“主动寻求”。

互动性、趣味性能够有效降低跨文化交际的认知负担。对于不熟悉中文和中国历史的外国受众来说,理解深奥的文化概念是一件困难的事情,容易产生畏难情绪。VR/AR 技术依靠直观的视觉呈现和即时的操作反馈,给受众构建起认知的“脚手架”。复杂的建筑结构可以一键打开查看内部,晦涩的哲学思想可以用动画演绎的寓言故事来呈现。技术把高语境的文化信息做了低门槛的转译,让普通观众可以轻易地享受到探索中国文化的乐趣。轻松愉悦的体验氛围可以消除文化传播中紧张、防御的心理,使对外话语更显平易近人。

增强吸引力的还有个性化的表达。技术使受众在虚拟世界中可以创作属于自己的文化产品,例如设计一套汉服、制作一件瓷器、修建一座园林。创造性参与感极大地满足了受众的自我表达需求。当受众把作品分享到社交媒体上的时候,就成为中华文化的二次传播者。依靠趣味性、参与感实现的裂变式传播,可以接触到更多的年轻受众,为中华优秀传统文化的国际传播提供源源不断的青春力量。用技术手段使文化活起来、火起来,是形成具有世界影响力的对外话语体系的重要途径。

三、技术应用的挑战与前景

虽然虚拟现实技术给中华文化的对外传播画出了宏伟的蓝图,但从实际运用的角度出发,仍存在着诸多技术和经济方面以及内容创作方面的困难。伴随着技

术的不断进步以及产业生态的进一步完善,它的未来发展前景依旧非常广阔。只有正视现在所面临的困境,积极地寻求跨界融合的解决办法,才能使技术发挥出超语交际中最大的效能,打造出一个既具有技术深度又带有文化温度的对外话语新体系。

(一) 设备成本与技术门槛的限制

目前要想获得良好的 VR、AR 体验需要购买昂贵的硬件设备和高性能的计算平台。专业的头戴式显示器、高性能显卡和配套的传感设备价格昂贵,对普通海外受众来说,普及率受到一定程度的影响。虽然移动端 VR/AR 应用降低了门槛,但是在画质渲染、交互精度、沉浸感等各方面同专业设备还有较大差距。由此产生的“数字鸿沟”会造成文化传播的对象只限于拥有高端设备的少数精英阶层,不能达到大众化传播的目的。硬件重量大、佩戴不舒服、长时间使用造成眩晕,都是用户沉浸体验中的生理障碍。

网络带宽以及数据传输速度也会影响技术的应用范围。高保真虚拟文化场景的构建需要大量的数据支持,网络环境不好就会造成画面卡顿、延迟等现象,影响用户的沉浸感,产生不良的传播效果。网络基础设施不发达地区,推行云端渲染为主要方式的重度 VR 文化项目会遇到客观条件的硬性限制。这就意味着我们在打造对外话语体系的时候,不能仅仅盯着高端技术的堆砌,得考虑到各个地区、各种设备条件下的兼容性和可及性,开发轻量化的、基于 Web 的体验内容,从而保证文化传播的广度。

技术门槛还在用户使用习惯上有所体现。对非数字原住民群体来说,复杂的操作交互逻辑就是一种障碍。如果用户需要花费大量时间去学习手柄的使用、记忆手势指令,那么用户的注意力就会被分散,对文化内容的关注度就会降低。因此减少交互的认知成本,设计出直观的、自然的、符合人体工程学的交互界面,是提高技术接受度的关键。只有技术变得像呼吸一样自然透明的时候,受众才有可能完全投入到文化内容里,实现无障碍的超语交际。

(二) 内容制作的专业性与高投入

技术只是载体,内容才是核心。中华优秀传统文化的虚拟现实内容制作是一个包含历史学、考古学、艺术学、计算机图形学、人机交互等诸多学科的复杂系统工程。这就意味着制作团队既得熟悉最新的数字技术,又要对中国文化有深刻的认识,并且还要有严谨的考证态度。仅有炫酷的视觉效果,没有文化灵魂和历

史底蕴的“空壳”作品，不但不能打动人心，反而会造成文化的误读、歪曲。目前市场上既有技术又有文化的人才少之又少，成了高质量内容生产的大忌。

高品质 VR 内容的制作成本很高，场景的三维建模、材质贴图绘制、光影效果渲染、交互逻辑编程、音效合成等等，每一步都需要投入大量的资源。尤其对于追求极致细节的文物复原项目来说，制作周期长、投资大，一般都会遇到商业变现难的情况。如果没有可持续的资金支持，很多优秀的文化项目只能在实验室或者概念阶段结束，无法进入市场，面向大众。在保证文化严肃性、艺术性的情况下，如何找到合适的商业模式，使得投入与产出可以大致相当，这是目前发展所面临的一个实际问题。

内容制作还要面对跨文化叙事的难题。从超语交际的角度看，符号的编码应该考虑到受传者解码的能力。如果直接将中国文化的符号生搬硬套地放到虚拟空间里，不考虑外国受众的文化背景和认知习惯，就很容易造成传播失败。因此，在内容创作之初就要融入跨文化交际的理念，寻找中外文化的共通点、相同点，使用国际通行的叙事逻辑与视觉语言对传统文化进行再包装。这就需要内容创作者有国际视野，在保持中国文化主体性的基础上，对文化进行创造性转化、创新性表达，让虚拟的内容可以被全球观众所接受、传播。

（三）与教育、旅游等产业的融合发展

有效的办法就是推进产业与技术融合。对于国际中文教育和孔子学院教学场景中应用 VR、AR 技术而言，存在着很大的发展空间。创建虚拟教室、虚拟文化体验角，可使海外学生在身临其境的环境中学习语言和文化。古诗词学习中，学生可以即刻步入诗词所展现的意境当中，这种情境化的教学模式明显提升了学习效率以及学习兴趣。教育领域里的刚性需求可以给技术的应用提供稳定的市场支持，也可以为中华文化的深层次传播培养潜在的受众群体。

文旅融合成了一个重要的突破口。把 AR 技术应用到实体旅游景点上就会产生虚实共生的增强体验。外国游客去参观长城、兵马俑等景点时，通过手机或者 AR 眼镜可以现实场景叠加出历史复原画面或者虚拟讲解员。用现场加数字的方式混合起来，丰富了旅游的文化内涵，提高了游客的体验价值。另外对于不能亲自到中国来的海外游客，开发高质量的云旅游产品，以售卖虚拟门票、虚拟文创周边等方式，探索文化传播和商业运作双赢的新路径。

当元宇宙的概念和相关的技术不断成熟之后，将会给中国传统文化的海外传

播赋予一个新的生态体系。文化不再只是被展示出来的东西，而会成为数字生活的一部分。可以预知未来的是，中华文化对外话语体系将会是虚拟空间中一个开放的、共建的、共享的场域。全世界的人民都可以在这里交流、合作、创造，中华文化会呈现出自信包容的新面貌，屹立于世界文明版图之上。依靠教育、旅游、游戏、社交等各方面的跨界合作，技术才会真正成为中外民众的心桥，中华文化才能在数字时代焕发异彩，发扬光大。

第四节 人工智能辅助的个性化推送

在超语交际视域下，中华文化的对外传播已从静态符号传递转向数据驱动、算法中介、动态协商的意义共建过程。人工智能通过用户画像、内容生成与多模态转译，精准配置语言与非语言符号资源，构建既具中国文化主体性又契合国际受众认知习惯的智能话语体系。这一转变呼应了国家关于“精准传播”“分众化表达”的战略要求，使中国叙事从“我说你听”迈向“因你而说”。

一、用户画像与精准推送

传统外宣常陷于“受众模糊”困境，难以回应多元文化背景下的差异化需求。AI通过大数据分析用户在社交媒体、视频平台等留下的“数字足迹”，构建高维用户画像，精准识别其文化兴趣、审美偏好与符号接受倾向，为超语式符号投递提供实证基础。

（一）基于大数据分析用户兴趣偏好

大数据技术对抓取的海外社交媒体、搜索引擎、内容聚合平台等各处用户的各种行为数据进行清洗后，可以很好地对受众的“数字足迹”进行分析。这样的分析摆脱了单纯从国别、语言角度去分类的局限，进入到了受众的文化心理结构和审美取向的层次。算法模型可以发现用户浏览中国文化的停留时间、点赞倾向、转发语境、评论的情感色彩，从而形成包括显性兴趣和隐性需求在内的多元数据模型。

在超语交际的框架里，用户接受异域文化，其实就是调动各种符号资源的过程。数据分析系统就可以知道用户在接触到中国传统文化的时候，是更倾向于被视觉图像的直接刺激，还是更倾向于文本逻辑的深入解读，亦或者是听觉模态的

情感共鸣。解码这些跨模态交互行为就可以知道用户对中医、武术、戏曲、古典哲学等各个文化子集的喜好程度。依靠实证数据得到的见解，彻底改变了过去仅凭经验主义想象受众传播模式的做法，使文化内容的供给真正对接上受众的认知兴奋点。

（二）为不同用户定制个性化内容包

基于画像，系统为不同群体推送专属内容包。例如，向欧洲视觉艺术家推送高清水墨画与色彩美学分析；向北美青少年推送功夫动作捕捉视频与武侠英雄主义解读。内容包在语言、视觉风格、叙事节奏上均做本土化处理，将宏大叙事拆解为契合个体需求的“文化微粒”。

该种定制化的策略很好地体现了超语交际中的受众中心原则，即根据交际对象的语言能力、文化背景和媒介使用习惯灵活地运用各种符号资源来建构意义。内容包在语言上符合本土化的要求，在视觉风格、叙事节奏、交互方式等各方面也做了相应的本土化处理。由此，宏大的中华优秀传统文化叙事被拆解成一个个符合个体微观需求的、以亲和的方式润物无声地渗入人们日常生活的文化“微粒”，大大降低了“文化折扣”，提高了传播效果。

（三）动态更新与个性化语态调整

智能推荐引擎根据用户实时反馈动态优化推送策略，形成“感知—响应—再协商”的闭环。更重要的是，系统可调整传播语态：对学术型用户推送严谨论文，对娱乐型用户推送幽默短视频或 meme。这种语态对齐（tone alignment）模拟人际交往中的共情机制，使机器传播具备拟人化情感智慧。中华文化由此化身为无数个可对话的鲜活主体，实现真正的心灵沟通。

实现“千人千面”不单是内容的差异化，也是传播语态的多元化。学术型受众的智能系统推送给学术型受众以严谨、论证充分的深文，语言风格理性正式，满足学术型受众的知识需求；娱乐型受众的智能系统推送给娱乐型受众短视频或者表情包（meme），语言风格诙谐幽默，引起娱乐型受众的情感共鸣。它用语态的转变来模拟人际交往中“基调对齐”的过程，使得机器辅助的传播行为沾染上一些拟人化的情感智慧。中华文化因为这种非常智能化的分发，不再像一个死板的客体存在一样，而是化身为无数个鲜活的、能够与每一个个体进行对话的文化主体，从而实现了真正意义上的跨越文化障碍的心灵沟通。

二、AI 在内容生产与翻译中的应用

AI 不仅优化分发,更深度介入内容生产与跨语言转码,拓展超语交际的符号表征边界。

(一) 利用 AIGC 技术辅助内容创作

生成式人工智能技术出现以后,给中华优秀传统文化内容的规模化生产和创新转换开辟了新途径。AIGC 大模型有很强的多模态生成能力,根据给出的文化主题指令,可以自动生成文本、图像、音频、视频等。这项技术既提高了内容的生成效率,又利用深度学习算法,把中国传统美学元素与现代数字艺术风格有机的融合在一起,产生出有东方韵味、也适合于当前国际上的审美新风向的新文化产品。

1. 利用文本生成图像技术,创作者可以将古诗词里的意象快速转译成有视觉冲击力的数字绘画,把文学语言里的隐喻转化为全世界都能理解的视觉符号,从而很好地克服了语言理解的障碍。

2. 用视频生成模型可以将静止的历史文物或古籍插图赋予生命,用虚拟现实或者增强现实的技术来复现古代的生活场景,给受众带来沉浸式文化体验。

3. 按照中国传统民乐的调式、节奏特点,融合国外流行音乐的编曲方式,可以创作出具有跨界风格的背景音乐,在听觉模态上实现文化叙事情绪的表达。

4. AIGC 还能辅助编写适应不同社交媒体平台风格的推广文案,自动适配标签与话题,确保文化内容在数字舆论场中获得最大的曝光度与关注。

(二) 机器翻译与人工审校的结合

超语交际视角下翻译不仅仅是语言符号的转换,也是文化意义的协商和再创造。伴随着神经机器翻译技术的发展,成千上万的中文文献可以立刻被翻译出来。但是机器翻译对于具有深厚历史文化内涵的术语、典故仍然会存在语境缺失、语义偏差的情况。因此,“机器翻译+人工审校”人机合作方式是塑造对外话语体系的最好方式。

这种合作方式既发挥了机器处理句法结构、词汇对应的优势,又发挥了人译者把握文化语境、情感色彩、修辞风格的创造性主体的作用。机器用来搭建译文的基本框架,保证信息的准确性;人工审校主要对译文进行润色、本土化,用超语策略处理那些不能翻译或者难于翻译的文化负载词。以中医术语“气”或者理

学术语“道”为例，在翻译的时候人工译者可以介入进来，决定采用音译加注的方式去保持文化的原真性，还是采取归化策略找寻目的语的对应概念。人机配合翻译过程可以保证话语产出量、速，也可以保证中华文化外向表达的准确性和文雅性，实现技术理性与人文精神的辩证统一。

（三）智能字幕、语音识别等多模态技术的应用

多模态技术可以克服语言障碍，实现超语交际。智能字幕、语音识别等技术的运用，使海外受众接触中国影视剧、纪录片、短视频的门槛降低了很多。采用基于深度学习的自动语音识别系统，可以准确地获取视频中中文语音，实时转换成源语言字幕，最后用机器翻译引擎生成多语言字幕。

这不仅仅是文字的堆砌，更强调的是视听符号之间配合、协调。智能字幕系统按照视频画面的节奏、构图来自动调节字幕的显示位置、字体大小、颜色，使得文字信息与视觉图像互相补充而不是互相干扰。同时语音合成技术可以将翻译好的文字转写成地道的目的语音频，并且模仿原说话人语气语调。视、听、文三者相互交织，形成一个全方位的立体空间，让观众即便不懂中文，也能通过视、听、文三者之间的相互解读、相互补充，去体会视频内容背后所蕴含的文化信息。不但提高了文化产品传播的效率，也为中华文化在非通用语种地区的传播提供了一种成本低、效率高的方法。

三、算法伦理与信息公平

AI 赋能的同时，必须警惕算法偏见、信息茧房与隐私风险，确保对外话语体系的公平、可信与可持续。

（一）避免算法偏见与歧视

算法偏见是由单一的数据或者是社会刻板印象的投射而造成的。在跨文化传播方面，如果 AI 模型所使用语料库主要是经过训练的以国外为中心主义视角的语料，那么它在生成有关中国文化内容时就会不自觉地沿用“东方主义”式偏见，从而形成某种刻板或者过时的文化形象。算法会用一些过时的视觉符号来代表中国，在翻译时也会使用带有歧视意味的词汇。

为了规避这样的风险，必须在数据源头做好严格把控、管理的工作，建设包容性、代表性都较高的中华文化多模态数据库。这就意味着训练算法的时候，既要有经典传统文化素材，也要有反映当代中国发展面貌的鲜活语料，使数据样本

的丰富性与均衡性得以保证。并且要采取“人在回路”监督，定时对算法产出内容做伦理审视和价值修正，防备文化上的误读和偏见。以技术手段与人为引导相结合，使人工智能成为文化平等对话的助推器而不是加深文化隔阂的放大器，在国际舆论场上塑造出真实、立体、全面的中国形象。

（二）防止信息茧房的加剧

个性化推荐虽然提高了传播的精准度，但是也容易造成“信息茧房”效应，即用户长时间被包裹在自己偏好的同质化内容里，失去了接触异质文化、多元观点的可能。对中国文化对外传播而言，如果受众只是因为一次点击就被算法锁定了一个狭隘的文化切片（只通过功夫电影来了解中国），那么他们对中国文化的了解将是碎片化的、片面的，无法形成整体的文化认同。

打破信息茧房要优化算法推荐逻辑，加入不确定性、多样性指标。算法既要保证用户的最基本的兴趣，也要适当增加用户发现不同领域、不同风格内容的概率。对于喜欢中国美食的用户，就可适时推送给用户一些与美食有关的地理风貌、历史故事、现代农业科技等，以一种间接联系的方式扩大用户的认知边界。目的是利用算法将用户带入超语交际的广度里做探索性的阅读和观看。借助创建延伸的内容推荐链路，把用户的单一爱好培育成对中国文明体系的认识，促使跨文化认识从符号消费的浅层次转向价值共鸣的深层次。

（三）保障用户的数据隐私与安全

数据是人工智能时代的新的“石油”，也是构建对外话语体系的新资产。但是数据采集、存储、使用要遵照国际通行的隐私保护准则和法律规范（比如欧盟GDPR等）。用户数据被泄露或者滥用不但会对用户的个人权益造成损害，而且还会降低海外受众对中国互联网平台和文化产品所信赖的程度，进而危及整个对外传播体系的信誉度。

从技术上讲，可以采用联邦学习、差分隐私等隐私计算技术，在不收集原始数据的情况下完成模型的训练和优化，达到“数据可用不可见”的效果。建立数据跨境流动的安全评价、合规审查机制，确定使用的界限、权限，保证用户的知情权和选择权。只有数字世界是安全的、透明的、可信任的，受众才愿意打开自己的心扉进行跨文化交流。坚持数据伦理底线既是对法律合规的遵守，也是展示大国文化自信和文明素养的窗口，更是创建可持续发展中华文化对外话语体系的基础。

第七章 典型案例的话语实践分析

本章选择有代表性的对外传播实体为案例，分析超语交际理论在中华优秀传统文化对外传播中的具体应用路径。剖析孔院等机构运作方式、教学实践、目前遇到的困境，可以发现多元话语系统如何在跨文化环境下生成意义，并传播出去。

第一节 孔子学院的传播模式研究

孔子学院自 2004 年创办以来，已逐步超越传统语言培训机构的功能定位，发展出一种语言—文化—场景深度融合的超语传播生态。其核心逻辑在于：语言不仅是交流工具，更是文化本体的载体；文化理解亦非外在于语言的附加内容，而是内嵌于符号使用的全过程。因此，孔院的教学与活动设计始终致力于打破“先学语言、再懂文化”的线性思维，转而构建一个允许学习者调动母语经验、身体感知、视觉联想等全部认知资源参与意义协商的交际空间。这种模式高度契合超语交际理论对“符号资源动态整合”的强调，使中华文化不再是被解释的客体，而成为可体验、可操作、可共创的共享经验。

一、语言教学与文化传播的结合模式

（一）以汉语教学为切入点

汉语教学在孔子学院中从来不是孤立的语言技能训练，而是文化理解的入口与支点。汉字作为表意文字，其形、音、义的统一性天然承载着中华先民的认知方式。教师在教授“仁”“和”“道”等核心概念时，常结合甲骨文或金文字形，揭示其原始意象——“仁”从人从二，强调人际关联；“道”从首从走，暗示思想与实践的统一。这种字源教学使抽象哲学概念具象化，帮助学习者跨越语言障碍，直接触达文化内核。

更重要的是，孔院将语言置于生活化语境中展开。例如，在教授亲属称谓时，教师不仅列出“爸爸”“妈妈”，更通过家庭合影、节日团聚视频等多模态材料，

展示“长幼有序”“家族团圆”等价值观如何在日常互动中体现。学习者在操练“您吃了吗？”这类问候语时，同步理解其背后的关怀伦理，而非将其视为机械寒暄。这种“语言即文化实践”的教学逻辑，使汉语学习成为一场持续的意义协商过程，完美呼应超语交际中“符号资源在使用中生成意义”的核心主张。

（二）文化活动、讲座、展览的配套开展

为构建全方位的超语交际场域，孔子学院在课堂教学之外，系统开展节日庆典、学术讲座与主题展览等文化活动。这些活动构成第二传播轨道，通过身体参与、感官沉浸与视觉共鸣，弥补纯语言教学在情感维度上的不足。春节联欢会上，外国学生亲手包饺子、写春联、舞龙狮，即便汉语水平有限，也能在动作、色彩、声响的交织中感知“团圆”“祈福”的文化氛围。这种高密度的临时性语境，使文化意义在具身实践中自然浮现。

学术讲座与展览则承担深度阐释功能。邀请汉学家解读《道德经》的宇宙观，或策展“丝路文物数字展”，将静态展品与动态解说、AR复原相结合，形成多模态意义网络。例如，在“茶与瓷器”展览中，青花瓷的纹样、茶汤的色泽、焚香的气味共同营造出“清、敬、和、寂”的审美意境。观众无需依赖文字说明，即可通过视觉、嗅觉、触觉的协同感知，直觉把握东方美学精神。这种“图像先行、语言跟进”的传播策略，充分利用了非语言符号的跨文化共通性，使中华文化从“被解释的对象”转变为“可共感的经验”。

（三）本土化教师与教材的运用

孔子学院师资配置以及教材选择的本土化，用超语交际的视角来看，有很高的研究价值。本土化教师一般具有双重文化身份和多语言能力，即懂汉语和本民族语言，主要优势是对当地受众的思维模式、文化禁忌有较深刻的认识。本土教师在教学过程中可以自然地在两种语言文化体系之间进行转换，把复杂的中国文化概念转换成当地民众容易理解的语境。他们担当起文化翻译者、摆渡人的角色，依靠自身的跨文化经验找到中华文化同当地文化的契合点，有效削减文化折扣、提高传播效果。

教材编写和选用的本土化，即不再采用“一刀切”的教材，而是根据不同国家、不同学校的实际情况进行有针对性的编写和选用。

1. 教材内容的重组，编写者把中华优秀传统文化的核心要素同当地社会生活场景有机融合，如编写中国茶文化同英国下午茶文化对比的内容，便于学生类比

学习。

2. 按照不同语系学习者的难点来调节教材的语言复现率、解释逻辑,加上当地语言注释、导读,打造出符合当地阅读习惯的文本界面。

从受众的角度来看待资源的配置,实际上就是创建了一个包容性的超语空间,学习者依靠自身的母语文化背景来更好地理解 and 吸收目标文化。

二、超语实践在课堂教学中的应用

课堂是孔子学院最基础的运作单元,也是超语交际发生最密集的场所。在这里,师生并不拘泥于“只说汉语”的单语理想,而是根据交际需求,灵活调用母语、目标语、手势、图像、实物等多种符号资源,共同完成意义建构。这种动态协商机制,使语言学习从“正确性竞赛”转变为“理解性合作”,极大提升了跨文化沟通的效能与温度。

(一) 多语言、多符号的教学资源整合

现代孔院课堂早已超越黑板粉笔的局限,成为多模态符号共存的信息场。教师在讲解“气”这一抽象概念时,常辅以太极图动画、水墨山水画或古琴音频,使无形之“气”通过视觉流动与听觉韵律变得可感。VR技术则让学生“走进”故宫或敦煌,空间符号与历史叙事交织,文化教学由此脱离平面文本,进入沉浸式体验。此外,文房四宝、民族乐器、传统服饰等实物被带入课堂,学生通过触摸、试穿、演奏,激活触觉与动觉记忆,使物质文化从展品变为可操作的交际媒介。

跨语言资源的引入同样关键。课堂常备中英/中法对照读物,学生遇理解障碍时可查阅母语解释。这种多语并存的环境并非削弱汉语地位,而是为意义协商提供安全网。正如超语理论所强调的,母语不是干扰项,而是认知资源库的一部分。当学生借助母语厘清概念后,教师立即引导其用汉语复述,实现从“理解”到“产出”的闭环。这种资源整合策略,使课堂成为真正意义上的超语实践场域。

(二) 师生互动中的动态语言选择

超语交际理论明确反对将语码转换(code-switching)视为教学失误,而视其为高效的交际策略。在孔院课堂中,师生的语言选择始终是情境化、目的导向的。当教师发现学生对“虚实相生”的美学原则困惑时,会短暂切换至英语解释:“It's like leaving blank space in a painting for the viewer's imagination.”理解达成后,立即回归汉语语境,要求学生用“留白”“意境”等术语进行讨论。这种“搭建

脚手架—拆除脚手架”的动态过程，保障了交际流的连贯与意义的准确。

学生在表达时同样展现超语智慧。当汉语词汇不足以传达复杂情绪时，他们会自然混用母语词、手势或拟声词。例如，描述“尴尬”时，可能说“very 尴尬，you know, like... shrugs”。教师对此通常持开放态度，甚至鼓励此类混合表达，并在适当时机提供更地道的汉语替代方案。这种低焦虑的互动环境，使学习者敢于调动全部语言库存参与深层思维，文化意义由此在真实对话中不断生成与重构。

（三）文化体验活动的超语特征分析

文化体验活动作为孔子学院教学体系里独特的组成部分，其本质是具身认知的实践活动，体现出典型的超语特征。书法课、剪纸课、武术课、茶艺课中语言往往退居二线，身体的动作、工具的操作、感官的体验成了主要的交际方式。

拿书法课来说，教师的示范动作，比如执笔、运笔、顿笔，就是高密度的符号输出。学生在模仿的时候，凭借身体的律动体会汉字的结构美与节奏感。此时的师生交流主要是简单指令词（停、转、提）的使用，以及用眼神交流和手部纠正动作的方式。因为非语言符号的支配地位，所以意义的传递就超出了语言的界限。

茶艺体验中的环境布置（背景音乐、熏香、茶具摆放等）一起营造出一种安静和谐的文化氛围。参与者身临其境地通过嗅觉（茶香）、味觉（茶味）、视觉（茶汤色泽）及一整套固定化的行为程序来全方位体会中国传统文化中“和”、“敬”、“清”、“寂”的内涵。这类体验活动冲破了语言中心主义的束缚，表明在某种情况下，多模态的具身参与，可以比单纯的言语讲解，更深地走进文化之中，引发情感的共鸣。从超语的角度来看，文化体验实际上就是一种全感官参与、意义协商的过程。

三、面临的挑战与发展方向

尽管孔子学院在推动中华文化全球传播方面成效显著，但地缘政治张力、内部发展失衡等问题，对其话语建构能力构成严峻挑战。从超语交际视角审视这些困境，有助于找到更具韧性的转型路径。

（一）意识形态争议与信任危机

近些年来，一些国外国家对于孔子学院的运作方式存在质疑，将孔子学院的政治化解读为意识形态渗透。这种由于外部舆论环境变坏而引发的信任危机，使

得正常的文化教学活动受到干扰,甚至有些机构被逼关闭。从话语分析的角度看,主要是由于双方对核心概念的误读和传播策略生硬僵化所造成的。

文化符号以及表达方式在跨文化背景下,被赋予了出乎意料的政治隐喻,造成传播意图和接受效果严重的不匹配。以“和谐”为例,如果对它的解释不能结合当地的政治文化语境做软化处理,很容易被误解为强制维持现状。孔子学院的话语建构要体现去政治化、生活化的特点,利用超语交际重视语境协商的特点,通过人类共通的情感、艺术、生活方式来建立联系,减少宏大叙事,增加微观层面的个体互动,以透明、开放的姿态重建信任机制。

（二）教学质量的参差不齐

过去20年间,孔子学院的数量爆发式增长,扩张速度也必然会带来教学质量的下降。不同地区、不同承办院校的教学水平存在着较大的差异,有些教师缺少系统的跨文化交际能力,不能有效地调动多模态资源开展高质量的超语教学。

师资力量的弱点主要表现在两个方面:第一,在语言本体知识上基础薄弱,无法回答高层次学习者提出的问题;第二,缺乏跨文化敏感度,不能妥善处理课堂上出现的文化冲突问题,仍然固守单语教学的传统,不接纳学生的母语资源参与进来。

教材以及教学资源方面出现延迟配送或者不匹配的需求。部分教材内容过时,脱离当代中国社会的现实情况,使学生学到的文化知识有“博物馆化”的倾向,不能引起年轻一代的学习兴趣。因此就会造成中华文化对外传播信誉度、美誉度的大幅度下降,影响话语体系的深入渗透。

（三）从“数量扩张”到“质量提升”的转型

在内外两方面的压力之下,孔子学院正处在从规模化向内涵式发展转型的关键时期。这是战略转型也是重塑国家对外话语体系的良机。

未来的发展方向只能是提高质量,就是制定更加严格的质量标准和考核标准。在教学上,要大兴超语教学之风,对教师进行多模态教学技能培训,使其成为各种交际资源随意运用的引导人。只有经过深入的本土化研究,才能产出符合当地认知习惯的高质量教材和数字资源,使目前的“输血式”教学转变为“造血式”教学。

同时转型也就要求精准化的传播策略。不再追求“大水漫灌”式的普及,而是在各个地区、各个阶层的受众需求的基础上,提供个性化的文化服务。如在精

英阶层里开高端汉学研修班，在社区居民中开实用生活汉语课。细分受众市场来提高话语供给的针对性与有效性。只有在内涵建设上持续用力，靠高质量的教学实践和真心的文明交流，在纷繁的国际舆论场中慢慢冲刷掉偏见，才能形成一个中国特色、与世界对话的对外话语体系。

第二节 文化节庆活动的国际推广

一、春节、中秋节等节庆的海外传播

中华传统节庆以其鲜明的视觉识别度、深厚的情感共鸣力与高度的仪式完整性，成为文化“走出去”的先锋载体。其海外传播本质上是一场文化符号的再语境化过程——原生于农耕文明的时间节律与伦理秩序，被重新编码为适合都市公共空间、契合多元文化受众认知习惯的当代叙事。这一过程并非单向移植，而是通过视觉奇观、社区互动与商业机制的三重驱动，构建起一个开放、流动、可协商的意义网络，使中华文化在异域土壤中实现创造性转化。

（一）节庆符号的视觉化与仪式化呈现

节庆之所以能在语言不通的跨文化环境中迅速引发共鸣，关键在于其强大的非语言符号系统。红灯笼、春联、月饼、桂花等物象早已超越实用功能，转化为承载“团圆”“吉祥”“和谐”等集体情感的文化能指。从超语交际角度看，这些视觉符号构成了一套跨语言的通用语汇——其色彩饱和度、对称构图与象征意涵，能绕过语言障碍直接作用于受众的感官与情绪。例如，红色在中国语境中象征喜庆，在西方虽无完全对应，但其高能量属性仍能激发积极联想，形成初步的文化印记。

仪式化行为则将静态符号转化为动态体验。舞龙舞狮的节奏、包饺子的协作、拜年的作揖，皆是以身体为媒介的叙事。即便听不懂“恭喜发财”的汉语发音，外国参与者也能通过模仿动作、观察表情、融入群体氛围，感知节庆的庄严与欢腾。这种具身化传播（embodied communication）有效弥合了语言鸿沟，使文化意义在“做”与“感”中被内化。值得注意的是，海外节庆呈现并非原样复制，而是在保留核心意涵的前提下进行适度调适——如简化舞龙长度以适应街道尺度，或采用环保材料制作灯笼。这种策略性调整并非文化妥协，而是超语实践中“语境

协商”的必然选择，体现了对外话语建构的开放性与适应性。

（二）与当地社区文化的融合与互动

节庆传播若止步于华人社群内部，便难以真正嵌入主流文化肌理。成功的海外推广，必须推动节庆从“文化飞地”走向“公共节日”。如今，伦敦特拉法加广场的春节庆典、悉尼歌剧院的中秋灯光秀，已吸引大量非华裔民众参与。政要致辞、多元族裔共舞、本地学校组织文化体验课，共同绘就一幅跨文化共生图景。这种参与主体的多元化，标志着节庆完成了从“他者展示”到“共同庆祝”的质变。

更深层的融合体现在文化表达形式的杂糅创新。海外节庆现场常可见西方交响乐团演奏《茉莉花》，街头涂鸦艺术家以生肖为主题创作壁画，法式甜点融入月饼馅料。这些实践并非简单拼贴，而是不同符号系统在共享时空中的创造性互涉（creative intertextuality）。超语交际理论强调，意义生成依赖于资源的自由调用与重组，而非固守文化本真。当中国龙纹与哥特建筑线条共存于一张海报，当电子音乐混入古筝旋律，新的文化语法便在碰撞中诞生。这种混合性不仅拓展了节庆的表现维度，也使其成为多元社会中文化对话的日常接口。

（三）商业元素与文化内涵的平衡

在全球消费主义语境下，节庆传播难以回避商业逻辑。品牌联名、主题快闪、限量礼盒等商业手段，为节庆提供了规模化传播的资金与渠道，加速了文化符号的流通。例如，某国际奢侈品牌推出“新春限定”系列，将祥云、锦鲤图案融入设计，既满足消费者对东方美学的想象，又在无形中传递了吉祥寓意。这种“商品即媒介”的策略，使抽象文化理念转化为可触摸、可拥有、可分享的日常物件，实现了柔性渗透。

然而，过度商业化亦有掏空文化内核之虞。若春节沦为购物促销节点，中秋简化为月饼口味竞赛，则“慎终追远”“天人合一”等深层价值极易被遮蔽。超语交际提醒我们：符号的意义不在其形式，而在其使用语境。因此，节庆产业化必须坚持文化主导原则——商业合作需以准确传达节庆精神为前提，产品设计应嵌入故事性与仪式感。例如，在月饼包装中加入嫦娥奔月AR动画，或在商场布置“年俗体验角”，使消费行为同时成为文化学习过程。唯有如此，才能避免“迪士尼化”的浅表娱乐，确保对外话语体系既有传播广度，更有思想深度。

二、超语视角下的节庆话语分析

超语交际理论颠覆了“语言中心主义”的传播观,主张意义是主体在具体情境中动态调用全部符号资源协同建构的结果(Canagarajah, 2013)。文化节庆恰是这一理念的绝佳实践场域——其话语系统由语言、图像、声音、动作、气味、空间等多模态符号交织而成,形成一张意义之网。各模态并非孤立运作,而是在互文关系中彼此强化、补充甚至转化,使中华文化得以在非汉语语境中被充分理解与再创造。

(一) 多模态符号的协同

在现场节庆活动中,多模态符号的协同是形成沉浸式文化体验的基础。听觉上锣鼓阵阵、鞭炮噼啪、民族音乐悠扬曲调等构成特有的声景,这些听觉符号具有很强的穿透力,可以很快地引起受众情绪的共鸣。嗅觉、味觉方面独特的美食香气和味道能给人们带来直接的感官体验,依靠生理感受传递信息的方式比语言描述更加深刻持久。

视觉符号和其他模态符号之间存在着紧密的互文性。福字不只是视觉上的一种图像,它一般还会和红色的背景(视觉)、拜年时说的吉利话(语言)、贴倒“福”的动作(身体行为)等结合起来,共同指向幸福降临的寓意。多模态协同不是简单的叠加,而是各种符号渠道互相补充,在这个过程中意义空白逐步被填满。对于不熟悉中文的海外受众而言,即使不能理解汉字“福”的字面意思,也能凭借红色的喜庆感、周围人的欢笑声、互送礼物的行为来准确把握节庆所蕴含的精髓。

数字媒体传播里多模态符号协同的现象最明显。在社交媒体上,有关中国节庆的短视频常常会把快节奏的剪辑、动感的背景音乐、双语字幕、特效滤镜等组合在一起。技术性符号资源加入,使节庆话语表达维度更丰富,传统文化以符合数字原住民阅读习惯的方式被传播出去,实现传统符号和现代媒介符号有机结合。

(二) 节庆故事的多语言、多版本讲述

节庆背后往往附着神话传说或历史典故,如年兽、嫦娥奔月、屈原投江等。对外传播中,这些故事不再依赖单一标准文本,而是呈现出超语特征的多版本叙事。讲述者根据受众语言能力与文化背景,灵活切换汉语、英语或本地语言,辅以类比、手势、道具等资源。例如,向儿童解释“年”时,可能说:“It’s

like a monster that's scared of red and noise—kind of like Halloween, but we scare it away to welcome spring.”这种类比虽简化了原意，却搭建起理解桥梁，体现超语交际“以受众为中心”的核心原则。

同一故事在不同语境中亦衍生出多样版本：学术讲座强调历史考据，儿童绘本突出奇幻色彩，旅游宣传片侧重体验感召。这些版本并非相互排斥，而是构成多声部叙事网络，从不同切面展现节庆的丰富性。超语视角下，这种多样性不是混乱，而是意义生成的必要条件——它允许不同背景的受众在各自认知框架内找到接入点，最终汇聚成对中华文化的立体理解。

（三）参与者的跨文化互动与意义协商

节庆活动中的话语建构不是单向输出，是双向甚至多向的互动。中外参与者在这个过程中不断发问、解释、修正、反馈，一起协商形成文化意义。当外国友人问起“为什么要吃鱼”时，中国参与者给出的回答肯定不会止于“年年有余”这个谐音梗，很可能会用手势比划着、拿出实物、诉诸生态观念之类的方式来回答。即时、动态的交际行为把固定的文化知识变成流动的交际资源。

在意义协商过程中，误解和创造性误读都有可能发生，但它们并不完全是消极的。有时，这样的“误读”还可以成为文化创新的契机。国外人也许会把中国龙误认为喷火的猛兽，但是通过舞龙表演的展示和讲解，他们就会慢慢明白中国龙作为祥瑞、力量、智慧的象征所具有的特殊意义。从误解到理解甚至产生新解的过程，就是跨文化交际的魅力所在。打破了文化传播的僵化局面，使中华文化在与他者交流时具有了更多的韧性以及适应性。

超语视域下，参与者身份是流动的。在某一时间点，外国参与者不但是听众，还会通过穿汉服、学包饺子等方式转变为文化的演绎者和传播者。身份互换叠加使节庆活动的参与感、归属感加强了，对外话语系统也不是单纯的一言堂式的“我讲你听”，而是变成了我们大家共同演绎的形式。

三、节庆传播的效果评估与反思

在构建中国特色对外话语体系的进程中，对节庆国际推广成效的科学评估至关重要。评估标准需超越表面热度，深入考察文化意义是否被准确解码、情感共鸣是否真实发生、价值认同是否持续积累。同时，亦需警惕商业化、标准化带来的文化异化风险，确保传播既有广度，更有深度。

（一）媒体报道量与公众参与度

量化指标仍是评估传播广度的基础。媒体报道量应兼顾主流媒体与社交平台：前者反映节庆在官方话语中的地位（如 BBC 对春节的专题报道），后者体现民间热度（如 #ChineseNewYear 在 Instagram 的 UGC 内容）。尤其需关注非华裔用户的参与比例——若 TikTok 上 70% 的春节挑战视频由本地青少年发起，则说明文化已突破族群边界。

线下活动的参与数据同样关键。除观众总数外，更应分析人群构成、停留时长、互动频率等质性指标。例如，一场中秋诗会若吸引大量本地家庭带孩子参与手工灯笼制作，并主动询问诗句含义，则表明活动已从“观看”升级为“体验”。这些微观行为，是文化真正“落地生根”的实证。

（二）文化认知度与好感度的提升

相比冰冷的数字来说，受众心理上产生的积极改变才是评价传播效果更重要的标准。文化认知度指的是海外受众对中国节庆背后历史渊源、风俗习惯、价值观念等的知晓程度。有效的传播应该使受众从“知道中国有春节”上升到“理解春节代表除旧布新、家庭团聚”。评估可以运用问卷调查、深度访谈等方法来考察受众对于中国的刻板印象是否消除，是否形成了比较客观立体的认知图景。

好感度提升属于情感维度的考虑。节庆活动营造出的欢乐祥和的气氛，天然就具有消除隔阂、缩短心理距离的作用。用节庆这样一种柔性媒介，把受众在活动中获得的愉悦体验，转化为对中国国家形象的正面情感。情感的积累是潜移默化的，可以表现为对中国美食的喜爱、对中国旅游的向往、对汉语学习的兴趣等等。当海外民众开始自觉地在自己的社交圈分享中国节庆的快乐时，才真正说明文化亲近感已经产生，对外话语体系的情感共鸣机制才真正启动。

认知和情感的积极变化，是判定超语交际是否成功的标准。它证明不仅是符号被传递，而且意义也被成功解码，并且产生了共情。当“他者的节日”变成我们庆祝的时候，就意味着中华文化在国际舆论场中的话语权、影响力发生了实质的提高。

（三）商业化对文化本真性的影响

在肯定节庆传播取得成果的同时，应该对随之而来的商业化倾向保持清醒的反思。商业化是一把双刃剑，在促进节庆文化广泛传播的同时也会给文化本真性造成冲击。为了迎合市场的需要，一些节庆符号可能会被过度简化、拼贴、曲

解, 从而造成文化深度上的缺失。为了追求视觉刺激, 一些活动不惜放大奇异色彩, 忽略了节庆本应具有庄重、内敛的精神内涵, 把文化展示变成了肤浅的景观消费。

迪士尼化的倾向会造成海外受众对于中华文化的新的误读, 把中华文化仅仅当作一种异域风情的娱乐产品, 忽视其深厚的文化底蕴。商业逻辑下的标准化复制, 也会抹杀地域之间、民俗之间差异, 对外呈现的中国文化面孔会变得单一、脸谱化。

因此, 未来的节庆推广要在保持文化原真性的基础上, 又能适应商业运作的逻辑。这就意味着, 我们在构建对外话语时, 既可以利用商业渠道强大的传播力, 又可以牢牢掌握文化解释的主导权; 既可以有创新变通的形式, 又可以坚守住自己的价值底线。只有不断的反思和校正, 才能使中华优秀传统文化的对外传播既有热度有深度, 最终达到从文化符号到文化精神的跨越。

第三节 传统艺术形式的现代诠释

一、京剧、昆曲等戏曲的海外传播

中国戏曲作为高度综合的表演艺术, 集唱、念、做、打于一体, 本质上是一个多模态超语符号系统。其程式化动作、象征性布景与文言唱词共同构成高语境文本, 对缺乏文化预设的海外观众而言, 理解门槛极高。因此, 现代诠释的关键不在于“是否使用汉语”, 而在于如何重构符号组合方式, 使情感内核超越语言障碍, 在异域语境中被准确感知与再创造。

(一) 经典剧目的改编与浓缩

全本戏曲动辄数小时, 叙事节奏缓慢, 与当代全球观众的审美习惯存在张力。超语交际视角下的改编, 并非简单删减, 而是基于受众认知结构的符号再编码。主创团队需识别核心情感冲突——如《牡丹亭》中的“情可回生”——将其提炼为戏剧高潮, 压缩枝节情节, 强化视觉与肢体表达。青春版《牡丹亭》海外巡演即为例证: 保留昆曲水袖、身段与雅致唱腔, 但大幅精简场次, 聚焦杜丽娘与柳梦梅的情感主线。观众即便不解唱词, 亦能从眼神流转、指尖微颤、衣袂翻飞中体会生死相依之情。这种策略将高语境文本转化为低语境视觉叙事, 以人类共通

的情感体验为桥梁,实现意义的精准传递。

(二) 运用现代舞台技术增强表现力

现代科技的介入给传统戏曲的跨文化表达赋予了诸多多模态资源,极大扩充了戏曲艺术的表现领域。传统戏曲舞台上所讲究的“一桌二椅”的虚拟性、象征性,其极简主义美学虽然意蕴深远,但是对没有相应文化预设的海外观众来说,很难在脑海中形成具体的场景和气氛。现代声光电技术的应用并不是取代传统虚拟表演,而是在创造出沉浸式视听环境之后,引导观众展开审美联想,填补因文化差异造成的想象空白。

舞台上的灯光设计,作用已经不仅仅是照明,更是参与到故事的发展、情感的表达之中。利用冷暖不同的色温、切割和流动的光区,灯光可以很好地表现人物的内心世界,把观众的注意力引向某一个场景,甚至暗示剧情的发展。多媒体投影技术的加入给戏曲舞台带来了新的视觉维度,水墨背景、山水画卷、虚实结合的演员表演等都体现出了中国传统艺术的风韵之美,同时又大幅度地加强了视觉冲击力。叠加的多模态符号把戏曲表演从单一的平面呈现变成立体的感官享受,调动起观众的各种感官来参与其中,在不知不觉间降低跨文化理解的难度,增强艺术感染力。

(三) 中英文字幕与现场解说

字幕与导赏是超语交际中不可或缺的辅助性语言资源。优秀字幕翻译并非追求字面对应,而是文化意象的再创造。实践中常采用“归化+异化”混合策略:日常对白用地道英语确保剧情流畅,而“情不知所起,一往而深”等核心诗句则保留诗意结构,辅以简短注释(如“a love beyond reason”),既传达情感,又彰显文化独特性。此外,演出前的导赏环节介绍行当、手势、锣鼓经等程式语言,相当于为观众安装“解码器”;演出中电子屏实时提示典故背景,则构建动态认知脚手架,助其从“看热闹”进阶至“看门道”,真正走进戏曲的符号世界。

二、书法、国画等视觉艺术的跨文化表达

书画艺术以“写意”为核心,强调“气韵生动”“计白当黑”,其抽象笔墨语言对习惯写实传统的西方观众构成理解挑战。超语交际要求我们将隐性美学显性化,通过多模态阐释与具身参与,搭建中西视觉经验的对话通道。

（一）从“写意”到“具象”的阐释补充

策展者常采用“以象释意”策略，借助类比激活通感。例如，将狂草线条比作现代舞的肢体律动，或将留白意境类比爵士乐的即兴停顿，使抽象美学获得具象锚点。更有效的是动态可视化技术：通过动画还原水墨在宣纸上的晕染过程，观众可直接看到“空”如何孕育“有”，“虚”如何承载“实”。配合诗意解说（如“the silence between brushstrokes speaks louder than ink”），哲学概念转化为可感视觉逻辑，引导观众逐步领会“画外之音”的东方智慧。

（二）材料、技法的展示与体验工作坊

超语交际重视身体在意义建构中的作用，具身认知理论认为认知不单单产生在大脑里，它更深深植根于身体同外界环境的交互当中。所以书法和国画的对外传播不能只展示最终的作品，还要展示创作过程，甚至让受众亲身参与。技法展示区、体验工坊把笔墨纸砚这“文房四宝”的物理特性以及使用方法直观地呈现给观众。

当海外观众自己拿起毛笔，感受到笔毫在宣纸上摩擦、弹起的时候，看到墨汁在水的帮助下变得丰富多彩时，他们对中国书画的体会就不再只是通过眼睛，而是从手、脚等各个感官方面有所感受。这种身体的介入，就打乱了“观看”和“被观看”二元对立的局面，受众成了意义的共同创造者。他们在书写、涂抹中直接体会到了“力透纸背”、“中锋用笔”等专业术语的实际意义。以身体为媒介获得的知识比单纯的口头讲述要深刻、长久。体验式工作坊属于高强度的超语交际场域，实物、动作、语言在这里交互动，大量的文化隔阂被消除，中国传统艺术也在海外找到了生长的土壤。

（三）与国外抽象艺术的对话与比较

寻找中西艺术的契合点，是深度对话的有效路径。策划对比展，将八大山人的孤鸟与罗斯科的色域绘画并置，或怀素狂草与波洛克滴画同厅展出，可激发跨文化互文解读。此类策展并非强行等同，而是揭示精神层面的共鸣：如极简形式背后的禅意思维，或身体律动中的潜意识释放。借助西方艺术理论话语（如“gestural abstraction”）阐释中国书画，既便于其进入国际评价体系，又反向凸显中华美学的现代性——证明其非博物馆古董，而是具有普世生命力的活态传统。

三、现代诠释的得与失

（一）降低了理解门槛，扩大了受众面

显而易见，用多模态现代诠释的方式可以降低传统艺术的接受门槛。改编紧凑的剧情、绚烂的舞台效果、精准的翻译字幕、互动的体验环节，都成了给没有中文背景、对中国历史文化知晓甚少的海外民众搭建起来的一座座认知阶梯。去精英化、通俗化的传播策略成功地将受众从原来的汉学专家圈层扩大到了大众，尤其是年轻人。

数据显示，上面的现代诠释方式诠释之后中国传统艺术表演、展览的海外票房收入、观众人数都有较大增长。受众面的扩大不但是商业上的成功，也是中华文化影响力辐射范围实质性地扩大。当越来越多的外国人欣赏京剧唱腔、理解书法线条的时候，中华优秀传统文化就不再是静止在博物馆里的展品，而是活跃在国际文化交流前沿的一股富有生命力的力量，为人类共同进步构建起一条情感的纽带和精神的滋养。

（二）可能牺牲部分艺术精髓与韵味

在为传播广度的拓展而感到欣喜的同时，也不能不面对传播深度可能被削减的忧虑。为了适应海外受众的审美习惯和认知水平，改编和包装技术的使用，在所难免地会在一定程度上淡化传统艺术的本体特征。以追求视觉奇观为目标的戏曲演出，如果对声光电技术的使用过于痴迷，甚至走向了非理性的极端，那么会导致演员的唱念做打被技术所取代，戏曲最本质的“角儿”的艺术被技术所取代，出现“话剧加唱”的现象，失去了戏曲特有的虚拟性、写意性美学。

同样，如果在视觉艺术阐释中过于强调它和国外抽象艺术的相通之处，就会忽略中国书画所独有的文化基因与哲学内涵。把书法简单地看作是抽象的线条，会使受众忽视文字内容本身的文学性、思想性，忽视了书法是“载道”之器，而不是单纯的形骸游戏。为了“易懂”而进行的简化和置换，如果不能准确把握好尺度，很容易造成中华文化的浅表化传播，造成误读，使海外受众虽然接触到了中国艺术的表层，但无法触及中国艺术灵魂深处的精髓和韵味，形成一种“洋泾浜”式的文化印象。

（三）在“守正”与“创新”之间寻找平衡

因此，中华优秀传统文化的对外话语体系建构必须在“守正”与“创新”之

间求得一种动态的平衡。守正，即保持中华文化的本体地位与核心美学精神，不论传播方式怎样变化，都不能失去戏曲的程式、书画的笔墨法度以及其中所蕴含的中国智慧和中國气派；创新，则是要敢于运用超语交际的各种策略，利用现代科技和多元符号资源，对传统艺术进行创造性转化和创新性发展。

寻找这个平衡点的有效途径，就是创建分众化和分层级的传播体系。初级受众需要用视觉化、通俗化的现代解读方式来吸引人的注意，高级受众则需要回到艺术本身去获得纯粹的艺术体验以及学理分析。传播主体要有足够的文化自信和自觉，在使用外来话语、技术的时候，不能丧失自身的主体性，不能为了迎合而迎合，要把现代元素当作衬托红花的绿叶，保证中华优秀传统文化在跨文化交流过程中既能够“走出去”，又可以“走进来”，在世界文化的百花园中绽放出独一无二且经久不衰的灿烂之花。不仅是一个艺术传播的策略问题，而且也牵涉到中华文明主体性建构的长期议题。

第四节 文化产品的海外接受效果

在超语交际视域下，文化产品的海外接受并非单向信息传递，而是不同文化主体调用各自符号库，在影像、声音、互动、社群等多模态场域中协商意义、建构认同的动态过程（Pennycook, 2017）。影视、游戏、网络文学等产品，因其高沉浸性与强交互性，成为中华文化对外话语体系的前沿阵地。其接受效果不仅关乎市场数据，更反映中华美学与价值观能否在全球语境中被理解、共鸣乃至再创造。

一、影视作品的海外传播分析

影视作品是集图像、声音、文本于一身的高语境媒介，超语交际中它是全感官接触区。它可以依靠非语言符号的直观性有效地克服语言差异带来的理解困难，成为中华文化对外话语体系构建的前沿阵地。

（一）《流浪地球》等科幻片的文化输出

《流浪地球》系列以“带着地球流浪”的集体主义叙事，颠覆西方“诺亚方舟”式个体逃生逻辑。从超语视角看，影片以行星发动机、冰封城市等视觉奇观作为跨文化通用符号，直接唤起全球观众对生态危机的共感。即便字幕无法传递

全部文化隐喻，画面逻辑仍清晰传达“故土情结”与“族群延续”的中国式浪漫。这表明，在宏大叙事中，人类共通情感（亲情、牺牲）与普世视觉语言，是文化话语实现“软着陆”的关键路径。

（二）《延禧攻略》等古装剧的流行现象

古装宫廷剧作为展示中华传统物质文化、礼仪制度的主要媒介，它的海外流行说明了审美符号在跨文化交际中有着很强的穿透力。不同于以前国产剧使用高饱和度的色彩，《延禧攻略》大胆地使用了低饱和度的色彩美学。该种色彩语言在国际传播中被认为是高级的莫兰迪色或者中国传统色，很好地契合了目前全球中产阶级的审美趋向。

剧中的刺绣、绒花、打树花等非物质文化遗产元素并非只起到背景的作用，它们也是故事情节的重要部分。从超语交际的角度来讲，原本附属于特定历史背景的文化符号，在精心制作的服化道中转变为直观的视觉审美体验。海外受众虽然不熟悉清代的官职制度和后宫等级，但是通过服饰图案、头饰繁复程度可以感受到人物身份的变化、权力的流转。

该剧采用快节奏、强冲突的“爽剧”式叙事，这样的叙事符合流媒体时代全世界观众碎片化看剧的习惯。女主角魏璎珞不惧权势，一路打怪升级的现代性人格特点，披着传统文化的壳，实际上是表达了具有普遍价值的个人奋斗精神。传统表征方式与现代内核相结合的符号组合方式大大降低了文化折扣，让不同文化背景的观众在情感上很快进入剧情，接受剧中所传达的“仁爱”、“忠义”等传统价值观。

（三）动画电影中的文化元素植入

中国动画电影近年在海外市场取得突破，很大程度上是由于对神话原型进行了创造性的重塑，并且用现代化的视听语言加以改造。以《哪吒之魔童降世》、《白蛇：缘起》为代表的影片，并没有简单地对古老的传说进行复述，在传统神话符号的基础上，按照当代的价值观进行了再编码。再编码的过程就是典型的超语实践：保留神话人物的经典视觉特征（哪吒的乾坤圈、混天绫），但是赋予其反抗宿命、寻找自我现代存在主义内核。从视觉上讲，作品里大量地使用了中国山水画的留白意境同现代3D特效技术巧妙结合形成了独具一格的视觉语言。这样的语言有东方的神韵，也符合国际工业的标准，让“我命由我不由天”的中国哲学，能够通过震撼的视听，走进海外观众的心里。

二、网络文学、游戏的出海研究

相比影视的单向观看，网络文学与游戏构建了参与式超语空间，受众从“他者凝视”转向“自我涉入”。

（一）仙侠、玄幻题材的吸引力

中国网络文学在海外的爆发式增长，属于一种非常特别的跨文化语言习得现象。仙侠、玄幻题材作品创造了一个逻辑严密、自成体系的世界观，诸如道、气、金丹、飞升之类的概念，在英语里并没有对应的语义对等词。

海外粉丝社群同译者一同生成了混合的语言变体。他们并没有生硬地意译这些词，而是大量使用拼音音译或者创造专门术语（Cultivation, Daoist等）。这种语言实践造成海外读者若要明白剧情，便只能自发地去学习一些中国道教文化以及武侠文化的常识。

随着阅读的深入，读者不再只是停留在表面的打斗场面，而是在评论区里讨论起因果、轮回等深奥的哲理。依靠文本细读的接受过程，中国的传统文化中的宇宙观、伦理观以游戏化的“升级”系统被受众所接受。读者在追更的过程里，其实进行了一场时间很长、强度很大的跨文化认知训练，由此产生了对中国幻想文学独特话语体系的认同感和依赖感。

（二）游戏中的东方美学与价值观

电子游戏作为交互式多媒体，环境叙事、游戏机制、视听艺术三者相融合，给海外玩家提供具有身份认同的文化体验场域。就拿《原神》中的璃月地区来说，游戏制作方并不是简单的堆砌中国元素，而是在里面创造了一个完整的生态系统来体现东方美学。

玩家的游戏中的探索活动就是一种超语交际。玩家走在绝云间，耳边是传统民乐加交响乐的背景音乐，眼前是喀斯特地貌的奇峰怪石，这样的沉浸式体验，并不需要太多的语言文字去介入，就能传达出“天人合一”的自然审美观。就游戏机制而言，角色的技能动作里包含戏曲身段和武术招式，玩家操控角色打斗的时候，实际上是在对中国的传统身体文化符号动作进行复制。

近期引起广泛关注的《黑神话：悟空》，又把文化输出推向了新的高度。《西游记》中妖魔鬼怪被还原得细致入微，古建筑也被数字化扫描得十分精确，游玩的过程就变成了一次虚拟的文化朝圣。海外玩家为了通关开始主动查阅《西游记》

原著背景,研究中国佛教美术风格。由游戏带来的乐趣所驱动的主动探索,比传统说教式的传播效果更好。

（三）粉丝社群的跨文化互动与再创作

粉丝社群是文化产品的消费者,也是跨文化意义的生产者。海外粉丝在Discord、Reddit和各种翻译网站上,就中国文化产品形成了一个阐释共同体。社群内部交流存在超语交际的特点,英语中夹杂着拼音词语、表情符号、中式英语表达,从而形成带有自身特色亚文化方言。

粉丝再创作活动如同人创作、粉丝小说使得文化接受的效果更加明显。根据中国文化设定写同人小说、画插画、制作解说视频。在这个过程之中,它们必须要对原文的文化细节加以咀嚼,进而把这种咀嚼与自身的本土文化经验联系起来。再创作就是不同的文化视域的碰撞,中国文化元素因此脱离了原本的语境,在海外粉丝的日常生活以及想象的世界中扎根生长,完成了文化符号的本土化再生与意义增值。

三、接受效果的测量与影响因素

对于文化产品在海外的接受度,不能只依靠感性的描述,而应该建立一个量化指标与质性分析相结合的综合评价体系,客观看待传播过程中出现的文化折扣现象,进而调整对外话语建构的策略。

（一）票房、点击率、评分等量化指标

量化数据是衡量接受效果最直观的标尺,它反映了文化产品在海外市场的覆盖广度与受众的消费意愿。

1. 经济收益指标反映的是硬实力。电影海外票房收入、游戏全球销售收入、网络文学平台的付费订阅人数等,都是文化产品市场变现能力的直接反映。国产游戏在欧美主流市场的畅销榜排名,成为衡量其是否已经从亚文化圈中走出来、被大众知晓的关键因素。

2. 关注度、口碑指标是软着陆的程度。流媒体平台播放量、点击量、完播量是受众黏性,IMDb、烂番茄、MyAnimeList等国际权威评分网站的分数、评分人数是核心受众的满意程度。高分一般意味着产品成功克服了文化差异,引起了普遍的情感共鸣。

（二）评论、弹幕、社交媒体讨论的质性分析

相比起冰冷的数据，受众所给的文本反馈所含有的意义协商细节要多得多。研究者通过对 YouTube 评论区、Twitter 话题标签、视频网站弹幕文本进行挖掘并做情感分析，可以进一步探究海外受众“怎样”理解，“为什么”接受或排斥某文化产品。

从超语交际的角度来说，弹幕是即时叠加在视频之上的文字流，有特别的分析意义。海外观众的弹幕一般是对剧情的即时反应、对文化陌生点的提问以及根据自己的文化背景产生的联想。经过质性分析可以发现，并非所有的“误读”都是负面的，有些甚至带有创造性的“误读”，为跨文化理解提供了新的角度。社交媒体上长评、视频解读所表现出的价值观交锋。通过对这些话语材料进行分析可以找到文化传播的痛点与亮点，从而了解受众怎样调动自身的文化知识来弥补跨文化理解的空白。

（三）文化折扣现象及其克服策略

虽然有一些产品取得成功，但是“文化折扣”仍然是阻碍中华文化对外话语体系建设的瓶颈。文化折扣指的就是高语境文化向低语境文化传递过程中，不可避免地会存在信息和意义的丢失。海外受众由于缺少对中国历史典故、社会潜规则、特殊情感表达方式等的认知背景，很难理解作品的深刻含义，审美体验因此大打折扣。

要克服这种情况就需要采用多样化的超语策略。第一方面是在内容创作阶段就要重视提取最大公约数，即找到人类共通的情感结构（如爱、恐惧、成长）作为叙事核心，把独特中国文化符号作为表征形式，实现“情感无国界、文化有特色”。另一方面就是发挥各种模态符号的互补性，借助视觉特效、音乐氛围、动作设计等非语言手段去传达那些无法通过翻译实现的文化意蕴。提高本土化的程度也十分重要。译者不应该是简单的语言转换者，更应该成为文化阐释者，在源语文化异质性、目标语受众认知负担之间找到一个恰当的平衡点。

第八章 话语体系建构的实施路径

超语交际视角之下，中华优秀传统文化对外话语体系的塑造，既是一种理论层面范式的更替，又是一份浩大又繁杂的系统性工程。迫切需要具体的实施途径，把前瞻理念变为现实。本章会细致研究怎样从政策保障、法律完善、资源配置这些宏观方面给予全面的支持，从而让这一体系有效落实。

第一节 政策支持与制度保障

超语交际强调意义生成的流动性与资源调用的开放性，这要求国家层面提供稳定、包容、前瞻的制度环境。唯有通过顶层设计、法律护航与机制协同，才能为多模态文化实践扫清障碍，释放其跨文化潜能。

一、国家顶层设计与战略规划

话语体系建设是一项关乎国家软实力的战略工程，必须置于国家总体外交与文化安全框架中考量。传统“翻译+宣传”模式已难以应对全球传播生态的复杂性，亟需以超语思维重构政策逻辑——即承认文化意义并非固定于语言文本，而是在多符号互动中不断生成。

（一）将文化话语建设纳入国家发展战略

国家要把中华优秀传统文化对外话语体系的建构提升到国家安全、软实力建设的战略高度。这就需要决策者摆脱以往的“翻译”或者“宣传”思维模式，从超语交际的宏观角度出发，认识到话语权争夺实质上就是符号资源解释权和定义权的争夺。在国家战略制定中，要确立起文化主体性与交际灵活性辩证统一的原则：在坚守中华文化的核心价值内核的同时，也要根据具体的传播策略来灵活地运用流动、混杂、多模态的超语方式。

战略部署要成为国家意志的具象化呈现，也就是在党和国家的重要会议文件、决议里，明确写出创建融通中外话语体系的壮丽愿景。该战略不应该只停留在语

言文字的翻译上,而应该囊括各种视觉、听觉、数字媒体等符号系统。把支持多语种、多模态的文化内容生产当作提升中华文化国际影响力的大势所趋。在国际舆论场上,中华文化应该能够利用一切可以利用的交际资源,从被表述向自表述转变。

在此战略模式中应该突出超语交际在化解文化误解、缓解文化冲突中所起到的缓冲作用。国家战略应该提倡并扶持以非语言符号(艺术、音乐、仪式等)作为跨文化交际的共同语言,以此来减少由于语言结构不同而造成的语义损耗。把这样的交际策略上升为国家意志,可以给后续具体的政策制定提供最高层面的法理依据和政治背书,保证各级执行部门推动文化“走出去”的时候有统一的思想指引和行动逻辑。

(二) 制定中长期发展规划与行动纲要

战略愿景需通过可操作的路线图落地。建议制定《中华文化对外话语体系建设五年行动计划(2026—2030)》,明确阶段性目标:如2027年前完成核心文化术语的多模态阐释标准(含视觉符号、动作编码、情感映射);2029年实现重点文化产品在欧美、东南亚市场的本土化运营覆盖率超60%。规划应设立“超语创新试验区”,支持VR戏曲、AI书法教学、多语种互动博物馆等项目先行先试。同时建立动态评估机制,依托大数据监测海外受众对多模态内容的接受度,及时调整策略,确保话语体系与全球数字生态同步演进。

(三) 建立跨部门的协调工作机制

中华优秀传统文化的对外传播牵涉到宣传、外交、文化、教育、科技等各个部门。单凭一个部门的力量,很难独自完成话语体系的宏大工程。因此必须建立高效率的跨部门协调工作机构,打破行政壁垒,形成“大外宣”、“大交际”的工作局面。该机制应该由高层领导牵头,组成联席会议制度,定期研究国际传播情况,协调调动各方面的资源,解决部门间合作存在的障碍。

协调机制的主要功能就是对分散于各系统间的符号资源、传播渠道进行整合。外交系统掌握大量第一手交际经验和人际关系;教育系统负责孔子学院和留学生相关工作;文化旅游部门掌控所有展示场所和博物馆等文化资源;科技部门是文化传播技术发展的重要部门。通过联席会议,可以把它们的资源进行跨界重组。利用科技部门的虚拟现实技术为文博资源赋能,再用外交、教育渠道在海外展出,这就是多部门合作形成的超语传播大军。

在此机制之下，还要建立专门的信息共享和应急响应平台。一旦出现突发的国际文化热点或者关于中华文化的舆论抹黑，各部门就可以迅速联合起来，采用多模态手段及时作出反应。跨部门协同不是行政力量的叠加，而是超语交际中“整体性交际”理念在制度上的一种体现，是为了保证国家对外话语表达时声音一致、行动一致、效果叠加。

二、法律法规的完善与落实

法治是超语实践健康发展的基石。面对文化产品形态日益融合、传播边界日益模糊的新常态，法律体系必须从“规制”转向“赋能”。

（一）完善知识产权保护，激励文化创新

从超语交际的角度看，文化传播常常要对原有的符号资源进行重组、拼贴和再创作，这就直接牵涉到知识产权保护的核心领域。完善知识产权法律体系，第一件事就是确定传统文化资源的归属以及可以被使用的范围。传统文化属于公有领域，但是当传统文化经过现代演绎、多模态转化（如改编成动漫、游戏、数字藏品等）后的衍生作品，一定要予以严格的法律保护。既可以保障创作者的合法权益，也可以从源头上激发社会力量去发掘传统文化资源，创作出符合当代国际受众审美习惯的超语创新作品。

法律条款还要细化对跨语言、跨媒介侵权行为的界定。在数字传播的时代，文化产品的盗版、篡改成本很低，并且常常牵涉到跨境行为。因此需要推进国内著作权法同国际知识产权条约的全面接轨，创建涉外知识产权纠纷解决机制。对那些创造性地使用中外语言混合、图文互涉等超语手段开发出来的优秀文化产品，应当给予特别的专利保护或者版权登记绿色通道，使其在国际市场上有合法的身份以及竞争底气。

对于恶意抢注中华文化符号的，篡改传统文化内涵的等行为予以严惩。成立专门的文化遗产监察机构以及法律援助中心，为国内文化企业、机构在海外维权提供法律援助。只有建立起一张密不透风的知识产权保护网，创作者才会敢用各种符号资源，不断涌现出来具有中国神韵、具有国际流通性的文化精品。

（二）出台支持文化出口的优惠政策

文化出口是话语体系走向世界的路径。国家应该制定一系列具有较高含金量的优惠政策，来降低文化企业走出去的成本和风险，并重点扶持善用超语交际策

略的企业和项目。税收优惠是直接有效的手段,对从事文化翻译、多模态内容生产、海外社交媒体运营的企业实行增值税减免、所得税抵扣等优惠政策,切实降低企业的财务负担,使企业能够将更多的资金投入到内容的研发和渠道的拓展中去。

具体的政策支持可包括以下方面:

1. 创建文化出口重点企业目录以及重点项目库,为入库企业提供信贷融资便利以及外汇管理方面的支持。金融机构要开发出适合文化贸易特点的金融产品,比如版权质押贷款,出口信用保险等等,从而解决轻资产文化企业融资难的问题。

2. 对在国外设立分支机构、本土化经营中心的企业给予财政补贴。支持企业到目标国雇佣当地员工,采用当地语言和文化资源进行“在地化”的超语创作与传播,以达到深入当地社会的传播效果,胜过单纯的出口产品。

3. 提高通关便利化,对文化演出器材、艺术品、图书等实物载体的进出口,简化审批程序,加快通关速度。同时,就数字文化产品跨境数据传输而言,在保证安全的基础上,探寻更为灵活的管理办法,从而推进数字文化贸易的发展。

优惠政策不能大水漫灌,要精准滴灌。政策要突出高附加值、高技术含量、强互动性文化出口方式,促使企业从低端代工向高端品牌输出转变,占据国际市场价值链高端,提高中华文化的国际话语权重。

(三) 规范文化传播市场秩序

繁荣的文化市场需要有规范的秩序。在鼓励多元主体参与对外传播的同时,也要加强对传扬市场的监管力度,防止出现无序竞争、劣币驱逐良币的现象。规范市场秩序的重点就是建立健全文化产品出口内容审核、质量监管标准。这个标准不能只看重意识形态安全,还要考虑跨文化交际的适切性和有效性。不能容忍粗制滥造、翻译马虎、符号用错的文化商品出口到国外市场,否则就会损害整个中华文化形象。

行业自律机制是对市场加以规范的一种有效的补充。促使有关行业协会制定对外传播行业准则与道德规范,促使企业兼顾经济效益与国家文化安全、形象等。对违规操作、虚假宣传、恶意炒作等破坏市场秩序的行为要实行黑名单制度和相应的处罚机制,加大违法成本。对于利用超语交际的模糊性,打“擦边球”、传播低俗有害信息的行为要坚决打击。

规范秩序就是创造公平竞争的市场环境。打破行业的垄断、地方的保护,使民营企业、社会组织、国有文化企业处在相同的环境下参加对外传播项目的投标。

依靠公开透明的竞争机制，挑选出真正具有超语交际能力，能讲好中国故事的优秀主体。政府监管要从以行政命令为主向以法律法规治理为主转变，用法治化手段保障市场公开、公平、公正，让市场在文化资源配置中起决定性作用，更好发挥政府作用。

第二节 人才培养与队伍建设

超语交际的核心是“人”——那些能灵活调用多元符号、在文化间隙中搭建桥梁的实践者。人才建设必须从单一技能训练转向复合能力锻造。

一、复合型人才培养体系的构建

目前，单一外语人才、单一文化研究人才已经不能满足国际传播日益复杂的需求了。超语交际理论认为交际者在多语言、多模态的环境下表现出的适应性、创造性。这就需要我们冲破学科壁垒，重新塑造人才培育的逻辑，创建起一个包含语言技能、文化内涵、流传策略和数字素养的复合型人才培育体系。

（一）高校开设跨文化传播相关专业

高校应设立“跨文化传播”本科及硕士项目，打破学科壁垒。课程体系需包含：超语理论、符号学基础、非语言交际、数字叙事、区域国别研究等模块。教学强调“做中学”：学生分组为海外博物馆设计多语导览方案，或为中医典籍制作可视化解释视频。通过模拟联合国文化论坛、TikTok 账号运营等实训，掌握如何用表情包化解文化冲突、用剪辑节奏强化情感共鸣。目标是培养既能解读《论语》深意，又能用 Instagram Reels 讲好“仁爱”故事的新一代文化使者。

（二）鼓励“专业+外语+文化”的交叉学科培养

超语交际不仅存在于日常交际之中，在中医药、建筑、戏曲、武术等特殊专业的对外交流中也体现出来。这就要求人才培养模式冲破单一学科的束缚，大张旗鼓地执行跨学科培养战略。传统的教育模式造成外语人才缺乏扎实的专业知识，而专业人才又不能用外语进行深入的学术或者技艺交流，从而使得中华文化的精华在对外传播过程中很容易流失或者被浅表化。交叉学科培养的关键就是打通专业知识与语言能力之间的转化通道，使学生在某一领域里能够进行深度的超语交际。

具体实施路径可包括以下几个方面：

1. 在非外语专业里增设高阶外语、文化传播课程。在中医学专业里增加“中医英语翻译与跨文化阐释”课程，使未来的中医医生在治病救人的同时用国外医学界能理解的语言解释“气”“阴阳”等核心概念。

2. 在外语专业里设置中华才艺以及传统文化通识模块。鼓励外语专业的学生去选修古琴、书法、围棋等需要动手实践的课程，在学习技艺的时候，细细品味其中的文化逻辑，从而在跨语言交流的时候，能够借助身体符号、实物符号等全方位地展示自己。

此种交叉培养模式能够造就出一批既掌握某一领域专业技能，又具有高水准外语交流能力，并且了解中华文化的精髓的复合型人才。他们在今后的国际舞台上，依靠自身的专业权威性以及语言的灵活性，在专业的超语实践中形成有说服力的专业话语，推动中华文化的广泛传播。

（三）建立产学研一体化的实训基地

理论知识的内化要经过实践的检验和巩固，超语交际能力的获得也必然是在真实的交际情境中磨砺而成。仅仅依靠课堂教学，是模拟不出真实的国际传播场景的，也体验不到复杂多样的受众反应。因此创建产学研一体化的实训基地就显得十分必要。实训基地要联系高校、媒体机构、文化企业、海外文化中心，创建起一个从知识输入到能力输出的闭环系统。在这种基地里，学生不再只是知识的被动接受者，而是积极的文化传播者。

高校可以同中央级对外媒体、有国际业务的互联网企业联手，共建融媒体实训平台。学生可以参与对外短视频的制作、社交媒体账号的运营、对外新闻的翻译等工作。真实的跨文化网络互动会让他们真切地感受到不同的语言符号，不同的非语言符号（表情包，配乐，剪辑节奏）是如何一起构建意义的。学生经由观察海外受众的即时评论与反应，能够立刻对自身的交际手段做出调整，学习怎样在多语种、多模态的数字空间里展开有效的超语活动。

各种博物馆、美术馆以及海外孔子学院都是非常好的实训基地。学生参加策展、讲评、组织文化活动的过程，就是利用灵活的交际资源来弥补面对面交流中文化差异的过程。这种在真实场景下的“实战演练”，可以极大的提高学生应对突发交际障碍的能力，使学生由“死搬硬套的翻译者”变为“灵活机动的文化传播者”。产学研一体化机制的形成，会有效地缩短人才培养和社会需求之间的距

离，给中华优秀传统文化对外话语体系的创建源源不断地提供新鲜血液。

二、专业化传播队伍的打造

拥有高质量、专业、有梯队建设的传播队伍，是把人才资源转化为传播力的重要步骤。这支队伍除了要有精湛的业务能力外，还要有广阔的国际视野和深沉的家国情怀。从超语交际的角度来看，打造这样一支队伍，既要提高现有存量人才，又要积极引进增量人才；既要培养本土讲述者，又要吸引海外共情者，从而形成多元互补的讲述矩阵。

（一）培养一批懂文化、通外语、善传播的专家

遴选学术、媒体、艺术领域的领军者，资助其开展“超语能力提升计划”。例如，支持汉学家用播客解读《道德经》的生态智慧，鼓励戏曲导演与柏林爱乐合作实验性演出。专家需掌握高端超语技能：在达沃斯论坛上，能将“和而不同”转化为全球治理话语；在 YouTube 直播中，用幽默类比解释“面子”文化。国家应为其提供国际社交平台运营培训，使其成为人格化的文化 IP，以可信、可亲的形象传递中国声音。

（二）加强对现有从业人员的培训与提升

在国际传播格局日新月异之时，现有的文化传播从业人员正遭遇知识结构老化、传播手段单一、缺少跨文化敏感性等难题。对这部分人进行在职培训，提高其能力，是盘活存量资源的必由之路。培训目的就是使他们由翻译者变成超语者。传统的对外传播大多重视文字的准确翻译，而从超语交际的角度看，从业人员要学会调动听觉、视觉、触觉等各种感官符号，利用数字技术手段来辅助意义的传递。

对媒体从业者的培训应该以提高多模态叙事能力为重心。通过工作坊、案例研讨等形式让他们学习如何将中国传统文化元素（颜色、图案、声音等）和现代国际流行的视觉美融合起来，创造出有中国特色、国际范儿的融媒体作品。从事文化贸易、对外演出人员的培训要突出跨文化商务沟通和现场互动技能。教导他们在谈判或者演出互动的时候，依照对方的微表情，肢体语言，语境线索，随机应变地改动自身的语言策略与行为模式，从而达成最佳的交流效果。

正常的业务往来、轮岗等也是提高队伍素质的途径。促进不同语种、不同岗位人员之间的交流、分享经验，甚至选派优秀骨干到对象国进行短期驻点调研或者进行媒体交换，在近乎“沉浸式”的异文化环境中“做中学”，从而提高超语

交际的实战水平。只有不断地更新从业人员的知识图谱和技能树,才能使对外话语体系与时代发展同步,保持旺盛的生命力。

(三) 引进海外高端传播人才

“借嘴说话”事半功倍。重点引进两类人才:一是文化双重拥有者(如华裔纪录片导演),深谙中西话语逻辑;二是对中国友好的本土意见领袖(如法国汉学家、巴西网红博主)。合作模式应灵活:设立“国际创意工作室”,邀请外籍编剧参与国产剧海外版改编;聘请海外 KOL 担任文化推广大使,用母语讲述他们眼中的中国。这些人才能对文化符号进行“在地化转码”——将“孝道”转化为“intergenerational care”,使传播既保真又接地气。

第三节 内容创新与形式突破

超语交际的本质是意义的创造性重构。内容创新需在守正基础上,大胆探索符号重组与形式跨界。

一、传统文化的创造性转化

传统文化的生命力来自于它能够适应时代发展的能力。超语交际理论认为交际主体要调动一切可以利用的符号资源,为传统文化的创造性转化提供强有力的理论基础和可操作的实践途径。

(一) 对经典思想进行现代化阐释

避免将“仁”“道”等概念作静态翻译,而应锚定全球性议题进行再语境化。例如,在气候峰会中,将“天人合一”阐释为“ecological harmony”,辅以卫星影像展示中国植树造林成果;在心理健康论坛上,用“中庸”理念回应西方焦虑文化,提出“balance over optimization”的生活哲学。阐释需多模态化:开发交互式 H5,让用户通过拖拽元素体验“阴阳”动态平衡;制作播客剧,以苏格拉底对话形式探讨“己所不欲勿施于人”的普世性。

(二) 挖掘传统文化中的当代价值

挖掘传统文化的当代价值,主要在于找到中华文明和其他民族人民所创造的世界文明的“价值公约数”。在超语交际的框架中,价值观念的传递很少用一种语言的说教来完成,大多是依靠情感共鸣与实践理性的一致来达成。我们要充分

挖掘传统文化里具有永恒魅力,可以和当今世界人民共同的价值观念相契合的内容。中华文化对于家庭伦理的重视、诚信以及教育的重视这些价值观念,在任何社会形态下都是积极的。对这些价值点加以深度提炼之后,便能产生一套既带有中国特色,又易于被国际社会所接受的话语体系。

挖掘工作还要有很强的问题意识。当今世界上存在的贫富差距、社会分化、精神空虚等种种社会问题,都可以在中国优秀传统文化中找到特别的安慰和启迪。从传统文学、艺术、民俗里挖掘乐观向上、坚韧不拔的精神,给焦虑的现代人提供心灵的港湾。价值挖掘的过程实际上就是一次跨文化的协商,它在保持传统文化本真性的基础上,大胆地进行价值重塑,让传统文化不再只是博物馆里的标本,而成为活跃在现代生活中有血有肉的力量。只有当传统文化能够真正回答当代人所遇到的困惑,满足当代人的精神需求的时候,它才能够真正地进入人们的头脑、打动人们的心灵。

（三）将传统元素融入现代生活场景

符号只有在流通和使用的时候才会产生意义。超语交际重视的是语言和非语言符号在具体情境下混合使用的现象。把传统文化元素巧妙地嵌入到现代生活场景当中,这是达成文化活态传承并做好对外传播的重要途径。这实际上就是把抽象的文化符号具体化、生活化、器物化的过程。

1. 设计服装时可以巧用传统刺绣工艺、云肩纹样、立领盘扣等视觉符号,配以现代裁剪、流行面料,塑造出现代审美中带有东方韵味的“新中式”服装。服饰不再是仪式上使用的道具,而是作为通勤、社交场合中的常服来使用,依靠着穿着者的身体无声地传播中华文化的符号。

2. 建筑与家居设计上,从对传统园林造景的感悟中汲取养分,在对榫卯结构的力学之美和水墨丹青的色彩之美的欣赏里,创造出具有中式禅意的现代居住空间。空间语言突破了文字的限制,置身其中的外国人可以直接用触觉、视觉等多元的感官去体会中华文化静谧和谐的气质。

经过上述生活美学的浸润,传统文化元素从宏大的叙事中解脱出来,开始以润物细无声的方式,悄然渗入全球受众的日常生活中。依靠物质实体和生活方式展开的传播,其感染力和说服力一般要比单纯的文本传播大得多,因为它所影响的不只是受传者的感官体验和生活行动,更能在不知不觉中形成一种“日用而不觉”的文化认同。

二、传播形式的多样化探索

媒介技术的不断更新给国际传播环境造成了改变。多媒介融合之下，超语实践具有很强的穿透力，使传播方式朝着更丰富、立体的方向发展。

（一）大力发展数字文化产品

数字技术给超语交际无限的拓展空间。数字文化产品凭借其交互性、沉浸感、跨越时空等特点，成了中华优秀传统文化对外传播的新高地。电子游戏是图像、声音、文字、交互的综合体，它本身就具有超语交际的特点。开发高质量的以中国历史、神话传说、武侠世界为背景的电子游戏，使海外玩家在“玩”的过程中不知不觉地学习到中国文化符号。游戏里还原古建筑的营造细节、复刻传统服饰的纹理材质、植入琴棋书画的玩法机制，玩家为了通关或者更好的体验，会主动去探究这些符号所代表的文化意义。以行动为依托的文化习得比被动地接受信息要深刻得多。

除了以上所列之外，VR 虚拟现实、AR 增强现实这些新技术的出现，又给传统文化的数字展示打开了另一扇新门。创建数字博物馆、云端展览、全息投影演艺等，把静态的文物和历史场景变成动态的、可以互动的数字资产。海外的受众不需要亲自到现场，戴上设备就可以漫步在故宫的红墙黄瓦之间，也可以置身于敦煌莫高窟的艺术殿堂里，近距离地观赏壁画的笔触，聆听千年的回响。数字代码变成视觉奇观、听觉盛宴，语言的障碍也被感官的直接体验所克服。数字文化产品的开发还应该重视算法推荐技术的运用，根据海外受众的兴趣爱好以及浏览习惯，将与其审美品味相匹配的文化产品“量体裁衣”地推送给其，从而达到精准传播的目的。

（二）鼓励跨界融合的艺术形式

艺术是人类共通的语言，跨界融合是打破艺术门类界限、激发创新活力的一种手段。从超语交际的角度看艺术传播，就是消除各种符号系统之间的隔阂，使它们相互交融、相互组合。可以尝试把中国的传统戏曲、民乐同国外的交响乐、摇滚、爵士等音乐进行嫁接。融合不是将两种不同的音乐进行简单的组合，而是在寻找它们节奏、旋律、情感等相同之处同时进行的一种综合体。大提琴演奏《二泉映月》、京剧念白中融入说唱等所产生出的“陌生化”效果能引起年轻人注意，从而打开跨文化交流空间。

视觉艺术领域的跨界融合空间也更广。把中国水墨画的写意精神同国外现代油画的色彩构图融合起来,或者把传统书法的线条艺术应用到现代平面设计、涂鸦艺术当中,都能产生具有强大视觉冲击力的新艺术语汇。舞蹈艺术上,把中国古典舞的身韵身法同现代舞、街舞的肢体语言融合起来,编创出既有东方神韵又有现代张力的舞蹈作品。跨界融合的艺术形式,本质上就是做了一场艺术超语的实践。打破单一种类的封闭性,调动起不同文化背景的受众审美经验,用更加时尚、前卫的形式把中华优秀传统文化推向国际舞台,有效地扩大了传播的覆盖面和接受度。

（三）开发互动性、体验式的文化项目

传统的文化传播是单向度的“我讲你听”,而超语交际的传播就是双向互动的意义共建活动。开发互动性、体验式的文化项目,使海外受众能亲身参与到中华文化的实践中去,用身体去感受,去理解文化。建立海外中华文化工作坊,不能只是摆设茶艺、书法、剪纸这些技艺,更应该教授受众如何泡一壶好茶、如何执笔运锋、如何剪出带有吉祥寓意的图案。在身体模仿和操作中,受众能直接体验中国文化里对度的掌握、气的运用、意的追求。

体验式项目开发还要延伸到旅游、节庆、饮食等等。可以打造深度文化旅游线路,让游客住进四合院,体验老北京的生活节奏;或者参加端午节包粽子、划龙舟,中秋节做月饼、赏明月等民俗活动。在这些具体的文化场景中,语言只是辅助的工具,嗅觉、味觉、触觉等感官通道都被全方位地调动起来,共同参与意义的构建。通过这样的全感官沉浸,海外受众不再是文化的旁观者,而是成为了文化的参与者、体验者。文化场域里他们一次又一次的互动、尝试,实际上是无数次微观的超语交际实践,切身的体验记忆会内化为深厚的情感认同,从而给中华文化的海外传播筑牢民意基础。

三、品牌化与 IP 化运营

按照符号经济学的角度来分析,文化传播的效果好坏很大程度上由符号的辨识度以及流通率所决定。经过系统化品牌塑造与 IP 经营,能够形成一个具有强大聚合力的超语符号簇,从而有效提高中华文化的国际感召力。

（一）打造具有国际影响力的文化品牌

零散的、孤立的国际舆论场,零星的文化输出很难产生太大的影响。只有创

建出有特色文化品牌，才能在激烈的国际文化竞争中占有自己的位置。打造有国际影响力的文化品牌，第一件事就是确定品牌定位。这就需要对中华优秀传统文化资源进行梳理与筛选，选择最能体现中国精神、最容易传播的具有代表性的文化符号作为品牌的核心。故宫、长城、兵马俑这些具体的遗产，可以被精心培育成世界级的文博品牌，借助统一的视觉识别系统、规范的对外话语表达、高水平的服务体验，在国际受众心中塑造起强大的品牌形象。

品牌创建不只是实体景观，文化活动、文化机构也包含在内。着力培育欢乐春节、上海国际电影节等具有国际知名度的会展品牌，把其作为展示中华文化魅力的窗口。另外重视品牌的差异化战略，根据各个国家和地区受众的特点，设计不同的子品牌或者传播策略。品牌推广的时候，得好好利用国际主流媒体和社交网络平台，把品牌背后的故事讲出去，给品牌增添人格化的特质。经过长时间、持续不断地、一贯地进行品牌输出，逐步在海外受众心中建立起对中国文化品牌的信任和忠诚，让“中国文化”不再是抽象的概念，而是由多个高品质、有温度、可信赖的品牌组成。

（二）对核心文化 IP 进行系统化开发

知识产权是文化产业的重要资产，也是超语交际中穿透力很强的叙事载体。对中华优秀传统文化中的核心 IP 实施系统开发，就是创建起一个跨媒介、跨形态的叙事宇宙。我国有《西游记》、《三国演义》、《山海经》等许多经典 IP，但是它们的开发往往是零星的，甚至是支离破碎的。系统化开发是以核心故事或者人物为起点，向影视、动漫、文学、游戏、衍生品等各个领域辐射和延伸。以《西游记》为例，需构建跨媒介叙事宇宙：电影突出冒险精神，游戏强调团队协作，绘本简化哲学隐喻，手办捕捉角色神韵。关键在于内核一致性——无论媒介如何变，“孙悟空”的反抗权威、追求自由的精神不变。同时完善 IP 授权体系，防止低质衍生品损害形象。目标是让“悟空”如“蜘蛛侠”般成为全球流行符号，其承载的价值观随之深入人心。

关键之处在于保持 IP 内核的一致性，表现形式的多样性。不论在银幕，电子屏幕或是实物玩具里，IP 传达出来的勇敢、正义和智慧的精神内涵是一致的。跨媒介叙事形成一个庞大的“超语文本”，各个媒介相互补充、相互指涉，加深受众对 IP 形象的了解。还要重视 IP 的法律保护以及商业授权经营，打造完整的产业链。依靠商业机制的运作，把文化 IP 转化为具有市场价值的商品，依靠市

场的力量推动中华文化在全球范围内的流通。如果中国文化的IP可以像米老鼠、哈利波特一样成为全球的流行符号,那么它背后所承载的中华文化价值也就完成了全球的传播。

(三) 提升文化产品的附加值与竞争力

文化产品竞争力在于情感与符号价值。一件景泰蓝花瓶,若仅作装饰,价值有限;若附二维码讲述匠人三代传承故事,便成情感载体。应推动“科技+创意”双轮驱动:用纳米技术复刻古画绢本质感,用AI生成个性化书法作品。同时对标国际品质:字幕翻译需文学性与准确性兼备,文创包装采用环保材料与极简设计。唯有产品本身无可挑剔,才能让世界心悦诚服地接受其背后的文化。

文化产业如果想要向价值链高端迈进,就必须依靠科技赋能、创意引领。用现代材料科学和制造工艺来改进传统的手工艺品,使其既有传统的韵味,又有现代生活所必需的耐用和便捷。同时还要给文化产品赋予更多的情感属性。产品设计过程中加入对于人性、自然、生活等更深层次的思考,从而引发消费者的感情共振。文创产品不应只是简单的贴图复制,而应该从文物中蕴含的吉祥如意或者幽默之处出发,使其成为一种可以传达祝福、展现个性的情感寄托。

提高竞争力还要创建符合国际标准的质量保证体系和服务体系。影视作品翻译水平、实物产品包装设计细致程度、物流配送质量等等都会达到国际第一流的水准。只有当我们文化产品的品质无可挑剔、审美独一无二、情感感人至深的时候,才能在国际文化市场这片“红海”里“杀出一条血路”,做到从“中国制造”到“中国创造”的飞跃,最后依靠优质的产品本身发声,从而有效地构建起中华优秀传统文化对外话语体系。

第四节 效果评估与反馈机制

在超语交际的视域之下,中华优秀传统文化对外话语体系的塑造不是简单的、单向度的信息传递过程,而是涉及多种语言资源、符号模态和文化背景的复杂、动态的体系发展过程。为了在跨文化情景下使体系得到有效的应用并适应文化的特点,必须要健全一套完整的、灵活的评价反馈系统。这不仅成为检验传播效果的重要手段,也成了话语体系实现自我更新、自我迭代的内在动力。其主要目的就是通过超语实践过程中数据准确的获取、对超语实践过程中数据的深入剖析,

还原超语实践过程中意义生成的真貌。

一、建立科学的评估指标体系

建构一个科学、全面而且适合于超语交际的评估指标体系，是评价中华优秀传统文化对外传播效果的基础。传统的单语传播评价一般只考虑语言的正确性或者信息到达率，但是从超语交际的角度来看，评估指标需要大大扩展，包括符号互涉、意义协商、受众认知重构等等更深层次的内容。这就需要我们创建复合型指标，可以度量模糊地带，准确体现文化话语在异域空间中的生存状况及其演变过程。

（一）涵盖传播力、影响力、美誉度等多维度

在超语视域下，“传播力”不仅指信息扩散广度，更体现为多元符号在跨文化语境中的协同穿透力。例如，一部海外走红的短视频，其成功可能源于古琴音色（听觉）、水墨转场（视觉）与中英混杂字幕（语言）的有机配合，而非单一文本内容。评估需测量不同模态如何互补消解语言障碍——如非语言符号是否有效填补了语义空缺，混合语码是否增强了表达张力。只有当符号系统形成“超语合力”，文化信息才能突破语言壁垒，在异质文化土壤中扎根生长。

“影响力”则指向话语对受众认知结构的深层重塑。超语交际强调受众是意义共建者，而非被动接收器。因此，影响力评估应关注：受众是否在接触后主动使用中国文化符号进行再创作（如 TikTok 用户模仿汉服妆造并配以本地音乐）；是否在社交圈层中发起相关讨论；是否将“和合”“仁爱”等理念嵌入自身价值判断。尤为关键的是观察“第三空间”（Bhabha, 1994）的生成——即在中西符号碰撞处，是否涌现出既非纯粹中国亦非完全本土的新理解范式，这正是文化真正“走进去”的标志。

“美誉度”需超越好感度调查，深入审美与情感维度。超语实践常包含对规范语言的创造性“越轨”（如用“Zen-like calm”解释“静”），若被受众视为文化魅力而非语言缺陷，则说明话语具备亲和力。评估应设立细分指标：如话语新异性（是否打破刻板印象）、文化共情度（是否引发情感共振）、符号包容性（是否尊重多元解读）。此类指标共同构成以开放性为核心的评价标准，真实反映话语在情感层面的感召效能。

（二）结合定量数据与定性分析

大数据可勾勒传播宏观图景，但无法捕捉超语互动中的微妙协商。必须采用

混合方法论,实现“广度”与“深度”互证。定量层面,通过网络爬虫抓取多语种平台上的浏览量、转发率、关键词共现频率等,识别高热度文化产品或争议节点。例如,监测“dragon”与“loong”在英语媒体中的语义关联变化,可量化符号转译成效。这些数据为评估提供客观基线,揭示话语流传的物理边界与流量格局。

定性分析则致力于解码数据背后的意义生成机制。通过话语分析、符号学解读、叙事探究等方法,深入受众评论、二次创作、互动文本,还原其解码过程。例如,分析 YouTube 观众如何用表情包、弹幕、混剪视频回应《只此青绿》,可发现他们通过身体模仿(如复刻“青绿腰”)理解东方美学,远超语言所能传递的范畴。此类研究能揭示:受众在面对多模态文化输入时,如何调动自身符号资源进行意义协商,哪些环节产生误读,哪些元素触发共鸣。定量与定性循环互证,方能完整还原超语交际的动态全貌。

(三) 引入第三方评估机构,确保客观公正

为了克服内部评估自说自话、报喜不报忧的倾向,引入具有独立性、专业性的第三方评估机构就显得十分重要。第三方机构一般会聚集跨学科专家团队、先进的数据分析工具和全球化的视野,能摆脱传播主体思维定势,用旁观者视角去审视话语体系实际发挥的作用。在超语交际的语境之下,外部视角的加入就显得尤为重要,因为内部团队很容易被自身的文化逻辑和语言习惯所影响,不能够发现跨文化交际当中可能出现的语用失误或者文化折扣。

1. 提供国际公信力的参照系以及对标分析。第三方机构可以同国外主流文化传播手段横向比较,准确找到我们的不足。使用国际通行的评价标准和行业规范,可以提高评价结果在国际舆论场中的说服力,给话语体系的国际化认可提供权威背书。

2. 获取受众最真实的反应。第三方机构由于非官方性质,在进行受众调研或者舆情监测的时候,可以有效地降低受众的戒备心理,从而得到更真实的信息。无干扰的评价方法,对于捕捉超语交际中细微的情感波动以及潜意识里的文化态度来说,有着无可替代的作用。

3. 使评价体系的活力与创新性得以激发出来。不能只依靠一个外部机构,应该鼓励学术智库、商业咨询公司、国际非政府组织等各个方面的力量参与进来。不同的评价主体从各自的理论视角、利益出发,可以体现出话语传播效果的很多方面,从而共同构成一个立体的、丰富的评价画面,有效消解单一视角的片面性、

局限性。

二、构建动态的反馈收集系统

全球媒介环境瞬息万变，在这样的环境下即时、精准、多样的反馈给调整传播策略、改进话语供给打下了基础。超语交际的现场性、生成性特点，需要我们创建起全天候、全方位、全媒体的动态反馈收集体系。不能只把注意力放在显性的语言反馈上，而应该把握到隐含的情感流、文化潜台词等隐性信息，不断地为话语体系的调整提供情报。

（一）通过大数据监测舆情动态

应构建多语种、多模态实时舆情平台，以“中华文化”“Chinese philosophy”“loong”等关键词及视觉标签（如太极图、青花瓷纹样）为锚点，全网扫描社交媒体、新闻、论坛、视频平台。关键技术在于处理混合语码文本（如“这个 tea ceremony 真 zen”）与图文音视频复合内容。借助 NLP、计算机视觉、情感计算等工具，不仅统计提及量，更解析语义网络——如“Confucius”在欧美语境中常与“authoritarianism”关联，而在东南亚则链接“family values”，此类差异需及时预警。

重点在于情感颗粒度分析。传统正面/负面二分法已不适用，需识别“好奇”“困惑”“敬佩”“疏离”等细微情绪。例如，某 VR 敦煌展获高点赞，但评论中“too exotic”频现，暗示猎奇化风险。同时，系统应具备长尾数据捕捉能力，关注亚文化圈层（如汉服爱好者社群、冥想练习者）的边缘话语。这些“沉默的声音”往往是文化创新的孵化器，其自发形成的超语表达（如用 Lo-fi 音乐混搭古筝）可能预示新兴接受范式。

（二）定期开展受众调研与座谈

大数据揭示“是什么”，深度调研解释“为什么”。应定期组织跨文化焦点小组、参与式工作坊，邀请不同国籍、年龄、教育背景的受众，在模拟超语场景中（如观看双语戏曲片段、体验 AR 书法）即时反馈。采用“有声思维法”（think-aloud protocol），让受众边看边口述理解过程，可暴露潜意识中的文化过滤机制——如西方观众将“留白”误读为“空洞”，实因其缺乏“虚实相生”的美学预设。

调研需特别关注超语现象的主观体验。例如，当面对中英夹杂解说时，受众是感到混乱还是新颖？传统纹样与现代设计结合，是引发审美愉悦还是文化割裂

感？通过引导复述核心概念（如“请用你的话解释‘道’”），可精准定位意义损耗点。此外，应建立纵向追踪样本库，对同一批受众进行多年回访，观察其认知如何随接触频次深化——从初期猎奇到后期主动引用“yin-yang”分析社会问题，此类历时数据最能验证话语的长期浸润效应。

（三）建立线上线下多渠道反馈平台

反馈不应被动等待，而需主动邀约。线上可开发互动式数字平台，设“文化共创”板块，鼓励用户用母语+表情包+短视频重述中国故事；或“符号实验室”，让用户拖拽不同模态元素（古琴声、山水画、诗句）组合新作品。此类参与本身即是超语实践，其产出可直接用于优化内容。

线下依托孔子学院、文化中心等实体空间，设置沉浸式反馈角。演出后组织“茶歇恳谈会”，观众边品茶边分享感受；展览中嵌入互动装置，记录观众驻足时长、表情变化、手势轨迹。身体反应是超语评估的关键维度——微笑、皱眉、模仿动作等非言语信号，往往比文字评论更真实。关键在于打通线上线下数据孤岛，构建统一反馈数据中心，通过跨平台关联分析，识别不同媒介环境下反馈的温差与共性，确保优化决策基于全景民意。

三、形成评估－反馈－优化的闭环

评价与反馈的最终目的不是产生一份漂亮的报告，而是促进话语体系实质性地改变和能力的不断提高。因此必须把评估结果、反馈信息深度嵌入到话语生产、传播的全过程，形成一个高效的评估、反馈、优化闭环。这一闭环就需要我们有敏锐的问题发现能力、灵活的策略调整能力和不断的迭代完善能力，使得中华优秀传统文化对外话语体系始终处于一种生长、进化、自我超越的动态平衡当中。

（一）及时分析评估结果，发现问题

面对大量的评估数据和多样的反馈信息，首先要对数据进行及时、专业的分析，从中找出影响传播效果的主要问题和潜在隐患。这就需要我们透过表面上的喧嚣，对超语交际的机理层面做一番病理上的诊断。要准确地辨别出造成意义断裂的话语方式、引起文化误读的符号组合和造成传播效能下降的传播渠道。问题发现不能只停留在“是什么”的层面，还应该探究传播困境产生的原因是语言学、心理学还是社会文化。

在分析的时候应当特别注意那些看起来很小却能够造成连锁反应的“蝴蝶效

应”。在跨文化语境中，不恰当的隐喻、有歧义的翻译用词、不符合目标语境色彩心理的视觉配色都会成为引起负面舆情的导火索。因此，分析工作要有显微镜的细致，把每一个传播的细节都审查一遍。同时也要善于从正面的评估结果里找出潜在的不足，分析高流量背后是否存在对中华文化刻板印象的强化或者猎奇式消费，防止被表面的繁荣所迷惑，保持清醒的批判性思维。

创建问题分层预警机制，是提高分析效率的一种有效方法。根据问题的严重性、影响面和紧急性来分级，再对应不同的响应流程。牵涉到国家形象、文化核心价值观等重大误解的要马上启动应急处置程序，调用专家组来研判，审美或者操作方面的问题可以归入常规优化序列。对问题进行分级处理，可以保证有限的资源优先解决最紧急的瓶颈问题，防止问题堆积或者加重，给后续策略调整留出足够的时间。

（二）根据反馈调整传播策略与内容

问题确定之后，就要立即采取果断、准确的行动，根据反馈的信息对现有的传播策略、内容进行动态的调整。在超语交际的视野下，它不是简单的修补，而是话语模式重组、符号资源重新配置。如受众反馈觉得长篇大论的文字阐释乏味，那就立刻转而采用视觉化、听觉化或者交互式的多模态表达方式，用短视频、动漫或者沉浸式数字体验去调动受众的感知通道；当发现某个特定的文化译法在目标语境里出现语义真空的时候，就要勇于使用音译、借词或者创造性的解释性翻译，甚至不惜采用中西合璧的语言拼贴，来搭建起新的意义通道。

策略的调整还必须体现强烈的语境敏感性以及对象的针对性。对于不同文化背景、不同语言习惯的受众，需要有不同的优化方案。高语境文化圈受众，可以加大含蓄、意象化的表达比重；低语境文化圈受众，应侧重于逻辑清晰、直截了当的叙述手法。按照受众在社交媒体上活跃的时间、互动的偏好来灵活调整发布的时间、互动的话术。量体裁衣式的调整策略能最大限度地减小文化折扣，使话语最贴近受众，最具有亲和力。

内容优化更应该把本地化和共情性结合起来。根据受众关注的焦点问题，发掘中华优秀传统文化中与之相契合的思想资源、故事素材，达到古今对话、中西互鉴的目的。如果环保话题在目标受众中引起热议，那么就从中国传统文化中的“天人合一”的生态智慧出发，结合现代环保实践的案例加以解释。即时响应式议题设置和内容生产，可以保证中华文化的话语始终具有时代感和在场感，防止

因为自说自话而陷入边缘化。

（三）实现话语体系的持续迭代与完善

话语体系应如活水，不断吸纳反馈养分。每次优化后，需将经验沉淀为超语策略库：如“成功案例集”收录多模态叙事模板，“避坑指南”总结文化误读雷区。建立知识共享平台，供全国外宣团队调用，避免重复试错。

更重要的是培育实验文化。在守住核心价值前提下，鼓励大胆探索：尝试用赛博朋克风格演绎《山海经》，或邀请非洲鼓手与古琴合奏。无论成败，皆为拓展超语边界。经过无数次微循环，话语体系终将形成既根植中华文化基因，又具备全球流通能力的动态生态系统——它不追求静态完美，而是在与世界的持续对话中，生生不息，历久弥新。

第九章 跨文化对话中的伦理规范

从超语交际的视角来讲，中华优秀传统文化对外传播不应该是单向度的信息传递过程，它应该是一个多模态、多语言资源共享、动态的意义协商过程。话语构建者不但要对跨文化互动的伦理加以评判，而且还要制订出适应全球化环境的道德标准。

第一节 文化尊重与平等对话原则

建立有效的对外话语体系，首先要确立文化尊重、平等对话的基本原则。直接关乎中华文化在国际舆论场上的亲和力和公信力。超语实践里每一次符号的选择与重组，都是一种文化态度的宣示。只有在相互尊重的基础上，才能真正打破中外民心相通的认识障碍。

一、摒弃文化中心主义与文化优越论

文化中心主义使传播者在潜意识里把本民族文化当作一切的标准。视角一在跨文化交际当中容易引起受众的心理防御以及认知排斥。超语交际强调的是交际主体的能动性以及交际双方的平等性，这就要求我们在构建对外话语时，从根本上打破因为历史积淀或者经济发展而形成的某种文化优越感，用一种更开放、包容的姿态来面对自我与他者。

（一）承认并尊重世界文化的多样性

文化多样性是人类应对生存挑战的多元智慧结晶，也是超语实践得以展开的生态前提。中华文化对外话语体系的建构，必须内化“每一种文化皆有其合理性”的认知，并将其转化为具体的符号策略。例如，在阐释“孝道”时，不应将其标榜为唯一家庭伦理范式，而可同时提及拉丁美洲的“familismo”或北欧的代际互助传统，形成价值对话而非价值宣示。这种“承认政治”（politics of recognition）式的表达，不是客套礼节，而是对“人类命运共同体”理念的伦理

践行——即视所有文明为平等的知识生产者。

尊重多样性还意味着主动拥抱差异而非试图消弭它。超语交际恰恰在文化间隙处最具创造力：当中国水墨的“留白”与西方极简主义相遇，当古琴泛音与电子合成器共振，差异本身成为激发新意义的催化剂。话语建构者应避免将文化简化为可通约的“普世价值”，而应珍视那些无法被完全翻译的独特性——如“气”“韵”“和”等概念的不可化约性。正是这些“不可译之物”，构成了中华文化的辨识度与思想深度。以多元共生的姿态讲述中国故事，不仅能缓解外部世界的“文明替代”焦虑，更能为全球文化生态注入不可替代的东方维度。

（二）以平等姿态开展文化交流

平等是跨文化对话的灵魂，也是伦理规范对交际主体关系的直接反映。在过去的某段时间里，部分对外传播实践存在着急功近利的心态，话语表达有时显得过于强势、急切，这样的姿态很容易被误认为是一种文化扩张。超语交际理论告诫我们，意义是在平等的交流中产生的，任何一方企图压倒另一方的话语霸权，最终都会导致交际的断裂。

平等姿态表现为我们在建构话语的时候制定“视听对等”的伦理准则。这不仅表示给对方充分表达权利，更要在心理上把受众看成和自己的智慧、尊严等等的对话者。讲述中国故事要采用平视的角度，既不能仰视国外话语体系，也不能俯视发展中国家或者边缘文化。平视的目光可以给话语带来真诚的力量，让传播的内容更容易穿过意识形态的迷雾，到达人心。

真正的平等是在交流中留出“这一刻”的空白，在受众解读、质疑或误读之后再展开解释和协商。与单向灌输相对应的是平等的文化交流，它是一种双向赋能的过程。传播者已经不再是绝对真理话语权的人，而是文化传播的引导者、启发者。营造出一种去中心化的对话场域，让受众依靠自身的文化资源去理解中华文化，这种参与式的体验会使得受众产生很强的获得感和认同感，从而达成从“单向传播”到“双向奔赴”的转变。

（三）避免居高临下的“说教式”传播

说教式话语预设了传播者与受众间的权力不对等，与超语交际所强调的“资源共用、能动协商”背道而驰。此类表达往往语言僵硬、情感疏离，极易触发后殖民语境下的文化警惕。

首先，应以叙事替代训导。抽象概念如“仁”“义”若仅作哲学定义，难以

引发共鸣；但若嵌入具体人生故事——如一位乡村医生数十年免费行医的坚守，观众便能在情感共振中自行领悟“仁爱”之重。超语策略在此体现为：用视觉（皱纹特写）、声音（方言对白）、节奏（舒缓剪辑）等非语言符号强化情感传递，使价值观“可感”而非“可背”。

其次，话语风格需生活化、年轻化。宏大叙事若脱离日常经验，易成空中楼阁。可借助表情包、短视频、网络热梗等当代符号，将传统文化转化为解决现代困境的生活智慧。例如，用“躺平”话题引出庄子“无为”思想，以职场压力切入《菜根谭》的处世哲学。这种转译不是降格，而是在保持内核的前提下，寻找最贴近受众认知图式的表达接口。温和、质朴、带有人间烟火气的话语，远比高亢的道德宣讲更具穿透力。

二、坚持对话而非对抗的交流方式

在全球舆论极化加剧的今天，文化交流常被裹挟进地缘政治对抗。超语交际伦理则主张：冲突不是对话的终点，而是深化理解的契机。通过持续、建设性的意义协商，可在差异中搭建共识之桥。

（一）寻求共识，尊重差异

“和而不同”不仅是中华智慧，更是超语实践的方法论。共识并非抹平差异，而是在承认差异的前提下，寻找人类共通的情感与价值锚点。例如，在阐释“天人合一”时，可关联西方深层生态学（deep ecology）对自然主体性的尊重；介绍“己所不欲勿施于人”时，可对照康德“绝对命令”或基督教“金律”。此类对接不是强行比附，而是利用受众已有的认知框架，降低陌生概念的理解门槛。

同时，坦然呈现差异本身即是尊重。面对集体主义与个人主义的价值分野，不必回避，而应解释其历史根源：中国农耕文明对协作的依赖 vs. 西方海洋商业文明对个体能动性的推崇。重点不在于评判优劣，而在于说明“为何如此”。这种诚实的态度，反而能赢得理性受众的尊重。超语交际在此体现为：用多模态证据（历史地图、民俗影像、统计数据）构建立体解释，使差异成为可理解的文化逻辑，而非不可逾越的鸿沟。

（二）以理性、平和的态度回应质疑

面对国际舆论场中对中华文化存在的质疑、误解、攻击时，情绪化的对抗或者辩解都不能从根本上解决问题，只会使矛盾进一步激化。伦理规范要求理性平

和的态度，这是文化自信的体现，也是得到国际社会尊重的必要条件。理性就是依仗事实和逻辑说话，平和就是维持情绪的平稳和姿态的从容。

对外的质疑中不能陷入二元论争辩的圈套中。超语视角使我们调动各种符号资源，构成一个立体的解释框架。除了严密的逻辑推演之外，还可以借助历史数据、典型事例、跨文化比较等证据来佐证。以客观呈现事物发展全过程、多方面的的方式，促使受众打破固有印象，对自己的已有判断进行重新考虑。用理性的方法去回应，可以把激烈的意识形态争论转化成学术层面的讨论或文明层面的对话，扩大话语回旋的空间。

平和的语调在语言的温度和节奏上也能体现出来。回应尖锐问题的时候语言要坚定，但不能过谦，也不能过亢，更不能咄咄逼人。善于使用幽默、反讽、自嘲等修辞方法，常常可以起到四两拨千斤的效果，化解剑拔弩张的紧张气氛。从容不迫的交际风度，就是中华文化“温良恭俭让”精神最完美的注脚，可以有力地消解外界对中国所谓的“中国威胁论”的心理投射，塑造出可信、可爱、可敬的中国形象。

（三）在互动中增进理解与互信

理解与互信不是一朝一夕就能产生的，它们是长时间、高频率的交往中积累起来的社会资本。超语交际的语境之下，互动不单是语言信息交流的过程，还包括情感流动、身份认同的建构。坚持对话的伦理目标，最终目的就是通过互动来消除隔阂，建立稳定的信任关系。

有效的互动必须要有反馈机制，对外传播时不能只顾发射信息，也要学会接收反馈。应该注意到受众的评论，分析评论背后的动机、文化需求，观察转发、再创作等行为，据此来调整自己的表达方式。响应式的互动能给受众营造出被重视、被理解的氛围，从而激发他们想要参与对话的愿望。每一个真实的回答、每一个耐心的解答都在给信任大厦添砖加瓦。

互动越深入，理解就越深。除了线上信息交流，还要积极拓展线下沉浸式体验和面对面交流。通过举办文化节、艺术展览、学术研讨会等活动，创建多感官参与的交际环境。语言符号在这个场域中同音乐、服饰、美食、礼仪等其它非语言符号一起发挥作用，构成一个全方位意义的语境。受众亲身感受中华文化之美，比文字叙述更易打动人，不知不觉间消除偏见、增加信任。

信任不是一朝一夕就能建立起来的，话语体系的建设也不能采取功利主义的

短期行为，应该有战略定力去长期耕耘。即便在短期内看不到明显的效果，碰到暂时的困难也不应轻易地终止对话。只要坚持真诚、开放、包容的交流态度，随着日子一天天过去，中华文化善意和价值就会被这个世界所察觉。在互动中不断生长的信任，就会成为中外民心相通的坚固纽带，为人类命运共同体的构建奠定良好的心理基础。

第二节 文化误读的防范与纠正

一、分析文化误读的成因与类型

文化误读并非偶然的语言失误，而是深层结构性张力在符号层面的显影。超语交际强调，意义生成依赖于交际双方对共享符号资源的调用能力；当这种调用因信息缺失、认知固化或意识形态干预而失衡时，误读便不可避免。

（一）因信息不对称导致的片面理解

中华文化高度依赖高语境（high-context）表达，其核心理念如“道”“气”“礼”往往嵌入特定历史情境、仪式实践与审美经验之中。一旦脱离原生多模态语境，仅以文字形式进入低语境文化圈，便极易遭遇“意义蒸发”。例如，若仅将春节简化为“放鞭炮、吃饺子”的视觉奇观，而不阐释其背后“敬天法祖”“阖家团圆”的伦理秩序与宇宙观，受众便只能获得碎片化的民俗印象，甚至滑向猎奇消费。此类误读虽属“初级”，却最为普遍。

超语交际为此提供了解决路径：通过非语言模态补足语义空缺。语言本身难以传递“留白”的哲学意蕴，但水墨动画中的呼吸节奏、古琴泛音的余韵、茶席空间的静默布局，却能激活受众的具身认知（embodied cognition）。因此，防范片面理解的关键，在于构建多模态语境支持系统——让图像、声音、交互设计等成为文化意义的“脚手架”，帮助受众在感官体验中自主建构对深层价值的理解，而非被动接受抽象定义。

（二）因刻板印象造成的歪曲认知

刻板印象是文化认知的“快捷方式”，却也是跨文化对话的“认知牢笼”。西方中心主义叙事长期将东方塑造为神秘、专制、停滞的“他者”，并通过文学、影视、新闻不断再生产这一符号闭环。当中国龙（loong）以祥瑞、皇权象征出

现时，即便辅以文字说明，其视觉形象仍易被西方受众自动关联至《圣经》中的“dragon”——邪恶与混乱的化身。这种误读已超越语言层面，深植于集体无意识的情感结构与审美惯习之中。

单纯的语言澄清在此收效甚微。超语策略主张以情感重置打破认知定势。例如，通过沉浸式VR体验让用户“化身”为敦煌画工，在绘制飞天的过程中感受“天人合一”的宇宙观；或邀请外国青年参与汉服复原工作坊，在亲手缝制交领右衽的过程中理解“衣冠上国”的礼制精神。这类实践不是“说服”，而是创造共享的感性经验场域，让受众在身体参与中重构对中华文化的感知图式，从而瓦解刻板印象的根基。

（三）因意识形态偏见产生的恶意解读

在地缘政治紧张背景下，文化传播常被工具化为话语战场。某些西方媒体刻意将“集体主义”曲解为“个体压制”，将“和而不同”污名化为“扩张伪装”，实则是将文化符号强行纳入“民主 vs. 威权”的二元对立框架。此类误读并非认知偏差，而是有目的的话语操弄，旨在维护既有话语霸权。

对此，常规解释往往陷入“越辩越黑”的困境。超语交际启示我们：绕过对抗性话语场，开辟柔性对话新域。一方面，在学术、艺术、民间交往等非政治化空间深耕——如支持中外艺术家合作创作以“生态智慧”为主题的装置艺术，用视觉隐喻替代政治辩论；另一方面，强化议程设置能力，主动将“天人合一”“天下大同”等理念与全球气候治理、和平发展等人类共同议题对接，使中华文化从“被审视的对象”转变为“解决方案的提供者”，从而在更高维度上消解偏见。

二、建立主动的释疑解惑机制

在超语交际的视野里，不能被动地等待误读产生之后再加以弥补，应该主动建立起一个前瞻性的释疑解惑机制。该机制应该充分发挥现代传播技术即时性、多维性等特点，将解释、说明融入文化传播的各个方面，保证意义在跨越语言、文化壁垒的时候保持核心的完整性。

（一）及时发布权威信息，澄清事实

网络时代谣言扩散呈指数级，误读一旦发酵便难以逆转。因此，必须建立72小时快速响应机制。官方机构应联合主流媒体、智库、平台方，组建多语种“超语释疑小组”，在舆情初现时即以短视频、信息图、直播问答等形式发布权威解

读。例如，当某海外博主误称“孔子学院强制灌输意识形态”，可立即推出由外国学员出镜的 vlog，展示其自主选课、自由讨论的真实场景，并配以多语字幕与本地化标签（如 #MyConfuciusStory），实现精准触达。

关键在于用受众熟悉的符号语法说话。针对 Z 世代，可制作 TikTok 风格的“文化冷知识”短剧；面向学术群体，则提供带注释的原始文献链接与跨文化比较数据。这种“按需定制”的释疑策略，远比统一声明更具穿透力。

（二）通过多种渠道提供深度背景解读

治本之策在于构建立体化文化语境支持网络，从源头减少因背景缺失导致的误读。

1. 建设中华文化知识图谱：利用 AI 技术将孤立词条（如“孝”）链接至经典文本、历史事件、当代实践、跨文化对比案例，形成可交互的语义网络。用户点击“仁”，即可看到《论语》原文、宋代家训、现代社区互助案例及与“humanity”的异同分析。

2. 开发跨媒介叙事产品：如互动纪录片《问道》，观众可选择不同哲学流派视角（儒、道、佛）观看同一历史事件，理解多元解释逻辑；或 AR 应用“汉字宇宙”，扫描日常物品即浮现相关汉字演变与文化隐喻。

3. 设立常态化解读平台：在 YouTube、Instagram 等平台开设“Ask a Sinologist”专栏，由中外学者轮流答疑；定期发布《文化误读白皮书》，系统梳理高频误解点及应对策略。

4. 激活社交媒体互动：在 #ChineseCultureExplained 等话题下，鼓励用户提问，专业团队以图文、表情包、短音频等形式即时回应，将单向传播转化为共建式学习。

（三）鼓励中外学者开展对话与研讨

学术界是文化解释的“压舱石”。中外学者因学术传统差异，对同一概念（如“民主”“自由”）常有迥异理解。推动深度对话，实则是在理论层面进行高阶超语实践——通过概念重勘、术语协商，为大众传播提供坚实学理支撑。

可设立“跨文明概念工作坊”，聚焦易误读范畴（如“人权”“治理”），邀请中西哲学家、语言学家、历史学家共同界定其在各自语境中的内涵与外延，并出版双语对照手册。尤其要发挥知华派汉学家的桥梁作用——他们既深谙中国思想精髓，又掌握西方学术话语，能以“内部他者”身份进行精准转译。例如，安乐哲（Roger T. Ames）将“仁”译为“authoritative conduct”而非“benevolence”，

便有效规避了基督教伦理的预设，为西方学界提供了更贴近原意的理解入口。

三、以柔性的方式化解误解与偏见

刚性驳斥虽然有必要，但是容易引起受众的反抗心理。超语交际重视交际主体的能动性、创造性，主张用情感共鸣、认知潜移默化来达到理解的目的。因此，用柔性的方式去消除误解和偏见，构建对外话语体系更显智慧。

（一）用事实和故事代替空洞的说教

人类大脑对故事的记忆效率是抽象论述的 22 倍（Gottschall, 2012）。超语交际强调以叙事为载体，激活共情神经机制。讲述一位云南老农坚持用古法种植梯田水稻，不仅保护了生物多样性，还维系了村社互助传统——这个故事无需提及“生态文明”“乡村振兴”，却让受众在具体人生中感受到中华智慧的现代价值。

故事的力量在于其去政治化与普世性。当外国观众为《舌尖上的中国》中母亲为女儿腌制梅干菜而落泪时，他们理解的不是“中国传统饮食文化”，而是“母爱”这一人类共通情感。正是在这种情感共振中，文化偏见悄然松动。

（二）借助第三方力量进行客观阐述

“自我辩护”易被视为 propaganda，而第三方叙述则更具可信度。超语策略主张培育多元“文化摆渡人”：在华留学生拍摄的“我的中国室友”系列 vlog、海外华人作家撰写的家族移民史、外国汉学家的通俗讲座，皆因其“局内人+局外人”双重身份，能以平视视角传递真实中国。

平台应系统扶持此类创作者：提供多语字幕工具、流量倾斜、版权保护；举办“全球中国故事大赛”，挖掘民间叙事。当一位德国博主真诚分享“中医如何帮我缓解焦虑”，其同胞的信任度远高于官方宣传片。这种“借嘴说话”策略，有效消解了官方话语的距离感与压迫感。

（三）保持耐心，持续沟通

文化误读不是一日之功可以形成的，消除它也非一日之功。这就要求我们必须有足够大的战略定力与耐心，把防范并纠正误读当作一条需要长时间、螺旋式上升的沟通过程来对待。在超语交际动态模型中，意义的达成一般要经过反复协商、修正、再协商。

不能因为一时的误解而心浮气躁，也不能因为有偏见而自我封闭。相反应该持开放包容的态度，把每一次误解都当成交流的机会。通过持续不断的文化输出

与对话，用滴水穿石的韧劲，在国际社会中一点一滴地积累起对中华文化的正面认知。

持续沟通还要有容忍一定模糊性、杂糅性的余地。跨文化传播刚开始的时候，受众对于异文化理解往往是浅层次的、变形的，在超语交际中这是正常的过程。我们应当容许受众在互动过程中自行调节自己的认知坐标，经过长时间的接触与体会，让中华优秀传统文化的真实面貌在他们的脑海中慢慢变得清楚、丰满起来。只有保持从容不迫的态度，我们的对外话语体系才会有持久的生命力和说服力，最终实现从文化他者到对话伙伴的转变。

第三节 文化适应的尺度把握

从超语交际的角度来说，中华优秀传统文化对外传播不再只是简单的单向语言符号的转换，而是借助各种符号来重新建构意义。这就需要传播主体在跨文化接触的边界上做精细的协商。既可以让信息突破认知的鸿沟，为受访者理解并接受，又不能为了达到这种效果，而使文化主体性丧失。所以，把握文化适应的尺度，就是“可理解性”和“文化独特性”之间的动态平衡，从而建构一个对外话语空间，既开放包容，又坚守底线。

一、区分“文化适应”与“文化迎合”

超语交际理论认为交际者会使用所有的语言和符号资源来构建意义。其中，区分策略性“适应”与原则性“迎合”就显得格外重要。适应是一种积极的交际策略，其目的就是利用受众所熟悉的符号体系，架起理解的桥梁；迎合是一种消极的妥协，一般以牺牲文化内核为代价换取表面的认同。传播主体要考虑到受众的习惯、文化尊严的守护，就必须划出一定的界限。

（一）适应是为了更好地被理解

文化适应实质上就是降低跨文化交际时认知上的负担，使异域的文化内容能在目标语境下“软着陆”。超语交际实践表明，传播者要依照目标受众的语言习惯、思维模式以及非语言符号资源，给传统文化中深奥的概念赋予可感知的语境线索。适应不是对源文化进行篡改，而是为了提高交际效率而进行的语码转换和模态重组。以中国哲学的“道”或者“气”这样的抽象概念为例，仅仅做字面的

翻译就容易出现意义上的真空或者误解。有效的适应是选择目标语文化里存在相似隐喻的符号或者用视觉图像、声音等多媒体元素为受众提供认知支持,使他们更好地理解翻译文本。适应的目的始终是使中华优秀传统文化的精华穿越语言障碍,在受众的心智中引起共鸣,而不是改变文化本身。

有效的文化适应需要传播者有敏锐的受众意识,即能正确把握不同文化背景下人们交际的期望。适应表现在叙事节奏、说明性内容出现,感情表达方式微小的改变上。只有文化产品用受众能接受、熟悉的呈现方式呈现出来时,其中所包含的深层次的价值观才有可能被接受。策略性调整是跨文化对话的前提,是对对话对象的尊重,也是传播主体驾驭复杂符号系统、完成有效交际能力的体现。适应是打破自说自话的方式,目的在于建立共有的意义空间,真正达到心意相通。

(二) 迎合则可能丧失文化本真性

与适应不同,文化迎合往往是由一种不对等的交际心态造成的,为了讨好强势文化或者满足某种刻板印象,而不惜牺牲、阉割自身文化特质。在超语交际的复杂场景下,迎合就是用目标语文化流行元素来包装传统的内容,使得源文化的独特性消失殆尽,变成没有灵魂的异国情调装饰。如果传播者一味地奉行“受众喜欢什么”,那么文化就会很容易滑入低俗化的深渊之中。迎合并不能真正获得尊重,反而会加深外界对中华文化的误解,使它成为国外视野下被固化的东方奇观。

文化迎合的危险是,它把文化与其赖以生存的土壤割裂开来,使所传播的文化成为无根的浮萍。如果为了迎合国外的个人主义叙事,而去刻意解构或者遮蔽中国传统文化中强调的集体主义、家国情怀,那么传播出去的就只是一个披着中国外衣的国外故事。虽然短期内可以得到一些流量或者关注,但从长远来看,这会破坏中华文化对外话语体系的完整性与真实性。受众一旦觉得接触的文化内容是经过修饰的假货,对信仰的文化就会产生怀疑。保持文化本真性就是敢于表现与目标语文化存在差异甚至冲突的元素,因为正是这些差异才构成了文明交流互鉴的价值所在。

(三) 坚守核心价值,调整表达方式

不迎合,但传播策略上必须灵活,也就是“以变应变,万变不离其宗”。这里的“宗”是中华优秀传统文化的优秀价值、文化基因、精神标识,如“仁爱”“和谐”“大同”等具有恒久价值的思想观念;这里的“变”是指在超语交际环境中,

表达方式、媒介手段、叙事策略的多样化、现代化。坚守核心价值是建构对外话语体系的灵魂，任何技术手段、符号组合的使用都不能偏离这一方向。

具体的路径可以从以下两个维度展开：

1. 多模态符号创新使用，用虚拟现实、增强现实这些现代数字技术，把抽象的价值理念变成具体的视听盛宴，让观众在沉浸式的体验里品味中华文化的魅力。
2. 跨文化叙事策略重构，讲述中国故事时采用国际通行的叙事逻辑，但情节、人物必须基于中国的道德和情感逻辑，即“中国内核、国际表达”。

既保持文化的尊严与纯粹，又扩大文化的传播范围与影响。不是抛弃核心价值，而是用新方法来体现新的价值。只有坚守中创新，调整中传承，中华文化对外传播才有力度、有温度，真正走进各国人民的心里。

二、在“本土化”与“全球化”之间寻求平衡

超语交际视角下的文化传播，处在“全球本土化”的动态空间之中。传播主体在保留民族文化鲜明特色的同时，要主动融入到全球的话语体系当中，找到二者最佳契合点。这不只是语言的转换，更是思维方式、审美趣味、价值观念的对接。平衡艺术在于不让本土文化成为封闭的孤岛，也不能让本土文化随全球化的波涛而飘泊无依。

（一）内容上体现民族特色

中华优秀传统文化的生命力在于它的民族性格和深厚的历史底蕴，这是我们屹立在世界文化大潮中不倒的根基。对外话语体系建设过程中，在内容上就要始终坚定地凸显民族特色，也就是民族独有的哲学思想、审美趣味、民俗风情、艺术形式等等，都要原原本本展现出来。特色不只表现在显性的文化符号上，更应该融入隐性的思维逻辑和情感表达里。如果失去这些民族烙印，中华文化就不能成为独立文明的形态，对外交流也就没有了实质性的内容。

体现民族特色就是发掘具有极高辨识度文化意象，并且给予恰当的跨文化解释。中国的书法不单是文字的书写工具，而且也是线条的艺术、心性的修养；中国的戏曲不单是歌舞表演，而且含有虚拟性、程式化等独特的艺术美学。传播这些内容的时候，不能够简单地把这些内容同国外的某一种艺术形式做比较，而要经过详细的背景介绍和深入的美学分析，从而确定其独特的文化地位。越是民族的，就越是世界的，但需要高质量的传播内容来证明。只有我们的文化内容具

有浓浓的“中国味”，才能在全世界的文化市场中拥有独特的竞争优势，从而吸引那些想要体验不同文化的观众。

（二）形式上符合国际惯例

内容要本土化，但表现形式和传播渠道要主动对接国际通行标准和惯例。这是对降低受众接触门槛的考虑，也是专业性、现代性的一种体现，从而获得国际社会的认可。形式上接轨包含语言翻译规范性、出版发行标准化、数字媒体格式兼容性、版权保护法律合规性等各方面，都要按照国际公认规则来执行。超语交际环境中，这就需要掌握并且使用全球通用的符号语法和媒介逻辑。

符合国际惯例还要改变叙述方式。国外的受众更偏爱逻辑严密、以实证为依据的叙述，而中国传统叙事更多的是宏大叙事、意象叠加、情感渲染。有效的沟通要保留中国神韵的同时学习国际流行的叙事方式，比如用数据可视化、非小说写作、微纪录片等手段来增强内容的说服力和感染力。

具体而言，可以在以下方面进行对接：

1. 技术标准：数字文化产品可以在不同的国际主流平台中流畅的运行，并且其交互方式要符合全球用户的习惯。

2. 行业规范，影视、图书、演艺等各个领域按照行业标准、契约精神开展合作，树立起诚信可靠的形象。

通过在形式上入乡随俗，给本土化的文化内容穿上合身的国际外衣，让其无障碍地进入国际主流流通体系，触及到更广大的受众。

（三）推动形成具有普适性的文化表达

在本土化与全球化的辩证统一中，最高境界就是提炼出具有全人类普适性的文化表达。中华优秀传统文化包含着许多可以跨越时空、超越国界的智慧，比如对自然的敬畏、对家庭的重视、对和平的向往等。价值观念和人们共同的情感需求有联系，它成为各种文明交流交往的纽带。对外传播中要挖掘出这些共同点，用世界听得懂的语言讲好中国故事，把中国特有的文化经验转化为具有普遍意义的人类精神财富。

超语交际给普适性表达留出了广阔的余地。利用各种符号资源的交叉使用可以突破语言障碍，直接触动人类共通的情感体验。李子柒的视频风靡全球，是因为她用无声的画面语言来展现田园牧歌式的生活方式，回归自然、自给自足是全人类共通的情感。提倡普适性表达就是让我们摆脱狭隘的民族主义视角，从人类

命运共同体的角度去审视、阐释中华文化。这就要求我们要善于从具体的人、具体的事出发，来表现人性的美好、生活的真实。当我们的对外话语体系可以对世界人民普遍关心的问题作出回应，为解决人类面临的共同问题提供中国智慧的时候，中华文化的对外传播才算真正实现了从“送出去”到“走进去”。

三、警惕过度商业化带来的文化矮化

在市场经济高度发展的今天，文化传播无法避免地要介入商业逻辑。适度的商业化运作可以整合资源、扩大影响，但如果任由资本逻辑支配文化生产，就很容易造成文化异化、矮化。从超语交际的角度来说，符号的价值一般都被当作它的交换价值，这就使得文化内容有被抽空内涵、只剩下表象的危险。因此，在构建对外话语体系的时候必须保持清醒的头脑，防止过度商业化对文化生态造成破坏。

（一）避免将文化简化为消费符号

商业逻辑追求的是效益和利润，所以文化内容经常被简化为可以快速识别、可以复制的消费符号。在这一过程之中，本来丰富立体、意蕴深厚的中华文化会被压缩成几个刻板的标签，比如功夫、熊猫、饺子等等。碎片化、表面化的传播固然可以迅速引起人们的注意，但是它切断了文化符号与背后的历史脉络、精神实质之间的联系。当受众只把中华文化当作猎奇品，而不把它当作需要敬畏和理解的文明来对待的时候，文化传播就已经走偏了。

在超语交际的混合符号系统中，简化的现象就更加明显。为了适应快节奏的生活方式，繁琐复杂的文化仪式就可能会被简化成没有实际意义的表演动作，而深刻复杂的哲学思想则会被异化成商业性的心灵鸡汤式的文字。我们必须防止出现文化麦当劳化的情况。传播者要尽力展现文化的完整和复杂，不能为了讨好市场而对文化进行粗制滥造的删减。每一个文化符号都带有特定的历史记忆与情感结构，只有在完整的语境中展现出来，才能发挥出它真正的力量。避免符号化，就是传播中加入思想的厚度、历史的深度，使受众看到的不是平面的画像，而是有血有肉的鲜活文化生命体。

（二）保护文化遗产的严肃性与神圣性

中华优秀传统文化中有许多有关信仰、礼仪、宗族感情等严肃甚至神圣的事物。这是民族精神的核心，不能轻视，不能戏谑。但是商业化过度就会导致对这

些神圣资源的掠夺性开发，把它们当作取悦大众的噱头或者牟利的工具。随意更改经典文本、在不合适的场合使用宗教符号、把庄重的传统仪式当作娱乐等，都是对文化遗产尊严的侵害。这样既伤害民族感情，又会在国际上造成不良影响，让外国人觉得中华文化没有神圣感、没有敬畏心。

在跨文化交际中，要给商业开发划定红线。对承载着民族集体记忆、寄托着民族精神的文化遗产要怀有敬畏之心，坚持保护第一的原则。即使进行必要的商业化改造，也必须遵守严格的学术规范和伦理标准，不能改变其原有的精神气质和文化内涵。传播者应该具备高度的文化自觉和责任感，知道自己不但是文化产品的销售者，也是文化遗产的守护者。运用超语手段进行创意表达的时候，要经过学术界以及文化持有者的论证，保证符号的重组、挪用不触犯文化禁忌，不消解文化的神圣性。只有维护了文化的尊严，我们的对外话语才有令人信服的道义力量。

（三）追求社会效益与经济效益的统一

构建中华优秀传统文化对外话语体系，最终目的就是实现社会效益和经济效益的双丰收。社会效益是国家形象、民心相通、人类文明进步，经济效益是文化产业增值、文化贸易扩大、产业链带动。二者不是零和博弈，而是可以互相促进、相得益彰的。过分追求经济效益会造成文化庸俗化、短视化，而完全忽视经济效益又会使得传播活动缺乏持久的动力。

实践上应该探索出以文兴商、以商传文的良性循环。一方面依靠高质量的文化内容吸引全世界的受众，获取巨大的市场价值，用商业回报反哺文化保护和研究，提高文化生产的质量；另一方面通过商业渠道的高效和广泛，把蕴含中国价值的文化产品送到全世界，达到润物无声的传播效果。这就意味着项目的策划、产品设计、运营推广等各环节要把社会效益放在第一位，同时还要考虑市场、商业可行性。

具体路径包括：

1. 精品工程，集中资源打造一批有深厚文化内涵、经得起市场检验的现象级文化产品。3A 游戏《黑神话：悟空》就是一个成功的范例，证明了硬核的传统文化内容完全可以取得巨大的商业成功。

2. 建立评价机制：设立一个包括文化影响力、受众满意率、商业回报率等各方面的评价体系，促使文化企业除了谋求利润外还要积极地承担起文化的责任。

只有在社会效益和经济效益之间找到最佳的平衡点，中华文化的对外传播才能获得源源不断内生动力，行稳致远。

第四节 文化创新的边界探讨

以超语交际的宏观视角来看待中华优秀传统文化对外话语体系的构建，实际上是动态的符号重组和意义协商的过程。在此时，语言、图像、声音、数字媒体等各方面的资源都被调动起来，文化传播的维度和范围也随之大大扩展。伴随着交际资源的不断丰富和跨文化交往的日趋频繁，文化创新的边界问题也开始显现出来。超语交际固然重视语言和符号使用的流动性、创造性，但这并不意味着可以没有原则地解构或者任意拼贴。为了保证对外话语体系的准确性、主体性、尊严感，有必要厘清文化创新和传统坚守之间的辩证关系，划清不可逾越的底线、红线，在保持文化基因纯洁性的基础上，取得最好的传播效果。

一、创新是对传统的继承与发展

对外话语体系创建过程中，革新并不是对传统的完全抛弃，而是对传统生命力的一种现代激发。从超语交际的角度来说，创新就是将积淀深厚、传承久远的文化传统符号资源用新的交际策略、媒介手段、语言形式重新编码，在全球化背景下使异质文化受众感知、理解并最终接受。这就需要在保持文化内核不变的基础上，主动去寻找形式、载体的多样化，把传统资源转化为现代话语。

（一）深刻理解传统文化的精髓

建设高质量的对外话语体系，首先要对中华优秀传统文化进行深入的解码和价值的提炼。传统文化不是死的历史遗产，它是一个包含宇宙观、伦理观、审美观的活的体系。如果传播者在超语交际过程中对“仁义礼智信”等核心价值只是浅层次的认识，把它们当作表面符号来挪用，那么无论怎么创新都是无源之水。深刻认识它的精髓，就是穿透器物、制度的表象，抓住中华文明独有的精神标识和逻辑理路，从而确立文化传播的“元叙事”。

只有具有了这样的文化自觉与自信，传播主体才能够在复杂的跨文化交际场合里，准确地调动起各种语言和非语言的资源，对传统文化进行恰如其分的转译和阐释。不仅只是知识的积累，更是情感和价值观上的接受。每一次对外话语的

建构,不论是翻译一部典籍,还是设计一款文创产品,都必须把对原典精神的敬仰作为根基,在跨越语言、文化的界限的同时,保证中华文化的神韵不散、精魂不灭。

（二）在尊重传统的基础上进行创新

尊重传统既是个创新的逻辑出发点,又是判断创新成果好坏的标准。从超语交际的角度来说,尊重传统就是承认原有文化符号系统的合法性、权威性,不能随意改变其核心能指和所指的对应关系。但这并不是排斥利用现代科技手段、多模态资源对传统当下表达进行。真正的尊重,就是给传统加注新时代的血液,和现代文明交心时爆出新的火花。

就具体的实践途径而言,我们要坚持守正创新的原则。一方面要维护中华文化的主体性,彰显中国特色、中国风格、中国气派,绝不能为了讨好外部受众而丢掉自我;另一方面要善用超语策略,把视觉、听觉、触觉等各方面的感官体验结合起来,突破单一语言文字的传播壁垒。不论是借助虚拟现实技术再现大唐盛世的辉煌,还是用电子音乐来重新演绎古琴曲的韵律,只要是对传统美学精神有真正体会,并且能够打动听众的情感,那就是对传统的继承和发展。

其中的创新重点应该放在话语方式的转换、传播渠道的拓宽上,而不是对文化内核的颠覆。要找到传统文化与当今全人类共同价值相结合的切入点,用国际通用的符号语言讲好中国故事,使传统文化在新的话语体系中得到新生,而不是变成没有灵魂的空洞躯壳。

（三）反对割裂历史、凭空杜撰的“伪创新”

当前,在文化市场化、流量逻辑的冲击下,出现了些打着创新旗号,却割裂历史、无中生有的“伪创新”。在超语交际的复杂语境下,这种现象很容易造成文化误读,严重影响中华文化的国际形象。

1. 符号的随意拼接、意义消解,部分创作者为了追求视觉上的奇观或者猎奇的效果,对本就具有特定历史文化背景和礼仪规范的文化符号进行随意的切割,然后毫无逻辑的拼接在一起。这样就断绝了符号和历史语境的联系,使得文化成为没有深度的装饰品,受众也不能从中得到真正的文化知识。

2. 一些所谓的戏说、重构根本不顾基本史实,随意虚构历史人物的生平、性格,甚至颠倒是非。这是对历史极其不负责任,是对民族集体记忆的背叛,它抹杀了历史的严肃性,使得对外话语体系无根可依。

对这些伪创新要时刻警惕并予以批判。对外话语体系的建构是项严肃的系统工程,不能有一丝一毫的虚假浮躁。必须坚持历史唯物主义的观点,坚持历史的真实性、文化的纯洁性,向世界展示一个真实的、立体的、全面的中国,而不是一个被歪曲、被异化的幻象。

二、尊重历史事实与民族情感

历史事实以及民族情感在文化交流中最敏感、最核心。使用超语交际策略进行跨文化叙述的时候,必须一直保持这种意识。交际过程中的语言转换、媒介融合、符号再造,都离不开具体的历史语境,更不能伤害到对象国或本国的民族情感。构建对外话语体系是为了增进理解、建立互信,而无视事实、以情感伤害为代价的肆意妄为只会产生隔阂、对抗。

(一) 对历史人物、事件的严肃对待

历史人物、重大历史事件是中华民族的集体记忆,也是中华民族的精神谱系。对外传播的时候,影视作品、文学翻译和数字游戏里所有涉及历史题材的内容都需要严肃谨慎。这并不是说要一概照搬照抄,而是说在进行艺术加工或者跨媒介叙事的时候,不能违背历史的基本逻辑和既定史实。

超语交际在重塑历史场景的时候会用到很多模态。重塑要努力体现历史的质感、厚度,而不是为了迎合某种低俗趣味去解构英雄人物、美化反面角色。近代以来抗击外侵的历史中任何有损正义性,混淆侵略事实的言论,都是对历史正义的践踏。严肃对待历史,就是守住历史认知的底线,防止历史虚无主义通过新的传播媒介渗透、扩散,保证对外话语体系的历史真实基础。

(二) 避免触碰民族情感的红线

民族情感是维系一个国家、一个民族团结的精神纽带,有很高的神圣性和不可侵犯性。文化创新时,一些特殊的符号、仪式、称谓承载着浓厚的民族感情,处理不好,很容易造成严重的负面舆情,严重时还会演变成外交事件。所以,在形成对外话语的时候,一定要有很高的文化敏感度以及政治判断力。

超语交际固然重视交际者对资源的灵活运用,但当涉及国家主权、领土完整、民族尊严等核心利益的时候,语言和符号的使用必须严格规范,不能有任何通融或者“游戏”的空间。

任何以幽默、讽刺、前卫艺术为名,侮辱国旗、国歌、英雄烈士,在民族伤

痛的历史记忆上撒盐的行为都是不可接受的红线。这既牵扯到法律方面的约束，也牵扯到文化传播者自身道德方面的约束。在跨文化语境里，应该警惕以国外为中心视角所形成的刻板印象和带有歧视性质的隐喻，坚决抵制伤害中国人感情的文化产品，始终保持国家尊严，守护民族情感的纯洁性。

（三）在艺术创作中把握分寸

艺术创作是文化对外传播的主要载体，也是最能体现超语交际创造性的领域。艺术可以允许虚构、夸张，可以使用象征、隐喻，但自由并不是无边界的。处理传统文化题材的时候，分寸感是不能忽略的重要因素。分寸感即对度进行精确掌控，既要拥有足够强的艺术感染力去吸引异域受众，又不能使文化底线被破坏。

恰到好处的艺术分寸就是“似与不似”之间，既保留了传统文化的形与神，又符合现代审美节奏。如果为了所谓的国际化、震撼力，而对暴力、色情、阴暗面进行过分渲染，把中国传统文化扭曲成猎奇的对象，那么就失去了艺术创作应有的品格。

就操作而言，创作者要慎重地选择符号资源。改编经典文学名著时，对于人物关系的重新塑造、情节的删减等都要服务于主题的升华，而不是单纯地追求感官上的刺激。用多模态的艺术方式来展现中华文化博大精深、温润敦厚的特质，而不能把中华文化异化为“怪力乱神”的聚集地。只有把握好创作的尺度，艺术才能成为沟通中外的桥梁而不是制造误会的障碍。

三、建立文化创新的评价与引导机制

为了保证中华优秀传统文化对外话语体系建设的健康发展，仅仅依靠传播主体的自觉是不够的。我们必须从制度上建立起来一套科学的、系统的、多元的评价与引导机制。此种机制应能够很好地解决超语交际时代信息传播复杂、瞬时的特点，在政策扶持、学术批评、市场监督和社会监督等各方面的共同努力下给文化创新制定标尺、规范生态，最终促进对外话语体系逐步走向更加成熟、自信。

（一）鼓励有益的、健康的创新尝试

评价机制的第一项功能就是激励。对那些能够准确把握中华文化精髓、善于运用超语交际策略、在国际传播中取得良好效果的创新作品或者项目，应该予以充分的肯定和支持。既包含物质上资金支持、税收优惠，也包含精神上的表彰和推广。

政府相关部门、文化机构可设立对外传播创新奖项,发现并树立一批具有示范效应的标杆案例。这些案例要涵盖文学、影视、动漫、游戏、网络视听等各方面的内容,体现多模态资源整合的无限可能。

同时应该鼓励学术界与产业界之间的深度合作,给新的探索提供理论和智力支持。创建跨文化交流平台,给创作者提供一个检验创新策略是否有效的国际受众反馈渠道。这样的正向激励机制能极大激发全社会的文化创造活力,使更多的人投身到中国传统文化的对外传播事业中来,不断探索出讲述好中国故事的新角度、新方式。

(二) 批评和抵制恶搞、低俗的“创新”

鼓励创新的同时,也要建立有效的纠偏和惩戒机制,对那些用创新之名行低俗营销、恶搞之实的要坚决批评、坚决抵制。在网络化、数字化的传播环境之下,低俗内容的传播速度飞快,破坏力惊人,瞬间就能摧毁长久以来塑造起来的文化形象。

1. 加强专业批评的介入,文艺评论界、学术界要敢于发声,对文化市场的乱象进行及时的剖析和批评。这样的批评不应止于道德义愤,而要从符号学、传播学、美学等学理角度,对话语建构的谬误和危害进行分析,引导公众形成正确的审美判断。

2. 加强行业自律、行政监管,各文化行业协会要制定严格的行业准则和伦理规范,并且所有会员单位必须遵守。对严重违反公序良俗、歪曲历史事实、损害民族情感的作品,行政监管部门要依法依规予以查处,提高违规成本,通过“黑名单”等方式把文化垃圾挡在外面。

3. 激发社会监督力量,发挥好互联网平台的反馈作用,畅通群众投诉举报渠道,形成全社会共保国家文化形象的氛围。

(三) 形成良好的文化创新生态

要最终构建出一个开放、包容、规范、有生机、可持续发展的文化创新生态系统。传统与现代、本土与全球、坚守与创新能够处在一种良性的动态平衡之中。

生态良好就是多主体共生共荣。政府、高校、媒体、企业、智库、民间创作者都在对外话语体系建构中起着不可替代的作用。评价与引导机制使各个主体实现资源共享,优势互补,打破条块分割的壁垒。

良好的生态要有强大的自我修复、自我发展的能力。在超语交际中总会出现

失误或者争议。关键在于我们的机制可以接受试错并从中吸取教训，依靠不断的反馈和迭代来改善话语策略。营造出百花齐放、百家争鸣的学术、创作氛围，让真正的精品力作在竞争中胜出。经过这样的生态培育，中华优秀传统文化对外话语体系就不再是生硬的说教，而是一片生机盎然的森林，根深叶茂，源源不断地向世界输送着中华文明的氧气和养料，最终达到民心相通、文化共鸣的目的。

第十章 未来发展趋势与战略展望

超语交际理论被广泛使用在国际传播领域的时候，中华优秀传统文化对外话语体系建构也处于一个新的历史起点上。本章把目光投向未来，在复杂的国际环境下怎样用超语资源打破原有的语言文化障碍，构建起动态生成的意义场域。这既是总结过去策略的成果，又是未来文化流动性、混合性特征的先声。

第一节 全球化进程中的机遇与挑战

一、逆全球化思潮下的文化壁垒

逆全球化不只是经济现象，它也是文化上的排斥异质文明、过分看重本土身份的“自保”倾向。于是无形的意义屏障被筑起，妨碍符号资源自由流通、重组。在这样的時候，传统的逐字翻译或者单向传递都会变得无济于事，因为受众的解码机制早就被意识形态偏见所固化了。

（一）民粹主义与排外情绪的抬头

目前国际舆论场上民粹主义盛行，形成了封闭的话语环境。情绪化社会心理把外来文化符号看作对本土文化“纯洁性”的破坏，于是认知上拒绝跨文化协商与意义建构。超语交际所提倡的语言混合、身份流变，在极端的民粹主义者看来常常是一种危险。他们喜欢固守单一语言纯洁性，排斥带有中国元素的混合语言。社会心理使得中华文化符号在进入一些国外社区的时候，遭遇前所未有的情感阻力。受众不再用理性的逻辑去判断文化内容，而是用情感上的亲疏远近来决定是否开始交际行为。

由此产生了排外情绪。社交媒体平台上的算法推荐加大了信息茧房效应，持排外态度的人不断自我强化，形成回音室。中华优秀传统文化里所提倡的“和而不同”等包容性观念，遇到激进的排外叙事的时候，会被扭曲成一种追求同化的政治话语。超语实践需要交际主体具有开放性和容忍度，但是民粹主义正在不断侵占容忍的空间，使得多模态、多语码的灵活交际变得非常困难。非理性情感壁

垒不能用传统的建构话语方法来克服,必须找到一种穿透情感迷雾、打动人心的超语策略。

（二）地缘政治对文化交流的干扰

地缘政治博弈已经从军事经济领域扩展到文化符号解释权的争夺。由于各国之间战略竞争的存在,文化交流很容易被泛政治化,语言和文化产品也被打上政治标签。在此情况下,中华文化对外传播不再只是文明交流,而往往被预设带有地缘政治目的的软实力渗透。预设的敌意破坏了超语交际所需要的“安全空间”,使交际双方不能平等地位使用各自的符号资源共同建构意义。孔子学院等机构遭遇政治审查,其背后其实是对文化接触面的物理隔离。

政治力量介入语言使用,交际情境不真实。有的国家通过立法或者行政手段来限制某种语言在公共空间的使用,或者对某种文化产品的进口设置障碍。这类行政干涉直接斩断了超语交际所依靠的社会网络。更隐蔽的则是地缘政治话语凭借媒体议程设置,把中国文化符号同负面政治概念硬性关联起来,进而构建起刻板印象的语义链。这时,单靠语言层面的转换已经不能满足要求了。在超语交际的框架中需要调动非语言符号、身体行为、物理环境等多种资源来打破被政治话语所固化了的刻板印象。

（三）文明冲突论的现实影响

亨廷顿的文明冲突论尽管已经提出多年,但是在国外的政策制定以及学术话语中依然有较大的影响。该理论框架把世界划分为几个互不相容的文明板块,过于突出文明之间存在的差异与无法调和。超语交际认为文化边界是流动的、可协商的,但文明冲突论却想将其固化、刚性化。这种二元对立的思维使国外接触中国传统文化时,常常带着“有色眼镜”,先入为主地认为东外国文化本质是相反的,忽略了两者之间的共通之处。

宏大的叙事对于微观的交际产生了具体的压制。当个体试图使用超语策略来进行跨文化交际的时候,很容易被宏大的文明冲突话语所左右。像中国的传统哲学中的集体主义,往往被看作是与国外的个人主义相对立的,而忽视了二者对于现代社会管理的互补性。本质主义的文化观排斥互动中产生的新身份、新意义。在这样的理论阴影之下,中华文化的对外话语建构既要把内容传递出去,又要去承担解构“冲突论”逻辑起点的任务,用文化交融的实例去证明文明之间存在广阔的中间地带。

二、全球化新阶段的合作机遇

逆风阵阵，全球化并没有停止，而是在深度互联与碎片化共存的情况下进入了新的发展阶段。人类共同的危机使各国寻找新的对话方式，为超语交际提供天然的试验场。此时的话语权之争已经转变为解决问题能力的较量，能给出普适的、跨语言障碍的解决办法的人才能获得话语权。

（一）全球性挑战呼唤文化共识

气候变化、公共卫生危机、数字鸿沟等全球性问题，由于跨国界、跨文化的性质，客观上需要一个超越单一民族国家视角的全球话语。这样的需求，给中华优秀传统文化里的“天人合一”“同舟共济”这类的生态与伦理智慧，供应了极好的出场契机。单一语言、单一文化的视角在面对这些挑战的时候，就显示出了它的不足之处，世界需要一种能容纳多种视角、调动各种符号资源的超语方案。全球性焦虑感实际是降低了文化接受的门槛，只要是可以解决问题的智慧就会被纳入到全球的知识体系中。

超语交际既是沟通的方式，又是共识产生的方法论。面对气候危机，全世界人民要打破语言的隔阂，形成一套有关生态保护的混合语言。中华文化不能以说教者的姿态出现，而应该作为符号资源库里的重要部分参与到全球意义上的协商之中。将中国古代的生态哲学同现代科学话语、国际法律话语进行拼接、融合，可以创造出既具有中国底蕴又容易被国际社会所理解的新型环境话语。以共同的生存危机为基础而形成的深度合作，可以有效地消除意识形态的隔膜。

（二）“一带一路”倡议的文化纽带作用

推进“一带一路”倡议在欧亚大陆乃至更大范围内搭建起一个庞大的物理、人文网络，给超语交际提供丰富的实践场景。在此框架之下，文化交流不再只是空洞的讨论，它被落实到具体的工程项目、商品贸易、人员往来之中。

1. 基础设施建设带来的语言接触前沿。在港口、铁路、园区建设现场，中国技术人员与当地民众频繁的交流互动，产生了很多临时混合语、行业性的中介语。不规范的语言行为就是文化深度融合的开始。打破标准语法的约束，以交际效率为第一要务，使中国文化的词汇、概念在不经意间渗透到当地语言系统里。自下而上的语言渗透比课堂教学有更强的生命力。

2. 贸易畅通引发的符号资源重组。伴随着跨境电商、数字贸易的发展，商品

本身也成为文化传播的载体。中国商品的包装、说明书、广告宣传,大部分都是用中外文混排、图文并茂的多模态形式。受众在商业驱动下进行的超语实践,在消费的同时潜移默化地习得了中国文化的审美趣味和价值取向。这样一种“润物细无声”的方式很好地避开了政治的敏感,用市场的力量完成了文化符号的全球分发。

(三) 多边主义框架下的文化对话机制

多边主义的复兴给非国外文明发声赋予了制度支撑。联合国、二十国集团、金砖国家等国际组织里,尊重文化多样性成了个共识。打破了英语霸权独步天下局面,为中文以及中国文化概念进入国际规则和标准的制定打下了基础。多边舞台上的交际十分繁杂,有各种语言同声传译,不同的文化背景之间的博弈、妥协。环境本身就成了超语交际的温床。

在此机制之下,中国的代表也不再只是简单的翻译者,而是在外交修辞、文化隐喻等手段下,使议题在中国与其它各方互动的过程中被重新塑造。拿“构建人类命运共同体”这个概念来说,它经由各种语言的转译,不同文化案例的类比,在多边文件里不断磋商,才慢慢从一个中国概念变成国际共识。多边主义框架下不同文化背景的人可以进行对话,在对话的过程中保留各自的不同,在交流的过程中找到最大公约数,这正是超语交际所倡导的精神。中华文化在顶层设计的国际规则里留下了深刻的痕迹。

三、在变局中开新局战略定力

全球化的新局面给对外话语体系的构建既不能自轻自贱,也不能妄自尊大。必须有战略定力,在超语交际理论的指导下处理好守正创新、本土全球的关系。这就需要在心态上更自信,在策略上更灵活,在视野上更开阔。

(一) 保持文化自信,坚定传播决心

文化自信是进行有效超语交际的心理基础。当语言接触、符号混合的时候,如果没有对自己文化内核的深刻认识和认同,就会在复杂的交际场域中失去方向,造成文化的被动同化或者“空心化”。超语交际看重语言的混合使用,但这并不表示要抛弃母语文化主体性。只有当交际主体对于自己的文化资源,即哲学思想、文学艺术、日常生活方式等等,有充分的控制力时,才能在跨文化互动中自由地调取、拼贴、重构这些文化资源。

自信要转化为传播的韧性。遇到误解、歪曲、打压的时候,不能出现应激性的辩解或者自我封闭,而应该坚定地相信中华优秀传统文化里包含的普世价值。文化传播是长期、螺旋上升的过程。从超语交际的角度来说,每一次的误读都是再生产的一个场域。应该有信心让中国文化在异域碰撞、变形,相信它的核心精神有穿越时空、跨越语言的生命力。战略定力表现为塑造话语体系的时候,不是一味追随一时的国际舆论风向,而是去发掘文化根脉,给出具有长久价值的公共产品。

（二）以更开放的姿态拥抱世界

开放既是指政策上的对外开放,也是指认知上的心态开放。开放就是允许他人参与中华文化意义建构的过程。传统传播模式一般会预设一个完美的“中国故事”版本,然后试图不加改变地将其传递给受众。但是在新的战略视野下,应当鼓励全球的受众用他们自己的语言资源、文化背景来讲述中国的故事,即使讲述中带有“洋腔洋调”或者混合的特征。

开放的态度需要打破“中体西用”二元对立的思想,承认在超语空间里中华文化与世界文化互为体用。应该欢迎外国学者、艺术家、普通网民对中国文化元素进行再创作、再演绎。当李子柒的视频被不同语言的海外博主解说时,当中国神话题材游戏被全球玩家用各自的游戏术语讨论时,这种多声部的合奏比单一的官方独白更有力量。拥抱世界就是敢于使中国文化成为全球流行文化拼图中活跃的板块,接受它的变异,因为变异中会有本土化、认同感的形成。

（三）在危机中寻找新的增长点

每一次危机都会孕育技术革新、模式变革。新冠疫情虽然限制了人们的物理活动,但是加快了数字化生存的速度,给基于数字媒介的超语交际创造了无限的空间。虚拟世界里的语言边界渐渐地消失不见,表情包、短视频、即时翻译工具这些共同创造出了一个高语境、高互动的新型交际场。在这里,中华文化不再依靠昂贵的线下活动来传播,而可以依靠低成本、高频次的数字互动达到病毒式传播的效果。

把握住数字化的机遇,把危机变成话语体系创新的动力。用元宇宙的技术创建沉浸式的中华文化体验空间,在虚拟交互中使全球用户自然地使用中国的文化符号和逻辑。依靠人工智能翻译技术的突破,很大程度上降低了跨语言交流的障碍,使深奥的古典文献用更通俗、更准确的方式进入大众。另外,应该关注后疫

情时代人们对于心理慰藉和精神疗愈的需求,挖掘出中华优秀传统文化中有关身心修养的内容,并将其转化为适合现代数字生活的文化服务产品。在危机中开新局就是通过新的技术改变交际情景,让中华文化重新获得数字海洋里新的浮力和航向。

第二节 技术发展带来的变革影响

数字时代、全球化的大背景之下,技术不断更迭,彻底改变了信息传递的方式,也深刻地改变了人们的交流方式、认知视野。从宏观的角度来看,中华优秀传统文化对外传播的方式正处在蜕变的过程中,从以前单向度的符号化传播,转变为多种方式交互、沉浸式、智能化的传播方式。技术的强大力量加持,显然给冲破语言和文化种种阻隔开辟出新的途径。

一、人工智能对内容生产与传播的重塑

人工智能技术快速发展,生成式人工智能异军突起,传统文化内容的线性创作逻辑被打破,符号组合、意义生成的底层逻辑也被打破。在超语交际的大范畴里,人工智能既充当着辅助工具,又是丰富交际资源、改善符号配置的重要参与者,促使中华文化对外话语体系的塑造步入了一个史无前例的智能化时期。

(一) AIGC 带来的内容生产革命

生成式人工智能因具有很强的多模态生成能力,使得中华优秀传统文化符号的表现形式变得丰富多彩。文化内容的创作不再只是用单一的语言文字符号进行,而是扩展到用图像、声音、视频等多种复合符号系统进行。传统文化中的诗词歌赋、书画艺术、戏曲脸谱等抽象或具象的文化符号,利用 AIGC 技术,可以很快地转化为跨文化受众更易接受和理解的视觉化、听觉化的产品。该技术革新极大地降低了跨文化内容生产的门槛,任何文化传播者都可以依靠智能工具,自由调用各种模态资源,创建起一个具有超语交际特征的丰富表意体系。更进一步, AIGC 还能根据不同的受众对象的文化背景和审美喜好,自动产生针对性的文化介绍和视觉表达,在文化内容生产的量化和个性化的过程中,达成最好的融合。

AIGC 技术在跨语言翻译、语义对齐等方面也潜力巨大,在破解中华文化核心概念的“不可译性”难题方面有新思路。利用深度学习模型, AIGC 不只可以进行简单的语言翻译,更可以依靠海量的双语语料库,准确地把握文化负载词在

不同语境下的深层隐喻以及情感色彩。利用 AIGC 生成包含文字描述、情景模拟、背景阐释的组合作内容，海外受众便可以在多重符号的相互印证之下，形成对中华文化的立体认知。彻底打破了以前人力所受的限制，使大量藏于古籍中的文化资源被迅速激活、重组并转化为符合数字时代传播规律的现代话语，极大地提高了中华文化对外传播的时效性和覆盖面。

与此同时，AIGC 引起的内容生产革命也造成传播主体的多元化，使普通用户也可以成为文化传播的积极参与者。从超语交际的角度而言，用户用 AIGC 工具做二次创作的过程，就是调动自己的语言和技术资源，同文化意义展开动态协商的过程。人机协作的生产方式，使中华文化对外传播不再只是官方机构或者专业媒体的专属领域，而是一个由无数个个体节点共同组成的分布式生产网络。每一个用 AI 创作中国风插画、生成国风音乐、编写跨文化对话脚本的个体，都在用自己的视角和方式给中华文化的对外话语体系增添生机与活力，使其更加鲜活、生动、有力量。

（二）算法推荐对传播格局的深度影响

智能算法作为目前信息分发的主要方式，对于海外社交媒体平台的可见度以及信息流向都有着较大的影响。算法推荐技术可以精准挖掘和分析用户行为数据，描绘出不同的文化背景下的受众的兴趣图谱，向他们推送最贴近他们的认知习惯的文化内容。数据驱动的精准传播取代了过去的大水漫灌式的粗放传播，变成了千人千面的精细滴灌。在超语交际当中，算法实际上起着“语境构造者”的作用，根据受众潜在的需要，将语言符号与非语言文化符号进行组合和推送，为跨文化交际的成功设定了一个理想的情境场所，从而大大地提升了传播的有效性及到达率。

但是算法推荐机制在打破信息壁垒的同时，又使得“信息茧房”效应对中华文化全面传播造成了更大的挑战。一方面可以快速聚集起对东方美学、中国哲学、传统技艺等有共同兴趣、粘性较高的小众群体，形成文化趣缘社区，促进文化的深度交流与认同，但另一方面，如果算法只按照受众已有的刻板印象进行推荐，那么受众就会长期陷于单一、片面的文化认知之中，无法领略到中华文化的丰富多样。因此要利用算法推荐重塑传播格局，就需要从内容供给侧入手，设计出更加丰富、更加包容、符合算法需求的标签系统、符号组合，引导算法逻辑朝着展现中华文化多样性和包容性的方向发展，在数字空间中形成一个更平衡、更健康

的对外话语生态。

（三）人机协同成为传播新常态

人机协同正在成为文化传播的主要方式，在超语交际的实践场域中，它改变了传播者的主体性，也改变了传播者的交际策略。协同不是人和机器功能的叠加，而是人的创意智慧、情感体验和机器的计算能力、数据处理能力深度耦合的结果。传播者利用智能翻译辅助系统、情感计算工具、跨文化交际语料库等，可以马上改变交际策略，保证文化信息正确传递，感情真实共鸣。机器完成大量的符号转换和数据分析工作，人类专注人文关怀和价值引领，两方优势互补共同创建起高效有温度的跨文化对话模式。

1. 人机协同模式大大拓宽了超语交际的范围和角度。依靠实时语音识别和合成技术，传播者可以打破自己的语言能力的束缚，随时调取各种语言资源进行即兴交流。同时利用情感计算技术机器可以协助人类去辨别受众细微的情绪变化，并且及时地提示传播者调节语调、表情、肢体动作等非语言符号来达到心领神会默契沟通的效果。

2. 新的常态也给传播者媒介素养提出更高的要求。传播者要有厚实的文化储备，并且熟悉智能工具的操作，就人机互动而言，要维持文化的自觉与主体性。只有人类传播者能很好地掌控机器，把技术理性融进人文感性里，人机协作才会产生“ $1+1 > 2$ ”的传播效果，促使中华文化对外话语体系向更智能、细致的方向发展。

3. 未来的发展趋势将越来越重视情境感知和自适应进化。随着人工智能技术持续的更新迭代，智能传播助手所具有的语境理解能力会越来越强，可以根据不同的交际场合、受众的即时反馈以及文化背景，自主选择最恰当的符号组合和话语方式。高度智能化的协同模式，将使中华文化的对外传播过程更加顺畅自然，有效消除技术介入造成的生硬感，真正使技术成为连接不同心灵的隐形的桥梁。

二、元宇宙等新技术带来的沉浸式变革

随着元宇宙概念的出现和支撑其发展的相关技术越来越完善，给中华优秀传统文化对外传播开辟出了一条不同于二维平面、走向三维立体的新途径。该技术变革意图创建一个全真互联的数字时空，彻底改变了受众感受文化的方法。超语交际不仅仅是符号的传递，更是身体性的在场体验，是全感官的互动实践。

（一）构建虚实融合的文化新空间

元宇宙技术依靠数字孪生、全息投影、虚拟现实这些先进的手段，成功地创造出许多虚实相融的文化新空间，让中华优秀传统文化在数字世界里“复活”并实现“永生”。这些新的空间既是对实体文化遗产高保真的数字化再现，也是打破物理界限的文化意义产生场所。敦煌莫高窟的壁画、故宫雄伟的建筑群落、苏州园林移步换景的精妙设计，在元宇宙中都能被细致地再现出来。海外受众不用跋山涉水就可以通过虚拟化身进入中华文化独特的场所里，感受中华文化的韵味。从超语交际的角度来看，空间本身就是一个庞大的多模态符号系统，建筑的布局、色彩的搭配、光影的变化，无时无刻不在传递着丰富的文化信息，给跨语言交流提供了很多的环境依托和意义锚点。

在虚实交融的空间内，时空的维度发生了彻底的改变，所以历时性与共时性的文化对话也就产生了基础。观众可以穿越到唐朝的长安街头，和虚拟的李白一起喝酒作诗，体会“且放白鹿青崖间”的豪放快乐，也可以走进宋代的勾栏瓦舍，沉浸在一场数字化的皮影戏表演里。打破时空限制所产生的强烈的在场感，使文化传播具有很强的感染力和说服力。空间本身成了交际的直接参与者，受众在空间中的移动、注视、触摸等具身行为，也成为意义建构的组成部分。借助这种具身的互动，中华文化里那些“只可意会，不可言传”的隐性知识，诸如气韵、意境、礼仪之类，就能经由身体的感知被受众领会，从而冲破了语言文字在描述高语境文化时的限制。

虚实融合的文化新空间具有很强的可塑性与开放性，能按传播需要动态组合并且扩展功能。它既可以是不落幕的线上博物馆，也可以是全球受众共同参与的虚拟非遗工坊。不同的文化背景的人们可以打破地域的限制，在其中一起进行中华文化的创造与展现。在虚拟的春节庙会上，全世界的用户可以控制自己的虚拟形象，一起写春联、剪窗花、放电子烟花等等，体验各种民俗活动。共同在场的集体仪式感，会在无形中使受众对中华文化的亲近感和认同感得到加强，把外在的文化符号逐渐变成内在的文化记忆。

与传统的图文或者视频传播相比，元宇宙空间提供的是包裹式的传播体验。受众不再只是旁观者，而是成了文化场景中的一部分，被各种文化符号包围着。沉浸式环境可以很好地隔绝外界的干扰，使受众的注意力完全集中在文化体验上。在超语交际的过程中，可以最大限度的调动受众的感官系统，让受众利用自己的

视觉、听觉、触觉等各种模态资源来解读文化信息，在此过程中对中华优秀传统文化有更加深入、全面的认识和接受。

（二）创造全新的文化体验与社交模式

元宇宙以及相关技术给受众带来新的文化体验方式，把以往的单向观赏转变为双向或者多向的互动创造，在这一过程中产生新的跨文化社交模式。所以，超语交际的互动性、生成性得到了前所未有的释放。

1. 全新的文化体验集中表现在交互的叙事、游戏的参与。元宇宙环境之下，中华优秀传统文化故事不再是固定不变的剧本，而成了可以被探索、被干预的开放式叙事系统。受众可以扮演某种角色，真正进入历史事件或者神话传说之中，用自己做出的选择来推动剧情的发展。“做中学”、“玩中悟”的体验模式把文化认知门槛降到了最低，文化传播也更富趣味和吸引力。

2. 社交模式改变，由虚拟化身构成的跨文化族群出现。用户在元宇宙中可以创建带有中华文化元素的虚拟形象，例如穿汉服的数字人。这样的视觉身份标识就成了超语交际的第一张名片。不同语言背景的人在虚拟空间里会面，通过肢体动作、虚拟表情、实时语音翻译等手段来交流，用共同的文化兴趣来连接新的数字部落。以兴趣、体验为纽带的社交关系比单纯的言语交流要稳定、持久。

（三）对文化传播伦理提出新挑战

随着元宇宙等沉浸式技术的广泛应用，中华优秀传统文化对外传播也遇到了很多复杂的伦理问题。这些问题牵涉到文化主权与历史真实，也牵涉到技术霸权这样的大问题。技术在超语交际的深层结构里是沟通的桥梁，也是歪曲意义、异化关系的潜在力量。

在虚拟空间中进行文化重构，很容易引起关于“历史虚无主义”和“文化景观化”的争论。为了追求沉浸感、娱乐性等目的，开发者会对历史文化内容进行过度商业化包装或者夸张化的处理，从而造成文化深层的精神内核被抽离出来，只留下符号化的表层。去语境化的传播虽然在短期内能引起关注，但是从长远看，会造成海外受众对中国文化的误解与曲解。如果在超语交际中，受众所面对的只有被算法与商业逻辑改造过的“拟像”，那么他们所建构起来的文化认知，就会是无根无据、无尊无卑的沙上楼阁。

数据隐私、算法偏见在元宇宙传播中也不能小觑。沉浸式体验需要对用户的生物特征、行为数据、情感反应等进行实时的采集和分析，这就牵涉到用户的隐

私安全。一旦这些数据被滥用那就不仅是对个人权利的侵犯，而是可以操控文化舆论。元宇宙的基础架构以及运行规则大都掌握在国外的一些科技巨头手里，因此存在潜意识植入、文化霸权等风险。从技术架构上缺乏自主性，中华文化对外传播就会被迫嵌入他者的逻辑框架里，存在被边缘化或者被刻板化之虞。在接纳新科技的时候，坚守文化传播的伦理底线，守护文化解释权和数据主权，这是在构建对外话语体系过程中必须要面对的一个重要课题。

三、技术伦理与人文关怀的平衡

技术驱动中华优秀传统文化对外传播的过程中，必然会出现技术理性和人文精神的冲突。超语交际不只是符号交换的效率，也不只是交际背后的人的情感、价值、尊严。因此，在形成对外话语体系的时候，一定要在技术赋能与人文关怀之间找到一个动态的平衡点，保证技术永远服务于人的全面发展与文化的相互交流。

（一）防止技术异化，坚持“以人为本”

在智能化的传播手段越来越普及的时候，防止技术异化、确立人的主体性就显得十分紧迫。技术应该被看作是扩展人类感官、增强交际能力的工具，而不是取代人的思维、消解文化个性的主宰。超语交际当中我们应防止对算法与数据盲目迷信，不能将文化传播变成无温度的流量指标或者点击率游戏。中华优秀传统文化的精华是“人”，是其中蕴含的仁爱、诚信、正义等普世人文价值，这些有温度的精神内核是任何先进的算法都无法自动产生的。

坚持“以人为本”，即在技术应用的全过程里，把人的体验、情感、发展放在第一位。在设计文化传播产品时，除了要关注视觉效果和交互体验的好坏之外，更应该考虑其能否引发受众的心灵共鸣，能否尊重受众的文化习惯和认知差异。传播者要保持清醒的自我意识，不受技术逻辑的影响，善于使用技术手段，讲好真实、立体、全面的中国故事。我们要把技术当成心灵的纽带，而不是感情的高墙，让受众即便身在数字化的互动中，也能体会到中华文化特有的人文关怀与道德温情，从“技术连接”走向“情感连接”。

（二）关注数字鸿沟问题，促进文化公平

由于数字技术发展程度的差异，客观上形成新的数字鸿沟，给全球范围内的中华优秀传统文化平等传播造成严峻挑战。各国、各个阶层、各社会群体的获取

数字终端、网络接入和智能工具的能力存在差别。这会造成话语权不均等，也会造成没有足够技术资源的群体被排除在中华文化传播的覆盖之外，或者只是成为数字消费者。如果我们的对外话语体系过多依赖高端技术、昂贵设备，那么无形中就设置了一道技术门槛，将很多潜在的文化受众隔绝在外，这显然违背了文化交流互鉴的普惠性原则。

促进文化公平，就要在构建对外话语体系的时候，采用包容且具差异性的技术手段。一方面需要利用高精尖的技术打造出标志性的文化精品，占据国际传播的制高点；另一方面也需要考虑低带宽、低配置的环境下人们的需求，开发轻量化的数字文化产品，让欠发达地区的民众也能用最基本的网络设备接触中华优秀传统文化。推进技术普及下沉，依靠技术支持、人员培训等手段提高不同文化背景受众的数字化素养，给不同文化背景的受众公平地拥有跨文化交流的权利。只有填平了数字鸿沟，把技术红利更多地惠及于大众，中华文化对外传播才可形成无处不在、无远弗届、公正开放共享的世界文化大生态系统。

（三）用技术守护文化的温度与深度

在追求传播速度和广度的同时，怎样利用技术手段保护中华文化的温度和深度，防止文化碎片化、快餐化，这是技术伦理和人文关怀平衡的最终目的。超语交际重视意义的协商共建，但短视频、微内容等快节奏传播方式，又容易造成文化内涵的流失。不能使中华文化在数字洪流中成为转瞬即逝的视觉奇观，而是要利用技术去发现它那厚重的历史文化和哲学智慧，使得指尖移动时能够感受到其历史文化所蕴藏的意义。

为此可以采用大数据加知识图谱的方式，创建起中华文化的深度联系网络，把分散的文化符号串连成有结构、有逻辑的知识体系。依靠超链接、多级导航这些交互手段，让受众由浅入深地从感官刺激迈向理性思考，由一个文化现象着手去追寻它的起源和背景。展示一件文物不能只展示它的3D模型，还应该关联它的制作工艺、流传故事、所反映的时代精神等内容，给观众提供知其然更知其所以然的深度阅读体验。

同时也要用好虚拟现实、增强现实技术所具有的情境再现功能，创设起一个富有情感穿透力的沉浸式叙事空间。把受众放到虚拟的历史场景里，让他们扮演不同的角色，作出各种决定，真正体会到古人的悲欢离合，家国情怀，从而产生跨越时空的共情。以情感共鸣为基础的传播使中华文化不再是博物馆里冰冷的展

品，而成了有温度、有生命、可感可亲的精神伴侣。

还要搭建起依靠区块链等技术的内容溯源和版权保护体系，保证文化内容的真实和权威。数字时代信息爆炸之下，具有价值的文化内容十分难得。用技术手段给优秀的传统文化内容加上“数字指纹”，既是对创作者的尊重，也是对受众负责，保证受众所接触到的中华文化精髓没有被篡改、未受污染。

用技术守护文化的温度与深度，从本质上来讲，就是在数字空间中实现慢传播、深阅读的一种可能性。在算法推荐的时候，要恰当地加大思想深邃、审美价值高的长内容的权重，促使受众慢慢体会中华文化独有的韵味。只有当技术不再是吸引眼球的噱头，而是成为承载文化厚度、传递人文温度的坚实容器的时候，中华优秀传统文化的对外话语体系才能在数字时代的大潮中立得住、传得开、留得下，最终实现入眼、入耳、入脑、入心的传播目标。

第三节 多元文化共生的发展路径

从超语交际的宏观角度看，中华优秀传统文化传播已经不是单向度的信息输出了，而变成多文化互相影响，共同建构新意义的过程。超语交际理论认为应该打破语言、文化、符号等界限，在交流活动中重新塑造意义。因此本节从这个理论角度出发，探究怎样调动并协调各种符号资源，突破简单的语言转换，创建多元文化和谐共存、相互交融的发展局面，在全球更为广阔的语境中确立中华文化的话语权和价值认同。

一、推动中华文化成为世界文化的有机组成部分

要使中华文化进入世界文化体系，就要依靠超语交际的流动性、创造性，打破“我者”与“他者”的二元对立壁垒，使中华文化既是东方的璀璨瑰宝，又是全人类共有的精神财富。这就需要在符号互动中找到共通点，并在文化差异里孕育出新的意义。

（一）从“走出去”到“融进去”

传统的走出去战略以物理空间拓展、文化产品单向输出为重，多表现为简单的翻译、推介。但超语交际视角下的“融进去”，是在具体的交际语境里，灵活地使用各种语言变体、多模态符号（图像、声音、肢体动作）和数字化媒介，打

造一个跨越国界的“第三空间”。中华文化不是旁观的外来者，而是交际生态中不可缺少的一个有机组成部分。这就要求传播主体有很强的语境适应能力，根据受众的文化背景和交流需求来即时改变自己的符号策略，把中华文化元素自然而然地融入到当地的社会生活 and 意义网络里。

“融进去”的精髓在于通过超语实践来达到情感和认知的深度共鸣。它不仅仅是语言层面的交流，也是生活方式和价值观念的深层次的交流。对于中国春节故事的讲述来说，不再是单纯的介绍中国春节风俗的过程；我们可以利用社交媒体互动视频的方式将海外受众带入春节气氛中；也可以借助即时翻译软件帮助下的跨国交流讨论，让海外受众加入到春节的探讨当中去；同时也能运用上融合了当代艺术设计元素的节日符号，让海外受众“分享”春节视觉盛宴。在此过程中中华传统文化符号与当地文化符号互相碰撞、协商，最后产生出既具有中国韵味又符合当地审美的新的文化表达方式。这种混合性的文化形态，使得中华文化可以更亲切自然地被世界所接受，从物理在场迈向心理在场的质变。

为了达到这样的目的，就要建立起一个多维的、全方位的超语传播网络。这个网络不应该局限于一种语言形式，它应该包括精英话语、大众的日常交流等等。学术交流方面应该鼓励学者用更加普遍的学术语言来阐释中国的概念；在流行文化领域应该支持网络文学、游戏、短视频等新媒体，充分发挥视听语言的跨文化穿透力，有效地传播中国的价值观。全方位、多层次的符号渗透之后，中华文化不再只是书架上被封尘的经典，而是活跃在全世界人民指尖与心间的鲜活存在，真正融入世界文化的血脉之中，成为人类文明图谱上闪耀的坐标。

（二）在与其他文化的交流互鉴中发展

文化发展从来都不是封闭系统内的自我更新，它一直处在与异质文化相遇、碰撞、交融的过程之中，从而不断变化。超语交际理论认为，交际者所有的语言资源、文化知识共同构成一个完整的“交际库”；在互动交流中，不同文化背景的人会调动自己“交际库”中的资源进行协商，从而建构意义。因此，中华优秀传统文化在对外传播时，应该主动接受异质性，把异质性当作自身创新发展的重要来源。

在和其他文化的深度交流中，中华文化可以发现自身没有发现的潜能。当中国水墨艺术与国外油画技法在超语空间相遇，当中国的传统哲学概念与现代国外科学话语进行对话时，新的艺术形式和思想火花就会由此产生。交流互鉴不是简

单的“拿来主义”，而是在深刻理解自身文化根基的基础上，以开放的态度吸收外来文化有益成分，用超语实践中的“转喻”和“重构”，把外来元素巧妙地变成自身文化机体的一部分。内化的过程使中华文化在保持民族性的同时，又具有了面向未来、充满现代性和世界性的特点，因此它具有更强的生命力与解释力。

1. 创建跨文化对话平台，让不同的文明互相参照。利用国际艺术节，学术论坛，文化博览会等实体空间和元宇宙，虚拟社区等数字空间，制造大量的超语接触。在此环境下，不同文化背景的人们摆脱了标准语言的限制，用母语、通用语、非语言符号自由地表达，在多元文化交汇处找到了文化上的共性，在混乱和秩序之间找到了恰当的平衡。

2. 关注文化边缘地带的创新实践，发现民间交往中的超语智慧。通常边境贸易、跨国婚姻、留学生群体等文化接触的前沿地带，最早会孕育出融合性的文化形态。对这些自发的超语交际案例做深入挖掘、整理与提炼工作，可给官方的文化政策提供生动具体有价值的实践经验及对策建议，使顶层设计更加贴合实际、切合文化交流真实规律。

（三）为世界文化多样性贡献中国智慧

世界文化的多样性是推动人类文明发展的动力源泉，而中华文化所蕴含的丰富智慧，可以给解决目前世界文化冲突、文化单一化危机提供一个独具特色的中国方案。超语交际视角反对语言纯粹主义和文化同质化，与中华文化中的“和而不同”的思想是一致的。运用灵活多样的超语策略，把具有当代价值的中国智慧转变为世界公共产品。

中国传统文化对于人与自然、人与社会、人与自我之间的关系有深刻的认识，其意义是超越时空的、普遍的。天人合一的生态伦理、己所不欲，勿施于人、协和万邦的国际交往观等思想资源，如果只是停留在文言文古籍里，就很难被现代世界所理解。因此可以借助超语交际的转译和再语境化，用现代科技手段、跨媒介叙事、通用视觉符号等，把抽象的哲学思想形象化、生活化。用全球气候变化数据可视化图来诠释道法自然，用跨国志愿者的合作故事来体现仁爱精神，使中国的智慧跨越语言的障碍，直抵人心。

在贡献中国智慧的时候，我们尤其要重视超语作为方法论的作用。它告诉我们，在宣传中国方案的时候，不能把自己的标准答案强行加诸于别人身上，而应该给出一个开放的思维框架，让世界各国人民按照各自文化的语境去创造。参与

式传播方式体现了对受众主体性的尊重,也使中国的智慧在被他人采纳使用的时候,更加丰富、更具有广泛的适用性。中华文化因此更加丰富多彩,也为世界文化在共同挑战面前提供不可多得的思想资源与精神力量。

二、构建平等、包容的国际文化新秩序

目前国际传播秩序仍然受制于国外中心主义话语霸权,语言等级制度造成文化地位不平等。超语交际视角天然带有去殖民化的倾向,它承认所有的语言变体和交际资源都是合法的,去打破固有的语言等级,为建立平等、包容的国际文化新秩序提供有力的理论支持和实践路径。

(一) 反对文化霸权,主张文化平等

长期以来英语等强势语言在国际交流中占据主导地位,使非通用语种边缘化,从深层次固化了国外与非国外、先进与落后二元认知结构。文化霸权即强势文化单方面把自身的价值观灌输到弱势文化当中,压制、抹杀弱势文化的声音和解释权。超语交际的出现,就是为了打破不平等的单语主义迷思,主张在国际交往中,任何一种语言资源、任何一种文化符号都有表达意义的权利。

在对外话语体系建设中,决不能容忍把国外文化标准当作普世圭臬的错误倾向。经由超语实践,能够有力地证明中华文化不是国外现代性的对立面或者补充物,而是具有独立价值体系、完整逻辑的文明形态。这就意味着在国际交流中,不必迎合强势语言的修辞风格,可以直接用带有中国文化的概念术语(道、气、关系等)来表达自己的意思,并利用多种媒介形式辅助其意义的产生和理解。当这些来自中国的词汇开始在国际主流媒体、学术期刊、外交场合中出现,并且被不同文化背景的人所采用、所讨论的时候,语言霸权的坚冰才真正开始融化。

伴随着这一过程的是对技术霸权进行深刻的反思和积极的突围。算法推荐、机器翻译这些现代的传播技术,会带有语言偏见。因此需要研发以超语理论为指导思想的新的传播技术,改进中文及其他非通用语言的自然语言处理模型,保证数字空间里中华文化的展示不会被扭曲或者屏蔽。依靠技术赋能和话语实践双管齐下的方法,逐步消除国外文化中心主义的优越感,促使国际社会形成尊重差异、平等待人的文化氛围,使每一个文明都能在世界舞台上发出自己的声音,享有平等的尊严。

（二）倡导不同文明和谐共生

万物并育而不相害，道并行而不相悖。”超语交际所勾勒出的这幅画面，正是一幅由各种语言、各种符号、各种感官体验彼此交织而成的共生生态系统。各种文化之间不再孤立，而是一种互相依存、互相渗透的有机整体。构建国际文化新秩序，就要倡导不同文明之间和睦共处，抛弃冷战时期零和竞赛的思维定式，树立互利共赢的合作观念。

和谐共生不是要消除差异，而是在差异中寻求动态平衡。在对外传播的实践中，应该营造一个多声部对话的场合。在这里，中华文化与其他文化就像乐团里的不同乐器一样，可以保持各自的音色，却又能奏出同一首歌。像中外合拍电影，联合考古，跨国艺术创作这些项目里，就应当把超语交际的协调功能用好，让来自不同文化背景的创作者在磨合中找到最合适的合作方式。基于共同实践的共生关系比单纯的宣讲理论要更稳固，也更容易深入人心。

还要关注文化断裂带和文化冲突区之间共生的关系。面对复杂的国际舆论争议，可以采取超语策略，用事实、道理加上感情的方式来达到以理服人、以情动人的效果，从而消除误会和偏见。不把对方当成需要征服的对手，而是把他当成一个可能的对话者，努力找到双方的利益交叉点以及情感上的共鸣点。就这样逐步建立起依靠信任与尊重的文明之间的联系，向全世界展示，不同的信仰、不同的制度、不同的种族的文明完全可以在这颗星球上和平共处、共同发展。

（三）共同应对人类面临的挑战

当今世界，人类正面临着气候变化、流行性疾病、恐怖主义、贫富差距等诸多严峻的共同问题。这些问题没有国界、没有语言之分，不可能由一个国家独自承担。在这个情况下，创建国际文化新秩序的关键在于汇聚全世界人民的认同与力量，一起寻找解决办法。超语交际重视意义的共同建构，给跨越文化隔阂、形成集体行动赋予了可能。

1. 用超语交际创建应对危机的话语全球网络。在遭遇全球性公共卫生危机的时候，语言障碍会造成信息传递延迟和理解有误。中国可以依靠多语种、多模态的各种媒介形式，以最快的速度传播科学防控知识和人文关怀。超脱于单一语言之外的信息共享机制，可以很好地汇聚起全球的抗疫力量，体现出负责任的大国担当。

2. 挖掘中华文化里有关可持续发展的思想资源，助力全球生态治理。气候危

机之下,中国传统“天人合一”的思想同现代绿色发展理念相融合,可给创建人类命运共同体给予深邃的哲学引领。通过超语实践把这一思想转变为易于传播的视觉符号、行动口号、生活倡议,提高全世界的环保意识,推动各国在环保方面采取实质性行动。

3. 在数字伦理、人工智能治理等新兴领域发出中国声音。伴随着科技的迅速发展,人类社会也遇到了前所未有的伦理问题。中国要积极参与到相关国际规则的制定中来,发挥超语交际的作用,把中国“科技向善”“以人为本”等理念主张融入到全球科技治理中去,同世界各国一道,共同守护好科技发展成果,让科技发展成果造福于全人类文明进步。

三、培育具有全球视野的文化心态

话语体系的构建,既不能缺少外在的传播策略,也不能缺少内在的心理支撑。从超语交际视角看,传播者和受众都处在高度流动且复杂的全球网络之中。要想进行有效的跨文化沟通,必须破除狭隘的民族主义情绪,培养自信、谦逊,坚守本源又包容异质的全球视野文化心态。中华优秀传统文化的有效传播亦然。

(一) 以开放包容的胸怀看待世界

超语交际需要交际者容忍模糊、不确定,对异质文化持开放态。面对世界的时候,不能戴有色眼镜,也不能预设某种文化优越感。开放包容的胸怀就是承认世界是多样性的,愿意听不同的声音,哪怕这些声音是陌生的语言、符号发出的。

这就要求我们在对外传播的时候,既要做好“说”的工作,也要做好“听”的准备。交流应该是双向的,我们既要知道世界是怎么看中国的,也要知道不同文化背景下的人们是怎么想的,是怎么感受的。对文化误读或者冲突,不要急着反驳和争论,而是要设身处地的站在对方的角度,用超语能力去解析其中的文化心理原因,找到有效的沟通切入口。从容和大度正是中华文化海纳百川精神在当下的体现。

有开放包容的胸怀,也包含着敢于接受外来文化中优秀成果的勇气。一个自信的文化主体是不会惧怕外来文化的影响的。应该提倡中国的民众尤其是年轻一代学习外语,欣赏外国艺术,参加国际交流活动等来充实自己的文化体验。在超语实践中把外来文化中的精华部分当做自身的精神养料,开放的态度本身就具有很强的文化吸引力,可以向全世界展示一个生命力旺盛、善于学习的中国。

（二）在比较中认识自我、提升自我

文化主体性常常是在“他者”镜像的对照中确立起来的。超语交际像一个多棱镜，不同的语言文化对它进行反射的时候，我们就能看得更清楚中华文化的大全，它的优点和不足都能显现出来。比较中认识自我，不是分出高低优劣，而是更好地了解自身的文化基因，认清自身在世界文化版图中的位置。

用国外文化理性比较的方法可以更准确地找出中华文化的独特之处。以个人主义为代表的国外文化与以集体、关系为重的中华文化，以分析思维为代表的国外文化与以整体、辩证思维为重的中华文化相比。差异使得我们在对外传播的时候，可以采取更有针对性的策略，突出中华文化的独特之处，避免同质化竞争。比较也能反映出自身文化在现代化进程中需要修正的地方，从而推动中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展。

反思自省，是自我提升的必经之路。在超语互动时，我们会收到来自世界的各种反馈，有赞许，有非难。我们要有反思的文化心态，把反馈当成改进工作的一种力量。对建设性的批评，要虚心接受，认真改正；对恶意的攻击，要善于用超语技巧进行有力而有节制的反击。在不断互动、比较、反思的过程中，中华文化对于自身的认识会更加成熟，对外话语体系也会更加完善，从而达到文化的自我升华，从“自在”走向“自为”。

（三）培养真正的“世界公民”

超语交际视域下理想人格就是具有跨文化胜任力的“世界公民”。了解本国语言文化，掌握多种语言和符号资源，可以在各种文化之间自由往来的人。培养这样的世界公民，一方面可以为建设中华优秀传统文化对外话语体系提供人才支撑，另一方面也是中华民族走向世界舞台中央的必然选择。

1. 加强跨文化教育以及超语能力的培养。教育体系应该跳出单纯的语言技能培养，转而对跨文化交际能力进行全方位的培养。促使学生打破语言学习的壁垒，在各种环境中进行意义协商和身份塑造。通过模拟联合国、国际志愿者活动、海外游学等形式的实践活动，在真实的跨文化环境里培养超语能力，提升解决复杂文化问题、全球性问题的素养。

2. 加强人类命运共同体的责任感。真正的世界公民不仅要有全球视野，还要有全球责任感。传播中华文化的同时，也要引导人们关心全人类的共同命运，把爱国主义与国际主义有机地结合起来。讲好中国参与国际援助、维和行动、减贫

事业的故事，激发人们为世界和平发展作出贡献的使命感，让“天下大同”的理想成为新时代中国人的精神追求。

3. 倡导个人做中华文化微观传播者。在社交媒体高度发达的时代，每个人都是一个传播节点。要充分调动广大民众，特别是海外华人华侨、留学生讲中国故事的积极性、信心。这些“民间外交官”在生活中的讲述的故事比官方话语更能打动人，也更接近听众。当具有世界公民素养的千千万万的中国人活跃在世界的舞台上，中华文化的魅力便会在春风化雨般地浸润世界的同时，一个立体、多彩、真实的中国形象也会在世界民众心中树立起来。

第四节 中华文化走出去的战略构想

就跨语际交际而言，中华优秀传统文化“走出去”并不是简单的语言转换，而是一项包含多模态符号使用、跨文化意义协商、全球交际网络创建的系统工程。面对新的语境，不能固守传统的单向传播思维，必须要制定出具有预见性、可操作性的战略规划。此项规划要以语言、文化、技术深度融合为基础，创建起前瞻性、操作性强的对外话语体系，从顶层设计到具体执行层面全方位改变其构建途径。

一、顶层设计：构建系统化、科学化战略

将跨语际交际理念纳入顶层设计，就是破除部门壁垒、单一学科局限，从国家战略高度统筹语言资源、符号资源、媒介资源。这就要求我们在规划的时候既要遵循文化传播的客观规律，又要对世界交际生态的变化作出敏锐的判断，从而形成多元主体共同参与、多维度目标融合的系统化战略。

（一）明确长远目标与阶段性任务

中华文化对外传播的长期目标是创建一个开放包容、有强大解释力、可以被全球理解认同的话语空间，使中华文化不但被“看到”，而且被“理解”和“认同”。实现该目标需要对交际过程有深刻的认识，即认为意义是在互动中产生的，而不是静态地传递的。因此战略规划要分阶段完成不同的任务

起步期就是消除语言隔阂。利用数字化技术创建起海量多语种、多模态的传播矩阵来保证文化符号的可达性。

发展期，重在文化内涵的跨语境阐释。借助跨语际实践来增进中外民众在情

感、认知两方面的深度交流，从而有效地解决文化折扣的问题。

成熟期就是使中华文化的核心价值同世界共同的价值观相结合，最后形成一种文化共生的“美美与共”的局面。

各个阶段的任务安排要依照跨语际交际流变的特性做灵活的改变。在一开始遇到语言障碍、文化差异的时候，就提倡用混合语码、视觉辅助这些灵活的办法，来减轻认知负担，让受众在一个轻松的交际环境里接触中国元素。随着交流的深入，阶段性任务就要转向培养受众的跨文化交际能力，使受众由文化的被动解码者变为文化的主动解码者和再传播者。循序渐进的战略安排可以防止急功近利式的灌输，保证文化传播在不同时空维度上的连续性、有效性，为最终实现提升国家文化软实力的宏伟目标打下坚实的认识基础、社会心理基础。

（二）整合政府、企业、社会多方力量

构建有效的对外话语体系，就必须改变政府“唱独角戏”的状况，形成政府主导、企业运作、社会参与的“大合唱”。从跨语际交际的角度出发，各个主体所具有的符号资源以及交际优势是不一样的，它们相互之间的协作可以大大增加文化传播的范围及其深度。

政府层面主要承担制定规则、搭建平台、提供政策保障的任务，用官方话语设定宏观议程，为文化走出去赋予正当性、合法性框架，用国家级交流机制清除制度性障碍。

企业作为市场经济的主体，天生就具有跨越国界配置资源的敏锐性。尤其是互联网企业、文化创意企业处在跨语际实践的前沿，依靠产品和服务把中国文化元素融入全球消费者的日常生活之中。网络游戏、影视剧作和社交软件等文化产品常常可以超越语言的限制，依靠图像、声音、互动体验等非语言符号来进行大量的文化交流。应该鼓励企业采用灵活的跨文化交际策略来进行产品设计与市场营销，把商业逻辑同文化传播逻辑融合起来，用鲜活的故事来讲述中国，从而成为讲述中国故事的先驱。

社会力量，即智库、高校、非政府组织、广大网民等都是文化传播过程中的微观力量。在社交媒体高度发展的情况下，每个人都是具有影响力的一个传播节点。留学生、海外华人华侨以及对中国文化有着浓厚兴趣的国际友人，在日常生活中自然而然的进行跨语际交流行为，比如双语视频记录、跨文化评论互动、生活方式分享等等，比官方的宣传更有亲和力和说服力。整合这股力量的核心就是

调动他们的内在动力，依靠激励机制和赋能培训，使社会主体在跨文化互动中呈现出真实、立体、生动的中国，形成官方话语和民间话语互相映照、互相呼应的复调传播格局。

（三）形成国内外联动的工作格局

跨语际交际重视交际空间的连续性与流动性，这就意味着要冲破“国内”和“国外”界限分明的地域概念，创建起内外互动、资源共享、效应互补的工作局面。国内是文化资源的“蓄水池”、话语创新的“策源地”，国外则是文化传播的“试验田”、话语竞争的“前沿阵地”。两者之间并不是单向的信息输出，而是信息的双向循环、即时反馈。

一方面，国内文化生产要对接国际需求。内容创作伊始就要采用跨语际视角，预估不同文化背景受众的解码习惯与审美趋向，把跨文化要素前置至生产流程之中。建立海外舆情监测与受众分析机制，把国际市场反馈的数据实时传回国内生产端，倒逼国内文化产业供给侧改革，生产出既有中国特色又符合国际传播规律的文化产品。以外促内的做法可以有效地避免自说自话的尴尬局面，使文化产品更容易被国外所接受。

另一方面，海外传播机构与人员要发挥自身处于交际现场的优势，成为中外交流的“跨语际中介”。既要把消息传出去，又要做好文化翻译、语境再造的工作，把抽象的中国概念转化为当地老百姓能够理解的地方性知识。同时应该举办中外联合制作、合作研究、互访交流等活动，搭建起常态化的对话平台，使国内专家和国外受众直接面对面，在具体的交际情境中共同协商意义、消除误会。内外联动的情形，把静态的文化资源变成动态的交际资本，使中华文化在不断跨域流动中焕发生机活力。

二、核心抓手：聚焦重点领域与关键项目

战略构想的落地需要具体的抓手，即从复杂的文化图景中选择有传播潜力和对话价值的重点领域。根据跨语际交际对于多模态、互动性所重视的程度，应当挑选出那些具有丰富符号意义、能逾越语言障碍、参与性强的项目，以点带面，从而推动对外话语体系的全面升级。

（一）打造一批具有国际影响力的文化品牌

在全球化的时代，注意力是十分宝贵的资源，品牌可以成为文化的传播媒介。

打造具有国际影响力的文化品牌，从根本上来说就是创建一套独特的、高辨识度的符号系统，使它成为全球受众情感投射、价值认同的对象。

1. 对传统文化资源进行深入挖掘与品牌开发。中华文明五千年沉淀下来的符号素材取之不尽，但是这些素材大多以碎片化、古奥化的形式存在。需要借助现代设计理念以及跨语际叙事方式，对故宫、敦煌、长城这些传统的超级 IP 实施再创造，使之变成带有现代审美与实用功能的文创品牌、数字艺术品牌。用视觉冲击力强、跨文化理解门槛低的符号重组来使古老的文明在当下的语境中“活”起来，产生超越语言限制的视觉“通货”。

2. 培育具有科技感的当代文化品牌。跨语际交际很大程度上依靠媒介技术支持。中国在互联网、人工智能、数字娱乐等领域的快速发展，给塑造现代中国文化品牌带来良机。应该重点扶持一批拥有自主知识产权的网络文学、动漫游戏、科幻影视品牌出海。这些产品天生就具有多模态融合的特性，依靠沉浸式的体验、互动式的叙事，让海外受众在不知不觉中学习中国的文化规则和价值观念，破除“中国文化就是古老传统”的固有印象。

3. 形成有思想穿透力的学术与出版品牌。就精英阶层以及知识分子而言，创建一些可以融入到全球学术交流中的出版传媒品牌。资助翻译出版项目、设立国际图书奖、举办高端学术论坛等来推动中国哲学社会科学成果走向世界。在此过程中，突出术语的跨文化阐释和理论的在地化对接，用学术话语的跨语际实践来提高中国学术在世界思想版图中的地位。

（二）建设若干个全球性的文化传播平台

平台是跨语际交际发生的场所，也是基础设施。算法推荐、社交分发时代已经到来，平台掌握者就是话语分发的主导者。打造全球性文化传播平台是技术铺设，也是交际生态的营造。目前国际主流社交平台算法逻辑、话语规范由国外主导，因此自主可控或者有深度影响力的平台建设尤为重要。

这些平台应具有很强的多语种服务能力以及跨文化社区运营能力。技术上可用机器翻译、自然语言处理等人工智能技术，使用户之间可以即时无障碍地交流；内容上主张用户自创内容与专业创作内容相结合，呈现出一派百花齐放的景象。以短视频平台为例，用音乐、动作、特效等非语言符号组合来大幅度降低跨文化理解成本，是典型的跨语际交际的例子。应该借鉴类似平台的成功经验，助力本土互联网企业走出去，创建具有中国血统的国际化社交媒体和流媒体平台。

平台搭建也要重视实体空间的线下延伸。海外中国文化中心、孔子学院、鲁班工坊等既是教学机构，又是综合性的文化体验平台。实体平台应该往数字化、社区化的方向发展，成为当地民众日常生活社交、文化体验的“第三空间”。通过线上线下相结合的方式开展互动，构建起立体化、全天候的传播矩阵，使中华文化既存在于云端又深入到海外受众的真实生活圈层，为持续的跨语际交际创造稳定场域。

（三）实施一批精准化的文化传播工程

跨语际交际重视受众的主体性以及语境的特定性，因此大水漫灌式的传播已经无法持续下去，应该转向精准滴灌。精准文化传播工程，即根据大数据分析的结果以及受众画像，对不同国家、阶层、年龄层的受众采用不同的传播方式和用语。

对于周边国家而言，因为其历史文化亲缘性以及语言文字相似性的存在，所以传播工程要突出共情和寻根。通过汉字文化圈共有符号资源，在书法、诗词、传统节日等领域开展深层次交流，唤醒共同的文化记忆，用同源文化的跨语际互动来巩固地缘亲近感。

对国外的发达国家而言，因为文化背景不同且意识形态带有偏见，文化传播的策略应该以对话和阐释为主。避免生硬的政治说教，用当代艺术、环境保护、科技伦理等人类共同关注的话题切入，寻找中西文化的交汇点，用对方能够理解的逻辑和语言方式讲述中国的方案，在思想碰撞中通过协商达成理解。

对于“一带一路”沿线国家，传播工程应该突出“服务”和“实用”的特点。结合当地经济社会发展需要，以职业技能培训、基础设施建设纪录片、医疗卫生合作等务实项目为载体，把文化传播融入技术服务和民生改善之中。这时技术操作语言、行业术语、日常交际语码相互混杂，由于共同的利益和实践经验而产生紧密联系，中华文化形象随着具体的合作成果深入人心。精准化工程的实施，实际上就是尊重受众语言文化习惯的基础上，开展的一场场微观层面上的跨语际交际实验，其累积效应最终会汇聚成宏大的文化影响力。

三、长远目标：提升国家文化软实力与话语权

所有的战略构想和实践手段，最终指向的是一个核心目标，即大幅度提高国家的文化软实力和国际话语权。从跨语际交际的角度来说，软实力已经不再只是吸引力，而是一种可以超越文化界限、定义现实、解释世界的能力；话语权也不

再仅仅是说话的权利,而是话语被听到、被理解、进而转变为全球公共知识的能力。

（一）塑造可信、可爱、可敬的中国形象

国家形象是话语体系的直观呈现,是国家软实力的感性呈现。塑造可信、可敬、可爱中国形象,就要充分利用跨语际交际的多模态符号资源,塑造一个真实、立体、全面的国家人格。

可信就是真实、透明。对外传播时不能只报喜不报忧,要呈现一个既有古老文明底蕴,又有现代化发展阵痛的真中国。用数据新闻、纪实影像、现场直播等具有较强证据力的符号模态,客观展示中国的发展轨迹和发展逻辑,减少因为信息不对称而产生的猜疑。受众接触到具体的、可以感知到的细节的时候,信任就因为符号彼此印证而产生了。

可爱来源于情感和人性。应善于发现中国人的日常生活、家庭伦理、幽默感、人间烟火气等具有情感价值的跨语际资源,用表情包、网络流行语、感人故事等拉近与全球受众的心理距离。使中国的形象走出宏大叙事的殿堂,走进普通人的生活中,产生跨越国界的情感共鸣。

可敬来自于价值和担当。要阐释中国在扶贫减贫、抗击疫情、气候变化等全球性挑战中所做出的贡献,体现中华文化中天下为公、己所不欲勿施于人的道德力量。形象的塑造不是自我吹嘘,而是通过在国际舆论场上交锋、对话,用理性辩论、实际行动来逐步得到国际社会的认同。

（二）增强中华文化的国际感召力

感召力属于文化软实力的高阶表现形式,是指一种文化能使人心悦诚服地去模仿、学习。就跨语际交际而言,提升感召力就是创造开放的符号空间,使异质文化主体能够自由地参与到中华文化的再创造当中。

当海外受众在日常交往中自觉地使用中国的文化词汇(Kung Fu, Feng Shui, Guanxi),在艺术作品中加入中国元素,在价值判断上引用中国哲学智慧的时候,中华文化的感召力才会真正地被证实。这是文化影响力最高级的表现形式,也就是反向跨语际实践。为了达到这个目的,战略的重点应该从送出去变为种下来。用高质量的文化产品和服务来激发海外受众的探索欲望和创造欲望。支持跨国界的粉丝社群,提倡同人创作、文化混搭、跨界联名等形式,把中国的文化符号带入到全球青年亚文化中。这样中华文化就不再高高在上地被看作他者,而成为全球受众自我表达、身份建构的资源,实现从外在植入到内在内化根本

转变。

（三）为全球治理贡献更多中国方案

话语权最高层次的标准是，能给解决全人类共同面临的问题提供思想资源和制度方案，并把这样的方案变成国际社会普遍接受的规则和共识。中华优秀传统文化中所蕴含的“天人合一”生态观、“和而不同”社会观、“协和万邦”国际观，给修补当前支离破碎的全球治理体系赋予了宝贵的东方智慧。

把那些理念变成具体的“中国方案”，就要做高水平的跨语际转译和概念重组。这既是语言的转换，又是两个知识体系的对接与交流。要将中国的政治术语、文化概念用逻辑严密的学术论证、具体生动的案例分析，转化为国际社会能听懂、愿意接受的现代话语。把“人类命运共同体”的理念同国外的可持续发展、多元文化主义等观念展开对话，找到意义的重合之处。积极参与国际规则的制定，主导国际议题的设置，把中国的方案嵌入到全球治理操作系统底层逻辑当中。

这就需要在国际多边舞台上，善于使用法律、外交、科技等通用语码，把中国的文化价值观核心理念巧妙地嵌入其中，做到“术”与“道”的跨语际融合。最终依靠不断提供对全球都有普遍意义的公共产品和思想产品，改变目前国外主导国际话语体系、我国处于弱势的现状，改变中华民族文化在文明对话中的话语地位，引领中华民族文化在文明对话中发挥引领作用。这是一条漫长而艰难的路，但我们只要一直从跨语际交际的角度出发，不断改进战略，开拓新路，中华文化就会以更加昂扬的姿态屹立于世界民族之林。

参考文献

- [1] 赵莉.新媒体科学传播亲和力的话语建构研究[D].中国科学技术大学,2014.
- [2] 赵焱,张旗伟,徐蕊,等.超语及认同建构作为双语者的学习手段[J].现代外语,2021.
- [3] 王铭玉,崔雪波.“一带一路”背景下的对外话语体系与建构[J].山东外语教学,2021,42(5):10-20.
- [4] 杜威.关联理论视角下《乡土中国》英译本翻译方法研究[D].云南师范大学,2023.
- [5] 单小曦.现代传媒语境中的文学存在方式研究[J].世界文学评论(长江文艺出版社),2006(2):3.
- [6] 曾猛.高校外语类大学生跨文化交际意识与能力培养的实践探索[J].2025.
- [7] 常馨.超语视域下的“跨文化交际”课程教学方案研究[J].中国朝鲜语文,2025(2):46-57.
- [8] 王旭东.文明互鉴视域下的传统文化研究[J].语文建设,2025(10).
- [9] 曾辰.基于“超语实践+AIGC赋能”的英语师范生超模态自主识读能力培养研究[J].浙江海洋大学学报(人文科学版),2024,41(6):73-79.
- [10] 张扬.超语视角下语言景观英译研究——以镇江为例[J].英语广场:学术研究,2023(15):38-41.
- [11] 沈裕杰.基于语料库的国际中文教育成语词表研究[D].新疆师范大学,2023.
- [12] 陈清贵,黄玉蓉.超越语言的理智与情感--培养跨文化交际中的认知能力和情感特质[J].西南民族大学学报(人文社科版),2003.
- [13] 郭陶.跨文化交际视角下的英汉习语翻译[J].海外英语,2012.
- [14] 卢晓晨.超语时代背景下出海国漫在国际中文教育文化教学中的应用模式研究——以《哪吒之魔童降世》为例[J].创新教育研究,2024,12(1):279-284.
- [15] 郑咏滢,安宁.超语研究十年回顾:理论,实践与展望[J].外语教学,2022,43(5):7.
- [16] 馨常.基于超语的内容语言融合教学模式研究——以《韩国文化与跨文化交际》课程为例[J].Advances in Education,2025,15(01):443-449.
- [17] 刘亚宁.高中英语课堂同伴互动中的学习者超语实践研究[D].阜阳师范大学,2023.

- [18] 尚媛媛.文化符号视域下中华优秀传统文化创新传播研究——以《国家宝藏》为例[J].传播与版权,2021,000(010):46-49.
- [19] 梁世红.口语交际的超语法性[J].黑河学刊,1998(2):2.
- [20] 郭陶.跨文化交际视角下的英汉习语翻译[J].海外英语,2012(15):3.
- [21] 李欣人,韩志瑞.重访传统与文明交往:跨文化传播学的本土化建构[J].现代传播(中国传媒大学学报),2024,46(3):50-58.
- [22] 刘靖,王馨茹.超语视角下双语教学模式的发展与启示[J].齐齐哈尔高等师范专科学校学报,2024(5):135-137.
- [23] 王图保;张一萍.社交媒体时代中华传统文化海外传播的新途径——以海外庆祝中华传统节日活动的短视频传播为例[J].八桂侨刊,2024(2).
- [24] 张立,曹蕾.以语文课堂打开文化“两创”新空间——山东卫视《超级语文课》的启示[J].中国广播电视学刊,2024(11):111-114.
- [25] 王雅菲.超语视域下双语学习者的身份建构研究[J].散文百家,2022(3):127-128+132.
- [26] Blommaert, J. (2010). The sociolinguistics of globalization. Cambridge University Press.
- [27] Canagarajah, S. (2011). Codemeshing in academic writing: Identifying teachable strategies of translanguaging. The Modern Language Journal, 95(3), 401–417. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4781.2011.01207.x>
- [28] García, O., & Wei, L. (2014). Translanguaging: Language, bilingualism and education. Palgrave Macmillan.
- [29] Jewitt, C. (Ed.). (2014). The Routledge handbook of multimodal analysis (2nd ed.). Routledge.
- [30] Lewis, G., Jones, B., & Baker, C. (2012). Translanguaging: Origins and development from school to street and beyond. Educational Research and Evaluation, 18(7), 641–654. <https://doi.org/10.1080/13803611.2012.718488>
- [31] Li Wei (李巍). (2011). Moment-to-moment multilingualism: Code-switching, code-meshing, or something else? Multilingua, 30(2–3), 113–116. <https://doi.org/10.1515/mult.2011.006>
- [32] Li Wei (李巍). (2018). Translanguaging as a practical theory of language. Applied Linguistics, 39(1), 9–30. <https://doi.org/10.1093/applin/amx039qian>