

喷空式传播:以讲好中国故事第一句推动构建互主体式中华文化共同体

任烨

重庆大学, 重庆, 400000;

摘要: 在全球化浪潮席卷世界的今天, 文化的交流与传播已成为国家软实力的重要组成部分。然而, 在对外传播实践中, 语言障碍、文化差异等因素往往导致中国故事在跨文化传播过程中出现“失真”、“误解”等问题。为破解这一难题, 本文提出“喷空式传播”模式, 即借鉴河南方言中“喷空”(聊天、闲扯)的随意、轻松、拉近距离的特点, 利用 TikTok 等短视频平台, 通过官方媒体和民间自媒体结合传播简单有趣的内容, 随机开启话题, 引发外国受众对中国文化的兴趣, 通过讲好中国故事第一句构建互主体式的中华文化共同体, 并通过持续互动, 引导其深入了解中华文化, 进一步提升中国国际话语权和国际地位。

关键词: 喷空式传播; 互主体; 模因; 中华文化共同体

DOI: 10.69979/3029-2700.24.12.037

1 喷空源起韵悠长, 从传统文化中汲取养分

1.1 喷空构建互主体式交流空间

喷空式传播滥觞于民间的口头交流传统, 最初是百姓在闲暇时光里的随性漫谈, 刘震云在《一句顶一万句》中形容喷空就是两个人或几个人在一起, 你一言我一句, 有人抛话头, 有人接话, 说的话可以是见过的、听过的、想过的, 不需要都是真实, 可以答非所问, 天马行空云山雾罩都可以, 越夸张越新奇越惊悚越好, 可以不拘泥于形式, 只要聊得嗨就可以。在聊天的过程中, 聊天双方逐渐加深对彼此的深入了解, 一个人既可以是话题开启者与传播者、同时也是受众与反馈者, 对话双方通过喷空构建一种愉快的互主体式的交流空间。

随着网络与自媒体媒介平台的不断发展, 这种喷空式聊天可以超越传统的面对面式的聊天所受到的时间和空间的束缚, 在网络空间可以引发更大规模的群体之间的喷空式的交流、从而构建更大的互主体式交流空间。

1.2 讲好中国故事第一句, 降低对外传播目标受众理解门槛

坚持讲好中国故事、传播好中国声音, 是党的十八大以来宣传思想工作的重要理论创新, 是做好新形势下对外宣传工作的根本遵循。中华文化源远流长博大精深精深, 中国汉字更是自成体系, 被联合国教科文组织评为世界上最难的文字, 如果只是通过英语对外传播有些

中文原汁原味的表达很难传神, 但通过中文直接传播理解难度过大, 因此选择一个简单的, 易于理解的传播内容, 讲好中国故事第一句, 降低传播目标受众的理解门槛就成为了当前对外传播的关键。

1.3 构建互主体式中华文化共同体, 提升中国国际话语地位

通过喷空式传播打开中国对外传播良好局面, 通过讲好中国故事第一句推动构建互主体式是中国共同体, 激发传播目标受众国家对中国文化、中国故事好奇, 推动其进一步主动探索, 增加其对中国逻辑的理解, 以此降低未来中国对外传播与交流过程中的传播成本与理解成本, 进一步提升中国国际话语权, 提升中国国际地位。

2 对外传播中讲好中国故事的现状与困境

2.1 对外传播中国故事的现有模式与成果

当前, 中国通过多种途径对外讲述中国故事, 包括传统媒体的国际频道、文化交流活动、影视作品海外发行、社交媒体平台推广等。在一些方面取得了显著成果, 例如, 部分中国电影在国际电影节上获奖, 引发了全球对中国电影艺术和文化主题的关注; 一些文化名人通过国际舞台展示中国传统文化技艺, 如武术、书法、京剧等, 提升了中国文化的知名度。

2.2 面临的主要困境与挑战

1. 语言障碍：汉字的独特性和复杂性使得外国受众在理解中国文化文本时面临较大困难，语言的隔阂阻碍了文化内涵的准确传递，导致许多优秀的中国故事在翻译和传播过程中出现信息丢失或误解的情况。

2. 文化差异：中西方文化在价值观、思维方式、审美观念等方面存在显著差异，一些中国故事所蕴含的文化逻辑和价值观念难以被西方受众直接理解和认同，甚至可能引发文化冲突或困惑，影响传播效果。

3. 传播渠道与受众需求匹配度问题：虽然新媒体平台为中国故事传播提供了更广阔的空间，但在传播过程中，未能充分精准地满足不同国家、不同年龄段、不同文化背景受众的多样化、个性化需求，导致传播内容的针对性和吸引力不足。

3 喷空式传播助力讲好中国故事的优势与机制

3.1 喷空式传播的优势体现

1. 降低文化理解门槛：以通俗易懂、贴近生活的口语表达和轻松幽默的聊天氛围为载体，喷空式传播能够避开复杂的文字和高深的文化理论，将中国故事以一种简单明了、易于接受的方式呈现给外国受众，使他们能够快速进入故事情境，初步理解中国文化的基本元素和价值观念。

2. 引发受众兴趣与好奇心：喷空的即兴性和趣味性能够迅速抓住受众的注意力，通过巧妙设置话题悬念、讲述新奇有趣的故事片段等方式，激发外国受众对中国文化的好奇心和探索欲，使其主动想要了解更多关于中国的信息，为深入传播中国故事奠定良好的受众心理基础。

3. 增强情感连接与亲和力：在互动交流过程中，喷空式传播能够营造出一种亲近、友好的人际氛围，让外国受众感受到中国文化的温暖与包容，从而在情感上与中国文化建立起连接，减少文化传播中的距离感和陌生感，提高文化接受度和认同感。

3.2 基于模因理论的传播机制

1. 模因生成与选择：在喷空式传播中，讲述者通过对中国文化素材的筛选、加工和创新表达，创造出具有感染力和传播潜力的文化模因，如有趣的中国传统习俗故事、朗朗上口的中文短语、独特的中国文化形象等。这些模因凭借其独特性、趣味性和实用性，在传播过程中更容易被受众注意和选择。

2. 模因复制与传播：一旦受众对某个喷空内容中的模因产生兴趣，他们就会在人际互动和社交媒体分享中不自觉地对其进行复制和传播。例如，一个幽默的中国成语故事在 TikTok 上被外国用户反复模仿讲述并传播，随着传播范围的扩大，更多的人接触并了解到这个成语所代表的中国文化内涵，从而实现了文化模因的广泛扩散和传承。

3. 模因变异与进化：在不同文化背景和个体认知差异的影响下，喷空式传播中的模因在复制和传播过程中可能会发生一定程度的变异。这种变异可能会产生新的文化含义和表现形式，进一步丰富了中国文化在国际传播中的多样性和适应性，使其更好地融入不同的文化语境，促进文化的交流与融合。

3.3 拟态环境具像化的作用机制

1. 文化元素的具象呈现：喷空式传播通过生动的语言描述、形象的动作模仿、真实的场景再现等方式，将抽象的中国文化元素如历史事件、传统技艺、民俗风情等具象化地展示在受众面前。例如，在讲述中国传统剪纸艺术时，讲述者不仅介绍剪纸的历史和文化意义，还现场展示剪纸的过程和技巧，让外国受众能够直观地看到、感受到中国剪纸文化的魅力，从而在他们心中构建起一个关于中国剪纸文化的生动、具体的拟态环境。

2. 沉浸式体验的营造：通过营造一种轻松、自然的交流氛围和引人入胜的故事场景，喷空式传播使受众能够沉浸其中，身临其境地感受中国文化的氛围和情感。在讲述中国传统节日春节时，讲述者通过描述春节期间的家庭团聚、年夜饭、放鞭炮等场景，配合适当的音效和表情，让外国受众仿佛置身于中国的春节庆典之中，增强他们对中国文化的感性认识 and 情感共鸣，进一步深化他们对中国文化拟态环境的认知和体验。

3. 认知引导与观念塑造：在受众沉浸于喷空所营造的拟态环境中时，讲述者可以巧妙地融入中国文化的价值观念和思维方式，引导受众在潜移默化中接受和理解这些文化内涵。例如，在讲述中国家庭尊老爱幼的故事时，传达出中国文化中重视家庭伦理和亲情关系的价值观念，使外国受众在感受故事情感的同时，也对中国的家庭观念有了新的认识 and 思考，从而在一定程度上影响他们对中国文化的整体认知和态度，促进中国文化观念在国际受众中的传播和认同。

4 构建互主体式中华文化共同体的内涵与实践

路径

4.1 互主体式中华文化共同体的内涵阐释

互主体式中华文化共同体强调在文化传播与交流过程中,中国与其他国家的文化主体处于平等、互动、相互尊重的地位,摒弃传统的单向文化输出模式,注重文化的双向交流与共同建构。在这个共同体中,各文化主体通过对话、协商、合作等方式,共同探索人类文化的共性与个性,促进文化的多元共生与和谐发展,共同创造和分享文化价值与意义,形成一种紧密相连、相互依存的文化关系网络,最终实现全球文化的繁荣与进步,增进人类的文化福祉和相互理解。

4.2 喷空式传播在共同体构建中的角色与功能

1. 文化交流的桥梁搭建者:喷空式传播以其独特的亲和力和互动性,为不同国家和地区的人们提供了一个轻松、平等的文化交流平台。通过讲述中国故事和倾听外国受众的反馈与分享,促进了文化信息的双向流动,打破了文化隔阂,使中国文化能够自然地融入国际文化交流的大舞台,同时也让中国更好地了解世界其他文化,为构建互主体式中华文化共同体搭建起坚实的沟通桥梁。

2. 文化认同的培育推动者:在传播过程中,喷空式传播通过展示中国文化的丰富内涵、独特魅力和普适价值,引发外国受众的情感共鸣和理性认同,使他们在对中国文化的欣赏和理解中逐渐形成对中华文化的认同感。这种认同感的培育不仅有助于吸引更多的国际友人参与到中华文化的交流与传承中来,还能够增强全球华人对中华文化的自信心和自豪感,进一步凝聚中华民族的文化向心力,为中华文化共同体的构建提供内在的精神动力。

3. 文化创新的活力激发者:由于喷空式传播鼓励受众的积极参与和互动,不同文化背景的思想碰撞和交流能够为中国文化的创新发展提供丰富的灵感源泉。外国受众在参与喷空过程中提出的新观点、新视角和新需求,能够促使中国文化不断吸收外来文化的优秀元素,进行自我更新和创新转化,使中华文化在保持自身特色的同时,更加适应全球化时代的发展需求,为中华文化共同体注入源源不断的创新活力。

4.3 实践路径探索

1. 平台建设 with 资源整合:利用新媒体平台的优势,

打造专门的喷空式传播文化交流平台,整合国内外优质的文化资源,包括中国各地的民间艺人、文化专家、语言教师以及对中国文化感兴趣的外国友人等。通过平台的组织和引导,开展多样化的喷空活动,如线上直播喷空表演、文化主题喷空对话、中外文化对比喷空分享等,为中华文化共同体的构建提供丰富的内容和活跃的交流空间。

2. 人才培养与队伍建设:加强喷空式传播专业人才的培养,包括具有跨文化传播能力的喷空讲述者、文化翻译人才、新媒体运营人才等。在高校和职业教育中开设相关专业课程,培养学生的语言表达能力、文化理解能力、跨文化交际能力和新媒体传播技能,为喷空式传播的发展提供坚实的人才保障。同时,注重对民间喷空艺人的挖掘和扶持,鼓励他们参与国际文化交流活动,发挥其在传承和传播中国文化方面的独特优势。

3. 国际合作与交流拓展:积极开展与其他国家和地区的文化机构、媒体平台、教育机构等的合作与交流,共同策划和组织喷空式文化交流项目。例如,与国外的学校合作开展“中国文化喷空进课堂”活动,与国际媒体合作制作喷空式文化传播节目,通过国际合作的方式扩大喷空式传播的影响力和覆盖面,吸引更多的国际受众参与到中华文化共同体的构建中来。

5 喷空式传播的实践案例分析

5.1 TikTok 平台上的喷空式传播案例

在 TikTok 上,一些中国博主通过喷空的方式分享中国文化和生活趣事,吸引了大量外国粉丝的关注。例如,一位博主以“中国传统美食之旅”为主题,通过轻松幽默的喷空讲述了中国各地的特色美食,如北京烤鸭、四川火锅、广东早茶等,不仅介绍了美食的制作方法和口味特点,还穿插了美食背后的历史文化故事和地域风情。在视频中,博主与外国粉丝积极互动,回答他们的问题,邀请他们分享自己国家的美食文化,引发了热烈的讨论和交流。该系列视频的播放量累计达到数百万次,点赞数和评论数也相当可观,许多外国粉丝表示通过这些视频对中国美食文化产生了浓厚的兴趣,并希望有机会能够亲自品尝中国美食,了解更多中国文化。

5.2 案例效果评估与分析

从传播效果来看,这些 TikTok 上的喷空式传播案例成功地吸引了大量外国受众的注意力,扩大了中国文

化的传播范围,提高了中国文化在国际社交媒体平台上的曝光度。通过互动指标分析,如评论区的积极讨论、粉丝的私信交流以及用户生成内容(UGC)的产生,表明喷空式传播有效地激发了外国受众对中国文化的兴趣和参与热情,促进了文化交流与互动。从文化认同角度评估,许多外国粉丝在评论中表达了对中国文化的喜爱和赞赏,对中国文化元素如美食、语言、习俗等有了更深入的了解和认识,这在一定程度上有助于培养他们对中华文化的认同感和亲近感。然而,案例分析也发现存在一些问题,如部分文化内容的深度挖掘不够,传播的持续性和系统性有待加强等,为后续的喷空式传播实践提供了改进的方向。

6 结语

在当今全球化的浪潮中,文化交流与传播犹如一场没有硝烟的战争,各个国家都在努力展示自身文化的独特魅力,以提升国家的软实力。然而,中国文化在走向世界的征程中,却遭遇了语言和文化差异这两座高耸的壁垒。汉字的复杂性、文化内涵的深厚性以及价值观的独特性,使得许多外国受众在接触中国文化时感到困惑和难以理解。“喷空式传播”作为一种新颖、随性且轻松的传播方式应运而生,其核心价值在于打破传统传播

模式的束缚,以一种通俗易懂、贴近生活的姿态出现在国际文化交流的舞台上,最大限度地降低外国受众对中国文化的理解门槛,从而为中国文化的国际传播开辟一条崭新的道路,助力中国文化在全球范围内广泛传播并生根发芽。

参考文献

- [1] 吴瑛. 《文化对外传播:理论与战略》[M]. 上海交通大学出版社, 2020.
- [2] 姚洪越. 《思想政治理论课如何讲好中国故事》[M]. 人民日报出版社, 2021.
- [3] 孙英春. 《跨文化传播学导论》[M]. 北京大学出版社, 2008.
- [4] 关世杰. 《跨文化交流学:提高涉外交流能力的学问》[M]. 北京大学出版社, 1995.
- [5] 单波. 《跨文化传播的问题与可能性》[M]. 武汉大学出版社, 2010.
- [6] 李智. 《国际政治传播:控制与效果》[M]. 北京大学出版社, 2007.

作者简介:任烨 1999/6, 男, 汉, 内蒙古包头市, 重庆大学本科, 研究方向传播学、播音与主持。