

新时代中国文化形象建设的目标向度与推进方略

◇ 沈壮海 王芸婷

一、新时代中国文化形象建设的目标向度

一是显特色,树立自信自立的新时代中国文化形象。因此,新时代中国文化形象建设亟须凸显中国文化的独特魅力,树立自信自立的新时代中国文化形象。

在提炼优秀传统文化的精神标识中树立自信自立的新时代中国文化形象。它们是中华民族的根与魂,是新时代中国文化得以自立的丰沃土壤,是外界认知中国文化及其形象的浓厚兴趣点,也是克服中国公众认知自我文化形象极端负面心态的有力支撑,值得我们对内对外展示充分的文化自信。

在昭示中国特色社会主义文化的先进性和优越性中树立自信自立的新时代中国文化形象。马克思主义指导思想的深远洞见,中国共产党领导中国人民探索形成的中国道路、理论、制度和文化,着眼于全球发展和人类命运提出的中国理念与中国方案,新冠肺炎疫情世界大流行中所展现的中国速度、中国规模、中国效率,无不在向世界彰显,“中国特色社会主义文化积淀着中华民族最深层的精神追求,代表着中华民族独特的精神标识,是中国人民胜利前行的强大精神力量”。新时代中国文化绝不是任何文化的再版或翻版,它拥有“和而不同”的底气,是真正自信自立的文化。

在增强社会主义核心价值观的凝聚力中树立自信自立的新时代中国文化形象。正是因为有了社会主义核心价值观的有力支撑,中国才能

以最高效率鼓动全体人民万众一心共抗疫情,大力表彰作出巨大贡献的人民英雄。社会主义核心价值观是新时代中国文化形象建设中最持久、最深层的力量,树立自信自立的新时代中国文化形象必须仰赖也必将增强社会主义核心价值观的凝聚力。

二是彰新意,树立充满生机活力的新时代中国文化形象。对于优秀的中国传统文化,我们应当理直气壮地阐释、传播、弘扬,但与此同时,也要特别关注蓬勃发展、生机无限的现代新文化的生动展现和精彩讲述。

生机活力的文化形象承载于创新发展的物质文化。物质文化常作为制度文化和精神文化的寄寓之所,承载国人的精神追求,凝聚国人的文化认同。古代君子以玉自喻,就是以器物示观念的典型。为此,我们亟须推动“中国制造”走向“中国创造”,在创新出版物、影视艺术节目等文化产品的同时,深入挖掘更多具有创新精神和创造价值的器物或产品所富含的文化价值。

生机活力的文化形象生发于守正创新的制度文化。作为文化系统中最具根本性、全局性、规范性的内容,制度文化革新是物质文化和精神文化革新的前提和基础。可以说,中国共产党着眼于实现好、维护好、发展好最广大人民的根本利益,正在不断发展完善既符合科学社会主义基本原则,又充分反映“中国特色、民族特性、时代特征”的制度文化,这是生机活力的新时代中国文化形象的强大根基和力量之源。

生机活力的文化形象彰显于中国人民的精神风貌。在国际交流日益频繁的当下,各行各业的明星式人物乃至每一个中国人都成为灵活机动的国家文化形象代言人。承载于个体的文化形象可以穿越千年不衰、传遍世界相通。

三是倡共识,树立开放包容的新时代中国文化形象。中国有多样和谐的文化传统,中国共产党有宽广的胸襟气度,文明交流互鉴给中国文化带来了无限生机与活力。倡共识,树立开放包容的文化形象是回应现实挑战的迫切要求,也是体现中国文化和价值取向的必然选择。

以文明互鉴超越文明冲突,表达中国对他国文化的高度尊重。中国文化曾有过被轻视洗劫的苦难历史,在这样的苦难历史中,中国文化坚韧地开拓了新天地,也更加从容而鲜明地展示出尊重他者、开放包容的高贵品质。

以文明共存超越文明优越,彰显中国推动人类文明共同进步的大国担当。应对突发灾难事件,中国积极向他者提供援助。面对地区发展问题,中国也正以正确义利观和真实亲诚理念积极作为。着眼人类前途命运,中国不断寻求并倡导共识,创新完善全球治理体系,与各国人民同心协力构建人类命运共同体。这些大爱大义和积极作为,有力彰显了中国在担当人类文明发展重任中的务实真诚,新时代中国文化形象对此必须予以重点展示和传播。

二、新时代中国文化形象建设的推进方略

第一,与时俱进把握变局。面对世界百年未有之大变局所带来的机遇和挑战,新时代中国文化形象建设必须准确识变、主动求变才能“在危机中育新机,于变局中开新局”。

准确识变,辩证把握机遇挑战。在认知变局方面,既要明晰变局创造的有利形势,又要重视变局带来的困难挑战。变局中国际关系加速调整、西方文化影响力开始陷落、不同文明交流碰撞程度空前等给新时代中国文化形象建设提供了良好机遇,变局中也有回击国际舆论妖魔化中国的臆测和抹黑,有效驳斥欧美国家认识和处理

世界上不同文明之间关系时的错误思想观念等诸多难题亟待解决。在把握变局方面,既要清楚了为迎战变局已经做出的成功探索及其实效,又要全力推进一切亟待开拓和提升的建设工作。于前者而言,提出并践行人类命运共同体等中国理念,向世界展示了一个负责任、有担当的新时代中国是其中的优秀典型;于后者而言,形象建设在“显性”与“隐性”、“传统”与“当下”、“特色”与“共识”之间强化合力等诸多工作还有待改进。

主动求变,统筹推进一体建设。一要推进政府与公众一体建设。以党和国家为主导,保障相关部门的协调配合,重视企业和社会组织的创新推动作用,鼓励公众个体主观能动性的发挥,重点解决政府话语与公众认知脱节、政府引导与公众行动错位等问题。二要推进对内与对外一体建设。脱离对内形象建设,对外形象传播就如无源之水、无本之木,终究会在他者的近距离认知中形成落差,与之相伴的是更严重的质疑;脱离对外形象传播,对内形象建设做得再好也不过是自我欣赏,还会给他者带来封闭自负等不良印象。三要推进历史与当下一体建设。既要宣扬传统与特色,又要展示生机与活力;既要让世界看到一个历史悠久、充满魅力的中国,又要让世界看到一个现代文明飞速发展、创新创造活力充分释放的中国。

第二,乘势而动用好契机。新时代中国文化形象建设要“因势而谋、应势而动、顺势而为”,才能更加有力地破解有理说不出、说了传不开等传播困局,推动形象建设取得新突破。

因势而谋,搭乘好数字与信息技术变革的东风。新时代中国文化形象建设要利用这一契机,加快在各类文化机构、巨量文化信息、多样文化形式中标注文化基因、提炼精神标识,以此为基础确立新时代中国文化形象的核心内容,并将对其的展示和传播融入文化大数据体系建设。

应势而动,驾驭好媒体变革与传播创新的方向。一方面,完善国际传播工作格局。综合运用

大众传播、群体传播、人际传播等多种方式,持续推动传播理念、内容、形式、方法、手段创新,有效拓宽传统媒体及其新媒体平台的传播广度,积极推进微博、微信、抖音等社交媒体国际化,持续提升中国媒体、官员、学者、明星、网红等所属海外社交平台账号的创新活力。另一方面,发挥文艺在时代风貌展现中的巨大作用。近年来,中国已经产出了一批优秀影视作品和文学作品,并在国内外热播热销。今后还应“努力创作生产更多传播当代中国价值观念、体现中华文化精神、反映中国人审美追求,思想性、艺术性、观赏性有机统一的优秀作品”,显性与隐性相结合,讲好中国故事、传播好中国声音。

顺势而为,契合好受众新的信息接受习惯与需求。数字与信息技术变革以及媒体传播创新等暗含着信息传播与接受权力的变革,以往“以传者为中心”的传播模式逐渐走向“以受众为中心”,新时代中国文化形象建设要适应受众信息接受习惯与需求,使所传播的形象能让海内外公众乐于观看、主动分享、印象深刻。为此,在内容取向上要推动“大而全”走向“精而深”,注重以小主题、小切口、小人物挖掘和展示文化理念和内涵;在话语方式上要由“我说你听”转为“对话交流”,以更具生活化、亲和力和针对性的话语举重若轻地将形象展现在传播对象面前;在思维模式上要做到“刚柔相济,情理兼容”,既要坚守原则和底线,又要“开展深层次、多样化、重实效的思想情感交流”。

第三,检视自身强基固本。新时代中国文化形象建设不仅要把握变局、用好契机,更要不忘时时以高标准、严要求反观自身,通过提升能力补短板、培养人才攻弱项解决自身建设中存在的问题。

在提升能力补短板方面,首先要“量质并举”补足“自塑”能力短板。以数量为基础,通过加快建设对外传播渠道、加速提高对外传播数量,多讲多说,提高形象影响广度;以质量得先机,通过实事求是、形式丰富、内涵深刻、引人共鸣的内容

提高形象影响深度。其次要“借力打力”,补足活用“他塑”资源能力短板。例如,新冠肺炎疫情期间,国内主流媒体一方面积极报道国际组织和其他国家、社会组织、个体等对中国疫情防控的高度评价,另一方面也借第三者视角,以更为客观的方式,批驳别有用心者的不当行径。最后还要“内外融通”补足“自塑”与“他塑”协同共进能力短板。“自塑”和活用“他塑”资源能力提高的最终目标都是让新时代中国文化形象“对外传播—他者认知和接受—他者再传播”乃至“他者主动认知—他者主动传播”成为自然而然的过程。为此要积极寻找自我与他者之间的交集,例如,通过国际会议、活动、比赛等国内外均较为关注的重要场合展示中国文化形象元素和内涵,并努力做到讲特色、倡共识和寻共鸣的完美统一。

在培养人才攻弱项方面,一要培养底蕴深厚的哲学社会科学研究者。哲学社会科学研究的的质量和影响力是展示新时代中国文化形象的重要载体,优秀的哲学社会科学研究者要以国内外形象建设的实践经验为蓝本,以中国面临的主客观环境为考量,做好文化形象建设现状的调查与研究、理论的创新与完善。二要培养业务精湛的形象传播工作者。当下形象传播工作者应包括以往职业新闻传播人员,也应包括与外交工作相关的政府官员,还应包括中国在海外知名度较高的意见领袖、明星等,他们不仅要能准确把握传播规律,善于根据实际情况创新传播内容和方式,还要在大是大非面前保持坚定的政治立场,并努力提升文化内涵和个人形象。此外,还要特别鼓励人民群众尤其是青年人在形象建设方面的创新探索。具体而言,可以在各大平台充分发掘相关人才,有针对性地进行指导激励,必要时可协助其进行经营运作,最大程度发挥其创新精神和创造才华,让新时代中国文化形象建设的活水在四面八方充分涌动。

第四,区分对象精准施策。提升中华文化影响力需要“把握大势、区分对象、精准施策”,新时代中国文化形象建设也要契合大众传播走向分

众传播乃至个性化传播的趋势,不断提高对外传播的针对性和实效性。

一是量身定制不同国家形象传播方案。在当前国际环境下,各国发展的实际情况、与中国的双边关系、对中国文化形象的认可和接受程度等都存在巨大差异。因而,新时代中国文化形象建设既要把握国际共识,也要适应各国差异为其量身定制传播方案。所谓“量身”,是指新时代中国文化形象在不同国家的传播既要考量目标国的“个性”特征,包括综合实力、国际话语权、风俗习惯、思维方式、人民性格等,又要考量目标国与中国的关系情况,包括地理距离、历史交往、制度与文化相似性、民心相通程度等。所谓“定制”,是指在综合考量上述诸因素的前提下,确立针对某一国家形象传播的整体方案,包括形象传播的目标、内容、主客体、渠道、方式方法等。

二是精确调研不同群体形象认知情况。不同国家对中国文化形象认知整体情况的差异可以说是较为“显性”的差异,而国际上包括各个国家内部不同受众群体对中国形象认知情况的差异却较为“隐性”且易被忽视。唯有在区分国家的基础上,对不同性别、年龄、文化程度、收入水平、职业等群体认知中国文化形象的具体情况,进行大量深入细致的调研和交叉分析,我们才有可能跨越国别屏障,探知在以不同指标划分的诸多受众群体中,哪些是我们的朋友、哪些是我们可以争取的对象、哪些亟须我们加大力度改变其认知,也才有可能明了针对不同群体应该讲述什么

样的中国故事,又该以什么样的话语体系、手段方式去讲述这些故事。

三是切合实际调整形象传播内容方式。各国发展情况及其与中国关系和对中国文化形象的认知情况等并不是一成不变的,不同受众群体同样如此,这就需要在精确调研的基础上增强形象传播的灵活性,适时调整新时代中国文化形象的传播目标、内容、方式等。例如,伴随不同群体对中国文化形象认知和接受程度的提高,可以逐步推动形象传播从表层文化符号转变为对中华文化精神标识的展示;又如,根据各国传播科技发展和受众媒介使用情况的改变,及时调整形象传播的渠道和内容;再如,根据国家关系转变情况,适度调整文化形象传播的具体内容和所需达成的目标。

新时代中国文化形象建设是提升中国文化软实力和中华文化影响力的关键环节,是向世界展现真实、立体、全面的中国的重要途径,是塑造文明大国形象、东方大国形象、负责任大国形象、社会主义大国形象的有力支撑。使命在肩、任重道远,新时代中国文化形象建设须在新起点上,以新姿态和新作为打开中国文化建设、形象塑造、国际交往的新局面。

作者简介:沈壮海,河南博爱人,武汉大学党委副书记,教育部“长江学者”特聘教授,博士生导师。

(摘自《马克思主义理论学科研究》2021年第1期)