

现代传播视阈下的文化“涵化”

张宇姮

(上海杉达学院, 上海 200438)

摘要: 文化“涵化”是文化人类学研究的主题课题之一, 是不同文化传播的一种现象, 分为文化的接触、文化的交融与文化的创新三个阶段。任何一个民族的文化都在同其他异质文化相互接触并产生文化的发展和变迁。进入到信息化时代, 现代传播技术的发展加速了文化“涵化”的新维度。本文基于文化“涵化”的理论基础, 试图结合实践从现代传播视角探析中国文化面对异质文化时应采取的策略, 期望为中外文化交流传播提供启示, 并为中国现代文化艺术的创作实践提供思路。

关键词: 文化“涵化”; 现代传播; 中国文化; 异质文化

一、文化“涵化”的理论基础

(一) 文化“涵化”的概念

涵化 (Acculturation), 是某种文化在其他文化影响下, 发生变化的现象。它是人类学领域文化人类学研究的一个主要内容, 基于人类文化变迁理论而产生。自 16 世纪以来, 随着海上贸易的活跃, 欧洲人主导了大规模的文化迁移, 中西方文化第一次接触就出现了两类异质文化的“涵化”现象。1880 年, 美国民族学局首任局长鲍威尔 (J.W.Powell) 在《印第安语言研究导论》一书中提出了“涵化”一词, 将之用在有关民族事物的研究。从 20 世纪 20 年代开始, 美国的涵化研究逐渐兴起。据赫斯科维茨考证, 1928 年, 美国《韦伯斯特大词典》就列出了“acculturation”的词条, 并给出其定义为“人类种族或部落因文化或艺术接触, 而变得相近似”。1936 年, “acculturation”在该词典中的定义进一步修改为“一个人群对另一个人群的文化输入”, 所指范围扩大。1936 年, 美国人类学家赫斯科维茨 (Herskovits ML) 等人在发表的《涵化研究备忘录》文章中提出: “由个体组成的具有不同文化的数个群体之间发生直接的、持续的文化接触, 引起一方或双方原有文化模式发生变化的现象叫作涵化”。

国内关于“涵化”的研究主要体现在少数民族的文化适应、人口流动及其涵化心理研究。吴泽霖总纂的《人类学词典》把“涵化”定义为“通过直接与不同文化的群体不断进行交往传播文化的过程, 其中一种文化常常更为发达。这个过程可能是单方面的, 也可能是双方面的”。李安民在《关于文化涵化的若干问题》一文中认为“文化涵化是指两种或两种以上的不同文化在接触过程中, 相互采借、接受对方文化特质, 从而使文化相似性不断增加的过程与结果”。

(二) 文化“涵化”的过程

文化“涵化”过程是两种或多种民族文化发生文化变迁时, 将新文化特质交融到本体文化之中的过程。在涵化过程中, 发生变化的本体文化称为主体文化, 而外来文化则称为客体文化。同时, 涵化过程包含三个阶段: 文化的接触、文化的交融与文化的创新。三个阶段相互关联, 层层推进文化变迁。

文化的接触是涵化过程的初始阶段, 主要表现为客体文化在主体文化的传播。一般而言, 主体文化会接纳全部的客体文化特质, 具体表现为主体文化无意识的被动接受和有意识的主动吸收。在文化接触的基础上, 主客体文化进入到涵化过程的第二个阶段: 文化的交融, 即主客体文化在文化发展过程中相互包容与发展。主体文化在保持本体特色的同时, 融入客体文化的相关特质, 出

现了主客体文化并存的局面。文化涵化的最终阶段即文化的创新。文化创新是指主客体文化根据自身条件进行选择吸收融合, 加速主体文化的内部更新与重构。这一阶段是在与其他文化进行融合的基础上, 再创造出一种全新的文化形式。

(三) 文化“涵化”的策略

从文化“涵化”的概念和过程可以看出文化“涵化”所强调的是动态变化, 并且是以文化接触和文化传播为前提的。这其中体现出文化“涵化”的策略, 它作为涵化发生的结果贯穿于文化涵化的始终。通过对文化涵化策略的解析, 可以更有效地运用涵化理论。加拿大心理学教授贝理 (J.W.Berry) 将结合文化与心理研究, 提出了涵化策略的双维度理论模型 (如图 1), 借鉴此理论模型并将文化涵化作为结果时, 提出了文化涵化的同化、分离、整合和边缘化策略。同化策略是指在强大文化冲击弱小文化时, 后者完全同化于前者, 从而丧失弱小文化特征; 分离策略是强调保留本体与外来文化各自特质; 整合策略是渊源和特质均不相同的文化相互吸纳、重新组合的过程, 在保持原有文化的同时注重对外来文化的吸收, 归纳两者的共性, 形成一个功能与形式的互补关系, 促成新的多元包容文化; 边缘化策略由于原有文化和外来文化之间没有交流与变化, 不符合文化涵化的前提条件, 故先剔除。

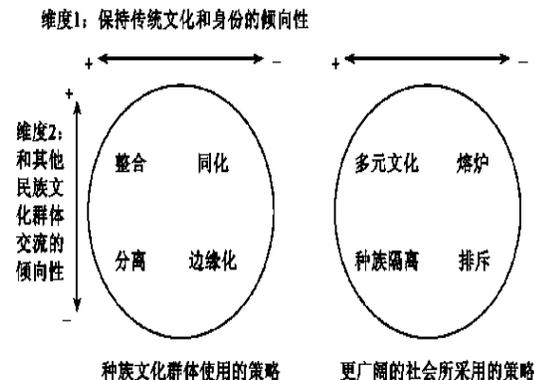


图 1 Berry 的双维度理论模型

二、现代传播技术对文化“涵化”的干预

随着全球化趋势的加强, 不同地域文化形态产生碰撞, 不同国家、文明之间的文化接触愈发密切, 文化“涵化”在跨际传播中的嬗变和产生的影响越来越受到重视。在文化传播的过程中, 每一次传播媒介的革命都会给社会和文化带来深刻的转变, 而在网络信息化的当代, 这种变化对本体文化的挖掘、梳理、保护、传承和传播的方式都产生了较大的影响, 有的经过现代传播媒介的演绎变形, 形式和内容发生了很大的改变。现代传播媒介以现代传播技术为基础, 即指“建立在新科学技术基础上的媒体技术、系统技术以及为适应现代传播而产生发展起来的传播理论和传播技术”。当下的传播媒介, 已进入到新旧媒体融合发展、发挥各自优势的时期。新媒体是相对于广播、电视、报刊等传统媒体而言的概念, 它最大限度地将每一个人卷入信息传播的漩涡中去, 打破了信息传播的壁垒, 缩短了信息传播的周期, 改变了传统的

信息生产模式，使信息传播的交互性特征更充分地显现出来。

现代传播的美学维度主要表现在融通东西方文化，在传统与现代、主流与非主流、全球化与本土化之间构建相互理解和平等对话的平台，通过文化涵化，彼此适应与改变。现代传播技术对本体文化的涵化不可避免，随着信息时代的来临，其带来的文化元素愈来愈多样，文化的“流动空间”代替了文化的“地域空间”，文化与媒介的关系不是一种简单的依附关系，而是一种复杂的生成关系。同时，VR/AR 等技术在当代使用让文化的“涵化”从不同地域的文化涵化扩展到时间维度的涵化，即不同时代的前后影响，包括了农业时代、工业时代、信息时代等前后不同的文化特点在当下同一个地域同时存在，不可避免地也产生涵化现象。在现代传播视阈下中国传统文化不断遭到互文性的改写、复制、拼贴，使得现代媒介传播下的文化涵化，机遇与挑战并存。

三、中国文化与异质文化的交流与传播

“涵化”之于广义的文化，更加强调不同文化之间的调适，无论其是否发生融合统一。在文化人类学范畴内讨论的涵化包括中国文化与异质文化，二者的涵化是一个复杂系统，尤其在现代传播技术之下，既有过程也有策略。

（一）文化“涵化”对中外文化交流传播的启示

学界对于中外文化交融有诸多不同的看法和声音，亦存在以非理性的思想和态度评价中外文化交融的艺术成就与发展成果。但就学术研究而言，中国的学者们应对文化交融抱持宽容的态度，最大化地容纳和重视其具有的特殊精神内核、艺术价值和鲜明的时代烙印。诚然，促进中外文化融合要立足本民族优秀传统文化，坚持洋为中用的基本思想，拒绝崇洋媚外、盲目模仿的学习作风和倾向，融合本土化理念和内涵对异质优秀文化进行创造性消化、改造、吸收。在全球化不可逆的今天，中外文化在多个领域的交流达到空前繁荣，需要以一种开放包容的态度，促进二者之间的相互学习与交流，增强异质文化间的互补，对于外来文化应有选择地理解与借鉴，表现出一个国家和民族的智慧与自信。此时，从策略角度分析，选择文化“涵化”的整合策略就更具积极的社会意义，它既不像文化同化策略一方文化将另一方文化完全消融，也避免了文化分离策略中外文化之间的“零”交流现象。

（二）利用现代传播手段促进中外文化融合

现代社会是一个追求多元化的时代，文化“涵化”是现代传播技术之下不可避免的现象，互联网的高速发展紧密联系着不同种族、肤色和地域的人民，社会各个领域发生了很大变化，需要有创新的理念，采用富有创造性的思维方式继承和发展中国文化。一方面要“传下来”，适应时代和国际环境的变化，使传统文化与现代生活结合，真正地为人所用，发挥其内在的价值和意义；另一方面要“走出去”，充分利用新旧媒体融合走上国际舞台，展现中国文化的博大精深。现代传播技术使网络平台更趋向于大众化，不单涉及内容和形式上的复制、模仿，更有利于激发民间富有创新性的思想，激励大众参与到国家和民族的建设中，并在参与的过程中形成文化自觉，创造良性的文化传播环境，共同形成人类文明的优秀成果。

（三）中外文化交流传播的教育实践

笔者在工作单位曾与斯洛文尼亚和印度高校的师生围绕“民族文化交融和可持续发展”主题，以旗袍这种中国传统服饰的创新设计为媒介促进中外文化交流与传播，深刻注入“一带一路”的时代内涵，为中外文化的交流搭起一座桥梁。

在这次中外交流活动中，通过 Workshop 工作坊、作品展示（秀）、民俗调研、企业参观以及学术交流等主题活动，以中国

非物质文化遗产和女性着装文化的典型标志——旗袍为媒介进行三国传统文化的交流、借鉴、融合和创新再设计，将各自国家的传统文化工艺与时尚相结合，以全新面貌展示给大众。在 Workshop 工作坊中，每组的三位学员均来自三个不同国家，每组可挑选一件旗袍，与组员一起加入各国的文化元素，对旗袍进行再创造，重新创作后的旗袍融入三个国家鲜明的文化元素，演绎东西方文化在碰撞交流之中的互鉴交融。创新后的旗袍是一种无须翻译的时尚语言方式，同时承载着美学、礼仪、社交、国际文化交流等诸多方面的社会功能，让他国友人看到了更加真实的中国和更加多元化的上海（如图 2）。同时，通过传统新闻媒体及微信公众号、微博等新媒体平台对此次交流活动进行集中性报道，其他两国学生通过 Facebook、Instagram 等国外社交媒体平台分享感受，让国外民众感受中西传统与现代文化的冲突与包容，使中国文化真正“走出去”。



图 2 中外文化交融下的旗袍创新再造

四、结语

天下一致而百虑，同归而殊途。费孝通的名句“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”正是对文化交融意境的最佳诠释。文化的活力来源于广纳四海，“取其精华、去其糟粕”一直都是我国吸收学习外来文化的基本原则，只有博采众长，才能更好地发挥中国文化的优势，不断繁荣和完善自身。通过现代传播和文化涵化，打破传统文化和异质文化的壁垒，增强文化的多样性，强化民族的凝聚力，可唤醒人们对民族文化的认同与回归。总而言之，我们应保持开放的眼界、平等尊重的态度，才能在当下及未来新的文化涵化过程中保持中国文化的健康生长。

参考文献：

- [1] 刁翠翠. 基于文化涵化的近代中西方园林交融研究 [D]. 大连理工大学, 2019.
- [2] 向仲敏, 乔真真. 利用新媒体传播社会主义核心价值观——基于涵化理论的研究 [J]. 西南交通大学学报: 社会科学版, 2017, 18 (2): 5.
- [3] 牛文玥, 孟春荣. 文化涵化视域下元上都遗存的装饰延续 [J]. 艺术家, 2022 (2): 3.
- [4] 孙秀源, 孙玲. 利用现代传播手段宣传中华优秀传统文化的有益尝试 [J]. 艺术科技, 2021, 34 (13): 2.
- [5] 王晓珍, 刘芳岐. 文化“涵化”与非遗传统美术的传承保护 [J]. 兰州文理学院学报: 社会科学版, 2021, 37 (2): 7.
- [6] 张德福. 试论中国典籍跨文化传播模式的构建 [J]. 上海翻译, 2021.
- [7] 古春霞. 土家族民间艺术的现代传播 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2017.