

DOI: 10.12361/2705-0866-05-02-116831

黄河文化“走出去”策略体系研究

王芳

河南建筑职业技术学院, 中国·河南 郑州 450000

【摘要】黄河文化作为中华文化的重要组成部分,肩负着把中华文化“走出”国门的使命。深度挖掘黄河文化的内在价值,结合新时代特点发展创新黄河文化。推动黄河文化走向世界,既可以展现其独特的魅力与风采,又可以提高国家文化软实力。

【关键词】黄河文化;“走出去”;策略体系

Study on the "Going out" Strategy System of the Yellow River Culture

Fang Wang

Henan Vocational and Technical College of Architecture, Zhengzhou 450000, Henan, China

[Abstract] As an important part of Chinese culture, the Yellow River culture shoulders the mission of "going out" of Chinese culture. Deeply excavate the intrinsic value of the Yellow River culture, and develop and innovate the Yellow River culture in combination with the characteristics of the new era. Promoting the Yellow River culture to the world can not only show its unique charm and style, but also improve the national cultural soft power.

[Keywords] Yellow River culture; "Going out"; Strategy system

引言

中国正面临百年未有之大变局,要牢牢把握变局给中华民族伟大复兴带来的重大机遇,助力黄河文化“走出去”,是时代的需求,社会的召唤。党的十九届六中全会通过的《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》强调,要“加快国际传播能力建设,向世界讲好中国故事、中国共产党故事、传播好中国声音”。因此,在新形势下,如何传播好黄河声音,讲好黄河故事,弘扬黄河精神就需要做好顶层设计和故事体系建设,这也是构建中国国际话语权的重要途径。

1 黄河文化产品或作品的优选优创策略

“三万里河东入海,五千仞岳上摩天”写出了黄河的激流奔腾,九曲连环、矢志向东。道出了中华民族的一往无前、百折不挠的进取精神。黄河文化是中华文明的母体,也是中华民族的根和魂。黄河文化是在黄河流域的仁人先贤经过不断创造、发展、继承、完善的多元文化的集合。它能给人精神的享受和美的陶醉。确定黄河文化优选优创的标准:高品质、有特色。高品质是指黄河文化有容乃大、和而不同的特征和它以儒治世、以道治身、以佛治心的实用主义。有特色是指在黄河流域的独特生存和发展方式,它体现出自身文化的独特价值和个性,它是黄河文明的智慧结晶。

1.1 优选策略

黄河文化浩如烟海,在推动黄河优秀文化成果从“走出去”到“走进来”过程中,对黄河文化的选择是不可忽略的第一关,传播主体不能闭门造车,要始终坚持“国家站位和国际表达相结合”的指导原则,要充分考虑传播受众的喜好与需求,以翻译优秀黄河文化为己任,既翻译当代黄河文化,也翻译古代黄河文化,向世界展示真实、立体、全面的中国。既要突出文化外译作品中的中国智慧和思想,彰显文化外译作品中的中国价值;也要确保译文的可读性和地道性,不断促进中外文化互通有无、取长补短、和谐发展。要切实推进“练好内功与巧用外力相结合”的运行模式,既练好内功,不断提升文化外译质量,努力打造黄河文化的外译精品,培养一批胸怀祖国、业务精湛、融通中外的文化外译高端人才;也巧用外力,谋求合理,构建中国外译的中外学术与情感共同体,切实解决中国文化外译成果出版中出现的水土不服问题,打通中国文化“走出去”的“最后一公里”。

1.2 优创策略

优创指基于黄河文化资源库创造出具备历史意义和当代价值的文化精品,有三方面的含义:黄河文化典籍,蕴含了博大精深的中华智慧,但是由于年代久远,语言晦涩及内涵丰富复杂,走出去的难度可能会高于当代黄河文学文化著作。因此要对黄河文化资源总库中的作品、产品用白话汉语进行改写改编,或者用

外语创作新产品 / 作品, 或者直接用汉语创作新产品、作品。创优策略包括一下四点: (1) 提升创作者自身素养。创作者自身素质在黄河文化传播中起着至关重要的作用。这就需要提高创作者自身文化素质, 加深对优秀文化的理解与认识, 拓宽创作者更多地接触到优秀文化的渠道, 鼓励积极参与优秀文化活动。并要贴近受众, 不能自说自话, 或者限于表面的成就展示, 或者不注重传播对象的接收特点, 否则很难打动海外受众, 传播效果不佳。知己知彼, 百战不殆。创作者既需要精通于黄河文化, 又需要了解海外受众。这样才能充满自信和底气, 黄河文化才能走出国门。(2) 提高创作质量。优秀的作品都是经过千锤百炼而创作出来的, 不可急于求成, 要循序渐进, 厚积薄发。在瀚如烟海的黄河文化资源库里选择出一些所蕴含伟大民族精神仍为我们的生活提供强大的精神动力和价值支撑的主题, 然后对其进行改写或改编。同时与传播效果也息息相关, 因此黄河文化的传播方式也有待创新。应借机搭乘网络发展的东风进一步发展。(2) 优化创作模式。让黄河文化“走出去”, 除了翻译传播之外, 还应调动一切可以调动的积极因素来使其发扬光大, 深挖黄河文化内涵和文化精髓, 同时贴近海外受众需求, 提高国际传播效果。要改进国际传播方式方法, 因时而动、顺势而为、积极主动提高国际传播实效。让国外受众感受到真实、立体、全面的黄河文化。(3) 丰富创作形态。除了改编改写之外, 还可以直接用外语书写具有浓厚地域特色的黄河文化。还可以创作网络文学、短视频、影视节目、动漫游戏以及符合自媒体、新媒体的多模态作品 / 产品。

2 黄河文化产品或作品的对外翻译策略

全球化是人类的必然趋势, 网络化、信息化和大数据的智能社会势不可挡。随着经济的发展和国际话语权的提升, 要加大优秀文化产品的输出, 扩大传播途径, 进一步增强对外文化交流的力度。黄河文化对外翻译的过程中, 同样需要“取其精华, 去其糟粕”, 只要这样才能塑造中国形象, 久久为功, 才能让国际社会听得懂、能理解、可借鉴。以文明交流超越文明隔阂, 以文明共存超越文明优越, 推动构建人类命运共同体。

2.1 对外翻译核心要素的优先规划序列

在“一带一路”背景下, 黄河文化走出去不仅是一项重大系统工程, 而且还是一项长期工程。黄河文化要“走出”国门, 走向世界, 就要以作品为载体对外传播黄河文化。而且还要思考黄河文化如何“走出去”, 怎样“走出去”, 应该设计出相应的体制机制和可持续发展路径, 所以需要“顶层设计”到具体实践等各个层面建立健全体制机制, 并制定出优先战略规划, 为黄河文化“走出去”提供有力的保障。黄河文化外译关涉何时何人何以何种方式用何策略将何对象向何地何人进行传播。这个过程是庞大

而复杂的, 因此要整合各种资源, 要考虑去各要素的优先规划序列问题。对外翻译是做好国际传播的前提。以问题意识为导向, 通过对外翻译, 科学确定翻译受众, 翻译内容, 主动塑造丰富多彩的黄河文化, 让世界不同文化背景的人能够了解、理解、欣赏历史悠久的黄河文化, 主动对接人类命运共同体, 实现中外文明文化的互学互鉴。

2.2 对外翻译主辅融合策略

文化外译是国家软实力提高的重要途径。目前文化外译面临数量多、接受差、投资多、收效少等窘境, 亟须利用先进技术、创新战略规划。根据黄河文化所属领域与类别进行规划。可设优先序列为: 生活艺术 > 经济贸易 > 工程技术 > 自然科学 > 人文科学 > 社会科学。黄河文化外译时间规划关涉外译何时的黄河文化和何时外译黄河文化, 拟设优先序列为: 现当代文化 > 近代文化 > 古代文化。力求增进他国对目前中国的认识。主体优先策略: 人机互助外译 > 中外合作外译 > 中国译者外译 > 机译。可以充分利用互联网、语料库、云计算、大数据等技术实现资源共享和知识管理, 提高翻译效率和准确性。

3 黄河文化产品或作品的国际传播策略

推进黄河文化产品或作品的国际传播, 是增进中西文化交流、对话和理解, 也是推进世界文明大繁荣的必然选择。由于西方人的价值理念、政治立场、思维方式与中国人不尽相同, 为促进黄河文化的有效传播, 消除不同文化的误解、误判和误读, 需要用通过案例分析、深度采访、抽样调查、态势分析等方法, 了解他们的思维方式、话语特点和心理规律的叙事, 既符合中国自信谦虚气质的新时代国际传播话语体系, 有能适应国际传播规律。而且还要选取黄河文化中当代精品和传统典籍进行国际传播, 对不同区域、不同国家、不同群里进行精准传播和沉浸式传播, 并了解传播效果和接受程度。大力运用云计算、大数据、人工智能和区块链等先进信息技术, 优化传播方式和手段, 促进黄河文化的国际传播力和国际影响力。

3.1 “网络黄河文化”的国际传播策略

有效推进黄河文化“走出去”, 要发挥互联网无可比拟的作用。通过互联网, 黄河文化资源可以无处不在、无所不及。互联网的即时性、便捷性消除了黄河文化传播的时空限制, 能够做到“无缝传播”, 让世界缩小成村落, 真正实现了时间差和距离差。具体做法如下: (1) 政府的作用, 加强顶层设计和研究布局, 构建具有鲜明中国特色的战略传播体系, 着力提高国家传播影响力、黄河文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力。(2) 通过视频门户网站, “云展览”, “云传播”依托数字网络和融媒技术, 新媒体 (如微博、微信、抖音等和国际社交媒体如 Facebook、Twitter 和 YouTube 等各大社交平台)、人工智

能、自媒体等技术实现文化传播,又快又好地推进黄河文化作品/产品。(3)随着大数据的兴起和不断完善,科技助力文化传播,通过大数据平台的便捷途径,获取紧贴生活的传播主体,并制定多元化的传播路径。(4)运用本土化战略,黄河吉祥物六“河宝”是对黄河文化的高度凝练和现代表达,让其与媒体融合成新使命,贴近受体区域、国家的文化环境,实现黄河文化有效、切实、精准的海外传播。

3.2 “出版黄河文化”的国际传播策略

出版黄河文化的要确保战略的前瞻性、强化战略执行的坚定性、保持战略规划的延续性。实现黄河文化“走出”国门,离不开国家、企业和市场的引导和有效运作策略。(1)国家要发挥好服务大局、统一思想、凝聚力量的重要作用,进一步工具壮大主流思想舆论。(2)出版企业应成为有强劲传播力、引导力、公信力,综合能力强、主业突出、品牌价值凸显的新型主流出版传媒集团,国家骨干出版传媒集团。(3)市场要根据国家改革发展的形势和条件,坚持目标导向和效果导向为原则,走向多元化、内涵式的出版模式。着力活化沿黄文化遗产资源,深入传承黄河文化基因,讲好新时期黄河故事,重点实施“六大工程”、开展“三大行动”,全力打造具有国际影响力的黄河超级VIP。(4)注重提质增效,坚持把人才作为创意的源头和事业的根本,延揽优秀人才,鼓励专业发展,与市场接轨,提高外译和创作质量,追求良好的传播效果。

3.3 “广电黄河文化”的国际传播策略

广播电视媒体对于黄河文化的传播和发展有着不容忽视的重要作用。“广电黄河文化”国际传播的首要任务是创造性地吸收广受海外年轻人欢迎的网络节目形式,这类节目既要焕发出新的活力,又要风格鲜明,既能保持节目的娱乐性,同时也不乏庄重性、严肃性和权威性。这样才能提高节目的宣传效果和传播效果。将黄河优秀的非物质文化遗产、旅游文化、民俗文化、家风文化等以综艺的方式传播出去,不仅拓宽了文化情怀的深度,而且也为综艺节目开辟了新的天地。将综艺节目与文化民俗、自然景观像结合,展现民俗民风、日常劳作、田园风光,让海外观众有耳目一新,身临其境之感。因此在打造“广电黄河文化”时,要将文化与趣味结合,将古典与当代结合,将文化与新颖的形式结合,用新颖的视窗构架,创新的节目模式,多样化的文艺表现形式,高科技产品的应用等,来丰富黄河文化的表现力,推动黄河文化走向国门,走向世界。

3.4 “动漫黄河文化”的国际传播策略

动漫是集绘画、电影、数字媒体、摄影、音乐、文字等为一体的视觉艺术形式。具体如下:(1)画风:要把黄河文化元素和欧美元素融合在一起,画出了符合亚洲和欧美人的视觉体

验。画风要清新唯美。(2)剧情:剧情也很重要,剧情的跌宕起伏,扣人心弦,戳中人心最柔软的地方,能令人得以释放平日枯燥生活带来的压力,让观看者欲罢不能,潜移默化地影响受众的心灵。(3)声优:声优是动漫的灵魂,说话、欢笑、呼喊、哭泣、愤怒等的感情完美容了角色以及整部动漫当中和真人无异,种种多情的声音充满着生命。这份真实感来自在角色背后的活生生人物“声优”,以致于这些观众将可和这些假想动画人物感到相同的幸福,悲哀,生气,欲望,热情等等,同歌同泣。(4)特效:动漫的特效要有细致的角色,造型及场景设计。借助超现实的想象,来实现观众们的幻想。动漫游戏产业目前遇到的首要任务就是创新发展形势,实现黄河文化和科技的有效整合。动漫游戏在设计中凭借高超的画质、鲜明的人物以及耐人寻味的剧情,依托技术,将黄河文化元素融入技术之中,向玩家提供更加多样化的视角,使游戏能突出艺术底蕴和深层的文化内涵,并使之推向全球。通过数据统计和分析比较,提出向海外传播的相对应策略。

4 黄河文化产品或作品的效果评测体系

衡量一个翻译产品或作品首先考虑的问题,就是要测评译入语读者作出怎样的反应。根据不同的翻译传播过程,既可以从宏观上来测评黄河文化产品或作品的效果,也可以从微观上来测评其效果。

4.1 针对优选优创策略运用的测评策略

合理科学地测评优选优创策略的运用效果,首先要进行定量和定性地评价。通过大数据、网上在线平台进行批量统计和分析,是否获得相当数量国外受体的接受和认可,以保障优选优创策略的评价和优化。黄河文化精品定位提出三条基本标准:一是黄河文化中最具代表性的作品;二是这些文化适合对外宣传;三是这些文化符合译入语读者的接受水平和欣赏口味。以李克特式量表来分析哪些黄河文化属于文化精品,李克特式量表能够快速直接地获取受测者对黄河文化精品的认同程度并对其进行量化。邀请普通读者和学者专家进行评价,然后做出科学、客观、公平公正地判断。这些作品通过优选优创,是否具备时代精神和民族性,同时也包含了人类普遍的价值观和情感,这样才能跨越时间和地域的界限,才能引起国外受体的共鸣。通过对话访谈和问卷调查,根据国内外读者不同的反馈,来评价黄河文化的某件作品/产品所存在的差异性,既要“以我为主”,又要“有的放矢”来提高传播的有效性。文化精品的选择者不仅要有国际视野、精通外国文化和高度的跨文化适应性,而且要了解国外读者阅读需求和接受水平、熟悉国外出版市场和出版流程的版权经理人等。通过网络平台如亚马逊等来了解海外图书排行榜、读者评论以及海外畅销书的特点。译者在忠于原文和风格的前提下,灵活使用直译、省译、

改译等翻译策略,以符合目的语读者的阅读习惯,增强译文的可读性。

4.2 针对对外翻译策略运用的评测策略

评测黄河文化对外翻译策略运用的具体效果,是由翻译质量和传播效果决定的。关于翻译质量,可以建立黄河文化国际传播数据库,对黄河文化外译的资料进行系统归纳和梳理,根据豪斯的翻译质量评估模式对黄河文化外译的翻译策略和翻译质量进行评估,确保译本能准确表达原文信息,追求译文的精准化,并尽量保留原文的特色,这样才有利于黄河文化走出国门。关于传播效果,提高对国外读者研究的认识。加大实证研究的比重,如问卷法、观察法、访谈法等,在这一过程中要做到点面结合,先集中后分散的方式,先做好某一区域的海外读者研究,然后推广到其它地方和领域。构建多学科融合系统的理论体系,借助其他学科领域的理论来指导海外读者接受的课题,为研究者提供不同的视角和维度,这样可以提高对传播效果研究的信度和效度。

4.3 针对综合传播效果的测评策略

翻传播效果是指翻译作品/产品在媒介平台发布后对海外受众心理、态度和行为的影响。翻译传播活动是由传播主体、信息、传播受众、传播媒介、传播效果等组成的,每个环节都对传播效果起着积极的或者抑制的作用。传播效果测评主要包括

四个主要因素:媒介接触、作品认知、心理反应、反馈行为。黄河文化传播效果的评测指标不是单一的,它是一个有机的沿着一定的时间和逻辑顺序展开的指标体系。受众是信息传播的终点,不同的受众对传播效果也产生不同的作用和影响。受众受心理动机、认知水平、网络使用经验、专业知识水平等的影响。受众与传播者越相似,受众倾向于认可信息的传播者。可以运用各种软件平台进行数据分析处理,来了解黄河文化国际传播策略的运用效果,然后进行修正和完善,确立黄河文化翻译传播效果测评的优化机制。

结语

为了推进黄河文化“走出去”,要遵循适合对外传播的前提,要选择弘扬黄河优秀文化、健康向上的作品。然后做到有的放矢,要尽可能贴近目标读者的欣赏口味和接受水平。提升黄河文化国际传播能力,需要高质量的国际传播战略规划和战术设计。拓宽黄河文化国际传播渠道,优化黄河文化国际传播整体布局,达到国际传播的最终目的和效果。

参考文献:

- [1] 张玉华. 郑州市文化旅游融合发展策略研究[D]. 2021.
- [2] 李泽芬, 赵燕鸿. 黄河文化旅游资源整合开发研究[J]. 漫旅. 2022, 9(5).