

从符号到认同:中国国际话语权的生成逻辑与“主题迁移”机制

刘旸

(四川传媒学院 融合媒体学院,四川 成都 611745)

[摘要]文章探讨如何借助文化符号提升中国国际话语权,并提出主题迁移理论,以解决学界基于线性传播观点而产生的传播效果偏差。文章从现实的话语构建这一基础理论出发,以文本多义性、文化动力机制以及多样性解读间的张力作为理论框架,针对“国际传播领域如何使中国话语在更大程度上取得赞同”展开论述,并提出文化传播符号构建的逻辑;聚焦文本意义的生成过程,剖析文化符号在国际传播中的作用与意义迁移路径,并以此构建主题迁移理论。文章剖析并强调在跨文化传播过程中,原本属于某一特定文化语境或主题的文本,在被不同文化背景的受众接受时,其核心议题或文化主题发生非线性的意义转化,嵌入新的文化语境,生成新的文化认同与价值共鸣的现象,从而揭示主题迁移的理论逻辑及其作用机制,并阐明主题迁移助力我国文化符号在国际舆论场意义延展与价值升华的观点,为我国构建中国话语体系提供理论与实践路径。

[关键词]符号构建;国际话语权;生成逻辑;主题迁移

doi:10.3969/j.issn.1673-9477.2026.01.012

[中图分类号]G206.3

[文献标识码]A

[文章编号]1673-9477(2026)01-0090-08

习近平总书记在中国共产党第二十次全国代表大会上提出:“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,加快构建中国话语和中国叙事体系。”^[1]党的二十届三中全会提出“构建更有效力的国际传播体系”并要求“加快构建中国话语和中国叙事体系,全面提升国际传播效能”^[2]。据此,文章将以文化视角下的文本符号意义构建为逻辑,探索我国加强国际话语权建设的新路径。

在文化研究的视角看来,建设和提升中国国际话语权,逻辑上有两个层次:一是需要厘清话语权力的内涵及其生成机制,即应该回答“如何令我们用以描述世界的话语得到普遍的赞同”;二是需要将其拓展至不同文化间,并产生类似的效果,即应该回答“如何令这种话语在更异质的政治、文化环境中取得同样的效果”。

经验主义研究范式关注信息由此及彼的传递过程。在这种范式下,信息作为客观之物可以被线性地传递。相对而言,符号学及文化研究等批判范式则认为传播的本质是意义的产生与交换。简单而言,我们认识客观自然并对其进行评说的前提在于将客观自然赋予意义——当然如此,因为我们不能在不赋予任何意义的基础上认识事物。这种意指化的过程就是符号化的过程,而意义产生于人对客观

自然的解释。自此,经年累月被系统地意指化的那个“自然”亦便带有文化性或社会性。我们认为,这是“理解”的基础。基于此,文章提出话语范畴的“主题迁移”理论,并试图以此在话语的国际传播层面抛砖引玉,给出一种新的理论视角。简言之,这是文本意义在跨文化接受中“被重新主题化”的过程。它不是简单的“误读”或“再编码”,而是一种文化协商与意义再生成的机制。

一、问题的提出

在国际传播能力建设领域,学界著述颇丰。截至2025年4月,在新闻与传媒领域,以“话语权”“国际传播”“中国话语”为关键词在知网进行检索显示有893篇论文、著述。如果以某单一概念作考察则不胜枚举。在对相关论述进行回顾及梳理之后,可以得出一些共性的观点,并发现其普遍存在的局限,从而为本文找到更好的切入点和更有效的理论表述打下坚实的基础。进一步来说,学者普遍在中国国际话语建设领域聚焦于传播渠道建设和展示解释性的传播策略两个方面。

在渠道建设方面,樊洋等指出中国式现代化国际话语权的提升需要“储备融通中西语言的专业人才”,并“借助国际媒体平台”以及“搭建国际传播矩

[投稿日期]2025-07-16

[基金项目]北京市社科基金项目(编号:24DTR090);四川传媒学院重点培育项目(编号:X20230304)

[作者简介]刘旸(1982—),男,北京人,博士,讲师,研究方向:传播批判范式、文本意义构建、媒介产业。

阵”^[3]。杨宇等也提出应“整合国家层面的宣发资源与平台”^[4]。上述与于梦杰等所提出的对传播平台“加大媒体设置,努力向国际领域进军”的观点不谋而合^[5],这也是学界较为主流的观点,意在解决中国话语国际传播在基础设施层面的掣肘。

在解释性传播策略方面,学界普遍假设了中国话语在国际传播过程中的障碍所在,并试图给出解决方法——坚持对话和展现包容姿态。比如,陈梦婕在论述提高国际传播内容的接受度时提出了“相互尊重、平等视角、大国担当、共同价值”的框架以增进国际社会对中国话语的理解与认同^[6]。王晓晖等在谈到国际传播的话语突围时提出需要“坚持文明平等、互鉴、对话、包容的传播理论”^[7]。杨宇等也提出“深化文明沟通交流、包容互鉴、共生共荣”等类似观点^[4]。更有学者提出“应避免过度强调中国自身的发展成就,避免过多提及中国在综合国力、国际地位上所取得的进步”^[8]。

实际上,这两个方面解决的都是声音能否被“听见”的问题,而忽略了声音能否被“听懂”的问题。

(一) 话语权的误读

各种有关中国话语权及国际传播建设等理论的探索,自然都是以话语概念为基础的。话语权研究的核心结论是:话语具有权力结构。大部分国内相关论著显然意识到了这一点,理论成果丰沛。其中包含了语言学、符号学、哲学、社会学、政治经济学或意识形态构建等视角下对文化的分析,都承认话语是权力,甚至是权力存在的根本形态。但是问题在于,“话语权力”是一个既定结论,对其溯源的相关引证大多缺乏逻辑化的认识过程。换句话说,我们如果不对“话语形成权力”的内在原因作出解释,就不可能正确地构建并传播这种话语(或言“运用这种权力”)。转而只能局限在表面化的、经验主义式的“线性传播”上。这就造成国内学界在解决中国话语的国际传播局限、提升中国话语权的问题上,将话语基本等同于“信息”“文本”“道理”“观点”或“修辞”,并不自觉地以古典传播学的线性模式为理论依据,像运输大队长一般孜孜不倦地“搬运”着中国话语这个“物质实体”,企图通过对“传播渠道”的疏通,达到联通中外的目的。然而我们早就知道,传播的发生本质上是理解和赞同的过程,我们需要深入文本的符号层面观察什么样的文本可以产生有着积极意义的协商或价值共鸣,这才是建立话语权的基础。

毋庸讳言,已有某些关于我国国际话语权建设

的讨论能够清醒地意识到经济及军事等“硬实力”的提升对话语权提升所提供的基础性作用;其次,不少论著也研究和梳理了一整套以新时代中国特色社会主义思想为核心的话语体系;最后,有些研究明确提出了西方话语霸权统治下的“失语症”问题。^[9-11]然而,在话语“走出去”的问题上,目前许多研究缺乏明确的方法,导致在相关论述中只能一再强调在国际传播渠道建设上发力,忽略传播的具体内容,仿佛受众“看到了”就自然会产生“理解”和“赞同”。这显然造成了对以传播技术为代表的基础设施建设的过分倚重。

回顾本文开篇所述,我们应深刻领悟习近平总书记的重要论述所给出的方法论意义,在构建中国话语和中国叙事体系的过程中,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。也就是说,应以中华文化精髓推动中国叙事体系的构建。这种论述呼应了传播的文化视角所提出的对“共享—理解”这一过程本质的见解。笔者在其他研究中曾论述过,当我们以文化路径审视传播,后者本质上就是一个现实世界的意义在这一过程中被创造、维持和改变的符号化过程,即“传播内嵌于日常生活,不但指导人们认识和理解事物,更塑造着人们对现实世界的看法。传播在交互中获得了对外观现实在解读上的同一性”^[12]。对于传播的文化路径而言,其最大的优势在于回答了基于什么内容能够最有效地撬动传播的杠杆。在整套中国话语中,其所包含的政治、经济、文化亦或价值、伦理、意识形态相互交织,我们利用包含丰富中国哲学、伦理和信念的中华文化作为传播切口,将起到更好的传播效果。

(二) 自我东方主义的“他者”

一些有关中国话语的国际传播研究普遍推崇某种平等、谦逊、非对抗的姿态,尝试采用西方意识形态基础之上的修辞方式的改良,以“别人听得懂的话”求得他人的理解、承认和接纳。在传播手段方面的常见观点有尊重、平等、沟通等,同时强调世界叙事的传播方法。比如樊洋等提出“翻译的融通度不高”且“没有充分考虑国外受众”的各种认知差异^[3]。在这个过程中,自我东方主义的实践不断映衬西方中心主义的“现实”,中国话语本质上成为一个被定义的“他者”——持续在西方话语的框架下自我证明。这种偏差产生于对话语权力来源略显浅薄的理解。传承于马克思主义的文化研究很早就断言,如同在资本主义社会中资源的分配并不平等一样,不同阶级的话语分配也不是平等的。而在国际

范围内,不同主体的话语分配如出一辙。历经“蒸汽时代”以及欧洲第一波帝国主义浪潮后,西方凭借其强大的经济能力为世界准备了一整套关于现实的表述,并不断丰富着以这个社会识别点为中心架构起来的话语体系。

假如我们不能打破这个以西方话语体系为框架编织起来的牢笼,持续以西方“自我”意识形态为核心来阐释“他者”的中国,而不能创造自己更加明晰、公正和体系化的话语方式,那么将注定堕入被动的话语局面。

二、话语构建“现实”的权力——“主题迁移”理论的基础

本文所提出的“主题迁移”理论,从根本上讲是源于话语构建现实的能力。现实是毋庸置疑的,是最根本的“社会真实”。在文化研究视角看来,意义被话语构建,最终却超越话语,形成对话语的压制,成为“自然真实”。于是,衡量主流话语力量的根本就在于看其构建的现实是否拥有不可置疑的力量。“主题迁移”理论之所以能够成立,即我们所说的原本属于某一特定文化语境或主题的文本虽然发生了非线性的意义转化,嵌入新的文化语境,但其所生成的新的文化认同与价值共鸣同样符合我们对其“现实般理解”的期待。从这个意义上讲,厘清话语对现实的构建,以及由谁来构建的问题是“主题迁移”理论得以成立的基础。

如同上文所提到的,文化是维系一个社会存在的核心,而传播是文化的存在与传承载体。如果我们考察刘海龙在对传播这一领域进行的话语式分析,就会发现其阐述的有关传播的共享和互动话语,正是立足于传播的文化理论视角:“传播就是仪式,是一种对主体的召唤……是对现实的再现与建构。”^[13]这种观点旨在明确传播并非仅仅为了获取某种信息,更重要的是我们通过传播与他人建立了内在的联系,获得了对现实共同的理解。

文化理论视域下的传播与经验主义传播理论的区别集中体现在传媒对公众的影响方面。从以耳熟能详的“魔弹论”为代表的大众社会理论开始,到有限效果论的提出,再到诸如“使用与满足”“议程设置”等中层理论的建立,媒介内容的影响或强或弱,往往都受限于某种单向度的视角。也就是说,经典大众传播理论始终将传播的发生和达成归因于传者与受者之间所发生的“信息的物质性传递”。而符号学派则将传播看成是意义的生产与交换。它关心“讯息如何与人发生互动从而产生意义,以及文本在

我们文化中的作用”^[14]。而文化研究与符号理论一脉相承,强调受众与媒介之间的对话——某种真正的协商。其重要特征是含义和效果产生于受众和媒介之间的文化交互作用。

在中国话语的国际传播方面,自然也遵循着相同的理论规律。有所不同的是,群体或社会总体扩大至全球范围,导致复杂性增强。利益群体的社会识别点不是简单的“东—西方”,中心与边缘的分野逐渐模糊,呈现出一种全球性的多样化。在这样的背景下,摆脱“他者”身份,构建基于“自我”的话语和叙事体系便显得愈发重要。

(一) 构建现实的权力

文化视角下的传播聚焦于共享机制,共享的前提则是对现实的表述取得一致性的认同。所以,在讨论话语为何成为权力关系运作的产物之前,必须了解话语是如何通过构建一个毋庸置疑的现实而实现其权力宰制的。根据奥沙利文等人的观点,“现实是话语的产物”^[15]。结构主义并不否认现实的存在,他们只是反对那种对其抱持自然性的观点。因为话语才是理解现实的工具,反过来,理解是话语的产物。正如费斯克所说:“话语总是产生于社会(或政治)识别点,把聚集在那个点周围的群体对真实的感受变成普通常识,从而为那些群体的利益服务。”^{[16]41}

更重要的是,这个被塑造的现实是牢不可摧的。因为现实是一种表述,且用于表述现实的话语是一个多层次、相互勾连和交织的网络,而不是一维的。即是说,对话语的考察不能只看政治、经济、文化、社会乃至阶级等某一领域或某一层面的(职业)话语,而应该考虑这些不同领域之间,是怎么通过话语——这种对现实的表述——把社会化的意义以相互支撑的、框架的、全面化的方式构建为自然的现实,从而使构建的意义占据毋庸置疑的地位。所以,从这个角度而言,话语权的核心在于对意义构建的自然化。也就是那种把社会性的意义转化为常识的力量——客观自然是不受质疑的。

(二) 社会(政治)识别点

提及国际话语传播时,我们有必要强调的一个主要前提是“国家实力”。话语凸显的是权力关系而不是文本的信息自身。所以,话语权的本质是深深镶嵌在语言的社会性之中的权力结构。这就要求话语权的主体首先应在现实权力上占据优势。正如霍尔或费斯克等文化研究领域的学者所总结的那样:“话语力量是把以阶级为基础对现实的认识变为常

识的力量。具有这种力量的群体就是那些行使经济力量的群体。”^{[16]42}

从实践上看,这个论述与西方或资产阶级的“自我”塑造过程是一致的。长期以来,西方之所以拥有宰制性的话语,并可以肆无忌惮地应用其一整套话语体系对有别于西方的“他者”进行评价,正是建基于资产阶级工业革命后生产力的大幅提升。但是,按照购买力平价(Purchasing Power Parity, PPP)衡量,中国已于2014年超越美国成为全球最大经济体。而习近平主席于2013年提出的“构建人类命运共同体”概念则是在中国经济、军事实力得到极大提升背景下产生的、具有世界意义的全球治理话语。总之,我国经过长期的发展,在政治、经济领域取得长足进步,形成塑造国际话语权的根本基础,进而产生讨论与之相匹配的话语权及其传播力问题的契机。这既是必须,也是必然。

三、文本的意义协商——“主题迁移”理论框架及作用机制

社会意识形态正如其根本意涵,具有复杂性。这意味着对媒介文本的解读不可能总是被控制在主流意识形态框架内。存在于社会之中的各种团体彼此异质,抱持着或许截然不同的意识形态框架,践行不同的意识形态实践。然而,在全球范围内,话语想要得到成功的国际传播,往往需要获得一致性赞同。这种情况看似存在矛盾,然而却有可能在某种条件下,依托文化传播与共享的内在引力,通过文本读者的自主解读找到新的意义落脚点,以符合自身的解读需求。

我们在上文论述过,话语总是在构建现实中起到重要作用,且它蕴含着作为社会识别点的宰制性。“主题迁移”理论是指在跨文化传播过程中,原本属于某一特定文化语境或主题的文本,在被不同文化背景的受众接受时,其核心议题或文化主题发生非线性的意义转化,从而嵌入新的文化语境,生成新的解读。这种解读有机会产生文化认同与价值共鸣的现象,也就是霍尔提及的“赞同”^[17]。显然,这个现象基于不同文化群体对既定文本意义解读的异质化。据此,“主题迁移理论”构建于以下三个核心维度之上:文本的多义性、文化动力机制以及文本意义解读的协商与赞同。其作用机制便同样内嵌于这三个理论框架之中,彰显出文化符号的迁移及文化认同的再定位,并参与全球议题的再框架化。

(一) 文本的多义性

早期由电影文本研究发展而来的媒介理论认

为,文本总是为我们准备了一个所谓的“优势”地位,读者只要从这个角度出发去理解文本内容,便可以得出高度契合文本意识形态的立场。^[18]这样的理论根本问题在于将读者和作者置于高度同质化的圈层——一个在现实中不可能存在的情况。换句话说,这样的文本理论本质上和早期的线性模式没有区别。他们都假定了文本构建的意义或意识形态可以毫无阻碍地由信息发送者传递给接收者。

我们已经在上文论述,传播的文化视角坚持认为传播的发生有赖于理解——即意义的共享。而共享和理解的发生,则有赖于信息交流双方的协商,尤其是读者业已存在的意识形态框架。借用费斯克对现实主义文本的表述,“读者头脑中的矛盾是激进主义的先决条件,不可能产生于激进主义的形式”^{[16]34},我们自然可以说,读者脑中的意识形态框架是文本解读的先决条件,这一框架不可能来自文本叙事所预设的意识形态框架。所以,构建现实的文本虽然努力掩盖其表述的文化痕迹而使其自然化,但这种构建必须契合读者社会认知的意识形态框架。这就是为什么当我们把视角放在话语的国际传播层面,尤其面对经济、文化、社会都迥然异质化的西方时,就需要依靠文化作为传播的突破口。因为从文化层面的理解看来,在工业化的今天,面对中国这个“他者”文化所构建的意义,西方缺乏对其产生重新理解(相对于近200年来的古典解读而言,那种资产阶级的蒙昧化符号认知)的话语。也正因如此,反而迫使其依靠某种谨慎或冷静的再审视过程来实现跨文化的赞同。在这个过程中,唯一可能产生的风险在于结构主义所提出的“文明与野蛮”“文化与自然”的二元意义构建。而消解这样的理解方式就是将这样的异域文化镶嵌在另一个文本主题之中。

早期学者在对流行文本的关注和对“生产者式文本”的研究中就提出过类似的观点。从主体理论出发,读者在成为文本主体之前首先是社会主体。社会主体是有历史的,存在于特定的社会结构之中,故而呈现出不同类别主体性的交织状态。社会成员复杂的主体性话语总是共存于自身之中。我们的主体性是社会关系的产物,文本和主体性都是话语结构,都具有类似的相互冲突或者相互矛盾的话语。正是由于这些矛盾,才产生了文本的多义性以及解读的多种可能性。从这个角度而言,文本既不能,也不应该试图封闭意义,因为群体和个人都是异质的。相反,文本应该尽可能地开放解读,“依赖受众早已掌握的话语技能,要求他们以对自己有利的、有产出

的方式来使用它”^{[16]94},使文本流行开来。可以说,文本的多义性概念为文本解读的主题迁移提供了理论基础。

(二) 中国话语的文化动力

自西方话语依靠一套所谓“普世价值”包装起来的意识形态实践取得长期宰制以来,本质上,中国话语的突破需要将中国五千余年积淀的厚重历史、哲学及价值观深深嵌入话语之中。在西方话语 200 年来的不断自我构建背景下,中国话语想要在国际上成为获得普遍赞同的、具有宰制性的新兴主流话语体系,仅在政治及国家治理等话语领域展开尝试是不够的。既然解读是多样的,读者是积极的,那么文本也应该是“被激活”的。而文化则是不间断的历史进程中稳定且多样的意识形态沉淀,故具有深刻而丰富的意识形态代表性。其次,中国文化源远流长,其厚重沉淀凝聚了人类智慧,在价值层面必然具有普适性。

具体而言,一方面在我国国际传播能力建设的过程中,依托中华优秀传统文化的意义构建,可以系统化体现中国话语表述的统一价值内涵,帮助国际社会更好地产生理解和赞同,深化文明交流互鉴,促进中国话语由东方主义的“他者”向具有普适性、解释力、主流化的“自我”构建深入发展。另一方面,相较于政治的职业话语,“文化切口”显然较为容易被理解,因为文化话语所建构的“现实”更加容易掩盖其意义的社会来源,从而更好地被自然化。

在治国理政层面,习近平总书记以“治国常有,而利民为本”“大道之行也,天下为公”“国虽大,好战必亡”等中华经典治世名言从多个侧面展示中国的治国哲学,构建具有丰富内涵的中国话语。更重要的是,国际社会以此为基础才能顺利地从中读懂“共商共建共享”全球治理观。而当这样的理解被国际社会积累起来,对中国话语有关方面的表述形成系统化、框架性的理解之时,中国的话语权力就会最终得以落地。简言之,中国文化具备跨文化普适性,其哲学深度与伦理厚度为文本提供了可被迁移的文化能量。

(三) 主流解读与反解读的张力

必须要指出的是,虽然坚守中华文化立场,提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓,是构建中国话语和中国叙事体系的核心,但也应该时刻考虑其国际传播的效果,即我们反复强调的文化符号的共享。中国文化及其透射的中国哲学对于西方社会而

言相对陌生。当我们厘清国际话语权建设突破口之后,就应该转向探索什么样的模式最有效。

首先,媒体融合时代,能引起社会广泛讨论的热点议题总是具有强大符号潜能。由于议题自身的话语环境及话语的社会性需求之间存在矛盾,故议题能够引起社会广泛讨论的前提总是在话题的意义内核上存在符号潜力。这种符号潜力源自文本读者内在矛盾的主体性。正如霍尔的观点那样:“构成我们主体性的特定意识形态和话语之间是矛盾的,这就要求我们把主体性看作斗争的场地,而不是意识形态相互妥协、统一的场地。”^[17]而主题迁移之所以发生,就是因为即使一个文本的叙事可能属于较为明确的某一主题,但这并不意味着它就具有较为单一的意义。某个被看成具有多重潜在意义的文本很有可能会在另一种非主流解读中得到同样积极的意义。从这个角度出发去分析热点议题,可以拨开云雾看到议题自身的发展潜能,故而助力议程设置实现最初的准确定位,起到良好传播的效果。

进一步说,符号化毋庸置疑是意指的结果,但我们需要强调的是,有关文本能够产生符合主流意识形态解读的符号化过程,其成败的关键不仅仅是能否找到一个依附其中的意义,更重要的是,这个意义需要满足一些构成的要求。比如,它必须符合社会主流意识形态,它必须是社会需要的,它能够引起社会共鸣。这不仅是媒体有关主流意义构建的出发点,也是媒体融合时代主流媒体抢占舆论制高点的根本方式。自马克思以降,葛兰西、霍尔等批判学者极其注重作者文本意义构建与读者社会阐释的碰撞。“意识形态领导权”或“赞同”乃是对文本产生共鸣的原始动因。应该强调的是,这个过程始终是主动的,正如先前提到过的,巴尔特所提出的“生产者式文本”昭示其意义构建不仅仅依赖于文本中的作者意图,更来自读者与作者有关意义的协商。

(四) “主题迁移”的作用机制

正如上文所述,社会意识形态具有复杂性。话语在全球范围内想要得到成功的国际传播,某种条件下,需要依托文化传播与共享的内在引力,通过文本读者的自主解读找到新的意义落脚点,以符合自身的解读需求,从而达到普遍赞同的结果。基于此,文章认为“主题迁移”的作用机制有三:一是文本是可被“激活”的;二是文本的解读可被在文化层面上“再定位”;三是全球性议题可被成功嵌入,并“再框架化”。

第一,文本激活机制要求文本必须具备多义性与足够丰富的象征密度,以此体现文化符号的“可迁

移性”。同时,文化符号(如“天下”“大同”“悟空”等)需具备跨文化隐喻潜力,能在不同语境中被重新语境化。作为现象级游戏大作《黑神话:悟空》,在其自身话语环境中首先是一款游戏。从这个视角出发,作为功能性文本,它的作品可玩性、操作专业性等判断构成对其评价的全部指标。即“游戏”这个专业化的领域是文本的直接意指。然而,正如我们所说,当它成为广泛社会议题时,意味着在“游戏”这个已被意指化完成的符号之外必然产生了更深刻的意识形态意涵,在更广阔的社会层面形成新的符号。游戏中孙悟空IP的借用及其对中国传统文化、哲学等的符号化表征,是相关社会热点议题转化的最终落脚点。

相对而言,社会并不一定理解其自身话语环境的意涵(即从游戏的专业角度出发进行的评价),但会被其主题所透射出的文化深度所吸引。徐敬宏等认为,最终外国玩家普遍将其“看作一个跨文化体验平台……打破了文化的边界,引导外国玩家在对游戏情节的‘遍历’实践中感受中国文化的艺术风格和哲学思想”^[19]。作品的英雄叙事融入了中国传统文化中对自由、反叛和自我成长的深刻思考,提供了一个比较中西方英雄观和价值观的文化契机。

我们必须强调,游戏文本向深层文化意蕴延伸的“主题迁移”永远不是理所当然的。在对《黑神话:悟空》的众多研究中,普遍发现其先依靠游戏本身吸引玩家,文化内涵再顺势渗透至社会圈层的传播规律。正如曹书乐等总结出游戏领域“文化走出去”的底层逻辑:“玩法为器,文化为魂,器魂融合,共同驱动。”^[20]在这里,“器”向“魂”的转化彰显了笔者所论述的文本主题迁移过程。这种主题迁移了的文本所产生的全球性中国文化意指,是那种直接给出的相关文本所不能企及的,正如很多游戏玩家是因为游戏才关注并接触《西游记》这个中国古典文学的巅峰之作。^[21-23]

第二,有效的传播从来不是单向度的,也不应该如此。于是,受众协商机制被视为一种文化认同的“再定位”。受众基于自身文化经验对文本进行“非主流解读”,从而剥离原主题,植入新主题。如上例所说,外国玩家将《黑神话:悟空》视为“跨文化体验平台”而非“中国神话改编游戏”,从而将“英雄成长”主题迁移为“自我认同”主题。^[24-26]而后者显然具有价值上的普适性。

第三,从我国国际话语体系建设及国际话语权提升层面看来,语境嵌入机制可以帮助我国在全球议题上进行话语性的“再框架化”,以提升传播效果。

迁移后的主题嵌入全球主流议题从而获得国际舆论场的合法性。当现实被作为文本看待之时,意义构建就不再局限于媒介文本了。故而,彰显全球议题的论述、事件、行动都是话语构建的对象,一切社会实践都可以以文本的视角来考察。自然,其主题的主流解读亦会随主题本身发生迁移。

于2024年11月在珠海国际航展中心举行的第十五届中国国际航空航天博览会(简称“珠海航展”),被视为中国尖端军事科技的一次集中爆发。其同样存在一个自身话语环境:科学的发展和先进技术的实践。但是其所彰显的强大社会文化影响力是综合国力的提升、民族自豪感和凝聚力的增强、国际交流与合作的促进、文化交流与融合的助力。从文化视角进一步解释,这一事件是一个客观现实,而对其的描述却是话语的。自此“珠海航展”变成了文本叙事。当它的意义由军事技术成果的展示向社会延伸,就自然被赋予了“大国崛起”的内涵,自此完成了主题迁移。同时,中国“大国崛起”叙事通过科技成就展示(如航天进步、AI发展等)被迁移为“全球治理参与者”形象,从而脱离老生常谈的“威胁论”框架。^[27-28]

四、结论

本文集中论述了利用文化文本所产生的意义传播如何通过基于符号构建的主题迁移,助力提升我国国际话语权及其具体的理论路径。这种理论尝试基于文化研究的视角,从文本的意义生成方式和读者复杂的主体性角度出发,探索我国国际话语权建设。必须要指出的是,就像我们在开篇中提到的那样,依托中华文化提升中国话语权的实践早就在进行,并给出了明确的答案。本文是在上述理论和实践的支撑下,详细探究其理论逻辑及实现方式。我们通过传播批判范式的理论来说明对中华文化及其蕴含的丰富哲理和世界观的广泛传播,应更多地借助能够实现主题迁移的文本。

文化文本的国际传播较容易,但对全球治理不产生直接的效果;而政治及国家治理方面的话语传播在当今西方话语宰制的背景下必然存在较大的阻力,但那才是话语斗争的主要阵地。议题迁移可以看作是一种结合,而对它的理论论证则说明其具有可行性。

我国通过改革开放40余年的发展,已经拥有了作为国际社会(政治)识别点的身份。在话语层面来说,具备了塑造国际现实的能力。当务之急就是在国际范围内介绍中国观点、阐明中国理念、提供中国

方法,并贡献更多的中国式全球治理产品。整个过程的核心就是有效传播,而有效传播的核心就是传播文化视角所坚持的“理解”和“共享”。议程设置的能力绝不是指直接摆出自己想要的话题、罗列自己抱有的观点的能力,那仅仅是传播渠道建设能力的体现。相对而言,议程设置更多也更重要的是由拥有议程诉求的“对方”所决定的。而主体理论明确提出,社会中的个体自身并不是铁板一块,每个人都是由各种不同的复杂主体性话语所构成。在话语层面,主体理论坚决否认那种个体理论所认为的结论,即我们不变自我随时间推进把我们的体验和历史统一成一致的一元化结果。这也是为什么在二十世纪末美国诸多文化学者关注于流行文本是如何在复杂的社会意识形态环境中长盛不衰的。而议题迁移,对这种现象给出了较好的且更为具体化的理论解释。

参考文献

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[EB/OL]. (2022-10-16) [2025-07-01]. https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.
- [2] 新华社. 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定[EB/OL]. (2024-07-18) [2025-07-01]. https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963770.htm.
- [3] 樊洋,王玲玲. 中国式现代化国际话语传播现状与实践路径[J]. 西南林业大学学报(社会科学), 2025, 9(1): 1-9.
- [4] 杨宇,胡江南. 论“第二个结合”内蕴的国际传播价值[J]. 新闻爱好者, 2024(12): 51-54.
- [5] 于梦杰,方兰欣. 国际话语权视域下中国式现代化的国际传播研究[J]. 甘肃政协, 2024(6): 28-32.
- [6] 陈梦婕. 国际传播作品如何提升亲和力与接受度[J]. 中国报业, 2025(1): 140-141.
- [7] 王晓晖,张凯滨. “明亮的对话”:文明互鉴视角下的国际传播话语突围[J]. 当代传播, 2025(1): 73-77.
- [8] 于涌泉. 话语体系的权力建构与国际传播——以中国式现代化的叙事逻辑为例[J]. 思想理论战线, 2024, 3(5): 10-18.
- [9] 刘从德,李晶洁. 新的叙事与全球治理意蕴:中国国际“塑造力”提升的内在逻辑[J]. 社会主义研究, 2024(6): 154-162.
- [10] 刘小燕,赵蕊源,李静. 中国共产党对外传播话语体系:内涵、形态与构建思路[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2022, 53(6): 5-14.
- [11] 刘仲翔. 媒体传播与话语体系建设[J]. 国家行政学院学报, 2017(1): 37-40.
- [12] 刘旸,段玉,曹朋朋,等. 共享和互动:网络圈群背景下网络舆论的群体极化传播现象研究[J]. 西部广播电视, 2024, 45(5): 84-88.
- [13] 刘海龙. 大众传播理论:范式与流派[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2008: 27.
- [14] 约翰·费斯克. 传播研究导论:过程与符号(第二版)[M]. 许静,译. 北京:北京大学出版社, 2008: 2.
- [15] O'SULLIVAN T, HARTLEY J, SAUDERS D, et al. Key concepts in communication and cultural studies (2nd edition)[M]. London: Routledge, 1994: 274.
- [16] FISKE J. Television culture[M]. London: Routledge, 1997.
- [17] HALL S. The narrative construction of reality: An interview with Stuart Hall. -Reprinted from a transcript of an interview by John O'Hara on the ABC programme 'Double Take', 5 May 1983[J]. Southern Review(Adelaide), 1984, 17(1): 3-17.
- [18] MACCABE C. Realism and cinema: Notes on brechtian theses[C]//BENNETT T, BOYD-BOWMAN S, MERCER C, WOLLACOTT J. Popular Television and Film. London: British Film Institute/Open University, 1981: 216.
- [19] 徐敬宏,袁宇航. 数字游戏如何讲好中国故事:《黑神话:悟空》的跨文化传播路径分析[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2024, 45(12): 130-137.
- [20] 曹书乐,石闵龙,何威. 玩法为器,文化为魂:《黑神话:悟空》的国际传播与游戏推动文化走出去的创新机制[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2024(6): 119-131.
- [21] 李丹瑶,林升栋. 游戏传播的跨文化论证与多重文化互适——基于《黑神话:悟空》玩家评论的视角[J]. 对外传播, 2026(1): 63-67.
- [22] 袁超冉. 从文本盗猎到文明对话:数字游戏中的中国神话传播研究——基于《黑神话:悟空》的“出海—回流”机制[J]. 视听, 2026(2): 17-20.
- [23] 郑丽香,孙晓雅. 融合主题与情感特征的热门游戏网络舆情演化研究——以《黑神话:悟空》为例[J]. 情报探索, 2026(1): 9-16.
- [24] 王仕娇,邵杨芳. 基于 LDA 与 MDA 框架的游戏玩家评论主题挖掘——以《黑神话:悟空》为例的多维度发展启示[J]. 情报探索, 2025(12): 82-89.
- [25] 李蕾. 数字游戏赋能中华优秀传统文化“双创”的创新路径探索——以《黑神话:悟空》为例[J]. 文化创新比较研究, 2025, 9(35): 177-180.
- [26] 唐诗婕. 文化主体性叙事助力中华优秀传统文化走出去的创新策略——基于《黑神话:悟空》和《哪吒之魔童闹海》的传播实践[J]. 中共乐山市委党校学报, 2025, 27(6): 99-109.
- [27] 田梦妮. 德国马歇尔基金会涉“中国崛起”的形象建构——基于语料库的批评话语分析[J/OL]. 智库理论与实践, 1-21 [2026-02-14]. <https://doi.org/10.19318/j.cnki.issn.2096-1634.20250606.0014>.
- [28] 朱斌,张添. 中国践行全球治理倡议的角色和路径——从辨析大国关系“陷阱”话术的悖论说起[J]. 东南亚研究, 2025(6): 74-90.

[责任编辑 李瑞萍]

From Symbol to Identity: The Generative Logic of China's International Discourse Power and the Mechanism of "Theme Transfer"

LIU Yang

(School of Integrated Media, Sichuan University of Media and Communications, Chengdu, Sichuan 611745, China)

Abstract: This article explores how to enhance China's international discourse power through cultural symbols and proposes the theory of theme transfer to address the biases in communication effects arising from the linear perspective of communication prevalent in academia. Grounded in the foundational theory of realistic discourse construction, the article employs a theoretical framework that incorporates textual polysemy, cultural dynamics, and the tension among diverse interpretations. It addresses the question of "how to achieve greater consensus for China's discourse in the field of international communication" by proposing a logic for constructing cultural communication symbols, focusing on the process of textual meaning generation, and analyzing the role of cultural symbols in international communication as well as the pathways of meaning transfer, thereby constructing the theory of theme transfer. The article also elaborates on the phenomenon where texts originally embedded in a specific cultural context or theme undergo a nonlinear transformation of meaning when received by audiences from different cultural backgrounds. In this vein, this process allows the texts to integrate into new cultural contexts, thus generating new cultural identities and value resonances. Besides, the article elucidates the theoretical logic and mechanisms of theme transfer, highlighting how it facilitates the extension of meaning and the sublimation of value for China's cultural symbols in the international arena. Ultimately, it provides theoretical and practical pathways for constructing China's discourse system.

Key Words: symbol construction; international discourse power; generation logic; theme transfer