

“5W”传播模式下泸州文化在东南亚地区对外传播的路径探索

付桢¹ 王磊²

(1. 西南医科大学外国语学院, 四川 泸州 646000;

2. 西南医科大学附属中医医院, 四川 泸州 646000)

【摘要】泸州文化资源丰富,但由于以前传播意识薄弱,忽视受众需求,致使泸州文化传播效果受限。但讲好中国故事,传播好中国声音,以及传播泸州文化是客观存在的发展趋势,是未来文化发展的常态。因此,通过梳理泸州文化对外传播现状和存在的问题,依据5W传播模式提出泸州文化对外传播建议,即新增大学生为主体的多元化传播主体;利用受众分析,增强传播主体与受众的互动;优化传播内容,实现交流互鉴,增强泸州文化接纳度;利用新媒体即时、互动、便利等优势,丰富传播渠道,关注受众反馈,提高传播效果,最终实现用海外读者乐于接受的方式、易于理解的方式传播泸州文化。

【关键词】泸州文化; 对外传播; 受众分析; 5W传播模式

泸州又名“酒城”,泸州的酒文化历史悠久。泸州也是江城,泸州长江文化底蕴深厚,极具特色。泸州也是经历战争的城市,比较著名的战争有纳溪区的护国战争、古蔺县的四渡赤水之战等。因此泸州文化资源丰富,包括泸州的长江文化、红色文化、酒文化、古建筑、城市文化、非物质文化遗产等。目前对于泸州文化的研究主要分为以下几类。第一类以文化保护和传承为核心。中共四川省委党史研究室宣教文献处干部王强在泸州市四渡赤水红色文化资源保护利用对策研究文中指出“建立完善红色文化资源保护的跨部门管理机制,逐步建立和完善四渡赤水红色文化资源保护管理体系”。第二类将文化与旅游业结合,助推泸州经济的发展。孙丹凌,郑川提出“作为中国优秀旅游城市,泸州应最大限度地发挥其红色资源优势,以红色文化旅游为核心竞争力之一,讲好红色文化故事。”第三类将泸州文化与课程思政结合。曾炬认为“泸州各高校学生对红色文化有了一定程度的认识和了解”,他建议把泸州红色文化融入高校思政课教学,构建“四维一体”的精准教学模式。第四类以传播方式为主,主要探讨泸州城市文化对内传播的路径探索。任宝锴提出“应该借助传统媒体与新媒体融合,研究提升泸州城市文化传播力的方式。”

一、泸州文化对外传播现状分析

虽然泸州文化资源丰富,但目前对泸州文化的传播研究主要以国内传播为主,对外传播较少,唐莉蓉

指出应该“以窖池文化为核心向来华留学生讲好中国故事,以窖池文化为新的切入点,为中国酒文化对外传播提供新思路,培养来华留学生对中国的文化认同。”由此可知,虽然各界学者努力发扬、传承泸州特色文化,但是泸州文化对外传播仍有很大的缺口,如何让泸州文化走出去,推动国际对泸州文化的认同,理解和定位泸州文化,把握泸州人民精神品质是目前的一个重要课题。

二、泸州文化对外传播过程中存在的不足

(一) 传播主体单一

泸州致力于推动更多“泸州牌”走向世界,泸州市委、市政府将城市品牌建设与传播工作上升到提升新时代区域中心城市能级和核心竞争力的战略高度。近年来,泸州市委、市政府设立城市品牌建设与传播科、城市品牌建设与传播中心,成立工作领导小组,完善工作机制,持续推进地理标志产品保护和推广。但是以政府为主体的宣传模式有时会过于正式、传统,不能较好地推动泸州文化多元化推广。

(二) 对传播对象了解不足

2021年5月31日,习近平总书记在主持中共中央政治局第三十次集体学习时指出,“要采用贴近不同区域、不同国家、不同群体受众的精准传播方式,推进中国故事和中国声音的全球化表达、区域化表达、分众化表达,增强国际传播的亲力和实效性。”但是,泸州在对外传播前,并未对海外读者做深入调

查,缺乏对传播对象偏好和预期的分析,因而传播效果因呈现形式未达读者预期而大打折扣。

(三) 传播方式、传播内容简单

惠东坡指出“对外传播是跨国、跨文化、跨语言的传播。从传播主体、传播环境、传播载体、传播特点等方面来看,对外传播是一个具有间性特征的概念,是一种以空间、利益、文化、心理、认知等为中心的圈层扩散式信息传播活动。”目前,官媒传播方式以新闻、视频为主,传播内容呈现形式单一,以单向输出为主,缺乏趣味性,以致多数读者、观众对泸州文化内容并不完全理解,制约了泸州文化对外传播效果的发挥。

三、泸州文化在 5W 模式下对外传播的新路径及策略

习近平总书记曾说过“用海外读者乐于接受的方式、易于理解的语言,讲述好中国故事,传播好中国声音,努力成为增信释疑、凝心聚力的桥梁纽带。”要会讲故事,需要针对读者分众化、差异化态势,精准把握受众需求,把我们“想讲”和他们“想听”结合起来,把“陈情”和“说理”结合起来,把“自己讲”和“别人讲”结合起来,使故事更多为国际社会和海外受众认同。因此,本文着力从“5W”传播模式,从宣传主体、宣传受众、宣传方式、宣传内容、宣传效果五个方面分析泸州文化在东南亚传播的新路径及策略,明确传播主体、科学分众传播、采用全媒体多样化途径、明确内容主线及核心理念、加强效果评估指标体系建设五个方面提出泸州文化在东南亚传播的优化路径。

(一) 拓展传播主体,提升传播质量

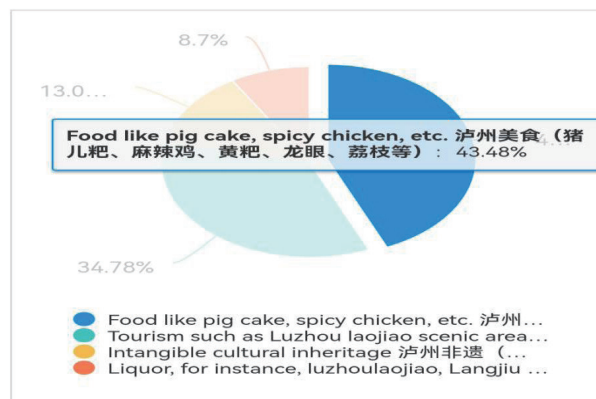
要展现出中国可信、可爱、可敬的形象,泸州文化的国际对外传播不仅要依靠国家、政府,还应该依靠高校大学生。张春英认为“大学生的叙事话语、方式和角度可以把地域文化故事具体化、形象化、生动化,不仅可以丰富主流叙事,而且可以联结对外传播与具体的生活场景、历史故事,形成显性或隐性的链接。”因此,讲好中国故事、传播好泸州文化是泸州大学生肩负的重要使命。当代大学生也具备讲好中国故事,传递泸州文化的能力。

根据我校大学生对于传播泸州文化传播能力分析,提出以下几点建议。首先,大学生应该深刻把握

泸州文化内核,再用世界发展的眼光来看待地域文化,深入挖掘文化中具有当代价值的部分,赋予文化创新性的诠释模式。其次,要培养学生用英语讲好泸州故事的能力,克服自身不足,提高学生的公共外交和跨文化交际能力,以服务泸州的文化建设、为中国文化走出去。最后,鼓励学生转换身份,从学习者变成传播主人,用同龄人的感知、理解和接受,积极参与、制作宣传内容,创造性呈现泸州文化的历史人物和故事等,使“可信、可爱、可敬的中国形象”深入人心。

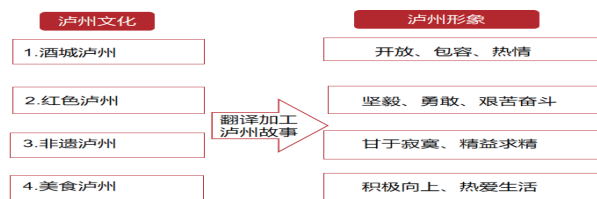
(二) 根据受众喜好,确定传播内容

第二个“W”是 what,也就是传播什么。徐稳曾提出“中国对外传播“自塑”内容缺少针对性,偶尔忽视外国受众的兴趣爱好和价值取向,主观色彩和说教味浓厚且吸引力较差。”因此,讲述什么样的泸州故事才能传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象是核心。新修辞学理论强调修辞是在“论辩”的过程中,与“受众”相互理解、共享和双向交际,从而解决分歧,促进理解。所以第一步就必须了解受众本身,了解东南亚受众的兴趣爱好和价值取向,避免从主观意识出发,一味说教。以我校留学生为例,根据问卷调查,了解他们对于泸州文化的喜好程度,从而确定传播的内容,做到因地制宜。



具体实施建议如下图所示,推进泸州故事和的区域化表达,仔细分析故事背后的泸州、把握其精神品质、树立泸州、中国形象。同时在传播时,要尊重,理解目的语受众习惯的表达方式来讲述泸州文化,对于术语的翻译需要结合文化差异,解析国内读者熟悉而译文受众不了解的知识,增加一些源文本所没有的信息或知识,努力实现资料翻译准确,生动,做到用

易于理解的语言让东南亚人民了解泸州故事，了解生动、立体的泸州人民，理解中国人的精神、品质。



（三）丰富传播方式，多渠道传播泸州文化

习近平总书记对促进对外文化交流提出了一系列重要论述，增进文化互信、增强文明互鉴、促进世界文化多样性发展指明方向，是习近平外交思想的重要组成部分。秦亚青认为“建构主义认为国家形象在主体间相互形塑，不是主体与客体的二元对立关系，而是主体间的互动关系。”因此，文化传播要注意到不是单向输出，而是双向的、积极地交流。媒体时代的到来，拉近了传播者与受众的距离，实现了传播者与受众之间及时、准确的互动。所以，泸州文化的对外传播可以借助多种新媒体技术，鼓励和发动地方媒体、自媒体、传播个体等行动起来，构成多层次、多角度、多主体的国际传播格局。

首先，应设立泸州特色文化的网站，抖音官方账号等，提供多语服务。构建官方主导的对外传播体系，做好文化外宣工作。其次，利用 Twitter、Youtube 等社交媒体平台，鼓励民众、大学生等多渠道地传播泸州文化。最后，鼓励海外网友在观看平台推送内容时主动参与内容创作，鼓励评论、留言等行为，增强传播主体与受众之间的互动。并针对性地对留言进行分析，从而更加了解受众需求，提供相适应的内容、故事等激发东南亚群众的好奇心，产生情感共鸣，促进文化的融合与传播。

四、结语

习近平总书记指出要用海外读者乐于接受的方式、易于理解的语言，讲述好中国故事，传播好中国声音。本文尝试从 5W 模式探讨让东南亚受众乐意接受泸州文化的方式使受众容易理解、认同泸州文化。首先，我们处在一个不断变化的时代，受众的选择和需求也不断变化，因此对受众的了解要随时调整。然后再有针对性地确定传播内容，选择受众感兴趣的传播故事，开展传播活动。最后，社交媒体以其即时、

互动、多媒体、海量信息等特性促进了信息的互联互通。通过不多的传播主体和传播方式，为受众提供切实有效的服务，展现泸州特色形象，体现开放、包容、友善、坚强的中国精神，大众乐于接受的方式、易于理解的语言推动泸州文化故事走出去。

参考文献：

- [1] 孙丹凌, 郑川. 泸州红色文化旅游助推乡村振兴及其实现途径 [J]. 新西部, 2023(8):161-164.
- [2] 曾炬. 泸州红色文化与高校思政课教学精准对接路径选择 [J]. 中国科技经济新闻数据库教育, 2022(6):0115-0118.
- [3] 哈罗德·拉斯韦尔. 社会传播的结构与功能 [M]. 何道宽, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2012.
- [4] 王强. 泸州市四渡赤水红色文化资源保护利用对策研究 [J]. 巴蜀史志, 2022(5):268-275.
- [5] 任宝锴. 全媒体时代提升泸州城市文化传播力策略研究 [J]. 互联网周刊, 2022(17):35-37.
- [6] 唐莉蓉, 邓岳. 基于来华留学生的中华文化对外传播策略研究——以泸州老窖窖池文化为例 [J]. 酿酒, 2022, 49(4):28-31.
- [7] 徐稳. 全球化背景下当代中国文化传播的困境与出路 [J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2013(4):96-103.
- [8] 惠东坡. 对外传播体系建构的新向度及其实践意义——基于媒介话语间性的审视 [J]. 现代传播: 中国传媒大学学报, 2023, 45(5):60-65.
- [9] 秦亚青. 《建构主义: 思想渊源、理论流派与学术理念》[J]. 国际政治研究, 2006(3):1-23.
- [10] 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——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告 [J]. 前线, 2022(11):4-28.

基金项目：2023 年西南医科大学社科联立项课题“5W 传播模式下泸州文化在东南亚传播的现实困境和优化路径”（项目编号：SKLYB02）。

作者简介：付桢（1993—）女，四川泸州人，研究方向：英美文学，新闻传播学。