近十年对外传播中的乡土中国形象塑造研究 —— 以中外合拍纪录片为例

近十年对外传播中的乡土中国形象塑造研究

—— 以中外合拍纪录片为例

○王超群 王珂璐

(湖南科技大学人文学院,湖南湘潭411201)

[摘 要] 乡土中国形象是中国形象的重要组成部分,深刻影响着国际社会对中国的形象感知。中外合拍纪录片是国际社会感知乡土中国形象的重要窗口,也是反映中国乡村数十年发展变迁的影像记录。以近十年来10部优秀中外合拍纪录片作为研究对象,综合运用多模态话语分析、视像符号文化表征分析,以及"展面与刺点"理论等视觉框架理论,探讨中外合拍纪录片是如何进行乡土中国形象塑造与对外传播的,对于塑造中国的国际形象具有重要价值。研究发现,中外合拍纪录片主要呈现了"风景壮丽而多姿""人民勤劳而坚韧""物质生活逐渐富足""民族文化丰富而深厚"等四个维度的乡土中国形象。善用"山""路""房"三大视像符号来反映改革开放、脱贫攻坚以及小康社会建设进程中乡土中国的巨大变化,并善于通过"细节的呈现"和"时间的对比"来激发国际受众的情感认同。

[关键词] 视觉框架; 中外合拍纪录片; 乡土中国; 国家形象; 对外传播

[中图分类号] G206 [文献标识码] A [文章编号] 1002-8129 (2023) 01-0089-08

乡土中国形象作为中国形象的一个重要组成部分,深刻影响着国际社会对中国形象的整体感知。纪录片作为呈现乡土中国形象的重要载体,是受众感知乡土中国形象的重要窗口。研究表明,二十世纪八九十年代的中国乡村纪录片中呈现最多的是"落后贫穷、传统保守"的乡村样貌,新世纪以来,随着乡村青壮劳力投身于城市建设大潮,纪录片又开始展示"现代化发展中失落"的乡土中国形象[1]。随着中国特色社会主义进入新时代,脱贫攻坚和乡村振兴工作开展得如火如荼,中国乡村建设得越来越好。

那么,国际社会对乡土中国的印象是否还停留在以前的刻板印象呢?对外传播的中外合拍纪录片将乡村的文化与精神予以视觉化,向世界展示了当代乡土中国的现实图景。本文以近十年来具有典型代表性的10部优秀中外合拍纪录片为样本(见表1),借助视觉框架理论对其进行深度内容分析,以期挖掘近十年来乡土中国形象对外传播的特点与规律。这对于塑造中国的国际形象具有较为重要的意义。

(表1)

研究样本一览表

片名	主要内容	成就		
《鸟瞰中国》	展现中国震撼壮美的自然奇观、人类遗	2015 年获得纽约国际电视电影节最佳摄		
2015年	迹	影与最佳文化金奖		
《极致中国》	展现雪山、海洋、天坑三个最富中国极	2021 年入选北京市 8K 超高清视频制作		
2018年	致之美和人文特色的山水秘境	专项扶持项目名单		
《中国:变革故	通过 15 个典型人物故事,展示我国改	2019 年入选"壮丽七十年 荧屏庆华诞"		
事》	革开放 40 年来的显著成就	"视听中国全球播映"活动主推片目		
2018年				
《做客中国——遇	精选9个村镇,感受"精准扶贫"下普	2019 年入选"壮丽七十年 荧屏庆华诞"		
见美好生活》	通人民生活的改变	"视听中国全球播映"活动主推片目		
2019年				
《世界上最大的	聚焦各行各业人物故事,反映新中国	荣获第八届优秀国产纪录片创作人才推		
生日庆典》2019年	70年以来的发展变化	优活动"优秀国际传播类"		
《星空瞰华夏》	探寻石峁、金沙和三星堆等失落古城,	2021 年荣获最佳纪实节目奖		
2020年	展示中国悠久历史和博大精深文化			
《火车上的中国》	展示高铁给中国人民带来的生活变化	阐述了新时代中国发展成就和中国发展		
2020年	和对世界的积极贡献	惠及世界的未来蓝图		
《柴米油盐之上》	以鲜活的基层人物故事,展示建党100	2021年获得广电总局2021年度优秀海外		
2021年	年来人民生活的巨变	传播作品;2022年获得第十二届芝加哥		
		独立电影节最佳纪录短片奖		
《勇敢者的征程》	以探险视角再现长征历程,将中国革命	2021年获得最佳国际传播奖; 2022年获		
2021年	历史故事与民族风光、地理人文和生存	得第 43 届美国泰利奖金奖		
	技能有机融合并加以展现			
《行进中的中国》	以鲜活的人物故事,展示脱贫攻坚战过	2022 年荣获芝加哥独立电影节最佳纪录		
2021年	程中的奋斗与中国智慧	短片大奖、美国泰利电视奖电视纪录片、		
		电视新闻专题两项银奖		

一、乡土中国形象的视觉框架类型及其主题呈现

范·列文(Kress&Van Leeuwen)开创的多模态话语分析方法(2001),通过对图像符号的"信息值、显著性、取景以及情态"四大要素进行分析,来展现其"再现意义""互动意义"和"构图意义",旨在揭示新闻体制、文化传统和政治立场等因素影响下的图像符号会建构出不同的话语意义[2]。"信息值"是指

在图像画面中各个元素分别占据不同的位置来实现自己的价值,如画面中心或前景所代表的信息重要程度高,而边缘元素代表的信息值较低;"显著性"则是代表在画面中不同的元素在位置、亮度以及尺寸等方面的差异会引起受众不同程度的视觉关注;"取景"是指通过造成分割线条或实际分割框架的线条割断或连接图像中的元素;"情态"则强调画面表达手段的使用对现实再现的程度,主要囊括画面的色彩[3]。

借用多模态话语分析方法,通过对10部纪录片中最具代表性关键帧图像的"信息值、显著性、取景以及情态"四大要素进行分析,发现乡土中国形象主要通过四大视觉框架类型得以呈现,它们分别是"风景框架""人物框架""物质框架"和"文化框架"四种类型(见表2)。

(表2)

乡土中国形象的视觉框架类型及其要素一览表

(122)	5工作目形象的优先性术关至及关键系					
视觉框架类型	信息值(主题)	显著性(主体行为)	取景(社会距离)	情态(视觉形态)	范例	
风景框架	多以自然风光	人物小、远	远景镜头为主	色彩对比与大小	《鸟瞰中国》	
	为主多全景			对比突出	《极致中国》	
	展示				《星空瞰华夏》	
					《勇敢者的征程》	
人物框架	多反映农村人	以人物神态、动作等	以近景、特写镜头	色彩对比鲜明,	《做客中国遇见美好生活》	
	民面部动态	为特写焦点	为主	突出人物变化	《中国:变革故事》	
	瞬间				《柴米油盐之上》	
					《行进中的中国》	
					《世界上最大的生日庆典》	
物质框架	多反映人民物	人物居于中心,环境	中近景镜头为主	色彩鲜艳,突出	《做客中国遇见美好生活》	
	质生活的	为辅		现代化	《中国:变革故事》	
	现代化				《柴米油盐之上》	
					《世界上最大的生日庆典》	
					《火车上的中国》	
文化框架	多反映少数民	人物、物件居中特写	中近景镜头为主	色彩浓烈,具有	《极致中国》	
	特色服饰、物件			强烈的视觉焦点	《鸟瞰中国》	
	瞬间				《做客中国遇见美好生活》	
					《柴米油盐之上》	
					《行进中的中国》	

通过对四个视觉框架的内容挖掘发现,中外合拍纪录片呈现出来的乡土中国形象大致由四个主题维度构成,具体表现为"风景壮丽而多姿""人民勤劳而坚韧""物质生活逐渐富足""民族文化丰富而深厚"。

(一) "风景"维度的乡土中国形象:壮丽而多姿

从"风景"维度看,中外合拍纪录片中主要呈现出壮丽多姿的乡土中国形象。比如《鸟瞰中国》中的万里长城、悬空寺、乐山大佛、少林寺等景观尽收眼底。《星空瞰华夏》中展现了一望无际的田野、广

阔的内蒙古草原、陕西石峁等都让观众惊叹不已。《勇敢者的征程》中既呈现了长征路上夹金山的陡峭岩壁、山顶积雪,又展示了磅礴的乌江江水、高耸的山崖。《柴米油盐之上》则记录了桐庐县钟山乡子胥村的丘陵风光、山区小溪流山谷的独特美景。

换个视角来看,壮丽而多姿的景色也可以是"丰富而宝贵的自然资源",比如《世界上最大的生日庆典》在开篇展示了辽宁一望无际绿油油的水稻风光、国家风景廊道碱蓬草繁茂生长的"红海滩"奇观。《行进中的中国》记录了甘肃省古浪县蚂蚁森林护林员郭翊以及与他并肩战斗的500位护林员,通过艰苦卓绝的植树治沙行动,将一望无际的黄沙大漠改造成树木成林的绿洲;还记录了云南普洱村民在肥沃的土壤上种植出漫山遍野咖啡树的壮丽景象。

(二)"人物"维度的乡土中国形象:勤劳而坚韧

近10年的中外合拍纪录片中,涉及到的乡村人物类型多样,大致可划分为四类。

第一类是一心为民的基层干部。他们在改革开放、脱贫攻坚和奔小康进程中殚精竭虑,奉献青春和心血。如《柴米油盐之上》中为易地扶贫搬迁呕心沥血的村支书开勇,克服了种种常人无法想象的困难,体现出一心为民的高尚情怀。

第二类是外出打拼的农村青年。他们可以是农村企业家,也可以是千千万万离乡进城的打工者。如《中国:变革故事》的主角从一个小裁缝成长为知名企业波司登创始人,体现了其破釜沉舟的创业勇气。又如《柴米油盐之上》中子胥村申通快递的创始人邓德庚、女卡车司机张琳等,这些普通人活出了不平凡的人生。

第三类是在家乡勤劳致富的农民。他们可以是纪录片《行进中的中国》里的布依族独臂绣娘梁忠美,

她以精湛的刺绣手艺带动乡亲们一起脱贫致富;也可以是海南贫困胶农周桂芳,体现了吃苦耐劳、勤劳朴实的传统美德;还可以是《世界上最大的生日庆典》里来自海南昌江的普通村民陶凤交,她创造性地用仙人掌稳固树苗,使得贫瘠沙化的土壤得以改善。

第四类是与恶劣环境和谐共生,积极乐观、永不言弃的各民族百姓。他们可以是《极致中国》里生活在海拔高达6250米的四川阿坝"四姑娘山"里的藏族同胞,他们登冰峰、牧牦牛;可以是在海南热带浅海"草塘村"祖祖辈辈以捕鱼为生的村民,他们拥有代代相传的"自由潜水捕鱼"的独门绝技;也可以是《做客中国——遇见美好生活》里的内蒙古人民,他们会射箭、赛马和摔跤;还可以是云南福贡县垮来底村的怒族人民,他们至今还保留着传统的竹编工艺。

(三)"物质"维度的乡土中国形象:逐渐富足

在物质生活呈现上,近十年的中外合拍纪录片首先聚焦于宏观层面的区域发展,如村庄设施、交通以及物流等,其次是聚焦于微观层面的人民生活水平,如住房、家庭设施以及穿着搭配等。

宏观层面的地区发展主要以偏远山区的经济发展变化来呈现。如《火车上的中国》展示了出行工具的改变带来了人民生活的巨大变化。《柴米油盐之上》《中国:变革故事》《世界上最大的生日庆典》则讲述了随着改革开放以及政策的支持,中国交通的高速发展(乡村公路以及高铁的修建)给农村人们工作和生活带来的巨大影响。

微观层面的人民生活条件则主要围绕着人物故事展开,如《柴米油盐之上》从追忆过去到展望未来的画面充分展示了中国乡民独有的识别属性。年轻村支书向镜头展示的旧物件体现了农村人民的淳朴与偏远农村的贫困;扶贫对象王光富所住的矮小毛坯房也代表着过去中国乡村的贫困,这一切与国家和政府为王光富等贫困户提供的安置楼房形成了鲜明对比。《中国:变革故事》中适学儿童的穿着、农村住房、老式自行车等微观元素都具有中国特色,并体现了改革开放取得的伟大成绩。

(四)"文化"维度的乡土中国形象:丰富而深厚

作为乡土中国形象重要维度之一的民族文化与地域文化,在中外合拍纪录片里得到了色彩斑斓的呈现。中国地大物博,东西南北区域的风土人情各自精彩,如贵州黔西南布依族精美绝伦的刺绣、湘西夯吾苗寨造型别致的银饰,给观众带来了视觉盛宴;辽宁盘锦清香浓郁的大米、云南普洱香气怡人的咖

啡、西藏自治区清新诱人的青稞面,给观众带来舌尖上的享受;青藏高原的布达拉宫、内蒙古独具特色的蒙古包、黔东南州雷山县格头村别具一格的村寨,让观众感受到别样的居住风格;内蒙古牧民的赛马、海南小岛渔民的泛舟、四川阿坝登山的绳索,让观众见识到千姿百态的出行。在《极致中国》《中国:变革故事》《行进中的中国》等纪录片里,透过对中国乡村衣食住行的展示,彰显了乡土中国经久不衰的地域风情。

56个民族的民俗风情各放异彩,《极致中国》展示了国家地理探险家兼摄影师本·霍顿等人体验四川藏族酥油茶的制作工艺、秦巴山区羌族同胞的传统美食和民族服饰文化。《做客中国——遇见美好生活》展示了外国人聂云在内蒙古阿鲁科尔沁旗牧民家体验生活,睡蒙古包、牧马、了解那达慕大会祈福仪式等传统风俗;基米·维尔纳在云南垮来底村认识怒族特色中草药"重楼"和手工编织的竹筐;克里斯·巴辛内利在湘西夯吾苗寨旅游景点打苗鼓、唱拦门歌、递拦门酒、参与苗族哭嫁,了解苗族传统银饰加工销售。这些民族民俗,在中外合拍纪录片中,通常以外国人的"他者"视角得以呈现,外国人带领观众揭开异域风情的神秘面纱,给观众带来酣畅淋漓的"沉浸式"体验。

二、乡土中国形象视觉框架中的视像符号及其文化表征

文化表征是文化在塑造社会意义的过程中所产生的事物、概念和行为中可以被感知到的部分所构成的文化系统。在纪录片中,主体展现出来的行为以及画面上的文字和图像等符号都构成了纪录片的文化表征体系[4]。内涵层次的视觉框架理论指出,可以通过分析图像领域中符号的存在来识别框架,视觉中显示的人和物体不仅表示特定的个人、事物或地方,还表示与之相关的思想或概念。著名学者范·列文认为符号可以划分为抽象符号(通常是具有符号价值的形状和物体)和象征性符号。象征性符号通常处于"构图中的显眼位置,或通过灯光、色调或颜色对比等使其格外显眼",从而增强画面识别。其内涵相当于视觉隐喻,即通过与抽象概念有一定相似性的具体图像来表达抽象概念[5]。

纪录片想要表达和传播的概念、文化以及意识形态属于抽象的范围,在乡土中国抽象概念的展现上,中国乡民的具体故事成为了最主要的载体。通过对10部纪录片中常用图像符号的抓取,可以发现以下三种视像符号的出镜率是最高的。

(一)"山"作为视像符号及其文化表征

"崇山峻岭"几乎是每一部中外合拍纪录片中呈现"乡村"景象必不可少的视像符号。"山岭"在镜头中频繁

出现,一方面从地理环境来说,大部分贫困乡村地处交通极不便利的"山沟沟"里,虽然风景秀丽,但也意味着生活条件相当艰苦和落后。另一方面从文化环境来说,"山岭"作为一道天然的屏障,将乡村与外界隔绝,也暗示着思想也相对封闭落后。因此,乡村的建设需要外来力量的帮助。在这些纪录片里,外来力量可以是国家的帮扶政策,比如《柴米油盐之上》里面的村支书开勇,为完成党和政府交代的"贫困户易地搬迁"任务忙碌奔波,一遍一遍给贫困户做思想工作;也可以是善于发现乡村价值的企业和个人,比如《行进中的中国》里远在北京的设计师夏华偶然发现布依族绣娘梁忠美精美的绣工,带动绣娘们一起依靠"非物质文化遗产扶贫"脱贫致富;还可以是村民们饱受贫困之苦想要走出大山的精神力量,比如《柴米油盐之上》中的子胥村申通快递创始人邓德庚、罗微娟等从小就有"一定要走出大山"的信念,为此再苦再累也愿意尝试。

(二)"路"作为视像符号及其文化表征

"交通"类视像符号在中外合拍纪录片频繁出现,象征着中国速度,也象征着中国乡村在"文化进步、经济发展、民生改善"方面的飞速进步。在《柴米油盐之上》《行进中的中国》里面时常出现在山头乡间蜿蜒盘曲几十公里的"公路","公路"连接的不仅仅是城市与乡村,更意味着全国人民连接在一起参与乡村的"脱贫攻坚";这些"公路"在《中国:变革故事》第一集《乡村巨变》中更是成为乡村人走向城市学习新技能的通道,学成后再回来振兴乡村,可以说"公路"符号隐喻着改革开放给中国乡村带来生存与发展的出路;在《做客中国——遇见美好生活》《火车上的中国》和《世界上最大的生日庆典》中"高铁"在崇山峻岭中穿梭的画面不断出现,伴随着"快递"业流水线上夜以继日运转的包裹,以及"国产品牌"的崛起,这些符号表征背后蕴含着:现代化建设促进了社会经济的发展与商品流动,带动着人民物质、文化生活水平全面提高,人们正在高速奔赴小康社会。

(三)"房"作为视像符号及其文化表征

"住房"是另一个不容忽视的、在文化表征中占据重要位置的视像符号。在中外合拍纪录片中,从老破危旧的土屋转变成安全美观的楼房,是对乡土中国老百姓生活变化最直接的反映。无论是《中国:变革故事》中山西省下马涧村村民李鹏、李玉华在国家精准扶贫政策下,从居住了40多年的窑洞搬到整齐划一的村庄新楼房,还是《柴米油盐之上》中云南省彝良县小干溪村贫困户王光富、陶银秀一家在政府易地搬迁脱贫政策的帮助下,从瓦砾破漏的土屋搬到城市居民楼,这些都是中国乡土百姓生活水平提升的缩影。

在纪录片中,叙事的目的是说明一些道德标准或是形成价值认同,文化认同是在影视观看过程中产生 的结果,意识形态隐匿在影像视频中,强调效果却期望不留痕迹。受众在观看过程中受到的情感刺激 越强烈,其符号意义解读效果就越清晰立体,关于主体的意识形态效果就越显著,因此实现价值认同 的最关键一步无疑就是情感认同。意识形态层次的视觉框架理论指出,将图像的符号和风格特征结合 在一起,可以形成一种连贯的解释,用来分析表现背后的"原因",回答"这些表述服务于什么利益?听 到了谁的声音?什么观点占主导地位?"等涉及意识形态的问题[6]。罗兰·巴特(Roland Barthes)在专著《相机露西达》(Camera Lucida)中提出"展面与刺点"理论,以揭示视觉符号对情 感的刺激。照片中的场景称为展面(studium),如同皮肤一样 , 照片中刺穿或伤害场景的细节或元 素称为刺点(punctum),刺点之对于展面的意义,就像一支箭刺穿人的皮肤[7]。"展面"是对照片的 一种"不关心的""普遍的"或"模糊的"兴趣,指的是一个人对"好"的事物的兴趣,这种兴趣是由一种文化 的成员身份产生的,因此几乎是非自愿的。"刺点"是一个物体或照片的一部分,从中跳出来作为一个 引人注目的特征,是一种不同寻常的部分,更可能是一种冲击,造成情感上的创伤。运用"展面与刺点 "理论来分析纪录片会发现,能剧烈触动受众的,并不是所有在纪录片中出现过的视觉元素,而是那些 看似和整体并不太和谐的被称为"刺点"的东西。正是这些"刺点"在众多和谐的元素组成中称为受众视 觉的中心,从而点燃了情感的导火索,成为了受众解读中国新乡村形象识别的关键[8]。在10部纪录片 中,主要运用到了"作为细节的刺点"和"作为时间超越的刺点"两种类型。

(一)作为细节的刺点

作为细节的刺点主要是指在中外合拍纪录片中,占据整个画面的某种形式的特殊性。比如在《世界上最大的生日庆典》中,为庆祝祖国生日,辽宁盘锦的农民在广阔的、绿油油的稻田中摆出了"祖国万岁"的字样,在长满碱蓬草的红海滩中放入黄色的五角星组成一副巨大的五星红旗;在《柴米油盐之上》中有着年轻面孔的村支书却头发花白;《做客中国——遇见美好生活》中的外国主人公穿上我国民族服饰等,这些都属于极具标出性的刺点。作为在画面与故事中的"不和谐部分",这样的"刺点"更能给受众留下深刻印象,激发受众对于乡土中国"和谐""团结"以及"淳朴"等正向的形象解读。

(二)作为时间超越的刺点

作为时间超越的刺点则是纪录片在视像呈现的过程中时间的割裂与冲突,通过剪辑手法将不同时间内

的同一内容放在一起形成对比冲突。比如《世界上最大的生日庆典》中讲述了中国如今是全世界水稻产量最高的国家,辽宁盘锦大米甚至是2008年北京奥运会的官方指定用米,在以前,中国是很难在粮食上自给自足的。影片将如今绿油油的水稻田与过去黑白贫瘠的水稻田影像进行了强烈对比。《中国:变革故事》开篇就通过几十年前的乡土中国与如今的新乡村进行了鲜明对比:几十年前的乡村满眼黄土,矮旧的房子,生锈的自行车,而现在是产业化的乡村种植业景象,整齐划一的新农村房屋,干净平整的马路等等。除了以上作为细节与时间超越的"刺点"外,还有作为中国语境下特有的一种"社会刺点",在《柴米油盐之上》中第一集易地搬迁的故事中,王永洋一家在老房子和政府发放的新房子中犹豫不决,后为了儿女的未来最终选择搬离老房子。老房子是十分破旧的"危房",而政府提供的则是宽敞又漂亮的楼房,在如今年轻人为了买房焦虑不已的社会大环境下,这样的漂亮楼房无疑刺中了每一位观审者的内心。

四、中外合拍纪录片视觉框架带来的经验与启示

研究发现,相比20世纪90年代"落后贫穷"和新世纪前10年"陷入失落"的乡土中国形象,近十年来中外合拍纪录片中的乡土中国形象主要呈现为"风景壮丽而多姿""人民勤劳而坚韧""物质生活逐渐富足""民族文化丰富而深厚"等四个维度。中外合拍纪录片善用"山""路""房"三大视像符号来反映改革开放、脱贫攻坚和小康社会建设进程中乡土中国的巨大变化。善于通过"细节的呈现"和"时间的对比"来激发国际受众情感认同。这种对外传播无疑是成功的,也为今后纪录片的制作与传播在"谁来讲?讲什么?怎么讲?"等方面提供了诸多经验和启示。

(一)多维主题立体展现乡土中国形象,打破海外受众刻板印象

对外传播乡土中国形象,首先要解决"讲什么"的问题,也即我们要传播一个怎样的乡土中国形象的问题。乡土中国形象是一个复杂的、内涵丰富的概念,哪些人和事最能代表乡土中国形象的呢?中外合拍纪录片主题聚焦"乡村人民物质生活得到极大提高、人民精神生活得到极大丰富、生态环境得到极大改善",从物质、文化、生态等方面全方位、立体生动地展现了乡土中国形象,对于改变国际上对于乡土中国贫困、落后的刻板印象有着重要作用。

从改革开放、脱贫攻坚到奔小康,随着社会主义现代化建设进程的推进,一个清新美丽、资源丰饶、文化深厚、朴实坚韧、脱贫致富的乡土中国形象呼之欲出。习近平总书记指出,中国特色社会主义中国梦包含了"国家富强、民族振兴、人民幸福"几个方面,那么未来对外传播的乡土中国形象塑造,应

该围绕中国特色社会主义中国梦重点展开。

(二)善用"视像符号"建构文化意象并复调传播,加深海外受众对乡土中国的印象

对外传播乡土中国形象,需要考虑"文化折扣"效应,这是要解决"怎么讲"的问题,即怎样才能成功塑造出乡土中国形象。要让对乡土中国并不熟悉的海外受众快速"去陌生化",一个有效的方式就是对某些具有典型象征意义的视像符号进行复调传播,加深受众对这些符号的印象。

当然,仅仅选择和建构符号是远远不够的,还需要思考怎么来建构、阐释使得这些符号被有效接收,只有这样,符号所承载的文化内涵与意义才能发挥作用。不同文化背景下的人们之所以存在交流障碍,实际上是因为他们不处在同一套符号体系下,因此符号建构的意义在传播过程中会因为各种因素影响而解读出与初衷相异的结果。符号误读会阻碍中国形象在国际上的塑造,也会对中华文化的对外传播造成较大的负面影响。因此,要采取有效的叙事策略,将抽象概念具象化表达。通过讲故事的方式,让符号背后蕴含的意义能够顺利被接收和理解,从而战胜文化折扣效应,成功实现乡土中国形象的塑造、传播与认同。

(三)善用"刺点"激发情感认同,促进海外受众接受影片背后的意识形态和价值观

对外传播乡土中国形象,还需要考虑"谁在讲""为什么讲"的问题,即对外传播乡土中国形象的初衷是什么。中国渴望被世界了解,但以往的外宣方式往往有些生硬,忽略了海外受众的感受,传播效果不太明显。那么,如何才能激发海外受众的情感认同,让他们潜在吸收我们想要表达的思想、意识形态和价值观?中外合拍纪录片善用"刺点"是一个很好的示范。运用"刺点"提示受众思考:是谁塑造了"乡村人民物质生活得到极大提高、人民精神生活得到极大丰富、生态环境得到极大改善"的乡土中国新形象?使海外受众对中国共产党的坚强领导和社会主义制度优越性产生更深的认识,最终实现其对乡土中国叙事主体的认同。

总而言之,正如习近平总书记说,"乡村振兴是实现中华民族伟大复兴的一项重大任务",乡土中国形象是"大国崛起"整体形象极为重要的一部分[9]。从这个意义上来说,中外合拍纪录片所塑造的乡土中国形象意义非凡。

[参考文献]

[1] 苦难、消逝和振兴:纪录片中乡土中国的形象再现[EB/OL].搜狐网, 2022-11-04.https://www.so

hu.com/a/602743938_121119376.

[2] Kress, G. &T. VanLeeuwen(2001), Multimodal Discourse: The Modesand Media of

Contemporary Communication. London: Edward Arnold.

[3] 王超群.情感激发与意象表达:新媒体事件图像传播的受众视觉框架研究[]].国际新闻界,2019,(10).

[4] 张笑. 人文纪录片的叙事策略与文化表征研究[D].青岛:青岛大学,2021.

[5] Lule, J. (2003, Aug.). War and its metaphors: News language and the prelude to war in Iraq,

2003. Paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism and

Mass Communication, Kansas City, KS.

[6] Barthes, R. (1977). Image, music, text. London: Fontana.

[7] Barthes, R. (1984) Camera Lucida, London, Fontana

[8] 刘丹凌.观看之道:"像化"国家形象的视觉识别框架[]].南京社会科学,2018,(10).

[9] 许伟.习近平关于乡村振兴重要论述的空间战略维度[]].决策与信息,2022,(4).

[责任编辑:李利林]

Study on the Image Shaping of Rural China in International Communication Over Past Decade

- Taking Sino-foreign Joint Documentary as an Example

WANG Chaogun, WANG Kelu

Abstract: The image of rural China, as an important part of China 's image, affects deeply the international community 's perception of China. The sino-foreign joint documentary is an important window for the international community to better know about rural China, and it is also an image record reflecting the development and changes of Chinese villages over decades. Taking 10 excellent sino-foreign joint documentaries over the past ten years as the research object, this paper uses comprehensively multi-modal discourse analysis, visual cultural representation analysis, and visual framework theories such as 'studium and punctum' theory to explore how Chinese-foreign co-production documentaries shape the image of rural China and engage in international communication, which is of great value for shaping China 's international image. The study found that Chinese- foreign co-production documentaries mainly present the image of rural China in four dimensions: 'magnificent and colorful scenery', 'hardworking and tough people', ' gradually improved material life ', ' rich and profound ethnic culture '. Making good use of the three visual symbols of 'mountain', 'road' and 'house, 'these documentaries reflect the great changes in rural China in the process of reform and opening up, poverty alleviation and the building of a moderately prosperous society in all respects, and can easily resonate with international audiences through detailed presentation and the comparison of different time period.

Keywords: visual framework; Chinese-foreign co-production documentary; rural China; national image; international communication

[收稿日期] 2022-08-31

[作者简介] 王超群(1982-),女,湖南郴州人,文学博士,湖南科技大学人文学院副教授,主要从事媒介经营与管理研究;王珂璐(1998-),女,湖北宜昌人,湖南科技大学人文学院硕士研究生。

