

中華文化跨文化傳播 所遵循的認知傳播規律

■ 米麗娟

重慶文理學院思政中心

中華民族文化主導就是要在跨文化的傳播語境中，讓中華民族文化一枝獨秀，屹立於世界各族文化之林，讓世界各族人民認可和接受中華文化。在多元並存的全球話語體系中，在異質共生的傳播格局中，在此消彼長的文化生態中，中華文化要取得主導地位，關鍵在於：遵循認知傳播規律，做好中華文化的跨文化傳播，這能確保他文化者正確認知「一帶一路」的文化內涵。

跨文化傳播的過程是文化融合的過程，歷史上許多優秀文化成果都是融合的產物。比如琵琶，原來是印度樂器，唐代引入西域之後，與中國傳統詩歌和詞曲相結合，誕生了不少經典名曲，《霓裳羽衣曲》就是根據中國古琴曲改編而成的琵琶名曲，它是南唐後主李煜之妻大周后的拿手曲目，一彈傾城，再彈傾國，打動了李煜的父親，因而獲贈一把燒槽琵琶。大周后搜集散落民間的曲目，改編成為經典。雖然天妒英才，她30歲就魂歸西天，但她的琵琶曲目卻流傳了下來，特別是中印合璧的《霓裳羽衣曲》，百奏不衰，成為人間絕響。經典一定要在多元共生的文化局面中才能廣泛流傳，在融合中創新，在創新中綿延。無論是古代絲

綢之路，還是當今「一帶一路」，都為這類多元雜糅的文化精品提供了溫牀。

人們的認知普遍受到文化的影響，各區域都有相應的地方文化，所以認知被打上地域的烙印，

「大部分人肯定都同意，印度農村居民與美國巴爾的摩城市商業區居民擁有不同的文化」。^[1]但二者卻不一定能體驗到對方的文化，因此，他文化者誤解「一帶一路」很正常。體驗他者文化取決於體驗者對認知傳播規律的把握，中華文化跨文化傳播遵循以下認知傳播規律：

一、遵循認知傳播的注意和記憶規律

文化傳播的效果與注意力資源的佔有密切相關，中華民族文化傳播只有遵循認知心理學關於注意和記憶的規律，特別是注意力資源的分配規律，才能主宰人類的大腦，成為世界文化的主流，中華民族文化主導才能成為現實。The connection between attention and the human brain was originally investigated by correlating attentional deficits with brain traumas.^[2]（本文作者譯：注意力與人腦的關聯研究源於腦損傷引起相應的注意力缺損。）認知心理學研究表明：在給定時間（T）內，

摘要：通過認知傳播，弘揚中華文化，確保它在多元並存的全球文化中居於主導地位，可以讓其他文化者正確認知「一帶一路」的文化內涵；中華文化跨文化傳播遵循以下認知傳播規律：注意和記憶規律、概念形成和分類規律、知覺恆常性規律、心理定勢規律；這些公理能化解文化隔閡，改善中華文化的跨文化傳播效果，促進「一帶一路」廣泛實施，推動新一輪全球化。

關鍵詞：中華文化；跨文化傳播；認知傳播規律



任務複雜程度(C)與給定的健康個體的注意力資源耗費量(A)成正比,用公式表示為: $C=A/T$ 。對異域受眾而言,接受中華文化肯定比接受本民族文化複雜得多,所以傳播者務必降低文化編碼的難度,以減少受眾注意力資源的損耗,讓中華民族文化易於被人接受。比如中國文學經典的對外傳播,最好做到深入淺出、圖文並茂,可以改編成影視作品、動漫、遊戲、歌舞劇等多種藝術表達形式,讓異域受眾選擇最適合自己的形式,不但難度降低,還喜聞樂見,這種選擇性注意的高度自由會大大提高個體接受的效率,有的異域受眾甚至可能被簡單有趣的傳播形式吸引,而愛上中華民族文化,其喜愛程度甚至超過本民族文化,完成從選擇性注意到忠實追隨的嬗變,如今全球興起的漢學熱和大山等洋人的成名就是這種嬗變的明證。

選擇性注意好比過濾器(Broadbent,1958),任何時候人們能夠注意的信息量都是有限的(但這並不否認一個人可以同時注意兩條或兩條以上的信息,如果信息夠短或重複頻率夠高,或者大腦夠強,是可以的),如果感覺到的信息量超過這一限度,人們就會利用注意過濾器阻擋部分信息進入人腦進行後期加工,這部分被阻擋的信息就不能成為注意對象。注意過濾主要依據信息的物理特徵,比如聲源定位、音高等等。被過濾掉的信息很容易被人遺忘,也就是說選擇性注意會導致選擇性記憶。臨床神經學家的探索證實:大腦頂葉損傷的病人會有感覺忽略(sensory neglect)偏側忽略(hemineglect)現象,^[1]他們忽略的是損傷半球對側視野中感覺信息的存在,比如右頂葉受傷的人會忽略左視野信息,反之亦然,出現只刷半邊牙、只穿半邊衣服或只吃盤子一邊的食物等症狀,導致病態選擇性注意或記憶,頭腦中難以形成全面的、連貫的信息流。這些特殊人員在文化接受的過程中離不開醫護人員的精心護理和專業刺激。

另外,人們對注意力資源的分配還與他們對任務的熟練程度有關。所謂熟能生巧,就是指人們如果熟悉某項任務,就能很輕鬆地完成,所需要的注意力資源就少,熟悉程度和注意力資源成反比。比如熟練的打字員可以一邊聽音樂一邊打字,經驗豐富的駕駛員可以一邊開車一邊接電話,許多

孩子可以一邊打遊戲,一邊聊天,一邊做作業一邊擺弄玩具。認知心理學告訴人們:一心可以二用,專業術語是「分散注意」、「執行雙重任務」。中華文化的基本工具和核心要義要反復地、不間斷地、變著花樣地對他文化者進行傳播,見縫插針、無孔不入地傳播,這樣潛移默化,異質文化的受眾在不刻意的情況下就能接受中華文化。

知覺選擇和整合的依據是已有經驗和知識造就的理解力,這種理解力有助於記憶的形成,與高級思維活動密切相關。知覺不是被動複製對象,而是能主動地複製成自己可理解的東西,理解幫助人們把對象從它的背景中分離出來,形成牢固的記憶,並作為經驗助推可能錯誤的知覺期待和預測,比如「一朝被蛇咬,十年怕井繩」就是經驗主義錯誤。因為經驗形成時的條件與現實條件不同,如果不顧現實條件機械地照搬經驗,必然會犯經驗主義錯誤。

關於記憶規律,除了選擇性以外,認知心理學還有許多論述。按照信息儲存時間的長短,記憶被分為感覺記憶、長時記憶和短時記憶。感覺記憶描述大腦中呈現很迅速且未被注意到就消失的信息;短時記憶描述被注意但被短暫保留的信息;長時記憶描述那些被長時保存於大腦的信息。感覺記憶和短時記憶容易讓人產生近因效應,長時記憶容易讓人產生首因效應。^[4]感覺記憶包括視、聽、嗅、味、觸覺記憶,人們對視、聽感覺記憶相對重視,它們又被稱為圖像記憶和聲像記憶,都很容易被新的刺激所掩蔽。^[5]這一規律可以用來安排對外廣播電視節目的播出內容,可以根據當地時間和作息播出中華文化的相關節目,把一些重要的內容安排在當地人早晨剛起床和晚間入睡,利用首因和近因效應刺激受眾的視聽覺和其他感覺,強化受眾對中華文化的接受效果。

關於同一信號分別被感覺記憶、短時記憶和長時記憶保留的時間長短,目前學界還其說不一。麻省理工近期心理學研究成果表明:大腦先把新信號儲存在短時記憶中供當下使用,海綿體對此信號進行複製後再儲存在長時記憶中供以後使用,當然,海綿體的複製也是選擇性的,總是選擇那些重要的、興趣盎然的、反復出現的、與長時記

憶中信號關聯度高的信號刺激。大腦對信號的這一加工規律能夠解釋以下問題：有的人會忘記剛才吃過什麼，卻能記住十幾年前老師在課堂上說過的一句話，這句話會冷不丁地浮現於腦海，讓人心領神會，它已經根深蒂固地被植入大腦的長時記憶區域，可以隨時被調用。

在中華文化的傳播活動過程中，傳受雙方都會進行選擇性注意、選擇性接觸、選擇性地鎖定闡釋目標、選擇性理解、選擇性記憶、選擇性使用。傳者會選擇自己認為重要的、有趣的、容易被編碼的、代表主流意識形態的內容，受者接受過程有更多的環節，包括注意、理解、記憶、組織、形成概念、分類、推理、決策等等，每個環節都是精心篩選的結果。

二、遵循認知傳播的概念形成和分類規律

概念的本質是描述事物是什麼，比如「人生」的概念就是描述「人生」是什麼，不同的人對同一事物的概念是不同的，體現在描述方式和描述內容上，描述方式表現為不同修辭手法（比喻、擬人、借代等等）或者不同的符號呈現（文字、漫畫、公式等等）。有的人把「人生」描述為「人的一生」，有的人則描述為「人在世上經歷的一切」，有的人則描述為「苦辣酸甜皆嘗遍」……對牛頓力學定律，可以用一句話描述，也可以用一個公式表達。對「文化」這一概念，有100多種說法，對「新聞」這一概念，有不下40種說法。不同的「文化」概念代表了不同的文化觀，基於不同的文化觀就能建構不同的文化學。對「新聞」這一概念的不同描述也會導致不同的新聞觀，進而建立不同的新聞基礎理論體系。那麼概念的概念又是什麼呢（什麼是概念呢）？筆者認為概念是建構知識體系的邏輯起點，有了概念才能進行判斷，才能將事物歸類，才能進行推理並作出決策，然後採取行動並解決問題。這裏對概念本質的理論性描述與「知識基礎觀」^[6]意義基本相同，只是換了個更簡單直接的說法。運用概念的「知識基礎觀」對事物分類時，不僅把事物特徵或物理屬性與大腦中所儲存的相關信息作比較，還用概念組織知識去判斷、

分類，並以實例加以說明。

除了「知識基礎觀」，對概念本質的理論性描述還有經典觀、原型觀、樣例觀、圖式觀。概念經典觀描述的概念集合中的每個個體都必須具備概念描述的特徵，這個特徵是將事物歸類的必要但不充分條件。比如「矩形」中的每一個都「有四條邊的封閉平面圖形」，但並不是「有四條邊的封閉平面圖形」的都可以歸入「矩形」這一類，「有四條邊的封閉平面圖形」只是「矩形」這個概念的一個特徵，是構成「矩形」的必要條件，充分條件除此之外，還必須「對邊平行且長度相等」、「相鄰兩邊夾角成90度」。所以，描述「矩形」這一概念必須具備三個條件。概念經典觀認為某事物的概念描述的是該類事物的典型特徵，不排除該類事物的個體差異。比如長方形有大有小，哺乳動物有食肉的，有食草的，鳥類中有高飛的（鷹），也有低飛的（雞）。概念經典觀還認為類與類之間的界線只是相對清晰，有的個體具有不同類的特徵，比如蝙蝠，有鳥類特徵（翅膀），但又被歸入哺乳動物。概念原型觀認為概念是以心理原型為參照對某類事物進行理想化表徵，心理原型包含該類的典型特徵，但不一定是充分必要特徵。家族相似性結構揭示了概念和分類的原型觀要義：幾乎沒有一個特徵是家族成員所共有，但某成員擁有的特徵越多，就越具典型性，越能代表這個家族，原型是某類事物中所有成員特徵的匯總或平均，分類時首先確定基本水平類，上位水平類包含基本水平類，下位水平類被包含於基本水平類，比如樂器是上位水平，吉他是基本水平，古典吉他和民謠吉他是下位水平，這是邏輯分層。與概念經典觀相比，原型觀對概念的分類界線更不清晰。樣例觀是把新樣例與已存儲的樣例相比較，再根據心理表徵的相似性或一致性將二者歸為一類，典型的樣例更可能被歸類，樣例觀仍然缺乏類別之間的準確界定，而且沒有解釋不同的樣例如何被存入大腦。概念圖示觀與原型觀、樣例觀都有共同特徵，單個圖示之間也沒有清晰界線，圖式可以分層級嵌套在一起，圖式作為構成記憶基礎的組織單元，在記憶組織、概念表徵領域中給認知心理學家巨大衝擊^[7]。



根據概念本質理論性描述的這五種觀點，可以把中華文化跨文化傳播架構下的龐雜內容進行不同類型的區分和細化：根據知識基礎觀，可用中華文化的有關概念組織知識，運用這些知識把看似不相干的內容分為一類，然後打包進行定向推送，這樣分解之後的傳播任務更小，目標更明確，效果會更好；根據概念經典觀可以把具有某個共同特徵的中華文化歸為一類，並在傳播中放大這一特徵，使其成為經典，比如中國四大名著，「長篇小說」是它們的共同特徵，可以把它們與國外經典的長篇小說比較，便於國外受眾識記；根據概念原型觀可以把目標受眾對中華文化的心理原型作為參照物，儘可能把中華文化編碼、製作成受眾心中的理想化表徵，進行分級（上位包含基礎包含下位）細化傳播，最好是同一母題的子題傳播；概念樣例觀要求中華文化對外傳播的新內容與舊內容之間要有相似性、一致性和關聯度，有相同特徵，可將新舊內容歸為一類；根據概念圖式觀，可把中華文化分層級嵌套成形象直觀的一個個圖式，圖式之間不一定界線分明，只要便於組成記憶單元即可。總之，遵循以上認知傳播的概念形成和分類規律，就能降低異質文化的受眾對中華文化的認知難度，擴大中華文化跨文化傳播的整體效能。

三、遵循認知傳播的知覺恆常性規律

信號通過人的感官（眼、耳、鼻、舌、身）刺激相應的神經，再經神經和神經元傳導到大腦的相關區域，腦細胞被激活，並對信號進行選擇、分類、解釋等活動處理信號，然後形成知覺。知覺形成後，會在一定時期內保持相對穩定。比如認識一個人後，即使髮型服裝、所處環境改變，還是能被認出。如果信號進入大腦的長時記憶區域，還有被永久保存的可能。這就是知覺的恆常性規律。知覺的恆常性與格式塔心理學派的完形和整體優先規律交互作用，讓人認知某事物的概念，獲悉某事物的整體情況，這種認知相對穩定、相對全面，為判斷事物發展走向、推測事物在一定時期內的發展結局奠定基礎。

知覺的恆常性與信號刺激的頻率有關。同一信號在固定時間段內出現的次數越多，對神經的刺激頻率越高，假設知覺者所有感官的注意力全部集中於這一信號，那麼，知覺的恆常性就越強。比如：在背單詞的時候，眼睛看著某個單詞，一邊讀，一邊寫，耳朵聽著這個單詞，在沒有外物干擾嗅覺和觸覺的時候，讀寫越快，就記得越牢，在沒有腦外傷和其他過多信息擠佔長時記憶區域的情況下，這個單詞在頭腦中儲存的時間也可能越長。

知覺的恆常性規律要求中華文化的對外傳播首先要排除目標受眾可能的干擾因素，避開當地文化的傳播高峰；其次是增加中華文化傳播容量和在單位時間的傳播次數，廣播電視節目可以在一天中重播幾次；另外，還可以用各種方式檢驗已傳播內容的接受程度，比如有獎答問、參與節目或其他傳受互動的方式。

四、遵循認知傳播的心理定勢規律

心理定勢 (mental set) 是採用某種特定框架、策略或是過程，以某種特定方式而不是其他同樣合理甚至更合理的方式看待事物的傾向。它常常使人們無意識地做出無根據的假設。經典的例子有兩個：1. 一筆劃四條直線通過排成正方形的九個點，每排三個點，橫排和豎排相鄰兩點等距；2. 將六根長度相同的火柴排成四個邊長均為一根火柴的三角形。人們面對第一個問題時的心理定勢通常是「四條線應在點的邊界之內」，而面對第二個問題時的心理定勢是「三角形在一個二維平面內」。^[8]許多腦筋急轉彎題目就是針對人們的心理定勢，比如「喝咖啡的時候是先加糖還是先加奶？」答不出的人一般把咖啡排除在外了，加糖加奶都不對，是先加咖啡。心理定勢常常妨礙人們解決問題，因為它總是先入為主，帶有成見，這些成見與問題的解決方法背道而馳。但是，如果合理利用人們的心理定勢，會出其不意地解決問題，或者帶來特殊的效果。

交流過程中的心理定勢表現為期待語境，^[9]它與闡釋學中的前理解差不多，受到交流雙方的文化背景、知識基礎、情緒狀況等因素制約。比如

數學家面對繁星密布的天空，考慮的是星星與地球的距離，或者星星之間的距離，通常運用公式計算得很確切；而文學家想到的是用修辭手法來描述星空——星星眨著眼、月兒畫問號（擬人），甚至給每顆星編出一個神話般的傳奇故事（比如牽牛星、織女星等等）。數學家和文學家交流的時候，數據和公式是數學家的心理定勢，因為他們已經習慣用數據和公式描述事物；而文學家的心理定勢則是比喻、擬人、誇張、象徵等修辭手法，因為他們已經習慣了發揮想像力把事物描繪得更生動。

在中華文化對外傳播的過程中，如何充分利用目標受眾的心理定勢，讓他們更好地認可並接受中華文化，這是一個非常重要的問題。非中華文化區的受眾對中華文化的態度大致可以分為三類：完全認同、部分認同、不認同。完全認同者的心理定勢是照單全收，通常會被傳者支配；部分認同者的心理定勢是協商剔除，與傳者在協商中接受部分內容，剔除部分內容；不認同者的心理定勢是抵制，與傳者敵對，對所傳的內容不予接納。因此，傳者應根據受者不同的心理定勢採取相應的認知傳播策略。

結論：

瞭解和運用認知傳播規律必能促進中華文化的跨文化傳播，提升中華文化在異質文化中的傳播效果。跨文化傳播者首先要弄清知覺、記憶、分類、推理、計算等認知術語，其次是遵循認知傳播規律，然後還要根據受眾的文化背景進行區別傳播。只有這樣，才能讓世界各民族在接受中華文化的同時，認可「一帶一路」美好願景，在共商、共建、共享的過程，實現全球和諧共處。

[1] Kathleen M. Galotti 著，吳國宏等譯：《認知心理學》第三版（陝西師範大學出版社，2005年10

月），第369-370頁。

[2] [America] Robert L. Solso, M. Kimberly Maclin, Otto H. Maclin, *Cognitive Psychology*, 第七版（北京：北京大學出版社，2005年），第99頁。

[3] 同注[1]，第70-72頁。

[4] 憶起單詞表末尾的詞就是近因效應，憶起單詞表開頭的詞就是遠因效應。

[5] 同注[1]，第91-94頁。

[6] 概念（concept）是對某種物體、事件或模式的心理表徵，其中還儲存了大量一般認為是與這些物體、事件或模式相關的知識。—Kathleen M. Galotti 著，吳國宏等譯《認知心理學》第三版（陝西師範大學出版社，2005年），第168頁。

[7] 同注[1]，第167-177頁。

[8] 同注[1]，第254-256頁。

[9] 如果交流的一方為另一方提供其預想的語境，那麼交流就可以更加順暢、更加愉快；如果一方為另一方提供的語境與其無關，或者超出其理解力和生活閱歷，那麼交流無法進行。

Cognitive-Communication Law Followed in Trans-cultural Communicating Chinese Culture Mi Lijuan (Sizheng Centre of Chongqing University of Arts and Sciences)

Abstract: Cognitive-communication can propagate Chinese culture and ensure it dominate multiple coexistence of global culture, make other cultural background people have correct cognition about the cultural connotation of One Belt and Road initiative; Chinese culture's trans-cultural communication must obey the following laws: Attention-Memory, Concept formation-Classification, Perceptual constancy, Psychological setting; Such axiom can dissolve cultural estrangement, improve the effect of Chinese culture's trans-cultural communication, promote the full implementation of One Belt and Road initiative and New Globalization.

Key Words: Chinese culture; Trans-cultural communication; Cognitive-communication law