

● 文化传播研究

# 数字时代“福”文化在东南亚 华人社会的传播与文化认同

廖钟源

(福州外语外贸学院 教育学院, 福建 福州 350202)

**摘要:** 在文化交融的时代, 数字媒介营造的拟态环境, 重塑海内外华人的媒介主体观, 成为“福”文化在东南亚传播的主要介质。在“一带一路”政策的指引下, 东南亚地区华人与祖国文化联系得更加紧密, 以数字形态呈现的“福”文化在东南亚地区生根发芽, 打通了讲述中国故事、发出中国声音的双行道, 形成独具特色的新型传授关系。这充分体现“福”文化对促进东南亚华人文化认同从身份认同, 到民族认同, 再到世界认同的价值升级。在这个意义上, 尝试从传播观念、传播主体、传播内容、传播媒介、传播效能等方面提出建设性意见, 以期不断加强东南亚华人对中华民族的认同感和归属感。

**关键词:** “福”文化; 东南亚; 跨文化传播; 文化认同; 媒体融合

**中图分类号:** G127

**文献标志码:** A

**文章编号:** 2095-7408 (2024) 02-0113-06

党的二十大报告指出, 加强国际传播能力建设, 全面提升国际传播效能, 深化文明交流互鉴, 推动中华文化更好走向世界。以上重要论述表明, 人类文明新形态下中华文明的国际传播工作思路和实践路径正在革新, 要加强顶层设计与战略规划, 借用“讲故事”“传声音”“树形象”的传播手段, 构建知华、友华、爱华的“世界朋友圈”, 形成“福”文化的世界传播框架。正如习近平总书记明确指出, “要使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调, 以人们喜闻乐见、具有广泛参与性的方式推广开来”, 同时还要高度重视传播手段建设和创新<sup>[1]</sup>。鉴于此, “福”文化作为中国人特有的文化符号和精神标识, 如何发挥其积极作用, 助推中国式现代化落地, 实现中华民族伟大复兴? 这已成为各界值得探讨的现实问题。本文旨在对数字时代如何充分发挥“福”文化在东南亚华人中的文化认同, 以建设中华民族共同体问题提供决策参考。

## 一、“福”文化在东南亚的传播

随着“一带一路”倡议的稳步推进, 媒介平

台在数字时代重塑了国际传播的交往方式。以人类共同价值观为基础, 强调全球文明与本土文化之间交融并蓄, 借助“可沟通”的双向对话机制, 融通与创新多种传播方式, 突出个人用户与社群用户的共享共建, 淡化民族中心主义的边界, 践行“天下大同”的世界主义理想, 最终实现“美人之美、美美与共”的跨文化传播新形态。

### (一) “福”文化在东南亚的传播概况

在漫长的历史长河中, 东南亚部分国家和地区曾与中国同文同种, 或建立过宗藩关系, 因此对于中华文化有特殊的亲切感, 特别是对福文化的接受与认同。“福”文化作为中国人最喜欢的吉祥文化, 契合世界各地人民祈求幸福的心理。

“福”文化顺着海上丝绸之路漂洋过海, 向东南亚地区传播, 在他们的岁时节庆和民风民俗中表现出对“福”情有独钟。

东南亚的越南、泰国等国, 在历史上曾是中国的藩属国, 自然倾向引入中华文化和风俗习惯。在祈福方面, 他们与中国一样都有过春节的习俗, 过年要去寺庙烧香祈福, 为亲人祈求幸福安康。每年高考前, 许多考生到文庙祈福, 期盼考上理

收稿日期: 2024-02-27

基金项目: 福建省中青年教育科研项目世界语言与文化研究专项(JSZW23042)。

作者简介: 廖钟源(1986—), 男, 福建福州人, 副教授, 硕士研究生导师, 主要从事华夏文明传播研究。

想的大学。在越南文庙和国子监,数量庞大的青年学子入内祭拜求字赐福,所求汉字如“登科”“福安”“吉祥”“明”“钱财”等。在相隔不远的马来西亚,华人社会甚至整个国家都对“福”字有特殊情感,这始于中华文化的传承。“福”字不仅频现于人名,就连地名、商店名、公司名也普遍采用,祠庙名则更为常见。如槟城大伯公街的福德正神庙始建于1850年,最早的华文私塾槟城五福书院创立于1819年。马来西亚人对“福”文化的青睐源于中华文化情结。早期华人背井离乡,漂洋过海,在海外谋生,遭遇自然灾害和政治迫害,生活处境异常艰难,亟待获得心灵慰藉。于是祈福就成为他们寄托思乡情怀,向往侨居生活美好幸福的表征符号。在这个意义上,他们将跟福有关的事物和习俗世代传承。作为多元文化的马来西亚,各种文化相互交融与影响,中华“福”文化便成为不同族群共同追求的心灵目标。在春节,随处可见“福”字,用年糕年饼祭神、祭祖,也有张灯结彩、舞龙舞狮的祈福娱乐活动。马来西亚华人过中秋节也会提彩灯游行,拜月祈福。如,“抛柑”习俗,祈求可以嫁个好老公,婚姻幸福美满<sup>[2]</sup>。与马来西亚近在咫尺的新加坡多数国民是华侨,他们秉承传统的祈福习俗。在过春节时会到佛祖庙或观音堂去上香祈福,还会在除夕夜到庙宇插头炷香为新年祈福。每逢元宵节,新加坡道教信众会在天福宫举行元宵庙会,祈求天宫大帝赐福,保佑平安顺利。在佛诞日,全岛群众都会参加礼佛祈福活动。

## (二) 东南亚华人的传播关系现状

当前,互联网已经不仅是一个传播媒介,更是一种重塑世界的结构性力量。相较之下,任何传播活动都是围绕某种传播关系展开,也是一种关系网络。在互联网传播下,文化多样性催生差异化的社会环境和媒介生态,也孕育多元的受众群体<sup>[3]</sup>。受众结构在文化背景、自我认同、社会交际、文化公共价值观、信息选择与处理等方面呈现显著的差异性。中国与西方国家的文化体系存在高低语境的文化鸿沟,中华文化重“意”而西方文化重“形”,这就使许多海外受众对数字艺术作品外观非常重视,而整体认知却是肤浅、短暂的。相比之下,东南亚华人处在中西方文化的中间地

带,在“福”文化的国际传播中有着先天优势,能更客观准确的讲好中国故事,让世界了解真正的中国。据调查显示,东南亚华裔新生代是数字时代的主流人群,借助媒介重塑自己的价值主张。在中国社交媒体的使用频率较高,占比70%,在媒介使用的内容偏好方面,中国电视剧的国外最大粉丝群体聚集在东南亚,影视类APP成为“新宠”占比76.8%,饮食和旅游类占比63.5%。基本每天都会接触到“福”文化相关内容,在语言和价值观念两方面认同度较高<sup>[4]</sup>。

在全时空连接的数字化语境作用下,传播关系也在悄然发生革命性的变化,参与式文化正催生出一种新型传播关系。在传播关系的构建中,社交媒体通过网络世界建构虚拟社区,促使东南亚华人在原文化与主文化间实现实时互动,同时也为受众提供一个发出自己声音的通道,受众权利得到显著提升。跨文化传播学的创始人爱德华·霍尔指出,“文化即传播,传播即文化”<sup>[5]</sup>。海外华人一方面从单向被动的信息接受者,转变成双向互动的信息表达者;另一方面海外华人也不再是被动接受“福”文化,更愿意扮演文化传播使者的身份,从中心发散模式向去中心化的网状节点模式转变。例如,直播经济以粉丝主导的方式打造网红偶像,借用趣群化的方式寻找文化价值的认同与归属感,形成规模效应。这是一种以志趣相投的人群为集合进行价值传播,而非以知识背景为主的群体聚集。面对立体化传播矩阵,逐步形成以社交为导向的社群化传播,借助“强连接”和“弱连接”关系赋予多层次多维度的巨大传播力。

## 二、“福”文化促进东南亚华人文化认同

民族是以文化为中心生根发芽,也是以文化为纽带聚拢团结。钱穆提到:“文化必有一主体,此主体即民族。民族创造了文化,但民族亦由文化而融成。”<sup>[6]</sup>“福”文化始于五六千年前中华民族的先民对社会文明和幸福人生的期盼。经过长期的流传,早已融入中华民族的血液中,从祈福、求福再到谋福,成为中华民族追求福祉,实现全球“兴利致福”,贻福子孙后代,融入人类命运共同体泛文化观念。鉴于此,“福”文化在东

南亚地区的大面积传播,对于实现中华民族大团结具有重要意义,也是建构东南亚华人民族认同感的现实需要。

### (一) 建构身份认同的文化圈层

东南亚华人与中国人民虽然国籍不同,但是文化血脉相通,有着共同的国家观、历史观、民族观、宗教观、文化观等意义编码体系。东南亚华人对作为文化表征的国家——伟大“祖国”的认同带来身份认同和归属感,这不仅是对共同文化的确认,更是形成超越国家主义的世界文化共同体。文化身份是“用以标识个体超越自身原有的文化,适应一种新的文化,并在这一过程中获得对两种文化超越的见解的能力。”<sup>[7]</sup>文化身份构建个体或群体界定自身文化归属的可辨识、清晰、统一的标识,区别于其他文化。文化身份在社会浪潮发展中,受到外来文化的强势输入,不断“建构”与流变,呈现出新的民族特征与新的意义解读,但是立足于传统文化的民族、性别、阶级的属性不会改变。在数字时代,数字媒介为“福”文化的创新性转化和创造性发展提供“五福”的意义建构平台,吸引华人参与媒介仪式,完成文化身份建构。通过仪式性的媒介接受活动,人们可以获得共同的文化感受,对拥有相同体验的其他社会成员的感知,这构成“想象的共同体”形成的重要基础<sup>[8]</sup>。社交媒介是一种文化再生产机制,满足不同阶层的华人对幸福生活的价值表达,通过媒介互动与交流,产生情感上的共鸣,加强文化归属感,形成中华文化圈层。仪式传播使华人将现实世界与想象的虚拟世界融合起来,经参与者共同确认后,形成情感认同的社会存在,激发华人的身份认同感。

### (二) 构筑民族认同的文化空间

“福”文化是中华文化的重要组成部分,是中华文化共同体的基础。在世界范围,基于中华文明的“福”文化认同已成为一种具备秩序“先在性”的表征事实,它作为中华民族共同体与“人类命运共同体”共融共生的意识基础,凝聚着中华民族共同体的差序格局<sup>[9]</sup>,逐步成为海外华人对中华民族共同体的认同。在这个意义上,中国能否融入人类命运共同体,一方面取决于对“福”文化认同的文化自觉程度,既包括在认知、情感、

行为意向等层面对中华文化的认同,又包括自觉爱护和保护“福”文化基因和文化土壤。这是民族文化共同体从文化自在到文化自为,再到文化自觉的过程;另一方面也取决于他者对“福”文化的认同,这已成为世界文化沟通和人类发展的必由之路。正如习近平总书记提出,“加强中华民族大团结,长远和根本的是增强文化认同,建设各民族共有精神家园,积极培养中华民族共同体意识”<sup>[10]</sup>。人类学者郑晓云也认为文化认同是一个群体概念,是人们对于共同文化的一种倾向性的共识和认可<sup>[11]</sup>。一个族群的文化认同是建立在对族群文化的自觉捍卫、发展和维护的认同努力中表现出来的。文化符号也就成为东南亚华人的集体记忆,也是凝聚着海内外华人文化认同的情感纽带。在海外环境下,文化空间的价值意义得到放大,成为东南亚华人构筑中华民族共同体意识的信使。

### (三) 丰富世界认同的文化内涵

“福”文化诠释海外华人内心世界的民族情结,它能生生不息的力量,源于世界华人的衣食住行、生活的价值观中。世界大同是由孔子最早提出,是一种“域民不以封疆之界,世人不以贫贱之分”的治国理念。随着社会变迁与在地化发展,它被赋予新的内涵,一种和平、正义、平等、和谐的交际观,促进世界各民族交往、交流、交融,不同的个人与国家之间命运相连、休戚与共,形成全人类互助共荣的命运共同体。世界大同理念已成为世界主流的公共文化价值观,是一种新的认同方式,即世界认同。第66届联合国大会宣布,将今后每年3月20日定为“国际幸福日”。其次,“福”文化与东南亚地区其他文化兼容并包,向世界展示中国“协和万邦”的国际形象,使海外华人对“福”文化形成现代性认同,引导构建和谐社会。文化自信,是一个国家、一个民族、一个政党对自身文化价值的充分肯定,对自身文化生命力的坚定信念<sup>[12]</sup>。文化自信建立的前提是充分认识中华文化形成“文化自觉”,找到与当代主流文化的共振因子进行创新传承,这是借助多种途径对受众心理进行漫长征服的过程。在这个过程中,通过对“福”元素进行现代性转化,将极大丰富其内涵的外延,促进“福”文化



核心精神的世界传承。2013年6月11日,“世界福”搭乘“神舟十号”飞船上天,向世界宣告“中国梦世界福”的理念<sup>[13]</sup>。再次,海外华人在异国他乡深受当地民风民俗、审美观念的影响,但是中华民族善恶美丑的基本认知却没有改变。“福”文化荟萃传统儒释道的“德福报应”思想,彰显中华民族的传统德性观。这充分反映中华民族文化传统的优良品质,鲜明体现对世界发展理念的提升。

### 三、数字时代“福”文化促进东南亚华人文化认同的路径

“福”文化是中国的一种民俗文化,贯穿华夏文明5000年的始终。“福”文化凝聚华人高度的心理认同和文化认同,已经渗透到中国社会生活的各个领域,成为中华民族文化的基因与根脉。那么,如何充分发挥“福”文化的桥梁作用,增强东南亚华人对中华文化的认同。笔者尝试从传播观念、传播主体、传播内容、传播技术、传播效能等维度展开,推动“福”文化的数字化传播路径创新,开辟不同文化与文明交流互鉴的“第三空间”,助力实现人类文明新形态。

#### (一) 提升“福”文化传播观念

当前,社会各界对数字化传播观念还比较滞后,存在种种顾虑和现实困难。鉴于此,一是激发数字传播动能。有效宣传动员,激发政府部门和非遗传承人数字化转型动力,形成文化数字传播的自觉性。二是提高数字传播素养。组织沙龙活动,为非遗传承人提供合作交流机会,为学生群体提供沉浸式互动体验,提高数字化传播的认知水平。三是提升数字应用技能。借助示范项目,提供给非遗传承人可借鉴的样板,开展内容运营、智能创作、线下交流等短视频创作的系统培训。四是培养公众参与意识。开展创作大赛,鼓励非遗传承人设计承载“福”文化精髓的高质量作品,重塑华人的“福”文化碎片印象,培养公众热爱“福”文化的情怀,构建完整的文化话语体系。

#### (二) 扩大“福”文化传播队伍

“福”文化数字化传播是一个构建社会共同记忆的系统工程,必须要促进多元主体参与,发挥传播主体的广泛性、主动性、创造性。一是激

励民众创意叙事。从多视角创意叙述多元文化鲜明的少数民族地区、沿海地区的风土人情,讲好中国故事。进一步推动“福”文化海外驿站布局,开展AR扫福、说福、弘福、写福、送福系列活动。二是推进“福”文化进校园。鼓励专业技术人员与非遗传承人一起组建数字影音校园推广团队。运用多种形式使“福”文化与中小學生近距离接触,与非遗传承人面对面交流,提升文化自觉意识,如线上线下混合式课程。三是设立民俗体验日。开设线上线下“福”文化民俗体验活动,组织留学生和华人华侨以及当地民众参与,亲身体验“福”文化的深刻内涵,并将视频、图文通过微传播媒介分享,进一步扩大传播效果。四是强化华裔精英受众。将在校大学生、青年学者、著名专家等作为内驱型传播力量,以内驱型大节点影响培育型小节点传播对象,形成立体式良性循环传播。

#### (三) 加强“福”文化内容建设

一是打造文旅产业链。深挖“福”文化内涵,突出“五福”主题,开发有当代价值的、华人喜闻乐见的数字文旅产品,如数字工艺品、手游、数字藏品、数字游园等。借用可复制的创意模型,关联系列非遗产品。二是提炼现代性的形态语言。采用算法决策+非遗场景的智能创作模式,找准中华文明与其他文明间的共振共频点,展示民族内在属性和精神向往,形成海内外华人精神和情感共鸣的文化空间。三是提升展陈可视化水平。借助VR+沉浸式的视听技术多模态呈现“福”文化元素,赋予受众文化“在场”与文化“可感”,从而扩大海外华人的“福”文化圈。四是创设本土化精品节目。以影视和饮食旅游文化为主导,深挖“福”文化历史素材,寻找跨文化“母题”,结合中国式现代化成果并行创新输出;同时积极与当地媒体双向互动,善用“他者”的语言讲述故事,从而建立情感共鸣的可持续机制。

#### (四) 激活“福”文化商业活力

“福”文化数字化传播对带动文化消费、激活商业活力,有着显著作用。一是打造“寿山福海”IP品牌。围绕“寿山福海”吉祥如意,融入建筑、服饰、器具、文玩等,探索非遗项目的数字化精品传播路线,整合多方力量,开发非遗文化IP等,精准匹配用户对象,借助社交平台的热

点话题,引发文化热潮,实现品牌方和IP的价值变现。二是搭建视频直播平台。强势联合跨国华文媒介,将非遗传承人和非遗产品,如福州茉莉花茶传统窰制工艺,登陆直播视频号,用华裔新生代、“峇峇”、当地土著的“可沟通”语言,讲好造福世界故事,保持粉丝互动和高粘性,推动直播带货,实现产品价值转换。三是保驾护航龙头企业。提供政策保障支持,加速科技企业技术创新的同时,推动“国字号”非遗品牌数字化转型升级,如莆田是“中国木雕之城”“中国银饰之乡”“中国古典工艺家具之都”<sup>[4]</sup>,抢抓数字时代跨越式发展机遇,确立中国国际话语权。四是巩固跨境合作成果。开展战略型文化合作,推动行业协会、社会组织共同参与“福”文化国际新兴产业开发。如运动之福、康养之福、度假之福、生态之福等。

#### (五) 加快“福”文化媒介创新

“福”文化是中华文明的抽象符号,需要通过多种媒介进行文化诠释和传播。一是构建全媒体生态链。善用“两微一端”,开设“福”文化专栏和公众号,充分挖掘文化原型价值,适时调整叙事风格,展开交互叙事,以适应碎片化语境内容简明、重点突出的特性,构建华语媒介传播体系。二是举办华文在线学堂。联合当地的华文机构开发“福”文化数字教材、教学资源库、教学App,将华文转化成图片、视频等多模态,利用网络学堂、数字教材,融合生活场景讲述“福”文化故事。三是打造媒介第三空间。TikTok、WeTV等以用户为中心的数字媒体,构建介于真实世界与想象世界相融,兼容现代性和传统性的媒介第三空间。这个数字传播矩阵同时形成一个促进不同文明“文化互化”,实现公平公正、广泛参与、“联通全球”的“数字华流”。四是建设数字博物馆。以“福”文化为轴线,带动线上线下载体博物馆统筹建设,充分运用知识图谱、AR/VR、全息投影、物联网、5G+AI、3D打印等技术,打造数字智慧博物馆。连通用户社交媒体,用积分方式鼓励用户参与情景互动。

#### 参考文献:

[1] 习近平. 在中共中央政治局第十二次集体学习时强调建设社会主义文化强国着力提高国家文化软实力[N]. 人民

#### (六) 促进“福”文化交流互鉴

“福”文化联结着海内外华人的民族情感,是东南亚华人对中华民族认同的基础。一是开展文化交流活动。如建立“福”文化社团、成立“福”文化研究中心、举办“福”文化国际学术研讨会、出版“福”文化研究刊物等,使东南亚华人近距离感受“福”文化,唤醒华人共同的经验、记忆和情感。二是加强文化民间合作。在国际文化产业领域,进一步拓宽官方、智库、媒体等主体与当地民间团体合作,推动“福”文化在地化传播,例如共同举行祭祖巡游活动、捐资助学和扶贫救困活动等。三是开发智能翻译平台。筛选“福”文化互鉴交流的精品资源,开发多模态语言智能翻译平台,为跨语言交流的多语种翻译服务,提升文化传播效果。四是建立数字展示形态体系。根据不同类型非遗的特性以及数字技术标准进行筛选和把关,建立“福”文化三维影像数据库和专题基因库,向公众免费开放。以此形成“福”文化对外交流互鉴方案,面向不同数字场景进行智能传播。例如,在影视媒体的“形”上,借助民族艺术形象化诠释,满足受众期待和审美视野,促进异域受众的文化情感共鸣。

#### 四、结语

在数字时代,数字影音和沉浸式媒体为“福”文化的对外传播提供更多的传播机会。但是,数字化传播是一个多元、复杂的传播体系,海外华人身处多元文化语境,需要考虑到传播内容的多样性、传播媒介的智慧化、展示形态的多元化和传播受众的多重文化认同,在还原文化本真、活态传承的前提下,探索适合海内外华人的跨文化传播模式。以传播“福”文化为契机,讲好中国故事、传播中国好声音,焕发东南亚华人华侨民族认同的精神向心力和凝聚力,提升中华文化软实力,增强海内外华人的文化自信,弘扬中华优秀传统文化,推进人类命运共同体发展,实现文明交流互鉴。

- 日报, 2014-01-01 (1) .
- [2] 卢美松. 福文化概论 [M]. 福州: 福建人民出版社, 2022: 157.
- [3] 张昆, 陈雅莉. 文化多样性与对外传播的差异化战略 [J]. 武汉大学学报 (人文科学版), 2015, 68 (4): 113-121.
- [4] 高焕小. 中国网络媒介使用与文化认同研究 [D]. 西安: 西北大学, 2019: 24.
- [5] Edward TH. The silence language[M]. Surbiton: AnchorPress, 1959: 13.
- [6] 钱穆. 民族与文化 [M]. 北京: 九州出版社, 2012: 3.
- [7] 吴文瀚. 新媒体艺术的技术本源、文化身份与价值表达考量 [J]. 现代传播, 2015, 37 (5): 78-82.
- [8] 本尼迪克特·安德森. 想象的共同体: 民族主义的起源与散布 [M]. 吴叡人, 译. 上海: 上海人民出版社, 2003: 89.
- [9] 张小军. “中华民族共同体”的差序格局及其文化实践 [J]. 广西民族大学学报, 2020 (1): 35-40.
- [10] 习近平. 习近平谈治国理政 [M]. 北京: 外文出版社, 2014: 106.
- [11] 郑晓云. 文化认同与文化变迁 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1992: 105.
- [12] 云杉. 文化自觉文化自信文化自强——对繁荣发展中国特色社会主义文化的思考: 中 [J]. 红旗文稿, 2010 (16): 4-8.
- [13] 殷伟. 中国传统的福文化 [M]. 福州: 福建人民出版社, 2022: 308.
- [14] 福建省炎黄文化研究会. 福建传统的福文化 [M]. 福州: 福建人民出版社, 2022: 187.
- [15] 杨秀芝. 坚定文化自信与铸牢中华民族共同体意识的互构逻辑 [J]. 昭通学院学报, 2022, 44 (1): 3-8.

## The Dissemination and Cultural Identity of "Fu" Culture in Chinese Societies in Southeast Asia in the Digital Era

LIAO Zhongyuan

(School of education, Fuzhou University of International Studies and Trade, Fuzhou 350202, China)

**Abstract:** In the era of cultural fusion, the mimetic environment created by digital media has reshaped the media subjectivity of Chinese people at home and abroad, and has become the main medium for the dissemination of "Fu" culture in Southeast Asia. Under the guidance of the "One Belt, One Road" policy, Chinese in Southeast Asia have become more closely connected with their motherland's culture, and "Fu" culture in digital form has taken root and sprouted in Southeast Asia, opening up a two-way street to tell China's story and make China's voice heard, forming a new type of transmission and reception with unique characteristics. It has opened up a two-way road to tell the Chinese story and make Chinese voices heard, forming a new type of transmission and acceptance relationship with unique characteristics. This fully embodies the value of "Fu" culture in promoting the cultural identity of Southeast Asian Chinese from identity, to national identity, to global identity. In this sense, we try to put forward constructive suggestions in terms of communication concepts, communication subjects, communication contents, communication media, and communication efficacy, with a view to continuously strengthening Southeast Asian Chinese people's sense of identity and belonging to the Chinese nation.

**Key words:** "Fu" Culture; Southeast Asia; cross-cultural communication; cultural Identity; media integration