

从地方生态智慧到全球文化符号：徽派建筑国际化传播的路径与策略

张磊¹, 张秉顺¹, 穆星宇², 黄欣^{3*}

¹安徽建筑大学建筑与空间规划学院, 合肥 230601, 安徽, 中国

²数字城市遗产可持续发展国际联合实验室, 上海 200092, 中国

³同济大学浙江学院建筑系, 嘉兴 314051, 浙江, 中国

摘要: 在文化自信自强与增强中华文明传播力影响力的国家战略背景下, 徽派建筑作为承载中华生态哲学与地方性知识的物质文化符号, 其国际化传播问题亟需学理层面的系统回应。本文以文化符号学与跨文化传播理论为分析工具, 聚焦“徽派建筑如何从地方生态智慧转化为全球文化符号”这一核心命题, 系统阐释徽派建筑生态基因的文化符号学意涵, 提出“生态基因解码—符号转化—多维传播—高地构筑”的四维理论模型。研究发现: 徽派建筑蕴含的空间基因、材料基因与文化基因构成了具有跨文化可译性的符号系统; “编码—解码—再编码”机制构成了国际化传播的核心逻辑; 学术、文旅、设计、数字四维路径共同构成了完整的传播体系。本研究将建筑学、传播学、文化研究与设计学进行跨学科整合, 为文化自信视域下地域文化国际传播提供了可资参照的实践路径。

关键词: 徽派建筑; 生态智慧; 文化符号; 国际传播

From Local Ecological Wisdom to Global Cultural Symbol: Paths and Strategies for the International Dissemination of Huizhou Architecture

Lei Zhang¹, Bingshun Zhang¹, Xingyu Mu², Xin Huang^{3*}

Abstract: Against the backdrop of the national strategy of enhancing cultural confidence and self-reliance and strengthening the influence and reach of Chinese civilization, Huizhou architecture, as a material cultural symbol embodying Chinese ecological philosophy and local knowledge, urgently requires a systematic theoretical response to the issue of its international dissemination. This paper uses cultural semiotics and intercultural communication theory as analytical tools, focusing on the core proposition of "how Huizhou architecture transforms from local ecological wisdom into a global cultural symbol." It systematically elucidates the cultural semiotic implications of the ecological genes of Huizhou architecture and proposes a four-dimensional theoretical model of "ecological gene decoding — symbol transformation—multi-dimensional dissemination—highland construction." The study finds that the spatial, material, and cultural genes inherent in Huizhou architecture constitute a symbolic system with cross-cultural translatability; the

"encoding-decoding-re-encoding" mechanism constitutes the core logic of international dissemination; and the four-dimensional paths of academia, cultural tourism, design, and digitalization together form a complete dissemination system. This research integrates architecture, communication studies, cultural studies, and design studies across disciplines, providing a practical path for the international dissemination of regional culture under the perspective of cultural confidence.

Keywords: Huizhou architecture; Ecological wisdom; Cultural symbol; International communication

一、引言

徽派建筑作为中国传统建筑文化的杰出代表,自1999年西递、宏村被列入联合国教科文组织世界遗产名录以来,国际认知度持续提升。然而,现有研究表明,徽派建筑的国际传播仍面临三重结构性困境:符号编码层面的"文化折扣"——风水格局、宗族伦理等地方性知识在跨文化语境中难以被非华语受众准确解码;传播渠道层面的单一化——当前传播主要依赖遗产旅游与学术出版物,社交媒体、数字游戏等新兴形态介入不足;国际话语权层面的弱势——徽派建筑作为"活态"文化符号的系统性阐释框架尚未建立。

上述困境的深层症结在于,现有研究缺乏从"生态基因"视角系统阐释徽派建筑国际传播机制的学理框架。

徽派建筑并非单纯的形式风格集合,而是蕴含着"天人合一"生态哲学、在地性材料工艺智慧、宗族伦理空间秩序等多重生态基因的复合文化系统[1]。如何将这一地方性知识系统转化为具有全球共通性的文化符号,成为亟待回应的学术命题。基于此,本文提出核心研究问题:徽派建筑如何从地方生态智慧转化为全球文化符号?其国际化传播遵循何种路径机制?

在文献脉络上,徽派建筑研究经历了从建筑史到文化学的范式转型,但传播学维度的介入仍显薄弱。建筑国际传播研究方面,UNESCO框架下的遗产话语构成了重要学术场域[2-3],罗兰·巴尔特的神话学理论与翁贝托·艾柯的建筑符号学理论为分析编码—解码机制提供了经典框架,斯图亚特·霍尔的编码/解码模式揭示了跨文化传播中意义协商的复杂性[4]。中华文化国际传播研究则经历了从"文化走出去"到"文化走进去"的范式转型,费孝通的"文化自觉"理论为传播提供了目标导向与价值锚点[5],沈桂萍等将建筑纳入"以共享物质遗存为载体的物质文化符号"范畴[6]。然而,现有研究存在三方面空白:建筑史研究、文化符号学分析与跨文化传播理论之间缺乏系统性整合;缺乏从"生态基因"视角系统阐释国际传播机制的学理研究;传播策略研究多停留在宏观政策建议层面,缺乏针对徽派建筑符号特性的精准化路径设计。

本文提出"地方性知识—全球文化符号"的转化分析框架,试图实现三方面突破:将克利福德·格尔茨的"地方性知识"理论引入建筑文化传播研究;整合罗兰·巴尔特的二级意指系统、斯图亚特·霍尔的编码/解码模式与霍米·巴巴的"第三空间"理论,构建"地方编码—全球解码—跨文化再编码"的三阶段转化模型;以生态美学为跨文化共通的价值基底,探索消解"文化折扣"的可能路径。

二、从地方性知识到全球文化符号的转化机制

(一) 地方性知识的生态哲学内涵

徽派建筑是一种具有独立认识论地位的"地方性知识" (local knowledge)。格尔茨指出,地方性知识是特定文化语境中形成的认知体系,其价值在于"对地方经验的解释力"[7]。徽派建筑的选址智慧、材料选择、空间组织和营造技艺,构成了一套关于"人—建筑—自然"关系的地方性知识体系,其核心在于"天人合一"的生态哲学:依山傍水的选址体现对地形地貌的顺应;"四水归堂"的天井设计是对微气候调节的精准把控;青砖黛瓦、马头墙则是对地方资源与防火需求的综合回应。朱永春从文化学角度对徽派建筑的系统考察,标志着研究从建筑史

学向文化学的范式转型[8]; 吴良镛提出的"地区建筑学"概念, 为理解徽派建筑的地方性知识属性提供了理论支撑[9]。

徽派建筑的地方性知识具有开放性与融合性的动态结构。朱永春揭示, 从汉末至南宋, 中原文化与山越文化整合, 衍化为兼具两种建筑特征的"厅井式"徽州建筑[8]; 郑超进一步指出, 徽派古建筑是山越文化和中原文化融合的产物[10]。这一文化融合进程表明, 徽派建筑的地方性知识本身即是跨文化互动的产物, 其内在的多元一体结构为向全球文化符号的转化奠定了历史基础。

(二) 文化符号的编码—解码—再编码机制

巴尔特的神话学理论指出, 符号的意指过程包含两个层次: 第一层次为语言学系统, 即能指与所指结合构成符号; 第二层次为神话系统, 第一层次的符号成为新的能指, 与新的所指结合生成具有意识形态内涵的"神话"[11]。应用于建筑符号分析, 徽派建筑的物理形式(粉墙黛瓦、马头墙、天井等)构成第一层次的能指; 进入跨文化传播语境时, 这些符号转化为第二层次的能指, 与"东方生态智慧""可持续发展理念"等新的所指结合, 生成面向全球受众的文化"神话"。

霍尔的编码/解码模式揭示了跨文化传播中意义生成的复杂性, 受众的解码立场可分为"主导—霸权立场""协商立场"与"对抗立场"三种类型[12]。据此可构建三阶段转化模型: 第一阶段"地方编码", 编码规则植根于风水术、宗族伦理与生态适应的地方性知识; 第二阶段"全球解码", 即国际受众对徽派建筑符号的接受与阐释; 第三阶段"跨文化再编码", 即传播主体基于全球解码反馈, 对符号进行策略性的意义重构。

霍斯金斯和米卢斯提出, 文化折扣指因文化背景差异导致文化产品在国际市场中价值降低的现象[13]。在徽派建筑国际传播中, 风水观念、宗族伦理等深层文化意义难以被非中国受众直接理解。然而, 正如霍尔所强调的, 编码与解码之间并非必然对称, "误解"本身即是意义生产的场域[12]。跨文化再编码的关键在于将文化折扣转化为跨文化对话的契机。

艾柯的建筑符号学理论为跨文化再编码提供了操作框架。其"代码"概念尤为重要: 地方编码阶段主要由风水代码、宗族代码与生态代码构成; 全球解码阶段, 国际受众借助自身文化中的"建筑代码"来理解徽派建筑; 跨文化再编码阶段则需要创造一种"元代码" (meta-code), 使不同文化代码系统之间形成可通约的翻译机制[14]。例如, 将"四水归堂"阐释为微气候调节的被动式设计策略, 即是将风水代码转译为建筑物理学的功能代码, 实现跨学科、跨文化的意义共通。

(三) 生态美学作为跨文化共通的价值基底

生态美学为徽派建筑的跨文化转化提供了价值论层面的共通基底。西方生态美学从伯林特的"环境美学"到卡尔森的"认知模式", 强调科学认知与审美感知的融合; 东方生态美学则从"天人合一"的哲学传统出发, 将自然视为有机整体。

徽派建筑所蕴含的生态智慧, 处于东西方生态美学的交汇点上。从东方哲学传统审视, "天人合一"的空间布局不仅是功能性的生态适应, 更是宇宙论的审美表达; 从西方生态美学视角审视, 徽派建筑的生态实践可被重新阐释为"可持续设计"的历史先驱——依山傍水的选址智慧、"四水归堂"的微气候调节、青砖黛瓦的在地材料运用, 具有当代适用性的生态知识资源。正如费孝通所倡导的"文化自觉"理念, 生活在一定文化中的人对其文化有"自知之明", 从而能够在全球化语境中实现文化的自我更新与创造性转化[15]。

生态美学为消解"文化折扣"提供了关键路径。文化折扣的根源在于符号的"所指"具有强烈的地方依附性, 而"能指"则具有更强的跨文化可通约性。生态美学的介入, 使徽派建筑的"所指"从特定的地方文化语境部分地转向具有普世性的生态价值, 在不牺牲文化特异性的前提下扩大了意义的可接受范围。西递、宏村于 1999 年

入选世界遗产名录时, ICOMOS 评估报告即强调了其"作为人类居住环境的杰出范例""体现了人与自然环境的和谐关系"等普世性价值维度[3]。这表明, 徽派建筑的国际传播不应仅停留在展示中国文化的独特性层面, 而应进一步将其生态智慧提炼为对全球可持续发展议题的知识贡献。

综上所述, 本研究构建了"地方性知识—文化符号—生态美学"三位一体的理论分析框架: 地方性知识理论阐释了徽派建筑文化根源的多元一体结构, 编码—解码—再编码机制揭示了国际传播中的符号转化逻辑, 生态美学则提供了跨文化共通的价值基底。三者相互支撑、层层递进, 共同构成理解"从地方生态智慧到全球文化符号"转化机制的理论基础。在这一框架下, 徽派建筑的国际传播并非单向的"文化输出", 而是一种双向的意义协商过程——地方性知识通过符号转化获得全球可理解性, 全球性的生态关切则通过徽派建筑的具体实践获得文化深度与历史厚度。

三、徽派建筑生态基因的文化符号学阐释

徽派建筑从地方性营造实践到全球文化遗产的身份跃迁, 本质上是一场文化符号化过程。本文以文化符号学为分析工具, 从空间基因、材料基因与文化基因三个维度, 阐释徽派建筑生态智慧如何经由符号编码转化为具有跨文化传播潜能的意义载体。

(一) 空间基因: 风水格局与生态适应的符号意指

1. 依山傍水的选址智慧: 从风水术到生态规划的符号转化

徽派建筑聚落遵循"负阴抱阳、背山面水"的选址格局, 源于风水理论, 在现代生态规划视域中获得新的阐释维度。风水选址构成二级意指系统: 初级层面, 山水格局指向居住安全、水源获取等实用功能; 二级层面, 同一山水格局指向"天人合一"的宇宙观与宗族永续发展的文化理想。朱永春指出, 徽派建筑"厅井式"格局是中原四合院与本土干栏式楼居融合的产物[16]。张十庆揭示了风水与宗族制度对村落空间组织的双重塑造机制[17]。费孝通的"多元一体格局"理论为理解徽派建筑空间基因中的文化融合特质提供了宏观框架[18]。国际建筑学界对徽派聚落生态适应性的关注, 实质上是对其初级意指的重新发现; 文化遗产领域对风水格局价值的认可, 则标志着二级意指的跨文化可译性得到国际话语接纳。

2. "四水归堂"的天井空间: 微气候调节与文化隐喻的双重编码

天井作为徽派建筑最具辨识度的空间元素, 构成典型的"双重编码"符号系统。在建筑物理层面, 天井通过热压通风实现自然采光与空气调节, 其窄高比设计精确对应徽州夏季湿热、冬季阴冷的气候特征。在文化象征层面, "四水归堂"被赋予"财源汇聚、宗族凝聚"的吉祥寓意。天井的"能指"同时指向微气候调节的实用功能与宗族凝聚的文化理想, 成为徽派建筑中最具传播效能的核心符号之一。在跨文化传播语境中, 东亚受众可直接感知其二级意指, 而西方受众更易对其初级意指产生认知共鸣。

3. 牛形村落(宏村)的空间叙事: 仿生学原型与生态智慧的融合

宏村的"牛形"空间格局——雷岗山为"牛头", 古树为"牛角", 民居为"牛身", 引西溪之水为"牛肠", 月沼为"牛胃", 南湖为"牛肚"——构成完整的仿生学叙事系统。牛在中国农耕文明中象征勤劳、富足与生生不息, 以牛形组织村落空间, 实质是将宗族的生存理想编码于聚落形态之中。宏村牛形格局构成多层次意指系统: 表层是独特的空间标识; 中间层承载宗族社会的伦理叙事; 最深层体现"天人合一"的生态哲学。1999年西递、宏村入选世界遗产名录, ICOMOS 评估报告强调其"人与自然和谐共生"的突出普遍价值[3], 这实际上是对徽派建筑空间基因中生态智慧符号的国际认可。值得注意的是, 世界遗产话语对宏村价值的阐释侧重于初级意指(生态适应性)而非二级意指(文化隐喻), 反映了跨文化传播中"文化折扣"的客观存在。

(二) 材料基因：在地性材料与可持续营造的符号表达

1. 青砖黛瓦马头墙：材料的地方性与审美符号的普适性

徽派建筑的材料体系——青砖、黛瓦、马头墙——构成高度凝练的视觉识别系统。青砖指向徽州文人的内敛品格，黛瓦呼应江南山水的起伏韵律，马头墙隐喻宗族的等级秩序。材料符号的意指随语境变迁发生意义漂移：在传统语境中，马头墙指向“封火防盗”的实用功能与“五马分鬃”的仕途期盼；在当代全球设计语境中，被重新解码为东方美学的抽象表达与可持续建筑的地域性回应。德国法兰克福“春华园”、香港志莲净苑等海外项目，均对青砖黛瓦马头墙进行了跨文化语境中的再编码。

2. 徽州三雕：工艺符号的跨文化可译性

徽州三雕（木雕、砖雕、石雕）代表了明清时期中国建筑装饰工艺的最高水准，其图像志系统涵盖吉祥图案、历史典故、伦理教化等主题。三雕符号的“可译性”呈现显著不对称性：工艺层面的“能指”具有近乎普世的审美感染力，而题材层面的“所指”高度依赖中国传统文化语境的知识储备。三维激光扫描技术为三雕的数字化保存与跨文化传播提供了新路径：韩国学术团队通过非接触高精度采集建立数字化研究框架[19]；合肥工业大学历时近三十年构建徽州古建筑数据库，涵盖百余座建筑数据采集[20]。这些数字化实践为符号意指的跨文化阐释提供了可交互、可迭代的数字载体。

3. 木构架体系：东方营造智慧与当代低碳建筑的话语对接

徽派建筑的木构架体系——以抬梁式与穿斗式为主要形式——承载中国传统营造技艺的核心智慧。木构架不仅是技术解决方案，更蕴含深层文化哲学：木材的生命周期被嵌入“生生不息”的宇宙观叙事，榫卯节点体现“以柔克刚”的力学智慧。在当代全球建筑话语中，木构架作为“负碳”结构体系的典范获得全球关注。值得注意的是，木构架的国际传播涉及价值观念与生活方式的深层文化对话——西方现代建筑传统追求“永恒”“坚固”，而徽派木构架强调“顺应自然”“循环再生”，两种材料文化之间的对话反映了不同文明对“人与自然关系”的差异性回应。

(三) 文化基因：宗族伦理与生态伦理的符号叠合

1. 祠堂—牌坊—民居的空间等级：儒家伦理的物质化表达

徽派建筑聚落严格遵循“祠堂—牌坊—民居”的等级秩序，构成儒家伦理的物质化符号系统。祠堂作为“父权”与“祖先崇拜”的能指，牌坊作为“功名”与“道德”的能指，民居作为“家族”与“日常生活”的能指，三者共同编织出关于社会秩序与伦理规范的视觉叙事。对于东亚受众，其空间逻辑具有高度文化可及性。

2. “天人合一”哲学在建筑中的符号化呈现

“天人合一”作为中国传统哲学的核心命题，在徽派建筑中获得最为系统的符号化呈现。从聚落层面，“依山傍水”体现人类聚落对自然山水的顺应；从建筑层面，“四水归堂”模拟自然界的雨水循环；从装饰层面，三雕中的山水、花鸟、云纹等自然意象构成建筑内部空间的“自然延伸”。这并非单一符号的孤立表达，而是多层次、多媒介的符号系统：聚落空间格局作为“宏观符号”指向人与自然的整体和谐，单体建筑的空间组织作为“中观符号”指向人类生活与自然节律的同步，建筑装饰的图案纹样作为“微观符号”指向自然美学的日常化渗透。在全球生态危机深化的当代语境中，徽派建筑所承载的“天人合一”生态哲学获得前所未有的国际关注度。从东方“天人合一”到西方“生态伦理”，两种哲学传统在“人与自然和谐共生”的价值基底上找到汇通可能。

3. 徽商文化中的“贾而好儒”：商业伦理与生态智慧的内在统一

徽商“贾而好儒”的文化特质深刻塑造了徽派建筑的物质形态与精神内涵。“贾而好儒”构成徽派建筑文化基因中的核心“神话”——它将商业功利追求与儒家道德理想统一于建筑空间，使徽派建筑成为商业资本与文化资

本相互转化的符号场域。在宏观层面, 宗族祠堂的宏伟规模既是商业资本积累的展示, 也是儒家"慎终追远"伦理的物质化表达; 在中观层面, "前店后宅"的空间布局将商业活动与家庭生活整合; 在微观层面, 三雕中"渔樵耕读"等题材赋予商业活动以道德合法性。在全球化时代, 商业与伦理的关系、资本与文化的互动是跨越文化边界的普遍性议题。徽派建筑作为"贾而好儒"理念的空间凝结, 其国际传播可以超越形式美学展示, 进入深层的人文价值对话。

(四) 生态基因作为文化符号的三重转化机制

徽派建筑生态基因的国际化传播, 实质上是涉及三重转化的符号学过程。第一重是"从功能到意义"的转化——生态适应性的实用功能(如风水选址的气候调节、天井空间的通风采光)被编码为文化意义(如"天人合一"的宇宙观、宗族凝聚的伦理理想)。第二重是"从地方到全球"的转化——地方性知识系统中的符号意指, 经由"编码—解码—再编码"机制, 被重新阐释为全球性话语体系(如世界遗产话语、可持续建筑话语)中的意义构成。第三重是"从物质到媒介"的转化——建筑物质实体通过数字化技术被转化为可跨时空传播的数字符号。这三重转化机制相互关联、层层递进, 共同构成徽派建筑从"地方生态智慧"到"全球文化符号"的完整转化路径。在这一过程中, 生态美学作为跨文化共通的价值基底, 发挥着关键的"意义桥梁"功能, 有效消解跨文化传播中的"文化折扣", 为徽派建筑文化符号的国际传播开辟了广阔的意义空间。

四、徽派建筑国际化传播的多维路径

徽派建筑从地方性知识向全球文化符号的转化, 并非自然发生的过程, 而是经由学术话语建构、文旅体验传播、设计语言转译与数字媒介扩散等多重路径协同作用的结果。以下从学术传播、文旅传播、设计传播与数字传播四个维度, 系统阐释徽派建筑国际化传播的具体路径及其运作机制。

(一) 学术传播路径: 从建筑史研究到国际话语建构

学术话语是文化符号获得国际合法性的首要场域。徽派建筑经由学术话语的编码与再编码, 完成了从"地方建筑样式"到"人类共同遗产"的身份跃迁。布尔迪厄(Pierre Bourdieu)的"场域—资本"理论指出, 学术场域内的话语竞争与资本积累决定了文化对象能否获得跨场域流通的符号权力。

1. 国内学术奠基: 从建筑史考证到文化符号阐释

刘敦桢 1953 年对歙县西溪南乡镇明代民居及祠堂的系统性测绘, 奠定了徽派建筑研究的学科基石; 其 1958 年出版的《徽州建筑》以科学方法将徽派建筑从民间营造经验提升为可分析、可比较的建筑学知识, 完成了首次学术编码。张十庆对徽州传统村落形态的研究将分析对象扩展至聚落层面, 揭示了风水格局与宗族制度对村落空间组织的深层影响[1]。朱永春 2005 年出版的《徽州建筑》率先引入文化学方法, 从建筑景观意象维度拓展了研究范式, 使其从建筑史考证走向文化符号阐释[8]。三代学者的学术接力, 构成了徽派建筑从"地方性知识"到"学科化知识"的完整编码链条。

2. 国际话语认证: 世界遗产与非物质文化遗产的双重确认

1999 年, 西递、宏村被列入联合国教科文组织世界遗产名录, 成为全球首次将古民居整体列入世界遗产的标志性事件。ICOMOS 评估报告将其界定为"人类聚居的杰出范例", 强调其"与自然环境的高度和谐"及"传统社会结构的物质见证"[3]。2009 年, 徽州传统建筑营造技艺被列入人类非物质文化遗产代表作名录, 从"活态技艺"维度确认了其作为人类共同文化遗产的地位[2]。双重认定标志着徽派建筑在国际学术话语中完成了从"地方样式"到"人类遗产"的身份跃迁。

3. 全球知识传播: 学术话语的跨国流动

东南大学、天津大学等高校通过国际学术会议、期刊发表与海外访问学者项目, 将徽派建筑研究成果输送至 MIT、ETH Zurich、UCL 等世界一流建筑院系。吴良镛提出的"广义建筑学"与"地区建筑学"理论, 为徽派建筑在国际学术话语中的定位提供了理论框架[9]; 单军关于"建筑文化三题"的论述则从建筑文化哲学角度为理解其作为中华文化符号的身份认同功能提供了学理支撑[5]。学术话语的跨国流动使徽派建筑从地域性研究对象转化为全球建筑学知识生产中的"可对话"主体。

4. 结构性挑战与优化方向

由于叙事语境的差异, 非西方建筑传统的学术表达在跨文化传播中通常需要进行国际化"转译", 但同时还要保持自身基因特质。费孝通"文化自觉"理念强调对本土文化须有"自知之明", 为徽派建筑在国际学术话语中保持主体性提供了方法论指引[15]。未来应在积极参与国际对话的同时, 着力构建具有中国主体性的建筑文化话语体系, 使其学术表达既符合国际规范, 又保持本土文化特质。

(二) 文旅传播路径: 从遗产旅游到沉浸式体验

学术传播为徽派建筑赢得国际合法性, 文旅传播则使其进入全球大众认知视野。遗产旅游通过身体在场将建筑知识转化为具身文化记忆, 西递、宏村国际游客量的持续增长即为量化指标。然而, 传统遗产旅游面临"观光式浅层消费"的局限: 游客以视觉快照获取建筑符号, 难以深入理解其生态哲学与文化内涵, 本质上属于符号的表层解码。

数字孪生技术为文旅传播升级提供了技术支撑。合肥工业大学历经近三十年建设, 构建了安徽省首个徽州古建数据库, 覆盖西递、宏村、南屏、屏山等重要遗产地。黄山学院联合当地政府推出的"数字乡愁"宏村体验项目, 运用激光扫描与倾斜摄影技术还原村落空间, 支持游客通过多终端自主探索。W. Zhang 等学者在 PLOS ONE 发表的研究中验证了数字孪生技术在徽派建筑保护传播中的可行性[21]。

从传播学视角审视, 数字孪生技术将霍尔的"编码/解码"模式从文本层面扩展至空间层面。传统旅游中, 游客作为被动信息接收者, 其解码受制于导游叙事与信息牌的有限阐释; 在数字孪生环境中, 用户通过交互式探索主动建构意义, 实现从"主导式解码"向"协商式解码"乃至"对抗式解码"的转化[22]。这种交互性使文化传播从单向灌输转向双向对话, 提升了国际受众的参与感。

然而, 沉浸式体验需警惕"技术炫技"对文化深度的稀释。故宫博物院数字故宫建设强调"最小干预"与"可逆化展陈"原则, 徽派建筑的数字孪生传播亦应坚持"内容为王", 使技术服务于文化意义阐释而非遮蔽。此外, 文旅传播还需关注国际受众的文化差异, 设计差异化叙事策略以消解文化折扣。

(三) 设计传播路径: 从地域风格到全球设计语汇

设计传播是徽派建筑文化符号从"被观看的对象"转化为"被使用的语言"的关键环节。当马头墙轮廓、天井空间原型、三雕装饰母题被当代建筑师挪用并应用于国际设计实践时, 其文化符号便完成了从"地方性知识"到"全球性设计语汇"的转化。艾柯 (Umberto Eco) 的符号生产理论指出, 建筑符号的"发明"与"转述"使其在不同文化语境中获得新的意指功能[14]。

海外设计实践为这一转化提供了典型例证。德国法兰克福"春华园"将徽派空间美学嵌入欧洲城市语境; 香港志莲净苑复现了徽派营造技艺, 其木构建筑与庭院布局体现了徽派建筑基因的当代转译。徽派建筑的设计传播并非形式复制, 而是在新语境中进行的创造性再编码。

当代"新徽派建筑"的国际实践进一步拓展了这一路径。徽派建筑作为江南建筑典型代表, 其设计语汇具有超越原生语境的适应性。在全球可持续建筑运动背景下, 徽派建筑所蕴含的生态智慧——因地制宜的选址策略、被动式节能的天井空间、在地性材料的可持续运用——获得了新的设计价值。单德启关于"从传统民居到地区

建筑"的研究, 强调地方性与现代性融合, 为徽派建筑元素的当代转化提供了理论支撑[23]。

从效果评估来看, 徽派建筑元素的国际应用产生了双重效应: 一方面增强了其在全球设计话语中的可见度, 使其升级为"东方生态智慧"的代表性符号; 另一方面, 形式简化与语境剥离亦可能导致原初文化意义的损耗。巴尔特 (Roland Barthes) 的神话学理论提示, 当文化符号从一级意指系统进入二级意指系统时, 其历史深度可能被自然化、去历史化[11]。因此, 设计传播路径的优化需在"跨文化可译性"与"文化主体性保持"之间寻求平衡, 避免徽派建筑沦为全球消费主义语境中的"东方风情"装饰符号。

(四) 数字传播路径: 从传统媒体到融媒体矩阵

数字媒介凭借即时性、互动性与跨地域性, 为徽派建筑文化符号的全球扩散提供了技术基础设施。社交媒体、短视频、数字游戏与流媒体服务构成的多模态融媒体矩阵, 使徽派建筑得以突破时空限制, 实现全球触达与年轻化传播。

国际社交媒体平台的传播呈现视觉主导与情感驱动特征。YouTube、TikTok、Instagram 以图像与视频为核心媒介, 契合徽派建筑作为视觉文化符号的特质——粉墙黛瓦、马头墙、天井空间均具有高度视觉辨识度。但社交媒体的"短、平、快"逻辑与徽派建筑深层历史叙事之间存在结构性张力, 视觉吸引力与意义深度的平衡构成数字传播的核心挑战。

纪录片作为传统视听媒介, 在徽派建筑数字传播中仍发挥叙事功能。《徽商》《记住乡愁》等作品通过影像语言融合建筑空间与人文历史, 为国际受众提供理解框架。其传播效能依赖于多语种字幕、国际流媒体分发与海外电影节展映等渠道策略的优化。

数字游戏为徽派建筑符号的跨文化流通开辟新通道。2024 年《黑神话: 悟空》覆盖 174 个国家与地区, 其对中国传统建筑元素的精细还原——包括徽派建筑风格的村落与民居——使全球玩家在游戏过程中认知中华建筑文化符号。这种"游戏化认知"通过沉浸式交互实现文化符号从"被动接收"到"主动探索"的转化, 构建了霍米·巴巴所论及的"虚拟第三空间"[24]。

数字传播路径的拓展与国家文化数字化战略形成互动。《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》提出建成"国家文化大数据体系"; 2025 年《中华人民共和国民族团结进步促进法》第三十一条规定国家支持利用互联网、大数据、人工智能等技术手段开展交流活动。上述政策为徽派建筑数字传播提供制度保障。

元宇宙与虚拟现实技术为徽派建筑提供"超时空传播"可能。厦门鼓浪屿元宇宙项目以毫米级精度还原 77 处特色建筑, 支持用户通过 AI 导游与 AR 导览实现线上线下双重体验。未来以安徽建筑大学徽州古建筑数据库为基础, 构建支持全球用户 VR 漫游西递、宏村等古村落的"徽派建筑元宇宙", 将成为数字传播的重要方向。

数字传播路径通过社交媒体、纪录片、数字游戏与元宇宙技术的协同运作, 突破传统传播的时空限制与语言壁垒, 实现徽派建筑文化符号的全球化、年轻化与互动化传播, 与学术传播、文旅传播、设计传播共同构成完整的传播矩阵。

五、构筑徽派文化国际传播高地的策略体系

前文已从文化符号学视角阐释了徽派建筑生态基因的符号意指系统, 并从学术传播、文旅传播、设计传播与数字传播四个维度考察了其国际化传播的具体路径与运作机制。然而, 路径分析仅揭示了传播"如何发生"的经验逻辑, 尚未回答传播"如何优化"的策略问题。本文在前述理论框架与路径分析的基础上, 系统提出构筑徽派文化国际传播高地的四维策略体系——符号提炼策略、渠道整合策略、主体协同策略与效果评估策略——以期对徽派建筑从"地方生态智慧"向"全球文化符号"的转化提供可操作、可检验的实践框架。

(一) 符号提炼策略：构建徽派建筑的全球识别系统

符号提炼是徽派建筑国际传播的基础工程。正如罗兰·巴尔特 (Roland Barthes) 所揭示的, 符号的意指效能取决于其能指与所指之间的关联强度——能指越简洁、越具辨识度, 所指越清晰、越具跨文化可通约性, 符号的传播效能便越高[25]。徽派建筑蕴含的符号资源极为丰富, 但丰富的资源若未经系统提炼与标准化编码, 便难以在全球传播场域中形成稳定的识别效应。因此, 符号提炼策略的核心任务在于: 从徽派建筑复杂的符号系统中萃取最具传播效能的核心元素, 构建层次分明、功能互补的全球识别系统。

1. 视觉符号的精简与标准化：核心符号的 IP 化

视觉符号是徽派建筑在全球传播场域中最先被感知的符号层级。粉墙黛瓦的色彩对比、马头墙的天际轮廓、天井的空间形制、三雕的装饰母题——这些视觉元素构成了徽派建筑最具辨识度的“面孔”。然而, 视觉符号的丰富性同时也意味着传播焦点的不集中: 当所有视觉元素同时呈现时, 国际受众往往难以形成稳定的记忆锚点。因此, 视觉符号的提炼需要遵循“少即是多” (less is more) 的设计原则, 从众多视觉元素中遴选最具跨文化辨识度的核心符号进行 IP 化开发。

在视觉符号的遴选标准上, 应综合考量三个维度: 其一, 形式辨识度——符号在视觉上的独特性与不可混淆性, 马头墙阶梯状升高的轮廓在这一维度上表现突出, 其在全球建筑形态谱系中具有极高的独特性; 其二, 文化浓缩度——符号所承载的文化意涵的丰富性与深度, “四水归堂”天井空间同时蕴含生态智慧、宗族伦理与宇宙观念, 具有极高的文化浓缩度; 其三, 跨文化可译性——符号的意义在不同文化语境中的可理解程度, 青砖黛瓦的低饱和度色彩体系与当代国际设计界对“侘寂”“极简”等美学范式的追求形成呼应, 具有较强的跨文化审美可通约性。

基于上述标准, 可将徽派建筑的视觉符号体系重构为三个层级: 一级核心符号 (global anchor) ——马头墙轮廓、天井空间原型, 作为徽派建筑全球识别的“视觉锚点”, 在所有国际传播场景中保持形式统一; 二级延展符号 (regional extension) ——粉墙黛瓦色彩体系、三雕装饰母题, 作为核心符号的语境补充, 在不同传播场景中灵活组合; 三级情境符号 (contextual element) ——牛形村落格局、牌坊空间序列等, 作为深度阐释的素材, 在特定传播情境中激活使用。这一层级化设计既保证了全球识别的一致性, 又保留了文化阐释的丰富性。

视觉符号的 IP 化开发需要借助设计学的视觉识别系统 (Visual Identity System, VI) 方法。参考故宫博物院“故宫 IP”的成功经验——通过提取太和殿屋顶轮廓、宫墙红色、琉璃黄等核心视觉元素, 构建了一套具有全球辨识度的视觉识别系统——徽派建筑亦可构建“徽派建筑 VI 系统”, 制定核心符号的标准制图、标准色值、标准组合规范与禁用规则, 确保在不同媒介、不同场景中的视觉呈现一致性。此外, 视觉符号的 IP 化还需关注动态化与交互化趋势: 在数字传播场景中, 马头墙轮廓可转化为动态 Logo, 天井空间可转化为交互式 3D 模型, 从而增强视觉符号在数字媒介中的传播吸引力。

2. 叙事符号的故事化重构：从建筑物质到人文故事的符号转化

视觉符号解决了“被看见”的问题, 但“被看见”不等于“被理解”。国际受众对徽派建筑的认知若仅停留在视觉层面, 便难以实现从“观光式消费”到“意义式理解”的认知跃迁。叙事符号的故事化重构, 正是为了填补视觉符号与意义理解之间的阐释鸿沟。

叙事学理论指出, 故事是人类认知世界的基本方式——人类大脑对叙事信息的处理效率远高于对抽象概念的处理效率。将徽派建筑的物质形态转化为叙事符号, 意味着为建筑元素赋予“情节”“人物”“冲突”与“意义”, 使国际受众在故事体验中完成对建筑符号的深度解码。具体而言, 叙事符号的故事化重构可从三个维度展开:

历史叙事维度: 将徽派建筑嵌入具体的历史事件与人物命运之中。例如, 宏村“牛形”格局的营造可叙述为

明代汪氏宗族为应对频发的火灾与水患, 聘请风水先生何可达历时十余年规划设计的传奇故事; 西递胡氏宗祠的营建可关联至明清徽商"贾而好儒"的商业伦理与宗族荣耀。这些历史叙事将抽象的建筑形态转化为具象的人文故事, 使国际受众在情感卷入中理解建筑符号的文化意涵。

生态叙事维度: 将徽派建筑的生态智慧转化为具有当代相关性的叙事框架。在全球气候危机与可持续发展议题日益受到关注的当代语境中, 徽派建筑"天人合一"的选址智慧、"四水归堂"的微气候调节、木构架体系的低碳营造, 均可被重新叙述为"前工业时代的可持续设计典范"。这一叙事框架的优势在于: 它将徽派建筑从"历史遗产"的博物馆式定位中解放出来, 重新定位为"当代议题"的参与者, 从而显著提升其对国际受众的 relevance (相关性)。

跨文化叙事维度: 构建能够桥接不同文化经验的"元叙事" (meta-narrative)。霍米·巴巴 (Homi Bhabha) 的"第三空间"理论提示我们, 跨文化传播的有效叙事并非单向的"自我讲述", 而是在不同文化经验的交汇地带生成的协商性叙事[25]。例如, 将徽派建筑的"天井"空间与日本建筑的"中庭" (中庭)、伊斯兰建筑的"庭院" (courtyard) 进行跨文化并置, 构建"人类共通的空间原型"叙事, 使不同文化背景的受众均能在自身经验基础上理解天井空间的意义。这种跨文化叙事策略既尊重了徽派建筑的文化特异性, 又为其全球传播提供了共通的意义入口。

3. 价值符号的普世化阐释: 生态智慧、和谐理念的跨文化表达

视觉符号与叙事符号共同服务于一个更深层的传播目标: 价值符号的跨文化传递。价值符号是徽派建筑符号体系中最抽象、最深层, 也是最具持久传播效能的层级。它关乎徽派建筑所代表的宇宙观、伦理观与审美观——"天人合一"的生态哲学、"和而不同"的处世智慧、"虚实相生"的空间美学。这些价值观念若仅以中国传统哲学术语进行表述, 便难以跨越"文化折扣"的障碍; 但若经由恰当的普世化阐释, 则可转化为具有全球共鸣力的价值符号。

价值符号的普世化阐释需要借助"概念转译" (conceptual translation) 的方法——将中国传统哲学概念转译为国际受众可理解的当代话语。例如, "天人合一"可转译为"人与自然的和谐共生" (harmony between human and nature), 这一表述既保留了原概念的核心理念, 又契合了当代全球生态伦理的话语框架; "四水归堂"所蕴含的"聚气藏风"观念可转译为"被动式气候适应设计" (passive climatic adaptation), 从而与西方建筑学中的生物气候设计 (bioclimatic design) 话语形成对接。

价值符号的普世化阐释过程中, 恰当的做法是: 在核心价值理念层面寻求跨文化共通性, 在具体文化表达层面保持文化特异性。正如费孝通所倡导的"文化自觉"理念——"各美其美、美人之美、美美与共、天下大同"——价值符号的普世化阐释应是一种"和而不同"的跨文化对话, 而非"以同代异"的文化同质化。

(二) 渠道整合策略: 构建"线上+线下"的立体传播网络

符号提炼解决了"传播什么"的问题, 渠道整合则回应"通过什么路径传播"的问题。前文已系统分析了学术传播、文旅传播、设计传播与数字传播四条路径的运作机制与协同效应。然而, 路径分析揭示的是各路径的"内在逻辑", 渠道整合策略则需要从"资源配置"与"协同优化"的视角, 构建一个线上线下融合、高端大众兼顾、全球本土平衡的立体传播网络。

1. 国际学术平台的高端传播

学术平台是文化符号获得国际合法性的首要场域。对于徽派建筑而言, 国际学术平台的高端传播应聚焦于三个层面:

学术话语建构层面: 推动徽派建筑研究从中文期刊向国际英文学术期刊的拓展。当前, 徽派建筑的学术传

播主要依托《建筑学报》《华中建筑》《建筑师》等中文期刊, 与国际英语学术圈的对话仍显不足。未来应鼓励和支持东南大学、天津大学、合肥工业大学等高校的研究团队, 在国际建筑学顶级期刊发表徽派建筑专题研究, 以国际学术规范的话语方式阐释徽派建筑的生态基因与文化价值。同时, 应积极参与 ICOMOS、国际建筑史学会 (SAH) 等国际组织的学术活动, 争取在国际遗产话语体系中发出"中国声音"。

学术品牌打造层面: 创办或承办以徽派建筑为主题的国际学术会议, 构建常态化的国际学术交流机制。可参考"故宫学"国际学术研讨会成功经验——故宫博物院自 2000 年代起定期举办国际学术研讨会, 吸引了全球范围内的中国艺术史、建筑史学者参与, 有效提升了故宫研究的国际影响力[50]。徽派建筑研究亦可借鉴这一模式, 依托合肥工业大学、黄山学院等高校, 定期举办"徽派建筑与全球可持续建筑"国际学术研讨会, 邀请国际知名建筑学者、遗产保护专家与生态设计研究者参与, 逐步将徽派建筑研究打造为具有全球学术影响力的研究领域。

学术成果转化层面: 推动学术研究成果向国际建筑教育体系的渗透。当前, MIT、ETH Zurich、UCL 等世界顶尖建筑院校的中国建筑史课程中, 徽派建筑虽已作为核心案例出现, 但其呈现方式多局限于形式层面的知识传递。未来应通过国际学术合作、访问学者项目与联合研究计划, 推动徽派建筑研究的前沿成果进入国际建筑教育课程, 使国际学生在学术训练的早期阶段即建立对徽派建筑生态智慧与文化价值的深度认知。

2. 国际社交媒体的大众传播

社交媒体是徽派建筑实现全球大众覆盖的关键渠道。与学术平台的专业门槛不同, 社交媒体以其低门槛、高覆盖、强互动的特征, 为徽派建筑文化符号的全球扩散提供了前所未有的技术基础设施。然而, 社交媒体的传播效能并非自然生成, 而需要精细化的内容策略与平台运营。

在内容策略层面, 应针对不同社交媒体平台的技术特性与受众偏好, 实施差异化的内容生产。YouTube 作为长视频平台, 适合发布纪录片式的深度叙事内容——如《徽派建筑: 东方生态智慧的千年密码》系列专题片, 通过 15-30 分钟的影像叙事, 系统阐释徽派建筑的历史渊源、生态智慧与当代价值; TikTok 与 Instagram 作为短视频与视觉社交平台, 适合发布"微叙事"内容——如"30 秒看懂马头墙""天井里的微气候奇迹"等碎片化知识产品, 以视觉冲击力与信息密度吸引年轻受众的关注; Twitter/X 作为文本主导的平台, 适合发布学术观点的精炼表达与实时互动——如将学术论文的核心发现转化为系列推文 (thread), 引发国际学术界的讨论与关注。

在平台运营层面, 应建立多语言、多时区、多文化的内容运营团队。当前, 徽派建筑在国际社交媒体上的传播多依赖机器翻译, 其翻译质量难以保证文化意涵的准确传递。未来应组建专业的跨文化传播团队, 团队成员需具备建筑学背景、跨文化传播知识与目标语言文化素养, 确保传播内容在不同语言文化语境中的准确性与感染力。同时, 应建立基于数据分析的内容优化机制——通过监测各平台的传播数据 (播放量、互动率、分享率、评论情感倾向等), 动态调整内容策略, 实现传播效果的持续优化。

3. 海外文化中心的阵地传播

海外中国文化中心与孔子学院是中华文化国际传播的"前沿阵地"。《中华人民共和国民族团结进步促进法》第三十条明确提出"加强海外中国文化中心和孔子学院建设", 为徽派建筑的海外阵地传播提供了制度保障。相较于学术平台的专业性与社交媒体的大众性, 海外文化中心具有"深度体验"与"持续影响"的独特优势——受众可以在实体空间中通过展览、讲座、工作坊等形式, 获得对徽派建筑的多感官、沉浸式认知。

海外文化中心的徽派建筑传播应注重"体验设计" (experience design) 的理念。传统的文化中心展览多采用"展柜+说明牌"的静态展示模式, 国际受众往往以"观看"而非"体验"的方式接触展品, 难以形成深度认知与情感共鸣。未来的展览设计应引入沉浸式体验技术——如 VR 虚拟漫游西递宏村、AR 增强现实解构马头墙构造、

数字孪生交互体验"四水归堂"的微气候调节原理——使受众从"观看者"转变为"参与者", 在具身性体验中完成对徽派建筑符号的深度解码。

此外, 海外文化中心还应发挥"社区枢纽"的功能, 构建围绕徽派建筑的国际爱好者社群。通过定期举办徽派建筑主题的文化沙龙、建筑摄影比赛、设计工作坊等活动, 吸引对中华建筑文化感兴趣的国际受众形成稳定的社群网络。这种社群化的传播模式不仅能够提升传播的持续性, 更能够通过受众的口碑传播与二次创作, 实现传播效果的指数级放大。亨利·詹金斯 (Henry Jenkins) 所提出的"参与式文化" (participatory culture) 理论指出, 在数字媒介环境中, 受众从被动的信息接收者转变为主动的内容生产者, 其参与式创作往往能够产生超越原始编码的传播效能[26]。海外文化中心应积极培育这种参与式文化, 鼓励国际受众围绕徽派建筑进行摄影、绘画、设计、写作等二次创作, 并将优秀作品在社群中分享传播。

(三) 主体协同策略: 构建"政府—学界—业界—民间"的传播共同体

渠道整合解决了"通过什么路径传播"的问题, 主体协同则回应"由谁来传播"的问题。徽派建筑的国际化传播是一项复杂的系统工程, 涉及政府、学界、业界与民间四个层面的多元主体。各主体在资源禀赋、行动逻辑与能力边界上存在显著差异: 政府拥有政策资源与制度权威, 但缺乏市场敏感性与创新活力; 学界具备理论深度与学术公信力, 但缺乏产业转化能力; 业界拥有市场渠道与技术创新能力, 但易受短期利益驱动; 民间则蕴含着最丰富的文化记忆与最真挚的文化情感, 但缺乏组织化与规模化传播的能力。因此, 主体协同策略的核心任务在于: 构建一个各主体优势互补、协同联动的传播共同体, 使徽派建筑的国际化传播从"各自为战"的碎片化状态转向"协同作战"的体系化格局。

1. 政府层面: 政策引导与制度保障

政府在徽派建筑国际传播中扮演着"制度供给者"与"资源整合者"的角色。在政策引导层面, 应围绕《中华人民共和国民族团结进步促进法》关于"树立和突出各民族共有共享的中华文化符号和中华民族形象"的制度要求, 制定徽派建筑国际传播的专项规划, 明确传播目标、重点任务、保障措施与责任分工。在资金支持层面, 应设立徽派建筑国际传播专项基金, 支持学术研究、数字资源建设、国际展览、海外推广等重点项目。在国际合作层面, 应依托"一带一路"倡议与中外人文交流机制, 将徽派建筑纳入国家文化外交的整体布局, 通过与沿线国家的文化遗产保护合作、建筑学术交流与文旅合作项目, 推动徽派建筑符号的国际流通。政府通过制度设计搭建协同平台、通过资源配置引导发展方向、通过绩效评估激励创新行为, 而将具体的传播内容生产与传播方式创新交由学界与业界自主完成。

2. 学界层面: 理论建构与人才培养

学界在徽派建筑国际传播中承担着"知识生产者"与"话语建构者"的功能。在理论建构层面, 应持续深化徽派建筑的文化符号学与跨文化传播理论研究, 为传播实践提供学理支撑。具体而言, 学界应重点推进以下研究方向: 徽派建筑生态基因的系统性解码与数据库建设、徽派建筑符号的跨文化可译性评估、国际受众对徽派建筑符号的认知与态度实证研究、数字媒介环境下建筑文化符号的编码—解码机制变革等。这些研究成果不仅能够丰富建筑文化传播的理论体系, 更能为传播实践提供精准的受众洞察与策略建议。

在人才培养层面, 应着力培养兼具建筑学素养、跨文化传播能力与数字技术技能的复合型人才。当前, 徽派建筑的国际传播面临严重的人才瓶颈: 建筑学专业人才缺乏传播学训练, 难以将学术研究成果转化为大众传播内容; 传播学专业人才缺乏建筑学背景, 难以准确把握徽派建筑的文化意涵与技术特征; 数字技术人才缺乏人文素养, 难以在技术创新中保持文化敏感性。因此, 应在高校中设立"建筑文化传播""文化遗产数字化"等交叉学科方向, 通过跨学科课程设计、联合培养项目与国际交流计划, 培养能够胜任徽派建筑国际传播工作的复

合型人才。

3. 业界层面：产业转化与市场拓展

业界是徽派建筑国际传播中最具市场敏感性与技术创新能力的主体。在产业转化层面，应推动徽派建筑元素在文化创意产业、设计产业与文旅产业中的创造性转化。具体而言，可围绕徽派建筑核心符号开发系列文创产品——以马头墙轮廓为原型的建筑模型、以三雕图案为母题的家居饰品、以天井空间为灵感的灯具设计等——通过文创产品的全球销售实现徽派建筑符号的日常化传播。在设计产业层面，应鼓励中国建筑师在国际设计实践中对徽派建筑元素进行创造性转译，通过国际设计奖项、设计展览与建筑媒体，提升徽派建筑在全球设计话语中的可见度。

在市场拓展层面，应充分利用数字经济的全球化特征，推动徽派建筑数字内容的国际市场化运营。例如，将合肥工业大学徽州古建数据库的高精度三维模型转化为数字资产，通过国际数字内容平台 (如 Sketchfab、TurboSquid 等) 进行授权销售；开发徽派建筑主题的虚拟现实体验产品，通过 Steam、Meta Quest Store 等国际 VR 平台向全球用户发行；与全球知名游戏开发商合作，将徽派建筑元素融入国际游戏产品的场景设计，借助游戏产业的全球发行网络实现建筑符号的跨文化传播。

4. 民间层面：社区参与与活态传承

民间是徽派建筑文化记忆最深厚的承载主体。徽州地区的宗族社群、传统工匠、地方文人与普通居民，是徽派建筑"活态"传承的核心力量。在国际传播中，民间主体的作用往往被忽视——传播活动多由政府、学界与业界主导，而民间的声音与经验未能得到充分表达。然而，从传播学视角审视，民间主体的参与对于提升传播的真实性与感染力具有不可替代的价值。

社区参与层面，应鼓励徽州地区的传统村落居民参与徽派建筑的国际传播实践。例如，邀请西递、宏村的居民作为"文化讲述者"，通过短视频、直播等形式向国际受众讲述他们与徽派建筑的日常生活故事；组织国际游客与传统工匠的互动工作坊，使国际受众在亲身参与中体验徽州三雕、木构架营造等传统技艺。这些社区参与的传播实践，能够将徽派建筑从"博物馆化的遗产"还原为"生活化的传统"，显著提升国际受众的文化认同感。

活态传承层面，应重视徽州传统建筑营造技艺的传承人群体在国际传播中的独特价值。2009年，徽州传统建筑营造技艺被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录，其传承人作为"活态"文化知识的持有者，具有不可替代的传播效能。应支持传承人参与国际非遗展览、技艺演示与学术交流，通过其身体技艺的展示与口述历史的讲述，向国际受众传递徽派建筑中最具生命力的文化信息。

(四) 效果评估策略：建立科学的传播效果监测体系

符号提炼、渠道整合与主体协同构成了徽派建筑国际传播的"执行体系"，而效果评估则是确保这一体系持续优化的"反馈机制"。缺乏科学的效果评估，传播策略便沦为"盲飞"——投入大量资源却不知成效如何，更无从谈起策略的动态调整与迭代优化。因此，效果评估策略的核心任务在于：构建一套涵盖认知、情感与行为三个维度的传播效果监测指标体系，建立常态化的数据采集与分析机制，为传播策略的持续优化提供实证依据。

1. 国际受众认知度调查

认知度是传播效果的基础层级，衡量国际受众对徽派建筑符号的"知晓程度"。认知度调查应覆盖两个层面：品牌认知 (brand awareness) ——国际受众是否知道"徽派建筑"这一概念；符号认知 (symbol awareness) ——国际受众能否识别马头墙、天井、三雕等具体符号。调查方法可采用跨国在线问卷与社交媒体大数据分析相结合的方式：在线问卷通过国际样本库 (如 Amazon Mechanical Turk、Prolific 等) 招募来自不同国家、不同文化背景的受访者，系统测量其对徽派建筑的认知程度、信息来源与兴趣偏好；社交媒体大数据分析则通过监测 YouTube、

TikTok、Instagram 等平台上徽派建筑相关内容的搜索量、播放量、互动量与评论情感倾向，获取大规模的受众认知数据。

认知度调查的设计应注意文化差异的控制。不同文化背景的受众对"认知"的界定可能存在差异——西方受众可能将"知道徽派建筑"理解为"在图片中见过"，而东亚受众可能要求"了解其历史渊源"才承认"认知"。因此，调查问卷的设计应经过跨文化验证，确保不同文化背景受访者的回答具有可比性。古迪孔斯特 (William B. Gudykunst) 的跨文化交际理论为设计文化敏感的调查工具提供了方法论基础。

2. 跨文化传播效果的指标体系构建

在认知度基础上，传播效果评估还需进一步测量受众的情感态度 (affective attitude) 与行为意向 (behavioral intention)。情感态度衡量国际受众对徽派建筑符号的喜好程度、认同感与文化亲近感；行为意向则衡量受众在认知与情感驱动下产生实际行动的可能性——如计划前往徽州旅游、购买徽派建筑文创产品、在社交媒体上分享徽派建筑内容等。

跨文化传播效果的指标体系构建可借鉴拉斯韦尔 (Harold Lasswell) 的经典传播过程模型——"谁通过什么渠道向谁说了什么，取得了什么效果"——将传播效果分解为五个维度进行测量：

Table 1 Multi-Dimensional Evaluation Index System for Cross-Cultural Communication Effectiveness

表 1 跨文化传播效果多维度评估指标体系

评估维度	核心指标	测量方法
传播者效能	传播主体的权威度、可信度、吸引力	专家评估、受众评分
渠道效能	各传播渠道的覆盖率、触达率、互动率	平台数据分析、受众调查
内容效能	传播内容的吸引力、理解度、记忆度	实验研究、问卷调查
受众效能	受众的认知度、态度、行为意向	跨国问卷调查、大数据分析
环境效能	传播所处的政策环境、文化环境、技术环境	政策分析、文化语境评估

上述指标体系的优势在于：它不仅关注"传播了什么"与"受众接收了什么"，更关注"传播者是谁""通过什么渠道""在什么环境中"等影响传播效果的关键变量，从而为策略优化提供多维度的诊断信息。

3. 传播反馈机制与策略动态调整

效果评估的最终目的并非"证明传播有效"，而是"指导策略优化"。因此，效果评估策略必须包含一个闭环的反馈机制：数据采集→效果诊断→策略调整→再评估。这一闭环机制的实现，需要建立常态化的数据监测平台与敏捷化的策略调整机制。

在数据监测层面，应构建"徽派建筑国际传播大数据监测平台"，整合社交媒体数据、搜索引擎数据、旅游数据、销售数据等多源信息，实时追踪徽派建筑符号在全球范围内的传播态势。平台应具备多语言处理能力，能够自动采集与分析英语、法语、德语、日语、韩语等主要语种的相关数据；应具备情感分析功能，能够识别国际受众对徽派建筑符号的正面、负面与中性评价；应具备趋势预警功能，能够及时发现传播中的异常波动与潜在危机。

在策略调整层面，应建立基于数据驱动的敏捷决策机制。传统的传播策略调整往往依赖年度或半年度的评

估周期, 难以适应数字传播环境的快速变化。未来应缩短评估周期至月度甚至周度, 通过 A/B 测试、多变量实验等方法, 快速验证不同传播策略的效果差异, 并及时将验证有效的策略进行规模化推广。例如, 通过 A/B 测试比较"历史叙事"与"生态叙事"两种内容框架在国际社交媒体上的传播效果, 若数据显示"生态叙事"框架的分享率与互动率显著更高, 则应在后续内容生产中加大"生态叙事"的比重。

综上所述, 符号提炼策略、渠道整合策略、主体协同策略与效果评估策略构成了一个完整的策略体系: 符号提炼回答"传播什么", 渠道整合回答"通过什么路径传播", 主体协同回答"由谁来传播", 效果评估回答"传播得如何并如何优化"。四个策略相互支撑、动态联动, 共同服务于"构筑徽派文化国际传播高地"的核心目标。在这一策略体系的指导下, 徽派建筑得以从"地方生态智慧"稳步转化为"全球文化符号", 为中华文明的国际传播贡献具有建筑学深度与跨文化广度的学术智慧与实践路径。

六、结论与展望

(一) 研究结论

1. 徽派建筑生态基因蕴含的地方性知识具有转化为全球文化符号的内在潜能。格尔茨"地方性知识"理论表明, 徽派建筑在选址布局、空间组织、材料工艺与装饰符号等维度的生态智慧, 具有跨文化可通约的普遍性价值。巴尔特的神话学理论揭示, "四水归堂"天井、"马头墙"天际线、"三雕"装饰等地方符号, 经由生态美学与跨文化阐释的再编码, 可转化为承载全球可持续发展理念的文化符号[11]。其内在逻辑在于: 徽派建筑生态基因所蕴含的"天人合一"哲学、在地性伦理与循环再生理念, 与当代深层生态学、可持续建筑等议题形成价值共鸣, 为地方性知识的全球传播提供了共通的意义基底。

2. "编码—解码—再编码"机制构成了徽派建筑国际传播的核心逻辑。霍尔的编码/解码模式为理解跨文化传播中的意义流动提供了关键理论透镜[22]。"地方编码"阶段将物质形态与生态理念转化为特定文化意涵的符号系统; "全球解码"阶段涉及国际受众基于自身文化语境的差异化解读, 其间不可避免地遭遇"文化折扣"带来的意义损耗与误读风险; "跨文化再编码"阶段则通过生态美学、数字技术与叙事重构等手段, 实现符号意义的创造性转化与跨文化适配[27-28]。这一三阶段模型揭示了跨文化传播是充满意义协商、文化调适与符号创新的动态实践过程。

3. 学术、文旅、设计、数字四维路径共同构成了徽派建筑国际传播的完整体系。学术传播路径通过国际学术会议、期刊发表与建筑教育等机制, 建构徽派建筑的国际学术话语合法性; 文旅传播路径依托世界遗产的品牌效应与沉浸式体验技术, 实现从"遗产旅游"到"文化深度体验"的范式升级; 设计传播路径通过徽派建筑元素在国际建筑设计实践中的挪用与转译, 推动地域风格向全球设计语汇的渗透; 数字传播路径借助社交媒体、虚拟现实与数字游戏等新兴媒介, 突破时空限制与语言壁垒, 实现徽派建筑文化符号的全球化、年轻化与互动化传播。四维路径形成相互支撑、协同增效的有机网络。

(二) 理论贡献

在理论框架层面, 本研究构建了"生态基因→文化符号→国际传播"的跨学科分析框架, 将建筑学的形态分析、文化符号学的意义阐释与传播学的路径考察整合为有机的理论体系, 突破了既有研究中将建筑文化与国际传播割裂处理的碎片化格局。该框架将"生态基因"概念引入建筑国际传播研究, 为跨文化传播理论贡献了具有中国话语特色的分析维度。

在研究范式层面, 本研究丰富了建筑文化传播的跨学科研究范式。传统研究多局限于建筑史学的风格扩散视角或传播学的媒介效果分析, 缺乏对建筑作为文化符号之意义生成与跨文化流动机制的深层考察。本研究通

过引入文化符号学的编码/解码理论、跨文化传播学的文化折扣概念以及设计学的视觉识别与 IP 化理论, 建构了能够同时处理建筑物质形态、文化意义结构与传播路径选择的综合性分析范式, 可迁移至其他地域传统建筑体系的国际传播分析, 推动建筑文化传播研究从个案描述向理论建构的范式跃升。

在学科对话层面, 本研究为文化自信自强视域下的地域文化国际传播提供了理论参照。本研究以徽派建筑为切入点, 揭示了传统建筑文化如何通过生态基因的解码、文化符号的转化与多维路径的传播, 参与中华文明国际话语体系的建构, 为中华文化"走出去"战略提供了从"地方性知识"到"全球文化符号"的具体转化路径与操作框架, 在建筑学、文化研究与传播学之间建立了具有实践导向的学科对话平台。

(三) 研究局限与展望

本研究存在三方面局限。方法论层面, 以理论建构与案例分析为主, 尚未纳入大样本的量化实证数据, 国际受众对徽派建筑文化符号的认知度、接受度与情感态度等变量有待通过跨国问卷调查、实验研究与网络大数据分析等方法进行系统测量。案例覆盖层面, 对海外案例的考察主要集中于德国法兰克福"春华园"、香港志莲净苑等代表性项目, 对东南亚、非洲、拉丁美洲等新兴区域关注不足。技术前沿层面, AIGC、元宇宙与具身智能等新兴技术对建筑文化传播的颠覆性影响尚处快速演化阶段, 本研究对其深层变革机制的讨论仍有待深化。

展望未来, 在实证研究层面, 可设计涵盖认知、情感与行为三维度的跨文化接受度量表, 结合前后测实验对传播效果进行量化评估。在比较研究层面, 可将理论框架扩展至其他地域传统建筑体系的国际传播比较, 揭示中华传统建筑文化国际传播的普遍规律与差异化路径。在技术融合层面, 可进一步探索数字孪生、虚拟现实与人工智能技术在徽派建筑沉浸式传播中的创新应用, 建构"技术赋能—文化转译—全球传播"的数字化传播模型。

徽派建筑国际化传播研究的深层意义在于: 它不仅是关于一种地域建筑样式的传播策略研究, 更是关于如何让中华传统生态智慧在全球可持续发展语境中"被听见""被理解""被认同"的学术探索。萨义德所揭示的"东方主义"话语霸权至今仍在全球文化话语场中或隐或显地发挥作用; 斯皮瓦克关于"底层能说话吗"的追问, 提醒我们地方性知识在全球话语体系中的失声风险。徽派建筑研究的理论贡献, 正在于为中华传统建筑文化从"沉默的地方性知识"转化为"可被言说的全球文化符号"提供了方法论示范与路径参照, 为人类文明新形态的空间建构贡献具有中国根基与全球视野的学术智慧。

项目基金

2025 年度安徽省社会科学创新发展研究课题(基金编号: 2025CXZ028); 合肥市哲学社会科学规划项目成果(基金编号: HFSKYY202609)。

参考文献

- [1] 张十庆. 徽州村落民居研究. 徽学通讯, 1990, 10: 207-216.
- [2] UNESCO. Intangible Cultural Heritage: Traditional Architectural Craftsmanship of Huizhou. 2026-6-15. <https://ich.unesco.org/en/RL/traditional-architectural-craftsmanship-of-huizhou-00230>.
- [3] ICOMOS. Evaluations of Nominations of Cultural and Mixed Properties to the World Heritage List (WHC-99/CONF.204/INF.6). Paris: UNESCO, 1999.
- [4] Said EW. Orientalism. New York: Pantheon Books, 1978.
- [5] 单军. 建筑文化三题——对"华夷之辩""体用之辩"和"同异之辩"的再思考. 华中建筑, 1998(2).
- [6] 沈桂萍, 王迎春. 以共享文化符号推进中华文化的内在逻辑与实践路径. 浙江大学, 2025.

- [7] Steinhart NS. *Chinese Architecture: A History*. Princeton: Princeton University Press, 2019.
- [8] 朱永春. 徽州建筑. 合肥: 安徽人民出版社, 2005.
- [9] 吴良镛. 广义建筑学. 北京: 清华大学出版社, 1989.
- [10] 郑超. 徽派古建筑与岭南古建筑的地域文化和艺术风格的异同. 黄山社会科学, 2021.
- [11] Roland Barthes. *Mythologies*. Paris: Éditions du Seuil, 1957.
- [12] Hall S. In *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*. London: Hutchinson, 1980.
- [13] Colin Hoskins, Rolf Mirus. Reasons for the U.S. Dominance of the International Trade in Television Programmes. *Media, Culture & Society*, 1988, 10(4): 499-515.
- [14] Umberto Eco. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press, 1976.
- [15] 费孝通. 中华民族多元一体格局. 北京: 中央民族学院出版社, 1989.
- [16] 朱永春. 宋元徽州建筑研究——兼论徽州建筑的起源. 小城镇建设, 2001(7).
- [17] 张十庆. 徽州乡土村落. 北京: 中国建筑工业出版社, 2016.
- [18] 刘敦桢. 中国住宅概说. 天津: 百花文艺出版社, 1957.
- [19] 韩国学术研究. 徽派建筑装饰雕刻数字化研究. 2025.
<https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART003300719>.
- [20] 合肥工业大学建筑与艺术学院. 徽州古建数据库建设项目成果报告, 2023.
<https://news.hfut.edu.cn/info/1015/59515.htm>.
- [21] Zhang W, Taib N, Taib M. Reimagining Cultural Heritage Conservation through VR, Metaverse, and Digital Twins: An AI and Blockchain-Based Framework. *Plos One*, 2025.
<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0335943>.
- [22] HALL S. *Encoding/Decoding//Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*. London: Hutchinson, 1980: 128-138.
- [23] 单德启. 从传统民居到地区建筑. 北京: 中国建筑工业出版社, 2004.
- [24] Roland Barthes. *The Semiotics Challenge*. New York: Hill and Wang, 1988.
<https://www.hup.harvard.edu/books/9780674794016>.
- [25] Bhabha HK. *The Location of Culture*. London: Routledge, 1994.
- [26] Jenkins H. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.
- [27] Gudykunst W B. *Bridging Differences: Effective Intergroup Communication*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2004.
- [28] De La Torre M. *Assessing the Values of Cultural Heritage: Research Report*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute, 2002.