

中国文化的海外传播路径研究

——以高校为载体的对外传播途径

丁芳芳^①

[摘要] 中国文化的海外传播是中国重要的文化工作,受到了社会各界的密切关注。它
可以大大提升中国的文化竞争力,让世界了解和认识中国的悠久文化,而高校具有自己的独特
优势,应精心设计相关教学内容,构筑中国文化海外传播的高校路径。

【关键词】 中国文化和海外传播；高校路径

Approaches to the Dissemination of Chinese Culture Abroad by Universities in China

Ding Fangfang

【Abstract】 The dissemination of Chinese culture abroad is an important cultural work of China, which has received close attention from all walks of life. It can greatly enhance China's cultural competitiveness, allowing the world to understand and recognize China's ancient culture. Universities have their own unique advantages, so they should carefully design relevant teaching content to build a university path for the dissemination of Chinese culture abroad.

中国文化的海外传播是中国重要的文化工作,受到了社会各界的密切关注。它可以大
大提升中国的文化竞争力,让世界了解和认识中国的悠久文化。

由于国际政治环境的不断变化,“中国文化走出去”的工作正面临着更加复杂的局面。
因此,就对外文化艺术交流活动的推广来说,亟须新的方法和新的途径。国家曾多次指出中
国文化走向世界,须开展多渠道、多形式、多层次的对外文化交流,创新对外宣传方式和方
法。党和国家领导人在国内外多种重要场合多次强调并明确指出,对外文化交流活动要健
立多层次人文合作机制,搭建更多合作平台,开辟更多合作渠道,推动教育合作,扩大互派
留学生规模……在文化、体育、卫生领域,要创新合作模式,推出务实项目。

这些精神的阐述启示我们,要让中国文化走出国门,就必须“走出去”——第一次是经济层面的输出
人、文化的风靡传播要走一步一个脚印的模式。中国有众多一流水平的高校,国际留学生的数量

① 作者简介:丁芳芳,南京大学海外教育学院副教授,研究方向主要为中西现代戏剧史及汉语国际教育。

巨大。本文从高校途径的独特视角,在跨文化传播的理论基础上,深入研究高校如何充分利用自身优势,和国内一流文化机构及国外著名高校合作,加强留学生的中国优秀文化体验。

目前许多对外文化传播活动已取得了丰硕的成果和巨大的国际影响,相关研究也较深入,但有关中国优秀文化海外传播不足之处的研究,对大学生的文化自觉、文化自信、文化认同等的影响力还有待加强。

二、研究方法

目前许多对外文化传播活动已取得了丰硕的成果和巨大的国际影响,相关研究也较深入,但有关中国优秀文化海外传播不足之处的研究,对大学生的文化自觉、文化自信、文化认同等的影响力还有待加强。

4. 文化价值观走出去意识不足。文化的核心是价值观念,文化要真正地走出去,就必须有先进的文化价值观支撑,这对中国文化传播而言,至关重要(陈雷、王海燕 2015;于小植 2016,于丹 2014 等)。

前期研究表明,因为种种原因,中国文化走出去的高校路径研究仍相当不足。针对现有研究不尽,赵春认为,中国的对外文化艺术传播战略更需要重视传播学专业领域知识,综合力打造更多样的文化传播方式。中国有很多学者对中外大学学术合作有各自的研究,本文将重点研究高校传播途径如行政精英和学者传播物语和舆论宣传,扬强自身的地域优势,区域行动,而不仅仅是宏观传播,加强与国内外高校最新的区域艺术机构的合作,构建中国文化传播的新途径。

目前国内的许多高校,特别是著名高校不仅长期负责所在大学的留学生教学工作,还负责许多项国际合作事宜,而且通常也是国家“一带一路”建设和“文化走出去”战略的重要承办单位,也大都和国外著名高校建立了多层次长期的合作关系,特别是和“一带一路”沿线国家的主要大学及其孔子学院,已有多年较好的合作办学基础。这些,都是中国文化传播中应充分利用的有利条件。

笔者认为,对于中国文化的海外传播来说,以高校为重要路径的新模式具备独特优势,着重表现在以下几方面:

1. 有利于利用高校自身的优势,共建学术研究平台,帮助中国对外文化艺术传播活动的顺利进行,同时也有助于提升中国文化的传播效果。
2. 有利于鼓励中国对外文化艺术传播活动充分利用国内外高校合作关系,构建多校

的华大学者尤其是其中的文化精英密切合作,借助他们对海外文化的了解和巨大的国际影响力,选择用外国人熟悉的方式进行中国特色文化的传播活动,以起到事半功倍的效果。

3. 有利于在中国文化的对外传播活动中加深国外民众对于中国特色文化内容的深入理解,从而有更好的传播效果。中国的特色文化资源非常丰富,在全世界范围内有盛名。以江苏为例,拥有昆剧这样的世界级“非物质文化遗产”和苏州评弹等国家级“非物质文化遗产”,这些极富地方特色的文化内容对外国人来说不经过一定的学习难以获得较深入的理解。因此,中国的特色文化板块可以实现合作,对留学生开展定向课程,讲述给留学生理解富有特色的中国地方文化,并和一流艺术机构合作加强中国特色文化的实践性课程教学,只有深刻对这些讲授中国特有文化遗产的内容价值和历史品位,才能让艺术传播活动真正走进外国友人心里。

4. 有利于加强与政府部门、历史文化名城和文化企业的深层次合作,鼓励高素养学生积极参与所在城市的公共文化服务,打造城市文化名片。

5. 有利于如旅游发达的教育系统携手合作共赢,通过建设教育校企合作、数据共享MOOC课程,建立国内外文化传播网络平台,使中国对外文化传播的海外传播弱项得到更多支持。

6. 有利于充分发挥利用高校文化优势,帮助现有中国语言的文化传播进行理论研究与创新,创造有创意的文化核心产品。

三、具体的高校路径分析

笔者认为,在充分研究高校优势的基础上,应将这些优势充分转化为路径。中国文化海外传播的高校途径,是在于将高校的日常教学活动和国家的“文化走出去”战略密切配合,和世界一流高校合作,建立全方位、多层次的战略合作伙伴关系。概括起来主要有以下几条:

1. 和国外著名大学合作,建立双边或多边的中国文化研究的国际科研合作平台。

2. 加强学校相关国际化课程建设,建设国内一流的中国文化特色课程。

3. 在留学生中大力弘扬中国优秀传统文化,帮助留学生对中国优秀传统文化进行深入研究。

4. 加强教学人员的长期合作交流。包括邀请大学相关中国文化课程著名教授来学院访问研讨。

5. 举办中国文化国际会议。

目前在各大学日常工作接触留学生最多的是国际汉语教师,他们不仅是语言的传播者,更应是中国文化的传播者,应主动积极地完善自身的知识结构,提升综合素质,把培养学生的跨文化传播能力与意识也作为课堂教学的重要目标。

四、结语

综上所述,本文构建了中国对外文化传播的路径。笔者认为,国际化课程应成为中国文化海外传播的重要路径。

二、国内高校在开展对外文化传播活动中应如何和海外高校及国内文化机构合作执行道路

文化的国际化课程呢？下文将以中国文学课程为例来具体说明这一路径。

中国现当代文学经典的海外传播是中国文化在海外传播的重要一环。相关研究和各种

文化部门的积极介入。近年来，在“中国当代文学百部精品对外译介工程”“中国文学海外传播工程”的推动下，中国现当代文学作品已通过各种途径广泛地传播到世界各地。

但目前中国文学海外传播还存在一些问题，如传播渠道单一、传播方式陈旧、传播效果有限等。

中国文学作品在海外传播时，应充分考虑海外读者的文化背景和阅读习惯，选择合适的传播策略。

首先，要注重作品的翻译质量。翻译是文化传播的关键环节，优秀的翻译能够更好地展现作品的内涵和价值。

其次，要注重作品的推广宣传。通过各种途径和平台，让更多的人了解中国文学作品，激发他们的阅读兴趣。

最后，要注重作品的传播渠道。除了传统的纸质书和电子书外，还可以通过网络平台、社交媒体等新兴渠道进行传播。

总的来说，中国文学作品在海外传播时，需要综合考虑多方面的因素，才能取得更好的传播效果。

但目前中国文学作品在海外传播时，还存在一些问题，如传播渠道单一、传播方式陈旧、传播效果有限等。

因此，我们需要不断创新和改进传播策略，以更好地传播中国文学作品。

教师应根据本课程教学特点,利用精心编排的练习形式凸显教学重点。在学习中国文学作品时,要有意识地设置富有中国文化内涵的知识点来引导学生进行实际文化练习。讲授人物时,教师可以将人物生平经历与相关背景知识结合起来,通过对比分析,帮助学生深入了解该人物的文化背景。

此外,部分人物与他们的生平经历相比,更需要通过文字的阅读和分析,帮助学生深入理解其中的文化内涵。因此,教师在相关练习设置中可引导学生注意通过文字,并借助现代多媒体的影像资料,充分理解人物交际行为的文化背景、成因和内涵等,发掘其文化载体和传播功能,并设置相应文化情境,以角色对话、小品、情景剧等形式供学生练习。以上几种做法是培养其跨文化交际能力的重要途径。

五、意义

积极探索中国文化海外传播的高校途径,是对近年来国家文化发展政策的积极响应。

通过高校途径探索中国文化海外传播,能为高校提供更多的应用性对策,使中国的对外文化传播活动更具精准性,真正从“走出去”变成“走进去”。

参考文献

- [1] 陈林. 中国文化“走出去”调查与思考[J]. 群众, 2013(9).
- [2] 余朝江. 中国对外文化传播的路径选择——基于“走出去”的视角[J]. 中国传播学者, 2013(1).
- [3] 吴卫民, 石裕祖. 中国文化“走出去”路径探析[J]. 学术探索, 2006(6).
- [4] 陈晓红. 全球化语境下欧美媒体跨文化传播策略研究[J]. 西部广播电视, 2016(2).
- [5] 陈晓红. 全球化背景下中国传媒跨文化传播策略[J]. 中国记者, 2002(3).
- [6] 陈晓红. 全球化背景下中国传媒跨文化传播策略[J]. 中国传媒大学学报:现代传播, 2012(6).