

中国文化海外传播的高校路径探析

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;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 endeavor in China, which has attracted close attention by all the circles of the society. Such dissemination is expected to greatly enhance China's cultural competitiveness and help the world understand China's time-honored culture. In their advantageous positions, colleges and universities in China should spare no efforts in designing relevant teaching content and blaze a new trail for the promotion of Chinese culture abroad.

[Key Words] Chinese culture; Dissemination; Colleges and universities trail

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建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;要推动教育合作,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,推动务实项目。

这些精辟的阐述启示我们,近几年留学生规模(特别是“一带一路”沿线国家)将继续扩大,文化的国际传播须进一步创新合作模式。中国有众多一流水平的高校,国际留学生人数

^① 作者简介:丁芳芳,南京大学海外教育学院副教授,研究方向主要为中国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,加深留学生的中国特色文化体验,加强对海外国家的文化背景研究,帮助中国文化机构打造一流文化产品,向世界阐释、推介更多具有中国特色、蕴含中国智慧的优秀文化,以进一步提高中国文化的国际影响力,进一步加强中国文化的海外传播工作。

一、研究现状

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。在相关研究中,特别是有关中国文化海外传播不足之处的研究,对本文很有启发。现列举如下:

1. 文化产品输出较为随机,整体策略欠缺,缺少有创意的核心产品仍是文化对外推广的软肋。
2. 文化传播的区域国别意识不明显。
3. 传播活动的后续研究不够多,对文化产品到达别国之后,关于当地媒体和民众的反响如何的研究还不够。
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,就必须帮助外国人了解其中的文化奥秘。由于缺乏对内在文化精神的持久传播,文化的深度阐释不够,因而缺乏深层意义或价值论意义上的文化走出去(以上研究成果综合汪信砚 2016,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。针对现有的不足,笔者认为,中国的对外文化艺术交流活动宜更具备国际视野和全球意识,须合力打造更有创意的文化传播方式。中国有很多著名高校和国外一流学校有密切合作关系,本文将重点研究高校层面如何按照国家和省市的整体部署和统筹安排,根据自身的地缘优势、区域优势、历史积淀和学科优势,加强和国内外高校及所在区域艺术机构的合作,构建中国文化海外传播的新路径。

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及各项国际合作事宜,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高校路径。

二、高校路径的优势

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,搭建学术研究平台,帮助中国对外文化艺术传播活动培养区域国别概念,实现“外外有别”的精准的分众传播。
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途径,和海外名校

的华人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过程中加深国外民众对于中国特色文化内容的深入理解,以达到更好的传播效果。中国的特色文化资源优势明显,在全世界可谓享有盛名。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,中国的特色文化机构可和高校合作,对留学生开设特定课程,帮助他们系统地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,只有有针对性地讲授中国特色文化产品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,鼓励高校留学生积极参与所在城市的公共文化事务,打造城市文化名片。

5. 有利于和蓬勃发展的数字网络科技平台合作,利用发达的高校网络,建设相关MOOC课程,建立国内外文化传播网络基地,使中国对外文化活动的海外传播拥有更多路径。

6. 有利于充分利用高校文化优势,围绕有中国特色的文化符号进行理论研究,协助打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. 建立长期的校际交流机制。包括互派学生进行短期学习交流;派老师到世界一流大学听课学习;就中国文化课程的设置、教学内容选择、学生反馈情况等进行深入研究。
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中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有意识地作为课堂教学的重要目标。

四、路径建设举例

限于篇幅,本文将集中论述课程路径。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。

国内高校在中国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以打造跨

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。相关研究和各种文学交流活动正在蓬勃展开,其中,既有创作界、海内外评论界和翻译界积极参与,又有国家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”等项目的推动下,海外兴起中国现当代文学传播热潮,著名高校选修这门课的学生和各种相关研究项目也越来越多,成为一个独特而重要的中国文化海外传播的途径。

“中国现当代文学作品选读”课程在海内外高校教学中备受重视,国内被国家汉办指定为汉语言专业必修课程。就学历教育而言,北京大学、北京语言大学、复旦大学等国内二十余所著名高校都将中国现代文学课列为汉语言专业本科学历生的必修课(吴成年,2006)。在国外高校特别是北美著名高校,该课程也常常被列为针对第二语言学习者的必修课程或学习中国现代文学文化最重要的选修课程,其在高层次的针对第二语言学习者的本科生学历教育及进修生学习中已占有相当重要的位置。

海内外特别是北美的顶尖高校中国现当代文学课程教学对象中潜藏着未来跨文化传播的精英人群。从入学数据和学生背景可以分析出,这部分人群数量虽少,却具有较好的教育背景,并且对中华文化有浓厚兴趣,可以预期,若精心培养,假以时日,定能在未来的海外中国文学与文化传播工作中发挥极重要的作用,产生重大影响。

但由于此课程在语言和文化方面的特有难度,课程建设亟待加强。相比于其他课程,文学作品是民族文化的重要载体。民族文化的许多不同方面,如地理知识、民间习俗、宗教观和社会价值观等,在文学作品中常有丰富具体、细致入微的形象化体现。通过引导外国学生对这些作品的细致研读,不仅可以让学生接触到更具书面色彩的文学性语言,也可培养其文化习得能力,从而有助于其克服“文化休克”“文化震荡”等问题。这是文学作品语言和其他类型的汉语教学材料相比所独具的优势。正因如此,文学作品的教学更应成为文化海外传播的重要途径。

综合以上各种因素,对中国境内留学生和境外以中文为第二语言的学习者来说,中国文学课程可以成为中国文化海外传播的重要途径。在教学过程中,除传统的文学教学外,更应将中国文化的传播作为教学重点,精心设计教学内容和教学方式,以培养学生对中国文化的了解,达到传播中国文化的目的。在讲解和分析中,除了对中国现当代文学基础知识进行介绍,还要针对对外汉语学习者特有的学习背景和学习需求,注重突出中国现当代文学的世界性和独特性。针对第二语言学习者的学习难度,可简要介绍中国现当代文学的概况和文学史知识,并精心选择不同时期和不同文体的代表性作家,文字和视频介绍相结合,以帮助学习者较充分地了解中国现当代文学的概况和经典作品。具体方法包括:

1. 重视教学问题的设计

在设计教学问题时,要注意提出一些既具跨文化色彩,同时又与教学本质内容最为相关并且有操作性的问题,以引导学生对于中国文化的理解,培养其跨文化交际能力。也就是说,设计的问题不能像针对中国学生的文学史学习那样,仅仅偏于文学史知识、作家生平或文学背景及文本分析,如有关鲁迅小说的问题不能仅仅集中在什么是《呐喊》与《彷徨》的主题、应该怎样理解《狂人日记》中“吃人”一词的含义、结合具体作品谈谈鲁迅小说的艺术成就等方面。这类问题大多要求有相关的文学史背景知识,对于初、中级的第二语言学习者来

说,往往难度偏大。应有意识地降低难度,设计出更易于留学生回答并不涉及过多文化和文学背景的问题。

2. 重视文化知识点练习的设计,重视教学问题中的中国文化内涵

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交际文化练习。选取文学人物形象鲜明能提供大量丰富、生动的中国文化,包括哲学文化、饮食文化、服装文化、音乐文化等范本,并且具有在特定情境下大量的细节描写的文学作品,这些非常有利于第二语言学习者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配合。以著名文化大省江苏省为例,其省内各国来华留学生人数众多,引导他们充分理解中国特色文化,并通过他们加强对其所在国家、特别是与江苏经济密切相关国家的文化传统、价值取向和民众文化接受心理等情况的综合研究,可为江苏省及中国的对外文化艺术传播活动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”。

总之,国内高校应和世界一流大学及相关教学机构结成国际化合作伙伴,和国内相关院校密切合作,结合本校及兄弟院校的学科特色,紧密围绕国家文化建设重点任务,制订切实可行的课程和工作规划,从而真正建设出中国文化传播的有效的高校路径,为更好地完成中国文化向全世界传播做出自己的贡献。

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] 徐耀新. 发挥中国文化优势推进“一带一路”战略[J]. 新世纪图书馆, 2017(4).
- [3] 郭霖. 推动南京文化产业“走出去”的对策建议[J]. 中国政协, 2016(12).
- [4] 叶南客, 李程骅. 如何打造中国文化产业的“升级版”[N]. 新华日报, 2015-9-15.
- [5] 吴卫民, 石裕祖. 中国文化“走出去”路径探析[J]. 学术探索, 2008(6).
- [6] 吴然. 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).
- [7] 陈嫵如, 陈安全. 全球化背景下中国传媒跨文化传播策略[J]. 中国记者, 2002(3).
- [8] 张景云, 杨彬, 何昕. 基于传播心理距离论的品牌跨文化传播策略[J]. 中国传媒大学学报: 现代传播, 2012(6).