

文化外宣的创新研究与实践

李琳

西北工业大学外国语学院, 陕西 西安
Email: lixingood2001@163.com

收稿日期: 2021年7月12日; 录用日期: 2021年8月20日; 发布日期: 2021年8月26日

摘要

中国向现代化转型进程中,在“国家竞争力”的尺度上有了根本性的变化。在全球化语境中,中国文化应该实现从“文化拿来”走向“文化互动”,讲好中国故事构成了文化外宣的重要内容。在地球村时代,如何科学合理、又以能让对方接受的方式宣传阐释本土文化是提高文化外宣效果的核心任务。为了完成这一任务,首先有必要提高每一位公民对本土文化的认知,自信和宣传意识与能力。与此同时,开辟全新的宣传路径,挖掘新颖的外宣内容,利用现代的宣传方式等构成了新时代我国文化外宣的创新局面。

关键词

文化外宣, 创新研究

The Innovation Research on Promoting Publicity of Chinese Culture

Lin Li

School of Foreign Studies, Northwestern Polytechnic University, Xi'an Shaanxi
Email: lixingood2001@163.com

Received: Jul. 12th, 2021; accepted: Aug. 20th, 2021; published: Aug. 26th, 2021

Abstract

Chinese culture needs advance publicity especially when the whole country has been transforming into a modern civilized nation. As a major part of soft power, publicity of domestic culture could facilitate the carrying on and realization of “the Belt and Road Initiative”. Under the context, every Chinese people has to improve the concept and confidence toward his own culture as well as the consciousness and competence of promoting the culture publicity, which must offer innovation to our traditional government-shouldered task of overseas-targeted publicity. Meanwhile, originality

on how and what to promote has to be given emphasis to improve the efficiency of publicity.

Keywords

Overseas-Targeted Publicity, Innovation Research

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

现代西方发达国家在物质文化和制度文化的某些方面确实相对较为先进、成熟，从而导致了在中西文化的交流中东方文化几乎失语，尤其是传统中国文化相对于西方文化几乎“失语”的局面。包括传统文化在内的中国文化急需解决对外宣传的难题。对外宣传绝不仅仅是简单的翻译和说教，面对新时代，利用新媒体，宣传新花样，文化外宣应该多渠道创新，才能一点点提高中国文化在全球文化中尤其是与西方文化对话中的地位。在一带一路的战略目标指引下，我们又提出了“讲好中国故事”这一更加通俗易懂的外宣主题，旨在推动普通民众的外宣意识并提高国外受众对我国文化外宣的认可度。

2. 文化外宣的作用和意义

文化外宣是以文化为载体，以国外受众为主要对象，向世界宣传介绍中国文化、国情的对外宣传工作[1]。在“一带一路”的战略背景下，文化外宣的重要意义不言而喻。翻译、跨文化交际等均是文化外宣的主要构成部分。后疫情时代，国际局势和政治环境愈发复杂且变化莫测，文化外宣的影响力更加凸显。

文化外宣面对国外的人民大众，以促进文化交流和对话为目的，从而在国外民众心中建立中国文化的良好形象，使其对中国国家及人民整体产生良好的印象，最终提高我国的文化软实力。文化外宣同时也以知识性为主要内容和任务，不仅能满足国外民众对异域文化的求知和探索需要，还能通过这种认知和了解潜移默化树立中国文化在海外的正面形象。正如我们国人在了解咖啡文化的过程中逐渐被其吸引，对咖啡文化从一开始的猎奇到后来的有所了解，直至现在星巴克遍布大街小巷深入人心，随着国人对咖啡文化的喜爱，我们对西方文化的排斥和浅薄的崇洋心态也得到了有一定的纠正。借由知识性的文化外宣，我们既可以介绍传统文化的精华，也可以强调我国现代化建设中的新成果。文化宣传的内容能跨越政治、语言、地缘的阻碍，逐渐渗透到社会生活的各个领域。通过持之以恒、坚持不懈的文化外宣，树立中国文化的正面良好形象，才能提高我国文化软实力，促进一带一路战略目标的实现。文化外宣是一个开放体系，我们在宣传介绍自己文化精髓和新成果的过程中，也必然会吸收其他文化的新成果，并且不断丰富发展壮大自己。

3. 传统方式文化外宣的发展瓶颈

传统方式的文化外宣以官方宣传为主体，国内民众对我们的官方宣传给与绝对信赖。但是国外的受众却恰恰相反，他们更相信民间的宣传，认为民间的宣传更客观、公正并且可信。这种传播主体上的认知差异导致我国对外宣传的效果不尽如人意，对外宣传的发展受到了一定的制约。在不同的语言文化背景下，确定文化外宣的内容尤为重要。例如：中西方文化对祖先的敬畏与重视程度完全不同，这就导致我们在对外宣传中总强调泱泱华夏上下五千年的优秀文化成果，而这些可能是西方人不喜欢关注的。又

比如我们的文化认可以点带面以及名人效应，但是国外受众更愿意观察普通人的日常生活。这些认知上的不对称就导致了交流障碍，信息传递的不通畅，即我们喜欢讲的可能没人爱听。另外，在政治体制和意识形态差异的背景下，我们对外宣传的方式没有进行适应性调整。传统的说教讲解式宣传过于依赖语言载体，导致我们国内的大批民众因为语言能力不过关而不能参与其中，这也导致我们的文化外宣主要依赖官方发声。如前所述，民间的宣传声音太小，力度太弱，导致文化外宣在国外受众心中的可信度降低。最后，现代技术手段的蓬勃发展已经带领我们进入了“地球村”时代，我们的对外宣传手段也要与时俱进，充分利用好现代多媒体技术与网络社交媒体，逐渐渗透式地宣传我们的文化精髓，树立自己的正面形象，提高国家的文化软实力。

4. 文化外宣的创新研究与实践

目前要讲好中国故事，急需解决“谁来讲”，“讲什么”以及“怎么讲”的问题。党的十九大报告指出：“中国特色社会主义文化，源自于中华民族五千多年文明历史所孕育的中华优秀传统文化，熔铸于党领导人民在革命、建设、改革中创造的革命文化和社会主义先进文化，植根于中国特色社会主义伟大实践。”^[2]一方面，中华民族有着五千多年的文明史，中华文化有着十分深厚的历史积淀、广博的思想内涵，其独特的价值观念和思想精髓，是我们生存、发展、壮大的根基。另一方面，近代社会以来，特别是由于洋务运动的失败、外敌入侵等一系列重大事件，中华优秀传统文化历经了多次磨难，导致传承逐渐弱化，优秀传统文化在文明发展中处于缺失的状态，影响了国民价值的取向。因此，坚持传统文化的特色，增强中华文化的认同感，进而实现中华文化的伟大复兴，向世界各国各民族宣传并展示我们的文化力量，保卫我们的文化价值，就成为当前社会主义文化建设所面临的关键问题。创新机制是促进我国文化外宣效率、提高我国文化软实力、讲好中国故事的一大保障。

4.1. 突破传统的宣传主体

首先，我们需要明确“讲好中国故事”是每一个有跨文化交际机会的公民应努力践行的义务。基于历史事实和现阶段社会主义文化建设的现状，我们应该努力提高全民的文化外宣意识，鼓励大家充分利用每一次跨文化交际的机会加强本土文化的对外宣传，利用好民间的宣传主体，提高我国对外文化宣传在国外受众心中的接受和认可程度。新鲜的外宣主体，必将为文化外宣注入新鲜的血液，带来创新的动力，在不同层次的对外交流中面对形形色色的国外受众进行有效的文化外宣，讲好中国故事。民间主体的文化外宣可以从以下角度入手切实提高自身“讲好中国故事”的能力。

每一位公民都可以成为对外宣传的大使，民间文化外宣并不一定需要流畅的外语能力，我们的肢体语言，我们的专业能力，我们的礼貌待人，我们的着装打扮和精神面貌都可以成为一张张精致的“中国名片”，通过这些名片，我们优秀的传统文化和社会主义建设的新成就都会逐步潜移默化渗透进国外受众的心中，从而树立中国文化的正面良好形象。从这一任务出发，每一位公民都应该在对外交流的过程中用入乡随俗的标准要求自己的言行举止，如不要在公共场合高声谈笑，与此同时逐渐摒弃改正一些不良习惯和做法，尤其要加强提高个人诚信度，遵纪守法，不懂就问，不贪小便宜。我们尤其应该认真学习日韩等临近远东国家在文化外宣中所作的努力和工作，每位公民都能帮助树立良好的国民形象，这是进一步文化交流对话和文化外宣的基础。日本文化在西方民众心中可接受程度高，这与日本国民良好的公民素质，彬彬有礼的国际形象密不可分。广大人民群众经常出国旅游、探亲及考察，这些对外宣传机会可以日积月累促进本土文化软实力建设。民间主体能以平实的语言、贴近日常生活的内容生动讲述中国人民生活的细节，树立中国文化的正面形象。在这个过程中，每个人都是中华文化大使；通过这样的宣传，可以充分奠定“讲好中国故事”的群众基础；这样的宣传有助于各方增进沟通、凝聚共识、深化

合作，促进世界文明交流互鉴。

我们还应该发挥民间个人的文化宣传主体作用和主动意识，不拘泥于官方宣传模板，创新性的对本土文化进行宣传和介绍。李子柒对传统烹饪与着装的展示，杨柳对独竹漂传统技艺的继承和发扬，这些来自民间的展示都从各个角度宣传了我国传统文化的精妙之处，也因此在国外大受欢迎。近期，云南大象群体“离家出走”的全球播报，一方面展示了我国政府保护野生动物的立场和做法，另一方面这些大象所过之处也真实展示了我国农村的生活和工作环境，不加滤镜地展示了社会主义建设的成就，而这些来自民间的宣传声音向我们展示了对外文化宣传中民间主体的创新能力，这些创新实践必然能产生更多的民间文化外宣精品，从而提高我国本土文化在国际文化展台上的地位和接受度。各路国际网红明星的诞生不仅仅是个人营销的成功，更是中华文化走上世界舞台的成功。我们相信中华文化的魅力，我们更需要朴实的展示自己，不用自夸自擂，这种平易近人的交流方式更容易打破交际的坚冰，留下美好的第一印象及进一步深入交流的机会。通过普通民众的力量积极推动中外文化交流互鉴，传播好中国声音，促进中外民众相互了解和理解。

高科技人才具有较强的学习能力和较高的文化修养，在文化比较中具有独立思考 and 批判思维的能力，因此以他们为主体的文化外宣有别于普通群众，应该特别强调并加强其文化外宣的意识与深入交流的能力。近些年，我国高等教育也特别强调培养科技人才对西方先进技术文化、制度文化等树立科学正确的审视观，培养他们对本土文化从原始的感知直观上升到理性直观，在不懈的努力下，我们也培养出了一批批具有爱国情怀以及国际视野的高科技人才。这类群体凭借自己的语言与专业优势，在借鉴西方先进技术文化的同时，能更加深入地“讲好中国故事”。他们能用外语讲清楚自己国家和民族的历史传统、文化积淀，用对方容易接受的方式讲清楚新中国的建设成果；用令人信服的语言阐释中华民族的精神追求。在国际学术交流中，高校及科研机构中各级科技工作者有很多面向全球同行进行科技交流的机会，他们应该利用这些机会树立中华文化的正面形象，见缝插针地进行本土文化宣传，既能“讲好中国故事”，又能在潜移默化中培养科技工作者的“家国情怀”。随着国际学术交流合作的日益频繁和深入，他们在完成学术交流任务的同时，既可以高效地介绍我国的物质文化、制度文化和精神文化的精髓，同时还能承担起培养更多的科技人才完成学术交流和跨文化交际任务的双重重担。

4.2. 突破传统的宣传内容

习总书记指出，文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信。在 5000 多年文明发展中孕育的中华优秀传统文化，在党和人民伟大斗争中孕育的革命文化和社会主义先进文化，积淀着中华民族最深层的精神追求，代表着中华民族独特的精神标识[3]。我们首先要树立对本土文化的坚定自信，中国文化外宣具有丰富的文化资源、经济发展的优势和目前抗击疫情成功的先进做法，这些都可以作为我们对外宣传的核心，同时也构成了讲好中国故事的核心。

首先，我们的宣传内容应该侧重改革开放以来我们所取得的巨大的经济建设成就：巨大的人口量和商品需求促进了对外贸易的蓬勃发展；一栋栋拔地而起的高楼，一座座沟通天堑的桥梁都是发展带来的辉煌成果。针对这些文化内容的外宣，民间主体的宣传会更加侧重感性的直观，摒弃数据展示并回避意识形态的差异，没有意识形态干预、普通真实的照片能给受众带来最直接的感官冲击，从而获得受众的认可。同时，文化外宣的过程中要想讲好中国故事，就需要运用故事思维的能力，故事思维，即用故事去影响人，影响的方式不是诉诸理智，而是诉诸情感，不是泾渭分明的判断而是客观的陈述[4]。

事实证明，国外民众对我国的传统文化兴趣浓厚，关键在于我们如何对传统文化的发掘继承和发扬光大。汉服的魅力，编钟的魔音，传统的技艺自能吸引全球民众的眼球，在这里我们不需要苦口婆心地说教和讲课，展示即是宣传，利用肢体语言等副语言手段为文化外宣添加新颖的内容，放弃直接宣传四

大发明等华夏历史成就，转而通过创新的视角展示华夏大地各个民族的繁荣历史。新颖的外宣内容应该胸纳百川，包罗万象，尤以国内各少数民族的文化特色为突破点，这些来自民间的创新宣传内容会成为对外宣传的新动力，为我国的文化外宣带来新的发展契机。

再以科技工作者的国际交流为例，在国际学术会议上我们虽然执行学术交流的任务，旨在学习国外的先进科学和技术，但是同时也可以借机展示我们国家科技发展日新月异的进步，展示我们普通公民认真努力、积极向上的精神面貌，展示我们国家政府对科研工作的重视和对科技人才的关注。这些侧面的影响经过日积月累必然会促进我国的文化外宣，提高外宣的可信度。

4.3. 突破传统的宣传手段

在全球化时代，没有任何一种文化可以凌驾于其他文化之上，只有不断地“文化发言”，才能不“由聋而哑”。人类始终都在不同民族、不同文化的相遇相知中向前发展。在全球化语境中，中国文化应该坚持从“文化拿来”走向“文化互动”。面对国外受众的文化宣传应充分考虑因地制宜，利用国外新媒介，融合多种媒介手段，突破传统的宣传手段和媒介，用国外民众看得懂、能理解、能接受的方式对我国的文化进行宣传。媒体融合即“印刷的、音频的、视频的和互动性数字性媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟”[5]。这种全新的融媒传播载体对我们的外宣既是机遇也是挑战。全球亿万用户每天都在接收来自各种新媒介的海量信息和便捷服务，这其中对我们抹黑的声音层出不穷。我们不能坐视不理，面对反华势力的一再污蔑必须放弃“清者自清”的梦想，但是官方的发声对国外反华声音的驳斥力度并不一定有强烈的效果，这种情况下“民间对民间”的展示性驳斥可能更有说服力，达到事半功倍的效果。

个人以为对外宣传的手段不妨暂时从“流于表面”入手，借“表面”的功夫吸引观众才能更进一步展示深层次的内容。如果不能打破坚冰，即使有深度的有思想的宣传也很难被国外受众所接受，这就要求我们的宣传方式有技巧，循序渐进，逐渐深入。例如，借助融媒体时代网络信息的轰炸，通过短视频展示我们的民族特色文化、社会主义建设成就，抗击疫情的胜利成果等，立足中国各民族文化独特点，寻求人类情感共通点，实现“共通”向“共识”的自然过渡[6]。

5. 结语

虽然改革开放以来我国的经济建设和国内的文化宣传工作都取得了瞩目的成就，但是面对目前反华势力利用疫情尘嚣甚上的国际局势，我们的文化外宣任务更加任重道远。只有坚持创新的研究与实践如何讲好中国故事，坚持创新的研究与实践如何利用融媒体的时代特色，坚持创新的研究与实践如何推动民间的文化交流与对外发声，坚持创新的研究与实践如何挖掘民族特色的宣传内容，我们才能在国际文化交流与对外文化宣传的舞台上讲出国外受众接受的中国故事，才能讲好贴近国外受众的中国故事，才能让真正的中国故事走入国外民众的心中。

基金项目

1) 西北工业大学中央高校基本科研业务项目(2020~2021); 项目名称: 本土文化“走出去”对学术人才培养机制的影响。项目编号: 3102020WGYCX06。

2) 西北工业大学研究生高水平课程建设项目(2020~2021)。

参考文献

- [1] 梁岩. 我国文化外宣的现实与特点[J]. 西江月, 2010(12): 37-38.
- [2] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL]. <http://cpc.people.com.cn/19th/n1/2017/1027/c414395-29613458.html>, 2017-10-27.

- [3] 习近平. 庆祝中国共产党成立 95 周年大会上的讲话[EB/OL].
<http://cpc.people.com.cn/n1/2016/0713/c64094-28548844.html>, 2016-07-13.
- [4] 曹茹, 刘艳东. 融媒时代“讲好中国故事”的四种能力[J]. 青年记者, 2020, 688(32): 59-60.
- [5] 王健. 融媒时代对新闻人才的要求[J]. 编辑之友, 2011(5): 47-48.
- [6] 张宏凡. 讲好中国故事:跨文化传播中社交短视频的创新与拓展[J]. 视听界, 2021(3): 59-62.