

我国优秀传统文化对外传播能力建设研究

李娜

浙江长征职业技术学院

摘要:本研究旨在探讨我国优秀传统文化对外传播能力建设的问题。对传统文化对外传播的起源与发展进行了回顾,从多个角度提出了我国优秀传统文化对外传播的策略,总结论文的研究成果,强调了对外传播能力建设的重要性,并提出了未来发展的展望和建议。本研究旨在为优秀传统文化在国际舞台上的传播与交流提供理论支持和实践指导。

关键词:优秀传统文化; 对外传播; 能力建设; 多元化传播渠道

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2023.12.182

引言

我国优秀传统文化源远流长,蕴含着丰富的哲学思想、文学艺术和礼仪习俗,具有独特的魅力和价值。随着全球化进程的加速和信息技术的发展,如何更好地传播和弘扬优秀传统文化成了当前亟待解决的问题。本研究旨在探讨我国优秀传统文化对外传播的策略和能力建设,推动传统文化在国际舞台上的影响力提供理论指导和实践支持。

一、我国优秀传统文化的主要内容

我国的传统文化,是经过数千载文明传承与积淀而形成的珍贵瑰宝,其内容丰富多样,涵盖了哲学思想、文学艺术、礼仪习俗、技术工艺等多个方面,充分体现了民族的精神向往、文化继承、社会道德观念与实践技术水平。中国传统哲学,包括儒家、道家、佛家等,拥有深厚的哲学体系,对生命的价值、宇宙的奥秘以及伦理道德进行了深入的思考和不懈的探索。儒家提倡仁义礼智信,崇尚“治国以礼,为政以德”、“民为贵,君为轻”等思想,重视人际交往和社会秩序,继承“仁爱正义”的道德准则;道家倡导和谐共生,注重“无为而治”和“道法自然”的思想,建议遵循自然法则,以实现心灵的平和;佛教徒倡导超越生死轮回,劝人以善,追求精神的高洁与灵性的提高。这一思想体系为华夏人民的伦理观念和生活习惯提供了至关重要的精神支持。中华民族卓越的文化遗产,在文学创作中,在艺术创作中,呈现出多样化的展现方式。在悠长历史中,古典诗词、说唱艺术与戏剧表演等独特的文学风格,饱含卓越的美学价值和魅力。唐代诗篇和宋代词章代表着中国古典诗歌的极高成就,诗词以宏大气势和温文尔雅的风格深深吸引了广大文学爱好者;各种表演艺术形式,如说书、皮影戏等,通过口头传播,代代相授的方式传播民间智慧和人们生活中的观念;中华传统戏曲艺术,融合音乐、舞蹈和戏剧表演,以多样的艺术形式展现出强

大的表现力,内涵丰富,对世界艺术领域有着深远的影响。中国的礼节规范和民间传统同样构成了文化的根本要素。在中国社会中,庠序之教、孝悌之义、刑仁讲让等传统价值观念根深蒂固,体现了民众对家庭和社会关系的深刻重视与敬畏之心。中国的传统节日,例如春节、清明节和端午节,不仅拥有深厚的文化内涵和历史积淀,更是体现民族凝聚力和文化自信的重要象征^[1]。

二、传统文化对外传播的起源与发展

将传统文化推向海外的过程其历史渊源可以回溯到古代中国的丝绸之路时代。随着古代商路的开辟,中国的传统文化观念扩散到周边及遥远的民族与国家,加深了东西文化的交流,并推动了相互之间的学习与整合。作为古代的贸易路径,丝绸之路不仅促进了商品和贸易的交流,也成了传播文化和思想的重要渠道。中国的丝绸、茶叶、瓷器等传统艺术品,随着丝绸之路上的商旅流通至欧洲、中东、南亚等地区,与当地文化深度交流,形成了持久而深刻的文化互动影响。随着时光的流转,中国的传统文化的传播经历了逐步演变。古代时期,随着丝绸之路的繁荣,中国传统文化逐渐传播到周边国家和地区,如东亚、中亚、东南亚等。汉唐之时,佛教与儒家学说跨越丝绸之路,抵达东南亚及朝鲜半岛,对当地的宗教信仰和传统文化产生了深刻影响。唐宋时代中国诗词与绘画等艺术海上丝绸之路传播至日本和朝鲜促进东亚文化互动借鉴。自近现代以来,中国传统文化面临严峻考验,承受了来自殖民主义与帝国主义的猛烈撞击。从19世纪末到20世纪初,历国已不国痼疾难除之经,传统文化亦遭受了严重的侵蚀与污蔑,面临空前的危机。然屡辱屡战,有识之士有志之人砥砺复兴,这一时期的《孔子改制考》《新学伪经考》《仁学》有一种“我自横刀向天笑,去留肝胆两昆仑”的绝处所求。自近现代以来,中国实施开放政策,国力逐步

提升，中国传统艺术与文化遗产得以向世界范围传播，影响显著。改革开放后，中国的传统文化通过多种形式的文化交流、展览以及艺术表演等途径走向国门，在国际上获得了广泛的认可和高度评价。举例来说，中国的传统文化表现，比如京剧、国画、刺绣缂丝、传统服饰设计以及武术等，常常在国际舞台上大放异彩，并构成了中国文化软实力的关键部分。

三、我国优秀传统文化对外传播的策略

（一）多元化传播渠道的开拓

多样化的传播手段和先进技术平台，将传统文化的核心思想和观念推广至全球更多群体，以强化国家文化实力，促进国际间的文化交流与学习，增强我国在全球的文化影响力。拓宽多样化的信息传播途径包括运用互联网和新媒体平台，目的是实现文化的广泛传播。在当今时代，网络已成为搜集资讯和互动沟通的关键途径之一。建立官方网站、社交媒体账号和在线视频平台等多渠道，以多样化形式展示和推广传统文化内容，如传统音乐演奏视频、书法绘画教学课程、古代文学名著在线阅读，目的是吸引更多国际受众的关注和喜爱。多样化的传播途径得以开拓，通过参与国际展会交流，利用文化活动进行推广。组织美术展览、工艺品市集和庆典活动，向国外观众展示中华文化的独到魅力和深邃底蕴。通过参与国际文化交流活动，众多国际友人得以亲身感受中华传统文化，进而促进不同文化之间的对话与理解。即便身处数字化时代，通过报纸、杂志、电视、广播等传统媒体进行文化传播，依然充当着极其关键的角色。借助这些平台，实施文化活动，传播文明，加强公众的文化认同，提高国家文化软实力，推动文化多样性和交流^[2]。

（二）文化产品国际化推广

致力于将传统文化中的精品，如毛笔书法、水墨画、民族乐曲和舞蹈，推广至海外市场，向全球展现中华文化的独特魅力，推动文明间的对话，促进合作以此提升我国在全球文化领域的影响力。注重产品的质量提升产品的品质，打造高档次的文化产品，是赢得国际市场胜利的关键。强化对传统艺术工作者的培养力度和扶持措施，提高技术熟练度和创作才能。增强文化创意产品的研发力度，优化生产流程管理，确保其品质与特色遵循国际相关规范。为了满足国际市场的需求，中国传统文化作品的生产规模应当扩大，并且质量应当得到提升。构建新的销售渠道并与合作伙伴共同努力不仅展示了经典文化，还进行了艺术交流活动，同时利用电商平台和举办国际艺术品拍卖会，以推进文化作品在全球范

围内的销售。与国际知名文化机构及商业企业协作，联合举办文化艺术展览和拍卖活动，提高商品曝光度，增强销售业绩。中国传统书法艺术在国际拍卖市场上，售价节节攀升，为文化产品的全球传播开辟了新的渠道，同时也创造了发展的新机遇。重点在于强化文化产品的品牌特色及推广活动，以塑造知名的文化品牌，这对于提升产品在全球市场的竞争力和影响力至关重要。广告、品牌推广活动以及文化节目赞助等途径，可以强化对文化产品的倡传，提高国际市场对中国传统文化的理解和接受程度。中国国家大剧院作为传统文化的重要标志，国际巡演和参与国际合作戏剧制作，成功提升了中华文化在全球的软实力和认可度。

（三）建立国际文化交流平台

参与国际文化交融活动，涵盖艺术展览和文化节日等，向全球展现了中华民族传统艺术的独特魅力和文化精髓，进而推动了国际友人对中国文化的深入理解和认可。诸如国际舞蹈节和电影节的中国年度盛事，不仅吸引了众多国际艺术家和观众，也促进了不同文化之间的交流与借鉴。借助与国际文化组织的紧密协作，共同筹办了文化节庆、艺术展览和学术研讨会等活动，实现了文化交流资源的共享，推进了不同国家和地区之间的文化交流与合作学习。与联合国教科文组织合作，中国成功举办活动包括世界遗产文化周推进文化遗产保护传承。利用国际文化节的机遇，参与国际艺术节、文化博览会和文化周等活动，向世界展示中国的传统艺术、手工艺品和表演，以加深国际友人对中华传统文化的理解。“中国文化年”庆典在巴黎举行，推出各类文化展览包括舞龙舞狮、汉服巡游等，向法国及欧洲公众展示中国传统文化，从而增进中法之间的文化交流和合作。跨国文化互动机制有助于增进不同国家和地区之间的相互理解与友谊，同时全球推广中国的传统文化^[3]。

（四）加强文化软实力塑造

文化软实力表现为一个国家凭借其独特的文化、价值观念和制度优势，对他国产生吸引力并施加影响，进而提升其国际地位和竞争力。推广中华民族传统文化核心理念，传统文化蕴含着丰富的道德观念、人文精神和社会价值，如儒家的仁爱之道、道家的自然观念、佛家的慈悲心、墨家的兼爱非攻等。向世界倡扬这些核心价值观念，巩固中国传统文化的软实力。中国的国家级博物馆通过开展“文物讲坛”等系列活动，面向国际观众展现中国传统文化的核心理念，增强了中华文化在全球的影响力。增进国际文化交流与其他文化艺术机构合作，与艺术家及学术界人士互动，共同策划和组织文化

活动与展览,进行学术研讨以及推广和传播中国传统文化,进一步提升了中国文化的国际影响力。例如,中国与法国成功地实施了“中国文化年”项目,举办了丰富多彩的文化活动和展览,向法国公众展现了中华文化的独特魅力,从而加深了两国间的相互理解与合作。文化产业的推动是文化软实力培养文化企业的产品创新与服务的关键促进因素,能促进文化产业的成长,加快中国传统文化的传播与推广,提升国际市场的竞争实力和知名度。中国电影行业在全球市场的表现日渐突出,国际电影节和商业上的成就,已经成为世界范围内引人注目的文化产品,并在推广中华文化方面扮演了极其关键的角色^[4]。

(五) 培育跨文化沟通人才

全球化速度不断提升,文化互动日益增多跨文化能力的重要性日益突出,能有效增进不同文化之间的相互理解,并促进中国传统文化的全球扩散与推广。加强学习并增强实践经验,增进专业人士在跨文化互动领域的技能。在高等学府及研究机构中,设立了专门针对跨文化沟通的专业或课程,目的是培养出既具备优秀语言能力,又对文化有深刻理解且沟通技巧卓越的人才。在中国的大学里,有专门的学院培养国际交流和商务领域的专业人才,以加强跨文化交际技能,这种教育模式为中国传统文化的国际传播提供了坚实的人才基础。增强实践技能和交流互动,培养相应人才以适应不同文化需要。在多样文化背景下,个人的日常生活和职场活动,能够增强在跨文化交流中的技巧和沟通手段。中国国家汉办推出了一系列名为“文化之旅”的活动,目的是让海外留学生深入了解中国传统文化,以增强对中国的认识和归属感。注重对人才团队的培养与建设,实施相关政策及策略,吸纳并培育能够跨越文化差异的多元化人才。跨文化沟通人才的培育体系和评价标准,为人才提供卓越的职业成长和晋升机会。中国政府实施方针,激励留学人员返回国内创业及就业发展,帮助融入并增进跨国互动。这些政策为归国人才给予了必要的制度保障与需求的支持。

(六) 文化产业国际化发展

随着经济全球化的不断深入和文化的蓬勃发展,加强文化产业的国际化发展,能够提升中国传统文化在国际上的吸引力和竞争力,从而推动中国传统文化产业的兴盛与前进。推动国际传播借助跨国艺术展示、文化互动以及远程演出等多元途径,中国传统文化被推向世界舞台,使得全球顾客能够认识、享受乃至采购诸如国画、民乐、民族舞等中华艺术,这些中国传统艺术在国

际上享有盛名。举办各类展览和表演活动,提升中国传统文化在国际市场上的知名度和良好评价。

深化国际间的文化产业合作与交流,携手全球各地的文化机构、艺术团体、商业公司等,共同举办文化产业展览、艺术节庆、合作制作文化产品等活动,旨在推进国际文化交流与合作。与国际著名文化组织的合作,中国传统文化产业不仅制作出更多优秀的文化产品,还成功拓展了国际市场,实现了互利共赢的局面。提升传统文化产业的品牌价值和加强国际文化交流,塑造优良的品牌形象,对于增强我国的国际竞争力和影响力至关重要。广告和其他推广方式,对国际文化节目进行资助,以加强文化产业的宣传推广,提高中国传统文化的知名度和认可度。一些中国传统文化艺术机构参与国际展览会、支持跨国艺术庆典等活动,成功提升了品牌影响力,并实现了在全球市场的拓展。加强国际市场宣传促进文化与跨国合作,塑造文化产业品牌实施国际推广,提升中国传统文化国际影响力,推动文化产业发展,达成传统文化国际传播目标,进而促进文化产业繁荣与进步^[5]。

结语

对优秀传统文化对外传播的策略进行研究和探讨,可以发现多元化传播渠道的开拓、文化产品国际化推广、建立国际文化交流平台等策略的实施对于提升我国传统文化的国际影响力具有重要意义。未来需要进一步加强对外传播能力建设的研究,不断探索适合国情的传播路径和策略,以实现优秀传统文化在全球范围内的传承与发展。

参考文献

- [1] 李钢,岳曼曼,李金姝.历史文化视阈下的辜鸿铭《论语》英译误读及其对中华传统文化对外传播的启示[J].宜春学院学报,2023,45(02):96-99.
- [2] 杨贝艺.“一带一路”背景下语言服务助推中华优秀传统文化对外传播研究[J].新楚文化,2023,(05):65-68.
- [3] 矫燕.加强中华优秀传统文化对外传播[N].吉林日报,2022-12-29(004).
- [4] 左康茹.中华优秀传统文化对外传播人载体研究[J].中学政治教学参考,2020,(37):39-41.
- [5] 廉爽.新时代中华优秀传统文化对外传播研究[D].延边大学,2020.

作者简介:李娜,1981.11,浙江余姚,本科,助理研究员,研究方向:汉语言文学。