

# 大数据在跨文化传播中的作用探究

## ——以来华留学生间中国文化传播为例

韩佳秀

(西华师范大学, 四川 南充 637000)

**摘要:** 本课题研究基于来华留学生间的中国文化传播问题, 探索大数据在跨文化传播中的作用。本文将大数据技术的应用加入进去, 进一步探索了大数据技术在跨文化传播中的应用, 给跨文化传播提供了新的视角的大数据化实践理论基础, 让跨文化传播实现了信息化、技术化的升级。通过大数据技术与跨文化传播领域的结合, 能够更充分的应用大数据技术搜集和了解来华留学生对中国文化学习和了解的偏好、习惯、需求、难点、空白等方面问题, 助力跨文化传播实践, 从而让在四川南充留学的外国学生能更好地认识当地文化。

**关键词:** 大数据; 跨文化传播; 中国文化

随着各高校的国际化发展要求越来越高, 来华留学生数量也在不断增多, 伴随着数量的急剧增长, 对外汉语教学上的问题越发凸显。中国文化作为国际汉语教学中的重要板块, 它的有效传播成为了目前亟待突破的重要课题。大数据在最近几年也是崭露头角, 不少领域应用大数据取得了不错的成效, 这样新的视角是我们突破当今中国文化传播尴尬局面的重要方式之一。

### 一、来华留学生间中国文化传播现状

现如今, 在来华留学生间的跨文化传播上仍然是个难题, 首先留学生们来自不同的国家、民族, 有着复杂的宗教信仰, 国家与国家之间的经济文化差异很大, 文化背景极其复杂, 因中国文化博大精深, 所以不同国家的留学生对中国文化的认知和好感度上存在巨大差异, 甚至有少数留学生身在中国, 却只对亚洲其他国家的文化感兴趣, 所以推动中国文化走向世界是学术界需要思考的一个重要话题。

为什么难, 笔者根据自己所在高校和其他高校的汉语授课情况来看来判断。一是留学生对汉语的掌握程度, 是否可以进行日常生活交流; 二是留学生对中国文化课的喜爱和参与程度, 是否积极参加, 进行有关中国文化的交流; 三是留学生对中国文化是否有自己的理解和思考。从简单的汉语交流到复杂的对中国文化的思考, 粗略分析出四川各高校的中国文化在来华留学生间的传播情况。

据调查发现, 现在大部分对外汉语教师还是把中国文化内容中心放在汉语课堂上, 如果仅仅让留学生只是在上课程期间接触中国文化, 我们的中国文化传播速度远远无法满足文化走向世界的速度要求。所以来华留学生间中国文化传播的方式也亟待改进, 必须做到多元化。

### 二、大数据技术对跨文化传播的积极作用

大数据技术, 是指从各种各样类型的大数据中, 快速获得有价值信息的技术的能力, 包括数据采集、存储、管理、分析挖掘、可视化等技术及其集成。适用于大数据的技术, 包括大规模并行处理(MPP)数据库, 数据挖掘电网, 分布式文件系统, 分布式数据库, 云计算平台, 互联网, 和可扩展的存储系统。跨文化传播, 是指在不同的文化背景下, 社会成员之间通过人际交往进行的信息传播活动, 涉及到多种文化要素在全球范围内的迁移、扩散和变动, 跨文化传播对整个群体、国家以及文化建设都有较深层的影响。随着大数据在人们日常生活中占据着举足轻重的分量, 我们不可忽视它在跨文化传播上的作用。大数据成为未来一切商业活动的发展方向, 它已撼动了整个世界, 未来是一个由大数据推动的时代。

目前, 互联网传播已经成为中国乃至全世界人们交流最普遍的方式和渠道, 除开上课和学校活动的时间, 当前来华留学生使用互联网进行学习、交友、娱乐的比例极高, 笔者对此在四川省内几所高校里发放了问卷, 调查问卷目的是为了深入了解来华留学生经常使用的网站、搜索引擎、社交媒体、游戏等。这里提供了一个很好的思路, 在留学生经常使用的网站或者视频软件中, 随意挑选一个使用率较高的, 就可以通过大数据分析定位出留学生甚至所有外国人的用户, 截取他们涉及的有关中国文化的内容, 从而分析出他们对中国文化了解的偏好、习惯、需求、难点、空白等方面问题。

比如: 用非汉语检索的用户搜索过哪些有关中国文化的内容, 此类视频观看的时长, 哪里会重复播放, 哪里会快进, 通过这些内容和行为的记录, 可以分析出各个用户的喜好, 最后综合所有用户的喜好, 精准得出不同国家的留学生对中国文化的不同喜好, 从而达到用大数据技术实现有针对性地, 在来华留学生间推广优秀中国文化、当地特色文化。

### 三、借助大数据技术, 实现来华留学生间中国文化的传播

来华留学生间中国文化如何更快更有效地传播, 离不开大数据技术的辅助, 所以如何充分利用大数据技术, 帮助我们实现留学生间的中国文化传播是一个值得探究的话题。

#### (一) 借助大数据技术, 优化传播内容

如何把握留学生学习中国文化的情况? 受生活习惯、经济水平、文化及社会背景不同的影响, 不同国家和地区的留学生对中国文化的认知情况、接收习惯、兴趣方向等不同, 因此要对留学

生学习中国文化的情况进行一个实际调查和了解。

随着大数据技术的广泛应用,必须摆脱传统的单一的调查方式,如问卷抽样调查、内容分析、实验法、访谈等模式,通常这种定性的研究方法难度大,速度慢,辐射范围窄,收效慢,成本高,成果不显著。而如今互联网的广泛使用可以通过网络获取人的行为和消息,大数据技术速度快、辐射范围广、收效快,因此借助大数据技术,我们可以挖掘探索出更多的优秀中国文化及当地特色文化在留学生间的传播。

例如笔者调查发现的,非洲留学生的女生对中国的茶文化、旗袍比较感兴趣,印度留学生对中医感兴趣,东南亚国家的留学生对四川美食很感兴趣,个别老挝留学生除了对传统民族服饰感兴趣以外,对南充的丝绸文化也比较感兴趣,还有不少留学生对中国的历史也特别喜欢等等,相信通过大数据的分析,留学生对中国文化接收的实际情况将会在短时间内系统清晰地传递给我们,为国际汉语教学的老师们提供明确的方向和新的视角,从而达到事半功倍的效果。

#### (二) 借助大数据技术,实现传播方式多元化

要想深入研究中国优秀文化及当地特色文化如何在留学生间有效传播,必须要实现传播方式多元化,而现在利用大数据技术来实现是跨文化传播的机遇和挑战。大数据时代,让传播拥有更多的便捷和可能性。

首先通过社交平台、公众号、短视频软件、网页宣传等多种方式加大推广中国文化、当地文化,从而发挥大数据“大”的特点;其次利用留学生“第三只眼看中国”的平台,办一场比赛,形式可多样,开设留学生自己的公众号、拍摄纪录片、vlog、脱口秀、舞蹈、演唱、写作等形式,这样可以吸引中外创作者团队、外籍主播、自媒体团队及全球所有对中国有兴趣的外籍友人参与进来,以这种新颖的视角吸引留学生去了解和探索中国,发挥自我主观能动性,展现外国人观察中国的独特视角,记录外国人走读中国的精彩历程,聚拢散落在世界各地的中国故事,引发他们自己的思考和理解,实现一个利于实现跨文化传播的平台,从而发挥大数据处理信息高效的优势,以生动的方式充分展现中国文化的精彩;再次,我们可以利用各行各业进行交流与合作。借助旅游景点大力宣传当地文化,利用健身 App 注入中国传统或特色的健身方式,如太极拳、八段锦、广场舞、广播体操等。

此外,还可以借助大数据技术开设各种中国特色文化体验,如马术体验、太极体验、民族服饰体验、民族乐器体验、中医体验等,通过 VR 虚拟技术身临其境,从而更加系统有效地传播各类优秀中国文化。

#### (三) 借助大数据技术,进行效果评估

在进行优秀的中国文化、特色当地文化的传播过程中,我们要定期开展效果评估,进而不断调整传播方案,改进传播内容和方式,实现最终的有效传播。大数据技术可以在短时间内采集到

大量的有效数据进行调查,这样的数据调查出来的结果更直观和准确,从而可以直接快速地获得评估结果。

#### 四、大数据时代下跨文化传播的对策建议

##### (一) 国际汉语教师转变授课思维

目前大部分的国际汉语教师还是停留在传统的上课满堂灌或者做有关中国文化活动的模式,笔者认为是时候转变大家的授课思维了,教师应该去思考如何多元化地去传授中国文化,而不是思考如何上好一堂课,在带领留学生亲身体验中国文化的同时,老师们也可以给留学生推荐一些好的视频号或者公众号,日常生活中看到好的相关文章、图片或视频链接也可以实时分享给留学生,让中国文化课堂成为留学生生活中的一部分,润物细无声,让留学生在娱乐中去探索中国文化,在中国文化的滋养中,过好在中国的生活。

##### (二) 积极拥抱大数据技术

利用大数据技术找到不同留学生群体的偏好、习惯、需求、难点和空白,分析传播效果好的中国文化,针对难点和空白的优秀中国文化定制个性化的传播策略。借助大数据优化传播内容,促进传播方式多元化,以及进行直观准确地效果评估,促使优秀中国文化有效传播的良性循环。

##### (三) 抓好历史机遇,直面留学生中国文化传播挑战

留学生间的中国文化传播实际上是一个突破口,不仅是国际汉语教育上的重要阵地,同时也是解决很多高校招生难的瓶颈突破口,更是传播当地文化的一把利器。像如今,各个高校都在增招留学生,实现留学生数量,但拥有数量的同时,质量如何把控。这就需靠这个学校及当地政策、文化来吸引了,尤其是我们西南地区的各个高校,地理位置也不占优势,城市也不出名,奖学金也不多,怎么吸引留学生来呢?做好当地的文化发展定位,打造独特的文化品质是关键,当这个地方的文化特质真正能吸引到其他外地人甚至留学生时,伴随而来的是本地的知名度提升,促进当地经济社会的发展,解决当地高校招生难的问题。所以要抓好历史带给我们的这个机遇,利用大数据技术来促进优秀中国文化、当地文化在来华留学生间的传播。

#### 参考文献:

- [1] 孙玉荣. 大数据时代我国文化创意产业知识产权保护的路径选择 [J]. 北京联合大学学报, 人文社会科学版, 2014, 12 (2).
- [2] 初广志. 中国文化的跨文化传播—整合营销传播的视角 [J]. 现代传播, 2010 (4).
- [3] 孙超. 大数据环境下武术的国际化传播研究 [J]. 体育文化导刊, 2017 (10).
- [4] 喻国明 李彪 杨雅等. 新闻传播的大数据时代 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2014.
- [5] 甘翼 王良刚 黄金元等. 大数据与人工智能时代的情报分析和探索 [J]. 电讯技术, 2018, 58 (5).