

“一带一路”倡议下中国国际传播能力建设路径研究

尚艳辉

(大庆师范学院 163412)

摘要:“一带一路”沿线国家较多,经济、政治、文化等方面差异较大,实现“一带一路”互联互通的合作倡议,必须提升国际传播能力,以此为抓手支撑各项工作的开展与实施。当前,我国国际传播能力在发展过程中虽然有所提升,但是依然面临“西强我弱”这一局面。基于此,本文对我国国际传播环境现状展开分析,明确现阶段中国国际传播面临的现状,进而依附于“一带一路”倡议详细论述中国国际传播能力建设路径,以期提升中国国际传播能力,促进国家建设事业高效发展。

关键词:“一带一路”;国际传播能力;建设路径

引言:

“一带一路”包含了65个国家和民族地区,是关于加强区域国家间经济合作的倡议。这一倡议是国家结合时代发展形势和地区发展经济而提出的,为不同地区与民族实现共赢目标而做出的战略性规划。“一带一路”的互联互通难以脱离经济、文化、制度、政治等层面的互通,这就意味着工作的开展与实施需要密切结合沿线国家文化交流,加强中国国际传播能力。

一、中国国际传播环境现状

在党领导下,我国经济发展呈现稳步上升趋势,这一进步无疑是为“一带一路”倡议的落实提供了保障。得益于党和国家的领导,我国的国际传播工作取得了显著的成效。随着国家不断强大,综合国力不断增强,中国逐渐站上了世界舞台,为世界和平发展做出了突出的贡献。在日益竞争激烈的社会现状中,如何走出建设之路,提升国际传播影响力,还需对于现阶段中国国际传播环境现状展开分析。

我国虽然在原有的基础上提升了国际影响力,但是“西强我弱”这一传播格局或依然存在,西方国家在国际传播中,运用西方文化,或借助其国际话语控制权,通过多元性传播渠道,以独有的形态输出西方国家价值观,形成了以欧美国家地区为主的国际传播话语体系。习近平总书记结合我国发展的基本国情提出了“一带一路”倡议,具有前瞻性的“人类命运共同体”理念逐渐实行,正是这一理念的有效实施使得我国的国际传播初见成效,但是相较于西方国家的国际传播影响力,我国依然存在较大的提升空间^[1]。基于“西强我弱”这一形势的存在,我国国际传播能力建设力度必须加强,建设方向亟需拓展,建设格局亟需打破。

现阶段,我国在国际传播环境方面依然存在两项的不足:一方面,“互联网+”传播渠道亟待拓展。信息技术时代的到来,媒体或成为人们获取信息的主要途径,作为国家传播能力提升的关键环节,“互联网+”这一传播阵地亟待开发。依附于“互联网+”产出的新兴媒体对于我国国际传播能力具有较强的宣传作用,而这一宣传优势有助于国际经济、文化等层面的发展与国际接轨。在信息大爆炸时代,网络技术发展方兴未艾,作为振兴中华的传统文化与政策制度迎来了发展机遇,即在信息技术的支撑下可以走向国际化,为我国国际传播能力的提升与养成提供良好机遇,确保国内文化走向国际化。当前,中国文化在国际传播的同时,或存在沿用传统宣传形式,导致新兴媒体或难以最大化发挥其宣传优势,或出现国家传播能力尚不充分的情况。例如,我国在推动中国大运河“走出去”的过程中,未充分发挥新兴媒体的作用,或导致大运河文化对外宣

传工作不充分,报道数量较少,难以在国际上产生较大影响力。

另一方面,中国国际传播内容走出去有待优化。我国是一个文化大国,传统文化数不胜数,在这一层面传播的过程中,需求结合国际形势演变,确保在文化传播的过程中实现易学、易懂、易接受、易理解等等。我国历史悠久,文化意蕴深厚,是一个礼仪之国。由于这一层面与西方价值观存在一定的差异,导致我国文化在国际上传播的同时,往往会遇到传播难、理解难等问题,导致文化传播通常难以达成预想目标^[2]。以古典名著或是历史文化为代表的小说改编的影视剧却在国际上获得了较高的评价,如四大名著、《康熙王朝》等等,在海外播放过程中好评不断。但是在好评中依然存在西方部分观众的误解与不认可,如对于封建王朝的不了解,或对于这一类影视剧产生认知误区。与此同时,“互联网+”时代或导致传播渠道更加丰富多样化,这或出现流传至海外平台中华文化各有差异,或良莠不齐,进而导致西方国家对于我国的政治、经济、文化等事业具有不同的认知,或者产生分歧。总而言之,我国是一个文化大国,历史文化意蕴深厚,在国际传播中必须结合实际情况对内容进行优化、凝练、升华等等,在满足国际审美的同时传播内容,引起国际共鸣,从本质上实现国际传播能力的建设目标,打通文化、政治、经济等层面的传播路径。

二、“一带一路”倡议下中国国际传播能力建设路径

(一)培养外宣人才

“西强我弱”的国际传播格局长期存在,而外宣人才的培养是突破这一格局的关键性因素,在“一带一路”倡议下,我国亟需培养一批了解国情,掌握外宣技能的专业性人才,同时具备良好的跨文化素养的专业人才,以人才为培养窗口夯实国际传播能力建设路径,优化与完善传播手段,打破西方国家对于国际传播的一贯形式,提升我国传播能力的实际影响力。关于培养外宣人才,可以尝试从下述三方面展开详细论述:第一,完善与优化培养理念,将外语、网络技术融为一体,实现综合性人才培养目标^[3]。在“一带一路”倡议下,中国文化“走出去”的过程中,既要确保文化的自身价值,还应确保人才的语言运用,立足于不同语言文化,构建国际桥梁作用。高校作为为社会输出人才的主要基地,应注重培养学生的外语能力,在掌握外语文化的基础上提升人才辅助中国文化走出去目标的有效落实。第二,培养人才的跨文化交际素养。跨文化交际素养是人才培养的根本,尤其是在“一带一路”倡议下,国家高校应注重外宣人才的实际能力培养任务,将加强中华优秀传统文化的表达提升教育日程,尝试融入不同的语言教学,练习学生的语言能力。不同的用语言文化有所差异,高校在培养这一层面人才的同时,应

注重各国差异,在差异中培养学生的思维能力,扩展其文化视野,夯实语言教学基石,引导学生内化自身的跨文化素养,提升自身专业能力。第三,建立对外传播人才智库。人才培养既需要高校专业理论知识的教育,还需要实践技能的培养,这就需要相关部门推动设立高水平对外传播研究机构,加大资源投入,强化研究力量,发挥高等院校教育作用,研究校外机构的智力优势,利用专家智囊团的指导作用,加速智库成果转化,凝聚国际共识,培养层次更好的外宣人才。

(二) 多元融合发展

多元融合发展,构建广覆盖、多层次、全方位、立体化、系统化、多维度的国际传播格局,对于展示中国风范、中国形象、中国文化、中国特色具有不容忽视的意义与价值^[4]。中华文化对外传播不仅需要优化与完善、创新自身文化,还需要在对外展示的同时满足国际需求,在展现形式与对外传播中都应该做到与时俱进,确保我国国际传播形式跟进时代发展步伐,扩展与提升国际影响力。现阶段,“一带一路”倡议下,国际传播能力亟需在原有的基础上提升,充分运用大数据、虚拟现实、人工智能等先进技术,搭建文化资源数据平台,抑或结合实际情况开展文化艺术展,改善目前以图片、文字等手段的传播途径,挖掘现代资源促进国际传播能力多元融合发展。近年来,信息技术不断发展,随着新娱乐方式的出现,通常以扁平化、低互动等传统媒体激发大众的兴趣,沉浸式交互体验已成为发展的一种风潮。具体来讲,国际传播能力建设过程中,需要借助场景营造,配合全息投影、AR和VR等科技手段,将传统文化、历史文化、民俗习惯、民间艺术等等,抑或贴合甚至超出用户生活体验的故事方式,发挥虚拟现实的输出途径,抑或人工智能的实际作用,最大化唤醒国际或是不同国家人民的学习兴趣,掌握与了解中国文化氛围。在中国文化传播的基础上,融入经济、政治等内容,拓展中国国际传播影响力,提升国家在国际上的政治地位。现阶段,多元融合发展不仅是建设中国国际传播能力的主要路径,也是时代进步的必然趋势,尤其是在“一带一路”倡议下,中国文化、政治、经济等内容走出去,必须顺应国际需求,多元融合资源,为提升中国国际传播能力建设实效性夯实基础^[5]。

(三) 优化传播内容

传播内容是中国国际传播能力建设中的核心基础,“一带一路”倡议下,中国国际传播能力建设必须注重内容的优化,确保内容可以引起不同国家群众的兴趣,引起其情感共鸣。如何有效优化传播内容,可以尝试讲述历史小故事、中国故事、民间艺术等等,在讲述中深入浅出,帮助更多人掌握中国故事,展现中国风貌与深厚的文化意蕴,使东方文化走向社会,走向国际,走向世界,走向未来。中国国际传播能力在对外传播中,改善与优化的前提依然是遵循本土文化,防止一味地迎合西方价值观,传播内容应基于中国国情,正确向世界展示优秀的历史文化与传统文化,同时在文化中融入政治与经济等层面的内容,融入中国国情,确保文化呈现东方色彩。而并非在改善中迎合西方文化,导致我国文化出现传播危机或传播不明确的问题。与此同时,在中华优秀传统文化的传播中,应结合新时代资源与内容,凝聚国际共识,选择符合海外观众审美的内容与传播形式,优化传播内容^[6]。现阶段,中国国际传播能力在“一带一路”倡议下,必须充分关注国际视角,调整相关内容,激发国

外受众对象对于中国文化的认可,并在受众对象的认可中提高我国国际传播影响力。宏观来讲,优化传播内容必须结合中国国情、中国政策、中国政治、中国经济等等,在传播内容的优化与完善中促进国际传播能力的稳步提升。加强中国国际传播能力的建设,提升国家政治地位,提高在国际上的话语权,是“一带一路”的根本指导目标,是促进国家稳步发展的核心基础。

(四) 走出去和与引进来相结合

中国文化开放包容、兼收并蓄,本着弘扬本土文化、引进外方文化的思想不断完善国家发展之路,力求国家发展稳步提升。在“一带一路”倡议下,沿线国家应加大交互力度,善于借鉴他国发展优势,实现国家优秀文化的传承与发展。中华文化的传播并不仅仅是传播,而是在传播的基础上引进有利于本土文化弘扬与发展的文化内容,确保文化呈现一种双向互动的过程。在“一带一路”中,我国与其他国家之间是相互平等的,双方只有在友好交流中才能实现走出去和引进来的有机结合,在和谐共处中相互促进、相辅相成,实现多国共发展,凝聚全民心。中华文化“一带一路”沿线国家人民的内心,关系着国家的经济、政治、文化、民生事业的建设,是现阶段国家极为重视的课题^[7]。在国际传播能力建设中,国家必须严守意识形态安全底线,在引进外来思想的同时始终以践行社会主义核心价值观为核心,在文化的融入中实践坚持中华文化本位。走出去和引进来是建设中国国际传播能力路径的关键所在,由于不同国家文化、政治、经济等层面各有差异,我国文化的走出去的同时引进外来文化,既能促进我国文化的传承与弘扬,又能在外方文化的融入中完善与优化我国的传统文化,实现文化互补的状态。

三、结束语

综上所述,“一带一路”是新时代的丝绸之路,基于“一带一路”倡议下,中国国际传播能力建设迫在眉睫,只有提升与拓展我国国际传播能力,才能确保与沿线国家具备良好的交往基础。在经济全球化的今天,中华文化、政治、经济等有了广泛的传输空间,因此国家应科学运用这一优势,把握传播大局工作,在内容与方式上改善,构建全面的对外传播格局。现阶段,我国要结合实际情况创新与完善,培养文化产业,促进国际合作,使中华文化助推“一带一路”有效落实且越走越远。

参考文献:

- [1]张婷婷.话语分析视角下中国主流媒体新闻价值的建构——以云南野生象北迁事件为例[J].今古文创,2022(26):118-120.
- [2]东方滢.互文性视角下主流媒体话语的适应与融合——以《主播说联播》为例[J].新媒体研究,2022,8(07):56-59.
- [3]曹伟,张汉瑾.新媒体新闻评论中网友话语的价值研究——以《人民日报》微信公众号奥运系列评论为例[J].新闻潮,2021(12):56-59.
- [4]郝建国.“两会”新闻话语的生产机制与结构变迁——以《人民日报》为例[J].青年记者,2021(12):61-62.

作者简介:尚艳辉(1982—),女,汉族,黑龙江省大庆市,硕士,大庆师范学院,副教授,跨文化交际。163412

本文是2021年黑龙江省经济社会发展重点研究课题(外语)专项的部分研究成果,项目名称:“一带一路”倡议下中国国际传播能力建设路径研究;项目编号:WY2021009-A