

社交媒体时代中国传统文化的国际传播与中国形象构

刘心怡

上海外国语大学贤达经济人文学院, 上海 200081

摘要: 随着全球的信息传播变得越来越快, 社交媒体变成了传播中国传统文化的国际重要方式。这篇文章主要想研究社交媒体在帮助中国传统文化传播到国外还有建立中国国家形象里的作用。通过看看个人账号和官方媒体怎么传播的, 来讨论社交媒体怎么能解决文化差异, 让中国文化在世界上更有名。这个研究用了例子分析的方法, 重点看了李子柒这样的网红怎么用短视频表现中国传统文化, 还讨论了文化传播遇到的问题和怎么解决。研究结果发现, 社交媒体给中国文化找到了新的传播方法, 同时也帮助建设中国的国家形象, 也让人们更自信自己的文化。

关键词: 中国传统文化; 社交媒体; 国际传播; 国家形象; 文化自信

International Dissemination of Chinese Traditional Culture and National Image Construction in the Social Media Era

Liu, Xinyi

XianDa College of Economics & Humanities Shanghai International Studies University, Shanghai, 200081, China

Abstract: With accelerated global information flows, social media has become a vital channel for international dissemination of Chinese traditional culture. This study investigates social media's role in promoting Chinese culture abroad and shaping China's national image. By analyzing both individual influencers and official media accounts, it examines how social media bridges cultural gaps and enhances global recognition of Chinese culture. Using case study methodology with focus on viral content creators like Li Ziqi, the research identifies challenges in cultural communication and proposes solutions. Findings reveal that social media provides innovative dissemination approaches while contributing to national image building and cultural confidence.

Keywords: Chinese traditional culture; Social media; International communication; National image; Cultural confidence

DOI: 10.62639/ssps19.20250103

引言

随着全球化越来越快和数字技术发展, 社交媒体变成全世界文化传播的重要渠道, 尤其还是中国传统文化对外传播有了新的机会。比如 YouTube、微博、抖音这些平台, 让中国传统文化打破地域和文化限制, 快速获得全球关注。社交媒体不仅给传统文化传播带来新地方, 还对塑造中国形象起到关键作用。通过短视频和图文这些形式, 社交媒体能很快把文化内容传出去, 给全世界看中国的文化特点。不过文化差异和误解还是存在, 怎么能用好社交媒体传播文化还不被理解错, 变成需要赶快解决的问题。所以这个研究想讨论社交媒体怎么用新方法帮助中国传统文化传到国外, 建立好的中国形象, 还要分析传播时遇到的困难该怎么解决。

一、中国传统文化的国际传播概述

(一) 中国传统文化传播的背景与发展历程

中国传统文化对外传播很早就有了, 最早是从古代丝绸之路的交流活动开始的。在这个过程里面, 哲学、艺术和工艺等文化方面和中亚、西亚还有欧洲的文明互相影响融合, 展示出古代文明的伟大成就。但因为那时候交通和通信

技术不发达, 文化传播主要靠国家之间的外交活动和文化交流, 传播范围不是很大, 方法也比较少。

到了近代特别是 20 世纪以来, 中国开始慢慢加强对外文化的传播, 尤其是改革开放之后, 国家更加重视文化外交方面。像孔子学院和在国外举办文化节这些活动帮助传播中国传统文化, 让中国文化慢慢被世界知道。不过, 以前那些传播方式在速度和覆盖面上还是存在不足。

(二) 现代传播技术的引入

到了 21 世纪, 网络技术和社交媒体的兴起给中国传统文化的传播带来了很多新机会。社交媒体不光让信息传播得更快更互动, 还打破了传统媒体的时间和地点限制, 让中国传统文化迅速传播到全世界。像 YouTube、抖音这种平台用短视频和图片文字这些形式, 把中国传统文化用更活灵活现又直观的方法介绍给外国人看。比如李子柒这样的网红用这些平台来展示中国传统的种田文化和做手工艺的过程, 吸引了很多外国粉丝关注, 跨越了语言和文化的隔阂。

(三) 社交媒体平台在中国传统文化传播中的作用

现在社交媒体在中国传统文化传播里变得越来越重要。比如李子柒的例子就很好说明这点,

(稿件编号: SE-25-3-1020)

作者简介: 刘心怡 (1996-), 性别: 女, 汉族, 上海市, 硕士, 助教, 研究方向: 国际传播, 跨文化传播, 新媒体传播。

她拍的那些视频简单又有感情, 让外国人不只是知道中国老底子的生活样子, 还能通过这些视频产生共鸣去理解不同文化。社交平台还有个好处是大家能马上互动, 这样文化传播不再是单方面输出, 观众可以留言讨论提想法, 拍视频的人也能根据评论改内容, 这样双方都有参与感, 内容也更贴近大家喜好了。

(四) 中国传统文化在国际传播中的特点

中国传统文化有很强的视觉吸引力, 书法、绘画、茶文化和传统节日这些元素用现代的传播手段被展示出来, 让全球观众都能看到。情感表达同样是传播中国文化的重要方面。通过展示传统生活与自然风景, 让观众不仅看到中国的美, 还能感受到背后的情感, 这样的共鸣帮助了不同文化之间的传播。另外, 中国传统文化里的儒家思想、道家思想这些具有普遍性的价值观, 在全球文化交流中表现出很强的吸引力和包容性, 这让全世界的人更理解和认同中国文化。

二、社交媒体在中国传统文化传播中的应用现状

(一) 社交媒体的优势: 即时性、互动性和跨文化穿透力

社交媒体最大的好处是它很快。通过社交平台, 消息马上就能传出去, 这让文化传播变得效率很高。比如像春节还有中秋节这样的传统节日, 通过社交媒体很快的传播, 全世界的人很快知道这些节日背后的文化故事和怎么庆祝的。社交平台的这种快速特点让中国传统文化在全世界都传开了, 这样让更多人知道中国的文化。

互动性是社交媒体的另一个重要特点。社交平台上用户和创作者之间互动功能, 让文化传播可以双向交流的方式, 用户能够评论、点赞或者分享来参与进来, 这样增加了传播的参与性和互动感。所以文化传播不再只是单方向传递信息, 而是变成了带有情感和共鸣的双向互动过程。

跨文化传播力量让中华传统文化可以打破语言和文化限制, 用视频画面把难懂的文化符号传给全世界人们看。比如说李子柒用好看的视频和不用说话的方式表现中国美食和农村日常, 成功让外国观众喜欢看, 这样就不会被语言问题影响到。

(二) 个体自媒体创作者的作用: 李子柒、滇西小哥等的成功经验

个人自媒体作者在传播中国传统文化方面作用很大。比如李子柒就是其中比较有代表性的一位, 在 YouTube 和抖音这些平台上, 她把中国传统的饮食文化和手工技艺还有农业生产这些方面的内容展示出来。她的视频能让人产生情感上的共鸣, 通过比较细腻的画面和声音, 不仅让全世界的观众知道中国的传统文化, 也感受到中国乡村那种宁静美好的生活状态。

滇西小哥在抖音上面发云南的传统食物还有当地文化。她的视频看起来比较轻松真实, 这样很好地表现了中国传统美食的魅力, 所以很多外

国观众都喜欢看。这说明个人做视频的人可以通过微博微信这些平台把中国文化用更简单易懂的方法传到国外, 打破以前那种文化传播的老办法。

(三) 主流媒体与自媒体的协同作用: 增强传播的广度和深度

社交媒体不只是给个人创作者用来展示的平台, 而且给主流媒体带来新的传播途径。比如 CCTV 还有 CGTN 这些官方媒体, 他们会在社交平台发一些权威性质的文化内容, 这样让中国传统文化传播得更广了。比如说 CCTV 在微博和 YouTube 这些地方播放关于中国节日的特别节目, 把传统节日背后的文化意义表现出来, 这样很多国外观众都来看。

主流媒体和自媒体一起合作让文化传播变得更广和更深。主流媒体有权威性, 内容也比较深, 给传播提供了支持, 而且自媒体创作者用灵活多样的内容, 还有个人化的表达方式, 吸引各种不同的人来看。双方互相帮助, 一起把中国传统文化传播到全世界, 让中国文化在国际上更有影响力。

三、社交媒体传播中国传统文化的挑战与应对策略

社交媒体给中国文化传播带来了新的途径, 不过当要传播到不同国家时候, 还是有很多困难存在的。像文化差异导致的折扣效应, 不同文化之间存在的理解障碍, 还有两边信息知道的不一样这些问题, 在全世界传播时候特别明显。要解决这些问题, 我们需要一些办法, 比如把内容调整得更符合当地习惯, 设计新的文化符号形象, 尽量避免文化冲突之类。另外还要多用数字化的技术, 比如短视频这些形式来帮助传播更有效。

(一) 文化传播中的挑战

文化折扣问题是我们国家在传播传统文化时候遇到的主要困难。文化折扣就是说不同国家的文化差异让文化内容失去原本的意义或者价值。比如说春节或者端午节这些传统节日, 外国观众其实很难完全明白它们包含的文化意思。如果传播时候没有把背景情况说清楚, 那些文化符号可能被理解错或者失去原来的意思, 最后传播效果就不好了。

跨文化理解的问题也是在传播过程里的重要问题。各个地方的文化背景不同, 还有历史和观念的不同, 导致很多中国传统文化让外国人不太明白。比如儒家思想里的家庭观念可能被西方人理解错了, 因为他们那边文化更看重个人, 所以比较难理解中国那种集体为主的价值观。

信息不对等同样是传播中的问题。许多国外观众对中国传统文化不够足够了解, 他们通常只能看到一些表面的符号, 但是不能深入知道这些背后的哲学、历史和社会背景。虽然社交媒体可以加快信息传播速度, 但是不同文化之间接受信息的差别仍然存在。

(二) 应对策略: 本土化、创新文化符号与减少文化冲突

为了解决这些难题, 内容的本地化应该是一种重要手段。通过对目标地区文化特征做深入分析, 再结合本地习俗改变文化产品, 就能降低文化折扣带来的问题。比方说在对外推广中国传统节日的时候, 可以多强调节日具有世界性的内涵, 像团聚、和平这些所有人都认可的价值观念, 这样国外观众就更容易能接受。

创新文化符号对提升文化传播的吸引力来说是一个重要方法。比如书法、京剧、龙这些中国传统文化符号, 虽然在国内的根基很深, 但在国外可能大家都不太认识。所以把它们和现代的东西结合起来, 创造出新的有时代感的文化表达方式, 这样就能增加它们在全球的吸引力。比如说用数字艺术加上新媒体技术这样的组合, 可以让传统符号变得看起来更潮, 能吸引更多人来看。

减少文化冲突同样是处理跨文化传播问题的重要方面。为了避免文化内容和当地价值观出现冲突, 传播者应该多去强调那些大家普遍接受的理念, 像家庭观念、和谐相处、互相尊重这些, 这些内容在全世界范围都有比较高的认同感, 这样可以减少因为文化不同产生的误会或者排斥。

(三) 技术应用: 数字化工具与短视频制作

现在数字化工具和短视频这些技术对文化传播的作用越来越明显了。像是 VR、AR 这样的技术, 可以让观众有更身临其境的文化体验, 让他们能够真实感受到中国传统文化的美。另外短视频作为现在社交媒体上主要的内容, 因为它的短小精悍容易传播, 让文化内容传得更快更广了。像李子柒这样的视频博主, 她们拍的短视频把中国传统文化中重要的东西用简单的方式给全世界的人看, 这样既保持了文化内涵, 也不用写太多文字说明。

四、社交媒体时代中国传统文化的传播未来趋势

(一) 社交媒体在未来促进中国传统文化全球传播的潜力

未来社交媒体发展会更促进中国传统文化在全球传播, 特别吸引年轻人这块。因为年轻人是社交媒体主要用户群体, 他们的文化爱好和消费习惯对传播传统文化有很大作用。在社交媒体上年轻人能更方便接触中国传统文化的很多内容, 比如文学、艺术、饮食和节日这些方面。比起以前传播文化的方法, 社交媒体有互动快、即时性强和全球范围大, 让年轻观众参与更积极。

比如抖音和 YouTube 这样的短视频平台, 用“内容创意加平台传播”这种方法, 让年轻创作者用创新方法来传播中国传统文化。把传统文化和现在元素相结合, 年轻人可以在全世界范围内分享他们对中国传统文化的理解和热爱。这种创意内容不但满足年轻人想要个性创新的需要, 还能让全世界观众产生关注和共情。以后随着社交媒体平台技术不断升级, 年轻一代会成为传播中

国传统文化的主要力量。

(二) 文化创新与技术融合推动中国文化国际影响力的提升

VR 技术有身临其境的体验, 能让全球观众更真实地感受中国传统文化的魅力。比如说用 VR 技术, 观众不但能看中国传统的艺术书法园林, 还能亲自参与传统节日和地方文化, 这样文化传播的效果和影响力就提高了。通过这些技术手段, 观众能和文化内容进行更深层次的互动, 并产生情感上的共鸣。

元宇宙作为一个比较新式的虚拟世界, 给中国传统文化在全球传播带来了很大的可能性。用户在元宇宙里不光可以参观虚拟的中国文化场景, 还能通过虚拟的化身参加传统活动, 比如京剧表演和手工制作什么的。这种新型传播方法可以打破传统传播方式的限制, 创造更多不同样子的文化体验, 让中国传统文化在全世界传播时候变得更有吸引力。

五、结束语

现在社交媒体在我们国家传统文化传播中的作用变得越来越重要了, 尤其是在打破时间空间的限制还有促进全世界人们的交流方面。通过比如微博抖音还有 YouTube 这些平台, 中国传统文化可以很快传播到全球各地, 特别是年轻人们很爱参与进来, 这样让全球文化交流变得更多了。这些平台不只是展示我们的传统艺术、节日和好吃的食物, 还帮忙把中国现在的样子变得现代又开放。社交媒体给文化自信和创意提供了机会, 中国传统文化特别的地方在全世界不同文化中被大家认可了, 还让中国文化在世界上更有名了。以后如果 VR 或者元宇宙这些新的科技发展起来, 社交媒体在传播文化方面还能做更多事情, 让人们体验更丰富。只要不断改变传播的方法, 社交媒体就能帮中国传统文化更适合不同国家的文化, 让更多外国人知道和了解。总的来说社交媒体不只是给中国文化传播找到了新的地方, 还帮助建立中国形象、增强我们对自己文化的自信搞出了很多好的条件。

参考文献:

- [1] 高卫华, 贾梦梦. 传统文化数字化传播有待解决的几个问题 [J]. 当代传播, 2016.
- [2] 韦笑, 潘攀. 社交媒体时代中国国家形象的对外传播策略——基于 2017 年 CGTN 海外社交媒体的中国报道分析 [J]. 传媒, 2018.
- [3] 高硕. 中华优秀传统文化国际传播问题研究 [J]. 齐齐哈尔大学学报 (哲学社会科学版), 2020.
- [4] 常怀云. 中国传统文化的国际化传播困境 [J]. 出版广角, 2017.
- [5] 程晨. 短视频平台中青年群体传播中国传统文化的研究 [J]. 声屏世界, 2021.