

# 对外文化输出途径研究及对策

谢双双

温州职业技术学院 浙江温州 325000

**【摘要】** 文化输出是国家实力的重要组成成本, 本文就对中国文化输出进行了研究, 首先分析了中国文化输出的必要性, 然后总结当下所面临的文化问题, 然后研究中国如何加强文化输出。帮助解决当前国内的文化问题, 以及采取更为合理的行动, 提升中国的文化输出能力。

**【关键词】** 文化输出; 软实力; 问题; 对策

随着经济全球化发展和信息化时代的到来, 全球文化交流变得更加频繁使得文化输出成为了国家实力、国家形象的重要组成部分。在这个背景下, 中国的文化输出存在明显的不足和落后, 因此, 有必要加强中国的文化建设, 推动中国的文化输出, 提升中国的实力和国际形象。

## 一、文化输出的必要性

### 1. 文化输出是软实力的体现

软实力是一种国家的能力, 能够通过吸引力而不是威逼利诱达到目的, 软实力中包括了国际的文化、政治价值观、外交政策等, 国家利用软实力和硬实力相互促进和配合, 能够更好地达到本国的目的。软实力被提出以后, 在思考国际问题时人们有了全新的思维和视野, 而且软实力也引起了很多国家的广泛关注<sup>[1]</sup>。随着研究的深入, 文化软实力这一概念被学者提出, 所谓的文化软实力, 指的就是该国的文化传统、价值观念、意识形态等内容, 无论是利用文化因素来发挥内部的凝聚力、动员力, 还是对外产生渗透力、吸引力和说服力, 都有着极大的作用。因此, 国家需要以文化为基础的软实力, 并且要依靠文化输出来体现自身软实力。

在全球化趋势明显的背景下, 各国之间经济的界限正在变得模糊, 国与国之间关系变得越来越紧密, 不同国家有着激烈的竞争、合作。在非常复杂的国际背景下, 中国为了能够让自身发展壮大, 就需要提升整体实力。这其中必然包括军事力量、经济力量、资源掌握、科技水平等硬实力, 但也应该不断提升软实力, 为自身的硬实力创造重要的发挥空间。目前, 我国的文化输出存在明显的不足, 所以为了能够提升国家软实力, 就需要加强文化建设, 推动中国的文化输出, 给中国的发展创造良好的空间。

### 2. 利用文化输出保证我国文化安全

文化安全是民族、国家对于自身文化遗产、价值观对待的方式和行为是否能免于被其他文化侵蚀和取代的评判, 而中国的文化安全, 在于中国的文化能否免于被外界威胁、侵害而导致内部混乱和失序, 并且保证本民族的文化能够普独立、生存和发展。很多外部势力都会从文化的角度来影响中国的发展, 利用西方价值观对中国文化进行解构, 将中国文化塑造成长期落后、蒙昧的形象, 以摧毁中国的文化安全。同时, 在信息化、全球化的背景下, 中国的文化正在遭遇巨大的外部冲击, 在缺少文化输出的背景下, 中国的文化显得十分弱势, 并造成中国的文化在逐渐失去自由的特征, 不仅严重威胁着中国的文化安全, 甚至对中国的主权也带来了巨大的挑战。

### 3. 通过文化输出重拾话语权

世界已经进入全球化时代, 使得全球化不仅仅是经济之间的合作, 更让文化传播、渗透成为了世界发展不可缺少的因素, 思想、

信息拥有和商品、技术、资本同样的流动地位, 使得全球化正在走向思想领域。文化是全人类共同的遗产, 是对各民族文化传承和创新的结果, 并不存在优劣之分, 所以需要尊重国与国之间的文化差异, 对于中国的文化交流而言, 我国虽然有着快速的经济的发展, 但是在文化发展上有明显的滞后, 同时国内有过洋节、吃西餐的文化, 甚至中英文混用也成为日常说话的时尚, 导致中国的文化逐渐失去了主体性, 处于比较被动的地位<sup>[2]</sup>。文化输出的落后影响了中国的话语权, 在国际交流的过程中, 很多国家对中国提出不可思议的无理要求, 也是为因为我们文化输出不足, 导致他们对我们认识不足, 一方面不认同中国的国际地位, 同时也没有认识到中国的负责任和守信的国际事务风格。因此, 中国加强文化输出, 也有利于中国重拾国际话语权, 有利于增进其他国家对中国了解和与合作, 增加互信, 从而为互利创造良好条件。

### 4. 经济输出需要和文化输出与时俱进

中国在过去的十几年中, 经济获得了快速的发展, 经济规模已经来到了世界第二位, 中国是全世界唯一一个具有完整产业链的国家, 制造业的产值高居世界第一, 也是世界上第一大出口国。在新冠疫情之后也有迅速的反弹, 并成为全世界唯一一个实现正增长的主要经济体。在中国经济高速发展的同时, 中国的文化输出始终没有跟上经济的发展, 导致世界很多国家并不愿意接受中国高速发展的现实, 本能地认为中国依然是一个比较落后的国家, 甚至在我国产品出口、技术输出的过程中, 也因为文化输出的薄弱影响造成一定的负面影响。同时, 高速发展的经济也给文化输出创造了巨大的平台, 文化产业也是经济发展的重要组成部分, 能够为经济创造一定的支持。在中国经济结构转型的背景下, 中国需要更多发展文化创造以创造全新的经济发展空间, 而更强的文化影响力也更有利于中国的产品、品牌走向世界。因此, 中国需要做到文化和经济的同步输出, 利用二者的相互促进, 促进经济和文化的共同发展。

## 二、中国的文化输出困境

### 1. 缺少对自身的文化自信

文化输出建立在拥有、了解和传承自己的优秀文化的基础上, 既要对本国文化有足够的自信, 同时也要形成文化的自觉, 否则文化的输出就容易被曲解, 或者被视为一种落后、腐朽的文化。在全球化的背景下, 一些强势文化很容易对弱势文化造成冲击, 使受冲击的一方往往会失去对自身文化的自信, 甚至失去本文化的自觉<sup>[3]</sup>。中国人对自己的文化就缺少自信, 而且正在失去自觉, 传统的笔墨纸砚、琴棋书画已经不符合现代社会的需求, 但是这些物质文化和精神文化无论是形式还是都有值得传承的部分, 然而很多年轻人对于传统非常抗拒, 习惯性地将与落后甚至腐朽挂钩, 很不利于

中国传统文化精神的传承。

## 2. 文化产品问题

文化产品是文化输出的重要途径,而且文化产品也有推动经济发展的作用,但是如果在文化输出过程中对文化的重构不合理,就容易产生文化的误解。很多中国人习惯地将文化产品局限在一些传统文化上,包括瓷器、京剧等等,但是瓷器比较贵重,京剧也不被大众所喜欢,导致文化产品曲高和寡,难以真正被外国人所接受<sup>[4]</sup>。另一方面,中国国内对于流行文化并不重视,在网络小说、手机游戏快速发展的背景下,管理部门并不愿意将其视为中国的文化符号,使中国浪费了过多的文化资源。

## 三、文化输出途径分析

### 1. 加强精品文化输出

文化的输出一般包括了三个层面,包括实用文化、艺术文化和思想文化。使用文化是日常生活文化,包括各种日用品、家用电器等等;艺术文化包括文学作品、书画作品、戏曲作品等等;思想文化即国内产生的文化思想。中国的文化输出大多都注重在第一层文化输出,因为国内的制造业产品出口较多,尤其是家用电器、日用品等等,但是在艺术文化和思想文化上比较匮乏。

国内的艺术文化输出应该突破过去完全局限在传统文化思想禁锢,而是应该认识到很多流行文化的对外输出也是一种重要的艺术文化输出方式。无论是音乐、美术、电影、小说、游戏,都属于中国文化的一部分,也是当下中国人所创造的文化<sup>[5]</sup>。因此,需要借助市场,使文化得到高速的发展,并借助市场选择更多精致的文化产品,使国内的文化能够走向外国。

一定程度上来说,思想文化能否向外国输出,来自于国家是否具备足够的实力,如果缺少足够的实力,哲学等思想无论如何先进,都不能得到其他国家的认同。因此,思想文化的输出仍然要借助本国发展,包括硬实力和软实力的发展。但是,中国依然需要不断加强对思想反文化在发展上的投入,不断整合国内文化的发展成果,提炼出能体现出当代中国学者的思想文化,不仅能推动中国的文化输出,也能让中国人具有更强的认同感。

### 2. 基于自觉意识的文化输出

我国的经济快速发展提升了本国人的民族意识和本国文化意识,目前,中国仍然需要构建自身文化的自觉意识。在中国的长期发展中,中国的传统文化价值观从未发生转变,求真务实、人定胜天等思想贯穿中国发展的始终。但是随着中国人思想受到外国的文化冲击,以及因为中国落后导致本国人对外国思想的崇拜,破坏了我国的文化自觉意识,尤其是一些浮夸的享乐主义文化、个人主义文化都在冲击中国自古以来形成的质朴思想和集体主义思想,因此需要加强对本国文化的保护,提升文化自觉意识,才能为文化输出创造良好的基础。

所以,需要加强对本民族文化的起源、形成、特点和发展的研究,做好对民族文化精华和内在价值的提炼和输出,不断围绕民族文化的思想内核加强文化创造。避免被西方价值观取代本民族的价值观念,保持中华民族的独特精神。

### 3. 翻译下的多渠道文化输出

为了传播中国的思想文化,就需要让外国人理解,而翻译是必不可少的方式。对此,不仅需要本国人人参与翻译工作,也要吸引更多外国人参与到其中,吸引他们打破语言障碍,学习中国的文化。翻译的内容不应仅仅包括中国的传统文化,还应将国内的流行文化向外推广<sup>[6]</sup>。同时,翻译的过程中必须保证思想的保留,防止翻译后的作品在思想上发生转变,影响中国文化对外输出的效果。所以,需要建立一支国际化的翻译队伍,能针对不同语言都采用最合适的翻译方式,确保更多外国人能对中国文化有全面地认识。而对于一些文化产品,包括小说、影视剧、游戏等等,也要加强翻译制作,提升本国文化的商业价值。

## 四、结语

在全球化的背景下,为了能保护本民族文化,以及推动中国在国际上获得更多话语权,就需要加强中国的文化输出,提高中国的软实力。所以,国内还需要加强对文化的研究,突破过去仅仅停留在传统文化上的宣传,而是需要将中国现代的文化创新也充分重视起来,使更多的国家能了解中国、认识中国,提升中国的国际地位。

## 参考文献

- [1] 高翔. 论品牌战略传播是发展中国家文化输出的有效途径 [J]. 新闻知识, 2020(04):73-82.
- [2] 赵凌志. 文化生态教学与“中国文化失语”[J]. 现代交际, 2020(04):26-27.
- [3] 任今照. 简析大学英语教学与大学生中国文化输出能力培养 [J]. 校园英语, 2019(33):9-10.
- [4] 夏添. 改革开放四十年背景下高职英语与中国文化输出 [J]. 校园英语, 2019(29):48-49.
- [5] 柯梦颖, 王鑫, 许淑雅, 田苗. 基于韩国文化输出的中华文化输出方式创新探究 [J]. 北方文学, 2019(14):176-177.
- [6] 何昊泽. “一带一路”对我国文化自信提高的意义 [J]. 青年与社会, 2019(11):7-8.