

中国文化国际传播困境与突破路径探讨

彭颖胜

山东第二医科大学外国语学院, 山东 潍坊 261053

DOI: 10.61369/ETR.2025300035

摘要： 中国文化国际传播有着悠久历史，随着中国国际地位的不断提升，中国文化在国际传播方面取得优异成绩。在科学技术不断发展与传播理念持续更新背景下，中国文化传播迎来了新的机遇与挑战。基于此，本文针对中国文化国际传播策略展开研究，阐述了中国文化传播的现存困境，分析了当前国内外研究与实践经验，研究了中国文化国际传播的价值，提出了相应的实施路径，旨在拓宽中国文化传播途径，实现其在国际舞台的广泛传承。

关键词： 中国文化；国际传播；困境；突破路径

Discussion on Dilemmas and Breakthrough Paths of Chinese Culture's International Communication

Peng Yingsheng

School of Foreign Languages, Shandong Second Medical University, Weifang, Shandong 261053

Abstract： Chinese culture has a long history of international communication. With the continuous improvement of China's international status, Chinese culture has achieved excellent results in international communication. Under the background of the continuous development of science and technology and the continuous renewal of communication concepts, the communication of Chinese culture has ushered in new opportunities and challenges. Based on this, this paper conducts research on the strategies of Chinese culture's international communication, expounds the existing dilemmas of Chinese culture's communication, analyzes the current domestic and foreign research and practical experience, studies the value of Chinese culture's international communication, and puts forward corresponding implementation paths. It aims to broaden the channels of Chinese culture's communication and realize its extensive inheritance on the international stage.

Keywords： Chinese culture; international communication; dilemmas; breakthrough paths

引言

随着中国在全球事务中的影响力不断提升，国际社会对于中国文化的兴趣逐步增强。如何在国际舆论环境中有效传播中国文化、讲好中国故事、增强文化软实力，成为当前国家战略的重要组成部分^[1]。然而，现实中，中国文化的“走出去”面临多重困境，如何突破传播壁垒，提升传播效能，是摆在学界与实践者面前的重要课题。

一、中国文化国际传播的现实困境

（一）话语体系受限，缺乏主导权

当前国际传播领域中，西方的话语体系仍居主导地位，中国文化在“被解释”“被塑造”中常陷于被动状态。尽管近年来官方加强了媒体“出海”与文化项目外推，但由于语言、价值观、传播方式等方面差异，仍难以打破西方媒体框架对中国形象的固化。

（二）传播方式单一，缺乏情感共鸣

现有中国文化传播多以“国家工程”式操作展开，话语风格偏硬、内容宏大，缺乏个体化表达与柔性叙述，难以引发国际受众的共情与认同。这种“高冷”式传播方式往往停留在“信息输出”层面，忽略了文化交流中最重要“互动”与“对话”。

（三）文化认同薄弱，内容落地不足

中国传统文化内涵丰富，但在国际受众中普遍存在理解门槛。例如儒道佛思想、典籍、礼仪等，由于缺乏本土背景知识与

语言基础，常被误解或“异化”。此外，传播内容缺乏与当代社会现实结合，难以在日常生活层面“落地生根”。

二、当前国内外研究与实践经验

国内研究者多强调从国家战略、文化自信、形象构建等角度进行理论探讨，提出“构建中国话语体系”“增强叙事能力”等核心命题。国外学界则多关注中国文化传播中的软实力策略、公共外交机制及其影响力评估，尤其注重文化接受度、媒介多样性与传播语境的适配性^[2]。

实践层面，孔子学院、文化中心、海外中国节、中文教育项目等已经形成初步的传播体系，但多集中于语言教学和节庆活动，系统性文化体验与深层认知仍显不足。一些以电影、动漫、流行文化等为载体的“民间文化输出”则显示出更强的传播生命力，值得进一步关注与研究^[3]。

三、中国文化国际传播的价值

（一）有利于增强国家文化自信

文化自信对民族发展和国家发展具有重要作用。在数千年的传承发展中，中华民族文明沉淀下来丰富的知识、思想及审美观念^[4]。在国际传播过程中，当中国诗、中国工艺品、中国哲学思想等中华经典呈现在世界各国人民的面前，被各个国家人们欣赏和借鉴时，中国人能够真切地感受到我们国家的文化魅力和内在价值，有利于中国公民对于自己国家文化的精神认同和文化自信^[4]。比如在全球各地开设孔子学院教授中文，传播中国文化，让中国人看到中国文化在国际领域的受欢迎程度，能够进一步坚定文化自信，带动更多中国人积极地传承和弘扬我们优秀的传统文化。

（二）有利于促进国家现代化建设

中国文化国际传播与国家现代化建设相辅相成，通过推广中华文化，能不断提升国家文化“软实力”的品质，提升国家国际形象，改善国际关系，吸纳发达国家资本和高素质劳动力等，为国家现代化建设补充源泉动力^[5]。比如很多跨国企业投资者出于中国传统文化的诚实守信、互助团结等等理念的认同，更容易与中国企业合作并对其企业投资有所兴趣。创新、刻苦敬业等中华文化，能够促使国民奋发上进、为中国现代化建设增添新动能，进而再进一步促进社会科技创新发展和经济建设并加速国家和民族发展进程。

（三）有利于促进多元文化发展

世界文化是多元的，每种文化都有其独特之处。中国文化国际传播为世界文化的多样性增添了丰富色彩。中国文化强调的“和而不同”理念，在传播过程中与其他文化相互碰撞、交流与融合^[6]。中国的茶文化传播到日本，与当地文化结合形成了独具特色的日本茶道；中国的儒家思想在东南亚地区传播，影响了当地的社会伦理与价值观念。这种文化的交流互鉴，不仅丰富了中国文化自身，也为其他文化的发展提供了新的思路与元素，促进了全球多元文化的繁荣共生，推动人类文化不断向前发展。

四、文化传播的关键突破路径

（一）优化国家叙事策略，增强文化“可感知性”

国家叙事应由“宏大叙事”向“柔性叙事”转变，从“大国”形象的宏观讲述转向“普通人”的微观表达。通过“小故事讲大精神”，引导国际受众从具体事例中理解中国社会与文化逻辑。例如，通过青年创业者、社区工作者、志愿者等个体故事呈现中国的发展与文化价值，更具亲近感与说服力。在传播途径方面，相关部门应利用新媒体平台的传播优势，有效拓展传播途径。社交媒体能够跨越地域与时间限制，有着庞大的用户群体。相关部门应制作相关短视频，记录个体日常生活中展现中国文化的瞬间，比如春节时社区志愿者组织的写春联活动、青年创业者将传统工艺与现代设计结合的创业历程等，将其制作成短视频上传到抖音、微博等平台，以此吸引更多国际受众，促进中国文化国际传播^[7]。此外，还可利用国际知名影视平台，制作彰显中国文化的纪录片或短视频，运用影视化叙事方式在全球范围传播，让他人人们能够切实感受中国文化的魅力，近距离接触中国文化。

（二）在“自塑”与“他塑”之间构建多元文化符号

中国文化传播不仅是“说自己想说的”，更要关注“对方想听的、能听懂的”。这要求我们在文化自信的基础上，实现文化符号的多元化表达。通过视觉形象、艺术作品、社交媒体话语、生活方式等多维度，打造跨文化共享的“中国印象”。在视觉形象方面，相关部门应设计出能够彰显中国特色且符合国际审美的IP形象，制作动漫角色、文创产品等，让中国文化借实体物品走进国际民众生活^[8]。在艺术作品方面，应注重鼓励音乐家创作融合中国民族乐器与西方流行音乐风格的曲目，鼓励画家运用中国传统绘画技法描绘现代社会场景，让这些具有中国文化特色的产品在国际舞台展出，以此拓宽文化传播边界。在社交媒体话语方面，应利用热门话题表现，带动人们对中国文化的讨论，比如发起“中国二十四节气生活”活动，吸引国际网友分享中国文化的体验与理解，形成互动传播^[9]。在生活方式方面，相关部门应推广中医养生和中国茶艺等，注重开设线下体验课程，开展线上直播活动，让国外民众有更多方式了解中国文化，构建起被世界广泛认知与接纳的多元文化符号体系，促使中国文化有效融入全球文化交流领域。

（三）推动沉浸式文化体验与深层互动交流

相比文本信息的输入，文化体验具有更强的感染力。应通过海外文化节、书展、电影展、饮食文化交流、手工艺互动等形式，激发受众的文化参与感。特别是在高校、科研机构、社区等平台中嵌入体验式文化传播项目，可有效深化文化认同。上述活动可引进虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等先进技术，促进互动活动的深入开展。比如依托VR技术搭建虚拟场景，让海外受众身临其境地感受中国乡村的四季变换，参与传统农耕活动；运用AR技术展示仿真环境，让海外游客了解古老建筑背后的历史故事，直观看到建筑历经岁月变迁的模样。在活动体验结束后，相关部门可以鼓励游客分享自己的体验感受，利用社交媒体平台进行二次传播，扩大文化影响力，吸引更多海外游客的参与^[9]。

此外，各地区还可开展文化交流活动，邀请中国文化学者和艺术家参与，共同探讨文化内涵，促进不同文化背景者之间的思想碰撞，加深他们对中国文化的深层理解，在互动交流中推动文化的有效传播。

（四）赋予青年群体与民间主体更大传播角色

当前国际传播中青年留学生、新媒体博主、文创创业者已成为重要传播主体。他们了解多文化语境，具备跨语言能力，能够用更生活化、社交化的方式进行文化转译。国家应在政策上加以支持与引导，让“讲好中国故事”的主体更加多元。针对青年留学生，相关部门可设立专项扶持基金，资助中国青年留学生参与到中国文化对外传播活动中，助力他们在海外校园举办中国文化节，有效推动传播中国文化，将中国传统服饰、传统手工艺等列入此类节庆当中。针对新媒体博主，需要建立专业化培训体系，聘请既具有传媒研究的专业背景，又对中国文化有所了解的人，对他们的文化能力、信息处理能力进行提升，使他们输出的内容更多具有深度与魅力的特点。针对文创创业者，开发有中国元素的产品，鼓励他们利用自己的社会声望和影响力，通过跨境电商平台推广具有中国元素的优质产品，通过这种方式对外讲述中国的文化^[10]。此外，还可建立线上线下互动平台，促进不同主体之

间的分享和合作，其中线上平台能够带动多方主体的交流讨论，共同探究传播策略；线下开设一些研讨会、培训班，加强联系，聚拢多方力量，建设强有力的中国文化对外传播队伍，使更多的中国故事为世人所感知、所认同，提升中国文化的知名度与影响力。

五、结束语

中国文化的国际传播不仅仅是“输出”，更是“交流”，最终目标是形成共鸣与互鉴。在人类命运共同体理念日益深入人心的背景下，中国文化传播应以平等、开放、包容的姿态融入世界文化体系。在传播方式上不断革新，在传播话语中注重人文关怀，在传播目标上致力于塑造真实、立体、可亲的中国形象，方能实现从“被看见”到“被认同”的跨越。为此，可构建多元立体的传播矩阵，借助短视频、社交媒体等新媒体平台，以年轻人喜闻乐见的“国潮”“国风”内容为载体，将传统文化与现代生活巧妙融合，打破文化隔阂；依托孔子学院、文化交流年等线下平台，开展非遗展演、学术研讨等活动，让世界直观感受中国文化魅力，让中国文化在世界舞台上生根发芽、枝繁叶茂。

参考文献

- [1] 干慧婷, 卢军坪. 国际传播能力建设背景下中国文化外译新路径 [J]. 上海第二工业大学学报, 2025, 42(01): 94-99. DOI: 10.19570/j.cnki.jsspu.2025.01.012.
- [2] 李创新, 刘辰坤, 邓宁. 推动传统节日传承创新与国际传播切实讲好新时代中国文化故事 [J]. 中外文化交流, 2025, (02): 17-22.
- [3] 吴满阳, 董士澎. 国产手游对中国文化国际传播的创新与启示——基于《原神》国外玩家的质性研究 [J]. 中华文化海外传播研究, 2024, (01): 283-296.
- [4] 唐会嘉. 中国文化国际传播现状与发展路径探析 [C]// 北京大学中国教育财政科学研究所. 2025年中国教育财政研究学术研讨会论文集. 大连外国语大学; , 2025: 76-79. DOI: 10.26914/c.cnkihy.2025.000813.
- [5] 辛静, 黄榕欣. 中国文化形象国际传播的创新实践研究——以 TED 英文演讲为例 [J]. 三峡大学学报 (人文社会科学版), 2025, 47(01): 96-101+107. DOI: 10.13393/j.cnki.1672-6219.2025.01.014.
- [6] 徐晓娟, 王淑东. 中国文化国际传播的安全问题与应对策略——评《新时代中国文化安全问题研究》[J]. 安全与环境学报, 2024, 24(06): 2469-2470.
- [7] 王文佳. 国际传播中如何打造“元软实力”——以《原神》带动中国文化出海为例 [J]. 上海广播电视研究, 2023, (04): 38-45.
- [8] 张冬梅, 孙晓晖. 中国文化国际传播视域下的《中国概况》课程教学探究 [J]. 长春工程学院学报 (社会科学版), 2023, 24(03): 150-152.
- [9] 刘思琦. 新时代中国文化国际传播对弘扬中原文化的启示与建议 [J]. 时代报告 (奔流), 2023, (09): 44-46.
- [10] 朱全稳. 新形势下中国文化国际传播效能研究——以敦煌文化为中心 [J]. 新闻爱好者, 2023, (09): 81-83. DOI: 10.16017/j.cnki.xwzhz.2023.09.020.