

文教结合引导在华留学生讲好中国故事

当前,我国正大力推进教育对外开放,2018年来华留学生数已突破49万,覆盖全球196个国家和地区。作为往返于中外文化间的求道者,来华留学生既熟悉国际受众的接受习惯,又因为较长时间在华接受教育及生活的独特经验,对中国文化和中国社会有一定的认知和情感体验,若能有效引导,将成为中国故事跨文化传播的重要力量。

在华留学生是讲好中国故事的重要力量

从理论上说,“影响形象形成的途径主要有两个:亲身体验和媒介传播”^①。虽然当今世界国际间的人员流动十分频繁,但有机会来中国,获得丰富感性体验的民众毕竟还是少数,因此,国际民众对于中国的认识最主要还是受其接触的各式新闻媒介的影响。这也是为什么在我国国际传播能力建设,传播渠道建设始终占据重要位置的原因。

然而,从实践来看,从渠道出发的国际传播能力建设,往往会遇到一些意想不到的问题。首先,国际受众对媒介渠道的选择是多方面因素长期作用的结果,而在不触动国际受众媒介渠道选择背后的社会因素的前提下,光凭技术性手段很难实现渠道替代甚至渠道并行的目标。此外,组织化倾向相对较强的渠道建设也容易引发或有意或无意的敌意。譬如,出于意识形态的偏见,美国近来出台多项政策,对中国媒体和记者在美的活动施加种种限制。

不过,亲身感受就不一样。国内外多项调查表明,国际受众来访中国的次数往往和其对中国的喜好程度呈正相关关系。其实,这并不奇怪,从认识形成的一般规律看,实践决定认识,既然中国的建设事业确实在蒸蒸日上,中国的实践确实存在独特性和吸引力,那么只要不是“装睡的人”,自然会因为与中国的亲身接触,而形成较为正面的中国认识。正如世界卫生组织总干事高级顾问布鲁斯·艾尔沃德亲身考察了中国抗击新冠肺炎疫情的行动后所说,他“曾经像其他人一样有过偏见”,但经过考察,他必须承认“中国的方法被事实证明是成功的方法”。

也正是从这一方面看,留学生应该成为讲好中国故事的重要力量。首先,和一般国际民众比,留学生对中国文化具有情感上的亲近感,这使得留学生群体更愿意在国际传播的场合接受并传播有关中国的正向信息。其次,“理论是灰色的,而生活之树常青”,由于具有较长时间的在华生活经历,留学生不仅对中国的了解程度远远高于普通国际民众,还更容易以切身的的生活体验修正来华前得之于外界的种种刻板印象。譬

如,在不少外国媒体的报道中,“中国梦”被有意无意地与所谓的“美国梦”对立起来,不过,正如同济大学美籍留学生Jacob Thomas所说,他在中国留学期间,接触了“许多为生活努力的人们”,发现“‘美国梦’中强调的奋斗和追求同样在中国人身上出现”,进而做出了“不要通过别人的眼睛去看中国”^②的判断。应该说,正是在中国生活的体验,才帮助Jacob Thomas形成了这样的认识,而一旦形成了这样的认识,以Jacob Thomas为代表的在华留学生就更有可能以极具体验感的“个人故事”支撑“中国故事”的国际传播。

当然,具有更多的关于中国的感性认识,还只是构成留学生参与“讲好中国故事”的可能性,而要把这种可能性变成现实,离不开必要的“教育”和“引导”。和欧美国家高度重视面向留学生的公共外交和文化活动相比,我国大多数留学生管理人员和课程教师对留学生的文化传播投入较为有限。从2018年12月19日正式启动,到2019年12月14日落下帷幕,上海交通大学主办的“我眼中的中国——首届在华留学生短视频大赛”(以下简称“短视频大赛”)融国际传播于文化活动,开辟中国国情教育“第二课堂”,引导在华留学生投身“讲好中国故事”伟大实践,其中的成效和经验值得总结和思考。

“在华留学生短视频大赛”的实践探索

短视频大赛由上海交通大学主办、上海交通大学媒体与传播学院承办,得到北京大学、清华大学等三十余所大学国际交流部门和新闻传播学院,以及上海报业集团、东方网、腾讯等多家媒体的支持,吸引了来自全国26所高校41个国家的在华留学生报名参赛。在引导在华留学生讲好中国故事方面,短视频大赛有三个方面的特点值得重视。

1. 重视文化活动和留学生教育的有机结合

把文化活动作为教育的手段,实现文化、教育、宣传等多种工作的有机结合,是世界文化强国开展软实力外交的一般做法。譬如,从2010年开始,美国在我国设立美国文化中心,该中心的一项重要工作就是通过组织美国主题文化活动,传播乃至宣扬美国的文化价值观。不过,在我国,虽然面向本国学生的校园文化活动始终贯穿着价值引导的意旨,但主要面向在华留学生的文化活动又总是呈现出无涉教育的面貌。一个典型的例证是,很多高校热衷于组织留学生参加包饺子、剪纸等民俗文化活动,却很少给留学生创造参与当代中国文化实践的机会。

与偏重“传统”的留学生文化活动不同,短视频大赛从筹

备开始,就十分注重当代中国元素的植入。短视频大赛活动方案,不仅规定参赛视频的内容应该主要是留学生来华求学期间的所见所闻,还明确亮出大赛的“教育”目的,也即通过鼓励留学生创作基于亲身体验和现场观察的短视频作品,促进这一群体对中国国情的了解,进而更好地向世界讲述真实的中国国情和中国故事。

从各国在华留学生提交的短视频作品看,大赛实现了预期的教育目的。这些短视频作品不仅涉及中国不同的城市(上海、重庆、西安、成都、杭州……)、不同的主题(传统节日、现代都市、“新四大发明”、科技创新成果……)——不同的场景汇聚在一起,构成一幅当代中国的生动画面——还传递出留学生群体对讲好中国故事的自觉承担。正如北京外国语大学日本留学生 ITO KAEDA 所说,在北京生活和学习了一年之后,他更加希望学习好中文,将来为中日两国的交流贡献自己的力量。

2. 注重运用移动短视频等新兴媒介载体

随着移动互联网技术的发展,短视频进入了飞速发展时代。移动短视频制作便捷、传播迅速。在涉外场合,短视频出海已成为中国文化全球传播的重要载体,近来在国外社交媒体引发广泛关注的李子柒,其成功的关键之一,便是实现了短视频媒介形式与中国乡土生活场景的有机结合。

目前,国内高校乃至社会上组织的涉外文化体验活动,不但对参与者的中国文化基本素养的要求程度较高,而且往往有一套固定的流程或技术要求。留学生在参与这些活动时,不可避免处于被动接受的地位,并没有太多自主发挥的空间。与此相对,短视频大赛对新兴媒介形式的使用,则帮助留学生克服了语言、文化的制约,增强了认识中国的主动性,丰富了表现中国的技术手段。

从短视频大赛收集的作品整体情况看,正是得益于短视频媒介形式的帮助,留学生得以通过“看”与“被看”、“听”与“被听”、“对话”与“对白”、“风景”与“内心”等视听语言结构,审视中国的过去与现在,重新思考中国的未来。东华大学法国留学生 Gbato 说,通过短视频拍摄,他“坚信在中国生活的每一天,都会和中国伙伴们拥有新的经历……在中国,一切都有可能!”

3. 鼓励第一人称视角的生活叙事

长期以来,我国较为重视重大主题的对外的传播,这虽然有助于宣传当代中国治国理政的基本情况,却由于相关报道与国外民众的生活相去较远,不易引发持久的兴趣。短视频大赛从一开始,就鼓励留学生以第一人称视角,客观真实地表现“我眼中的中国”。事实证明,正是基于第一人称视角影像叙事形式,留学生较多地融入了自身的心理和情感,使得看似琐碎的生活故事透出浓浓的温情。

西北大学印度留学生 Anish 拍摄的是我国西北地区过年的

场景,她在生活和拍摄过程中,感受到了中国普通人家生活中的温暖,表示“很想把这些中国的传统文化带到我的国家”。上海交通大学巴基斯坦留学生 Zohaib 通过对学校同学的采访,讨论了外国知名品牌都有中文译名但通常并不引人注意的有趣话题,得出中国很重视自己的语言和文化的结论。留学生提交的作品大多是平凡而质朴的故事,但饱含着真情实感,让中国故事的讲述更有温度。

总结与展望

通过积极有效的组织动员,短视频大赛激发了在华留学生观察中国、体验中国、表现中国的热情。未来,我国应更加重视引导在华留学生讲好中国故事,为增强中国形象的全球传播能力汇聚力量。

1. 建立部门间协同管理机制

在华留学生是重要的国际传播资源,但由于缺少明晰的整合思路和完善的统合机制,迄今尚未在中国形象国际传播中发挥应有的作用。鉴于此,我国应考虑将在华留学生工作纳入国家“大外宣”工作格局,建立各级宣传、外事、教育部门牵头,高校、传媒及相关社会力量广泛参与的联席工作机制,加大对在华留学生传媒文化与公共外交活动的协同管理和有效引导。

2. 创新留学生中国国情教育模式

教育部门和有关高校应高度重视面向来华留学生群体的中国国情教育,通过精品课程、实地考察多种形式,为留学生更好地认识中国创造条件。此外,学校和教师应加强对在华留学生中国观形成轨迹的调研,了解影响留学生中国观形成的主要因素,加强对留学生疑难问题的解惑工作,提高中国国情教育的实效。

3. 提升来华留学生文化活动影响力

各级教育部门应鼓励相关高校牵头成立来华留学生教育培养高校联盟,促进跨地区、跨高校来华留学生的交流,联合举办各类文化传播、文化体验和中国国情教育活动,为留学生群体更好地认识中国创造各种便利条件。此外,教育和外事部门可以鼓励支持有条件的新闻媒体,特别是涉外媒体开设专栏或定期组织专题报道,促进留学生“中国故事”的传播。

【本文为国家民委民族研究青年项目“国际智库涉藏涉疆话语生产、传播模式及应对举措研究”(编号:2019-GMC-042)阶段性成果】

注释:

①聂树江:《国际传播如何讲好中国故事》[J].《新闻战线》,2016年第23期

(王大可:上海交通大学媒体与传播学院、智能传播研究院助理研究员;李本乾:上海交通大学媒体与传播学院院长、教授、博士生导师,教育部“长江学者奖励计划”特聘教授)