

国际学生对于黄河文化形象认知的现实困境与传播路径*

余杨芳

(山东师范大学国际教育学院, 250014)

[摘要] 本文通过对国内某师范类大学国际教育学院 160 位本科国际学生的问卷调查, 探讨了国际学生对黄河文化的认知现状、存在的困境以及可能的传播路径。调查结果显示, 国际学生对黄河文化的认知大多处于初级阶段, 对黄河文化符号的认识不足, 而文化体验和实物是他们感知黄河文化的主要渠道。本文提出了加强官方主导下国际网络社交平台建设、鼓励国际学生通过多种自媒体形式展示黄河文化形象、加强国际中文教育中的黄河文化教育以及促进黄河文化符号多样化表达等策略, 以促进国际学生对黄河文化的理解和认同, 推动黄河文化在国际上的传播和影响。

[关键词] 国际学生; 黄河文化; 传播困境; 传播策略

The Realistic Predicaments and Dissemination Paths of International Students' Cognition of the Yellow River Cultural Image

Abstract: This study uses a questionnaire survey to find out how 160 foreign undergraduate students from the foreign Education College of a domestic university currently perceive Yellow River culture. The findings show that, with limited knowledge of Yellow River cultural symbols, international students' awareness of Yellow River culture is primarily at an early level. Their perception of Yellow River culture is mostly shaped by tangible items and cultural events. In order to improve Yellow River culture's reach and influence, the paper suggests a number of measures, such as bolstering the growth of official international social media platforms, motivating international students to share Yellow River cultural images via various forms of self-expression, incorporating Yellow River culture education into worldwide Chinese language instruction, and encouraging varied interpretations of Yellow River cultural symbols. These tactics seek to increase Yellow River culture's global dispersion and influence while also helping overseas students recognize and comprehend it better.

Keywords: International Students; Yellow River culture; Dissemination Predicaments; Dissemination Strategies

*作者简介: 余杨芳, 女, 山东师范大学国际教育学院汉语国际教育研究生, 主要研究方向为国际中文教育等。

课题项目: 本文系 2023 年山东省黄河流域生态保护和高质量发展专项课题《面向国际学生讲好“黄河故事”实践路径研究》(课题编号: 23HLY10016) 研究成果。

0. 引言

黄河作为中华文明的母亲河，承载着丰厚的历史文化底蕴，是中华民族的重要象征之一。在当前社交媒体主导的全球传播时代，依托社交媒体平台讲好中国故事、传播好中华文化，已经成为提高我国国际影响力、构建良好国家形象的重要手段。习近平总书记曾强调，展示真实、立体和全面的中国，这不仅是国家政策层面的要求，也是面对国际挑战、增强民族认同的迫切需要。作为中国文化核心的黄河文化，其形象的塑造与传播，在构建国家形象这一时代任务中占据举足轻重的地位(邢丽菊, 2022; 鄢传若澜, 2022)。基于此，我们必须高度重视黄河文化的传播与发展，以多元化的渠道和方式，面向全球讲好黄河故事，展现中华民族文化的自信与担当。

随着黄河文化影响力日益增强，黄河文化在国际传播领域的研究逐渐受到重视。众多学者从多个角度探讨了黄河文化对外传播的内涵、价值、现存问题及解决策略。尽管已有丰富的研究成果，但很少有学者将来华留学生与黄河文化传播结合起来研究，现有的研究成果也稍显匮乏。

首先，关于黄河文化对外传播的重要性，孟衍旭和周宇淇(2022)等学者认为它不仅是我国“走出去”文化战略的重要一环，也是构建人类命运共同体、展现中国形象的重要载体。牛家儒(2021)则从“一带一路”的视角出发，提出了黄河文化对外传播对于促进国际合作、增强国家综合实力的积极作用。刘翠玉(2021)进一步指出，黄河文化的传播是坚定文化自信、推动社会和谐发展的重要途径。

其次，在黄河文化对外传播的现状方面，王银辉(2024)等学者关注到了新媒体为黄河文化传播带来的新机遇，但同时也指出了传播内容创新不足、传播方式不科学等问题。李旭东和宋平(2023)则深入分析了当前黄河文化传播的困境，包括内容创新缺乏、官方色彩浓厚以及传播机构和人才队伍的不足等。耿婉玥(2024)则认为，黄河文化在国际传播中处于弱势地位，需要进一步提升其吸引力和影响力。

最后，在黄河文化对外传播的措施上，学者们提出了多种策略。马源梅等人建议利用短视频等新媒体形式展示黄河文化，提高国际知名度(马源梅, 2023; 苏思丹, 2023; 庞小峰, 2023)。曹德春(2020)则从跨文化视角出发，提出了分语种传播的策略。李旭东和宋平(2023)在分析黄河文化对外传播困境的基础上，从融媒体角度出发，提出了构建“新媒体+文化”模式，打造文化IP数据资源库等对策。

综合上述研究，可以看出学者们对黄河文化对外传播问题展现出了浓厚的兴趣和热情，但同时也存在研究表面化、碎片化的问题，缺乏系统的理论体系和足够的技术支持，需要进行更加精细的黄河文化对外传播量化研究。

1. 研究方法

依托在线问卷平台进行问卷调查，对国内某师范类大学国际教育学院中 160 位国际学生进行了无记名调查。这些国际学生所学习的专业都为汉语国际教育专业，来华学习的时间从一年到三年不等。从性别来看，男生人数为 58 人，占 36.25%，女生人数为 102 人，占 63.75%。从年龄上来看，其中 100 位即 62.5% 的调查对象的年龄为 18-23 岁，60 人的年龄在 24 岁及以上，占 37.5%。从国籍上来看，非洲国家为 71 人，占总人数的 44.38%；亚洲国家 39 人，占总人数的 24.38%；美洲国家 22 人，占总人数的 13.75%；欧洲国家 18 人，占总人数的 11.25%；另有 10 位国际学生来自大洋洲国家，占总人数的 6.25%。从华裔身份来看，华裔留学生为 70 人，占 43.75%；非华裔留学生为 90 人，占 56.25%。

首先，通过多选题的形式，来调查国际学生认知黄河文化的不同途径。其次，通过矩阵量表的形式考察国际学生通过不同认知方式获取有关黄河文化的情况，其中设置 5 到 6 个维度不等，以李克特量表进行程度衡量，表中的数字 1 至 4 分别赋值 0 分、1 分、3 分、5 分，分数越高，表示获得的有关黄河文化的知识越来越多。最后，通过矩阵量表的形式考察国际学生传播黄河文化形象的意愿，亦通过李克特量表进行程度衡量，表中的数字 1 到 5 表示由“完全不同意”到“完全同意”。

再通过 SPSS 数据分析平台，对上述矩阵量表进行信度的检验，黄河文化形象传播意愿量表的 Cronbach α 系数为 0.886，系数大于 0.8，说明本数据具有良好的信度，能够进行进一步的研究和分析。

2. 研究结果

2.1 国际网络社交平台 and 自媒体平台在国际学生认知黄河文化的途径上占据优势

国际学生对于黄河文化的认知途径的选择情况可以划分成四个层次。在 160 名问卷调查对象之中，共有 75% 的调查对象选择了微信，68.75% 的调查对象选择了抖音，明显超过其他海外媒体平台，排名在第一层次。国外三大主流媒体 YouTube、Instagram 和 Google 位居第二层次。第三层次有大量的认知渠道，在中国可以分为微博、b 站和知乎等中国网站，在国外根据网络和媒体平台创建的地区可以分为国外的 Twitter、Facebook、Whatsapp 和 Shopee，以及国际学生自己国家的网站这三类。其他渠道，比如中国的小红书、淘宝，国际学生自己国家的和电视、自己国家的广播和报纸，人数相对较少，这是第四层次的认知渠道。因此，国际网络社交平台 and 自媒体平台在国际学生认知黄河文化的途径上占据优势地位。

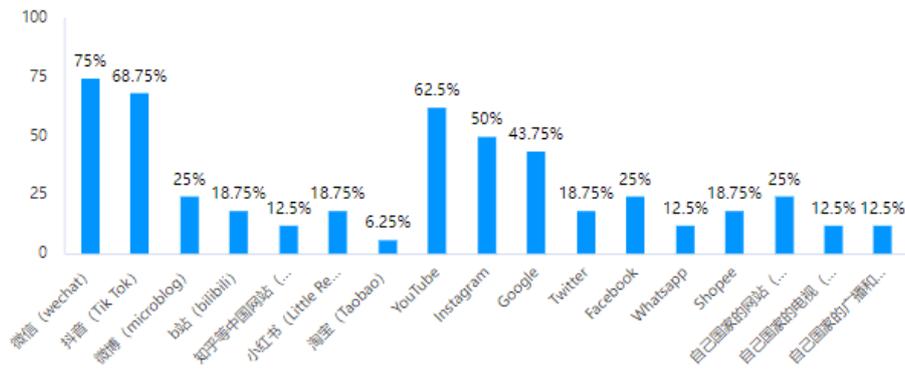


图 1：国际学生关于黄河文化的认知途径的选择情况柱状图

2.2对黄河文化的概念普及度较高、主动性较强，但大多认知处于初级阶段

根据传播主体参与传播活动的主动性高低，将各维度描述性陈述的得分相加并平均，国际学生有关黄河文化形象的传播意愿的主动传播的平均值为 3.65，这表明，国际学生对黄河文化现象传播的主动性偏强。同时，根据问卷调查结果，大部分国际学生开始关注黄河文化始于 2019 年习总书记的讲话。其中，仅有 17% 的国际学生认为自己对黄河文化有深入理解，76% 的国际学生表示有一定了解；另外还有 7% 的国际学生对黄河文化缺乏了解。但是，在调查中有来华留学生提到：“由于文化和历史背景的差异，我们在研究黄河文化时可能会面临理解上的困难。”这反映了国际学生对黄河文化认知的局限性，语言和文化的差异导致他们难以全面把握黄河文化的深层含义。这表明黄河文化的对外宣传普及度还需进一步提升，特别是深入挖掘和整理其深层内涵，是今后黄河文化对外传播工作的重点。

2.3缺乏广泛认知的文化符号，国际学生对黄河文化符号的认识尚显不足

黄河符号作为黄河文化的核心代表元素，是其精华所在，也是黄河文化对外传播中的重要组成部分。然而，在调查的多个黄河文化符号选项中，各个选项的得票分布相对均匀，得票率差别不大，说明黄河流域尚未形成广泛认同的文化符号。对于国际学生通过不同的认知方式获取黄河文化的情况，总体而言，“听老师讲”的认知方式得分最高，该维度得分排名第一亦从侧面反映对黄河文化的认知方式尚且有所狭隘不够广泛，与此同时，当调查国际学生心中最具代表性的黄河文化符号时，绝大多数国际学生更倾向于选择古都、丝绸、彩陶以及青铜器等物质层面的符号，而仅有 4 位学生选择了豫剧、雅言和太极拳等非物质层面的符号，表明国际学生更容易接受与日常生活联系较为紧密的文化符号，同时也反映出他们对黄河文化符号内涵的认知尚不深入。

2.4国际中文教育是了解黄河文化的重要途径之一，文化体验和文化实物是主要渠道

国际中文教育是国际学生了解中国黄河文化的重要途径之一，对于国际学生通过不同的认知方式获取黄河文化的情况，总体而言，“听老师讲”的认知方式得分最高，该维度得分为 3.25 分。同时，得分第二的为“自己主动收集有关中国黄河文化的知识”这一项，该得分为 2.63，说明国际学生获取黄河文化的主动性也比较强。在国际学生最受欢迎的黄河文化项目调

查中，得票前三的项目分别是黄河流域的自然与人文旅游景区（70人）、民俗风情与美食（52人），以及民间传说与神话故事（39人）。可见，旅游、美食和故事是国际学生感知黄河文化的主要方式，他们更能接受的黄河文化传播方式是亲身体验和直接感知。其中得票最低的项目是黄河流域的名人与思想文化（3人），反映出这种具有深厚文化内涵的资源在国际学生中的认知度不高，如何以更贴近国际学生生活，以更接地气的方式，将这些文化资源转变为他们喜闻乐见的作品，是黄河文化资源进一步开发利用的关键所在。

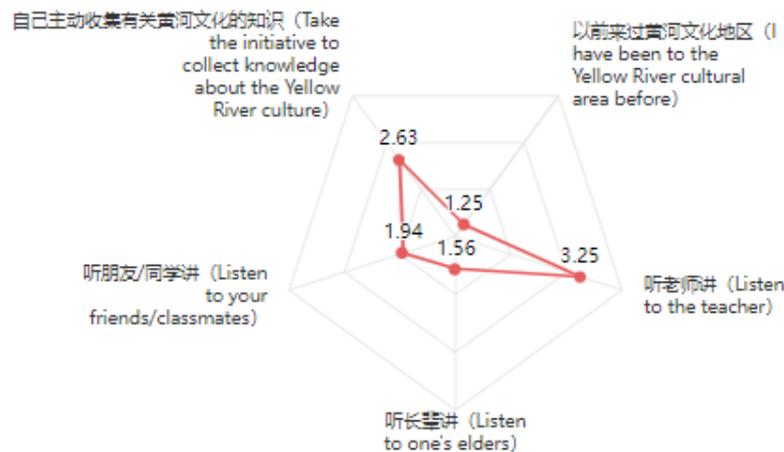


图 2：国际学生通过不同的认知方式获取黄河文化的情况统计图

3. 传播路径

3.1 加强官方主导下国际网络社交平台建设

针对国际学生在中国主要依赖微信、抖音等社交平台获取信息的特点，官方可以通过加强在这些平台上的黄河文化内容推广来有效提升传播效果。政府应考虑与这些平台合作，设立官方账号或频道，以定期发布关于黄河文化的多样化内容，包括文章、图片和视频等。这种策略不仅能够确保信息的持续更新，还能够通过平台的广泛用户基础，提高黄河文化的曝光率。目前，抖音“黄河电视台”“新黄河 济南时报”“歌从黄河来”等抖音账号粉丝数量均在 300 万以上，不定期更新与黄河文化相关视频，这为进一步提升黄河文化的传播效果奠定了良好的基础。现有账号可以增加更多适合国际学生观看的内容，例如添加双语字幕、多语言解说等，提升其在国际学生中的影响力。

同时，利用社交媒体的互动性，政府可以鼓励国际学生积极参与讨论和提问，从而激发他们对黄河文化的兴趣和理解。通过引导这些互动，能够促进国际学生对黄河文化的深度探讨和认识，使其更加融入和感受到中国文化的独特魅力。

3.2 鼓励国际学生通过多种自媒体形式展示黄河文化形象

国际社交媒体平台如 Facebook、Twitter 和 YouTube 在全球信息传播中越来越重要，这些平台的使用更具有普遍性。国际学生可以将黄河文化形象以自己喜欢的形式在这些平台上传播，广泛覆盖受众，并为文化对话提供基础。当观众看到自己国家的同胞讲述黄河的真实形象时，他们往往会感受到更强的亲切感和吸引力。讲述者的文化背景和共同的国家认同感使得观众在心理上更容易建立联系。讲述者作为本国的同胞，分享的经历和情感在观众的感知中更具真实性和可信度。国际学生对黄河的描述通常会融合更多的地方特色和个人体验，这种生动的讲述方式能够更好地传达黄河的独特魅力。这种文化上的共鸣能够增强观众对黄河及其文化意义的理解和认同。近年来，各地政府和高校积极组织国际学生参与黄河文化探索之旅，广泛推广黄河文化的深厚底蕴与独特魅力。例如，在 2019 年，一项由政府 and 高校联合发起的黄河文化体验活动吸引了来自澳大利亚、意大利、美国、加拿大等七个国家的 120 余名海外华裔青少年参与。这些学生通过实地考察和文化交流，深入了解了黄河流域的自然景观、历史遗迹及其对中华文明的重要影响。这类活动不仅增强了国际学生对黄河文化的认知与认同，也促进了中外文化交流与合作。

3. 3 加强国际中文教育中的黄河文化教育

国际中文教育是国际学生了解中国文化的重要途径之一，因此可以在课程设置和教学内容上加强对黄河文化的介绍。通过教学材料、课堂讨论、实地考察等形式，深入浅出地向国际学生介绍黄河文化的历史、地理、人文等方面的知识。同时，可以鼓励学生参与黄河流域的文化体验活动，加深对黄河文化的感知和理解。在国际中文教育的背景下，可以借鉴如“李子柒”这类在国际上广受欢迎的文化传播现象。李子柒以其富有诗意的乡村生活视频向全球观众展示了中国传统文化的精髓，她的成功在于将中国的自然之美、传统手工艺和饮食文化通过现代化的叙事手法生动呈现^[1]。类似地，国际中文教育也可以利用现代媒体和跨文化交流方式，将黄河文化包装成更具吸引力的教学内容。通过视频、纪录片和社交媒体平台，展示黄河流域的风土人情、历史传说和民间故事，使国际学生在学习中文的同时，更加深入地理解和欣赏中国文化的丰富多样性^[2]。

这种多层次、多渠道的教育策略，将有助于将黄河文化更全面、更生动地传播给国际学生，使其成为他们了解中国、理解中国的重要桥梁。

3. 4 促进黄河文化符号多样化表达

鉴于国际学生对黄河文化符号的认知相对单一，为拓展其对黄河文化的全面理解，可以通过多样化的活动和项目来提升其认知水平。政府应考虑组织一系列黄河文化相关的活动，例如黄河

[1] 陈心晴.李子柒短视频在国际中文教育文化教学中的应用研究[D].湖北师范大学,2024.

[2] 马凯.网络场域下黄河文化传播力提升策略研究[J].新闻爱好者,2022,(12):58-61.

文化节、展览和演出，以全面展示黄河文化的多样性和丰富性。这些活动可以涵盖黄河流域的历史、传统、艺术及其现代变迁，为国际学生提供全面的文化体验。例如，2024年举办了“黄河文化国际传播论坛”；自2021年起连续四年举办的“中国(郑州)黄河文化月”；以及自1992年创办以来已成功举办28届的黄河文化旅游节——这一综合性活动是黄河流域举办时间最长、影响最广的，以“黄河文化旅游”为主题的盛会。这些活动在保护、传承和弘扬黄河文化，以及推动沿黄区域商贸合作方面发挥了重要作用，为参与者提供了丰富的学习和体验机会。

政府还应鼓励艺术家、设计师和创意人才从多元化的视角出发，创作与黄河文化相关的艺术作品。这些创作可以包括视觉艺术、装置艺术和多媒体表现等形式，以创新和吸引人的方式展现黄河文化的独特魅力。通过这些艺术作品的展示和推广，可以激发国际学生的兴趣和关注，增强他们对黄河文化的深度理解和认同感。

综上所述，针对国际学生对黄河文化认知的现实困境，我们可以通过加强官方主导下国际网络社交平台建设、鼓励国际学生通过多种自媒体形式展示黄河文化形象、加强国际中文教育中的黄河文化教育以及促进黄河文化符号多样化表达等策略来构建中国黄河文化形象并进行对外传播。这些对策的实施将有助于增进国际学生对黄河文化的理解和认同，促进文化交流与合作，推动黄河文化在国际上的传播和影响。

参考文献

1. 曹德春，跨文化视角下黄河生态文明建设与国际传播策略[J]. 新闻爱好者，2020年第03期。
2. 陈心晴，李子柒短视频在国际中文教育文化教学中的应用研究[D]. 湖北师范大学2024年硕士学位论文。
3. 耿婉玥，智能媒体技术赋能黄河文化传播研究[J]. 西部广播电视，2024年第5期。
4. 李旭东、宋平，融媒体时代黄河文化传播策略探析[J]. 新闻文化建设，2023年第6期。
5. 刘翠玉，新时代黄河文化传播的时代价值、机遇与路径[J]. 新闻爱好者，2021年第3期。
6. 马凯，网络场域下黄河文化传播力提升策略研究[J]. 新闻爱好者，2022年第12期。
7. 马源梅、苏思丹、庞小峰，短视频时代黄河口生态文化的呈现与对外传播策略[J]. 文化创新比较研究，2023年第4期。
8. 孟衍旭、周宇淇，新媒体背景下黄河文化传播优化策略[J]. 科技传播，2022年第7期。
9. 牛家儒，论黄河流域文化的保护传承和合理利用[J]. 中国市场，2021年第6期。
10. 王银辉，新媒体在黄河文化传播中的应用与发展[J]. 国际公关，2024年第2期。
11. 邢丽菊、鄢传若澜，全人类共同价值：理论内涵、特征与弘扬路径[J]. 国际问题研究，2022年第1期。