

文化自信视阈下中国书画艺术海外传播研究

任泽雨

摘要：随着文化“走出去”倡议的推进，中国书画艺术被赋予了新时代的意义，它的海外传播不仅能够增强海外侨胞对中国艺术的认同感，更有利于拓展中国书画艺术产业的海外市场。虽然相较于发达国家，中国文化传播方面依然存在不足，但提出文化“走出去”的倡议，坚持文化自信，在传播过程中构建艺术文化企业与教育机构的协同发展模式，创新文化表现的方式，可以进一步推动中国书画艺术的海外传播。这不仅是中国实现文化自信的需要，更是增强民族凝聚力，向世界讲述中国故事的需要。

关键词：文化自信 中国书画艺术 海外传播 文化“走出去”

中国书画艺术凝结了历代人民的伟大智慧，展现着中国兼收并蓄、勇于创新的民族精神，它的海外传播是实现中国文化走出国门，向世界讲述中国故事，彰显文化自信的坚实力量。

一、中国书画艺术海外传播的必要性

中国书画艺术的海外传播，不仅有利于弘扬中华优秀传统文化，提高其在海外的影响力，增进海内外华人的文化认同感与归属感；更能拓展中国艺术产业的海外市场，增强中华民族的民族自豪感与文化自信。

（一）能够提高中国书画艺术在海外的影响力

没有高度的文化自信，就没有国家的兴盛与繁荣。中国书画艺术作为文化软实力的一部分，其海外传播，能够提高中国文化在海外的影响，增强文化自信。自古代丝绸之路以来，中国书画、陶瓷等艺术品便销往海外，吸引着世界上其他国家。日本使者曾于隋唐、明清等多个历史时期，前往中国进行书画艺术的交流，学习中国绘画理念，这对日本绘画创作产生了很大影响。例如，日本平安时期（781—806年）的《山水屏风》，便是模仿唐代绘画风格的山水画作品。（图1）

随着全球化进程加快，国与国之间的联系日益紧密，中国想要立身于多元化的世界格局中，就必须大力弘扬本民族优秀文化。中国书画艺术不仅

展现着中华文化的源远流长、博大精深，更体现着中华文化强大的生命力与包容性。随着文化“走出去”倡议的推进，中国书画艺术愈发地为国际社会所认可，许多国家掀起了学习中国书画的热潮，这为中国书画艺术的海外传播提供了有力保障。

中国书画艺术体现着中国独有的文化与民族符号，是中国向世界讲述中国故事的重要手段。所以说，其走出国门，不仅能够促进中国与世界各国文化方面的交融互鉴，更能够提高中国书画艺术在海外的影响力，弘扬中华优秀传统文化。

（二）能够增强海外侨胞对中国书画艺术的认同感

中国书画艺术是中华民族在历史长河中不断地去粗取精发展而来的，体现着中华民族勇于创新、成于实干的优秀品质，是维系中国文明发展的精神纽带。自改革开放以来，越来越多的华人走出国门开阔眼界，选择在别国继续生活、学习，使海外华人群体的数量逐渐扩大。据国务院侨务办公室统计：“到2008年，世界华侨华人总数超过4500万人，发达国家的华侨华人数量激增，日本和韩国的华侨华人数量增长最快。北美华侨华人多达530万人，从1980年代以前占世界华侨华人总数的4%增至2007年的近12%。欧洲华侨华人从1980年代以前占华侨华人总数不足1%增至2007年的近5%。”^[1]可见海外侨胞数量增长速度之快。时至

2022年，海外侨胞数量依然日益增加，那么维系海内外华侨华人的文化认同感与归属感，增强中华文化的自信与自豪感，就需要文化的支撑，因为文化是一个民族的脊梁与灵魂所在，而中国书画艺术作为中华优秀传统文化，其中蕴含的精神气质，同样象征着中华民族的优秀品质。

2011年3月王岳川教授受访于“古巴、牙买加、哥斯达黎加等国的大学邀请，讲演《中国文化的美丽精神》《中国文化与中国书法》等内容，并在拉美三国举办《王岳川书法艺术展》，同年11月到英国伦敦大学出席国际艺术文化大会。”^[2]2021年10月中国南京举办的“美丽中国”海外师生与华人华侨书画展，展览邀请意大利、西班牙、澳大利亚等国家万余名侨胞参与。这都推动了中国书画艺术的海外传播，增强着海外侨胞对于中国书画艺术的认同感与归属感，是实现文化自信的重要途径。

（三）能够拓展中国书画艺术产业的海外市场

文化软实力作为衡量一个国家综合国力的重要因素，在国际社会激烈的竞争与合作中，其作用是不可忽视的。发达国家凭借雄厚的综合国力，在国际社会中占据着巨大的市场份额，其艺术产业在科技创新、传播推广等方面都有着显著的优势。

中国虽是人口大国、人才大国，但综合国力仍处于发展中国家水平，艺术产业的海外拓展规模仍

图1 山水屏风, (日)东寺, 790年,
绢本设色
图片来源: 冯平, 切尔西·福克斯韦尔.
东亚视觉文化的物质性与再现性 [M].Chicago:
The Center for the Art of East Asia, 2019.105



有不足,在世界各地的影响力逊于发达国家。据麦肯锡全球研究院报告:“我国文化产业在国民经济中的贡献低于发达国家,竞争力指数很低,是美国的24%、英国的29%、日本的38%。”^{[3][24]}由此可见,中国的文化产业发展与发达国家相比,还有一定差距。

中国书画艺术是中国文化产业构成的代表之一,是推进中国文化“走出去”倡议的主力军。随着中国在海外的建厂增多,以“中国制造”的产品在海外有着巨大的市场份额与影响力,中国式的剪纸、刺绣、锡器等工艺品,深受海外友人喜爱。2013年于中国贵州举办的国际民族民间工艺品·文化产品博览会、2019厦门国际手工艺高峰论坛等活动,都为书画艺术产业的海外拓展提供了有力保障。中国需要利用中国书画艺术的独特优势,推动产业结构优化升级,拓展中国书画艺术产业的海外市场。

二、中国书画艺术海外传播中面临的挑战

在多元化的世界格局中,中国书画艺术海外传播也面临着挑战,相关职能机构发展模式不协调,艺术的海外传播形式仍有待创新。

(一) 企业与机构的发展模式仍不协调

相较于发达国家的情况,中国文化企业境外投资经验显得不足。全球约80%的资本流动仍集中在发达国家与地区。中国艺术文化企业走出国门的

时间较短,在海外尝试以合资、并购等方式进行投资仅10余年,直接在海外投资艺术产业、建立文化基地的历史更短。

文化企业与教育机构是中国书画艺术海外传播的主要途径。目前以中国书画艺术为传播对象的海外拓展形式仍然以孔子学院为主,海外民众了解中国书画艺术渠道单一,且企业与机构的发展模式仍不协调,孔子学院之外的艺术传媒机构、企业跟进缓慢。

(二) 中国书画艺术海外传播形式有待创新

互联网时代的到来,打破了文化交流的壁垒,为中国书画艺术的海外传播提供了便利条件,也为其创新表现带来了新的契机。目前中国书画艺术在海外的呈现方式依旧以线下展览为主,依托于传统纸张,这相较于新媒体技术手段,表现能力较弱,对于不了解中国文化的海外民众,难以让他们做到身临其境。此外,中国书画艺术在海外拓展的传播渠道较为单一,媒体软件的特殊优势也尚未完全发挥,难以精准筛选不同受众群体的兴趣爱好,做到有针对性的传播。当海外民众想要进一步了解中国书画艺术时,难以实时沟通,久而久之,他们便渐渐失去了了解中国书画的艺术热情。在思想方面,中国书画艺术的表现方式依旧以传统书画为主,面对多元化的世界文化格局,难以充分展现中国书画艺术中所蕴含的中华优秀传统文化思想。

三、中国书画艺术海外传播的策略

中国书画艺术在海外的传播过程中,需要构建文化企业与教育机构协同发展模式,结合新媒体技术与社交软件,鼎新传统观念,创新中国书画艺术的表现形式,这样才扩大其在海外的受众群体,彰显中华民族的文化自信,向世界讲述中国故事。

(一) 构建艺术文化企业与教育机构协同发展模式,彰显文化自信

艺术文化企业与教育机构在艺术的传播中扮演着重要角色,是中国书画艺术在海外有效传播的基础性力量。随着文化“走出去”倡议的推进,中国书画艺术的海外传播取得了一定成效,但与发达国家相比仍显不足。所以,在传播过程中需要发挥艺术文化企业与教育机构各自的职能优势,构建协同互助的发展模式,使中国书画艺术在海外有效传播。

1. 发挥海外教育机构专业性优势

中国的海外教育机构涵盖孔子学院、中国文化研究中心、历史博物馆等多种形式,它们植根于世界各地,具有天然的受众群体,具有专业性强与包容性大的特点,为中国书画艺术的海外传播提供了基础性条件。相关机构如2003年创立的乌克兰汉学家协会和2005年于韩国首尔成立的国际书法家协会等。世界各地的孔子学院等机构,都为书画艺术在海外的传播与发展提供了坚实的动力。



图2 中国书画体验活动

图片来源: <https://fao.jju.edu.cn/info/1016/1752.htm>



图3 中国山水画, tiktok 推广页

图片来源: 作者制作

海外教育机构在为外国友人提供文化交流平台的同时,充分发挥自身的专业性强的优势,开展多种类的教学与艺术文化交流活动,定期开设以中国书画艺术为专题的讲座,在当地举办大型的中国书画艺术展览,出版与中国书画艺术相关的书籍。例如,2019年美国萨凡纳州立大学孔子学院开展《中国书画体验活动》(图2),2022年英国考文垂大学孔子学院开展《虎到、福到、新春到》的主题活动等。这样的活动能够培养学生对于中国文化的兴趣。此外,海外教育机构也需要进一步拓展海外的受众群体,使除学生群体以外的人群了解到中国书画艺术。这些机构利用其分布广的特点,在海外各城市开设社会课堂,使中国书画艺术走出校园、历史博物馆等固有地点,在保持自身技能专业性的同时,面向大众,形成多点扩散式的传播模式,为海外民众提供相关的交流、学习平台。

2. 运用艺术文化企业灵活性特点

中国书画艺术的传播离不开海外教育机构的推广,更需要各类艺术文化企业的多重影响。自改革开放以来,中国本土新兴的艺术文化企业如雨后春笋一般涌现,中国企业纷纷在海外以并购、合资、

设立基地等方式立足海外。“据2015年原国家新闻出版广电总局统计的‘一带一路’沿线国家‘走出去’项目显示,正在实施或者即将实施的‘本土化’项目,即境外投资项目多达52项,参与的中国新闻出版企业有37家,覆盖蒙古、俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、越南、马来西亚、新加坡、印度尼西亚、菲律宾、印度、巴基斯坦、尼泊尔、波兰、匈牙利、罗马尼亚、塞尔维亚、土耳其、阿联酋、黎巴嫩、约旦、以色列、埃及22个国家。”^[4]⁴⁶¹

艺术文化企业凭借着传播范围广、可塑性强、亲和性高的优势,举办由中国艺术传媒企业所承办的书画展览、文化交流会等项目,为中国书画艺术的海外传播提供了有力保障。例如,2015年,在法国文成联谊会举办的中国书画展;2021年,在莫斯科博物馆,在俄侨胞举办的首届“艺林”中俄艺术展览;2013年,在泰国曼谷举办的“中国当代书画名家艺术精品展”;等等。

艺术文化企业可发挥其灵活性的特点,与国外企业合作,进行线上推广。例如,《中国山水画——tiktok推广页》针对不同的社会群体进行优化,根

据不同的需求进行分类与推广,使海外民众可以通过网络在线的形式了解中国书画艺术。(图3)艺术文化企业能够刺激海外教育机构的创新与传播能力,反之亦然,使中国书画艺术的海外传播向好的方向发展。

(二) 创新艺术表现形式,讲述中国故事

新媒体技术凭借交互性强、传播性广的特点,打破了媒介之间的壁垒,加快了信息的传播速率,拓宽了传播渠道,为中国书画艺术的海外传播提供了有力保障。基于新媒体技术,中国书画艺术能够以更加多元化、多样性的表现形式向海外传播。

1. 融合新媒体技术,增强书画艺术表现感

新媒体技术的出现与发展,为创新中国书画艺术的表现形式提供极大的可能性。中国书画艺术在海外传播的过程中可以结合新媒体技术,利用虚拟现实技术,将画面、音频、文字等元素融合进书画艺术的画面表现当中,增强其艺术作品的感染力。运用虚拟现实的手段,将画面呈现在观赏者面前,使其沉浸在多感知性、浸没性、交互性的场景氛围中,创新中国书画艺术的表现形式。例如,《VR版清明上河图》,不仅能够增强中国书画艺术作品的



图4 VR版清明上河图(局部)

图片来源:作者制作

图5 书画艺术云博物馆(局部)

图片来源:作者制作

图6 山水画文创产品

图片来源:作者制作

画面表现力与感染力,使传播内容更具代入感,更能使艺术欣赏者产生身临其境的感觉,感受中国书画艺术所蕴含的独特魅力。(图4)

2. 结合社交软件,丰富书画艺术传播渠道

社交软件作为人与人之间远距离交流的重要媒介之一,为中国书画艺术的海外传播提供了便利条件。中国书画艺术可以依托于海外主流的社交软件,或单独开发面向海外群体的媒体软件,例如《书画艺术云博物馆》(图5),在云博物馆中放置山水画、花鸟画等不同类别的中国书画艺术作品,在软件中根据不同的受众群体,投其所好,展现海外民众所喜欢的作品类型,使海外民众感受到中国书画艺术的强大创新力与包容性,并使他们产生浓厚兴趣,以多元化、多角度的形式推动其在海外的传播,结合社交软件的传播模式,海内外民众可以通过网络实时交流,探讨中国书画艺术,这样不仅能够节约艺术的传播成本,也可以丰富书画艺术传播渠道,提高海外民众对中国书画艺术的兴趣。

3. 革新观念,拓展书画艺术呈现形式

传统观念中的中国书画艺术,主要为依托于纸张的图像形式,但其中所蕴含的传统思想观念,已

渗透到各类艺术形式的表现中。中国书画艺术在海外传播过程中,应革新观念,拓展其艺术的呈现形式,将书画艺术融入环境空间、建筑、文化产品等载体中,在设计中体现中国传统水墨元素。(图6)

四、结语

中国共产党十九大报告指出,新时代的中国,文化自信必须落实到民族自强与国家发展上,文化自信是中华民族强盛起来的“脊梁”。中国书画艺术作为文化“走出去”的重要环节,是构建文化自信、民族自信的重要力量。随着时代的进步与政策的倡导,中国书画艺术的海外传播已初见成效,但相较于发达国家仍有不足,所以在传播过程中需要健全文化企业与教育机构协同发展模式,创新书画艺术的表现形式,使中国书画艺术在海外有效传播,更是讲述中国故事。这不仅是海内外华人华侨文化认同的需要,也是中国文化“走出去”的需要,更是彰显文化自信,实现中华民族伟大复兴的需要。

参考文献

- [1] 庄国土.世界华侨华人数量和分布的历史变化.世界历史,2011(5).
- [2] 王岳川.书法文化输出与书法国际传播.中国书法,2013(3).
- [3] 祁述裕.中国文化产业国际拓展研究.北京:社会科学文献出版社,2004.
- [4] 李怀亮,方英.国际文化市场报告2018.北京:首都经济贸易大学出版社,2019.

[基金项目:教育部高校国别和区域研究2020年度课题“‘亚洲遗产保护行动’国别策略研究”,2020-G25]

(任泽雨,哈尔科夫工艺美术大学2021级在读博士生)