

# 苏东坡在国外的传播现状分析

陈嘉慧 杨雅馨 陈可 黄钰蕾

(惠州学院, 广东 惠州 516007)

**摘要:** 苏东坡(苏轼)作为中国历史上杰出的文学家、书法家和政治家,其文化影响力不仅在中国广泛传播,也逐渐在国际社会中获得关注。本文通过应用5W理论(Who, What, When, Where, Why),系统分析了苏东坡在国外媒体中的传播现状。研究发现,现有的国际报道主要集中于苏东坡的文学成就、个人生平和历史背景。然而,这些报道存在数量少、内容单一、重复性高等问题。为此,本文还提出了传播和研究建议以促进苏东坡作品在国际上的广泛传播和深入理解。

**关键词:** 苏东坡; 国外传播; 传播现状; 5W理论

## 引言

苏东坡(苏轼)是中国历史上杰出的文学家、书法家和政治家,他的文化影响力在国内外产生了深远的影响。随着全球化的发展,苏东坡的文化遗产受到国际媒体的关注,报道许多有关他的文学成就的作品。然而,关于苏东坡在国外媒体传播的系统性研究仍较为稀缺。本研究旨在分析苏东坡在国外媒体的报道,揭示其国际传播的特点与机制,以理解文化交流中信息传播的复杂性及其对国际文化认同的影响。

## 一、相关文献综述

### (一) 苏东坡在国外的传播现状

现有研究主要集中在苏东坡的文化影响力和全球认知上。王子铭(2021)在《苏东坡的国际影响力研究》中探讨了其在西方学术界和文化界的地位,分析其文学和书法成就如何被国际认可。尽管苏东坡在国际文化交流中已取得一定影响力,但对其在国外媒体的传播模式分析仍较少。

国外媒体对中国文化人物的报道已有一定研究基础,如张华(2019)在《孔子在西方媒体中的形象》中讨论了孔子形象的构建,揭示媒体如何塑造文化符号等,为理解苏东坡在国际媒体中的传播提供了参考,但针对其的报道分析仍不足,特别是在分析框架方面。

### (二) 5W理论在传播研究中的应用

5W理论(Who, What, When, Where, Why)是分析传播内容与模式的重要工具,广泛用于理解报道的各个方面。陈晓(2020)在《媒体报道分析中的5W方法》中展示了如何利用5W理论分析新闻报道的内容与倾向。现有文献为苏东坡的国际传播研究提供基础,但专门针对其在国外媒体中的系统性传播分析仍不足。本研究将应用5W理论,深入探讨苏东坡在国外媒体中的传播特点与文化影响。

## 二、研究方法

本研究采用5W理论作为分析框架,探讨苏东坡在国外媒体中的传播情况。具体方法包括:

Who(谁): 识别报道苏东坡的主要国外媒体来源。

What(什么): 分析报道的主要内容与主题,例如其文学作品与生平。

When(何时): 考察报道的时间分布,了解关注度的变化。

Where(哪里): 分析报道的地域分布,探讨不同国家的关注程度。

Why(为什么): 研究报道的动机与背景,理解媒体关注的原因及其对受众的影响。

数据收集将包括从主流媒体和学术期刊中获取相关报道,通过内容分析与定量分析揭示趋势与模式。通过此方法,本研究将为理解苏东坡在国外媒体中的传播提供系统的见解,并探索其在国际文化认知中的角色与影响。

## 三、苏东坡的国外传播现状

### (一) 传播主体与媒介分析

通过对近十年Google网页上苏东坡相关报道的统计,本文发现其传播主体和媒介存在以下几点特征:

#### 1. 传播主体多样性

近十年Google网页上苏东坡相关报道共75篇,涉及China Daily, Broadway World, Christie's等38个媒体平台。其中,中国是传播主体最多的国家,共有China Daily, CGTN, Global Times等16个媒体平台,发布47篇。美国位居第二,传播主体较少,主要有Broadway World, Patheos, The Georgetown等12个平台,共计发布14篇。英国的传播主体有Christie's, Culture Trip, 共计发布5篇,位居第三。其次是新加坡,传播主体有The Straits Times, LingoAce, Think China, 发共发布4篇。此外,德国、希腊、印度、卡塔尔等其他地区各发布1篇(如图1所示)。

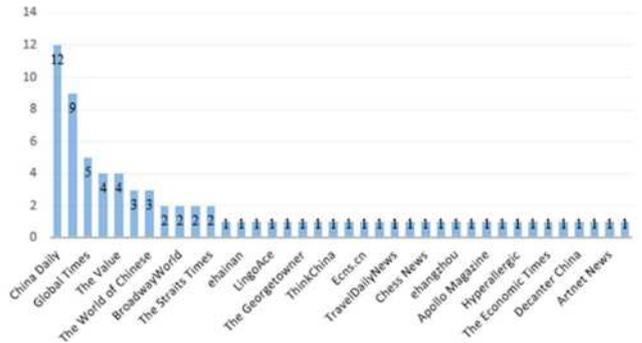


图1 近十年Google上苏东坡报道的数量

#### 2. 传播主体间的地区跨度大

根据数据统计得知,近十年Google网页上苏东坡相关的报道主要发布于中国、美国、英国、新加坡、德国、希腊、印度和卡塔尔(如表1所示)。

表1 近十年Google上各国/地区苏东坡报道的数量

国家/地区	数量	国家/地区	数量
中国(香港)	47	德国	1
*S, 台湾		希腊	1
*1)			
美国	14	印度	1
英国	5	卡塔尔	1
新加坡	4	其他	1

这些国家间跨度较大,对苏东坡文化的传播有一定优势。如:此前其他国家较少接触苏东坡,使苏东坡文化自带一种神秘又新颖的特性,能吸引国外研究。但是,地区跨度大也会带来一些挑战:第一,远距离传播成本更高,比如翻译、宣传活动的开展等。第二,文化背景差异大,传播过程当中容易造成苏东坡文化的刻板印象,使其不够全面。第三,对英、美等国家的受众缺少一定的理解,致使苏东坡文化不能适应该国的目标群体。

#### 3. 传播主体间侧重不同,苏东坡形象单一

相比塑造形象最立体的中国,美国更关注苏东坡的美食、画作、诗歌及其中的道教禅宗思想。Patheos在2020年发布的“Recalling The Buddhist Poet And General All Around Trouble Maker, Su Dongpo | James Ford”报道中,提到其诗作在禅宗文化中的重要地位,并引用其几首诗作,传达他对生命和存在的深刻感悟。2024年间,美国对同主题报道就占了4篇。英国发布的总量只有5篇,但Christie's发布的4篇则集中关注苏东坡留传下的画作,总体侧重其历史文化价值。

#### 4. 以视频为媒介的报道占比缓慢上升

统计发现:近十年苏东坡在Google网页上的传播媒介有文字、视频、音频、图文海报四种类型。其中,文字报道总计61篇,占比约为81%;视频报道总计12篇,占比为16%;音频、图文海报各为1篇,总占比不足3%(如图2所示)。

目前,苏东坡的传播媒介依旧以文字居多。视频报道占比较少,但有上升趋势(如图3所示)。视频报道以丰富的视听效果和生动的叙事方式,对其传播具有积极的推进作用,本文预测未来Google网页上会出现更多的视频报道,视频有望成为其大头传播媒介。此外,2024年首次出现以图文海报为媒介的报道,开拓

新的媒介同样有助于苏东坡文化的传播。

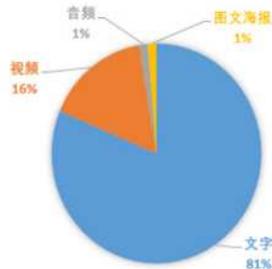


图2 近十年 Google 上苏东坡报道中不同媒介的占比

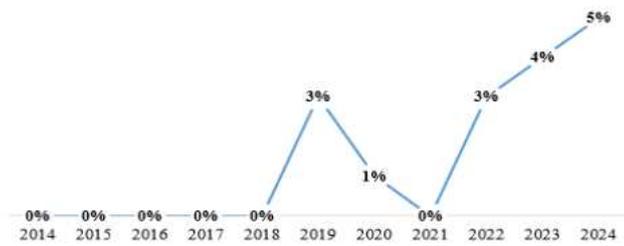


图3 近十年 Google 上苏东坡视频报道的占比趋势

综上所述，苏东坡文化的国外传播现状具有多元化和国际化的特点，但也面临着地区跨度大、传播内容单一化的挑战。未来，随着传播媒介的多样化和创新，苏东坡文化有望在全球范围内得到更广泛的传播和更深入的理解。

### (三) 研究内容

本研究注重国外对于苏东坡形象的研究，探究苏东坡人物在国外的传播情况，进一步了解苏东坡文化在国外的接受度和影响。对于苏东坡的传播内容可以分为舞台艺术、媒体报道、拍卖会和艺术文化交流活动。以下是对于传播内容的描述。

#### 1. 舞台艺术

在舞台艺术方面，主要通过舞剧和音乐剧，从苏东坡主题舞剧的创作背景、艺术特色、舞台表现、剧本创作、音乐风格、舞台设计等方面，塑造了苏东坡的形象。例如《东坡海南》如何通过舞蹈剧的形式展现苏东坡在海南岛的生活和帮助黎族人民的故事。

#### 2. 媒体报道

媒体主要通过新闻报道，专题文章，拍卖会和文化交流活动。首先，美国和欧洲的媒体对苏东坡的生平、诗歌、书法、绘画、美食等方面进行了报道，展现苏东坡的多才多艺和文化影响力。另外，一些媒体发表了专题文章，深入探讨苏东坡的诗歌、艺术成就和文化价值，例如苏东坡与佛教的关系、他对自然和人生的感悟等。

#### (四) 研究形象

从研究内容可以看出，苏东坡的形象是多元的，立体的。他不仅是中国古代优秀的文学家，艺术家，也是政治家，他的作品和思想对后世产生了深远的影响。以下是对于苏东坡形象的分析。

#### 1. 多才多艺的文人

苏东坡的诗歌题材广泛，风格多样，情感丰富，思想深刻，例如《赤壁赋》、《念奴娇·赤壁怀古》等作品。苏东坡的书法作品气韵生动，笔力遒劲，自成一家。在绘画方面，苏东坡的绘画作品注重意境，笔墨简练，以山水画和竹石画最为著名。散文作品流畅自然，文笔优美。除了文化作品以外，苏东坡还是一位著名的美食家，他发明了东坡肉等菜肴，并对美食有着独到的见解。

#### 2. 思想深邃的哲人

苏东坡的思想融合了儒家、道家和佛家的思想，形成了独特的哲学体系。

他热爱自然，并从自然中汲取灵感，他的诗歌和艺术作品都体现了对自然的赞美和思考。在面对政治挫折和生活困境时，苏东坡始终保持着乐观豁达的态度，他的诗歌和散文作品都体现了他的人生哲学和处世态度。

#### 3. 仁爱之心的官员

苏东坡在担任地方官员期间，积极关心民生疾苦，并采取措施改善民生，例如修筑水利工程、推广农业技术等。除此以外，苏东坡曾多次参与赈灾济困的工作，并捐出自己的俸禄来帮助灾民。

#### 四、传播现状的原因分析

要深入理解苏轼在英美国家传播现状的原因，需要从政治、

经济、文化、社会四个角度进行综合分析。

#### (一) 政治因素

##### 1. 国际关系与文化交流政策的影响

中英、中美的政治关系直接影响苏轼及中国文化的传播。历史上，冲突与交流的交替使文化交流受到限制。尽管近年来全球化推动了文化交流，政治摩擦和意识形态分歧依然影响着传播效果。

##### 2. 文化软实力建设与传播策略

国家的文化软实力与传播策略对海外文化影响力至关重要。中国在推广传统文化时，可能对苏轼重视不足，导致传播效果有限，尤其在现代文化活动中，古典文化的展示往往不足。

#### (二) 经济因素

##### 1. 经济投入与资源配置

文化传播需要经济支持。苏轼在英美的传播效果受经济投入不足的影响。缺乏资金支持，活动和翻译等推广措施难以开展。

##### 2. 市场需求与商业价值考量

古典文学的市场需求有限，受众对苏轼作品的关注度低，出版商更倾向于选择现代流行作品，造成古典作品被忽视。

##### 3. 文化产业的发展与支持

中国文化产业对古典文学的国际推广尚在探索阶段，相关产业链未完全建立，英美文化产业也未充分支持这一传播。

#### (三) 文化因素

第一，中西方文化差异使苏轼作品的传播面临挑战，英美读者对传统文化的理解和欣赏程度有限，作品的感染力下降。第二，现有的苏轼英译本数量有限且质量参差不齐，影响了读者的理解体验。第三，传统的文化传播方式受众范围有限，缺乏创新和现代元素，难以吸引年轻受众的关注。

#### (四) 社会因素

第一，英美受众对古典文学的兴趣有限，缺乏文化认同感影响了苏轼作品的传播。第二，英美教育中对中国文化的内容相对较少，导致公众对苏轼的认知不足。

第三，英美主流媒体对苏轼关注度低，限制了其在社会中的传播和影响。

#### 五、未来传播建议

针对当前苏轼在英美国家传播中存在的问题和挑战，可以从以下几个方面提出改进建议，以促进其在海外的更广泛和深入的传播。

##### 1. 加强政府和机构层面的支持

政府应设立专项基金，促进苏轼作品的海外传播，并与当地文化机构合作，组织文化活动。

##### 2. 提升翻译质量，丰富传播内容

高质量翻译是有效传播的关键。应鼓励专业人才深入研究，丰富传播内容，吸引不同兴趣的受众。培养一批精通中西文化的翻译人才，力求在语言和文化之间架起桥梁。

##### 3. 创新传播方式，利用新媒体平台

应利用现代传播技术，通过纪录片、影视剧等形式，结合社交媒体开展线上推广，增强受众参与感。例如，可以制作关于苏轼生平和作品的微电影。

##### 4. 加强教育和文化交流

推动苏轼作品进入英美的汉语教学，培养对中国古典文学的兴趣，组织讲座和工作坊，帮助当地受众理解和欣赏苏轼的文学价值。通过文化交流项目，增加与当地学者的互动，促进对苏轼的研究。

##### 5. 提升文化认同，促进跨文化理解

注重促进跨文化理解，强调苏轼作加强教育和文化交流。

#### 六、结语

苏轼作为中国文学史上的璀璨明珠，其作品和思想蕴含着丰富的文化内涵，具有超越时空的价值。然而，在英美的传播相对有限，受多重因素影响。要改变这一现状，需要政府、学术界、媒体等的共同努力。通过政策支持、提升翻译质量、创新传播方式等途径，促进苏轼作品的广泛传播。同时，未来研究应注重实证性、创新性和多元性，探索更有效的传播策略，使苏轼的文化遗产在全球焕发新生，促进中西文化的交流与理解。

综上，苏轼的作品不仅是中国文化的瑰宝，更是全球文化遗产的一部分。加强对其传播的研究和实践，将为增进世界各国人民的相互理解和友谊，推动文化的多元发展，贡献积极力量。

#### 参考文献：

- [1] 王子铭. (2021). 苏东坡的国际影响力研究. 北京: 中华书局.
- [2] 刘艳. (2020). 苏东坡的跨文化传播. 文化交流与传播, 15(3), 45-59.
- [3] 张华. (2019). 孔子在西方媒体中的形象. 国际文化研究, 8(2), 123-137.
- [4] 李明. (2022). 国际新闻报道中的文化偏见. 全球新闻分析, 21(4), 88-104.

本文为2023年度广东省大学生创新创业项目：当代英美主流媒体中的苏东坡形象研究(S202310577100)的阶段性成果。项目成员是林桂丽、陈嘉慧、杨雅馨、陈可、黄钰蕾。