

全球化视域下国际游客对中国茶文化的认知与接受度研究

高梦雯, 潘晶

(芜湖职业技术学院, 安徽芜湖 241002)

[摘要] 在当前全球化背景下, 茶文化作为世界了解中国的重要窗口, 其影响力正在与日俱增。探讨了国际游客对中国茶文化的认知与接受度, 分析其在促进对外传播中的作用, 指出国际游客对中国茶文化的感知与接受所面临的挑战并提出相应的对策, 以提高国际游客学习中国茶文化的教学质量, 进一步增强其海外传播的影响力。

[关键词] 中国茶文化; 国际游客; 认知; 接受度

[中图分类号] TS971+F590.7

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-711X(2025)15-0107-03

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2025.15.036

[本刊网址] <http://www.hbxb.net>

国际游客对我国茶文化的感知和接受程度不仅影响着我国传统文化的继承和发扬, 而且对促进茶文化的对外传播, 推动中外文化交流具有重要意义。但中西方文化差异、语言翻译等问题是国际游客了解与接受我国茶文化时遇到的难题。为此, 文章将讨论如何采取有效策略来促进国际游客对中国茶文化的了解和接受程度, 希望对中国茶文化在国际上的传播起到借鉴作用。

一、全球化背景下中国茶文化概述

中国产茶历史悠久, 茶文化历经数代的传承和演变, 已成为中华传统文化不可或缺的一部分。从西汉的丝绸之路, 唐宋的海上丝绸之路, 到茶马古道和连接中蒙俄的万里茶道, 中国茶在海外广泛流布与传播, 深受各地人民的喜爱。在这一过程中, 中国茶文化也逐渐为全球所熟悉和接受。近年来, 伴随着世界进入全球化时代, 各国间的思想文化融合趋势不断增强, 越来越多的国家和地区开始关注和研究中国茶文化。如今, 茶不仅是中国的国饮, 也是全球广泛消费的饮品之一, 其文化内涵丰富, 涵盖了礼仪、艺术和哲学等多个方面。茶文化的对外传播已经成为中国传统文化“走出去”战略的重要方式之一。

二、国际游客对中国茶文化的重要性

(一) 促进茶文化的对外传播

茶作为中国国饮承载了博大精深的文化内涵与源远流长的历史传统, 在中国文化中占有举足轻重的地位。在全球化不断推进的今天, 来中国旅游的国际游客日益增多, 这些国际游客既是重要的经济参与主体, 也是沟通文化的纽带。国际游客的光临使中国茶文化向世人展现了它特有的魅力。茶艺表演、茶道课程和茶叶采摘体验是传播茶文化的有效方式。这些活动不但使旅游者切身感受茶文化之精华, 而且还通过他们的口耳相传将中国茶文化传播到全世界。在感受茶文化的同时, 国际游客还将对茶叶的历史、品种、品鉴技巧有深刻的认识, 这一深度文化交流将有利于提升中国茶文化在国际上的认知度与影响力。国际游客通过传播茶文化, 能够更直观地了解中国传统文化博大精深的内涵, 进而促进对中国及东方文化的了解与尊重。中国茶文化传统和国际游客的互动在促进文化交流和融合的同时, 在中国旅游市场上增加了特有的文化体验产品。这一文化交流互鉴有利于构建中国同其他民族的感情联系, 增强对文化多样性的维护和继承, 也有利于提升中国软实力。

(二) 促进中外文化交流与理解

我国茶文化作为我国特有的文化符号之一, 既反映出我国人民对于生活的喜爱与追求, 同时也包含着浓厚的历史文化底蕴。当国际游客对中国茶文化有了深刻的认识后, 不仅会品尝到某种饮品, 还会体验到精神上的感受, 这一感受跨越语言、地域等方面的阻隔, 增进了中外文化的沟通和了解。国际游客参加中国茶文化体验活动能够更深入地认识中国人的生活方式、价值观念和历史传统。以茶艺表演为例, 国际游客能够切身感受到中国人对茶的仪式感与敬仰之情, 这一经历有利于国际游客了解中国文化, 增进其对中国的关注与了解。

(三) 推动中外旅游业的发展

伴随着我国文化在国际上的传播以及我国旅游业的繁荣发展, 国际游客对我国茶文化的关注度也在不断提高, 并且把它作为旅游目的地中最重要的考量要素。中国茶文化所具有的特殊魅力, 吸引了更多国际游客来此感受, 进而促进了中外旅游业的蓬勃发展。国际游客对于我国茶文化的感知和感受并不只停留于文化层面上, 还牵涉到旅游业的开发和促进。中国茶园、茶博物馆和茶文化体验馆等一系列以茶文化为核心主题的旅游景点已经成为国际游客的向往之地, 吸引了众多游客前来参观和体验。这些茶文化旅游景点的崛起在给地方经济注入新活力的同时, 又给中外旅游业发展带来新的增长点, 推动旅游业向多元化方向发展。把中国茶文化融入到旅游业发展计划当中, 能够更好地展现中国特有的文化魅力, 提高游客对中国旅游的关注与期望。

三、全球化背景下国际游客对中国茶文化认知与接受度的挑战

(一) 文化差异与认知障碍

中国茶文化历史悠久, 包含了丰富的历史、哲学以及礼仪等内容, 但这些观念对西方游客来说可能会显得比较陌生难懂。如中国茶道重“礼乐尚贤”, 重视礼仪和人际关系等, 这一文化传统是西方社会所没有的。文化差异还导致人们对于茶文化涵义产生错误认知。国际游客也许会根据自己的文化背景来诠释茶文化, 而忽视了其深层意义。这一误解会影响其真正了解与接受中国茶文化, 甚至会造成茶文化被忽视或扭曲。另外, 在中国古代的文化背景下, 有许多独特的名词和专业术语, 例如“功夫茶”“红茶”和“龙井茶”。这些名词在不同的语言中可能有不同的翻译, 这可能会导致信

收稿日期: 2025-1-13

基金项目: 本文系芜湖职业技术学院 2024 年度校级科学研究重点项目“文化出海和产教融合背景下茶文化创新与传播路径”阶段性成果(项目编号: wzyrwd202420); 安徽省 2023 年度高校哲学社会科学研究重点项目“功能主义翻译理论视角下中华优秀传统文化国际传播研究”阶段性成果(项目编号: 2023AH052365)。

作者简介: 高梦雯(1979—), 女, 安徽芜湖人, 芜湖职业技术学院副教授, 主要从事翻译理论与实践、跨文化传播研究。

息传递的不精确性。国际游客除了要了解这些术语外,还必须克服语言上的障碍,这给其了解与接受中国茶文化带来一定难度。

(二) 茶文化教育与传播的局限性

尽管中国茶文化具有深厚的底蕴和独特的魅力,但在国际范围内,茶文化的宣传和推广相对不足,这导致许多国际游客对中国茶文化的了解只停留在表面。茶文化教育的局限性表现为教育资源缺乏,传播途径狭窄。国外关于中国茶文化的教育课程与材料比较缺乏,使得国际游客很难对中国茶文化的内涵与历史进行系统的认知。另外,茶文化传播的方式多集中于一些专业性较强的展览与活动中,普通游客难以触及深层次的茶文化知识,从而制约了其对整体茶文化的认知与接受。茶文化教育传播中的局限还体现为传统与现代结合不紧密:中国茶文化集传统文化和现代元素于一体,但在向外传播时往往对传统文化表现得比较突出,对现代元素则表现得较为欠缺,这样就会让部分国际游客或许会觉得中国茶文化很难符合当代生活,从而影响到游客对于中国茶文化的接受与理解。

(三) 语言和翻译问题

中国茶文化有其特有的名词术语与概念,不同语言间对其翻译会产生误解与失准,导致国际游客对中国茶文化的认知产生混乱与阻碍。例如,在翻译茶文化中的某些专有名词,如“功夫茶”和“普洱茶”时,可能难以准确地传达其文化含义和历史背景,这可能会导致国际游客对这些术语的理解产生偏差。语言障碍也会影响国际游客对于我国茶文化的接受程度。中国茶文化有着丰富的仪式和礼仪,它们通常都是结合着具体的语言以及词汇而形成的,国际游客若不能对其进行准确地了解或者表达,就可能影响其对于中国茶文化整体的理解与接受。语言与翻译问题的出现使国际游客感受中国茶时文化面临着沟通障碍,制约着其对中国茶文化深入了解与融入。

(四) 市场营销与品牌建设的不足

中国茶文化作为独特的文化资源,具有巨大的吸引力和潜力,但在市场营销和品牌建设方面存在一些不足之处:中国茶文化市场营销较为落后,国际游客精准营销策略与推广活动欠缺。这就造成国际游客对茶文化体验选择缺乏清晰的引导与资讯,从而影响其选择与感知。此外,我国茶文化在品牌建设方面也存在着问题。尽管中国茶享有国际声誉,但品牌的建设还有上升的空间:一方面,中国茶文化中的部分知名茶叶品牌国际知名度与美誉度受限,国际化推广与宣传不足;另一方面,茶文化品牌在定位与差异化上还需要不断加强,才能引起更多国际游客对其重视与认同。市场营销和品牌建设方面存在缺陷,还体现为和其他文化产品之间存在竞争。伴随着全球文化交流日益深入,各国各地区文化产品相互竞争,我国茶文化在市场营销、品牌建设等方面需加大力度以增强其竞争力与吸引力。有效市场定位及品牌策略的缺失可能会造成中国茶文化国际市场竞争力的缺失,从而影响到国际游客的感知和接受。

四、全球化背景下提升国际游客对中国茶文化认知与接受度的策略

(一) 加强茶文化教育和传播

首先,在中国众多旅游景点中融入茶文化教育,是一种有效且直接的方式。景区内可设立茶文化展示区域以展示茶叶制作工艺、茶具类型及用途,并进行茶道表演。国际游客在互动体验与解读中,能够更直观地认识到我国茶文化的内涵与魅力。景区还可邀请茶艺师到现场开展茶艺表演与教学,使游客切身感受到泡茶带来的愉悦与仪式感。这样,国际游客既可品尝到地道的中国茶,又可在怡然自得的气氛中领略中国茶文化特有的魅力。

其次,通过拍摄精美短视频,图文并茂的博客以及社交

媒体账号等形式,为国际游客呈现中国茶文化的各个方面。内容可包括茶种、来源、功效、茶道的文化渊源与沿革等。通过生动有趣的演示,使国际游客能够在各种媒体平台中感受中国茶文化的神奇与博大精深,并激发游客对中国茶产生兴趣与好奇。与此同时,还可邀请著名茶艺师或茶叶专家进行线上直播或演讲,为国际观众呈现我国茶文化的内涵与精华。这一互动式传播方式能够拉近国际游客与中国茶文化的距离,使其对中国茶文化魅力有更深刻的认识和感受。

(二) 加强茶文化营销

在茶文化产品销售时,运用故事营销能够给产品以鲜活的故事情节与情感共鸣,刺激消费者的购买欲望。故事营销可从多角度着手,如发掘茶背后的传统故事、传奇传说来展现茶的历史渊源、传统文化内涵等。通过叙述茶的由来、传播历程及其与历史人物或文化事件之间的关联,提升其故事性及独特性,从而使消费者更加深刻地认同产品。故事营销也可以关注产品生产过程及幕后劳作故事,表现茶农辛勤劳动与爱茶之情,呈现产品的纯净朴实。例如:近年来,“西湖龙井”茶利用故事营销策略取得了显著成效。通过挖掘“西湖龙井”茶的传统故事和传奇传说,如龙井村附近的西湖传说、采茶女神的传说等,结合茶叶的历史渊源和传统文化内涵,“西湖龙井”茶成功打造了独特的品牌故事,激发了消费者的购买欲望和情感共鸣。在故事营销中,“西湖龙井”茶着重展现了茶农的辛勤劳作和对茶叶的热爱。通过展示茶叶的采摘过程、制作工艺以及与当地文化的紧密联系,消费者可以深刻感受到产品背后的真实故事和价值,从而增强了对“西湖龙井”茶文化的认知和吸引力。

(三) 培训专业的茶文化国际传播人才

为了强化茶文化的国际传播,培训专业的茶文化国际传播人才显得尤为重要。这些人才需要具备扎实的茶文化知识和专业的传播技能,能够有效地向国际受众传递中国茶文化的精髓和魅力。他们既要懂得茶文化的历史渊源,品种分类等基本知识,又要有跨文化沟通能力与传播策略,能把中国茶文化用多彩的方式展现在全世界受众面前。专业茶文化国际传播人才应具有创新精神与开拓意识,能将当代传播技术与媒体手段相结合,设计与执行符合国际市场需求,提高中国茶文化的国际知名度与影响力。他们有能力通过组织茶文化的主题展览,开展茶文化的交流活动以及实施线上和线下的茶文化宣传活动,来扩大茶文化在国际上的传播途径来吸引更多国际观众的目光和参与。

(四) 提供多语言的茶文化解说服务

根据国际游客多样化语言需求提供英、日、法等多种语言茶文化解说服务有助于游客更深入了解与体验中国茶文化特有的魅力与内涵。游客透过专业多语言解说可了解茶之品种、茶道之仪式、茶具之用法,促进茶文化之理解与鉴赏,并提高文化体验之品质与深度。多语言茶文化解说服务,也能增进不同文化之间沟通与了解。运用多语言对茶文化解说能够突破语言障碍,拉近旅游者的距离,增进文化交流与融合。解说员在传达茶文化知识的同时,也能对中国传统文化、历史背景以及其他有关内容进行介绍,从而使国际游客对中国文化底蕴以及魅力有一个较为全面的认识。

五、结语

在国际交流日趋频繁的今天,如何让国际游客对我国茶文化有更深入的了解与接受,就成了促进茶文化国际化发展的关键所在。在对国际游客认知及接受度进行分析的基础上,该研究提出了一些可行的策略。这些策略的落实,会有效推动我国茶文化进一步向海外传播,提升国际游客对我国茶文化的了解程度,继而推动茶文化和世界和谐共生。伴随着这些策略的进一步落实,我们有理由坚信中国茶文化特有的魅力会被世人更广泛地了解与赞赏。

(下转第112页)

幸福的世界,用劳动创造美好生活,成就梦想。

新时代新征程上,广大社会成员坚定确立劳动最伟大、劳动最神圣、劳动创造了人类、劳动最值得尊敬的思想,能够有效营造出健康、向上的社会风气,让社会成员充分肯定和赞美劳动,充分感悟劳动过程以及劳动所蕴含的美。

参考文献:

[1]李育书. 职业道德:兴起、困境及其化解之道[J]. 伦理学研究,2018(3).

[2]于希勇,洪建亚. 论习近平治国理政的美德伦理特质[J]. 湖北师范大学学报(哲学社会科学版),2021(2).

[3]郭笑雨. 新时代弘扬劳动精神的劳动伦理审视[J]. 山西大同大学学报(社会科学版),2022(1).

[4]郑莉,郝赫. 认真学习贯彻习近平总书记关于群团改革的重要指示精神 站在新的起点上深入推动工会改革创新[N]. 工人日报,2022-5-29(1).

[5]许晖. 高校劳动教育与专业教育的协同育人路径探究[J]. 湖北开放职业学院学报,2024(20).

From “Ethics of Responsibility” to “Professional Virtue”: The Modern Dilemma of Professional Ethics and the Path of Virtue Theory

ZHAO Bo

(Shanghai Urban Construction Vocational College, Shanghai 201415, China)

Abstract: In modern society, the highly industry-specific, value neutral, formal rational, and technological rational characteristics exhibited by professional ethics have also brought numerous difficulties to themselves. Among them, the most prominent is the moral dilemma in current professional life: the tendency towards non moralization of professional ethics. To correctly solve the dilemma of professional ethics, it is necessary to use virtue ethics as the foundation, accurately grasp the fundamental attributes of professional ethics, and enable the moral standards in the professional field to also play a role in the moral qualities of the subject. In addition, clarifying the moral standards of social and professional groups, macroscopically grasping the core meaning of the new era's labor spirit, vigorously promoting the spirit of model workers, craftsmen, and labor spirit, and on the basis of fully exerting their regulation of labor ethics in the professional field, making the worship of labor and the integration of wisdom and ideas a new trend of the times.

Key words: professional ethics dilemma; virtue theory; professional virtues; labor spirit (责任编辑:范新菊)

(上接第108页)

参考文献:

[1]张西平,管永前. 中国文化“走出去”研究总论[M]. 北京:北京大学出版社,2016.

[2]胡芷璇. 茶文化视角下高校对大学生礼仪素养的培育研究[J]. 福建茶叶,2021,43(11).

[3]王璐. 新媒体在中国茶文化中的传播和对外翻译中发挥的作用[J]. 佳木斯职业学院学报,2020(1).

[4]孟庆平. 文化自信视角下茶文化在历史教学中的应用[J]. 福建茶叶,2021,43(11).

[5]孙秀莉. 探析中国茶文化在英语语言文学翻译中的体现[J]. 福建茶叶,2021,43(11).

[6]殷召荣. “文化”走出去背景下茶名英译的跨文化研究[J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报,2020(5).

Research on the Cognition and Acceptance of Chinese Tea Culture by International Tourists from the Perspective of Globalization

GAO Meng-wen, PAN Jing

(Wuhu Institute of Technology, Wuhu Anhui 241002, China)

Abstract: In the current context of globalization, tea culture, as an important window for the world to understand China, is increasingly influential day by day. This paper explores the cognition and acceptance of Chinese tea culture by international tourists, analyzes its roles in promoting external communication, points out the challenges faced by international tourists in their perception and acceptance of Chinese tea culture and proposes corresponding suggestions to improve the quality of international tourists' learning of Chinese tea culture and further enhance its influence in overseas communication.

Key words: Chinese tea culture; international tourists; cognition; acceptance (责任编辑:陈思婷)