

Overseas Students Returned to Sichuan to Publicize the Investigation of Sichuan, China and Promoting Economic Development in Sichuan—Study, Study Status, and Cognitive Details of Sichuan

Xinyue Yao Feihua Wang* Yuncong Zheng

Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan, 610066, China

Abstract

With the development of China's internationalization, Sichuan, as an important node of the southwest China "Belt and Road", has attracted a large number of overseas students to study. This study aims to investigate the promotion of Sichuan and its economic and cultural activities after graduation. This paper is the first part of the study to investigate the experience and evaluation of overseas students. It can be seen from the survey results that overseas students in Sichuan have a good living experience in Sichuan, which mostly left a positive impression on Sichuan and had a positive impact on the publicity of Sichuan.

Keywords

overseas students in Sichuan; promoting Sichuan; Sichuan-related economic and cultural activities

来川留学生归国宣传中国四川及促川经济发展调查——研究概览、学习状况、对川认知详情

姚心玥 王飞华* 郑云骢

四川师范大学, 中国·四川成都 610066

摘要

随着中国国际化进程的发展,四川作为西南“一带一路”重要节点,吸引了大量留学生前来学习。本研究旨在调查来川留学生学成后宣传四川及促进四川经济文化活动的情况。论文为研究第一部分,调查留学生对川体验及评价。从调查结果可知,来川留学生在川生活体验较好,对四川留下的多为正面印象,对四川的宣传也具有积极影响。

关键词

来川留学生; 宣传四川; 涉川经济文化活动

1 引言

随着“一带一路”的发展与四川建设成都为国际门户这一进程的推进,中国四川先后与全球140多个国家和地区开展教育交流合作。近五年,共有超过4万名外国留学生在川学习生活,留学生对四川的影响逐步增强。因此,研究来川留学生与四川的双向互动有助于我们了解四川国

际化进程中的优势与不足,助力四川国际化进程的发展方向。

但是,近十年的相关文献多侧重来华留学生对当地影响的研究,而忽视了留学生的生活体验对其宣传并促进所留学地发展的重要性。本研究则将调查并分析来川留学生归国后对四川经济、文化等方面的宣传、促进作用,以期补充与来川留学生相关的文献研究的空白,并对留学生如何更好地宣传、促进四川的发展提供建设性意见。

论文为研究第一部分,我们对前期研究文献进行了梳理,调查了来川留学生在四川的生活学习状况,并了解他们对四川的评价,分析他们对四川了解的主要方面及其内容。在研究的第二部分,我们则调查了来川留学生归国后的从业情况,他们在不同行业中宣传四川、与四川进行经济活动的情况,分析了其与四川的宣传、经济行为中的不足,并探讨了解决策略。

【基金项目】本论文为四川省大学生创新创业训练计划“来川留学生归国后宣传四川及促进涉川经济文化活动情况研究”项目研究成果(项目编号:s202110636100)。

【作者简介】姚心玥(2001-),女,中国甘肃张掖人,在读本科生,从事汉语国际教育研究。

【通讯作者】王飞华(1971-),男,中国江西安福人,博士,副教授,从事汉语语法、汉语国际教育研究。

2 前期研究综述

文献检索可以发现,有关归国留学生对华宣传、对华经济助推作用方面的研究较为缺少,涉及四川的则更少。相关文献综述如下:

据中国知网统计数据显示,从1964年至今,关于来华留学生的研究论文数量呈逐年增长的趋势,自2008年来开始快速增长。涉及来华留学生的相关论文已有两千两百余篇,其中文献主题有关留学生跨文化适应的论文共计394篇,有关来华留学生教育的论文共计473篇,有关“一带一路”背景下留学生教育模式发展的论文共计224篇。这些文献都主要研究留学生在华的学习生活情况及文化适应问题,没有研究学生学成回国后宣传原学习所在地及促进其国家与留学所在地之间的经济文化往来的情况。

有关留学生回国后对华宣传或经济影响的研究较少,少有人提及来华留学生回国后与中国的双向互动,尤其是对中国经济文化带来的影响。李越、夏子焯通过构建多元回归模型分析来华留学生对国家经济的影响,认为来华留学人员每增加一万人,对GDP的影响超过5万元^[1]。哈巍、陈东阳指出,不同国家的来华留学生对出口贸易有不同的促进作用,目前来说中低收入国家的来华留学生促进作用更强^[2]。谭晓健认为为中国国际教育服务贸易逆差呈扩大趋势,影响中国的教育发展与经贸发展,因此必须把握参与国际留学生市场竞争的机会^[3]。

综上,有限的文献仅涉及留学生来华后对GDP、出口贸易、教育服务贸易等方面,而有关留学生回国后宣传中国、促进所在国与中国经济发展的研究较少,涉及四川的则更少。

而有关留学生回国后宣传四川、助推四川经济发展的研究更少。知网检索仅有三篇文献与留学生在四川学习的情况有关。陈欢欢探讨在川留学生对四川方言词汇的认知情况^[4]。冷藜莎主要研究来川巴基斯坦留学生对四川饮食文化的适应情况^[5]。刘银霞研究巴蜀文化课程在留学生课堂中的开展情况^[6]。以上论文均未涉及来川留学生回国后与涉川经济文化活动这一方面的研究。

由此可见,中国国内当前研究仍注重于来华留学生的教育模式、跨文化交际适应等方面,已有少部分学者注意到了来华留学生与中国的经济文化交流以及双向互动影响,但此方向的研究仍较少。因此,本项目以来川留学生为出发点,着重研究留学生生源地与四川产生的经济、文化等双向互动。

3 调查结果分析

3.1 调查对象

本研究共调查46人,都是曾来川学习,现已回国,有巴基斯坦、尼泊尔、韩国、泰国、柬埔寨、马达加斯加、老挝、尼日利亚等国的留学生。包含男性30名,女性16名,

其年龄段集中于21~40岁,有相当大比例的调查对象曾在中国生活3年以上且汉语等级水平达到HSK6级。

3.2 来川留学生宣传四川活动情况分析

①从宣传基础来看,80%以上的来川留学生都对四川有比较深入的了解,这使得他们在宣传四川时有足够的可宣传点。但是,留学生对四川的印象大多比较浅显,这可能会对他们的宣传点产生影响。调查显示,留学生对四川的印象大多是一些表层体验方面,如饮食、生活节奏、交通、气候、教育水平等;但是,对四川的深层文化方面的印象并不够深刻,如经济发展、历史文化、中华文化等。针对这一点,我们可以围绕留学生教育方向和四川底蕴文化传播形式与途径做出更多的思考,为帮助留学生更好地体会四川经济发展、感受四川优秀文化不断努力。

②宣传内容。调查显示,留学生对四川的印象大多是一些表层体验方面,如饮食、生活节奏、交通、气候、教育水平等;但是,对四川的深层文化方面的印象并不够深刻,如经济发展、历史文化、中华文化等。留学生对四川的印象总体来看比较浅显,这应该会对他们的有关四川的宣传内容产生影响。

③宣传意愿。从宣传意愿来看,来川留学生回国后对四川的宣传意愿都较为强烈。涉及的所有调查对象均在回国后对四川进行了宣传,且有90%以上的留学生都认为相比中国其他省市,更愿意在四川生活(见图1)。其中,四川的生活节奏是他们选择四川的最主要原因,其次,四川的饮食、生活压力、气候及交通等方面也得到了认同(见图2)。

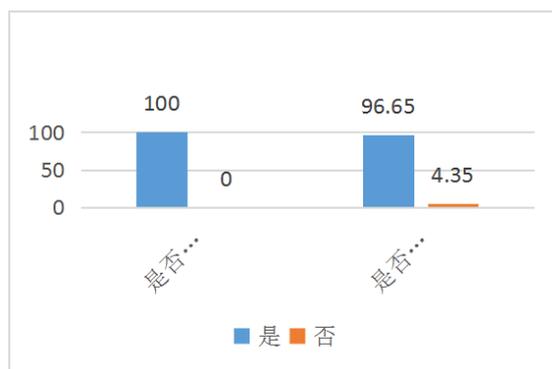


图1 留学生宣传四川的情况与在川生活意愿

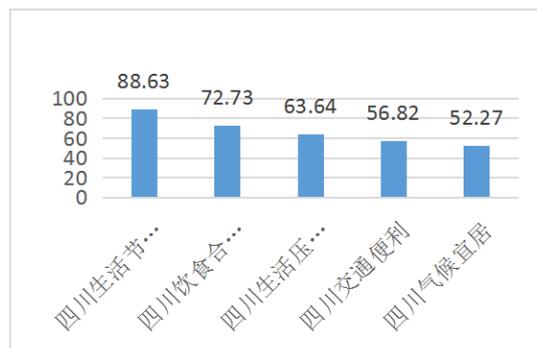


图2 留学生为什么愿意在川生活

④宣传内容。90%以上的来川留学生都会重点宣传生活方面的内容,其次,对文化、教育方面的宣传比例也较大。这与留学生自身的生活体验关联性较大。留学生来川后,大多在川生活3年以上,期间其主要目的便是接受专业教育及文化教育,自然在这三个方面体验感更强、了解更深,从而成为其主要的宣传内容。

但是,留学生对四川经济与科技方面的宣传度较低,我们认为这有主客观两个方面的原因。客观上,四川科技经济发展并不靠前。根据2022年四川省政府工作报告,四川2021年GDP排行全国第六。且四川2021年经济增速仅排名11,增长势头并不强劲;根据《中国区域创新能力评价报告》中的综合指标排名来看,四川排名第九,相较于广东、北京、上海等科技创新能力强的区域来说,还有一定的差距。主观上,则可能与来川留学生的专业、喜好、生活体验等有关(见图3)。

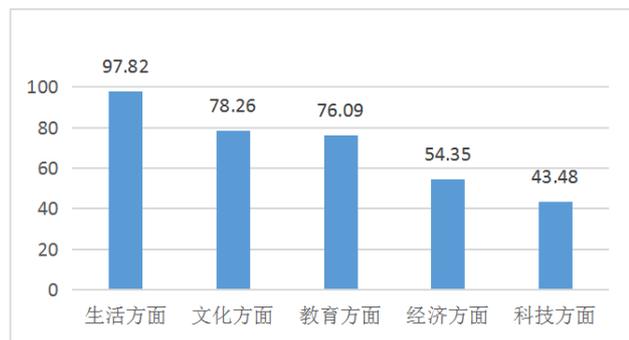


图3 留学生宣传四川的内容

从宣传方式来看(见图4),我们可以发现,留学生宣传四川人数与宣传方式覆盖面之间呈反比关系:通过“向亲朋好友介绍”宣传四川的比例占80%以上,但同时,这一宣传方式覆盖面最低,只涉及留学生周围一个小范围群体;通过“向所在公司或学校介绍”宣传四川的比例占40%以上,这一宣传方式覆盖面较低,涉及留学生所在学习、工作单位这一范围;通过“在网络上发布相关信息”“向政府部门或外交部门进行介绍”宣传四川的比例各占15%,但这两种方式覆盖广、受众广、影响力大,是宣传四川的非常有效的途径,也能更大范围地使得留学生所在国家的人对四川产生兴趣,从而激发他们前往四川学习、工作、旅游等意愿,带动四川经济发展和国际化地位的提高。

从宣传作用来看(见图5),来川留学生归国后对四川的宣传起到了较大的积极影响。在思想观念上,近70%的人通过留学生的宣传对中国的社会、经济、文化等方面有了更加深入的了解,近50%的人减少了对中国的误解;在实践效益上,近60%的人通过留学生的宣传来到中国或准备来中国,近40%的人与中国产生了经济或文化方面的来往。但是,相比起来,推动进行实践的人数较之产生思想影响的人数仍然偏低,这也是我们在政策支撑、经济支持、文化交

流、产业联动等方面需要提升的方向。

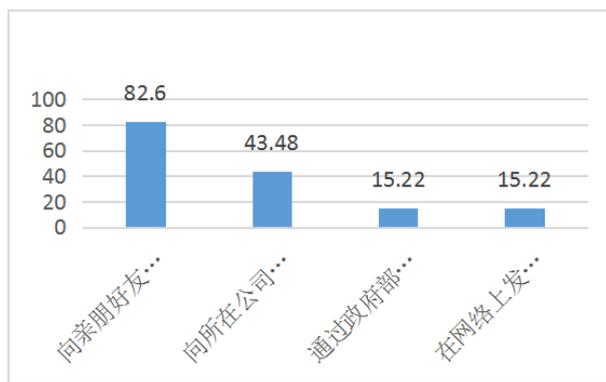


图4 留学生宣传四川的方式

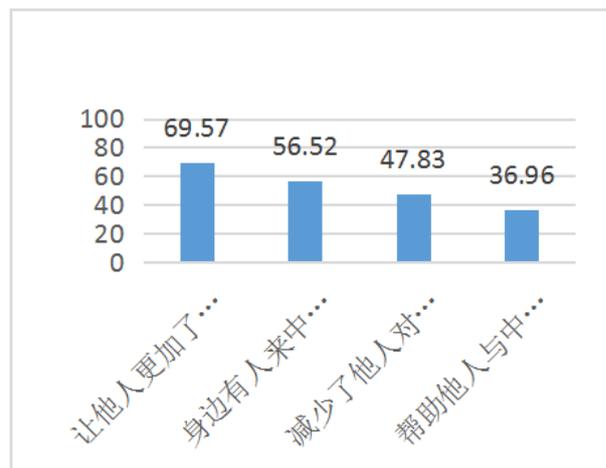


图5 留学生宣传四川起的作用

4 结语

以上调查可见,来川留学生在宣传四川的过程中,对经济、教育等方面介绍得较少,宣传范围也多局限在以个人为中心的生活圈,少数涉及其他国家自媒体、外交部门,这表明留学生有关四川的知识储备不够充足、所了解的宣传手段也不够丰富。

参考文献

- [1] 陈欢欢.在川留学生对四川方言词汇认知情况的调查研究[D].沈阳:沈阳师范大学,2019.
- [2] 哈巍,陈东阳.来华留学教育对中国出口贸易的影响[J].教育经济评论,2020,5(4):18-37.
- [3] 冷蒹莎.来川巴基斯坦留学生饮食适应调查分析与应对策略[D].成都:四川师范大学,2019.
- [4] 李越,夏子焯.来华留学教育对经济增长的影响及政策建议[J].知识经济,2019(25):9-11.
- [5] 刘银霞.四川高校留学生巴蜀文化课程开设的可行性研究[D].成都:四川师范大学,2018.
- [6] 谭晓健.国际留学生教育转向:从谋求政治影响到追逐经济利益[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版),2013,11(5):18-25.