

前沿 瞭望

# 在文化出海中深化人类命运共同体理念传播

顾栎栎

文化出海是促进文明交流互鉴、提升国际软实力的有效途径,有着传播人类命运共同体理念的天然使命。江苏作为经济强省和文化强省,在文化出海上拥有空间、资源、人才等优势,在中华文化“走出去”中积累了丰富经验。然而,面对东西方文化差异、复杂的国际舆论环境,如何以更优质的内容、更灵活的方式推动中国文化出海,仍是深化人类命运共同体理念传播的重要课题。

在文化出海中深化人类命运共同体理念传播的时代背景

讲好中国故事,传播人类命运共同体理念。文化出海是文明对话的重要依托,要通过中华文化“走出去”更好地传播中国好声音、塑造中国好形象。借助非遗项目、影视作品、网络文学等载体,传播中华文化的和谐共生、美美与共等。如《黑神话:悟空》《哪吒2》等现象级文化产品,传播中华优秀传统文化;苏州交响乐团的《牡丹亭》将西方音乐和昆曲艺术融合起来,在比利时布鲁塞尔精彩亮相,获得欧洲观众一致好评,彰显了中华传统文化的独特魅力,让中华优秀传统文化焕发生机,润物无声地传播了美美与共、和谐共生的人类命运共同体思想。

促进跨文化交流,增进人类命运共同体共识。在数智时代,VR/AR、人工智能等成为推动中华文化“走出去”的重要工具,自媒体平台成为对外文化交流的重要载体,以数字技术赋能中华文化“走出去”,能创造出出乎预料的效果。如短视频创作者李子柒、虚拟数字人“天妤”、太极拳传人陈小旺等,依托YouTube、推特、tiktok等自媒体平台,传播传统美食、非遗等,推动中华文化与其他民族文化交流融合。此外,中华优秀传统文化中凝练的文化符号,也是传播中华民族道德观、价值观、文化观的重要载体,有助于展示可亲、可敬、可爱中国形象。以“一带一路”项目为依托,开展中老铁路“跨国春晚”、马耳他庙会等文化交流活动,让来华留学生体验中国春晚、非遗项目等,增进来华留学生对中华文

在文化出海中深化人类命运共同体理念传播的现状与挑战

近年来,我国在文化出海上取得了丰硕成就,外国民众对中华文化的亲近感、认同度有显著提升,对中国在维护世界秩序、促进人类进步方面的贡献有了深刻认识。但也要清醒地认识到,中华文化出海和人类命运共同体传播仍面临一定的挑战。

随着“一带一路”建设的深入推进,“一带一路”合作伙伴对中华文化有了更深刻的认识和了解,中华文化逐步走向世界。同时,随着TikTok、YouTube、小红书、推特等新媒体的崛起,为中国文化出海提供新机遇。江苏依托“一带一路”倡议和文化强省战略,打造了许多具有国际影响力的文化品牌,推动人类命运共同体理念的传播。如淮剧《小镇》欧洲巡演获得成功,南京小红花艺术团赴非洲进行文化交流,宜兴紫砂、扬州漆器等非遗国际展览,都推动了中华文化的国际传播。此外,江苏也是外国留学生来华留学的主要目标省份之一,许多来华留学生体验中国的美食、传统节日、传统服饰等,成为中华文化传播的“民间使者”。如巴基斯坦学生Muhamad Ali Arshad在南京航空航天大学学习时,通过社交平台分享中国的高铁、美食、移动支付等,为中巴友谊作出积极贡献。

东西方文化差异较为明显,导致海外受众对中华文化接受度有限。有些西方媒体或来华留学生以“猎奇”的视角报道中国文化,片面聚焦于中国的高铁技术、电子支付、社会治安、传统美食等,对中国的历史传

化的情感认同。

在文化出海中深化人类命运共同体理念传播的现状与挑战

统、传统思想、非遗项目等认知和传播不够。如苏绣、云锦等受众多为海外文化爱好者,普通民众的认知与接受度较低。此外,中华文化出海面临人才短缺问题,尤其缺乏既懂网络传播、又能理解海外受众的复合型人才。许多高校开设跨文化传播课程,但教学理念和内容不够先进,仍以理论教学为主,对VR/AR技术、网络自媒体运营等重视不够。

在文化出海中深化人类命运共同体理念传播的路径

在全球化、数字化的今天,文化出海成为中国与世界对话交流的重要方式,也承担着传播人类命运共同体理念的重任。为此,要依托中华文化这一桥梁,以更亲和、更精准、更包容的方式,向世界各国传播人类命运共同体理念。

打造“传统文化+现代表达”的文化精品。推动中华文化出海时,要始终坚持内容为王基本原则,充分挖掘中华文化中的和而不同、包容并蓄、天人合一、仁者爱人等思想内核,以海外受众听得懂、愿意听的话语方式传播中华文化,实现“中国故事,国际表达”。凝练中华文化的精神标识,以海外受众熟悉的话语进行表达,巧妙地突破中西方的文化隔阂。对家国情怀、和合共生、天下大同、美美与共等中华思想文化,进行普适化、时代化和创造性表达,实现人类命运共同体理念的精准化传播。探索文化IP的数字化开发,将神话传说、历史故事、非遗项目、传统技艺等,转化为动漫、游戏、VR体验等数字产品,实现中华文化的活态化传承和动态化传播。

构建“线上+线下”的中华文化传播生态。大数据、云计算、物联网

等广泛普及,突破了中国文化出海的时空限制。要充分利用自媒体、短视频等方式传播中华文化,建立“技术驱动内容,内容反哺技术”的文化传播生态,实现文化与科技的深度融合。可以通过AI翻译、算法推荐、AR/VR等技术手段,展示春节民俗活动、元宵灯会、端午龙舟赛等,实现中华文化的沉浸式、场景化传播。线下打造“可触摸、可体验”的文化空间,江苏省文旅厅开展“欢乐春节”的海外巡演互动,以“线下体验+线上直播”方式传播中华文化。利用AR/VR等技术,开发大丰瓷刻、紫砂壶制作等非遗工坊,让海外受众亲身体验中华文化。

建立“政府+企业+民间”的文化传播体系。文化出海需要充分整合多种主体和多方力量,建立多元协同的传播体系。政府可通过政策引导、财政补贴等方式,支持文化出口企业,设立文化出海专项基金,为出海的影视作品、游戏动漫、网络文学等,提供版权保护、翻译补贴、对外传播等支持。企业应积极开拓国外市场,可建设影视制作、游戏动漫的海外团队,针对不同市场定制精准化的文化产品,为欧美受众开发“科幻+东方哲学”游戏,为东南亚受众开发“家庭伦理+传统文化”影视剧。充分发挥来华留学生、海外华人的文化传播作用,通过邀请来华留学生参加传统节日、非遗传承、文化交流等活动,鼓励海外华人举办中国文化节、中文读书会等,构建更有力的国际传播体系,不断提升中华文明影响力。

(作者为盐城师范学院马克思主义学院副教授,博士。本文为省社科基金项目“来华留学生人类命运共同体理念认同及路径优化研究”(24MLD004)阶段性成果)

专题 深思

## 特色档案赋能城市形象文化名片助力城市发展

周先超 孙睿晗

传承,更是盐城人民智慧和创造力的结晶,应通过展览、体验、文创开发等方式,让更多人了解和喜爱。此外,摸秋、渔民贡会等民俗也是盐城人民集体记忆和情感的载体,对相关档案进行活化利用和创新表达,能进一步丰富城市的文化内涵,形成独一无二的城市“个性密码”。

以档案的社会记忆性构筑盐城形象的“情感磁场”

城市记忆是一座城市的文化根脉,承载着人们对这座城市的情感、认知与价值认同。档案是城市记忆的物质载体和重要源泉,通过记录历史事件、人物和文化习俗,为集体记忆提供可靠的依据和实证。充分发掘地方特色档案中的记忆价值,有利于打造社区认同的情感纽带,推动城市文化认同,进一步塑造城市形象。

在城市化进程中,城市形象成为独特的情感锚点。通过保存、解码与传播地方特色档案中的信息,可以塑造具有时间深度与情感共鸣的城市形象。应以“文化IP+旅游”为着力点,探索沉浸式文旅融合新方向,打造“最盐城”特色主题IP;利用“非遗+旅游”赋能,把文博馆等文化场馆融入旅游产品和线路。

通过举办淮剧艺术节、发绣和瓷刻作品展,让市民和游客亲身感受传统艺术的魅力,激发文化自豪感;将摸秋、渔民贡会等民俗活动融入乡村旅游和节庆活动,让参与者体验原汁原味的地方风情,形成独特的文化记忆,唤醒市民的集体记忆和情感认同。湿地文化历史档案保存了丰富的湿地生态资料,反映了盐城“东方湿地”的生态价值和环境保护的历程。海洋文化历史档案涵盖海洋经济、沿海渔业及海洋文化传统,展示了盐城与黄海的紧密联系。非遗档案系统记录了盐城非物质文化遗产的起源、发展、技艺细节、传承谱系及其在不同历史时期的演变。民俗档案详细记录了盐城人民的日常生活习俗、节庆活动、信仰体系和民间传说。

以档案的价值转化激活盐城形象的“发展潜力”

地方特色档案不仅是城市过去的记录,更是塑造城市未来形象的战略资源。地方特色档案中保存的城市历史事件、名人故事、建筑遗产等信息,是打造文化旅游品牌的的核心素材。通过挖掘地方特色档案中城市独特的文化符号(如方言、技艺、习俗),可开发文创产品、沉浸式体验项目,形成差异化文旅融合经济项目。

档案价值转化方面,盐城的民俗文化和非物质文化遗产具有巨大的经济和社会潜力。将淮剧、东台发绣、大丰瓷刻等非遗项目与现代设计、时尚产业相结合,开发具有市场竞争力的文创产品,拓展销售渠道,实现文化产品市场化。通过举办非遗工坊、传承人工作室等形式,提供非遗体验课程,吸引游客参与,将文化体验转化为消费动力。

聚焦打造重点景区、特色文化街区、文博场馆、小剧场和阅读新空间等“五大文化消费空间”,提升城市文化综合竞争力。将非遗元素融入盐镇水街、欧风花街、D·A艺术街区、KK-PARK国际街区等文化消费空间,如在水街定期上演淮剧片段,在特色街区展示发绣和瓷刻工艺,让游客在消费的同时感受盐城独特的文化魅力。通过精致精细的城市建设,完善城市功能,提升城市品质,优化城市形象,增强“盐城,一个让人打开心扉的地方”城市形象品牌影响力,并聚焦“NICE 盐城”等国际品牌,打造青年友好型、国际友好型城市,吸引更多国内外游客和投资者,进一步丰富游客的旅游体验,为推进中国式现代化盐城新实践提供坚强思想保证、强大精神力量、有利文化条件。

(周先超为盐城师范学院助理研究员,盐城地域文化与社会治理研究院研究员;孙睿晗为盐城地域文化与社会治理研究院研究员。本文为2025年度市社科基金项目“档案记忆项目视角下盐城文化符号品牌化叙事与传播路径研究”(25skC190)阶段性成果)

# 讲好双语故事 传承红色文化

李蕴智 孟昭君

盐城拥有丰富的红色文化资源,其红色文化承载着厚重的历史记忆与精神力量,具有独特且深远的价值,成为滋养城市灵魂、赋能时代发展的宝贵财富。将红色文化融入中小学课程,既能提升学生思想道德素养,又能弘扬红色精神;将红色文化通过双语故事形式进行国际传播,具有深远意义,可进一步实现红色文化传播与国际传播的双重目标。

红色文化的精神内涵和时代价值

信仰传承的精神灯塔。盐城红色文化发端于革命烽火,新四军在这里留下浴血奋战的足迹,新四军革命精神成为红色文化的核心标识、信仰传承的精神灯塔。新四军先辈们为民族独立、人民解放舍生取义,其坚定的共产主义信仰、对党忠诚的赤子之心,为当代盐城人筑牢了理想信念根基。

盐城红色文化在当代价值尤为突出,它不仅维系着本土精神的根脉,更肩负着向世界传递中国故事的时代使命。以新四军纪念馆为代表的红色地标,通过多语种导览、国际友好城市交流等方式,使新四军革命精神跨越语言藩篱;小学、中学和高校积极组织“红色故事双语宣讲”活动,青少年学子用“军民鱼水情”的双

语动人篇章,向海外受众呈现真实历史;外宣纪录片《盐城:红色的记忆》在国际平台播出,生动展现了中国共产党领导下的抗战历程。这些传播实践,有效修正了部分西方视角的片面认知,成为沟通中国精神与国际认知的生动文化桥梁。

红色文化融入中小学课程的实践路径

以盐城红色文化为依托,整合校内外红色资源,将红色文化引入英语课堂、拓展延时服务、融入课程资源,聚焦校内红色文化基地及社会资源,通过我是小小宣讲员、红色文化艺术节等活动,用双语讲好盐城红色故事,传播红色精神,培养学生的家国情怀,使其成为盐城红色文化的“代言人”,进一步提升了教师综合素养。

丰富教学内容,传承红色文化。通过深入挖掘盐城红色文化资源,整理一系列具有代表性的红色故事,并将其改编成双语版本。在阅读、写作、口语等教学环节中,巧妙地将双语红色故事融入英语课堂教学;在写作课上,让学生以盐城红色历史事件为背景,进行英语短文创作;在保持红色文化内涵基础上,对双语故事进行创新改编,采用更生动有趣的叙事方式,结合AI技术,如动画、短视频、与历史人物对话等,增强故事吸引力和感染力;在口语课上,组织学生讲

述红色故事片段,增强学生对盐城红色文化的了解,将其培养成红色文化的传承者与传播者。

开发特色课程,促进教师成长。基于盐城红色资源编写《Yancheng 红色文化故事书》《红色盐城双语故事音频集》等校本教材,运用文字、图片、视频等多模态素材,实现文化内涵与语言能力同步提升,形成具有盐城地方特色的英语课程资源。在课程开发过程中,教师应深入研究红色文化,不断提升文化素养和课程开发能力。通过参与课程开发,推动教师对地方文化与英语教学的融合有更深刻的理解,实现专业成长。同时,组织教师开展红色文化双语教学研讨活动,分享教学经验和心得,进一步提升教学质量。

增强文化认同,提升综合素养。学生在接触和学习盐城红色文化双语故事过程中,对本土红色文化的认同感和自豪感显著增强。通过用英语讲述红色故事,学生跨文化交际能力得到锻炼,综合素养得以提升。红色文化中蕴含的爱国精神、奋斗精神等,也会对学生的价值观塑造产生积极影响。

(李蕴智为市育英初级中学课程教学处主任、正高级教师;孟昭君为市康居路初级中学教师。本文为2025年度市社科基金项目“红色盐城:双语故事的国际传播策略与实践”(25skC32)成果)