

赓续红色血脉，讲好长江故事：长江红色文化传承与国际传播研究

刘畅

华中师范大学

DOI:10.32629/pe.v4i2.20018

[摘要] 风起于清萍之末,事成于细微之间,全球传播环境正在发生深刻变化:以社交媒体和短视频平台为代表的新媒体形态重塑了信息传播方式,国际受众的注意力结构、内容偏好和接受习惯等均发生显著转变;传统以文本说明和宏大叙事为主的对外传播模式,在跨文化传播中效果递减。立足于这一背景,我们呼吁将长江红色文化资源系统梳理出来,提出“资源—叙事—语言—媒介—受众—反馈”六环节闭环框架,并以国际受众“可理解、可信任、可传播”的方式进行讲述,在世界舞台上奏响红色长江的壮丽乐章。

[关键词] 长江红色文化; 国际传播; 文化记忆; 叙事策略; 翻译传播; 多语种矩阵

中图分类号: G0 **文献标识码:** A

Continuing the Revolutionary Legacy and Telling the Yangtze Story Well: Research on the Inheritance and International Communication of Red Culture Along the Yangtze River

Chang Liu

Central China Normal University

[Abstract] As the saying goes, “The wind rises from the tip of the duckweed, and success is achieved through the smallest details.” The global communication landscape is undergoing profound change: new media forms—especially social media and short-video platforms—are reshaping the way information is disseminated, and international audiences have seen marked shifts in their attention patterns, content preferences, and reception habits. In cross-cultural communication, traditional outward-facing approaches dominated by explanatory texts and grand narratives are becoming increasingly less effective. Against this backdrop, we call for a systematic mapping of red cultural resources along the Yangtze River, propose a six-link closed-loop framework of “resources—narratives—language—media—audiences—feedback,” and advocate telling these stories in ways that are understandable, trustworthy, and shareable for international audiences—so that the magnificent symphony of the “Red Yangtze” may resound on the world stage.

[Key words] Red Culture Along the Yangtze River; International Communication; Cultural Memory; Narrative Strategy; Translation and Communication; Multilingual Matrix Dissemination

1 引言：问题提出与研究意义

1.1 政策背景：从“保护传承”到“国际传播”的系统工程
长江作为中华文明之摇篮，是中华民族精神丰碑的标志性象征，也是中国革命文化的历史见证者和参与者。传承并弘扬长江红色文化，对彰显中国革命精神与民族文化积淀，增强民族凝聚力与自豪感具有重要意义。2023年文化和旅游部等多个国家部委联合发布《长江文化保护传承弘扬规划》，强调挖掘弘扬长江文化内涵、推出长江题材优秀文艺作品、加强长江文化国际交流传播以及发挥长江文化的引领作用。^[1]

2026年正值中国“十四五”规划收官和“十五五”规划建设的开局之年。国家明确提出要以社会主义核心价值观引领文化建设，政府要求完善国际传播体制机制，我们需要提升中华文明的传播力和影响力。在国家文化发展和国际传播能力建设的整体布局中，长江不仅是经济带，更是承载中国发展道路、革命记忆与价值理念的重要文化符号。

1.2 现实挑战：国际受众“理解缺口”与平台化传播的双重压力

在海外平台生态中，文化内容面临“注意力稀缺—算法分发

—短视频主导”的传播环境。DataReportal《Digital 2024》报告显示,2024年初全球活跃社交媒体用户数量达到约50.4亿。这表明国际传播的主战场高度平台化,内容需要在“3秒留存—完播—互动—转化”的链路上竞争;红色文化叙事若仍以本土历史常识为默认起点,或以抽象口号替代具体故事,容易在海外语境中形成理解门槛与“宣传化”预设。^[2]

1.3 研究问题与论文结构

目前在国家政策文本与学术研究中,尚未形成对“长江红色文化”的统一官方定义。相关表述多见于“红色文化”“革命文化”或“长江文化”等概念体系之中。

基于对研究对象的问题意识,本研究将“长江红色文化”界定为:在中国革命、建设与改革进程中,以长江流域为主要空间载体形成的红色历史事件、重要人物活动、革命遗址及其所承载的精神价值与文化记忆的总和。

基于上述背景与对象界定,本研究围绕以下四个核心问题展开:

(1)长江流域红色文化资源在空间分布和类型结构上呈现出何种整体特征?(2)当前长江红色文化的传承与传播机制运行状况如何,主要问题集中在哪些方面?(3)在国际传播语境中,红色文化内容面临哪些理解障碍与传播瓶颈?(4)如何构建以多语种、多平台为特征的长江红色文化国际传播路径?

2 研究脉络、争论焦点与研究空白

2.1 红色文化与红色旅游研究:从价值论证到“体验—记忆”机制

国内研究强调红色文化价值引领,并逐步引入“集体记忆”“地方性建构”等理论工具,关注旅游情境如何唤起、存储并再创造红色记忆。有研究指出红色历史的集体记忆嵌入地方建构与空间生产过程,成为地方性重构的重要素材。^[3]

国际研究倾向将中国红色旅游纳入“共产主义遗产/红色遗产消费”的比较框架,通过实证模型或系统综述讨论记忆建构机制。如井冈山样本研究,通过结构方程模型验证文化氛围与体验对红色记忆建构的影响。相关系统综述总结了红色/共产主义遗产旅游的研究议程与未来趋势。^[4]

2.2 国际传播与国家形象研究:受众解码与可信度敏感性

在全球化进程不断加速、文化交流日益频繁的当下,红色文化的国际传播对于弘扬民族精神、增强国家文化软实力以及提升国际影响力具有不可忽视的重要意义。而要实现红色文化在国际舞台上有效且广泛地传播,构建一个科学、系统且全面的分析框架是关键所在。Callahan提出“负软实力”视角,提示国家叙事在不同语境下可能引发反向效果。这意味着国际传播需要更依赖可核验的证据链与人物化叙事,以降低“宣传化”预设。^[5]

围绕中国传播系统的国际研究亦促使受众更关注传播意图与可信度,从而要求红色文化国际传播在文本、影像与数据呈现上强化来源可核验性。^[6]

2.3 翻译传播研究:从字面准确走向语境解释与术语治理

从现实需求出发,红色文化国际传播面临着诸多挑战。不同国家和地区有着不同的文化背景、价值观念和审美习惯,这就要求我们在传播红色文化时,不能简单地照搬国内的模式和方法,而需要从多个层面进行精心策划和协同推进。目前红色文化外宣翻译研究存在术语不规范、译文表达不准确、海外接受度低等问题,亟需建立标准化术语与翻译管理机制,面向“多语种+多平台+版本迭代”的译名库、注释体系与审校流程仍有待工程化完善。^[7]

3 资源—叙事—语言—媒介—受众—反馈闭环模型

该分析框架强调红色文化国际传播是一个系统工程,各个要素之间相互关联、相互影响、相互作用,需要在资源整理、内容表达和传播机制等多个层面协同推进。资源是叙事的基础,没有丰富的红色文化资源,叙事就失去了源泉;叙事是语言的核心,只有通过生动的叙事,语言才能传达出红色文化的内涵;语言是媒介的载体,合适的语言能够更好地通过媒介进行传播;媒介是连接受众的桥梁,只有选择合适的媒介,才能将红色文化传播给目标受众;受众是反馈的主体,他们的反馈信息又为资源的进一步整理和叙事的优化提供了依据。因此,在红色文化国际传播实践中,要树立系统思维,注重各个要素之间的协同配合,形成一个有机的整体,以提高红色文化国际传播的效果和质量。

4 长江红色文化的资源图谱与时空结构

4.1 长江红色文化资源的时空分布特征

长江流域横贯中国东中西部,是中国革命、建设与改革历程中红色文化资源最为集中、类型最为多样的区域之一。从空间结构上看,长江红色文化资源呈现出明显的带状分布特征,沿干流及重要支流密集展开,并在若干历史节点城市形成高度集聚的“红色文化高地”。以上海为例,红色资源名录化程度高:旧址、遗址、纪念设施或场所类共612处,档案文献实物236件/套。^[8]而武汉则体现出场馆集群与公共文化触达优势:武汉革命博物馆下辖五处革命旧址/场馆,馆藏文物2.8万件(套),年接待观众200万人次以上。^[9]再观南京的优势在于资源整合平台化:红色资源点165处并上线“中国南京红色在线”。^[10]

4.2 长江红色文化资源的类型结构

革命遗址与纪念性空间型、文艺与叙事衍生型、精神与理念型、人物型与事件型这四种类型的红色文化资源相互关联、相互补充,共同构成了一个丰富多样、博大精深的红色文化体系。深入研究和挖掘这些资源,对于传承和弘扬红色文化、增强民族文化自信、推动国际文化交流具有重要的意义。

5 多语种叙事传播链条痛点

长江红色文化国际传播中出现的诸多问题,既与长期形成的叙事传统有关,也与文化翻译机制不足以及传播渠道结构差异密切相关。痛点集中在:协同成本高、叙事门槛高、译名与注释不统一、海外平台运营与评估闭环薄弱。尤其在社媒平台化分发环境下,需要用完播率、互动率与评论语料驱动迭代。^[11]这些深层结构性因素在一定程度上决定了传播内容的表达方式与传播路径。因此,在未来实践中,需要在保持历史真实性和文

化内涵的基础上,通过叙事创新、文化翻译优化以及媒介策略调整等多方面努力,逐步提升红色文化的国际传播能力。

6 多语种叙事与国际传播路径设计

在传播路径上,本研究提出构建以“多语种数据库”为基础、“短视频传播”为突破口、“社交媒体矩阵”为支撑的立体化传播模式。多语种数据库为传播内容提供权威来源和持续更新机制;短视频以其高可视性和强情绪表达能力,承担吸引受众注意力的功能;社交媒体矩阵则通过互动、话题讨论和持续运营,促进受众从“被动接收”向“主动参与”转变。通过不同平台之间的内容联动,可逐步形成稳定的国际传播网络。

7 创新成果转化与产品化实践

在创新训练项目框架下,研究成果不仅需要理论层面形成系统认识,更应通过具体产品形态实现社会价值转化。本项目在前期调研和分析基础上,坚持“研究—转化—传播”一体化思路,将学术研究成果转化为具有实际传播功能的文化产品,以提升长江红色文化国际传播的可操作性和持续性。成果转化的总体目标在于:以系统研究为支撑,构建稳定、规范、可持续运行的红色文化国际传播体系,使研究结论不止停留在文本层面,而是能够通过具体媒介形态触达真实受众,接受实践检验。

8 图表与指标体系

8.1 国内外研究差异

表1 国内外研究观点对比矩阵

维度	国内研究常见重点	国际研究常见重点	对本研究启示
研究取向	价值引领/制度治理/教育功能	情感动员/软实力争论/遗产消费	价值论证需落到机制与受众
方法路径	政策文本分析、案例描述	实证模型、系统综述、影像研究	补足数据化评估与可复现方法
争论焦点	如何创新传播形式、提升传承效果	叙事可信度、受众解码与反效果风险	强化证据链与可核验链接

表2 多语种矩阵投放与效果评估指标体系

层级	指标	含义	用途
曝光	Reach/Impressions	被看到的规模	判断选题与发布时间
停留	3秒留存/平均观看时长	是否抓住注意力	优化开头钩子与镜头节奏
完播	完播率	是否讲得下去	压缩信息密度、强化人物线
互动	评论/分享/收藏率	是否形成讨论与扩散	评论语料诊断误读点
转化	关注增长/链接点击/预约	是否产生行动	与数据库/场馆页面联动
口碑	情绪倾向/高频质疑点	信任度与风险点	建立回应话术与迭代主题

8.2 国际化叙事“三段式模板”

(A)可理解:一句交代年代+地点+处境;地图/时间轴/旧照片辅助;“普世价值”桥梁。(B)可信任:权威链接+物证/遗址

镜头+名录/数据条目(脚注可跳转);统一译名并注释。(C)可传播:同一故事多版本(15秒/60秒/3分钟/卡片);结尾加入CTA引导至数据库条目/馆方页面/互动地图。

9 结论与建议

本文在可核验公开数据约束下,构建了长江红色文化国际传播的闭环分析框架,并提出以数据库底座、脚本工厂、多语矩阵与评估闭环为核心的产品化路径。未来工作可进一步在更大样本城市与平台数据上开展量化研究,并引入外籍受众试读/共创,以提升跨文化可接受性与可信度。

[参考文献]

[1]文化和旅游部.《长江文化保护传承弘扬规划》出台实施[EB/OL].2023-07-05.https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202307/t20230705_945631.htm.

[2]DataReportal.Digital 2024:Global Overview Report[EB/OL].2024-01-31.<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>.

[3]马云,钱俊希,唐雪琼.基于集体记忆的红色旅游地地方性建构[J].热带地理,2022,42(6):997-1008.

[4]Calderón-Fajardo V. Future trends in Red Tourism and communist heritage tourism[J]. Asia Pacific Journal of Tourism Research,2023,28(10):1185-1198.

[5]Callahan W A.Identity and Security in China: The Negative Soft Power of the China Dream[J]. Politics, 2015, 35(3-4): 216-229.

[6]Shambaugh D.Review of Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China (A.-M. Brady)[J]. The China Quarterly,2008(195).

[7]吕红红.红色文化的外宣翻译策略研究探析[J].现代社会科学,2024,4(3):11.

[8]上海市人民政府:关于公布《上海市红色资源名录(第一批)》的通知.[EB/OL]<https://www.shanghai.gov.cn/202208zfwj/2020503/070a84fa63364af98dced177ec64270b.html>.

[9]武汉市文化和旅游局:关于市政协十三届五次会议第20210123号提案的回复意见.[EB/OL]https://wj.wuhan.gov.cn/zfxxgk/fdzdgknr/qtzdgknr/jytab/sjytab/2020/202109/t20210930_1788758.shtml.

[10]中国共产党新闻网(人民网):南京挖掘整理红色文化资源点并上线“中国南京红色在线”.[EB/OL]<https://dangjian.people.com.cn/BIG5/n1/2021/0719/c117092-32161836.html>.

[11]吕红红.红色文化的外宣翻译策略研究探析.[EB/OL]<https://www.cscied.com/a/j-53/19970>.

作者简介:

刘畅(2005--),女,汉族,安徽六安人,本科在读,单位:华中师范大学2023级,研究方向:法语语言文学。