

讲好中国故事：延安红色文化国际传播的内涵意蕴、关键制约与实践进路

孟艳君

西安培华学院，陕西西安，710125；

摘要：延安红色文化作为中国红色文化的瑰宝，以其丰富的内涵和鲜明的特色，在国际舞台上展现出独特的魅力。基于党的二十大报告要求“讲好中国故事”以及在当今“两个大局”相互交织的时代背景，将延安红色文化更好地传播出去，不仅有助于向国际友人传递中国故事具有不可忽视的时代价值，还能进一步增进各国人民对红色文化与中国文化的理解与认同。

本文以陕西延安地区红色文化资源为切入点，在“讲好中国故事”的视域下，探讨了延安红色文化国际传播的内涵意蕴以及关键制约和实践进路，向国际友人讲好、用好延安红色文化故事，使延安红色文化实现最大化的国际输出，对红色文化真正的“走出去”具有重要的理论和实践意义，以助力塑造真实、立体、全面的中国形象，为未来红色革命地中国故事的创新性表达提供借鉴和思考。

关键词：红色文化；国际传播；延安；讲好中国故事

DOI：10.64216/3080-1494.25.04.019

1 延安红色文化国际传播的内涵意蕴

习近平总书记在党的二十大报告中强调：“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。”^[5]随着综合国力的不断提升，中国的文化向心力、文化辐射力日益增强，在“一带一路”政策的推动下，以及全面放宽优化国境免签政策的颁布，越来越多的外国友人选择到中国留学和旅游，中国已成为继美、英之后的世界第三大留学生输入国，来华留学生是向世界“讲好中国故事”的重要力量。

红色文化是中国特色社会主义文化的重要组成部分，是中国共产党引导人民群众进行新中国革命、建设的精神及物质产物，更是中华民族的宝贵财富。^[4]从延安时期开始，中国共产党就已经把红色文化作为国际传播的重要内容，通过多种途径进行广泛宣传，成功带领中国共产党和中国人民走上了世界舞台，为发展和巩固统一战线发挥了重要作用。红色文化的国际传播历经多个历史阶段，始终面临着复杂的国际挑战，《“十四五”文化发展规划》指出“坚守中华文化立场，坚持创造性转化、创新性发展，赓续中华文脉，传承红色基因，建设中华民族共有精神家园，凝聚中华儿女团结奋进的精神力量。”因此讲好中故事，传承好红色基因，助推红色文化成为国际共享的优秀文化，对于提升中国文化软实力、塑造良好国际形象具有重大现实意义。

“讲好中国故事”是习近平总书记在2013年正式

提出并一直强调其重要性的时代命题，通过“故事”的形式给国际友人传递具有中国特色的中华文化、思想观念等的创新举措。讲好中国故事也需要用好红色文化，红色文化不仅是中国革命历史的见证，更是中华优秀传统文化的重要组成部分。以延安红色文化故事为核心，通过用讲故事的方式对延安红色文化进行形象化的表达，有助于提升中国的国际话语权和形象。延安红色文化具有历史叙事的真实性与厚重感，内容容易引起国际共鸣；形式上具有时代适应性，相较于其他中华文化具备“讲好中国故事”的天然优势。国际友人来到中国，对延安红色文化故事呈现出较强的兴趣力，拥有广阔的受众人群和可观的传播数量。因此在“讲好中国故事”的时代任务和担任好传播文化的使命具有重大内涵意蕴。

2 延安红色文化国际传播的关键制约

当前延安红色文化在面向海内外受众进行国际传播时，面临着内容创新不足、叙事方式固化及传播渠道受限三重困境。这些现实挑战不仅制约着中国故事的国际传播效能，更凸显了创新红色文化传播机制的紧迫性。

2.1 叙事内容的结构性失衡

在内容构建层面，主要存在三方面失衡现象：其一，历史性与现代性融合不足。传播过程中过度依赖革命历史素材，对当代价值转化和现代化呈现手段运用欠缺，导致红色文化与时代发展、国际受众现实生活产生疏离。其二，内容深度开发不足。现有传播多停留于事件表象

的线性叙述，缺乏对文化内涵、历史逻辑与社会价值的深度挖掘，形成“知其然而不知其所以然”的传播断层。其三，受众定位模糊化。约67%的对外传播内容沿用国内话语体系（据2022年文化传播白皮书），未能精准对接国际受众的认知图式、兴趣维度与价值诉求，导致文化折扣现象显著。往往难以触及国际友人的内心，也难以激发其情感共鸣和价值认同。

2.2 叙事方式的创新滞后

2.2.1 叙事视角的单一化

在讲述中国故事时，部分官方传播组织倾向于采用宏大叙事的方式，强调国家和民族的宏大主题，而忽视了从个体的微观层面进行讲述。这种叙事层面单一性的问题，使得所讲的中国故事缺乏具体性和生动性，难以触及国际友人的情感和心灵，影响其对所讲中国故事的认同和理解。^[3]

2.2.2 话语体系的转型迟滞

使用过时的话语表达形式和平铺直叙的话语表达形式。在“讲好中国故事”的过程中，部分传播机构者仍然仅沿用单一的过时话语表达方式，未能及时根据时代的变化和大学生认知特点的变化来更新话语方式，以及叙事时采用了理论灌输，忽略了将所讲中国故事的学术话语和官方话语转化为生活话语和时代话语的重要性，导致“讲好中国故事”的过程变得枯燥乏味^[3]，如果仅使用官方的语言，而不加以具体化和生活化的解释，可能会阻碍国际友人对这些概念的理解。

2.3 传播路径的渠道局限

2.3.1 媒介生态的数字化转型不足

在“讲好中国故事”的过程中延安红色文化的传播主要依赖于单一的传统媒体，如报纸、杂志、电视等，仅仅依靠图片和文字来进行红色文化的宏大叙事，无法多角度、全方位、立体化地展现出红色文化背后的历史故事，缺乏新媒体矩阵布局，而过度依赖传统的媒体传播，这与大国际友人对时间和空间想象力的需求不符，缺乏生动形象的媒介支持，使得有时代感的中国故事难以有效传达给国际友人，从而降低了所讲中国故事的感染力和生动性与形象性，影响了所讲中国故事的有效传播。

2.3.2 受众狭窄

红色文化的目标群体主要集中于国内，国际传播覆盖率低。在国际传播中，缺乏有效的传播渠道和推广策略，使国际友人难以通过各种线上线下活动进行分享作品和交流互动，难以了解中国的红色文化，将延安红色文化推向国际市场。

2.3.3 技术应用不足

(1) 数字化滞后

VR、AR 等技术在红色文化展示中的应用还不够广泛，缺乏沉浸式的体验效果。数字化技术能够为红色文化的传播提供更加丰富的形式和手段，如虚拟展览、数字电影等，但延安红色文化在数字化建设方面还存在着不足。

(2) 社交媒体缺位

国际主流平台（如TikTok、YouTube）利用不足，缺乏有效的社交媒体营销策略。社交媒体平台是国际传播的重要渠道，能够快速传播信息，扩大影响力，但延安红色文化在社交媒体平台上的传播还不够活跃。

3 可行性路径与实践探索策略

3.1 内容创新：打造现代叙事“讲好中国故事”

3.1.1 故事化表达

将革命历史转化为“个人英雄叙事”，增强情感共鸣。红色文化故事往往具有深刻的历史内涵和感人的情感力量，通过将革命历史转化为具体的个人英雄叙事，可以让观众更加深入地了解历史事件的背景和意义，同时也能增强情感共鸣。例如，项目团队创作的《延安十二时辰》系列短视频，以留学生视角讲述红色故事，通过讲述一个个具体的人物故事，展现了延安时期的革命精神和人民群众的英勇事迹，深受观众喜爱。

3.1.2 多模态呈现

制作中英双语短视频、影视剧、红色歌曲，适配碎片化阅读习惯。在信息时代，人们的阅读习惯发生了很大的变化，更加倾向于碎片化的阅读方式。因此，红色文化的传播需要适应这种变化，采用多模态呈现的方式，如短视频、影视剧、红色歌曲等，让观众在短时间内获取更多的信息。同时，制作中英双语版本，能够更好地满足国际受众的需求。

3.2 汇聚多方力量“讲好中国故事”

3.2.1 国内联动

在高校、外企开展双语宣讲，覆盖在华留学生和外籍人士。高校和外企是国际受众的重要聚集地，通过在高校、外企开展双语宣讲活动，以国际友人为中心，结合受众群体的兴趣来“讲好中国故事”。相关人员可通过选取典型的延安革命故事并结合生活中的热点话题，将受众群体热点话题与所讲的中国故事相结合，并充分挖掘这些热点话题背后的历史意蕴，激发大学生对所讲中国故事的兴趣。同时，也可以邀请留学生和外籍人士参与到宣讲活动中来，让他们成为红色文化的传播者，留学生和外籍人士可利用自身的本土性优势，近距离接触和了解红色文化，利用合理的方式展现红色文化的内涵，从而提升红色文化的国际传播效果，使国外观众感受到红色文化的独特魅力。

3.2.2 国际辐射

通过 TikTok、YouTube 等平台发布内容，利用留学生二次传播。TikTok、YouTube 等平台是国际主流的社交媒体平台，拥有庞大的用户群体。通过这些平台上发布延安红色文化内容，可以扩大红色文化的传播范围，提高红色文化的国际影响力。同时，利用留学生的二次传播，能够更好地将红色文化传播到国际市场。

3.2.3 线上线下联动新模式

运用线上线下联动的延安红色文化“讲好中国故事”新模式。一方面，充分整合典型延安红色文化资源，走进高校进行传播，在讲好延安红色文化故事的同时，开通延安红色文化研学专线，以寓教于游的方式加深国际友人对延安红色文化的感受，促使国际友人在亲身体验中了解延安红色文化和中国共产党的独特魅力，另一方面通过线上平台，可组织“讲好中国故事”的专题延安红色文化宣讲，让国际友人在实践中了解并传播中国故事，通过此种模式讲述，能够让更多的国际人员听到、理解并认同所讲的中国故事。

3.3 合作机制：政校企协同

3.3.1 政府引导

提供政策支持，设立红色文化国际传播基金。政府应加大对红色文化国际传播的支持力度，出台相关政策，为红色文化国际传播提供保障。同时，设立红色文化国际传播基金，为红色文化国际传播项目提供资金支持。

3.3.2 高校参与

开设红色文化课程，重视培养跨学科传播的专业人才。高校应加强对红色文化的调研和教学，开设红色文化课程，培养一批具有扎实的红色文化知识和跨学科传播能力的人才。这些人才既懂得中国文化，又具备国际化视野和跨文化交流能力，能够为红色文化国际传播提供专业的支持和保障，提升其国际视野和跨文化沟通能力，推动红色文化国际传播研究领域持续创新。此外，还应鼓励高校与业界合作，打造国际化的学术交流平台，促进红色文化国际传播研究成果的转化和应用。^[1]

3.3.3 企业助力

联合文化企业开发红色文创产品，如“延安精神”主题盲盒。文化企业具有丰富的市场经验和创新能力，通过联合文化企业开发红色文创产品，可以将红色文化与市场需求相结合，推动红色文化产业发展。同时，红色文创产品也能够为红色文化的传播提供更加丰富的形式和载体。

3.4 技术赋能：沉浸式体验

3.4.1 虚拟展馆

运用 VR 技术还原革命场景，突破时空限制。VR 技术能够为红色文化的传播提供沉浸式的体验效果，通过运用 VR 技术还原革命场景，让观众仿佛置身于革命时期的延安，再运用 4K、5G 等技术能够提升画面流畅度，使观众，拥有第一人称视角亲身体验革命的艰辛和伟大。通过 VR 技术的灵活性打破时间和空间的限制，让国际友人不再受限于固定的时间和地点，国际友人也可以根据自己的时间和节奏进行浏览，以此极大拓宽“讲好中国故事”的传播渠道，带动丰富的情感体验，进而积极主动参与到“讲好中国故事”的过程中。[3]

3.4.2 互动游戏

通过开发《保卫延安》手游，以寓教于乐方式传播红色精神。互动游戏是一种深受年轻人喜爱的娱乐方式，通过开发《保卫延安》手游，能够让年轻人在游戏中了解延安时期的革命历史，传播红色精神。同时，互动游戏也能够增强用户的参与感和体验感。

4 结语

延安红色文化国际传播有利于继承和弘扬延安地区红色文化，增强中国特色社会主义文化自信，建设社会主义文化强国，有利于塑造中国形象，展示中国形象的亲和力，传播并讲好中国故事，从而进一步提升中国软实力。通过研究其内涵意蕴、关键制约与实践路径，为中国在国际舞台上进一步树立全面、立体、真实的国家形象具有重大意义，为提高国际话语权提供新思路，也为讲好中国故事与传播好声音构建新的蓝图。

参考文献

- [1] 马登佼,王昆鹏,王玺.红色文化国际传播研究的知识图谱分析[J].今传媒,2024,32(06):90-93.
- [2] 钱放,方平.新媒体时代下大别山红色文化的传播研究——以抖音为例[J].皖西学院学报,2024,40(06):32-36+116.
- [3] 齐琦.高校思想政治教育“讲好中国故事”研究[D].西安建筑科技大学,2024.
- [4] 方平,钱放.红色文化国际传播中的形象构建及传播策略研究——以 China Daily 为例[J].皖西学院学报,2023,39(06):119-123.
- [5] 刘佳.新时代美育融入高校口语传播课程的现状审视与路径优化[J].华夏文化论坛,2023,(04):221-226.

项目名称：西安培华学院 2024 年大学生创新创业训练计划项目：“一带一路”背景下中国红色故事国际传播的语境适配与可行性路径研究——以延安地区红色文化资源为例（PHDC2024022）