

观点速览

珍视大众文艺评论的分量

所有文艺作品都要经历一代代观众的严格检视，同时不断留下值得讨论、有待提升的空间。当电影向观众敞开世界的多元、时代的丰富、人性的复杂、艺术的探索时，人们怎样去理解并由此展开理性的讨论和批评就显得尤为重要。

必须看到，大众对文艺的评判标准始终存在“最大公约数”——有没有讲好一个故事、能不能塑造一个生动鲜活的银幕形象。这是硬杠杠。在这样的逻辑之下，我们尤须警惕炒作话题、被流量裹挟的“评论”蚕食文艺作品的文化属性，更要警惕过度的“粉丝”滤镜消解文艺创作的客观规律。基于创作的建设性意见，多多益善；贴标签式的吹捧或拉踩，大可不必。

多元审美之下，我们真正呼唤的是更包容、更多元、更健康的文艺评论语境。洞见这种丰富性，视野才会变得开阔，才会感受到“横看成岭侧成峰”的景致。

再进一步看，这种讨论激发出的能量，何尝不是一种“评论价值”？于创作者而言，通过认真的分析，这种评论价值也许能转化为一种全新的创造力，进而与观众反馈与创作自主性之间找到某种动态平衡。于观众而言，每一场热烈的讨论都可以成为打破认知“茧房”的契机，进而打破自己的“先入之见”，尝试体会个人审美偏好之外的新鲜风景、相异情调。

抵达高峰，必然经历重重艰难的跋涉。优秀作品的出现，仰赖于大量创作实践的托举，仰赖于观与演的互动。当中国电影人不断走出舒适区，开拓新的表达空间，开掘新的艺术类型，百花齐放可期。珍视大众文艺评论的分量，用实实在在的作品持续精进与观众的沟通，让创作成为大众都能参与的活动——今天的创作者当有这样的眼神与魄力、这样的责任与担当。

(8月4日 人民网 王瑨)

以“花式”阅读重塑阅读新生态

近日，一项面向青年群体的媒体调查显示，受访者的阅读形式和场景呈现多元化：超七成受访者仍购买纸质书，有半数受访者选择购买电子书、充值听书平台等；在阅读场景上，图书馆、书店、书市、书展及读书会均受到青年群体青睐。

阅读形式多样化，是“花式”阅读的显著特征。电子书、有声读物、视频讲书……这些新兴的阅读形式，不仅满足了年轻人追求效率与娱乐的双重需求，更在一定程度上激发了他们的阅读兴趣，拓宽了他们获取知识的渠道。

此外，“花式”阅读的兴起还体现在阅读内容的跨界融合上。影视与图书的联动，让阅读体验更加丰富多元。比如电视剧《繁花》热播，带动其原著小说销量激增。许多年轻观众选择阅读原著，从而更深入理解剧情、感受文字的独特魅力。与此同时，漫画类读物也俘获了大量年轻读者的心：《半小时漫画中国史》等书籍以漫画形式让历史变得通俗易懂，降低了读者的认知门槛。

然而，在享受“花式”阅读带来的便捷与乐趣的同时，我们也不应忽视其背后可能存在的浅层次、碎片化阅读问题。数字阅读的快速发展，虽然极大地丰富了阅读的形式和内容，但也容易让人习惯于“快餐式”阅读，难以进行深入的思考和沉淀。为此，如何在多元阅读中力求阅读深度，成为一个重要议题。

坚守深度阅读，需要我们在享受新兴阅读生动便捷特质的同时，保持对知识的敬畏之心、对文字的敏感触觉。相关平台和企业应加强内容审核与筛选，为读者提供更多高质量的阅读选择。而作为读者，则应学会在碎片化的信息中筛选出有价值的内容，让阅读真正成为滋养心灵、提升自我的过程。

(8月4日 华声在线 王瑨)

在对外讲述长城故事中提升地方国际传播效能

□张子扬 高红超

从山海关的涛声拍岸到嘉峪关的黄沙漫漫，长城跨越2000年、绵延数万里，凝聚了中华民族自强不息的奋斗精神和众志成城、坚韧不屈的爱国情怀。长期以来，长城广泛出现在中外文艺作品、新闻报道与学术研究中，其作为跨历史与空间的文化象征，已成为世界了解中国、认识中华文明的重要符号。1987年，长城被联合国教科文组织世界遗产委员会批准列入《世界遗产名录》，其世界性影响力和象征意义进一步确立，成为全球共享的人类文化遗产。

在全球传播格局深刻重塑、国际舆论竞争日趋激烈的当下，如何“构建更有效力的国际传播体系”成为推进中国式现代化的重要课题。尤其是随着媒介技术进步和舆论生态变化，国际传播正由以国家为主导的单向传播模式，向数字技术驱动、多元主体协同的全球传播体系转变。地方政府、城市群体和基层个体正逐渐成为国际传播的重要力量。

巍巍长城，横跨中国15个省（区、市）。立足长城，讲好中国故事，尤其是激活长城所承载的历史文化资源、整合地方多元传播主体、融合数字技术手段进行创新表达，是提升地方国际传播效能、构建具有中国特色的战略传播体系的重要抓手。通过对外讲好长城故事，长城不仅可以成为推动文明交流互鉴的文化桥梁，也有望成为地方打造国际传播“样本”、塑造国家形象的重要载体。

从“他塑”到“自塑”:长城文化传播的主体性演进

从国际传播的历史维度看，长城文化影响力形成经历了一个从“他塑”到“自塑”的主体性演进过程。

长城最初以地理实体和军事防御工程的形象进入西方认知体系。1582年，意大利耶稣会士利玛窦来到中国，并在其述记中，将长城描绘为“一道攻不破的防线”，强化了长城在西方语境下的“防御”与“边界”意象。

进入20世纪，摄影技术的发展为长城文化的海外传播提供了新路径。以美国人威廉·埃德加·盖洛为代表的西方探险者，通过系统考察和影像记录，让长城以更具真实感和视觉冲击力的方式进入西方公众视野。

1908年，盖洛从山海关出发，自东向西考察长城，并对所经过的每个烽火台进行编号和拍照，留下诸多珍贵的长城影像。他在回国后发表演讲，并于1909年出版专著《中国长城》，对长城的起源、现状、作用和意义进行全方位探讨，在西方构建起第一套关于长城的视觉图谱和知识框架。

此后，长城文化的海外传播逐步拓展至文化研究、文学叙事、影视表达与旅游体验等多个领域，进一步强化了其在全球视野中的文化符号地位。然而，这种以外部主体为主导的“他塑”视角虽然扩大了传播广度，却多停留于感官认知与单向度的解读，难以深入传达长城所蕴含的文化深度与精神价值。

随着国内文博机构、主流媒体对长城资源的持续挖掘，长城在文化传播中的主体性日益增强，逐步形成较为完整的话语体系，进入“自塑”阶段。这一转变不仅源于媒介形态的演变和传播技术的变革，更根植于国家文化战略的系

核心阅读

提升地方国际传播效能，需着力构建可持续、可复制、可共创的传播机制。要实现这一目标，可从战略引导、平台建设、内容创新、传播路径、资源整合五个维度推进。

一是坚持文化主体性，以国家文化战略为引领，在全球语境中自觉提炼与展示中华文明的精神标识和文化精髓；二是建机制、搭平台，依托国家文化公园建设与重大文化活动，打造具备国际影响力的传播载体；三是推动融合叙事、注重内容创新，激发主流媒体、民间组织和个体创作者的多元表达活力；四是采用贴近不同文化背景和受众特征的精准传播方式，增强国际传播的亲和力和实效性，在跨文化语境中激发文化共鸣；五是依托智库研究成果提升议题设置能力，借力媒体与企业资源拓展海外渠道，推动从单纯内容输出向集研究、创作、表达、互动于一体的国际传播生态体系转型升级，为传播中华文化、展示中国形象提供有力支撑。

统筹推进。

2017年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，提出规划建设一批国家文化公园，成为中华文化重要标识。2019年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》，对长城、大运河、长征国家文化公园建设进行安排部署。随后几年时间里，黄河国家文化公园、长江国家文化公园的建设也陆续开展。

党的二十大报告明确提出，要“坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓”；党的二十届三中全会在《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》中进一步强调要“构建中华文明标识体系”。

这一系列部署为包括长城在内的中华优秀传统文化的国际传播提供了方向引领，也推动长城叙事向“自塑”主导、“他塑”协同的传播范式演进。随着这一范式的持续深化，长城正逐步从被动的文化展示对象转变为主动的话语建构主体，日益成为构建中国话语和中国叙事体系的重要文化资源，也为地方国际传播注入新动能。

以“长城之约”赋能地方国际传播实践

2025年7月10日，习近平主席在致全球文明对话部长级会议的贺信中指出，“多样文明是世界的本色。历史昭示我们，文明的繁盛、人类的进步，都离不开文明的交流互鉴。”

长城作为中华民族的代表性符号和中华文明的重要象征，在推动中华文明与世界文明交流互鉴方面发挥着独特作用，成为地方构建国际传播优势的重要媒介。

作为长城国家文化公园重点建设区，近年来，河北在探索“讲好长城故事”的实践中，通过连续举办“长城之约”·世界文化遗产对话活动的核心目的之一。在中国新闻社与河北省多部门的联合组织下，活动邀请到来自中国、俄罗斯、比利时、加拿大、英国、法国、也门等国家和地区的专家学者、导演、制片人、资深摄影师等参与交流研讨，涵盖建筑学、历史学、汉学、文化遗产保护、传播学等多个专业

领域，通过跨学科、跨文化、跨语境的深度交流，持续拓展中外文明对话的广度与深度。

推动多元主体参与内容共创，致力于推动政府、媒体、高校、文化机构、海内外民众等多方主体形成传播合力。

例如，第一届活动推出《我和长城有个约定 海内外民众畅谈“长城之约”》短视频，通过中新社境内外分社及海外华文媒体网络，采访中国、英国、希腊、巴基斯坦、匈牙利等多国民众，讲述他们与长城及其他世界文化遗产的情感记忆；制作推出历时5小时的“长城之约”·15省（区、市）广电新媒体联动大直播活动，多路现场记者和专家、讲解员带领观众一起登长城、看长城、感悟长城文化，短视频和直播作品海内外浏览量超2000万次。同时，活动深挖基层表达潜力，邀约长城脚下农民摄影师深度参与“长城之约”·世界文化遗产国际摄影大展及“长城之约·中外摄影师长城影像之旅”主题影像活动。通过多元主体共创，增强传播内容的温度、厚度与生命力。

将影像叙事融入中外对话，拓展视觉传播与双向互动空间。第二届活动期间举办的“长城之约”·世界文化遗产国际摄影大展，吸引多国摄影师参与创作，累计收到5000余幅投稿。在金山岭长城景区举办线下展览，精选百幅佳作并分设“万里长城多壮美”“文化遗产·文明互鉴”两大篇章展示，提升长城的文化内涵与国际认知度。同时组织中外摄影师在金山岭长城开展采风创作，在社交平台开展打卡互动，增强公众参与感。影像叙事和视觉表达成为从单向传播转向双向互动的桥梁，进一步引发文化共鸣。

善用“他者”视角，借“外嘴”发声，进一步降低“文化折扣”。在中新社推出的“洋弟子在中国”之“国际青年漫步河北长城”系列视频作品中，来自巴基斯坦、乌克兰、阿塞拜疆的留学生，分别以第一人称视角讲述对长城文化理解与感受。例如，《巴基斯坦留学生成剑诗打大境门：长城雄关再现昔日风采》通过外国留学生视角，以“和平之门、交流之门、贸易之门”为叙事主线，结合商道遗址、文创街区等场景，展现张家口大境门长城的历史底蕴与现代文旅融合成果，凸显长城在民族交融与商贸发展中的纽带作用。外籍青年视角增添了文化叙事的多样性，有助于提升传播内容可信度与亲和力。

此外，与40余年前的“爱我中华修我长城”社会赞助活动相呼应，“长城

之约”·世界文化遗产对话活动尤为注重与社会力量联动。通过“长城之约”文旅共创计划联合企业、民间力量与专家学者，共同促进长城文化资源可持续开发、活化利用及传播推广，推动从“文化展示”向“文化生态构建”升级转型。

启示与建议

随着长城国家文化公园建设的深入推进，长城的文化传播功能正逐步得到系统性激发与释放。然而，长城沿线不少地区在实际传播过程中仍面临“有资源无声量、有内容无路径”的困境。叙事碎片化、表达同质化、路径缺失等问题，使得地方在国际传播中缺乏足够的辨识度与持续影响力。

河北通过持续打造“长城之约”·世界文化遗产对话活动，积极统筹海内外传播资源，联动多元传播主体，推动传统文化内容的现代转化与国际化表达，初步构建起“中外对话、文明互鉴”的交流、传播机制，形成具有辨识度的国际传播“地方样本”。

其实践经验表明，提升地方国际传播效能，需着力构建可持续、可复制、可共创的传播机制。要实现这一目标，可从战略引导、平台建设、内容创新、传播路径、资源整合五个维度推进。

一是坚持文化主体性，以国家文化战略为引领，在全球语境中自觉提炼与展示中华文明的精神标识和文化精髓；二是建机制、搭平台，依托国家文化公园建设与重大文化活动，打造具备国际影响力的传播载体；三是推动融合叙事、注重内容创新，激发主流媒体、民间组织和个体创作者的多元表达活力；四是采用贴近不同文化背景和受众特征的精准传播方式，增强国际传播的亲和力和实效性，在跨文化语境中激发文化共鸣；五是依托智库研究成果提升议题设置能力，借力媒体与企业资源拓展海外渠道，推动从单纯内容输出向集研究、创作、表达、互动于一体的国际传播生态体系转型升级，为传播中华文化、展示中国形象提供有力支撑。

总之，讲好长城故事，不仅是文化传承的需要，更是提升国家文化软实力和中华文化影响力的重要途径。地方应主动作为，持续激活长城文化资源、拓宽叙事路径、丰富传播方式，以更具策略性、情感性和共鸣感的国际表达，进一步提升地方国际传播效能，让世界透过长城这一文化窗口看见中国、认识中国、理解中国。

(作者单位：中国新闻社)

党建引领下红色文化高质量传播路径探索

□袁婧

以组织建设为依托 健全红色文化传播的制度体系

纵观百年党史，党的组织建设始终是红色文化得以世代赓续、不断发展的重要依托。新时代背景下，要将红色文化传播工作融入党的组织体系建设中，依托各级党组织尤其是基层党组织的战斗堡垒作用，健全覆盖广泛、运转高效的制度化传播机制。

一是要强化制度设计，推动各级党委把红色文化传播作为党建工作的重要内容，形成责任明晰、分工合理、执行有力的常态化运行格局。广东省鹤山市定期开展机关党建评星创优，按照巩固先进、推动一般、整顿后进的原则，指导党组织和党员有针对性地抓好整改提高，提提质创优，提高星级。二是要发挥基层党组织贴近群众、扎根基层的优势，将红色文化传播与社区治理、乡村振兴、文明城市创建等有机结合，推动形成“党员带头、群众参与、文化润心”的生动局面，让红色文化真正融入百姓生活、转化为群众自觉行动。重

庆市铜梁区少云村基层党组织以红色文化为魂，依托院坝治理与红色遗址教育，将“党员带头、群众参与”落实为自发的行动范式，通过一系列制度化、日常化的节点，让群众真正感受到红色文化的魅力，实现内生治理与文化振兴协同发展。三是打造兼具政治素质和专业能力的红色文化传播人才梯队，注重在党员队伍中培养一批懂党史、会宣讲、善传播的骨干力量，提升红色文化传播的专业化水平。

以守正创新为导向 激发红色文化传播的时代活力

推动红色文化高质量传播，既要守住精神血脉的“根”与“魂”，又要以创新思维和技术赋能不断拓展传播的深度与广度，让红色文化在新的传播语境下更好地走进人心、涵养社会风尚。守正创新的核心在于正确处理好“传承”与“创新”的辩证关系，尽量避免形式主义和流于表面化的“快餐式”传播。

一方面，在各级党组织的统筹谋划下，深挖红色文化的精神内涵和时代价值，推进史实研究、资料整理和数字化保

存，建设具有权威性的红色文化资源库，为红色文化高质量传播提供坚实支撑。四川省巴中市南江县党史研究室调查研究全县红色遗址、红色文物以及爱国主义教育基地，健全革命文物资料信息数据库，形成红色资源普查成果汇编。另一方面，党组织要带头推动新技术、新媒体的有效运用，借助大数据、云计算、人工智能等现代信息技术，实现红色文化的多元交互传播，并通过短视频、微电影、沉浸式展览、VR/AR体验等形式，增强红色文化吸引力和感染力，让党员干部成为红色文化创新传播的积极践行者和引领者，从而让革命历史“活”起来、革命精神“亮”起来。山东省泰安市在“党的二十大精神学习教育厅”中引入人民网智慧党建内容服务云平台，全面整合与及时更新海量红色资源，借助可视化知识图谱、主题党课、虚拟展厅等核心模块，为党组织打造沉浸式、互动式、体验式的红色文化教育内容。

新时代新征程上，红色文化作为党和人民宝贵的精神财富，既是激励民族复兴的重要精神力量，也是新时代党建工作的深厚滋养。面向未来，各级党组织要以思想为旗帜、组织为依托、创新为驱动，持续推进红色文化创造性转化与创新性发展，让红色基因在更广阔的土壤中生根发芽，让革命精神真正融入党员日常，从而不断推动红色文化高质量传播做深做实。

(作者单位：中共武汉市委党校)

红色文化是中国共产党领导广大人民创造的精神文化结晶，是中华民族宝贵的精神财富，是新时代中国特色社会主义文化自信的重要根基。面对全球化语境下意识形态多元碰撞与社会思潮快速变迁，红色文化高质量传播不仅是历史记忆的赓续，更是党性教育、思想引领与价值塑造的重要途径。作为新时代党建工作的要求，充分发挥党的政治优势、组织优势和理论创新优势，推动红色文化实现创造性转化与创新性发展，探索高质量传播的路径与机制，既关系着党的执政基础的巩固，也关乎民族精神的延续与国家文化软实力的提升。因此，立足新时代新征程，系统研究党建引领下红色文化高质量传播路径，对于筑牢理想信念之基、凝聚奋进力量、涵养社会主义核心价值观具有重要作用。

以思想建党为统领 夯实红色文化传播的价值根基

红色文化之所以能够穿越百年风云，激励一代又一代中华儿女砥砺前行，根本在于其与思想建党、理论强党的内在要求相契合。思想建党是党的优良传统和鲜明特色，是推动红色文化高质量传播的价值之基。面对互联网信息碎片化、多元化等特征，如何避免红色文化