

国际视角下“塞上江南”文化的新媒体传播路径研究

王可心, 孔令笛^{指导老师}

北方民族大学, 宁夏 银川 750000

DOI:10.61369/HASS.2026030002

摘 要 : 在“一带一路”倡议纵深推进的背景下, 宁夏作为内陆开放型经济试验区, 其国际传播面临内容同质化、传播主体单一、互动性弱等现实困境。本文基于北方民族大学大学生创新训练项目“国际视角下的‘塞上江南·宁夏印象’新媒体传播建设与推广”(项目编号: 202511407025)的研究, 提出构建“留学生+外语专业大学生”联合共创的传播新范式。通过短视频、公众号等新媒体矩阵, 以“黄河文化”、“长城文化”、“葡萄酒文化”为叙事载体, 将留学生的“他者”视角与外语专业学生的跨文化转译能力相结合, 实现从“宏大叙事”向“个体化体验”的转化。该模式不仅为国际青年搭建了了解中国地域文化的实践平台, 更通过“文化润心”和“实践育人”, 有效铸牢中华民族共同体意识, 为地方外宣提供了低成本、高效率的实践新路径。

关 键 词 : 国际视角; 塞上江南; 新媒体传播; 在华留学生共创; 铸牢中华民族共同体意识

Research on New Media Communication Paths of the "Jiangnan on the Frontier" Culture from an International Perspective

Wang Kexin, Kong Lingdi^{Supervisor}

North Minzu University, Yinchuan, Ningxia 750000

Abstract : Against the backdrop of the in-depth advancement of the Belt and Road Initiative, Ningxia, as an inland open economic experimental zone, faces practical challenges in its international communication, including content homogenization, a single communication subject, and weak interactivity. Based on the research of the undergraduate innovation training project at North Minzu University, titled "New Media Communication Construction and Promotion of 'Jiangnan on the Frontier · Impressions of Ningxia' from an International Perspective" (Project Number: 202511407025), this paper proposes a new communication paradigm that involves joint creation by international students and foreign language majors. Utilizing new media platforms such as short videos and official accounts, and employing "Yellow River Culture," "Great Wall Culture," and "Wine Culture" as narrative vehicles, this model combines the "other" perspective of international students with the cross-cultural translation capabilities of foreign language students, achieving a transformation from "grand narratives" to "individual experiences." This approach not only provides a practical platform for international youth to understand regional Chinese culture but also effectively strengthens the sense of community among the Chinese nation through "cultural enrichment" and "practical education," offering a low-cost and highly efficient new path for local external publicity.

Keywords : international perspective; Jiangnan on the Frontier; new media communication; co-creation by international students in China; strengthening the sense of community among the Chinese nation

引言

宁夏地处中国西北内陆, 素有“塞上江南”之美誉。作为古丝绸之路的重要通道和当今“一带一路”的关键节点, 宁夏汇聚了黄河文化、长城文化、西夏文化等多元文化资源, 形成了“多元一体、兼容并蓄”的文化特质。然而, 长期以来, 宁夏的国际形象在国际传播中存在着显著的“认知赤字”与“叙事失衡”。一方面, 外界对其认知多停留在“大漠孤烟”、“回族之乡”等刻板印象, 对其中原农耕文明与塞上生态治理的辉煌成就、多民族交往交流交融的生动现实了解有限; 另一方面, 其国际传播主体、渠道和话语体系相对单一, 难以有效触达并打动海外受众, 尤其是青年群体。

党的二十大报告明确指出, 要“增强中华文明传播力影响力”, “讲好中国故事、传播好中国声音”。地方文化是中华文明的有机

组成部分，其国际传播能力是国家文化软实力的重要体现。当前，新媒体技术深刻改变了信息传播的格局，短视频、社交媒体等平台为跨文化传播提供了前所未有的便利。同时，中国高校聚集了大量来自“一带一路”沿线国家的在华留学生，他们兼具“文化体验者”与“潜在传播者”的双重身份，是宝贵的民间外交资源。在此背景下，如何创新传播范式，将新媒体技术红利与留学生群体优势相结合，以国际化、青春化的表达讲好宁夏故事，成为一项兼具理论与实践价值的重要课题。

一、文献综述

梳理现有研究，与本项目相关的学术探讨主要集中在地方文化国际传播的范式转型、新媒体与跨文化叙事以及铸牢中华民族共同体意识的传播路径三个维度。

（一）关于地方文化国际传播范式的研究

传统的地方国际传播研究多聚焦于官方媒体主导的“自上而下”模式。孔峥(2024)指出，“一带一路”倡议下宁夏国际传播正面临从区域信息传递向国际叙事建构的转型，但普遍存在版权资源碎片化、小语种人才短缺及区域协同机制不足等瓶颈。然而，现有研究多强调政府与主流媒体的“硬实力”投入，对于如何利用高校民间外交资源进行低成本、高效率的传播，尚缺乏系统的实证研究。

（二）关于新媒体与留学生跨文化叙事的研究

随着短视频社交的兴起，学界开始关注“他者”视角在跨文化传播中的价值。王浩昆、刘畅等人(2024)通过对在京外国留学生自媒体内容的研究发现，留学生作为跨文化传播的桥梁群体，在中外文化交流中扮演着重要角色，其兼具“内部体验者”与“外部观察者”的双重身份提供了独特的叙事视角。邹薇薇(2025)的研究则强调了整合“桥梁人群”资源对于实现对外立体传播的重要性。针对宁夏场域，现有实践表明，国际青年对宁夏文化的“第一人称”记录能有效消解文化折扣。但现有研究多停留在个案描述，对于留学生与本土大学生如何通过“联合共创”机制进行系统性内容生产与渠道分发，尚未形成可复制的理论模型。

（三）关于铸牢中华民族共同体意识的新媒体传播研究

在意识形态层面，梅凯(2025)基于B站视频的实证分析揭示了青年群体在主动阐释中构筑“青春共同体”的传播创新。胡银、县祥(2025)通过对“新农人”短视频叙事的分析发现，社交平台上的共同体故事需注重“历史共情”与“隐喻叙事”。王军(2023)则系统分析了短视频传播在提升共同体意识辐射力、感染力方面的机遇，以及娱乐化、算法化带来的挑战。李静(2023)的研究进一步指出，短视频作为“内容社交新媒体”，能通过民族地方知识生产、符号互动有效促进族际交往。然而，现有研究多集中于宏观叙事或政策解读，对于如何将“塞上江南”的地域文化符号(如黄河、长城)转化为承载中华民族共同体理念的新媒体视听产品，相关研究仍显薄弱。

综上所述，现有研究为本项目提供了理论参照，但“留学生+本土大学生”联合共创模式在宁夏文化国际传播中的具体运作机制、内容转译策略及其对铸牢中华民族共同体意识的促进作用，仍需进一步研究探索。本文旨在通过项目实践，探索这一新路径

的可行性与效能。

二、理论支撑：留学生视角与新媒体传播的耦合逻辑

（一）跨文化传播中的“他者”视角优势

在华留学生作为连接中国与世界的“文化摆渡人”，其视角具有天然的“去官方化”和“去宣传化”的特征。相较于官方媒体的宏大叙事，留学生的个体化体验(如第一次品尝八宝茶、第一次走进闽宁镇)更能引发国际同龄人的情感共鸣。通过“文化感知”与“第一人称视角”，将宏大的“一带一路”叙事转化为轻量化、共情化的故事，这种基于“WOW瞬间”的叙事结构，有效降低了海外受众的文化折扣。

（二）新媒体矩阵的柔性叙事策略

短视频平台的算法推荐机制决定了内容必须符合“黄金三秒”定律。宁夏文化的新媒体传播需从“宣传话语”向“互动话语”转化，利用短视频的“网感”特性，将厚重的历史(如贺兰山岩画)与时尚的体验(如贺兰山东麓葡萄酒品鉴)相结合。通过留学生出境、多语视频、爆款bgm适配等方式，构建兼具本土特色与全球视野的视听语言体系。

（三）铸牢中华民族共同体意识的实践路径

该项目并非简单的文化展示，而是通过“沉浸式体验”与“联合共创”，让留学生亲身感受宁夏各族人民在党的领导下共同治沙、共同致富、共同守护黄河安澜的生动实践。王成、齐舒瑜(2023)指出，黄河、长城等共享文化符号是激发各民族共同情感、铸牢中华民族共同体意识的重要纽带。本项目的实践正是对这一路径的探索，通过新媒体传播将“塞上江南”故事转化为可感知、可参与的共同体叙事，引导国内外青年在协作中深化文化认同。

三、实践路径：“塞上江南”新媒体传播的内容构建与渠道分发

（一）内容选题：深挖三大文化符号

1. 黄河文化:从“治水”到“润心”:以青铜峡黄河大峡谷等为拍摄地，重点呈现宁夏人民利用黄河资源实现“人进沙退”的生态奇迹。邀请留学生参观，讲述多民族共同治水、引黄灌溉的历史故事，传递“绿水青山就是金山银山”的发展理念，并呼应王成、齐舒瑜(2023)所论的黄河文化符号的共同体凝聚功能。

2. 长城文化:从“戍边”到“共生”:聚焦宁夏境内的明长城、水洞沟遗址，通过留学生探访长城脚下现代村落(如红寺堡移

民区),对比历史上的成边屯垦与新时代的民族团结,展现“各民族像石榴籽一样紧紧抱在一起”的共同体意识。

3. 葡萄酒文化:从“产业”到“名片”:依托贺兰山东麓葡萄酒产区,拍摄留学生参与葡萄酒酿造、品鉴的 vlog。将葡萄酒的“风土”概念与宁夏的“塞上江南”气候特征相结合,打造“紫色名片”的国际认知度,实践孔峥(2024)所提出的通过具体产业名片提升国际传播效能的策略。

(二)渠道策略:多平台矩阵联动

1. 国内平台引流:在抖音开设“塞上江南·宁夏印象”账号,发布多语短视频,利用国内流量反哺国际传播。

2. 国际平台出海:在 TikTok 开设多语种账号(英语、法语等),针对“一带一路”沿线国家受众进行精准投放。利用话题标签(如 #Ningxia、#SilkRoad)参与全球文旅话题讨论。

3. 公众号深度沉淀:建立双语公众号,发布深度游记、文化解读及项目成员(留学生与国内学生)的创作手记,形成“短视频引流+长图文沉淀”的闭环。

四、价值升华:铸牢中华民族共同体意识的传播效能

该项目的核心价值在于将“讲好宁夏故事”与“立德树人”

相结合。在项目实践中,来自不同国家的留学生在深度体验后,能够基于亲眼所见、亲身所感,向其母国受众传递一个更加全面、立体的中国地方形象。这种真实叙事比任何宣传册都更具说服力。对于国内大学生而言,在担任翻译、策划、剪辑的过程中,不仅提升了跨文化交际能力,更深刻理解了“铸牢中华民族共同体意识”不是一句口号,而是体现在各族人民共同奋斗、共享发展成果的每一个细节中。整个过程就是通过新媒体叙事将共同体意识“现实展现”的生动实践。

五、结语

“留学生+大学生”的联合共创模式,是地方国际传播能力建设的一次低成本、高效率的探索。它充分利用了高校的人才红利和留学生的跨文化视角,通过新媒体的技术赋能,将“塞上江南”的独特魅力以更年轻、更国际化的方式呈现给世界。未来,该模式可进一步与官方平台联动,形成“民间发声+官方背书”的合力。同时,也需关注短视频娱乐化、算法化挑战,在内容质量与传播效能上寻求平衡,为构建中国国际传播新秩序提供可持续的区域性解决方案。

参考文献

- [1]孔峥.“一带一路”倡议下宁夏国际传播效能提升策略研究[J].传媒,2024,(23):56-58.
- [2]王成,齐舒瑜.以共享黄河文化符号铸牢中华民族共同体意识的内涵、机理与路径[J].治理现代化研究,2025,41(06):56-64.
- [3]梅凯.青年群体铸牢中华民族共同体意识的传播创新——基于B站视频和弹幕的实证分析[J].统一战线学研究,2025,9(04):78-89.DOI:10.13946/j.cnki.jcqs.2025.04.007.
- [4]胡银,县祥.“新农人”铸牢中华民族共同体意识的现实展现——以“疆域阿力木”短视频叙事为视角[J].河北农业大学学报(社会科学版),2025,27(04):16-23.DOI:10.13320/j.cnki.jauhe.2025.0036.
- [5]李静.短视频生产促进民族交往交流交融路径研究[J].湖北民族大学学报(哲学社会科学版),2023,41(06):91-101.DOI:10.13501/j.cnki.42-1328/c.2023.06.005.
- [6]王浩昆,刘畅,孙瑞凝,等.在京外国留学生自媒体跨文化内容生产及其创意劳动研究[J].新闻研究导刊,2024,15(17):78-82.
- [7]王军.短视频传播视域下铸牢中华民族共同体意识的机遇、挑战与对策[J].统一战线学研究,2023,7(01):107-117.DOI:10.13946/j.cnki.jcqs.2023.01.009.
- [8]邹薇薇.短视频平台使用对广州来华留学生跨文化适应的影响研究[D].广东外语外贸大学,2024.DOI:10.27032/d.cnki.ggdwu.2024.001415.