

提升文化“四力” 发展新时代中国特色社会主义文化

□ 方旭

文化关乎国本、国运。历史已经证明，一个国家、一个民族的强盛，总是以文化兴盛为支撑的。党的二十届四中全会指出，要坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位，植根博大精深的中华文明，顺应信息技术发展潮流，发展具有强大思想引领力、精神凝聚力、价值感召力、国际影响力的新时代中国特色社会主义文化，扎实推进文化强国建设。提升文化“四力”，是发展新时代中国特色社会主义文化的内在要求。持续推动文化繁荣、建设文化强国，要主动肩负起新的文化使命，高度重视文化建设的价值引领，不断提升文化“四力”，为推动中国式现代化凝聚磅礴力量。

发展新时代中国特色社会主义文化，要不断提升思想引领力。道路决定命运，旗帜指引方向，要坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本原则。中国共产党是在中华民族救亡图存的时代大潮和历史背景下诞生、勇担民族复兴历史大任的党，也是用科学理论武装起来、以科学理论指引道路的党。中国共产党一经成立，就鲜明地将马克思主义写在自己的旗帜上，用马克思主义观察时代、解读时代、引领时代，使全党全国各族人民在党的旗帜下团结

成“一块坚硬的钢铁”。在不同的历史时期，我们党总是结合时代变化和实践发展，与时俱进地提出文化纲领、文化目标、文化政策，引领文化建设取得新的成就，使中国这个古老东方大国创造了人类历史上前所未有的发展奇迹。高度重视并善于掌握意识形态工作主导权、话语权，是马克思主义政党的一大优势。历史和现实表明，一个政权的瓦解往往是从思想领域开始的。因此，我们在搞经济建设的同时，一刻也不能放松和削弱意识形态工作，中国共产党必须把意识形态工作的领导权、管理权、话语权牢牢掌握在手中。新时代中国特色社会主义文化抓住了文化发展的根本，坚持以人民为中心，把人民群众的精神文化需求作为文化建设的出发点和落脚点。持续发展壮大主流文化、主流舆论、主流价值，旗帜鲜明反对和抵制各种错误观点，不断增强意识形态领域主导权和话语权，展现出强大的思想引领力。

发展新时代中国特色社会主义文化，要不断提升精神凝聚力。泱泱中华、文化灿烂，国家之魂、文以铸之。中华文化是各民族优秀文化的集大成，各民族文化互鉴融通、兼收并蓄，汇聚形成具有强大凝聚力的中华文化。在漫长的

历史积淀中，中华文明长期秉持“六合同风，九州共贯”“天下大同”的理念，坚守着国土不可分、国家不可乱、民族不可散、文明不可断的共同信念。中华民族在几千年历史长河中历经磨难却能顽强生存、绵延发展，最重要的是文脉未绝、精神未散。前朝历代的中国人始终矢志不渝地追求统一、趋于统一、实现统一，形成了血脉相融、骨肉相连，你中有我、我中有你，多元一体、不可分割的命运共同体。深厚的国家情怀与深沉的历史意识，为中华民族打下了维护大一统的人心根基，成为中华民族历经千难万险而不断复兴的精神支撑。爱国主义始终是把中华民族团结在一起的精神力量，要始终将个人、集体、国家的前途命运紧密相连，增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。在创造性转化、创新性发展中赓续中华文脉，推动各民族人心归聚、精神相依。要厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。

发展新时代中国特色社会主义文化，要不断提升价值感召力。文化的核心是价值观，价值观的内核是核心价值观。核心价值观是一个

国家的重要稳定器，构建具有强大感召力的核心价值观，关系社会和谐稳定，关系国家长治久安。中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉，是涵养社会主义核心价值观的重要源泉。要坚持把中华文化的理念和精神传承好、发扬好，进一步深入挖掘中华优秀传统文化的价值内涵，激发中华优秀传统文化的生机与活力。要大力传承和延续中华民族的思想精髓、精神基因、文化血脉，更好地构筑中国精神、中国价值、中国力量。当前，人工智能作为新一轮科技革命和产业变革的重要驱动力量，人类面临从数字时代向智能时代转型的关键时期，从虚拟现实兴起增强现实的应用，信息技术为文化传播开辟了多元渠道。要顺应信息技术发展潮流，建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系，探索运用人工智能技术，促进社会主义核心价值观的“日常化、具体化、形象化、生活化”培育，使其日用而不觉、常见而不觉，全面提高党的创新理论感召力，深度融入人民群众的精神世界，构建起培育和践行社会主义核心价值观的新格局。

发展新时代中国特色社会主义文化，要不断提升国际影响力。国之交在于民相亲，民相

亲在于心相通。文明因交流而多彩，文明因互鉴而丰富，文明交流互鉴是推动人类文明进步和世界和平发展的重要动力。中华文明是在中国大地上产生的文明，也是同其他文明不断交流互鉴而形成的文明，要把中华文明的精神标识和文化精髓提炼出来，不断提升用中国理论阐释中国实践的能力，加快构建中国特色哲学社会科学，形成中国话语和中国叙事体系。只有掌握话语的主导权，才能掌握中国道路的定义权、中国精神的阐释权、中国形象的塑造权，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。要客观真实地向世界讲好中国共产党和中国特色社会主义的故事，讲好我们正经历的新时代故事，讲好中国人民奋斗圆梦的故事，讲好中国坚持和平发展合作共赢的故事，把中国道路、中国理论、中国制度、中国精神、中国力量寓于其中。要切实加强国际传播能力建设，把我们的制度优势、组织优势、人力优势转化为国际传播优势，提高国际舆论引导和舆论斗争的实效性。全面阐述我国的发展观、文明观、安全观、生态观、国际秩序观和全球治理观，展示真实、立体、全面的中国，努力塑造可信、可爱、可敬的中国形象。

以大足为例，对推动重庆文化大众化的思考

□ 郭振宇

文化大众化有利于让文化的价值在更广泛的群体中得以释放，有利于将文化融入城市肌理和市民生活，有利于社会公平、经济发展和个人成长。习近平总书记强调，文化强国之“强”最终要体现在人民的思想境界、精神状态、文化修养上。文化大众化的本质，并非“降低文化格调”，而是打破壁垒、激发参与，让文化从“少数人的专利”变为“全民的生活方式”。只有通过“分众化定位需求、对象化定制内容、互动化深化参与、多元化融合协作”的闭环设计，才能实现从“文化供给”到“文化共鸣”，推动重庆文化大众化在当代生活中焕发新活力。

一、存在问题

（一）文化大众化意识不足。

部分地域文化在转化表达上，立足本土不足，文化大众化意识弱。以舞剧《天下大足》为例，在全国范围内宣传推介大足文化及大足景区上取得了不错的效果，但未考虑兼顾立足本土，且大众化程度较低。一方面，定位上大众化考虑不足。由于精准定位了高端群体，内容上阳春白雪，需要一定文化造诣才能看懂，过于小众，不是所有人都能接受，未能让大足石刻从神坛之上走下来，走进千家万户。另一方面，本土化扎根意识不够。以全国巡演模式推广，一阵风吹过，未考虑加入本地合作模式，作为本土特色节目保留，让来渝游客及重庆人都能更便利地感受大足石刻元素文化艺术的魅力。未意识到这不仅可以更好地持续宣传城市文化，提高地域文化自信，还能充分激发本土共鸣和本土积极性，为可持续发展注入持久动力。此外，由于维护运营成本过高，未尝试探索更多当代表达模式等因素，也在一定程度上限制了舞剧《天下大足》的本土大众化。

（二）内容传播影响力不够。

一是文化同质化与表面化严重。如大足在文化大众化上局限在教材读本、实践教学基地、文化讲堂、导游词宣讲、文化广场公园建设、送文化下乡、开展文化活动、文化阵地建设等普遍惯用模式，浮于表面，虽取得了一定的效果，却未产生深远广泛的影响力，不足以让人们对这些座城市文化产生更深层次的独特大足印象，从而记住大足、想来大足、爱上大足。二是部分基层文化活动仍停留在“政府搭台、群众看戏”的传统模式，缺乏参与性和创新性，对年轻群体吸引力不足。以大足镇(街)、村(社区)级节会活动为例，节目内容千篇一律，缺乏创新思维，大多仍以歌舞、演唱、小品、川剧等传统活动形式，互动性与针对性不足，与年轻村民的需求匹配度较低。三是非遗展示活动往往局限于静态展

览，未能将非遗项目转化为可体验、可传播的文化产品。如大足区2024年组织举办了“文化和自然遗产日”非遗宣传展示活动、第十二届大足石刻国际旅游文化节暨2024年宝顶庙会节俭巡游展演活动、第八届大足剪纸巡回展等大型活动3场；2024年对国家级非遗项目宝顶架香庙会及非遗传承人进行了全程影像图文记录；对大足区部分市级、区级非遗项目进行了全程全要素教学片录制和宣传片制作。清一色的静态展示展览，并没有可参与、可互动的活态传承表达方式，没有多元化的文化遗产活化利用途径，未打通文化遗产融入当下社会生活的通道。

（三）文化资源调配不均。

一是文化大众化涉及文旅、科技、教育等多个部门，但部门间数据共享和业务协同仍存在障碍，缺乏刚性协同机制，协作多靠柔性方式。数据上标准不一，权限模糊、平台缺失，业务上政策各执一端、流程衔接不畅、资源配置失衡，导致难以有效地统筹利用文化资源。二是市区两级文化资源整合不足，市级优质文化资源下沉基层的渠道不畅。市级掌握着博物馆、图书馆、专业院团等优质资源，与区级的基层文化需求缺乏精准对接机制，常因层级壁垒、资源分配权限固化，难以高效下沉。重庆中心城区文化活动现场“高频次、高品质”特点，集中了全市80%以上的博物馆、美术馆、专业剧院和高端文旅项目，拥有重庆中国三峡博物馆、湖广会馆等重点文化地标，而部分区县文化地标匮乏，文化服务仍以“送电影、送戏曲”等传统形式为主，区域文化资源“核心集聚”与“边缘薄弱”对比明显。三是城乡文化供给鸿沟亟待弥合。尽管重庆已在全国率先实现四级文化阵地网络全覆盖，达到全市每万人拥有公共文化设施面积增至820平方米，但城乡文化资源配置失衡问题依然突出，基层文化服务中心重建建设轻运营现象普遍，部分社区书屋因书籍与居民需求脱节沦为摆设。即便是同一区一县，由于区域受众人数差异，资源也偏向城区倾斜，以大足区为例，中心城区的区文化馆、图书馆均为国家一级馆，而非中心城区的双桥经开区文化馆(图书馆)却为三级馆，馆藏资源(区图书馆藏书50万余册vs双桥经开区图书馆藏书15.2万余册)、建筑面积(区文化馆总建筑面积约为12000平方米vs双桥经开区文化馆建筑面积为3565平方米)差距明显。

二、措施建议

（一）分众化定位需求，构建文化需求的精准识别与响应机制。

一是搭建文化数据共享平台。完善多部门协同机制，建立多维文化对象数据库。通过

整合文旅、教育、统计、大数据、通信运营商等部门的数据，分层分类建档，构建包含年龄、职业、地域、文化偏好等多维度的“重庆文化受众分析平台”。二是动态需求捕捉，实时调整供给策略。通过App、社区问卷、社交媒体舆情监测等渠道，收集不同群体的文化诉求，实时监测各群体互动参与数据，动态调整供给策略。为防止文化失真风险，建立文化阐释的专业性标准，学者、文化机构等参与大众传播内容的审核，避免过度娱乐化，导致价值偏离偏差。引导大众能理解并认同自身文化，增强民族归属感，引发全民的文化情感共鸣。三是传播场景的生活化渗透。贴近不同群体生活经验的文化内容，更易引发广泛共鸣，当人们共享相似的文化符号时，能减少群体间的文化隔阂，强化社会共同意识。强化与大众的生活化链接，探索与生活场景紧密相关的文化传播和参与方式，畅通市区两级资源下沉渠道，加大资源向基层渗透的力度，多措并举，线上线下相结合，借助数字技术与大众媒介，通过短视频、直播，VR、AR、文化与影视、游戏、综艺结合跨界融合传播等方式，实现传播的多元化。

（二）对象化定制内容，打造对象化文化供给矩阵。

一是文化内容对象化的通俗转化。将经典文化、学术理论、传统技艺等抽象内容，按职业、兴趣爱好等维度进行细分，转化为符合不同层次大众认知习惯的语言、形式或符号，提供更精准的文化供给。让文化从“博物馆”“书本”走向街头巷尾。如电视剧《去有风的地方》，让云南旅游再掀热潮；《我的阿勒泰》的火热，使阿勒泰成了无数人心之向往的净化圣地；歌曲《成都》，让人喜欢上了这座有故事的城市。这些作品，让人喜欢上了这座有故事的城市。这些作品，让人喜欢上了这座有故事的城市。这些作品，让人喜欢上了这座有故事的城市。二是按照不同年龄分层。根据不同年龄层的需求特征，投放不同品类的文化产品。如35-50岁群体关注家庭文化、实用技能，可推出“周末文化管家”服务，为家庭定制“非遗手作+亲子教育”套餐，开发“山城文化职场课”，将红岩精神转化为职场沟通、团队协作培训课程等。三是特殊群体定制供给内容。如为农民工群体开设“工地夜校”，以川江号子、巴渝故事为载体开展文化普及；针对留守儿童、残障人士等群体推出专属文化项目，如为视障人群开发“声音里的巴渝”音频导览系统，将大足石刻、磁器口等景点转化为沉浸式的声音剧场等。降低文化获取门槛，让更多人能平等享受文化资源，打破“文化特权”，体现社会公平，推动全民文化素养提升。

（三）互动化深化参与，营造文化参与的

沉浸式互动体验生活。

一是用技术赋能互动场景创新。深挖地方文化内涵，通过沉浸式互动装置，如游客扫码即可通过手机看到虚拟的大足石刻开山凿石的历程、红岩历史人物情景再现等之类的影像，实现“现实场景+历史文化”的叠加互动。二是构建文化互动共同体。通过社区文化自治组织，由居民投票选出熟悉本地文化的“达人”，负责组织“邻里文化市集”，如历史故事分享会、民谣互动、手工技艺小课堂等，激活社区文化微循环，实现文化传播的自组织化。三是激发全民文化共创热情。鼓励学者、民间手艺人、普通民众共同参与文化阐释，大众不再仅是文化接收者，而是通过众筹、资源整合等方式参与的文化创作者。鼓励跨领域互动共创，联合重庆大学、四川美术学院等高校，邀请设计师、程序员、非遗传承人组队，开发“文化互动、手工技艺小课堂”等，让大众不再仅是文化接收者，而是通过众筹、资源整合等方式参与的文化创作者。鼓励跨领域互动共创，联合重庆大学、四川美术学院等高校，邀请设计师、程序员、非遗传承人组队，开发“文化互动、手工技艺小课堂”等，让大众不再仅是文化接收者，而是通过众筹、资源整合等方式参与的文化创作者。鼓励跨领域互动共创，联合重庆大学、四川美术学院等高校，邀请设计师、程序员、非遗传承人组队，开发“文化互动、手工技艺小课堂”等，让大众不再仅是文化接收者，而是通过众筹、资源整合等方式参与的文化创作者。

（四）多元化融合创作，加强文化融合与交流合作。

一是文化与经济产业的深度融合。用“文化+”融合更多文化表达转化形式，支持文化创新和创业。文化大众化催生文创、文旅、数字内容等产业形态，意味着更庞大的消费群体，推动文化产业规模扩张。影视、音乐、出版、游戏等行业通过迎合大众文化需求开发产品，既能获取商业利润，也能为社会提供更多就业机会，成为地方经济增长点。二是加强区域合作。加强与其他地区的文化合作，通过整合区域文化资源，共同开发文化项目，实现资源共享、优势互补。如针对跨省游客创作融合多地方言、饮食文化的互动地图等；针对“成渝地区双城经济圈”“长江经济带”等区域协同场景，联合设计推出跨地域文化产品和旅游线路等，提升重庆文化的影响力。三是彰显“走出去”的文化自信。完善与国际主流媒体的合作机制，改变之前的“单向输出”模式，用具有时代感和共情力的现代叙事，与海外受众增强互动共创，展示重庆的历史文化、民俗风情、艺术作品等，增进外界对重庆文化的了解和认知，增强重庆文化在海外主流舆论场的声量。同时，鼓励民间文化交流，支持重庆的民间艺术团体、文化机构等与国外同行开展交流合作，促进文化的传播和创新。

创新创造是文化的生命所在，是文化的本质特征。党的二十届四中全会指出，“激发全民族文化创新创造活力，繁荣发展社会主义文化”，强化了文化作为推动高质量发展重要支点的作用，为锚定2035年建成文化强国的战略目标明确了指导思想、方向目标和任务抓手。文化兴国运兴，文化强民族强。唯有充分激发全民族文化创新创造活力，才能发展具有强大思想引领力、精神凝聚力、价值感召力、国际影响力的新时代中国特色社会主义文化，让中华文化绽放出更加璀璨的时代光彩。

弘扬和践行社会主义核心价值观是主旋律。文化是一个国家和民族的灵魂。文化就是人化，其突出特点就在于对人的价值关怀，文化创新创造就是要落实到强化价值引领上。核心价值观是一个民族赖以维系的精神纽带，是一个国家共同的思想道德基础。文化创新创造要引导人民把个人命运与国家、民族的命运紧密联系起来，充分激发全体人民的主人翁精神，凝聚民心民智民力，增强文化认同，为弘扬中国精神、凝聚中国力量提供思想保证。社会主义核心价值观是当代中国精神的集中体现，实现了国家的发展目标、社会的价值导向、个人的行为准则的统一，是国家治理、社会运行、个人修身的根本遵循。在推进中国式现代化的伟大实践中，要坚持以社会主义核心价值观引领文化建设，发挥文化养心志、育情操的作用，凝聚社会共识，振奋精神力量，引领时代风尚，唱响社会主义核心价值观主旋律，激发全民族文化创新创造活力。

繁荣文化事业是激发全民族文化创新创造活力的重要内容。文化建设是培根铸魂、凝聚力的重要事业。大力繁荣文化事业首先要反映时代、表达时代，满足人民群众美好生活需要。我国文化事业发展已取得显著成就。公共文化服务体系不断完善，基层文化设施覆盖率大幅提升，群众文化活动蓬勃开展；文化遗产保护力度持续加强，红色文化资源、历史文化资源得到系统挖掘与传承。这些成就为繁荣文化事业奠定了坚实基础。然而，文化事业发展仍面临挑战。城乡、区域文化资源配置不均问题依然存在，文化创新创造活力需进一步激发，保护知识产权、规范市场秩序的任务仍较艰巨。大力繁荣文化事业，需要多管齐下、协同发力。要强化政策支持，完善公共文化服务保障机制，推动优质文化资源向基层倾斜，提升文化惠民工程的精准性和实效性。要充分运用数字技术激发文化创新创造活力，探索文化和科技融合的有效机制，实现文化建设数字化赋能、信息化转型。要深化文化遗产保护传承，实施重点文物保护工程，推进非遗活态传承，让收藏在博物馆里的文物、书写在古籍里的文字“活”起来。要积极探索城乡文化与区域文化融合发展路径，加强对文化创新创造的引导，激发全民族文化创新创造的潜能。

发展文化产业是激发全民族文化创新创造活力的核心抓手。大力发展文化产业，是提升国家文化软实力的关键支撑。在全球化与数字化交织的新时代，文化产业成为激发文化创新创造活力、推动经济高质量发展的重要引擎。文化产业通过市场机制，将分散的文化资源有效整合，转化为可交易、可传播、可体验的经济产品，让文化“活”起来、“动”起来，成为现代化经济体系中不可或缺的组成部分，也为文化创新创造提供了实践平台。文化产业具有高附加值、低资源消耗的特性，是推动经济结构优化的重要力量。统计表明，全球文化产业增速普遍高于GDP增速。在我国，文化产业对GDP的贡献率逐年提升，数字动漫、创意设计等新兴业态更成为经济增长新引擎。从《流浪地球》到《原神》，从汉服热到国潮风，中国文化产业正以更加自信的姿态开拓世界市场。面向未来，要建设现代文化产业体系，打造特色文化产业、特色文化城市，形成文化产业集群效应，推动文化产业成为国民经济的支柱产业。要进一步优化文化产业发展新环境，激发市场主体活力，大力发展数字动漫、创意设计等新兴业态，推动文化创新创造活力持续迸发，让文化产业成为文化强国建设的“硬支撑”。

提升中华文明传播力影响力是文化创新创造的方向目标。提升中华文明传播力影响力既是彰显文化自信的内在要求，也是构建人类命运共同体的时代需求。激发文化创新创造活力，是让中华文明“活起来”“走出去”的核心动力。以激发全民族文化创新创造活力提升中华文明传播力影响力，首先要做到守正创新，不断增强对中华优秀传统文化这个根基、守正坚守中华优秀传统文化，决不能抛弃中华优秀传统文化这个根基；创新则需拥抱数字化、智能化浪潮，拓展传播渠道与形态。越是民族的，越是世界的。只有对本民族文化传统有着自觉认同，能够在文化交流碰撞中寻找创新创造灵感。同时，提升中华文明传播力影响力就是要推动中华文化走向世界，文明在交流对话中才能多姿多彩，在互鉴互赏中才能创新发展。这需要秉持开放包容的态度促进文明交流互鉴，以创新话语表达和叙事方式让世界听到中国声音。此外，提升中华文明传播力影响力，还要注重通过文化创新创造维护国家文化安全，坚决抵制西方“文化霸权”，在坚定文化自信中更加从容地走向世界，为构建人类命运共同体贡献中国智慧。

激发全民族文化创新创造活力

□ 吕进

提升中华文明传播力影响力

□ 苗国厚

党的二十届四中全会提出，“提升中华文明传播力影响力”。这是面向“十五五”时期发展要求，着眼以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业，应对国际格局深刻变革，增强国家文化软实力的重大部署。习近平总书记强调，要不断提升国家文化软实力和中华文化影响力。当前，文化软实力日益成为综合国力竞争的关键维度，提升中华文明传播力影响力是其重要的战略任务。把握提升中华文明传播力影响力的深刻内涵，找准提升中华文明传播力影响力的关键所在和具体路径具有重要的现实意义。

把握深刻内涵：从“增强”到“提升”的质变。党的二十大报告提出“增强中华文明传播力影响力”，党的二十届四中全会则进一步强调“提升中华文明传播力影响力”。从“增强”到“提升”的措辞之变，体现了中华文明传播工作进入了从“量”的积累到“质”的飞跃的新阶段。一是“增强”蕴含着从小到大建设发展任务。这主要针对的是过去一段时间中华文明在国际话语体系中声音偏弱、传播力不足的现状，强调要加大传播力度、拓展传播渠道、丰富传播内容，解决的是“响不响”的问题，主要任务是

是夯实基础、扩大覆盖面，让世界各国听到中国声音、看到中国元素。二是“提升”意味着在取得成效基础上提出的更高阶目标。这说明我们的文化传播工作已经具备了相当的基础和体量，现在的主要任务不再是简单地“做大做强”，而是“提升效能”。不仅要讲好中国故事，更要讲述故事背后的思想、精神和价值，将中华文明的宇宙观、天下观、社会观、道德观进行现代化、国际化表达，展现其解决当代人类共同难题的独特智慧。三是从“增强”到“提升”的质变是建设文化强国、迈向民族复兴的必然要求，也是构建人类命运共同体、为世界贡献更多中国智慧与力量的必由之路。这标志着中华文明传播事业站在了新的历史起点上，从“物理抵达”上升到“意义接受”，实现从“我讲述”到“被信任”的深层跃迁，推动中华文明国际传播从“发声”到“圆心”的历史性突破。

找准关键所在：从“文化接触”到“文化认同”的跃升。传播力是影响力形成的前置条件，影响力是传播力转化的目标结果。实现从“文化接触”到“文化认同”的跃升，是提升中华文明传播力影响力的关键所在，其本质是传播效果从认知层面向情感态度层面的深

化。一是“文化接触”主要局限于“知晓”层面。通过媒体平台、文化产品等实现信息的触达，属于浅层传播，其效果是短暂的、不稳定的，尚未形成稳固的正面认知。二是“文化认同”意味着深层次的效果达成。遵循“认知—情感—行为”的心理路径，受众依托既有认知框架解读文化信息，传播内容通过“框架对接”嵌入或修正受众认知，打破文化壁垒，为影响力生成奠定基础；而情感共鸣是突破认知防御的关键，通过叙事传输激发积极情感，消解文化隔阂，将理性认知升华为情感连接，为转化提供内在动力，通过不断强化正面认知与情感共鸣增强“文化认同”。三是促进形成循序渐进式心理链条。传播内容先抵达受众形成“文化接触”，完成传播力的广度覆盖；在认知框架和情感共鸣的作用下受众的“文化兴趣”被激发，从而产生主动探索意愿；随着接触深入，受众进一步把握中华文明的精神内核与价值逻辑，实现深层“文化理解”；最终从情感与价值层面接纳中华文化，达成“文化认同”，标志着传播力转化为影响力。

探索具体进路：从“文化符号”到“价值共鸣”的升华。从“文化符号”到“价值共鸣”，需