

数字技术赋能红色文化传承的逻辑与路径

罗瑞娟

顺应信息技术发展潮流,大力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,是当前文化建设的重要方向。百年征程中,中国共产党带领人民创造了承载理想信念、记录奋斗历程、彰显民族精神的红色文化,这是推动我们不断前行的强大精神力量。当前,信息传播技术日新月异,网络化生存已成为常态,“Z世代”等青年一代的信息获取方式、认知习惯与审美偏好发生了深刻变化。如果红色文化传承固守传统路径,难免面临“水土不服”,传播效能递减的风险。因此,拥抱数字技术,让红色文化“活”起来,不仅是一项技术工程,更是一项关乎红色基因永续传承、红色江山代代守护的重大时代课题。

构建数字协同生态,夯实红色文化资源基石

红色文化资源遍布华夏大地,形态丰富,涵盖文献、遗址、文物等,具有类型多元、分布广泛、载体多样的特点。传统模式下,这些资源往往分散孤立,极易形成“信息孤岛”,严重制约资源整体价值释放与高效传播。数字技术具备资源连接与整合优势,为解决这一难题提供了有效路径。构建协同联动的数字化生态体系,是激活红色文化潜在价值、实现系统性传承的基础工程。具体而言包括以下几个方面:

一是打造“红色文化数字资源中枢”。依托国家文化数字化战略,运用高精度扫描等前

数字技术如何让红色文化“活”起来?本文从构建数字协同生态、打造多维体验矩阵、激活内生传播网络等维度,系统探讨了数字化时代红色文化传承的逻辑与路径。

沿技术,对革命文物等核心资源进行数字化转化与标识标注,进而搭建国家级、区域性的红色文化基因库等数据库。该中枢平台并非简单的资源堆砌,而是具备开放共享功能,可通过提供API接口与云计算服务,对接各级相关机构及市场化主体,实现红色资源跨地域的高效检索、调用与组合。

二是构建“协同与保障机制”。红色文化资源整合工作需要调动各类参与主体的积极性,要明确政府、机构、企业、个人在资源统筹供给等环节的权责与利益,建立科学的贡献考评标准与合理利益共享规则。同时,要筑牢安全防护体系,确保数据与意识形态安全,在开放共享与规范管理之间寻求平衡,打造形成资源丰富、价值流转、主体参与、安全可控的良性数字生态闭环。

打造多维体验矩阵,焕新红色文化叙事表达

红色文化的生命力,既源于深厚的历史底蕴,更在于其精神内核能够与时代发展同频共振、与个体情感产生共鸣互通。数字技术为革新红色文化叙事逻辑,重构受众体验模式提供了重要契机,助力红色文化传播从“单向灌输”迈向“双向互动”、从“浅层浏览”走向“深度沉浸”。

在“内容叙事”层面,数字技术推动红色文化传播由“宏大叙事”向“精准滴灌”转型。运用数字技术讲述红色故事,不再单纯追求宏大场面,而是更加精准地贴近个体需求。借助大数据与用户画像,能够精准把握不同群体尤其是青年群体的喜好、关注点及信息接收习惯。叙事视角随之转变,不再是自上而下地俯瞰历史,而是让人成为参与者,或与历史亲历者展开对话。同时,积极运用年轻人热衷的短视频、动漫等形式讲述红色故事,借助网络语言与创新表现手法,使思想内容更加贴近生活、易于传播。

在“体验交互”维度,VR、AR、MR乃至元宇宙等新兴技术,正逐步改变人们感受红色文化的方式。这类技术最突出的优势在于打破时空限制,让受众真切“走进”历史场景。此类深度沉浸式体验能够有效唤醒大众情感共鸣,让体验者感受到历史知识不再只是书本上的文字,而是真正内化为身体记忆与精神印记。

激活内生传播网络,培育红色文化传承土壤

互联网的核心特质在于连接与共创。红色文化想要在网络空间实现长效广泛传播,仅依靠官方机构的力量远远不够,更要充分调动广大网民尤其是青年群体的创作热情与传播

主动性,逐步形成“人人参与、人人创作、人人分享”的内生型传播网络,让红色文化真正扎根于网络文化土壤之中。

第一,用心培育红色文化的网络社群。主动走进B站、抖音等年轻人聚集的平台,认真研究每个平台的运行规则,发掘并扶持具有潜力的内容创作者,与之保持长期联系与合作。同时,有组织地搭建线上社群,定期开展直播讲座、话题互动等活动,使成员真正产生归属感和身份认同。让每一位社群成员都成为红色文化传播节点,持续打造裂变式全域传播格局。

第二,积极探索搭建“开放式红色文化数字共创平台”。借鉴开源社区与UGC平台运营思路,降低红色文化二次创作准入门槛。平台提供经权威审核的数字化素材库(包括图片、音频、视频等),并配套简单易用的创作工具与模板,满足海报生成、视频剪辑等基础创作需求。通过这些设计,形成“专业赋能、大众创作、社群激励、广泛传播”的完整生态闭环,让年轻人在发挥才华与创意中诠释红色精神,为红色文化发展注入青春温度与时代印记,使其在互动共创中焕发新生机。

[作者单位:广西交通职业技术学院马克思主义学院;本文系2024年度广西高校中青年教师科研基础能力提升项目“广西红色文化铸牢中华民族共同体意识的融合传播研究”(项目编号:2024KY1159)、2024年度广西职业教育教学改革研究项目“铸牢中华民族共同体意识下广西红色文化融入高职思政课的研究与实践”(项目编号:GXGZJG2024B075)的阶段性研究成果]

高校资助育人与思政教育协同机制构建

付仁

随着高等教育改革持续深化,高校资助工作正处在从单纯物质帮扶向综合素质培育转型的关键阶段。然而,当前资助育人实践中普遍存在重物轻精神、轻精神引领的现象,致使资助工作与思政教育在执行层面难以有效融合。如何打破部门之间的壁垒,实现二者在育人目标、资源配置以及运行机制上协同联动,已成为提升高校育人实效的重要课题。

高校资助育人与思政教育协同发展的逻辑转向

第一,从单一经济救助转向物质与精神双重供给。传统资助模式侧重于运用经济手段解决学生的生存需求,往往忽略了受助主体在精神成长和能力发展方面的需求。构建协同发展机制,应推动资助工作从“保底线”向“促发展”的范式转变,同时让思政教育为资助工作提供价值导向。高校应将诚信教育、责任担当等思政元素贯穿资助全过程,让资助帮扶成为促进学生道德素养内化的契机。通过物质与精神的双重供给,教育者既能缓解贫困生的经济压力,又能有效阻断精神贫困的代际传递,实现物质帮扶与精神培育两类育人目标有机统一。

第二,从部门分散管理转向全域资源整合的系统重构。高校长期存在的科层制管理模式,导致资助中心与学工、教学等部门之间形成

本文聚焦高校资助与思政教育“两张皮”难题,提出包含物质与精神双重供给、资源系统整合等在内的一体化协同机制,为落实立德树人根本任务提供了可操作的理论框架与实践路径。

“信息孤岛”,使育人资源呈碎片化分布。资助管理部门掌握学生经济状况相关数据,思政教育队伍熟知学生思想发展动态,二者相互割裂直接造成育人效能的损耗。协同机制的本质在于运用系统思维打破行政壁垒的条块分割,构建全员参与、全域覆盖的育人共同体。这就要求高校在顶层设计中建立跨部门的联席会商制度,推动辅导员与资助管理人员实现职能互通、工作联动。

高校资助育人与思政教育协同发展的路径实施

第一,搭建数据驱动的精准确识与隐性干预机制。精准是资助育人的前提,也是提升思政教育针对性的基础。高校应依托智慧校园建设,搭建资助与思政的数据共享平台,运用大数据技术对学生的消费习惯、学业成绩、图书借阅及生活轨迹开展多维度画像,有效解决家庭经济困难学生认定主观性强、隐私保护不足等问题。该机制着重将显性资助转变为隐性关怀,即在不泄露学生隐私的前提下,借助后台数据分析自动触发资助预警,通过饭卡充值、生活补贴等方式开展无痕资助,维护受助学生的尊严。高校建立的智慧资助系统,不

仅能够实现家庭经济困难等级的自动评定,还能根据学生的兴趣标签精准推送励志讲座和技能培训信息,推动从“人找政策”向“政策找人”转变,确保资助资源精准投放和思想引导及时到位。

第二,构建价值嵌入的全周期过程培育机制。协同发展的生命力在于过程的深度融合,即把思政教育贯穿资助工作全流程。在准入环节,高校应将诚信教育前置到资助申请阶段,建立学生诚信档案,通过签署承诺书、开展信用核查等方式,强化学生的契约精神和法治意识。在实施环节,应对传统的勤工助学模式进行改革,将单纯的体力劳动岗位升级为能力型岗位。此外,学校可设定受助学生需完成一定时长的公益服务或社会实践活动,使其在服务他人的过程中树立社会责任感。这一机制让受助学生在实践中磨炼意志,在团队协作中提升综合素养,把外部资助要求转化为内在的成长动力,真正实现从“受助”到“自助”再到“助人”的角色转变。

第三,完善多元联动的综合效能评价与反馈机制。科学的评价体系既是检验协同育人成效的标尺,也是推动机制持续优化的动力。高校应摒弃仅以资金发放量或覆盖面为

考核指标的传统做法,构建涵盖道德素养、学业提升、实践能力、心理健康等多维度的发展型增值评价体系。该体系注重过程性评价与结果性评价相结合,既关注学生当下经济困难的缓解程度,也追踪其长期职业发展及社会贡献情况。同时,应建立双向反馈路径:一方面,定期通过问卷调查、座谈会等方式收集受助学生对资助政策和思政活动的意见建议,及时调整工作策略;另一方面,建立毕业生跟踪调查机制,重点考察受助毕业生的就业质量和回馈社会意愿。高校应将受助学生回报社会的典型案例纳入评价指标,以检验感恩教育的实际成效。通过建立资助育人绩效报告制度,定期公布协同育人的典型案例和数据,形成“投入—实施—反馈—改进”的闭环管理,确保协同机制在动态调整中持续契合学生成长发展需求。

高校资助育人与思政教育协同发展,是落实立德树人根本任务的关键举措。通过价值耦合达成目标统一,构建数据驱动的精准确识机制、价值嵌入的全周期过程培育机制以及多元联动的评价反馈机制,高校可将各类帮扶资源有效转化为学生成长动力。这一协同机制的高效运转,能够依托资助工作全面提升学生综合素养,引导家庭经济困难学生在实现物质脱贫的同时完成精神脱贫,形成“解困—育人—成才—回馈”的良性发展格局。

[作者系陕西西机电职业技术学院电子信息学院助教]

以专业化商务英语助推中医药高质量“出海”

王莉

随着中医药全球化进程持续加快,中医药产品已进入世界多个国家和地区。中医药“出海”既是文化自信的生动体现,也是健康中国战略的重要载体。当前,中医药“出海”正从单一文化传播向产业深度赋能转型升级,但有“医缺药”“认知偏差”等问题依然突出,专业商务英语沟通能力不足,已然成为制约其市场化布局、品牌化发展的关键瓶颈。作为跨文化沟通的桥梁,商务英语在传递产品价值、破解海外市场壁垒方面发挥着核心作用。因此,探索适配中医药行业特色的商务英语沟通策略,具有重要的现实意义。

规范术语翻译,构建标准化沟通体系

规范中医药核心术语翻译,并在此基础上搭建层级清晰、体系完备的标准化沟通体系,是开展中医药领域商务英语沟通的重要前提。术语翻译的准确性直接关系到产品信息传递的有效性,同时深刻影响中医药产品海外注册与市场认可度。企业应联合中医药专家与英语翻译学者,制定统一、权威的术语翻译规范,主动规避单纯音译、直译带来的表达误区。建议采用“音译+意译+注释”的复合翻译模式,既严谨保留中医药术语的文化本源,又辅以通俗易懂的英文注释,从而打破英语语境下对中医药

本文从术语翻译、受众差异、人才培养三个维度,系统提出了中医药产品国际推广中的商务英语沟通策略,对推动中医药国际化及跨文化商务交流具有参考价值。

概念的长期认知壁垒,使海外受众真正把握术语背后的中医药逻辑,有效规避语义偏差引发的海外推广阻碍。

同时,应主动对接国际药典标准,系统梳理中药材、中成药的英文表述差异,形成统一的表述规范,消除因翻译不同导致的注册障碍,让术语翻译真正与国际接轨。唯有建立标准化的术语翻译体系,才能跨越区域、跨场景的商务沟通、产品推介与合作洽谈提供坚实支撑,筑牢中医药国际推广中商务英语沟通的根基。

立足受众差异,实施多元化沟通策略

海外受众的需求存在明显差异,采取差异化沟通策略有利于提升中医药产品国际推广的效果。商务英语沟通的根本目的在于准确传递产品价值,促成中外双方的双向认同。因此,应摒弃单一化的沟通思路,结合目标市场特点优化商务英语沟通内容,使之更契合当地认知逻辑与价值取向。

融合共情表达与多模态传播,是打破文化隔阂、建立国际信任的有效方式。中医药产品国际推广本质上属于跨文化传播行为,借助

共情表达,结合人类共同的健康需求,能够有效消解文化差异带来的隔阂。更为关键的是,需突破单一语言传播局限,积极运用多模态传播形式,让抽象的中医药知识更自然地海外受众接受,传递中医药共有价值理念。

完善多元化沟通渠道体系,是拓展中医药海外市场的重要支撑。相关主体应主动构建线上线下融合的商务英语沟通体系:线上依托各类数字化平台开展宣传推广,线下借助国际展会、学术交流等活动开展面对面沟通,全方位展示中医药产品的优势。在商务洽谈中,应先了解对方的沟通习惯及具体需求,再运用专业规范的商务英语清晰传递合作诉求,进而有效提升洽谈成功率。

培育复合型人才,促进沟通策略落地

强化商务英语沟通人才培养、建设专业化团队,是中医药产品国际推广沟通策略顺利落地的根本保障。中医药商务英语沟通对从业者的要求极高,从业者须同时具备英语语言能力、中医药专业知识、国际商务规则知识及跨文化沟通技能。目前,此类复合型人才较为匮乏,

办公空间设计与企业文化的价值共生

本文从空间叙事、多维体验到文化认同,系统阐述了如何用艺术设计将企业理念转化为可感知的场域,为打造有温度、有辨识度的办公环境提供了可操作的思路。

王齐

在企业发展进程中,办公空间已不再是单纯满足员工办公、开展业务的功能性场所,更成为展现企业文化内涵与核心价值理念的关键载体,对于保障企业稳定运行和长远发展具有重要作用。本文超越传统功能主义的设计范式,深入探讨如何通过企业办公空间环境艺术设计,将品牌叙事转化为具有独特身份认同的空间语言,最终实现对内强化员工归属感、对外彰显鲜明品牌个性的双重目标,从而将物理空间升华为企业发展不可或缺的文化标识。

构建空间叙事:从企业理念到设计语言

第一,叙事主题的挖掘与确立。企业办公空间环境艺术设计的前提是确定清晰的叙事主题,而该主题根植于企业的核心价值观。企业需解析自身品牌发展历程中的关键事件、文化基因等内涵,提炼出具有象征意义的主题概念,确保空间设计的文化表达与品牌文化相契合,从而为后续的设计语言转译奠定基础。同时,确立主题时还需兼顾差异化表达与普适性认知,尤其在色彩、材质等方面,既要避免同质化符号的堆砌,又要确保员工与访客能快速感知空间所传递的价值内涵,为设计语言的转化提供语义锚点。

第二,设计语言的转译与生成。在确立叙事主题后,设计语言的转译与生成成为关键环节。在空间布局上,可根据企业的发展历程与业务逻辑进行动线设计,形成具有引导性的空间序列。例如,传统老字号企业可通过对称式布局与围合式空间形态,传递品牌的历史底蕴与文化积淀;在材质与色彩的选择上,着力将企业品牌的标准色转化为空间主色调,并借助色彩心理学效应营造符合企业精神特质的氛围,既强化品牌视觉记忆,又避免空间设计的同质化。

营造多维体验:从视觉到通感的沉浸环境

第一,视觉层次的精雕细琢。企业办公空间环境艺术设计需通过视觉符号的精准提取与应用,强化品牌识别度。其一,深入挖掘企业品牌的核心视觉元素,如LOGO中的核心图形,采用透光玻璃等工艺,形成具有品牌基因的办公装饰。其二,注重光影效果的运用。通过合理的照明设计(如吊灯、壁灯),既能凸显空间的立体感,又能巧妙融入品牌标识的投影效果,增强品牌在空间中的存在感。其三,陈设品(如艺术品、绿植)的选择也要与企业文化相契合,使其成为品牌文化的视觉载体,进一步提升空间的视觉层次与品牌内涵。

第二,超越视觉的全感官触发。企业办公空间环境艺术设计还需通过多维度感官体验,营造全方位的沉浸环境,从而深化品牌叙事。在听觉方面,可播放与企业文化相契合的旋律,如轻柔的古典乐或富有活力的现代音乐,让员工与访客在潜移默化中感受品牌的独特气质;在嗅觉方面,可根据空间需求进行差异化运用,如在办公区域选择薄荷等具有提神醒脑功效的香薰,帮助员工保持高效工作状态,从嗅觉层面塑造品牌形象;在触觉方面,着重选用质感舒适的办公家具与装饰材料,如带有企业标志性纹理的桌面,这些细节设计能从细微处传递企业对员工的关爱与尊重,进一步巩固品牌形象。

塑造文化认同:从空间体验到组织归属

第一,打造温情精神角落,赋能员工归属感提升。提升员工归属感需要精心打造有温度的“精神角落”。其一,企业可依托自身发展历程,在办公区域内陈列历史物件、荣誉证书等,打造具有纪念意义的展示区,让员工在日常工作中时刻感受企业的历史底蕴与文化积淀,增强对企业的认同感。其二,设置个性化的员工风采展示墙,展示员工照片与作品,激发其归属感与主人翁意识。其三,精心设计咖啡吧、游戏室等非正式休闲交流区域,使其成为企业文化传播的阵地,让员工在紧张工作之余放松心情,并在轻松氛围中深入理解企业的价值观与经营理念,从而进一步增强对企业的归属感与忠诚度。

第二,打造空间生长生态,赋能未来价值展现。当代企业办公空间环境艺术设计需将空间视为发展的有机体,为企业的未来预留接口。其一,在空间规划上预留弹性与可变性,例如在软装中采用模块化家具与隔断系统,便于根据企业不同发展阶段的需求进行调整。其二,融入可持续发展的设计理念,选用环保材料,在减少空间改造过程中资源浪费的同时,体现企业对社会责任的担当,契合品牌文化中绿色发展的价值观。其三,主动对接技术迭代,将智能门禁等设备融入空间艺术设计,提高办公效率;通过LED屏幕等设备设置智能化的企业文化展示区域,既提升员工的工作舒适度,又能展现企业紧跟时代、勇于创新的品牌形象。

在市场竞争日益激烈、品牌价值愈发重要的背景下,企业办公空间环境艺术设计应以品牌叙事为脉络,以空间身份建构为核心,着力通过个性化设计将品牌内涵深度融入每一个环节,使办公空间成为企业品牌发展的重要支撑,推动品牌价值的持续提升。

[作者系海南科技职业大学副教授]