

新时代海外闽人国际形象传播的价值意蕴

随着中国日益走向世界舞台,海外闽人不仅在经济、文化交流中发挥着重要作用,在国际形象传播中也扮演着关键角色。在全球化背景下,闽人作为中国人的一部分,在国际舞台上传播中国形象,同时也面临如何在保持自身文化特色的同时融入全球文化的挑战。

如何在强调福建地区特色与展现中国作为一个文化多元国家的统一形象之间找到平衡,是闽人在国际形象传播过程中需要解决的问题。新时代应对海外闽人国际形象传播策略进行优化。

加大力度挖掘和弘扬闽人故事。挖掘和弘扬海外闽人故事是一个多方面、多层次的工作,旨在保护和传承闽人文化,同时向世界展示闽人的历史、文化及其在全球化进程中的贡献。

一是建立专题档案和数字平台。创建档案库,收集、整理和保存闽人的历史文献、口述历史、照片、视频等资料,建立专题档案库。开发数字平台,利用互联网技术,开发网站和移动应用,将闽人故事和文化资料数字化、网络化,便于全球分享和访问。

二是推动学术研究和文献出版。鼓励和支持学者进行关于闽人历史、文化、经济贡献等方面的研究,深入挖掘闽人故事背后的历史和文化价值。出版闽人研究的书籍、期刊和文集,将研究成果系统化、学术化。

三是组织文化交流和教育活动。通过文化节、艺术展览、研讨会等形式,展示闽人的艺术成就、文化特色和社会贡献。在华侨华人、留学生较多的高校探索开设有关闽人文化的教育课程,增强华侨华人新生代对闽人故事的理解和认同。

四是促进国际交流与合作。与海外学术机构、文化组织建立合作,共同研究和推广闽人文化。在国际文化节和交流活动中展示闽人文化,促进跨文化理解 and 交流。

用好社交媒体阵地传播闽人故事。在数字时代,社交媒体成为传播信息和文化故事的重要平

台。有效利用社交媒体传播闽人故事,不仅可以增强闽人文化的影响力,还能促进跨文化交流和理解。

一是推进闽人故事的内容创新与多样化。故事化内容,将闽人的历史、文化、个人经历等转化为富有吸引力的故事形式,增强内容的感染力和共鸣。多媒体运用,利用图片、视频、音频等多种媒体形式,使内容更加生动和易于消费。例如,制作短视频讲述闽人成功故事,使用图片展示闽人文化特色。

二是增强闽人故事的互动性与参与性。通过发起话题讨论、问答互动等形式,鼓励用户参与到闽人故事的分享和讨论,提高用户的参与度和活跃度。鼓励闽人社群和对闽人文化感兴趣的用户创作,并分享自己的故事和经验,形成内容的多元化。

三是定位目标受众,促进闽人故事精准传播。根据不同社交媒体平台的用户特性,定制化内容,以满足不同受众群体的兴趣和需求。设计旨在促进跨文化理解和交流的内容,吸引非闽人背景的国际受众,扩大闽人故事的受众范围。

充分把握全球“Z世代”“第三文化人”群体崛起的契机。当下,“第三文化人”概念开始在社会学和心理学领域受到关注。其特殊性在于成长过程是对不同文化情境的调和与融入,即“双文化”(bicultural)与“共生文化”(co-cultural)的特征。研究显示“第三文化人”具有更强的跨文化沟通技能和适应能力,包括多语言能力、文化适应性和社交敏感性,使其达成共识,构建“跨文化合意”,因而在社交平台主导的国际传播中能够扮演关键性的角色,从而发挥引领媒体议程和传播效果“出圈”延展的独特功效。在海外成长的闽籍华侨华人新生代,属于典型的“第三文化人”,在社交媒体时代,这一群体是提升国际传播效能的重要资源。

一是以社交媒体为主渠道形成“人类命运共同体”意识。数智时代“地缘政治”向“网缘政治”发展的格局加速形成。人格化、碎片化的社交平台和新兴的人工智能技术主导的国际传播,与结构面上的网络空间主权和命运共同体之间的互构关系愈发显现。华裔新生代的社会交往模式从原本的华人社区的公共空间,逐渐转移到以“趣缘”为纽带

的线上虚拟圈层,社会交往也逐渐走向碎片化,进而呈现出对文化、内容与叙事的包容心态。

二是以全人类共同价值为话题内容广泛链接“Z世代”。根据一项2023年的数据调查,在11个主要高收入国家中,在各年龄分布人群中,青年群体人对中国的看法更为正面,Z世代倾向于通过TikTok等年轻化社交平台 and 科技文化等领域去了解中国,其所关注的主要是气候变化、生态文明等带有浓厚世界主义色彩的议题。可以充分挖掘闽人传统生活中的环保智慧,如传统农耕、节水节能的习惯等,与新生代分享。推广闽人特别是闽籍华裔新生代在环保领域的创新行动和成果,如参与清洁能源项目、废物减少和回收等,激励更多年轻人参与环保。在社交媒体上发起关于环保的讨论话题,鼓励新生代表达自己的观点和提出解决方案。

三是生活化议题的情感传播。“情感”是信息传播和形象建构的重要元素。近年来,TikTok、《原神》手游、SHEIN、Temu等快消品平台在海外的爆发,显示出文学、消费、游戏等深度融入了生活领域,不同地区和文化背景的民众更容易产生共同体验与情感共鸣。如,神明信仰与福建民众的日常生活息息相关,游神是福建地区春节期间最盛大的民俗活动之一。一些海外网友发布参加游神的照片,并使用了特定的标签(hashtag),这些标签的搜索量在活动期间显著增加。同期对比,往年热度较高的话题“饺子”等中国节日美食,中国“元宵花灯”等主题,福建游神和潮汕英歌舞等中华传统民俗,更能引发海外网友讨论。因为其浓厚的地域特色和民族风情,精美的服饰、华丽的道具和热闹的场面具有很强的视觉冲击力,特别是“家文化”和祈福信仰也是全世界共同的话题。“这么多人、这么大型的活动”让海外网友感受到了中国年的热闹和中华传统文化的魅力。

总之,闽人在海外的贡献是多维度和多层面的,他们不仅是中国文化的传播者,也是住在国社会经济发展的积极参与者和推动者。重视并深入研究海外闽人作为人类命运共同体重要成员的形象与价值,彰显闽人在全球范围内的贡献与创造,不仅有效提升全球对福建的认识与评价,更是传递提升中国音量、传播中国文化、形成以我为主的传播体系的重要途径。

(袁媛,作者为华侨大学华文学院副教授)

民企是发展新质生产力的主力军

新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的先进生产力质态。福建是制造业大省、民营经济大省,正在加快打造民营经济发展福地。民营企业是科技创新的主体,也是技术推广应用和产业升级的主体,理应成为福建加快形成新质生产力的主力军。

培育壮大科技新动能。民营企业离市场最近,对市场感觉敏锐,创新愿望强,创新动力足。福建民营企业贡献了全省七成以上的科技创新成果,全省3100多家科技小巨人企业中民营企业占90%以上,民营企业牵头设立的国家级企业技术中心67家,占比达86.9%。只有发挥民营企业科技创新的策源优势,使其在创新中当先锋、唱主角、挑大梁,才能更好地促进创新链和产业链深度融合,引领带动新质生产力发展。关键是做大做强一批产业关联度大、竞争力强的龙头骨干企业,培育一大批专精特新“小巨人”企业和“单项冠军”企业,支持民营企业打造创新链产业链资金链人才链融合共同体,完善多层次、多

渠道科技研发投入激励机制,支持民营企业参与打造高能级创新公共服务平台,推行“揭榜挂帅”“赛马”等新型管理制度,促进更多技术创新在企业开枝散叶,让更多“科研之花”结出“产业之果”。

开辟未来产业新赛道。当前,以新一代信息技术、人工智能、新能源、新材料、新生物技术为主要突破口的新技术革命,将从蓄势待发进入群体迸发的关键时期,酝酿全球创新格局重大调整。未来产业具有创新活跃、技术密集、价值高端、前景广阔等特点,为新质生产力发展壮大提供了巨大空间。近年来,我省工业数字化、网络化、智能化新生态加速形成,打造了宁德时代、京东方等一批世界灯塔企业、全球绿色黑灯企业,去年培育遴选数字经济核心产业创新企业350家,其中“独角兽”企业10家、“未来独角兽”企业87家、“瞪羚”企业253家。要准确洞察战略性新兴产业演变趋势,牢牢把握国家和我省产业政策导向,立足自身发展基础,及早布局战略性新兴产业,促进研发模式、生产方式、业务模式、组织结构等全面革新,厚植在价值链中的技术优势和产业优势,以产业持续迭代升级打造新增长引擎。

实现传统产业新提升。新质生产力的形成过程,既有“从无到有”的新兴产业的建构,也有既有产

业“从有到优”的颠覆和重构。传统产业是现代化产业体系的基础,在产业链供应链中扮演着不可或缺的关键角色。我省传统制造业“大而不强”“全而不精”问题比较突出,低端供给过剩和高端供给不足并存,产业基础不牢、要素成本上升等短板日益凸显,也意味着拥有巨大的转型升级空间。近年来,我省通过政策引领、数字诊断、典型引路、示范推广、转型服务等一系列举措,有力增强了企业“智改数转”的决心和信心。去年,福州、厦门获评国家中小企业数字化转型试点城市,有效推动纺织、电子、医药等细分行业1100多家中小企业实现“集群式”转型。要持续精准发力,引导民营企业牢固树立做百年老店意识,聚焦主业、深耕实业,加快传统产业数字化转型、智能化改造,通过设备更新、工艺升级、数字赋能、管理创新等,推动企业“老树发新芽”。

登高望远,谋篇布局。因地制宜发展新质生产力是推动福建高质量发展的内在要求和重要着力点。我们要以科技创新为驱动,立足福建民营经济发轫地的重要基础,深入实施新时代民营经济强省战略,着力发挥好民营企业发展新质生产力的生力军作用,为全省经济高质量发展提供持久动能。

(谢鸿晖 来源:《福建日报》)