

# 共情视域下中国非遗文化的国际传播研究

李敖<sup>1</sup>, 陈春梅<sup>2</sup>, 贺誉哲<sup>2</sup>, 田怡宁<sup>2</sup>

1. 武汉科技大学机械学院, 湖北 武汉 430081

2. 武汉科技大学国际教育学院, 湖北 武汉 430081

DOI: 10.61369/SDME.2025160041

**摘 要 :** 本文基于共情理论视角, 系统探讨中国非物质文化遗产国际传播的创新路径与现实困境。研究发现, 新媒体技术的赋能使非遗传播呈现出生活化叙事转向、虚实空间融合、信息源大众化等创新特征, 通过情感共振机制有效提升了文化触达效率。然而, 碎片化传播导致的文化深度缺失、非遗“在地性”特征造成的文化折扣、传播主体跨文化叙事能力不足等问题, 制约着国际受众对非遗价值的深层认知。研究提出构建“情感-认知-行动”共情链、实施技术适配的靶向传播、建立多元主体协同机制等优化路径, 强调通过共情传播打破文化壁垒, 将静态文化展示转化为动态情感对话。研究指出, 在转文化传播范式下, 非遗国际传播需平衡文化本真性与传播创新性, 通过情感共同体构建推动中华文化从“走出去”向“走进来”转变, 为提升国家文化软实力提供理论支撑与实践参考。

**关 键 词 :** 非遗; 国际传播; 共情传播; 跨文化共情

## Research on the International Communication of Chinese Intangible Cultural Heritage from the Perspective of Empathy

Li Ao<sup>1</sup>, Chen Chunmei<sup>2</sup>, He Yuzhe<sup>2</sup>, Tian Yining<sup>2</sup>

1. School of Mechanical Engineering, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan, Hubei 430081

2. School of International Education, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan, Hubei 430081

**Abstract :** From the perspective of empathy theory, this paper systematically explores the innovative paths and practical dilemmas in the international communication of Chinese intangible cultural heritage (ICH). The study reveals that the empowerment of new media technologies has endowed ICH communication with innovative features such as a shift towards daily-life narratives, the integration of virtual and physical spaces, and the popularization of information sources. These innovations have effectively improved the efficiency of cultural outreach through the mechanism of emotional resonance. However, issues such as the lack of cultural depth caused by fragmented communication, cultural discount resulting from the "locality" of ICH, and the insufficient cross-cultural narrative ability of communication subjects have hindered international audiences' in-depth understanding of the value of ICH. The study proposes optimization paths, including constructing an "emotion-cognition-action" empathy chain, implementing technology-adapted targeted communication, and establishing a multi-subject collaborative mechanism. It emphasizes breaking cultural barriers through empathetic communication and transforming static cultural displays into dynamic emotional dialogues. The research points out that under the paradigm of transcultural communication, the international communication of ICH needs to balance cultural authenticity and communication innovation. By building an emotional community, it aims to promote the transformation of Chinese culture from "going out" to "getting in", providing theoretical support and practical references for enhancing national cultural soft power.

**Keywords :** intangible cultural heritage; international communication; empathetic communication; cross-cultural empathy

## 引言

随着新媒体技术的不断发展, 非遗文化的传播形式也在不断创新。国内学者对非遗的数字化传播模式进行了广泛研究, 包括基于大众传媒、数字典藏、互联网及沉浸式传播等多种模式<sup>[1]</sup>。近年来, 随着共情在人类传播行为中的重要性愈发凸显, 国内学者开始关注共情理

基金项目: 论文受中国冶金教育学会课题《全球胜任力驱动下的卓越工程师人文素养培养模式探索与实践》(项目编号 YJJY2024037YB) 和中教国际教育交流中心项目《构建国际学生“讲好中国故事”的全媒体传播体系研究》(项目编号 2023GJCB13) 的支持

论在非遗文化传播中的作用，从不同角度进行了探讨。由于共情本身含义的复杂性，不同学者理解共情的视角也存在差异，针对非遗文化国际传播中的跨文化共情机制构建仍显不足。如何跨越文化差异，实现观众与非遗文化之间的情感共鸣，是一个值得深入研究的问题。

## 一、共情视域下中国非遗文化国际传播的创新

共情理论（Empathy Theory）源于心理学领域，指个体通过情感共鸣、认知理解和行为反馈等过程，深入他人主观世界并感知其情绪体验的能力。其核心要素包括情感共情、认知共情、行为共情和动机共情<sup>[9,10]</sup>。共情带来的“带人式”情感体验不仅能够影响传播的广度，也能够影响传播的深度。最明显的一点，共情能够带来受众积极地参与二次传播的过程，共情也被证实能够加深大脑的记忆，并通过浸染长期记忆促成态度、行动的改变。由此可见，共情是将传播信息内化为意识或外化为行动的关键中介因素，这也是共情在“转文化传播”中的重要作用机制。近几年，我国非遗文化传播借助现代技术手段，实现了以下创新：

### （一）传播内容从模式化转向生活化与国际化

“非遗”的传播内容以往大多套用模式，与群众生活缺乏联系、束之高阁的“非遗”很难获得人们情感上的共鸣，受传者主要集中于国内的受众，包括公众、学者、文化机构等，国外鲜少有人了解中国非遗。随着国家对“非遗”文化的重视，传播内容出现了变化，突破传统模式化展示，以影像、短视频等形式融入大众生活场景，拉近非遗与普通人的距离。这种生活化叙事通过具象化的日常场景触发受众的感官体验和情感共鸣，生活化叙事正是共情理论中“情感共振”的核心逻辑。

随着中国国际地位的提高和对外文化交流的加强，非遗文化的受传者开始转向国际受众，通过国际文化交流活动和数字平台的传播，海外受众也可以随时观看到中国非遗，直观的视觉冲击和肢体语言跨越文化隔阂，提供了跨文化共情的基础。通过与世界各地受众的交流和分享，非遗文化不仅展示了中国的传统文化底蕴，也丰富了全球文化的多样性<sup>[12-14]</sup>。

### （二）传播空间虚实融合与技术赋能

#### 1. 实体和虚拟空间融合发展

技术的进步，使得在线观看展览、展演成为现实，虚拟现实技术带来的高科技展览设施又将文化空间扩展到了实体空间。线上和线下之间不是呈现截然分开的局面，而是线上和线下融为一体。创新传播形式，丰富传播内容，提倡公共参与，全方位传播推广非遗，使其融入现代生活，以趣味、年轻、有效的方式与群众对接互动，这是当前非遗传播与交流的重要发展趋向<sup>[6]</sup>。虚拟现实与实体体验结合既满足受众对“在场感”的共情需求，又通过技术手段降低文化理解的难度。这种虚实融合的传播模式打破了实体空间的物理限制，使非遗文化更易触达全球观众<sup>[5]</sup>。

#### 2. 传播信息源大众化

在传统的非遗文化传播中，信息源主要依赖于专业的文化机构和传承人，他们负责收集、整理和呈现非遗文化的相关信息。然而，随着新媒体技术的发展，信息源开始变得更加多样化，互

联网对非遗文化的传播起到了重要的推动作用。年轻人在互联网平台上通过分享自己的故事、经历和感受，成为了非遗文化传播的重要信息源。社交媒体平台也为大众提供了更加便捷的信息传播途径。这些平台上，任何人都可以成为信息的发布者，无论是对于非遗文化的赞美还是批评，都可以被更多人分享和讨论。这种信息传播方式使得大众更加深入地参与到非遗文化的传播中来，形成“体验—共情—再传播”的循环，进一步推动了非遗文化的传承和发展<sup>[7]</sup>。

## 二、共情视域下中国非遗文化国际传播的现实困境

### （一）碎片化传播削弱文化深度

在短视频时代，中国非遗文化脱离了以往特定的环境，以短视频的形式呈现在人们眼前。受视频时长以及观众注意力集中等影响，中国非遗文化往往被简化为“猎奇片段”，缺乏对历史背景与技艺原理的阐释，导致受众仅停留于表层感官刺激，不能体味其深刻内涵。完整的故事叙述和知识背景是建立“认知共情”的基础，而碎片化内容割裂了文化逻辑链，阻碍了跨文化理解，难以触发深层的文化认同。

### （二）文化场域与传播路径的双重限制

文化背景和时代背景的双重约束，是造成中国非遗文化在国际传播场域受限的原因。非遗的“在地性”特征使其在非原生环境中难以被解读。并且大部分中国非遗文化体现的是中国传统精神与文化，需要对中国文化有一定的了解才能理解，对外国受众来说是较难实现的。

中国非遗文化的传播路径受限有两个原因：一是中国非遗文化主要靠非遗文化所在区域内旅游进行传播，只有少部分人能够参观并接触到非遗文化，并且群众关注度不高。中国非遗文化在中国的传播范围如此之小，更不用说传统的传播方式在国外的传播效果了。二是由于汉字具有多元化特征，中国非遗的特有名词难以被转化为确切的英文词汇，阻碍了中国非遗文化在国际层面的传播，外国受众无法理解其含义和精髓。

### （三）传播主体与机制不完善

共情传播要求传播者“换位思考”，然而我国大多数非遗传承人国际视野不足，缺乏外语能力和国际运营经验，更缺乏跨文化叙事能力，导致传播停留在单向输出阶段。

## 三、共情视域下中国非遗文化国际传播的优化路径

### （一）构建“情感—认知—行动”的共情链

首先，情感是共情链的起点。通过情感的共鸣，受众能够与非遗文化建立深层的情感联系。“非遗”之所以能够长久地传承，

根本在于文化认同，要让越来越多的人自愿参与到“非遗”的传播活动中来，就需要从情感维度拉近“非遗”与大众间的距离，让大众对“非遗”产生情感共鸣<sup>[8]</sup>。现阶段世界正处于融媒体时代，利用数字技术通过融合知识图谱、用户画像等高端技术，就可以打破“非遗”的地域限制。而通过大数据分析海外受众偏好，定制差异化内容，则可以实现“靶向共情”。

其次，认知是情感共鸣的深化。在情感认同的基础上，通过系统的教育和信息传播，让受众深入理解非遗文化的历史背景、文化内涵和艺术价值。讲座、展览、纪录片，都是很好的载体。通过故事叙述、音乐、舞蹈等艺术形式，传递非遗文化背后的情感和价值观，从而激发受众的兴趣和认同感。

最后，行动是共情链的落脚点。当受众在情感和认知上都得到满足后，他们更可能采取实际行动，如参与非遗文化活动、支持相关项目或在社交平台上分享非遗文化。这种行动不仅能促进非遗文化的传播，也能增强文化认同感，最终实现文化的可持续发展。

如此，在浅层传播层面引发情感共振，在深层传播层面提升受众的文化理解，深化认知；在行动转化层面，设计互动体验，让受众从旁观者变为参与者，增强文化认同，就可以构建一条“情感—认知—行动”的共情传播链条。

## （二）多元主体协同机制

为创造共情情境，抓住直接交流场景是第一要务。政府要与民间协作，一方面借助国际交流活动乃至国际文化赛事作为直接桥梁，将非遗文化融入不同学科研究内容，向国际各文化领域输

出；另一方面，要鼓励企业开发非遗文创产品，通过跨境电商拓展国际市场，提升交互体验传播质感和温度。

此外则要积极创造多元化国际合作平台，与海外文化机构联合策划展览、工作坊，借助本土化渠道降低传播壁垒，让国际友人亲自感受产品使用体验和文化价值，成为中华非遗文化的“自来水”。

## 四、总结与展望

共情视域下的研究，旨在通过深入理解受众的情感与需求，探索更有效的传播策略和路径，为非遗的保护与传承提供新的思路 and 方向，推动非遗文化的活态传承和可持续发展，增强中国非遗文化在国际社会中的吸引力和认同感，提升其国际影响力。本研究基于共文化传播理论框架，系统分析了共情视域下中国非遗文化国际传播的创新实践与现实挑战。研究提出的“情感—认知—行动”共情链构建方案，强调通过分层次传播策略实现从情感共鸣到文化认同的转化，为破解文化传播的“最后一公里”难题提供了新思路。

随着数字孪生技术与认知计算的发展，非遗国际传播将进入“精准共情”新阶段，未来实践需着重解决三组矛盾：非遗文化本真性与传播创新性的平衡、普适性情感符号与在地化文化语境的适配、短期流量效应与长期文化认同的衔接。通过构建全球文化情感共同体，实现从文化展示到价值共鸣的范式跃迁，使中华优秀传统文化真正成为联通世界的“心灵密码”。

## 参考文献

- [1] 苏文, 朱文慧. 我国非物质文化遗产传播研究综述 [J]. 华夏传播研究, 2023, (01): 292-305.
- [2] 吴飞. 共情传播的理论基础与实践路径探索 [J]. 新闻与传播研究, 2019, 26(05): 59-76+127.
- [3] 樊飞燕. 基于生活场景叙事的非遗短视频传播研究 [J]. 传播与版权, 2023, (04): 45-8.
- [4] 孙蕾蕾. 讲好中国故事的叙事策略与创新逻辑——基于中央广播电视总台的传播实践 [J]. 全媒体探索, 2022, (10): 16-9.
- [5] 陈思甜. 共享·共情·共识：中外合拍微纪录片《中欧非遗》的跨文化共叙机制探究 [J]. 新闻论坛, 2024, 38(03): 62-5.
- [6] 刘嘉熹, 刘兆津. 新媒体时代非遗营销传播策略研究——以石湾陶塑为例 [J]. 传播与版权, 2023, (05): 83-6.
- [7] 胡钰, 朱戈奇. 中国非遗的国际传播：理念、符号与创新路径 [J]. 国际传播, 2024, (06): 23-32.
- [8] 非遗+，就是这么潮 [Z]. 人民日报海外版. 2023
- [9] 钟新, 蒋贤成. 跨文化共情传播机制探新：基于孔子学院院长访谈的跨国比较研究 [J]. 东岳论丛, 2023, 44(02): 49-61+191.
- [10] 潘彦谷, 刘衍铃, 冉光明, 等. 动物和人类的利他本性：共情的进化 [J]. 心理科学进展, 2013, 21(07): 1229-38.