

Research on Value Identity and Communication Strategies in Qilu Culture Exchange against the Backdrop of Regional and Country-specific Studies

ZHANG Chunliang¹; DU Fangru²; XIAO Lin³; LI Jintong⁴

1 3 4 Weifang University of Science and Technology, Weifang, 262700, China,

2 Shandong Institute of Management, Jinan, 250000, China

ABSTRACT

[Background] As the root of Chinese civilization, Qilu Culture gains policy-driven communication progress but suffers from homogenization and cross-cultural value identity dilemmas.

[Objective] This study aims to analyze Qilu Culture's communication status and obstacles, build a targeted strategy system to leap to value identity.

[Method] Supported by relevant theories, it adopts empirical methods to construct models and systematically analyze factors influencing value identity.

[Results] A four-dimensional strategy and three-stage identity path are constructed, with remarkable results achieved in pilot regions after practice.

[Conclusion] The strategy breaks identity barriers, supporting Qilu Culture's innovative development and Chinese culture's global communication.

Keywords: Qilu Culture; Value Identity; Cross-Cultural Communication; Communication Strategy

ORCID: 0009-0005-9648-383X

Corresponding Author: ZHANG Chunliang; 18663681399@163.com

Funding: 2025 Shandong Provincial Social Sciences Planning Project (General Project): A Study on Value Identity and Communication Strategies in Qilu Cultural Exchange Against the Background of Area and Country Studies

DOI: 10.23112/jgas25123107

Received: 15. Oct. 2025

Reviewed: 05. Nov. 2025

Accepted: 31. Dec. 2025

区域国别背景下齐鲁文化交流中的价值认同与传播策略研究

张春亮¹；都芳如²；肖林³；李金彤⁴

1 3 4 潍坊科技学院，潍坊，262700，中国

2 山东管理学院，济南，250000，中国

摘要

【背景】作为中华文明的根源，齐鲁文化借政策推动传播取得进展，但面临同质化及跨文化价值认同困境。

【目的】本研究旨在分析齐鲁文化传播现状与障碍，构建针对性策略体系，实现向价值认同的跨越。

【方法】以相关理论为支撑，采用实证方法构建模型，系统分析影响价值认同的各类关键因素。

【结果】构建起四维策略与三阶段认同路径，经试点区域实践，取得了显著的应用成效。

【结论】该策略突破认同壁垒，为齐鲁文化创新发展及中华文化全球传播提供有力支撑。

关键词：齐鲁文化；价值认同；跨文化传播；传播策略

ORCID: 0009-0005-9648-383X

通讯作者：张春亮；18663681399@163.com

项目基金：2025年山东省人文社会科学课题一般项目“区域国别背景下齐鲁文化交流中的价值认同与传播策略研究”

DOI: 10.23112/jgas25123107

Received: 15. Oct. 2025

Reviewed: 05. Nov. 2025

Accepted: 31. Dec. 2025

1 引言

周立升、蔡德贵教授主编的《齐鲁文化通论》(2015)指出:“我们的‘齐鲁文化’,也就是‘山东文化’,其上限起自旧石器时代的沂源猿人,下限为近现代”,又补充说明“主要是传统文化”。这一说法从地理意义上看有一定道理,但仍需认真辨析。山东简称“鲁”,又称“齐鲁大地”,从这一角度而言,齐鲁文化与山东文化存在关联性。不过,齐国与鲁国的疆域范围随历史变迁有增有减,鼎盛时期疆域曾超出今日山东版图,衰落时期则未能完全覆盖当前山东区域。在齐、鲁两国建立之前,山东这片土地上早已邦国林立;而当齐、鲁两国消亡后,该区域的文化仍持续传承并发展。可见,齐鲁文化与山东文化不能简单画等号,更何况“山东”一词最初并非行政概念,而是区域地理概念(颜,2022)。齐鲁文化作为中华文明的“根性文化”,历经数千年积淀,形成了以儒家思想为核心,涵盖哲学思想、民俗文化、艺术形式、产业传统等多元维度的文化体系。从曲阜孔庙的礼乐传承到淄博陶瓷的技艺坚守,从齐长城的军事智慧到泰山的封禅文化,齐鲁文化不仅承载着中华民族的精神基因,更蕴含着适配现代社会的价值理念。近年来,山东省高度重视齐鲁文化的保护与传播,先后推进《齐鲁文库》编纂、非遗保护工程、尼山世界文明论坛常态化举办等举措,推动文化“两创”成为区域发展的重要标识。

从现实困境来看,齐鲁文化的区域国别传播存在三重核心问题:其一,传播内容同质化与浅层化并存,过度聚焦“孔子”、“泰山”等经典符号,对“齐地工商文化”、“鲁南民俗”、“海洋文化”等多元分支挖掘不足,且内容多停留在文化符号展示层面,缺乏对核心价值的现代性诠释;其二,传播渠道单一化且适配性不足,以官方主导的线下活动、传统媒体专题片为主要载体,短视频、VR/AR体验等数字化传播渠道的应用尚处于起步阶段,未结合不同区域国别的媒介生态与受众习惯实施精准布局;其三,价值认同存在跨文化断层,西方受众对“礼”、“义”等核心概念的理解易陷入“等级制度”、“集体主义”的刻板认知,针对不同文化圈的价值适配策略存在明显缺失。这些问题既制约了齐鲁文化国际影响力的提升,也弱化了其在人类命运共同体建设中作为“文化桥梁”的功能。

本研究以区域国别为视域,聚焦价值认同这一核心目标,探索齐鲁文化精准传播的创新路径。基于跨文化传播理论的具象化应用,结合既有研究积累形成的跨学科视野,本研究立足文化内容融合与国际交流的实践需求,为齐鲁文化“走出去”提供可操作的实践方案,同时为同类传统文化的区域国别传播研究提供有益参照。

2 核心概念与先行研究

2.1 核心概念

2.1.1 区域国别

本研究以区域国别为视域,聚焦价值认同核心目标,探索齐鲁文化精准传播创新路径。区域国别并非单纯地理范畴,而是涵盖特定国家或区域文化传统、价值观念、社会结构、媒介生态与受众需求的复合概念。结合齐鲁文化传播基础与区域国别研究精髓,本研究将传播场域细化为四大核心区域:一是儒家文化圈核心区(韩国、日本、越南等),与齐鲁文化存在天然价值共通性;二是北美文化区(以美国为代表),凸显个体主义与商业理性导向;三是欧洲文化区(欧盟主要国家),兼具人文传统与多元一体化特质;四是多元文化融合区(中东、东南亚部分国家),宗教文化影响深远且包容性较强,该划分可为精准传播策略制定提供依据。

2.1.2 齐鲁文化

齐鲁文化以先秦齐、鲁两国文化为源头,经秦汉大一统、魏晋融合、唐宋革新至明清传承积淀而成,是兼具思想深度与实践特质的复合型文化体系。其核心内涵呈现“一体两翼”格局——“一体”是以儒家“仁、义、礼、智、信”为核心的价值体系,“两翼”则为齐文化“务实创新、兼容并包”的特质(如管仲改革中的经济思想、齐地工商业传统)与鲁文化“崇文重礼、经世致用”的内核(如孔孟民本思想、鲁国礼乐制度)。具体形态上,其涵盖思想哲学、民俗文化、艺术形式、产业传统等多元领域,为区域

国别传播提供了丰富内容载体。

文化思想反映一种文化的价值取向。亲仁，重民，重德，贵义，是齐鲁文化思想的核心内容，亦即齐鲁文化精神之所在，随着儒家学说官方意识形态地位的确立，包含道德理性，仁孝忠信，修身进取，内圣外王，匡世济民等深厚的文化底蕴的儒家文化逐渐成为齐鲁文化的核心以及中华文化的主干(钟，2020)。齐鲁文化的这种多元思想融合的传统，使其在面对异质文化时具有较强的适应能力。这种适应性不仅体现在其能够保留自身的核心价值观，同时表现在它能够在跨文化传播中与不同文化进行有效的对话与融合。价值认同是不同文化群体对异质文化核心价值的理解、接纳与内化过程，是跨文化传播的核心目标。齐鲁文化的区域国别价值认同，并非追求受众全盘接纳其内涵，而是通过核心价值的现代诠释与本土化转化，使受众认可“和而不同”、“诚信友善”等理念的普适性并主动传播。结合文化社会化理论，其形成需经历“认知—情感—遵行—践行”四阶段，从文化符号初步认知、互动体验产生情感共鸣，到深层接纳核心价值，最终内化为文化消费、主动传播等自觉行为。基于上述概念界定，本研究依托跨文化传播理论，结合跨学科研究视野，立足文化融合与国际交流需求，为齐鲁文化“走出去”提供可操作方案，同时为同类传统文化区域国别传播研究提供参照。

2.2 先行研究与研究缺口

梳理国内外相关研究，可将其分为三大方向：一是齐鲁文化价值内涵研究，齐鲁文化是“儒家思想与齐地务实精神的融合体”，其核心价值与现代社会的人文诉求高度契合；二是齐鲁文化传播策略研究，当前传播存在“内容形式单一、互动性不足”的问题，需强化数字化技术应用。三是区域国别视域下的文化传播研究，部分学者对比了齐鲁文化在东亚与欧美的传播差异，但未深入分析价值认同的生成机制。

现有研究虽奠定了基础，但仍存在三大不足：一是研究视角局限，多聚焦单一文化背景或通用传播策略，缺乏区域国别视角下的差异化分析；二是核心逻辑缺失，未构建“价值诠释—适配转化—认同生成”的完整逻辑链；三是实践指导性不足，数字化传播、产业联动等策略多为定性描述，缺乏可操作的模型与案例支撑。本研究正是针对这些不足，以课题团队的实践经验为依托，构建兼具理论深度与实践价值的传播策略体系。

3 齐鲁文化区域国别传播的现实图景与深层困境

3.1 传播主体与渠道的多元格局及局限

当今世界正处于百年未有之大变局，全球化进程日益加速，各国合作日益密切，跨文化传播作为连接不同文明的重要桥梁，已成为全球各国对话的重要机制。跨文化传播不仅仅是语言维度的信息交换，更是文化维度下各国历史文明，价值观的交融互鉴。正如习近平总书记(2022)所言：“文化是一个国家，一个民族的灵魂。要更好推动中华文化走出去，以文载道，以文传声，以文化人，向世界阐释推介更多具有中国特色，体现中国精神，蕴藏中国智慧的优秀文化。”当前齐鲁文化区域国别传播形成了“政府主导、机构参与、民间补充”的多元主体格局，但各主体的协同性与专业性不足：

政府部门是核心主导力量，通过官方平台搭建传播桥梁。山东省文旅厅联合外交部、教育部，在儒家文化圈国家举办“齐鲁文化年”活动(2022年在韩国举办，覆盖首尔、釜山等5座城市)，依托孔子学院开展“齐鲁文化讲堂”，但活动内容多以学术讲座、文物展览为主，形式严肃、互动性不足，年轻受众参与度较低。

文化机构与高校是内容生产的核心力量。山东省博物馆、曲阜孔庙等机构每年组织非遗展演，但受地域、经费限制，覆盖范围有限，年均海外展演场次不足30场；山东大学、曲阜师范大学等高校通过学术交流、留学生培养传播齐鲁文化，但受众集中于学术界与留学生群体，辐射范围较窄。

民间团体与企业是市场活力的重要补充。“山东手造”产业联盟组织企业参加德国法兰克福消费品展、美国纽约国际礼品展，2023年海外销售额达12.6亿元，但存在“重销售、轻传播”的问题，产品设

计多沿用传统样式，未结合目标区域的审美习惯进行本土化改造，品牌辨识度较低；民间文化社团（如齐鲁文化促进会）开展的跨国交流活动，缺乏系统规划与资金支持，难以形成持续影响力。

传播渠道方面，呈现“传统渠道为主、数字渠道为辅”的格局：传统渠道（线下展览、专题片、纸质出版物）占比较大，但存在传播周期长、互动性差的问题；数字渠道虽有所应用（如在 YouTube 开设“齐鲁文化”官方账号），但内容更新频率低（月均更新不足 2 条），形式以长视频为主，未适配海外受众的短视频消费习惯，账号累计粉丝量较少，远低于国内同类文化账号的传播效果。国际传播当前的重要任务是全面提升效能，关键是实现传播的精准化，“推进中国故事和中国声音的全球化表达，区域化表达，分众化表达”（人民日报社，2021）。

3.2 内容与形式的适配性不足及成因

传播内容的核心问题的是“同质化”与“本土化缺失”。一方面，内容聚焦度过高，过度依赖“孔子”、“泰山”、“儒家思想”三大核心符号，而齐文化的工商传统、鲁南民俗、海洋文化等多元内容的传播占比不足。另一方面，内容本土化转化不足，未结合目标区域的文化特质与受众需求进行调整：在欧美市场，将“仁”简单翻译为“benevolence”，未转化为西方受众易理解的“humanism”（人文关怀）；在中东市场，未规避宗教文化禁忌，部分民俗展演内容引发误解。

传播形式以“展示型”为主，缺乏“参与式”、“体验式”创新。现有形式中，文物展览、学术讲座、歌舞表演占比较大，互动体验类形式占比却不足。以孔子学院的齐鲁文化传播为例，多以“教师讲授+视频播放”为主，受众被动接受信息，难以产生情感共鸣。

这里面成因主要包括三方面：一是传播理念滞后，仍停留在“文化输出”的传统思维，缺乏“双向互动”的现代传播理念；二是内容生产能力不足，缺乏兼具齐鲁文化素养与跨文化传播能力的复合型人才，难以实现内容的精准转化；三是资金投入不均，政府资金多投向官方大型活动，对民间创意、数字化内容生产的支持不足。

4 区域国别视域下齐鲁文化价值认同的生成逻辑

4.1 齐鲁文化核心价值的现代诠释与普适性转化

齐鲁文化的核心价值并非静态的传统符号，而是具备现代诠释空间与普适性的文化资源。结合现代社会的价值诉求，其核心价值可实现以下转化：

“仁”：从传统的“爱人”理念，转化为现代社会的“人文关怀”“普惠包容”，适配全球治理中对“人的价值”的重视。比如，齐鲁文化中的“老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼”，可与国际社会的“养老保障”“儿童权益保护”等议题结合，强化其普适性。

“义”：从传统的“道义优先”，转化为现代社会的“公平正义”“责任担当”，契合全球对社会公平、企业社会责任的诉求。齐文化中的“义利兼顾”理念，可解读为“经济效益与社会效益相统一”，为现代企业发展提供价值指引。

“礼”：从传统的“礼仪规范”，转化为现代社会的“文明秩序”“尊重包容”，适配跨文化交流中对“文化尊重”的需求。曲阜祭孔大典中的礼乐仪式，可解读为“对传统文化的敬畏”“对文明传承的重视”，而非单纯的“等级仪式”。

“智”：从传统的“智慧谋略”，转化为现代社会的“创新思维”“科学精神”，呼应齐文化的“务实创新”特质。齐地古代的工商业技术、军事谋略，可与现代科技创新结合，凸显其“创新基因”。

“信”：从传统的“诚实守信”，转化为现代社会的“诚信契约”“责任意识”，符合现代市场经济与国际关系的核心准则。齐鲁文化中的“一诺千金”“言必信，行必果”，可与国际商业合作中的“诚信经营”理念结合，强化其现实意义。

这些现代诠释并非对传统价值的背离，而是在保留核心内涵的基础上，赋予其适配现代社会与跨文

化传播的表达形式，是价值认同生成的基础。

4.2 区域国别文化差异下的价值认同分野与适配逻辑

不同区域国别的文化特质决定了价值认同的差异，需基于差异制定适配逻辑：

其一，儒家文化圈核心区（韩国、日本、越南）。该区域与齐鲁文化同属儒家文化圈，对“仁、礼、信”等核心价值的接受度较高，价值认同的核心是“强化原生性与多元性”。突出齐鲁文化作为儒家文化源头的地位，同时挖掘与当地文化的差异点——如向韩国传播时，强调齐文化的工商传统与鲁文化的礼乐传统，与韩国儒家文化的“士大夫精神”形成互补；向日本传播时，结合其“工匠精神”，重点推广淄博陶瓷、阿胶制作等非遗技艺中的“精益求精”理念。

其二，西方现代文化圈（美国、欧盟各国）。该区域注重个体价值、创新表达与实用主义，价值认同的核心是“凸显普适性与创新性”。将齐鲁文化核心价值转化为西方受众易理解的现代理念（如“仁”转化为“人文关怀”），同时结合数字化技术与创意形式，降低理解成本。例如，向美国传播时，重点推广齐鲁文化中的“创新思维”与“家庭观念”，适配其核心价值诉求。

其三，多元文化融合区（中东、东南亚部分国家）。该区域宗教文化影响深远，注重文化包容性，价值认同的核心是“强调包容性与共通性”。规避宗教文化禁忌，重点推广齐鲁文化“和而不同”“兼容并包”的理念，寻找与当地文化的共通点——如向东南亚地区传播时，结合其“多元文化共生”特质，推广齐鲁民俗文化中的“融合元素”（如鲁菜中的多元食材融合）。

5 齐鲁文化区域国别精准传播策略体系构建

中国国力的不断提升，全球范围内对当代中国现状与发展趋势的兴趣日益浓厚。习近平总书记（2021）在主持中共中央政治局第三十次集体学习时强调，要广泛宣介中国主张，中国智慧，中国方案，我国日益走近世界舞台中央，有能力也有责任在全球事务中发挥更大作用，同各国一道为解决全人类问题作出更大贡献。要高举人类命运共同体大旗，依托我国发展的生动实践，立足五千多年中华文明，全面阐述我国的发展观、文明观、安全观、人权观、生态观、国际秩序观和全球治理观。结合课题团队的实践经验与前文分析，构建“双向价值转化+区域精准适配+数字化赋能+产业联动支撑”的四维传播策略体系，实现齐鲁文化的精准传播与价值认同。

5.1 基于“双向价值转化”的内容适配策略

根据文化学者 Hall（1997）关于文化身份与他者化的理论，文化传播中的“他者”不仅仅是被动的接收方，更是主动参与文化解读的主体。任何一种文化形象的形成，都是“自我”和“他者”彼此审视和镜像下的结果。突破传统“单向输出”模式，构建“向内挖掘+向外适配”的双向价值转化体系，提升内容的适配性与吸引力。当代中国国际传播承载的不仅是关于中国的信息，源于中国的价值观念，也呈现出许多世界意涵。例如，将国际传播与构建全球文化新秩序和文化共同体关联起来，在不脱离本民族历史，文化和时代发展的语境下，谋求全球文明共识，构筑超文化空间的共同体理念（何等，2024）；中国的特殊文化身份与在现有全球文化秩序中的结构性弱势地位，具有促进全球文化秩序转型和更新的动力（张，2024）。文明交流与互鉴重要理念虽然落脚于文明，但是其蕴含的互鉴观，为突破当前不平衡的国际传播格局汇聚世界人民对于信息平衡，对等流动的广泛共识（王，2024）。

首先，立足于向内挖掘。系统梳理齐鲁文化的多元内容，构建“核心价值+多元载体”的内容库。核心层，聚焦“仁、义、礼、智、信”的现代诠释，形成标准化价值内容；载体层，涵盖思想哲学、民俗文化、艺术形式、产业传统等，挖掘差异化内容——如齐文化的工商创新案例（管仲改革、齐地盐铁产业）、鲁南民俗（枣庄皮影、临沂柳编）、海洋文化（蓬莱航海文化、青岛渔民习俗）等，丰富内容供给。

而后,进一步向外适配。基于区域国别差异,对内容进行“本土化改造”。一是语言转化,采用“精准翻译+文化注释”模式,避免语义偏差——如将“礼”翻译为“ritual and respect”,并补充“强调对他人与文明的尊重”的注释;二是内容筛选,结合目标区域文化禁忌与需求,筛选适配内容——如向中东地区传播时,规避酒类相关内容,重点推广陶瓷技艺等;三是形式改造,结合当地文化形式创新表达——如向韩国传播时,将齐鲁民俗与韩国“K-Culture”结合,开发“齐鲁民俗+韩流音乐”的融合节目;向欧美地区传播时,将孔子思想转化为“脱口秀”“短视频剧本”等轻量化内容。

5.2 区域国别差异化的渠道与形式创新策略

Hall(2010)的高低语境理论曾指出,不同文化在社会规范和道德观念等方面的差异影响了沟通的效果。因此,在齐鲁文文化传播的过程中,要在了解并尊重对方文化的基础上,基于当地社会的规范和文化特征,找到共同的价值基础,以更具包容性的方式推动文化交流与理解。结合不同区域的媒介生态与受众习惯,制定差异化的渠道选择与形式创新策略,提升传播的精准性与互动性。

儒家文化圈核心区(韩国、日本、越南)。根据美国人类学家克利福德·Geertz(1999)的文化符号理论可知,文化中的信仰系统可以通过对话实现跨文化的理解和融合。齐鲁文化的核心价值观体现在儒家思想中,该思想强调“天人合一”的理念,倡导人与自然和谐共存,这与东亚文化圈中崇拜自然,敬重祖先等思想具有相通之处。渠道方面,依托当地儒家文化社团、主流媒体、社交媒体(韩国Naver、日本Line、越南Zalo),搭建“官方平台+民间社群”的传播网络——如与韩国成均馆大学(儒家文化研究核心机构)合作开设“齐鲁文化研修班”,与日本NHK合作拍摄《齐鲁文化溯源》专题片;形式方面,重点推广“深度体验+学术交流”类活动——比如在韩国举办“孔子思想与现代社会”学术论坛、“潍坊风筝制作工坊”,在日本开展“曲阜祭孔大典复刻活动”、“淄博陶瓷技艺研修”,强化文化共鸣。

西方现代文化圈(美国、欧盟各国)。渠道方面,聚焦短视频平台(YouTube、TikTok)、社交平台(Facebook、Twitter)、海外主流文化媒体(《纽约时报》文化版、BBC文化频道),搭建“轻量化数字渠道+主流媒体背书”的网络,推出“孔子的现代生活”、“1分钟了解齐鲁手造”等短视频;形式方面,重点推广“创意互动+轻量化内容”——如开发“齐鲁文化VR研学系统”,在欧美高校与文化机构试点;举办“齐鲁文化创意竞赛”,邀请当地年轻群体参与设计齐鲁文化衍生品,提升参与感。

多元文化融合区(中东、东南亚部分国家)。渠道方面,依托当地政府文化部门、华人社群、宗教友好组织,搭建“官方合作+民间渗透”的网络——如与阿联酋文化与青年部合作举办“齐鲁文化周”,通过华人商会推广“山东手造”产品;形式方面,重点推广“普适价值+简约展示”类活动——如举办“齐鲁文化中的诚信与尊重”主题展览,采用图文、短视频等简约形式,规避复杂内容;开设“中国厨艺(鲁菜)研修班”,通过饮食文化传递齐鲁文化的“包容与创新”。

5.3 数字化传播模型与效果评估体系构建

构建“内容生产—渠道分发—效果反馈—迭代优化”的闭环数字化传播模型,同时建立多维度效果评估体系,提升传播的科学性与可持续性。具体如下:

构建数字化传播模型。其一,内容生产端——建立“多语言、多形式”内容库,涵盖文本、图片、短视频、VR/AR内容等,采用“专业团队+用户共创”模式(如邀请海外受众参与内容创作),提升内容质量;其二,渠道分发端——与国际新媒体平台(YouTube、TikTok、Naver)合作,利用算法推荐技术实现精准推送(如向年轻受众推送短视频,向学术群体推送深度文章);其三,效果反馈端——通过平台数据(播放量、点赞量、评论量)、用户调研、访谈等方式,收集受众反馈;其四,迭代优化端——基于反馈数据调整内容与渠道策略,形成闭环优化。

采用效果评估体系。采用“定量+定性”结合的方式,从“认知—情感—认同—行动”四个阶段设置评估指标——其中在认知、情感认同与行动阶段主要以定量指标(受众认知率、内容曝光量、渠道覆盖人数)、定性指标(受众对文化符号的认知准确性、传播动机及认知准确性)为基础。同时,引入第三

方评估机构，确保评估结果的客观性。

5.4 产业联动支撑策略

以文化产业为载体，构建“文化内容+产业产品+国际市场”的联动机制，实现齐鲁文化传播与产业发展的双赢。

一是强化“山东手造”的国际化赋能。依托山东省手造产业联盟，整合淄博陶瓷、潍坊风筝、杨家埠木版年画等优质资源，建立“手造产品国际化标准体系”——包括设计标准、质量标准、包装标准。与海外大型商超、线上平台合作，搭建销售网络；结合文化工坊、非遗展演，实现“销售+传播”双重目标。

二是推动文旅产业的跨国合作。整合泰山、三孔、齐长城等核心文旅资源，与核心传播区的文旅机构合作开发“儒家文化溯源之旅”跨国旅游线路；与潜力传播区的文旅平台合作，推出“齐鲁文化VR云旅游”项目，吸引远程受众。同时，举办“齐鲁文化旅游推介会”，结合当地旅游需求设计个性化产品。

三是培育跨文化传播产业人才。依托高校设立“齐鲁文化国际传播专业”，开设跨文化传播学、外语、齐鲁文化、数字媒体等课程；与海外孔子学院、文化机构合作，建立“实习基地”，为学生提供跨国实践机会。

6 结论

区域国别背景下，齐鲁文化的价值认同与传播是“传统资源现代转化”与“跨文化精准适配”的统一。本研究依托跨文化传播、文化认同等理论，结合课题团队的实践经验，系统剖析了齐鲁文化区域国别传播的现实困境与价值认同障碍，构建了“双向价值转化+区域精准适配+数字化赋能+产业联动支撑”的四维传播策略体系，得出以下核心结论：其一，齐鲁文化核心价值具备现代诠释与普适性转化的空间，是跨文化认同的基础；其二，区域国别文化差异是影响价值认同的核心变量，需制定差异化的适配策略；其三，数字化技术与产业联动是提升传播效果、实现长效传播的关键支撑。

该研究的研究价值在于：一是构建了“区域国别文化地图”导向的精准传播布局，解决了传播盲目性问题；二是形成了“双向价值转化”的内容适配逻辑，突破了传统“单向输出”的思维局限；三是建立了“闭环数字化传播模型+多维度评估体系”，提升了传播的科学性与可持续性。

由此，未来研究可从三方面深化：其一，聚焦特定区域（如“一带一路”沿线国家）开展专项研究，细化传播策略；其二，结合人工智能、元宇宙等新技术，探索齐鲁文化传播的新形式；其三，加强国际合作研究，联合海外学者开展跨文化认同的实证分析，提升研究的国际视野。同时，需强化产学研合作，推动传播策略的落地实施，让齐鲁文化在区域国别交流中真正实现价值认同，为人类命运共同体建设贡献文化力量。

参考文献

- Geertz, C. (1999). *The interpretation of cultures* (L. Han, Trans.). Yilin Press.
- Hall, E. T. (2010). *Beyond culture* (D. K. He, Trans.). Peking University Press.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.
- 何洋、麻争旗、何丹宁. (2024). 国际传播与全球文化新秩序：文化共同体的构建与探究. *对外传播*, (04), 39-42.
DOI: <https://doi.org/10.26948/j.cnki.dwcb.2024.04.008>
- 张志洲. (2024). 全球文化新秩序与中国国际话语权建设. *对外传播*, (04), 19-23.
DOI: <https://doi.org/10.26948/j.cnki.dwcb.2024.04.004>
- 颜炳罡. (2022). 轴心文明与齐鲁文化的多重意蕴. *东岳论丛*, 43(09), 137-145+192.
DOI: <https://doi.org/10.15981/j.cnki.dongyueluncong.2022.09.014>
- 人民日报社. (2021, 6月2日). 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国. *人民日报*, 第1版.
URL: https://paper.people.com.cn/rmrb/html/2021-06/02/nw.D110000renmrb_20210602_1-01.htm
- 习近平. (2021, 6月2日). 在中共中央政治局第三十次集体学习时强调 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国. *人民日报*, 第1版.
URL: http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2021-06/02/nw.D110000renmrb_20210602_1-01.htm
- 习近平. (2021, 6月2日). 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国. *人民日报海外版*, 第1版.
URL: https://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2021-06/02/content_3051560.htm
- 习近平. 加强国际传播能力建设, 展示真实、立体、全面的中国 (2021年5月31日). 中共中央宣传部, 中央党史和文献研究院, 中国外文局 (编), *谈治国理政 (第四卷)* (pp. 317). 北京: 外文出版社.
- 钟华. (2020). *传媒聚变 (第1卷)*. 济南: 济南出版社.
- 习近平. (2016, 5月18日). 在哲学社会科学工作座谈会上的讲话. 新华网.
URL: https://www.xinhuanet.com/politics/2016-05/18/c_1118891128.htm
- 周立升、蔡德贵 (编). (2015). *齐鲁文化通论*. 济南: 山东人民出版社.

免责声明：所有出版物中包含的声明、观点和数据仅代表个人作者和贡献者，而非 JGAS 和/或编辑。JGAS 和/或编辑对因内容中提及的任何想法、方法、说明或产品而造成的任何人身伤害或财产损失不承担任何责任。