

新媒体赋能与多方协同：“两山理念”全球化传播的实践路径探索

许费阳, 林 晨, 金博鸿, 蒋思言, 周诒博

湖州师范大学外国语学院 浙江湖州

【摘要】生态文明建设是中国发展的重要内容,也是全球可持续发展议程关注的重要领域。“绿水青山就是金山银山”(以下简称“两山理念”)来源于中国生态文明建设实践,强调生态保护与经济发展的协调统一。经过长期实践,该理念已成为中国生态文明建设的重要内容,并形成了可供国际社会特别是发展中国家借鉴的中国实践经验。进入数字传播时代,短视频、社交媒体、大数据和人工智能等技术改变了国际传播的渠道、主体与表达方式,为“两山理念”的海外传播提供了新的条件。本文从国际传播和新媒体传播视角出发,分析“两山理念”全球传播的理论基础、现实条件和主要问题,重点讨论传播内容、平台运用、多主体协作和效果评估等方面的不足。在此基础上,文章提出完善多主体协同机制、建设数字化多语种传播平台、创新跨文化叙事、合理运用人工智能以及推进国际生态合作等建议,以期为中国生态文明理念的国际传播提供参考。

【关键词】新媒体;“两山理念”;生态文明;国际传播;多方协同

【基金项目】2025 年国家级大学生创新创业训练计划项目(202510347069):中国生态蓝图全球化——两山理念的国际传播

【收稿日期】2026 年 8 月 15 日 **【出刊日期】**2026 年 9 月 3 日 **【DOI】**10.12208/j.sdr.20260072

New media empowerment and multi-stakeholder collaboration: Exploring practical pathways for the global dissemination of the “Two Mountains Concept”

Feiyang Xu, Chen Lin, Bohong Jin, Siyan Jiang, Yibo Zhou

School of International Studies, Huzhou Normal University, Huzhou, Zhejiang

【Abstract】 The construction of ecological civilization is an important part of China’s development and a key area of concern within the global sustainable development agenda. The concept of “Lucid Waters and Lush Mountains are Invaluable Assets” (hereinafter referred to as the “Two Mountains Concept”) originates from China’s practice of building an ecological civilization, emphasizing the coordinated unity of ecological protection and economic development. Through long-term practice, this concept has become an essential component of China’s ecological civilization construction and has yielded experiences that can serve as references for the international community, especially developing countries. In the era of digital communication, technologies such as short videos, social media, big data, and artificial intelligence have transformed the channels, participants, and modes of expression in international communication, providing new opportunities for the overseas dissemination of the Two Mountains Concept. From the perspectives of international communication and new media communication, this paper analyzes the theoretical foundations, practical conditions, and main issues of the global dissemination of the Two Mountains Concept, with a focus on deficiencies in content dissemination, platform usage, multi-stakeholder collaboration, and effectiveness evaluation. On this basis, the paper proposes recommendations such as improving multi-stakeholder collaboration mechanisms, building digital multilingual communication platforms, innovating cross-cultural narratives, rationally making appropriate use of artificial intelligence, and promoting international ecological cooperation, aiming to provide references for the international dissemination of China’s ecological civilization concept.

【Keywords】 New media; “Two Mountains Concept”; Ecological civilization; International communication; Multi-stakeholder collaboration

1 引言

1.1 研究背景

工业化本身是全球经济发展的重要动力, 但又以资源使用多、污染大、生态受损的方式加以体现。21 世纪以来, 气候异常、生物种类减少及能源短缺诸多问题已引起世界范围的关注。怎样把经济增长、就业机会与人民生活水平同良好生态结合起来, 是各国要共同面对的课题。联合国《2030 年可持续发展议程》给出建议: 要同时顾及社会、经济与自然三者, 设法让人类文明走上可持续发展的道路^[1]。中国对所要走的现代化道路做过长期思考, 由此也逐渐发展出有中国特色的生态文明观念。2005 年 8 月, “绿水青山就是金山银山” 这一重大判断在浙江安吉余村提出, 指出生态保护与经济增长并非相互矛盾, 可以通过发展绿色经济、调整发展思路, 实现二者的平衡与统一^[2]。

“两山理念” 不是只作口号式的提法, 而是同生态修复及绿色产业、生态产品价值实践有直接关系。现在已有浙江安吉、塞罕坝地区以及某些地方的绿色产业发展实例, 较为充分地说明了上述理念的实际意义。在把有关经验介绍到国外时, 不应只做单纯的概念转述, 而应根据各国生态现实、发展水平与接受习惯来思考: 怎样让环保措施同经济成长成为一种相互促进、彼此协调的状态。

当前数字技术的发展也对国际传播产生巨大影响。传统国际传播主要由政府机构、主流媒体和国际会议等主体主导, 传播内容通常具有较强的权威性, 而海外普通用户的参与机会相对有限。短视频、社交媒体平台以及各类网络社群的兴起, 使传播主体更加多元, 并加速了信息流通。由此, 新媒体有望为“两山理念” 探索新的传播形式、拓展表达渠道, 并促进更加充分的交流互动。

所谓的新媒体不能被理解为传播效果自动改善的工具。就当前状况而论, “两山理念” 要实现海外传播仍有概念说明不足、内容同受众需要未完全契合、所用平台比较单一、合作方配合不够及效果衡量手段欠缺等困难。据此, 本文将把新媒体、国际传播两类观点相结合, 考察“两山理念” 在全球范围内的传播事实, 归纳有关内容、平台及协作的种种问题, 再就如何改进做较具体的分析与建议。

2 “两山理念” 的理论内涵与全球传播价值

2.1 “两山理念” 的形成背景与发展脉络

“两山理念” 是有关中国社会及经济迅速成长、生态环境又须加以保护的两种现实的结合。从改革开放开始到今天, 中国经济已有很大发展, 但有些地区所用的资源密集型发展模式已造成生态困难或资源短缺。对经济发展同生态保护作协调安排, 是中国走向现代文明过程中不可回避的基本课题。

从马克思主义的角度看, 自然状况是人类社会发展所不能缺少的前提, 人与自然互为依存体^[3]。中国传统文化中“天人合一” “道法自然” 等思想, 体现了人与自然和谐相处、协调共生的思维方式。这种传统智慧与当代生态文明建设相结合, 为分析“两山理念” 形成的理论与文化背景提供了重要视角。

2.2 “两山理念” 的核心理论内涵

2.2.1 生态保护与经济发展的协调统一

“两山理念” 强调要以正确的方式处理生态保护同经济发展的联系。对生态环境加以保护不等于把经济增长排除在外, 优良的环境本身是制度安排及资源运用所可能促成的产业机会、就业来源或收入增长的要素。“绿水青山” 代表自然生态及其生态系统服务, “金山银山” 代表经济发展和社会财富。二者并非只能相互替代, 而是可以通过绿色发展实现相互促进、协调统一。

2.2.2 绿色发展方式的转变

“两山理念” 所倡导的生态保护与经济发展协调统一, 契合了经济发展模式由资源消耗型向绿色低碳型转变的趋势。绿色发展不应被理解为不发展, 而是应以技术进步、产业更新及资源再利用来缓解经济对自然的负担, 把生态状况较好地纳入到增长的考虑范围之内。从不同国家当前所处的发展阶段来看, 这一思路具有一定的现实可行性, 即在不突破生态底线的前提下设法找到产业前进的新空间、新动力。

2.2.3 人与自然和谐共生

“两山理念” 所提的内容也涉及对人与自然关系的重新思考。若要使人类社会进步, 就应既用好自然资源又不违背自然法则、不破坏生态的基本平衡。所谓人与自然的和谐不能看作对人的束缚, 而应理解为按自然条件做长期规划的发展。党的二十大报告已经说明: 中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化^[4], 由此将这种思想带入更具体的时代实践之中。

2.3 “两山理念” 全球传播的价值

第一, 应把中国有关绿色转型的经验作为可借鉴的实例。一些国家对工业化及城市化所涉的经济发展、生态问题都感到困扰。“两山理念”已用中国生态文明发展的实例说明生态治理、产业更新、人民生活可以同时有所进步^[5]。中国做法未必可以照搬, 但其基本思路对其他地区思考如何走绿色发展之路具有一定的启发意义。

第二, 要对全球生态治理作较完整的表述。各国因所处的发展阶段及历史、资源状况而有差别, 生态治理应予关注的重点也并非完全一致。“两山理念”立足中国实际, 将经济发展与生态保护有机结合起来, 为国际社会关于绿色发展的讨论提供了新的视角和解释。从国际传播的角度看, 中国倡导的生态文明理念可以成为国际对话和多边讨论的重要议题。

第三, 应加强人与自然和谐共生价值理念的国际交流与传播。有关全球变暖、生态多样的问题或海洋环境的治理都不是单一国家可以解决的课题, 要靠合作。“两山理念”所倡导的人与自然和谐共生理念, 可以为各国立足自身国情, 统筹生态保护与经济发展、探索二者的结合路径提供启示。

3 新媒体赋能“两山理念”全球传播的现实基础

3.1 数字技术拓展传播渠道

互联网、大数据、人工智能和移动通信技术的发展, 改变了信息生产、传播和反馈方式。与传统媒体相比, 新媒体具有传播速度较快、互动性较强、覆盖范围较广等特点。对于“两山理念”的传播而言, 数字技术可以辅助多语种翻译、受众分析和传播效果评估, 也可以将余村转型、荒山修复、绿色产业发展等实践制作成短视频、纪录片和交互式内容。需要注意的是, 技术只能提供传播条件, 不能替代内容设计和事实审核。只有把技术应用与准确表达、文化适配和受众反馈结合起来, 才能真正发挥数字传播的作用。

3.2 新媒体推动传播方式转变

以往的国际传播基本上由政府及主要媒体负责, 所用的传播方式较单一, 受众反馈较少。现在新媒体把中心化的传播格局打破, 政府机关、高校、公司、社会团体乃至个人都可对内容作贡献或加以传播^[6]。受众不再是被动的信息接收者, 而是能以多种形式(如评述、转贴)加入讨论。

新媒体对传播所涉的“概念说明”与“故事呈

现”作了重新定位。“两山理念”具有较强的理论性, 如果仅通过政策条文或一般性术语进行阐释, 普通民众未必能够清晰理解其现实内涵。以人、以事、以生活为线索来描写生态治理, 是把抽象概念转译为容易接受、可以想象的现实形式的好办法。

3.3 全球绿色发展需求形成传播基础

气候变化、生态系统退化和资源约束等问题, 使绿色发展成为国际社会关注和讨论的重要议题。生态所涉问题以及国家的发展需要不尽相同, 但总体而言, 各国都在探索如何协调环境保护、经济发展与社会进步之间的关系。“两山理念”提出要让经济发展同生态保持协调, 又把可持续发展、绿色思路或生态治理等内容纳入国际议题讨论之中。

上述背景构成了相关理念传播的现实基础。不过在做对外传播时不能将中国经验看作对一切国家都成立的既定答案, 而是要分析它的来源、可行环境及可以学习的要点, 各国要立足自身国情, 探索适合本国的绿色发展路径。

4 “两山理念”全球传播的实践路径与优化策略

4.1 完善多主体协同传播机制

有关“两山理念”的国际传播所涉的内容(内容生产、语言转换、平台利用、受众关系及效果分析)不能只由单一主体来处理。有必要让政府、学界、媒体、公司与社会、民众一起协作加以应对^[7]。

有关政府的基本政策、公开文件与传播标准可由政府部门来处理; 高校及研究单位应做案例分析、术语归纳、翻译审核及受众统计; 媒体要设计内容并管理平台; 绿色产业以实际材料说明自身状况; 社会团体要组织对外联系, 组织群众参与相关活动; 海外作者、留学生以及专业人员可就所针对的受众给出表达方式方面的具体建议。

4.2 建设数字化、多语种传播平台

要按各新媒体平台所面对的受众及可用形式来安排其传播内容^[8]。短视频类平台对自然物景、轻型生活、绿色产业比较适宜(可作短时发布); 视频类媒介可用来做人物记录、个案分析、专题片式报道; 有关研究、政策或项目的说明最好由专门网站或学术性渠道加以整理和公布。

多语种传播不能停留在逐字翻译层面。对“绿水青山”“金山银山”等具有文化内涵的表达, 应采取“保留核心意象、补充语境解释”的方式, 说

明其所指向的生态价值、发展价值和社会价值。重要术语应建立相对稳定的译法, 并通过目标语受众测试减少歧义。有关平台运营的思考要包括数据反馈。不能只看浏览数或点赞数、粉丝量一类的指标, 而要把完播率及评论、来源、转述与概念理解都纳入考虑范围。用调查、访问或评论加以分析, 有助于发现不同受众所关心的问题, 也便于对选题、叙述及发帖时间作出相应安排。

4.3 创新跨文化叙事与本土化表达

“两山理念”所涉内容不应当只用国内宣传方式加以复制, 而要以国际上较常提到的气候治理、生态多样、绿色经济及可持续城市等课题为参照来加以讨论。如此既不会脱离中国现实的思路, 又可以让外国读者根据自己的情况思考这一理念的意义或价值。若要使内容有说服力, 就不该只用空洞的政策话语或过分集中的宏观数字, 而要多提实例、对比前后变化。对余村这类关闭矿山后兴起生态旅游的地方可作详细分析, 把生态产业与实际就业、生活改善联系起来。同时, 分析还应涵盖生态工程所遇的难题及治理的阶段、长期维护的需要。以具体事例来叙述比单纯列举成绩更利于达到理解。跨文化表达要按受众所处的层次来加以划分。应综合运用多种表达方式, 使不同层次的内容都能得到有效传播。

4.4 合理运用人工智能, 推进国际生态合作

人工智能对多语种翻译、字幕、内容、用户及传播所涉的各种问题都可作一定辅助性处理。以“两山理念”为例来谈传播时, 人工智能能加快资料整理的进度, 使传播者按各地受众习惯分别确定报道角度, 还可以协助做生态类视频、数字图像或虚拟展示这类较特殊的传播形式。

人工智能所生成的内容有发生事实错误或概念误译、文化失当的可能。所以有关政策、生态、实例及人名的材料不宜直接采用, 而要由人工做审核、查证及适当意义下的译后修改。人工智能是辅助手段, 不应用来取代专门知识的判断。有关生态环境的议题是跨国性的, 理念传播宜配合国际合作来展开^[9]。中国应积极利用联合国框架下有关环境治理、气候变化和绿色技术的国际会议与平台, 分享生态修复和绿色经济方面的实践经验。同时要以绿色基建、新能源开发、环保培训以及联合科研为媒介, 使理念上的交流转化为实际合作内容。合作项目的设计与实施应充分考虑不同地区的实际情况和制度特

点, 避免将单一经验机械地套用于其他地区。

5 结语

“两山理念”来源于中国生态文明建设实践, 强调生态保护与经济协调发展的协调统一。经过长期实践, 该理念已成为中国生态文明建设的重要内容, 并形成了可供国际社会特别是发展中国家借鉴的中国实践经验。本文从新媒体传播和国际传播视角出发, 分析了数字技术、多元主体和中国生态实践为“两山理念”全球传播提供的现实基础, 并提出完善协同机制、建设数字平台、创新跨文化叙事、合理运用人工智能和推进国际合作等路径。未来, 在开展“两山理念”国际传播时, 应立足其基本内涵, 充分考虑相关国家和地区的社会现实、生态状况及媒介特征, 努力将中国生态文明建设的实践经验转化为全球受众能够理解、接受和交流的公共知识。

参考文献

- [1] United Nations. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development[R]. New York: United Nations, 2015.
- [2] 习近平. 之江新语[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2007.
- [3] 习近平. 共同构建人与自然生命共同体——在领导人气候峰会上的讲话[N]. 人民日报, 2021-04-23.
- [4] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[M]. 北京: 人民出版社, 2022.
- [5] United Nations Environment Programme. Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication[R]. Nairobi: UNEP, 2011.
- [6] McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man[M]. Cambridge: MIT Press, 1994.
- [7] Castells M. The Rise of the Network Society[M]. Oxford: Blackwell Publishers, 2010.
- [8] Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide[M]. New York: New York University Press, 2006.
- [9] 赵启正. 公共外交与跨文化交流[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS