

基于“一带一路”环境下中国海洋文化的传播研究

——基于唐宋时期海洋文化对外传播方式的历史考察

海南师范大学 杨 威 哈尔滨工程大学 罗夏君*

摘 要: 在当前我国积极推进“一带一路”与海洋强国建设的宏观背景下,如何有效传播具有中国特色、表达建设海洋强国发展诉求的海洋文化,业已成为新时代中华文化国际传播过程中必须面对的现实问题。一般认为,唐宋两朝是中国历史上海洋文化最为繁盛的时期,因此,深入挖掘唐宋时期海洋文化的历史基因,考察其依托“海上丝绸之路”传播海洋文化的方式与途径,对于探究中国海洋文化在国际传播过程中遇到的问题及其成因,优化海洋文化国际传播理念,缩小与世界海洋文化产业发展之间的差距,乃至将我国建设成为21世纪世界海洋强国,均具有积极的借鉴意义和重要的参考价值。

关键词: 海洋文化 唐宋 文化传播

毋庸置疑,包括诸多文化类型在内的中华文化的发展可谓源远流长,其思想内容博大精深,既有辉煌灿烂的陆地农耕文化,也携带着海洋文化的古老基因。考古发掘证明,早在公元前5000多年的良渚文化时期,华夏民族的祖先们就已开始海上航行,并建立了以海洋为生的族群。在汉朝更是开辟了前往朝鲜、越南等地的航道,并与各国进行友好的文化交流。及至唐宋时期,依靠强大的国力和先进的航海技术,中华文化的脚步通过

* 杨威,海南师范大学马克思主义学院教授;罗夏君,哈尔滨工程大学。

“海上丝绸之路”远达南亚、东非、西欧等地，彼时的中国业已成为全球海洋贸易的中心地区之一，成为世界上当之无愧的海洋文化强国。同时，中国的海洋文化也便于以商贸往来、教育传播、政治交流等渠道，逐渐远播到世界各地。不同于西方国家以武力征服、殖民等手段为特征的海洋文化，中国海洋文化自古以来便秉承开放、包容的主导精神，在文化传播的过程中力求打造合作共赢、友好相处的国际贸易秩序。因此，步入新时代后，中国海洋文化作为世界海洋文化中不可或缺的组成部分，既是我国文化对外传播发展中的宝贵资源，也是我国在成为世界文化强国和海洋强国过程中的重要支撑力量。在当前提出“一带一路”倡议的大背景下，总结和汲取唐宋时期中国海洋文化对外传播的历史经验，剖析与对比唐宋时期海洋文化的对外传播理念，对于推动中国海洋文化国际传播，以及提升中国文化软实力等方面，均具有一定的启示和借鉴意义。

一 当前中国海洋文化国际传播之现状

随着我国“一带一路”倡议的具体实施，以及经济全球化的不断拓展与深化，文化领域业已成为国家之间争夺国际话语权和提升国际地位的主战场之一。正如英国学者约翰·汤姆林森（John Tomlinson）所言“全球化处于现代文化的中心地位，文化实践处于全球化的中心地位。”^①近年来，我国维护海洋环境、保护海洋资源、开发海洋经济的意识逐渐增强，树立世界海洋强国形象的呼声日渐高涨，提高中国海洋文化国际传播能力、宣传中国海洋文化理念的愿望亦日益强烈。尽管如此，相较于其他国家或地区的海洋文化国际传播的范围和影响力，当今中国海洋文化的国际影响力还比较弱，海洋文化的传播内容较为分散、传播手段较为单一、传播理念较为落后，使我国海洋文化产业的经济活力与文化效应与国际水平还存在较大差距。具体而言，主要体现在如下几个方面。

①（英）约翰·汤姆林森《全球化与文化》，郭英剑译，南京大学出版社，2002，第1页。

（一）消除国际社会对中国海洋文化的认知偏差尚需时日

中国海洋文化国际传播的主要目标，不仅是在“一带一路”倡议背景下加强与沿线各国的区域合作，进一步互联互通，而且要在国际上消除别国对中国文化的歪曲和误解，将中国海洋文化精神和理念传播出去，使世界更加了解中国，特别是了解中国保卫海洋领土的决心，并取得各国的信任和支持，树立更加友善和负责任的大国形象。但目前在中国海洋文化国际传播的过程中，在一定范围内仍然以个别文化符号或历史事件为主要导向，如唐宋时期先进的造船、航海技术，明朝郑和下西洋的盛举，“南海一号”沉船挖掘的新闻事件等。再如，一些人还被动地解释国际上对中国海洋文化的错误认知，缺乏对海洋文化传播内涵的深度挖掘与交流。就现有的传播情况来看，没有在中国海洋文化国际传播中的文化标识与中国海洋文化的精神内涵、历史底蕴之间建立起有效关联，以致在中国海洋文化国际传播过程中出现了器物化、符号化等倾向。2015年，由首都文化创新与文化传播工程研究院和国际著名的调研平台SSI合作开展的首个“外国人对中国文化认知”的调研报告中指出，外国人对绿茶等器物文化符号的认知度最高，而对中国哲学观念的认知度是最低的。^①由此可见，在当前中国海洋文化的国际传播中，如何在宣传推广中国海洋文化符号的同时，赋予其更多具有民族精神、历史底蕴和海洋文化习俗的思想内涵，成为中国海洋文化国际传播过程中面临的主要困境之一。只有解决好海洋文化国际传播中各国对中国文化认知的偏差，消除对中国文化的误解，才能使中国海洋文化得到进一步传播。

（二）中国海洋文化传播方式与国际文化传播理念尚未契合

相较于欧美等发达国家的多元文化传播理念，我国近年来虽已在文化产业、文化体制等方面进行了改革，但一时仍难以改变“自我”的文化传播角度和方式。首先，我国在文化对外传播中主要依靠媒体传播的力量和

^① 《外国人对中国文化认知调查报告》，人民论坛网，<http://www.rmlt.com.cn/2015/0615/391368.shtml>，最后访问日期：2018年5月13日。

导向作用，然而，现今我国传媒行业的实际发展与国外发达国家之间仍旧存在巨大差距。据国家统计局公布的官方数据显示，2016 年我国向美国输出的图书版权数量是 932 件，而我国从美国引进的图书版权数量则为 5201 件。^① 两相对比，不难看出我国传媒行业在文化国际传播过程中力量的弱小，以及出现的不对等的“逆差”。其次，在中国文化的对外传播和交流中，与国外相比，我国媒体惯常从“自我”的角度阐述对文化的看法和问题，将文化习俗或文化符号归结于一点或一类，缺乏对文化的多样化解理解，以及对不同年龄段观众需求的深入调查。譬如，在中国海洋文化旅游资源的开发和推广方面，国内媒体通常采用拍摄旅游风景纪录片或新闻报道的形式，其中穿插几位外国人对文化旅游资源开发的赞美，却没有照顾到各类群体对海洋文化旅游资源的不同理解和相应需求；或者是一味地通过旅游的吃、住、行来展现最基本的旅游配套设施和风景，却忽略了旅游资源背后的人文内涵和历史底蕴。这种单一化、填鸭式的宣传方式，对比欧美发达国家坚持以人为本，并加以故事、历史、个人情感等因素来宣传海洋文化的方式，自然高下立判。因此，改变媒体宣传的“自我”视角，去除“假大空”的宣传内容和形式，促进传媒行业健康发展，是我国海洋文化国际传播中亟待解决的问题之一。

（三）中国海洋文化传播产业模式与国际海洋文化产业发展尚存差距

在海洋文化国际传播中，依托丰富的海洋文化资源，我国现已形成了研究—开发—推广的一体化产业模式，但与国际海洋文化产业发展的速度相比还存在一些差距。首先，中国海洋文化产业的发展尚缺乏专业对口的人力资源支持。近年来，我国在 180 多所高校中开设了文化产业管理专业，但基本上都是在各学校原有的文史哲专业的基础上发展而来的，且在人才培养模式上重理论而轻实践，导致通晓政策法规、经济开发、文化产业管理的人才仍旧是稀缺资源。国外的文化产业人才培养理念，则是针对某一文化产业让学生在实践中学学习掌握相关理论知识，从而使文化产业能够良

^① 《2016 年国家统计局进出口版权数据统计》，国家统计局官网，<http://data.stats.gov.cn/search.htm>，最后访问日期：2018 年 5 月 13 日。

性发展。其次,我国文化的对外传播,习惯以行政管理部门的管理制度为决策依据,导致文化产业发展在起步阶段多依靠政策导向,没有真正激发文化产业的活力。譬如,在中国历史上的海洋文化对外传播中,大多注重以“和谐万邦”为代表的儒家思想,以“妈祖”为代表的海洋文化信仰,以“郑和下西洋”为代表的海洋文化交流等传统元素,但在以政府为主导的文化产业发展模式中,文化内蕴的挖掘和理解多带有政策的价值导向和思维惯性,缺乏文化产业发展的权变性和灵活性。最后,中国海洋文化缺乏足够的文化产业创新能力,这是文化国际传播中的主要问题。文化产业创新能力乃是文化产业增长和发展的核心竞争力之一。文化产业创新不仅可以促进文化产业的可持续发展与文化产业结构的整体优化,还可以向消费者不断展示文化的永恒价值与魅力,真正促进文化国际传播。国家统计局公布的官方数据显示,2013年,美国文化产业增加值在GDP中的占比达11.3%,同年中国文化产业增加值的数据仅为6%^①,2016年我国文化产业增加值占GDP的比重则下降到4.07%。^②由此可见,我国海洋文化在国际传播中的创新能力与发达国家相比差距明显,同时传播能力亦相对较弱。

二 影响和制约中国海洋文化国际传播的主要因素

“一带一路”倡议的提出和具体实施,不仅对我国的海洋文化发展提出了更高的要求,也为海洋文化国际传播提供了更为广阔的视野。但同时,中国海洋文化在对外传播过程中遇到的问题也日益凸显,在一定程度上阻碍了其对外传播与发展的进程。其原因大致可归纳为以下三个方面。

① 《世界主要经济体文化产业发展状况及特点》,国家统计局官网, http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjsj/tjcb/dysj/201412/t20141209_649990.html, 最后访问日期: 2018年5月13日。

② 《文化强国建设稳步推进 文化改革发展成绩显著——党的十八大以来经济社会发展成就系列之二十》,国家统计局官网, http://www.stats.gov.cn/tjsj/sjjd/201707/t20170727_1517428.html, 最后访问日期: 2018年5月13日。

（一）明清时期所采取的海禁政策阻碍了中国海洋文化国际传播

自明太祖朱元璋为抵御倭寇和反明势力而颁布“寸板不许下海”的海禁政策以来，中国在唐宋时期创造的灿烂海洋文化就遭遇了毁灭性打击，此后便急剧衰落。明朝一代虽然有郑和下西洋的壮举和隆庆年间的开关政策，但封建朝廷对海洋贸易及海洋开放则始终保持着相当程度的怀疑和警惕，政策上也始终偏向于限制和维稳，这不仅不具备唐宋时期对海洋开放、包容、自信的大国姿态，还阻断了沿海地区平民百姓的谋生之路。民间反抗难以杜绝，倭寇之乱也始终难以平息，甚至造成了官府越打击、民间反抗越激烈的尴尬局面。对此，明朝著名思想家顾炎武评价道“海禁一严，无所得食，则转掠海滨。”^①及至清朝顺治皇帝时，更是因天下初定，防止沿海民众勾结反清势力而严厉实行“不许片帆入口，一贼登岸”^②的海禁政策。乾隆时，清政府不仅关闭了 3 个通商口岸，只允许广州一地通商，还对出口货物、出海贸易等有诸多限制。这种闭关锁国的海禁政策不仅使中国滞后于世界海洋文化发展的脚步，还在很大程度上阻碍了中国海洋文化的国际传播。众多海洋文化节庆、习俗开始衰亡，民间海洋活动规模不断缩小，使繁盛于唐宋两朝的中国海洋文化在明清时期急速衰退，封建王朝的海洋观念也由开拓进取逐渐转向安稳保守。

由上文可见，明清时期闭关锁国的海禁政策，既制约了中国海洋文化在本土的传播和发展，也阻滞了其与世界海洋文化的交流融合，使中国海洋文化在对外传播能力、发展规模、世界影响力等方面，至今仍滞后于西方海洋文化在世界范围内的传播与发展。

（二）对海洋文化缺乏系统认知限制了中国海洋文化国际传播

历史经验表明“海兴，则国强民富；海衰，则国弱民穷。”在以海洋开发、海洋经济、海洋文化为主导的 21 世纪，开发海洋资源、发展海洋经济、传播海洋文化的必要性和重要意义业已达成世界共识。但目前，国内

^① 顾炎武 《天下郡国利病书》第 26 册。

^② 《清世祖实录》卷 102。

学界对中国海洋文化的基本特质、主导精神、主要内容仍缺乏完整的认识与系统的分析梳理，甚至一些人仍然认为中国是大陆国家，只有海洋活动、海洋历史，却没有代表海洋活动的海洋文化根基。譬如，冯友兰在其《中国哲学简史》一书中，即认为“中国是大陆国家。古代中国人以为，他们的国土就是世界”^①，以致忽略了中国海洋文化的发展历史及其所包含的丰富内容，并肯定了黑格尔在《历史哲学》中宣称中国没有海洋文化的错误论断。

近年来，随着我国改革开放的逐渐深入，以及文化多样性的呼声日渐高涨，从国际社会到普通民众，海洋资源的开发与保护日益受到重视。中国海洋文化虽然逐渐得到学界的关注与认同，但相比于中国大陆文化的蓬勃发展，其研究至今仍处于起步阶段。民间对于中国海洋文化的认识相对匮乏并多有局限，尚停留在沿海地区个别少数民族的习俗和宗教信仰层面。总体而言，长久以来对中国海洋文化的忽视，使人们对源于隋朝、兴于唐宋两代的中国海洋文化与海上丝绸之路不甚了解，对古代海上丝绸之路的商贸交流、政治往来、教育传播等对外文化交流活动相对陌生，更对中国海洋文化中开放、包容、多元、崇商的理念缺乏系统认知，由此造成了中国海洋文化对外传播过程中的现实困境。

众所周知，海洋文化不仅代表了依托于海洋的生产、生活方式，还包含着思想观念、行为方式等深层次的文化内涵。因此，我们应加强对中国海洋文化的系统研究，进一步诠释和挖掘中国海洋文化的深刻内涵和历史经验。这不仅能够为其对外传播提供强有力的理论支撑，还能提升对外传播的层次、水平，扩大对外传播的影响力和感召力，从而最终推动中国海洋文化国际传播的现实进程。

（三）海洋文化传播重视不够，影响中国海洋文化国际传播

当下，我国虽然采取了挖掘、研究、宣传等一系列措施来促进中国海洋文化的传承与对外发展，但文化遗址、文化习俗逐渐消失的情况仍屡有发生，归根结底是我们对海洋文化的保护与传播的重视程度不够。这不仅

^① 冯友兰 《中国哲学简史》，北京大学出版社，2017，第16页。

体现为本国国民对我国海洋文化的认知程度不高,而且在世界范围内的多数人对中国海洋文化的认知仍旧停留在碎片化、符号化、历史事件化的水平上。在当今一些人重视经济效益多于文化效益、重视经济发展多于文化发展的情况之下,面对海洋文化国际传播中经费不足、对海洋文化遗产重视不够、专业队伍参差不齐等问题,我们就更应该从历史角度出发,找寻唐宋时期海洋文化对外发展中“以经济带动文化、以教育传播文化、以外交推广文化”的方法和思路。认识到“市舶之利最厚”“东南利国之大”,将海洋经济与海洋文化、国民之利与国家之利结合在一起,学习唐宋海洋文化对外传播时的移居自由、蕃坊自治、友好发展等政治举措,借鉴宋朝官民共治、开放自信的海洋资源开发理念,仿效“国家出财,资舶商往海南贸易宝货,赢亿万数”^①,以国家为主导开发海洋资源、引领海洋经济发展的海洋文化理念,解决当今海洋文化国际传播中继承传统不力、重视程度不够、发展水平不高等问题,挖掘我国海洋文化国际传播中独特的思想理念与表现形式,从而找准方向,进一步拓宽渠道、提高层次。唯其如此,才能切实加大与提升中国海洋文化国际传播的力度及效果,进而在世界海洋文化国际传播中占据一席之地。

三 以史为鉴探究中国海洋文化国际传播的基本路径

“一带一路”倡议的具体实施,不仅为开展海上丝绸之路沿线各国的文化交流活动提供了有效的政策支持,而且提高和拓宽了中国海洋文化国际传播的水平与渠道。正如习近平总书记在2014年11月召开的“加强互联互通伙伴关系对话会”上所指出的“以人文交流为纽带,加强‘一带一路’务实合作,深化亚洲国家互联互通伙伴关系,共建发展和命运共同体。”^②在吸取、借鉴唐宋时期海洋文化对外传播经验的基础上,将中国海

① 吴澄《元荣禄大夫平章政事赵国董忠宣公神道碑》。

② 《习近平主持加强互联互通伙伴关系对话会并发表重要讲话》,《人民日报》2014年11月9日。

洋文化国际传播与“一带一路”倡议结合起来,以新发展搭建新桥梁,以新角度加强新合作,以新声音宣传新内容,以新精神弘扬新理念,努力传播中国海洋文化。具体而言,我们至少应该在以下几方面做出尝试。

(一) 整合资源、协调发展,焕发中国海洋文化传播的新魅力

千百年来,中国海洋文化在历史大潮的涤荡考验中为世人留下了宝贵的资源与财富,它们是古人智慧的结晶,也是中国海洋文化发展的历史根基。在当今世界经济全球化的背景下,传播中国海洋文化必须与时代相融合,发挥“一带一路”倡议的独特优势,积极整合海洋文化资源,并使之协调、可持续发展。同时,还要充分汲取唐宋时期中国海洋文化国际传播的历史经验,全方位、多领域、深层次地紧跟世界海洋文化发展步伐,旨在协调发展、共同进步。

在海洋文化对外传播过程中,唐宋两朝依托海上丝绸之路与中华文化的对外影响力,在地域上分工明确且各具特色,最大限度地发挥区域文化的传播效应。譬如,唐朝即通过著名的“广州通海夷道”,将沿海地区的丝绸、奢侈品、瓷器、先进的航海技术等传播至亚欧各地,并吸引了众多的留学生、留学僧、商人来华定居。当时有代表政治、文化、经济集大成的都城长安,代表繁荣的海洋经济贸易的港口城市广州,代表发达的海洋产业制造基地的江浙区域,代表海洋文化学术思想交流前沿的鲁苏区域等,从而形成海洋文化优势区域集聚、海洋文化资源平衡发展、海洋文化对外传播分工明确等特点,促进了唐朝海洋文化的对外交流与国际传播。及至宋朝,海洋对外贸易已成为当时重要的经济支柱,海陆网络构架初步形成,东京汴梁更是“八荒争凑,万国咸通。集四海之珍奇,皆归市易;会寰区之异味,悉在庖厨”^①的国际大都市。海洋文化传播也从以沿海城市为主逐渐转变为海陆一体传播,并且,当时的人们更加深刻地认识到海洋文化发展对于国家富强的重要性。同时,宋朝以商联通、官民结合的海洋资源发展模式也逐渐深入内陆各地,将宋朝内陆地区别具特色的物产与沿海的航海技术、商贸理念、特色加工产业等资源结合起来,从而形成了

^① 孟元老 《东京梦华录·序》。

陆海联动的文化交流传播的基本构架。在当时强大的航海技术与造船技术的支持下,依靠海上丝绸之路航线的不断拓展,不仅有外商移居宋朝,而且海外诸国与宋朝纷纷建立友好关系,这在客观上促进了中国海洋文化的国际传播与交流。

当今,虽然我国在海洋文化国际传播过程中取得了一些可喜的成绩,但海洋文化发展的空间仍有待提升。汲取和借鉴唐宋两朝海洋文化对外传播的历史经验,通过“一带一路”倡议积极整合海洋文化资源,探索各地海洋文化国际传播的发展优势,重点推广具有时代价值且能代表中国海洋文化理念的文化资源,以商联通、政商结合,形成海陆同构、以陆促海、以海推陆的文化发展模式,从而促进中国海洋文化的国际传播。

(二) 与时偕行、积极参与,共同促进世界海洋文化传播的新发展

世界海洋文化的发展与进步,对中国海洋文化的保护与国际传播提出了更高的要求,不仅要做到海洋资源的整合、开发与综合利用,还要做到与时俱进、紧跟世界发展潮流,使新时代的中国海洋文化与世界海洋文化的发展趋势相一致,与世界海洋文化的国际传播潮流相适应、相契合。同时,还要积极推广具有中国特色、代表中国立场、反映中国发展的海洋文化,与国际社会共同促进海洋文化的传播。

由于造船技术与航海技术的进步,唐朝时的海上丝绸之路已经成为我国进行海外贸易的主要通道。广州、泉州、杭州等更是一跃成为当时世界上颇为繁华的大都市,这些地方不仅商旅云集、物资丰富,每天来往船只络绎不绝,而且有许多外国使节常驻于此,以保护本国侨民权益,加强两国政治沟通,促进经济文化友好交流。及至南宋,海上丝绸之路业已成为封建朝廷的主要经济来源之一,当时鼓励海外贸易的重商政策和文化上自由宽松的氛围,在一定程度上促进了海外贸易的发展和对外文化交流范围的扩大。“诸儒相望,有出汉唐之上者”^①的宋朝在以指南针为代表的航海技术、以中医药剂为代表的海洋药学、以赵汝适《诸蕃志》为代表的海洋地理文学、以“妈祖”为代表的海洋宗教文化信仰等方面的对外交流与国

^① 陆游《吕居仁集序》。

际传播都做出了一定的贡献。在“市舶之利，颇助国用，宜循旧法，以招徕远人，阜通货贿”^①思想的指导下，宋朝一直秉持友好交流、和平共处的外交态度，自由宽松、活泼开放的文化传播氛围，以及积极参与世界政治、经济、文化交流的大国姿态，“所以晖赫皇华，震慑海外，超冠古今”^②，成为当时世界上文化繁荣、经济强盛，令海外诸国无比向往的神州大地。由此可见，唐宋两朝在利用海上丝绸之路进行海外贸易的同时，能够凭借自身的国际影响力与时俱进，紧跟世界海洋文化的发展步伐，广泛参与世界海洋文化交流。不仅将本国的文化产品、贸易理念推广至沿线各国，而且将中国海洋文化中互利共赢、和平友善、锐意进取、多元崇商的基本精神宣介到了沿线各地，从而在中国海洋文化国际传播过程中留下了浓墨重彩的一笔。

在现今“一带一路”倡议的背景下，要继承和弘扬唐宋时期我国重视海洋文化对外传播的优秀传统，学习古人积极参与世界海洋文化交流互鉴的历史经验，找准当代中国海洋文化的发展定位，丰富海洋文化国际传播宣介活动的内涵，加强与世界各国在经济、文化等方面的深入交流与沟通。做到既要汲取古人智慧，也要与时偕行；既要打造能够代表中国海洋文化的符号标识，也要创建与中国国力相适应的现代海洋文化产业品牌，同时着力传播中国海洋文化步入新时代后的新思想、新内容，在建设世界海洋强国的道路上，不失时机地将具有中国特色的海洋文化推广传播出去。

（三）以人为本、开放包容，形成中国海洋文化传播的新理念

唐宋两朝通过“海上丝绸之路”，将沿线各国纳入了自己的商贸和文化交流范围，并始终秉承和谐友善的原则，通过与各国友好的交往与互动，增信释疑，以人为本、开放包容，旨在搭建彼此间沟通的桥梁，形成海洋文化传播的良好局面。据史书记载，唐朝时就已有唐人移居海外，至有宋一代，随着海上贸易规模与海上文化交流范围的不断扩大，宋朝百姓举家移居到真腊、高丽、爪哇、龙牙门等地的情况已屡见不鲜，“男女兼

① 徐松 《宋会要辑稿·职官》。

② 徐兢 《宣和奉使高丽图经·神舟》。

中国人居之”^①，形成了著名的华人城市——新加坡。这些海外移民不但保留了自己的文化习惯与生活方式，还进一步加强了中国同海外各国的沟通与交流，使中国海洋文化借助于海洋贸易、海洋移民等载体远播到世界各地。与此同时，随着海外商贸以及各国文化交流活动的日益频繁，来华旅居甚至永久定居的外国人也逐渐增多。“诸国人至广州，是岁不归者，谓之住唐”^②，从而形成唐宋时期独特的“蕃坊”“蕃市”“蕃学”等现象，并且形成了“蕃人治蕃、蕃坊自治”的管理体制。自由的人口流动与开放包容的精神，使中国精美的手工艺品及制作技术逐渐流传海外，甚至影响了多国的文字创造、建筑样式及普通民众的生活习惯。另外，沿海人民共同的“妈祖”信仰在宋朝日渐兴盛起来，朝廷曾先后 14 次对“妈祖”进行加封，将这一代表沿海人民勤劳、勇敢、无畏的女性形象逐渐定性为海洋守护神，并随着海上丝绸之路不断传播到沿线各地，成为如今东南亚地区平民百姓心目中颇具影响力、号召力的宗教信仰。“妈祖”代表的博爱为民、勇敢坚强、不屈不挠、尊礼重孝的中华民族优秀思想品质也逐渐深入人心。她既代表着海外华人和沿海地区人民对生活的美好期盼，也是对中国海洋文化精神内涵的丰富表达。因此，在中国海洋文化国际传播的过程中，我们仍须不断加强与世界各国之间的文化交流和沟通，共享经济发展成果，始终保持和谐友好的交往理念，因为只有相互尊重，才能共赢共存。既要在“一带一路”倡议的基础上开展丰富的跨境文化交流活动，也要从我国自身做起，营造国际化、多元化的以人为本的较为宽松的文化传播氛围。遵循开放包容的理念，在挖掘中国海洋文化丰富资源的基础上，对内加强民间思想的政策引领，对外传递具有中国海洋文化鲜明特色的声音，拓宽海洋文化国际传播的渠道，从而架设起以政治导向为基础、以经济推广为手段，以和谐共处、文化交融为目的的友好桥梁，以推动中国海洋文化在国际上的进一步传播。

习近平总书记在“十九大”报告中强调指出，“中国特色社会主义文化，源自于中华民族五千多年文明历史所孕育的中华优秀传统文化，熔铸

① 汪大渊 《岛夷志略·龙牙门》。

② 朱彧 《萍州可谈》卷二。

于党领导人民在革命、建设、改革中创造的革命文化和社会主义先进文化，植根于中国特色社会主义伟大实践”^①。在当前中国海洋文化国际传播的进程中，我们既要继承和汲取中华民族的优秀传统和历史经验，借鉴古人在中国海洋文化对外传播中的成功方法和理念，丰富中国海洋文化的时代内涵。同时，也要紧跟世界海洋文化发展的潮流，在新时代努力讲好海洋文化发展的中国故事，构筑起中国海洋文化国际传播的新桥梁，从而谱写出中国海洋文化对外发展的新篇章。

① 习近平 《坚定文化自信 推动社会主义文化繁荣兴盛》，《人民日报》2017 年 10 月 18 日。