



新时代荆楚文化国际传播研究:实践探索、现实困境与优化路径

黄婧瑶

(武汉大学 马克思主义学院,湖北 武汉 430072)

摘要: 荆楚文化作为中华文化重要组成部分,承担着湖北省“中国形象”和“世界名片”的责任。新时代荆楚文化国际传播取得显著“湖北经验”,包括挖掘文化优势、构建传播平台、体现文化担当。然而,湖北在传播过程中仍面临品牌特色凝练不足、传播视角自我化、手段创新欠缺和人才整合乏力等挑战。为提升传播效果,湖北需整合文化精品、加强针对性传播、优化途径布局、强化人才整合及培育外向型文化企业等,以更好地展示湖北及中华文化魅力,助力国家形象塑造。

关键词: 荆楚文化;国际传播;湖北经验

中图分类号: G711

文献标志码: A

文章编号: 1671-931X(2024)05-0102-08

DOI: 10.19899/j.cnki.42-1669/Z.2024.05.016

一、引言

2018年4月,习近平总书记在武汉与印度总理莫迪举行了非正式会晤。在参观湖北省博物馆精品文物展时他指出:“荆楚文化是悠久的中华文明的重要组成部分,在中华文明发展史上地位举足轻重。”^[1]在党的二十大报告里,习近平总书记特别强调了要“提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓”“增强中华文明传播力影响力”^[2]。

湖北地域形胜,历史绵长,文化辉煌,为中华文明的重要发祥之地。在历史的长河中,湖北逐渐塑造、发展并沉淀了具有鲜明特色、广泛领域和深远影响的地方文化——荆楚文化。近些年,湖北高度重视荆楚文化的国际传播,通过创新国际传播策略

和手段,培育富有创意和创新精神的文化作品;致力于培养具有“荆楚韵味、国际水准”的文化品牌,并向世界传播并阐释荆楚文化蕴含的深刻内涵和中国价值。湖北致力于实现“文化强省、旅游强省”的战略目标,深度挖掘荆楚文化的内涵,持续推出高质量的艺术创作和展演精品,不断加强文化遗产的传承和保护,力争打造世界知名旅游目的地,创新推动湖北文旅高质量发展。

充分利用荆楚文化,生动讲述湖北故事,对推动荆楚文化的国际传播尤为关键。要把荆楚历史与当代文明紧密结合起来,使之成为中国特色社会主义先进文化的有机组成部分,让世界更多了解湖北、认识中国。这不仅是对习近平总书记有关荆楚文化重要论述的切实践行,亦是传承与弘扬荆楚文

收稿日期: 2024-07-12

作者简介: 黄婧瑶(2000—),女,湖北武汉人,武汉大学马克思主义学院2023级硕士研究生,研究方向:马克思主义中国化研究。

化的关键举措,更是增强荆楚文化国际影响力的重要途径。在全面推动中国式现代化进程、实现第二个百年奋斗目标的道路,深入挖掘和梳理荆楚文化的核心精神,分析其在当今社会的重要意义和价值。同时结合湖北省作为全国新发展格局的开创区实际,深度开发荆楚文化资源,有针对性地进行保护和有效利用,是湖北打造文化强省、促进社会主义文化繁荣的必然选择。

二、新时代荆楚文化国际传播的“湖北经验”

湖北拥有深厚的历史背景和丰富的人文资源,随着经济社会发展与国际交流合作的日益扩大,以荆楚历史文化、荆楚旅游文化等为主干内容的文化产业走出国门,取得显著成效。湖北省充分利用荆楚文化的独特资源,认真贯彻落实习近平总书记关于加强国际传播能力建设的重要讲话精神和指示批示要求,致力于构建文化传播的平台,扩大对外推广途径,并将荆楚文化“走出去”战略置于中国的大国外交、文化传播和湖北的对外开放大背景下进行规划和推动,以增强荆楚文化国际影响力,并努力展现湖北在文化领域的责任和担当。

(一)挖掘荆楚文化优势 打造文化“走出去”的品牌

1. 演艺曲目余音回荡

湖北省充分利用其地方戏曲和非物质文化遗产的独特优势,策划了一系列文化表演节目。同时,致力于推动地方传统文化的创造性转化和创新性发展。在各种重要外事及国际文化交流活动中,推出了湖北京剧、汉剧、黄梅戏、编钟乐舞、土家族歌舞和武汉杂技等经典的演艺项目。

2014年湖北省作为与莫斯科中国文化中心合作伙伴,选派湖北省京剧院前往俄罗斯表演。剧院精心选择了六部经典折子戏,向俄罗斯观众展现了中国传统艺术的魅力,赢得了俄罗斯友人广泛称赞。为了纪念中美建交40周年,湖北省《编钟国乐》演出团参与了2019年由文化和旅游部组织的“欢乐春节”巡演,在美国芝加哥交响乐团音乐厅湖北编钟国乐恢宏奏响。有着2400年历史的编钟屹立舞台中央,充分向世人展示了楚人积极进取和自强不息的精神风貌。

2. 展览项目搭建桥梁

湖北以展现中国气派、长江元素、荆楚风格为核心的优秀传统文化,展览出一系列杰出的美术作品。同时,湖北积极加强与外界的文化交流,在海外组织了系列文物、艺术、非物质文化遗产和旅游展览,让世界更了解湖北,增强了湖北的文化影响力。

湖北省利用和组织省内重点文化场所和领军企业,突出荆楚文化独特性,成功推出了如“礼乐中国”——湖北省博物馆馆藏精品文物展、“湖北,从长江走来”——湖北文化旅游图片展、“大漆走世界”——湖北美术馆馆藏漆器展、“长江边的非遗故事”——湖北省非物质文化遗产展、“中国姿态”——中国雕塑展、“长江潮——长江主题优秀美术作品展”等一系列高质量展览项目,受到海外观众青睐。

3. 民俗艺术节异彩纷呈

湖北省致力于深挖具有湖北特色和中国气派的传统节日、民间艺术、民间技艺和社会生活等民俗文化元素。通过文字、图片、视频、文创产品和节庆活动等多种方式,宣传和推广了春节文化、端午文化、中秋文化、武当功夫和茶艺等多个民俗品牌,使海外民众体验中国民俗文化的深厚底蕴。

2017年湖北综合艺术团为拓宽国际文化交流渠道,充分运用国际艺术节这一高端平台展示优秀荆楚文化,曾赴比利时、法国等国参与一系列国际民间艺术节等活动。2024年,湖北省计划举办首届“长江之约”武汉国际合唱节,以“长江文明与世界大河文明交流互鉴”为主题,旨在打造集国际化、综合性、专业性和艺术性于一体的高水平合唱文化大会,积极构建国际合唱文化交流平台。

(二)构建文化传播平台 创新文化“走出去”的途径

1. 对外活动丰富多彩

自2010年起,湖北省连续参与中宣部“感知中国”、国侨办“文化中国·四海同春”、文旅部“欢乐春节”及“美丽中国”等国家级重点品牌活动,走进超过30个国家和地区,在国际舞台上展现湖北荆楚文化魅力。同时,湖北在省委和省政府的各种重要活动,如对外宣传、经贸洽谈和友好省州交流中,大力推广荆楚文化,增强其国际知名度。

2018年和2021年湖北省分别举办了外交部湖北全球推介展览展示活动,向全世界展示了荆楚文化的璀璨与深厚、湖北面貌的日新月异以及湖北人

民英雄事迹。湖北省抓住国家在省内举办的相关重要活动,如上合组织成员国的旅游部长会议和上合组织的民间友好论坛等机会,进一步加强荆楚文化在国际的宣传和推广。2024年春节期间,湖北的武当太极、京剧、原生态的民歌和雕花剪纸在新西兰奥克兰市中心海滩的欢春嘉年华活动中大放异彩。

2. 省部合作有声有色

在文化和旅游部的统一部署下,湖北省先后与马耳他、俄罗斯莫斯科、埃及开罗、韩国首尔、德国柏林、老挝、斯里兰卡、以色列特拉维夫、拉脱维亚里加、蒙古乌兰巴托等10多个中国文化中心合作,此外与文旅部驻新德里、首尔、悉尼等多个旅游办事处也开展了对口文化交流活动,为当地居民提供演出、展览、讲座、培训和旅游推广等多项文化活动。

2019年湖北省与文旅部在新德里旅游办事处联合推出“中国文化旅游宣传推广周”,其间组织了湖北特色旅游推介会和茶文化主题旅游路线推介。2022年湖北省文旅厅与中国驻首尔旅游办事处携手推出“天涯共此时——沿着长江游湖北”中秋主题线推广活动。2023年末,湖北在中国驻伦敦旅游办事处的指导下,携手北京、上海、陕西和江西,共同组成令人惊喜的中国展区。湖北展台特别突出“极目楚天舒”主题,通过图像和视频等形式,重点推介了武汉、宜昌、十堰、恩施等省内重点旅游城市,呈现了源于中国湖北的民间艺术,受到海外观众的热烈追捧。

3. 外宣渠道拓宽广泛

湖北省与中央广播电视总台国际在线和中国文化网等多家媒体加强合作关系,精心策划了湖北荆楚文化主题,以易于海外观众理解和接受的方式讲述湖北文化故事,并在境外报刊、电视和网络平台特别是新媒体上,推出了一系列关于荆楚文化的图文视频,掀起一股荆楚文化热潮。

自2022年起,湖北省文旅厅与总台央视国际在线联合推出《家住长江边》文旅系列海外传播纪录短片。该片以长江湖北段为主轴,深入挖掘青铜文化、神农文化、道家文化、土家文化、峡江文化和茶文化等多个文化元素,通过英语、韩语和日语进行海外传播。2023年起湖北省社会科学院、湖北省博物馆等诸家单位联手构建“荆楚文化问答”网络平台,以生动且富有活力的形式摄制“文物中的楚

文化”的短视频,使古老的荆楚文化在新时代焕发出璀璨的光彩。

(三)体现湖北文化担当 放大文化“走出去”的效应

1. 助力中国外交宏图,展现中国大国形象

湖北省在服务国家外交大局中,推动荆楚文化国际传播,让世界通过读懂荆楚文化来读懂中国。荆楚文化已逐渐成为国家领导人出访及国家重大外交活动的显著标志。2016年的1月为配合习近平主席对埃及访问,湖北省精心选送编钟国乐《金石和鸣》作为“中埃文化交流年”活动开场表演,在古老的卢克索神庙遗址上拉开了《两个伟大文明对话》主题晚会的帷幕。2017年7月,为配合习近平主席访问德国及出席汉堡G20峰会,“感知中国——长江边的非遗故事”的创意展览与《编钟乐舞》在柏林的盛大展演,成为庆祝中德建交45周年系列活动最大看点。2017年3月,为配合时任总理李克强对澳大利亚和新西兰的访问,策划了“极目楚天舒”的湖北文化图片展和文化企业对外经贸洽谈会等多项活动,与20多个项目签订合同,协议金额超过30亿元。^[3]

2. 致力中国文化弘扬,彰显中华文化软实力

湖北省积极参与或承办由国家有关部委主办的国际文化交流项目,荆楚文化成为传播中国文化和促进民心相通的重要途径。两度参与中宣部“感知中国”文化交流活动,先后组织艺术展演团前往哈萨克斯坦和德国,参与“感知中国·丝路明珠”等多项国家形象推广活动。多次参与文旅部“欢乐春节”品牌交流活动,组团前往澳大利亚、埃及、韩国、丹麦、波兰、美国、以色列、约旦等多个国家和地区进行文化交流,同时参与美洲和大洋洲的“美丽中国”旅游推广活动。连续10年湖北省与文旅部海外中国文化中心建立对口合作关系,圆满完成了文旅部制定的国际文化交流任务。

3. 襄助湖北开放新征程,焕升湖北整体风貌

湖北省服务全省经济社会发展大局,积极开展对外文化交流合作,提高湖北对外形象。2016年5月,省政府带领代表团访问新西兰、澳大利亚等国,在新西兰成功举办“楚汉神韵”非物质文化遗产展览。2017年5月,省政府代表团访问俄罗斯、波兰和瑞典,成功举办了“放飞梦想”国际少儿画展和

“楚汉神韵”中国湖北非物质文化遗产展等一系列文化交流活动。2018年8月至9月，省政府代表团前往日本和韩国举办经贸合作推介活动，策划了“湖北，从长江走来”主题展览，全方位展示了湖北省自然生态、历史文化、对外开放的成果以及人民幸福生活的美好画卷。

三、新时代荆楚文化国际传播的问题与挑战

尽管湖北省在推动荆楚文化对外传播的进程中，积极探索并尝试了一系列颇具创新性的实践做法，然而，在此过程中不可避免涌现诸多问题。例如在品牌特色的塑造方面未能进行精准且凝练的提炼，在国际传播资源的统筹方面尚未实现最优化的配置和整合；传播视角存在较为明显的自我倾向，国际表达不够流畅自然；国际传播的形式往往流于表面，人才与企业的双重缺位等现象，最终导致传播效果不尽如人意。从一定意义上来说，这亦是中华文化向世界传播进程中广泛存在的共性问题。

（一）荆楚文化品牌特色尚待凝练 国际传播资源统筹有待优化

湖北不仅是荆楚文化的发祥地，同时也是古代楚国政治、经济和文化等各方面中心。湖北荆楚文化虽涵盖炎帝神农文化、楚国历史文化、秦汉三国文化、清江巴土文化、名山古寺文化、长江三峡文化、地方戏曲文化、民间艺术文化、江城武汉文化以及现代革命文化等多个文化维度，但其核心依然是楚国和楚人主导的历史文化体系。^[4] 尽管当前荆楚文化国际传播品牌有一定特色，但在深度提炼上仍显不足。文化品牌如京剧、武术、文物、非遗和杂技尚未充分展现荆楚文化的独特性；“编钟乐舞”“楚汉神韵”和“灵秀湖北”等作品在结构上呈现出微妙的支离。虽现在为海外游客推出了武汉都市、长江三峡、武当问道、神农探秘、三国文化、土家风情、楚文化和炎帝寻根八大旅游路线，但各路线间的联系并不紧密，彼此割裂。如何在吸引海外游客游览路线的同时，也能体验到荆楚文化的独特魅力和风采；如何塑造荆楚文化的形象，让全世界更清晰地了解荆楚文化的内涵；以及怎样整合并展现荆楚文化的品牌特性，此类工作亟须强化。

此外，湖北省当前在国际传播方面所具备的资源、所推进的项目以及所投入的资金，广泛分散在

宣传、文化、新闻出版广电等众多的部门当中。例如，在宣传部门，侧重于对本省特色文化和发展成就的宣传推广；文化部门则侧重于组织各类文化活动的对外交流；新闻出版广电部门主要负责相关新闻报道和影视作品的输出。然而，其中部分交流工作呈现出自发性与分散性的特点，在开展文化交流时，其系统性、整合性以及协同性尚有不足。这种状况直接导致难以产生乘数效应，无法充分发挥各部门资源和项目的最大潜力，从而在很大程度上影响了国际传播的最终效果。

（二）传播视角自我倾向明显 中国故事与国际表达关系处理有待改善

当下，荆楚文化的国际传播工作重点在于配合党和国家领导人的出访事宜，同时主要依据文化和旅游部的工作安排来开展。就传播的途径而言，主要呈现出政府主导、各界参与的态势。例如，在某些重要的国际外交场合，荆楚文化的展示成为彰显我国文化底蕴的一部分，但其传播内容和形式往往由政府部门进行主导规划。然而，在此过程中，各高校以及各民间团体所发挥的传播作用尚未得到充分施展。具体来看，高校在学术交流、文化研究等方面的传播潜力尚未得到有效挖掘，民间团体在组织文化活动、促进民间交流等方面的积极作用也未能得到充分发挥。在传播的视角上，一直以来是以自我为中心，将“我们”主观认定的荆楚文化不假思索地推向世界各国。在文化交流活动中，只是单纯地展示传统的文化元素，而缺乏对国际受众需求和接受程度的深入调研和分析。

在讲好中国故事、传播荆楚文化的进程中，部分讲述者与传播者未能充分且有效地结合受众所在国家的国情、源远流长的文化背景、独特的价值观体系以及根深蒂固的习惯等显著特点。此外，由于受到资源方面的限制，相关的研究不够深入，对于各种情况的研判不够精准，从而致使部分交流项目失去明确的目标与方向，出现了“不管客是谁都端一样菜”的不良现象。当对于荆楚文化中某一传统技艺的研究未能深入挖掘其历史渊源和文化内涵，只是简单地进行表面展示，无法满足不同受众对于深入了解的需求，便会使得交流效果大打折扣。

（三）国际传播形式流于表面手段创新不

足 传播效果有待提高

当前,荆楚文化的传播途径主要体现为参与形形色色的文化活动,策划并开展文艺演出,组织各类别、多样化的文化展示。然而,此种传播方式往往呈现出一种阶段性的热度,活动进行时热热闹闹,活动结束后却冷冷清清,难以形成持续且深远的影响。荆楚文化节活动期间吸引了众多观众,现场气氛热烈、环节精彩纷呈。但活动结束后,相关的话题热度迅速下降,未能在受众心中留下深刻的文化印记。切实的文化传播不应仅止于活动层面,不可浮于形式表象,而需促使荆楚文化于全球各地落地生根。以韩国为例,其流行文化通过影视作品、音乐等多种形式在全球范围内广泛传播,不仅在短期内吸引了大量粉丝,更通过长期的文化输出,使其文化元素如服饰、饮食等逐渐被世界所接受和喜爱,对全球文化格局产生了一定的影响。荆楚文化的传播亦应借鉴此类成功经验,通过深入挖掘自身文化内涵,创新传播形式,形成长效且持续的影响力,而非昙花一现般的短暂热闹。

在推动荆楚文化走向世界的进程中,还存在传播手段与形式呈现出相对单一的态势,所产生的感染力也相对薄弱。在一些国际文化交流展览中,荆楚文化的展示仅仅局限于传统的文物陈列和简单的文字说明,缺乏互动性和创新性的展示方式,难以引起参观者的浓厚兴趣。同时,还存在着老作品数量居多、新作品相对稀缺,古代题材占据较大比重、现实题材较为匮乏,采用传统表现手法较为频繁、采用现代表现手段相对较少等一系列问题。例如,以荆楚文化为主题的影视作品,大多围绕着古代的历史故事和传说进行创作,而对当代荆楚地区人民的生活、精神风貌以及社会发展等现实题材的挖掘和呈现严重不足。在表现手法上,过多依赖传统的叙事和拍摄技巧,缺乏对现代影视技术和表现手法的运用与创新。这些状况致使中华文化的魅力与活力未能得到充分彰显,尤其是在吸引海外青年受众积极参与方面存在不足。

(四)传播荆楚文化人才整合乏力 文化旗舰企业规模有待扩充

在大力加强文化强省的相关工作时,首要任务便是构建一支素质过硬的文化队伍。当下,荆楚文化传播的队伍缺乏稳定性,临时兼职以及临时拼

凑的现象颇为严重。在数次荆楚文化的海外展览活动中,由于缺乏固定的专业团队,工作人员多为临时招募的志愿者,对荆楚文化的了解有限,在展览讲解和交流互动中无法准确、深入地传达文化内涵。然而,实际从事汉语及汉文化国际传播的人员,并未被纳入荆楚文化传播的队伍之中,致使他们所进行的文化传播工作,与荆楚文化的传播关联性较弱。国际汉语教师团队虽然在汉语教学和一般性的汉文化传播方面经验丰富,但由于缺乏与荆楚文化传播项目的有效对接,他们在日常工作中很少涉及荆楚文化的内容,无法将荆楚文化的特色和精髓融入汉语教学和文化传播中,使得荆楚文化在国际传播中错失了借助这一专业力量的机会。

此外,当前荆楚文化企业在面对丰富多样的传统文化资源时,所展现出的创意开发能力明显存在不足,对于这些珍贵资源的开发和利用缺乏有效性与科学性。荆楚地区拥有丰富的民间传说、传统工艺等文化元素,但在实际的文化产品开发中,往往只是简单地将这些元素进行堆砌,缺乏深度的创意融合和创新设计。如某些以荆楚民间故事为蓝本的动漫作品,仅是对故事的直接改编,画面制作粗糙,剧情缺乏新意,未能充分挖掘故事背后的文化内涵和价值。再者,荆楚文化的表达方式在国际化程度方面表现欠佳,缺少具有国际影响力的文化品牌。荆楚文化的影视作品、音乐作品等在国际市场上的知名度和市场份额都极为有限;即使是在国内市场具有一定影响力的荆楚文化产品,在走向国际市场时也往往遭遇诸多困难,如语言障碍、文化差异导致的理解偏差等,难以在国际文化贸易中占据有利地位。

四、提升新时代湖北荆楚文化国际传播的发展路径

习近平总书记在党的二十大报告中强调:“加快构建中国话语和中国叙事体系,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象。加强国际传播能力建设,全面提升国际传播效能,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。”^[2]为推动荆楚文化更好走出去,湖北省还可以在提升其国际传播能力方面探赜。

(一)悉心整合荆楚文化精品 着力强化文化

国际传播顶层设计

2023年12月,湖北文旅的新宣传语“知音湖北·遇见无处不在”正式向全球推出。在当前全球化的大背景之下,从世界文明多样性的紧迫需求出发,全面深入地理解荆楚文化的核心要义尤为关键。作为用于国际传播的荆楚文化品牌,一方面需要明确展示荆楚文化的独特性,另一方面更需要全面展示中华文化的整体性。不仅要深入考虑荆楚文化的地域特性,同时也要对荆楚文化在未来发展的世界性给予足够重视。既需要致力于构建一个以物质遗产为核心的物质文化品牌,更应该努力打造一个以精神内涵为中心的精神文化品牌。

目前,旅游市场正在从传统的资源驱动模式,逐渐升级为由资源、文化、情感和兴趣共同驱动的多元化市场。湖北可以在优化和创新“知音文化”的空间载体方面做出努力,将武汉知音文化旅游区发展成为在全国范围内具有较高知名度的文化项目,同时在现有基础上建设一批以“知音”为主题的主题公园、精品酒店、休闲度假小镇及相关配套设施。另一方面,巧妙结合知音文化与武当文化、长江文化、三国文化等荆楚地区的特色文化元素,创造系列具有故事连贯性和场景化体验的主题空间。同时利用影视、动漫、歌曲、音乐节,以及舞台剧、情景剧和音乐剧等多种形式,努力将“知音湖北”塑造为国家级的文化品牌。

此外,提高国际传播能力,精彩地讲好中国故事,毫无疑问是一项复杂且庞大的系统工程,需要通过深入且全面的战略研究来明确一系列关键的顶层设计要素。具体而言,包括清晰准确的目标定位,明确重点任务,确立科学合理的方法,以及制定具体可行的措施等顶层设计。为了保证文化走出去的有序性和有效性,还应当积极与国内相关科研机构开展协同研究。加强对荆楚区域文化专题的深入分析,比如深入探究荆楚地区的历史传承、民俗风情、艺术形式等方面的独特魅力。同时,丰富对重点国家的全面认识及细节认知,了解其文化背景、受众需求和传播特点,从而提高文化沟通的精准性。减少低效传播,避免传播内容和方式的盲目性和随意性;避免无效传播,杜绝诸如信息不准确、不符合受众需求等情况;杜绝负效传播。只有这样,才能真正提升对外文化传播力,让中国故事在国际

舞台上绽放更加璀璨的光芒。

(二)加强荆楚文化传播针对性并建立统筹协调机制 加快形成文化国际传播合力

在当前的时代背景下,荆楚文化的叙事方式亟待突破传统的局限性,应当坚决摒弃那种相对窄化的“以省为界”以及“以我为中心”的单向叙事模式。要着力讲述能够被广泛理解的荆楚文化,从众多的历史人物、重大事件、珍贵文物以及经典作品中精心提炼出一系列具有代表性的荆楚文化故事。要深入到历史的细微之处和文化遗产的深层脉络之中,精心挖掘那些蕴含丰富跨文化元素的精彩故事,借助跨文化传播的有效途径显著提升地方在国际传播领域的效能水平。同时,也重视世界汉学家对荆楚文化的推介事宜,不仅需注重向外传播,且要强化向内引进传播。旅游作为传播文化的关键方式之一,需依据全球各地民众的需求,精细规划国际旅游线路。借由旅游市场的持续性营销举措,进一步推动荆楚文化的活化进程。

此外,要对荆楚文化走出去所涉及的领导力量、资金投入以及项目规划进行全面且系统的统筹。其中,不仅要对省内外的相关机构加以统筹协调,还需对国内外的各类机构进行整合优化;不仅要文化事业和文化产业予以统筹兼顾,还要对走出去和请进来等双向交流活动进行统一规划和部署,以实现众多参与主体从自发、无序的状态向自觉、有序的方向转变,从零星分散、各自为政的运作模式向系统协同、集成高效的运作模式转变。要切实做好针对走出去的湖北民众的教育引导工作。通过开展形式多样、内容丰富的教育培训活动,增强他们对荆楚文化的深入理解和认同,提升他们的文化传播意识和能力。让每一个走出湖北、走向世界的湖北人,都能够成为荆楚故事的生动讲述者、荆楚文化的积极传播者。使外国人能够从他们的言谈举止、交流互动中,更真切、更立体、更全面地感受到荆楚文化的独特魅力和深厚内涵。同时,也要高度重视并切实做好针对来湖北的外国人的文化传播工作。在他们的参观访问、交流合作等活动中,要有意识、有针对性地讲好荆楚故事。增进外国人对荆楚文化的了解和喜爱,促进荆楚文化在国际上的广泛传播和深度交流。

(三)优化传播途径布局 创新传播手段范式

丰富传播通道维度

根据《中国国家形象全球调查报告》，51% 的海外受众更倾向于通过新媒体来了解中国的文化，尤其是年轻人，依托于互联网和手机的新型社交媒体已经成为信息传播的主要途径。^[3] 需要最大限度地利用大数据、云计算等前沿技术，并结合推特、脸书等国际社交平台，以促进荆楚文化的国际传播。

荆楚地区拥有数千年多样态的文化遗产形式。为了确保荆楚文化的准确继承和传播，一方面需要建立特色文化遗产的数字资源库体系和荆楚文化遗产基因信息库，这些库将科学客观地评估和分类文化遗产基因信息的核心要素。另一方面，构建可触及且能实现的荆楚文化共同体，贯通线上与线下，形成渠道多样、体验丰富的荆楚文化融合产品矩阵架构。例如，通过线上数字化展览展示荆楚地区的历史遗迹，结合线下的实地参观和文化体验活动，构建全方位、多层次的文化传播体系。

“互联网+”已然开启了传统产业生产流程重新塑造、商业模式革新以及价值链重新组合的大门，为文化产业发展给予了前所未有的契机。在推进荆楚文化产业发展过程中，必须高度重视对荆楚文化元素与符号的精准提炼，深入挖掘其独特且丰富的文化内涵。着重关注荆楚文化特色遗产在文化产业中的有效运用，以促进荆楚文化与乡村旅游、休闲农业以及生态旅游等领域的深度融合与协同发展。同时鼓励文化创意产业与其他行业进行自由跨界合作，以实现资源的优化配置和产业的创新发展。旨在构建一个具有全国影响力、集聚效应显著且产业特色鲜明的“互联网+”文化产业集聚基地，进一步推动荆楚文化产业的繁荣发展。

（四）强化荆楚文化国际传播的人才队伍整合力度 奋力培育外向型文化企业

随着改革开放的持续深化，汉语和中国文化正在以一种前所未有的强劲势头，以空前的速度和范围迅速走向全球舞台。截至 2023 年底，全球 160 个国家（地区），284 家中方合作机构和 1306 家外方合作机构，共同建设着 498 所孔子学院和 773 所孔子课堂。^[5] 然而截至 2018 年，在湖北地区的高等教育机构中，仅有 21 所孔子学院和 1 个孔子课堂得以建立。^[4] 考虑到当前的实际情况，荆楚文化在

全球各地的孔子学院中，仍然是一个严重缺乏的部分。它既没有被整合进教材中，也没有被引入到课堂教学中，更没有真正融入当地年轻人的思维和认知里。造成这一局面的根本原因在于，荆楚本土缺乏能够担当起传承与弘扬荆楚传统文化重任的优秀人才，以及相关人才培养机制不健全。全国各地数以万计的汉语志愿者教师充满热情地走到世界各个角落，全力以赴地推广汉语和汉文化。然而这些教师的志愿服务期限常常受到一定限制。当他们返回国内，大多数人都没有得到继续投身于文化传播事业的机会，这显然引发了大量的人才流失和资源的极大浪费。湖北省若能有效地整合其中优秀成员，进一步组建一个专注于荆楚文化传播的专业团队，无疑将创造一个互利共赢的积极环境。此外，健全人才选拔流程，以选拔那些对荆楚文化有深入了解、拥有卓越的传播能力和强烈使命感的优秀人才；构建高效的激励体系，确保人才能在一个稳定且有益的环境中工作，毫无保留地致力于荆楚文化的推广和传播。

与此同时，应当大力鼓励企业积极开展对传统荆楚文化产品的创新探索与实践，尤其是要着重激励企业创作出适合走向国际舞台的各类荆楚文化作品，例如具有广泛影响力和传播力的影视作品，以其生动的画面和精彩的剧情展现荆楚文化的独特魅力；富有艺术感染力的舞台艺术作品，凭借精湛的表演和精妙的编排呈现荆楚文化的韵味；以及独具匠心的文博创意产品，将荆楚文化的元素巧妙融入日常用品，使之兼具实用价值与文化价值。要积极鼓励企业高度重视人才培养工作，致力于打造一支高素质、专业化、富有创新精神和国际视野的经营团队；鼓励企业巧妙借助金融杠杆的作用，充分整合各类优势资源，优化资源配置，提升荆楚文化企业在国际市场上的竞争力。企业应当善于运用金融工具，吸引更多的资金投入，加强技术研发、市场推广和品牌建设，同时积极开展国际合作，引进先进的管理经验和手段，不断提升产品和服务的质量和水平。在追求经济效益的同时，也要注重社会效益的实现，通过传播荆楚文化，促进文化交流与融合，为社会的进步和发展贡献积极的力量，努力达成社会效益和经济效益的双重丰收。

五、结语

荆楚文化作为中华文化的重要组成部分,具有独特的魅力和深厚的内涵。在新时代,加强荆楚文化的国际传播,对于提升中国文化的影响力、促进中外文化交流具有重要意义。

通过对新时代湖北荆楚文化国际传播的研究可知,湖北省在荆楚文化的国际传播方面取得了一定的成绩,但也面临着一些问题和挑战。为进一步提升荆楚文化的国际传播能力,湖北还需要寻找方法不断优化路径。同时我们也应该认识到,荆楚文化的国际传播是一个长期而复杂的过程,需要政府、企业、社会组织 and 个人的共同努力。只有各方携手合作,形成合力,才能更好地推动荆楚文化走

向世界,让世界更好地了解湖北、走进中国。

参考文献:

- [1] 赵成,鞠鹏,庞兴雷.习近平会见印度总理莫迪[N].人民日报,2018-04-28.
- [2] 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——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N].人民日报,2022-10-26.
- [3] 雷文洁,刘小奇,杨润,等.传播荆楚文化 展现中国价值——关于湖北推动荆楚文化走出去的调研[N].光明日报,2018-01-19.
- [4] 石铨.以国际视野为导向 加快荆楚文化的国际传播[J].湖北政协,2018(7):44-45.
- [5] 中国国际中文教育基金会.全球网络[EB/OL].<https://www.cief.org.cn/qg>,2024-06-29.

[责任编辑:许海燕]

Research on the International Communication of Jingchu Culture in the New Era: Practical Exploration, Real Challenges, and Optimization Paths

Huang Jingyao

(Wuhan University, School of Marxism, Wuhan, Hubei, 430072, China)

Abstract: Jingchu culture, as an important component of Chinese culture, bears the responsibility of representing Hubei Province as both a 'Chinese image' and a 'world business card'. In the new era, the international communication of Jingchu culture has achieved significant 'Hubei experiences', including the exploration of cultural advantages, establishment of communication platforms, and manifestation of cultural responsibilities. However, Hubei still faces challenges in refining its brand characteristics, overcoming self-centered communication perspectives, innovating communication methods, and integrating talents effectively. To enhance communication effectiveness, Hubei needs to integrate cultural excellence, strengthen targeted communication efforts, optimize communication strategies, enhance talent integration, and foster outward-oriented cultural enterprises. This will better showcase the charm of Hubei and Chinese culture, and contribute to shaping the national image

Key words: Jingchu Culture; International Communication; Hubei Experience