

新文科建设背景下 助力文商旅融合践行多模态宣传的创新实践研究

吕丽红 黄柳燕
广东理工学院，广东 肇庆 526114

摘要：岭南文化作为中国南方文化的重要组成部分，承载着丰富的历史与地方特色，其传播不仅有助于文化自信的增强，也为社会科学的普及提供了新的视角。本文结合作者在岭南文化外宣基地的实践活动所取得的成果，旨在探索新文科背景下在外语教学实践中将语言技能与人文素质相结合，创新文化多模态宣传的路径，以增强文化传播的有效性，同时以文商旅跨界发展的全新思路，推动地方经济的不断向前发展。

关键词：新文科；文商旅融合；多模态宣传

Innovative Practices in Multimodal Promotion to Support the Integration of Culture, Business, and Tourism under the New Liberal Arts Framework

Lyu,Lihong Huang,Liuyan
Guangdong Technology College, Zhaoqing, Guangdong, 526114, China

Abstract: As a vital component of Southern Chinese culture, Lingnan culture embodies rich history and local characteristics, and its promotion not only bolsters cultural confidence but also offers new perspectives for the dissemination of social sciences. This paper draws on the outcomes of practical activities conducted at an external promotion base for Lingnan culture, aiming to explore pathways for integrating language skills with cultural literacy in foreign language teaching under the new liberal arts framework. The study seeks to innovate multimodal cultural promotion to enhance the effectiveness of cultural dissemination and, through a cross-disciplinary approach integrating culture, business, and tourism, to drive local economic development forward.

Keywords: New liberal arts; Culture-business-tourism integration; Multimodal promotion

DOI: 10.62639/sspips33.20240105

引言

在大力倡导新文科建设的时代背景下，各省市和地区都在积极探索文商旅融合的全新发展模式。为了更好地实现产业转型升级，打造本土文化名片，实现有效的跨界融合，创新服务业模式，各地政府都应该具有多模态宣传思路，可以借助新媒体、新平台、新渠道，以多种方式进行宣传，还要主动学习其他城市的成功经验，借鉴他们的发展模式，全方位宣传本地文化、商贸和旅游产业，加快推动文商旅联动发展，达成三者互相促进，共同发展的目标。

一、文商旅融合发展现状

（一）文商旅融合度较低

科技的飞速发展，让信息的传播更加便捷和高效，传播渠道越来越广，传播方式也更加多样化。尤其是最近几年，文创产业越来越受到市场和大众的关注，也为各地创造了巨大的经济收益。

文创属于新兴产业，在宣传方面，由于经验不足，存在创新力度低、宣传手段单一等问题。如今，最受瞩目的当属北京故宫文创，一开始推出的故宫联名手账胶带就受到大家的欢迎，之后又相继推出故宫联名款口红，以及各种故宫 IP 的周边文创产品，真正以现代化的方式宣传了传统文化的古代美，获得大家认可，市场反应极佳，也因此带火了文创行业，文创产品的大卖，又反过来促进了故宫旅游业的繁荣发展，真正实现了文创和旅游的产业互补。基于此，我们可以看到，文创产业成为推动文化和旅游产业发展的有力助手^[1]。借助当代的各种高科技手段，文创行业的传播也不再仅仅局限于纸质方式，而是更加智慧化、信息化。互联网宣传、VR 和 AR 沉浸式体验等宣传方式，让人们拥有了更多全新的文化体验，还有许多文创产品以游戏、搜索引擎等方式，在互联网上进行传播，让全世界都可以看到中国文化，极大提升了我国传统文化的世界影响力。

（二）市场局面尚未充分打开

文商旅融合发展要契合现代人的需求，各地

（稿件编号：IPS-24-5-1036）

作者简介：吕丽红（1983-08），女，汉，广西桂林，本科硕士，副教授，研究方向：跨文化交际教学。
黄柳燕（1980-03），女，壮，广西来宾，硕士研究生，副教授，研究方向：外国语言与文化。

基金项目：广东省哲学社会科学规划 2024 年度“外语专项”：“两创三融四协同”下的南粤非遗文化译介与多模态传播研究（GD24WZXC01-15）。

2024 年广东理工学院质量工程项目：“对标新文科建设，践行多模态宣传，助力文商旅融合创新与实践”（CGPY202413）。

文旅部门要将本地文化创新地转化为娱乐性强的旅游文化产业,在旅游和商业等产业进行高度投入,真正实现文商旅的有机融合^[2]。目前,一些地区未能对本地传统文化行业的文创进行有效诠释,文化发展比较单一,创新性内容较少,结构也比较固定,使得文商旅融合发展不振。如若不能对文化创新进行有效诠释,就无法达到通过文创促进商业旅游快速发展的目的,现代科技在文商旅融合的宣传中也难以发挥出应有的作用。

二、新文科建设背景下助力文商旅融合多模态创新宣传路径

(一) 联动会展扩大文商旅融合宣传

会展是宣传文商旅融合的有效途径之一,会展可以将上下游产业联系起来,上游产业带来人流,通过得当的衔接和有力的引导,将上游产业转化为文旅消费市场。会展和旅游可以很好地衔接在一起,会展旅游产业在发达国家已臻成熟,通过打造旅游名片,也让会展的竞争力得以提升。一些发达国家甚至有奖励旅游政策,让人们在参会过程中获得身心上的愉悦。国内许多城市会展尚处于初步阶段,主要目的为接待客户,促成生意。要通过会展有效宣传文商旅融合发展,首先要理清文商旅融合发展思路,建立一套自上而下的管理架构^[3]。会展和文旅的跨界融合,是一个全新领域,设计行业众多,融合发展具有一定难度,需要有清晰的发展思路,建立高效的相互合作机制,实现多方联动发展。企业要做到主动开发市场,挖掘有需求的客户,主动提供服务。其次,会展、文化、旅游三方应该学会分工合作,扩大交集,建立有效的合作运作模式。三方之间互通有无,确保信息交流顺畅,了解各个行业的法律法规和政策,理顺收益分配机制,以此来充分调动企业积极性。第三,充分运用大数据等信息技术手段,加深会展和文化、旅游的融合程度,打开融合发展新思路,建立以政府为主导,行业协作,企业合作竞争的管理结构。

产业融合发展是未来社会发展的趋势,也是产业转型升级必然经历的过程。会展属于上游产业,可以发挥自身集聚效能,大力推动下游文化、旅游产业的发展。而文化、旅游产业的发展,又能进一步扩大会展名气,成为会展的软实力名片。以展会扩大文商旅融合发展宣传力度,首先要发挥政府的调控作用,由各行业协会进行协助管理,不同企业之间自由合作、竞争。企业要突破自身局限性,破除行业壁垒思想,与其他企业进行沟通、交流、协作互助,构建完整的会展接待服务体系^[4]。其次,还应当鼓励会展积极与文化、旅游行业进行融合发展。旅行社要与参展企业合作,在住宿、餐饮和交通等方面,为企业提供优惠政策和便利服务,深入会展之中,积极向参展商和与会者推荐酒店,并提供各种酒店预订和接送服务,并设计多种旅游路线,满足不同人群的旅游偏

好。旅行社依据会展主题制定相应的营销和服务计划,结合不同国家和地区游客的旅游喜好,设计多种旅游路线和旅游产品。例如,香港会展在其网页主页设置了“旅港锦囊”专栏,参会者可点击专栏链接,直接跳转香港旅游发展局页面,还有会展拓展网页,其中的“旅游魅力”一栏着重介绍相关美食、文化、景点、节日清点、文艺活动内容。我们可充分借鉴相关会展经验,通过提供丰富旅游产品,大力宣传相关的文商旅融合。

(二) 打造文化街区强化文商旅融合宣传

文商旅融合发展的宣传中,要体现出“文化搭台,商旅唱戏”的效果,而文化街区就能很好地达到这一宣传效果。文化街区集饮食、住宿、旅游、娱乐、购物于一体,许多城市也都在积极打造各种文化街区,因为千人一面,缺乏新意,没有体现自身的特色,成功的例子极少,地方文化特色没有通过文化街区尽数展现出来。文化街区未能有效宣传文商旅融合发展的主要原因在于,第一,文化街区没有很好地提炼和宣传本土文化精神内涵。文化是城市发展的内驱力,文化街区则是展现本地文化的重要窗口,文化精神内涵的宣传和展示不足,就无法打造本地文化品牌。此外,一些地区的文化街区在进行建设规划时,没有充分考虑文化底蕴因素,也缺乏文化贯穿始终的指导思想,使得街区建筑、景观和文化之间联系不够紧密。游客在游览过程中,也难以产生一日千年的感受,并不能通过游览街区,全面、深刻了解本地文化,感觉所游览街区与其他地方的街区并无二致。在众多文化街区中,也不乏充满文化精神内涵的街区,他们的成功经验也值得大家效仿^[5]。例如,南京的夫子庙,就通过古建筑群,将儒家文化的精髓体现得淋漓尽致,其中的贡院,将耕读传家的科举文化精神内涵充分展现出来,游客也能对儒家文化产生更多崇敬之情。第二,文化街区未能充分展现自身的精神文化。建筑、景观这些实物遗迹为文化的第一层,许多文化街区都能够充分加以利用,大多为介绍和展示文化知识,游客也能通过这些介绍和展示,获得当地文化的初步认知和了解。传统工艺、民俗文化是文化的第二层,文化街区在利用这些文化资源方面也做得比较好。包含文学和艺术的精神文化则是文化的第三层。目前来看,许多文化街区并不能很好地体现文化的第三层。精神文化是文化的灵魂和精华,只有在文化街区中体现精神文化,才能达到以情感人的效果,令人对本地文化产生强烈的探索兴趣,提升游客的重游率。例如,北京的王府井街区,包含商务印书馆、人民剧院、美术馆、音乐厅、考古研究所等众多高水平的文化艺术场馆,这些场馆的分布,让街区体现了国家水平的精神文化。由此,我们可以看到,通过文化街区宣传文商旅融合发展,需要重视对本地精神文化的提炼。各地在打造文化街区时,需要学习这些

优秀文化街区的经验, 挖掘本土特色艺术文化, 在街区建设中体现深厚的艺术文化积淀, 展现本土文化独有的风采和底蕴。

(三) 运用工业遗产拓宽文商旅融合宣传渠道

工业遗产是指具有重要的历史、社会、建筑等方面价值的工业遗留物, 这类遗产的建筑和结构, 都具有极高的工艺水平, 遗产在所处地区都有着极其重要的物质或非物质表现价值。一般而言, 工厂、制造车间、大型机械设备、仓库等遗址, 都被称为工业遗产, 人们曾在这些地方工作、生活、从事宗教朝拜、开展教育活动, 是当时重要的社会活动场所。伴随着城市的发展与社会的变革, 一些位于城区的工业向郊区迁移, 这些被遗留下的工业遗产, 就拥有了比较高的历史、文化、社会、科学、艺术、产业、经济价值, 也因此成为宣传文商旅融合发展的有效渠道。拥有工业遗产的地区, 可以将其改造成文化园区。例如, 北京的 798 艺术区, 就是将工业遗产改造成文化园区的成功案例。此处原本是 718 联合厂遗留的旧厂区。本世纪初, 一些艺术家发现这些厂房极具包豪斯风格, 便将其改造成艺术工作室, 逐渐吸引越来越多的艺术家进驻, 最终发展成国内外都极负盛名的艺术园区, 引领国内艺术试商 loft 潮流。如今, 798 已然成为北京文化艺术地标, 一些国家的国际政要也会来此参观访问。各地文商旅发展部门可以充分学习和借鉴 798 艺术园区的发展思路, 在政府的主导下, 做好园区建设的总体规划, 以及相应的管理工作和服务工作。798 园区在建设的过程中, 做到了以政府为主导, 企业在政府引导下, 遵循保护、开发的发展原则, 在规划艺术区空间布局时, 从保护工业遗产、规划空间、保护环境、发展文创产业等多个方面进行综合性考虑, 做出合理的规划和业态分布, 进而吸引到与艺术产业相关的大批企业在此集聚, 比如画廊、艺术工作室、经纪公司、艺术品交易服务公司、设计公司等等, 令园区的艺术集聚效应得到进一步提升。

在此基础上, 政府与企业又积极推进文创产业链的完善, 开设多种文创增值配套服务, 真正将工业园区打造成集艺术创作、服务、教育、娱乐于一体的大型综合性文创产业园区, 为北京地区文商旅融合发展进行了极为有效的宣传。为了持续为艺术园区注入活力, 还需要为此处的艺术企业和艺术工作者提供更多政策和资金上的扶持, 比如房租优惠政策。优惠的房租可以减轻艺术工作者的负担, 使艺术家们在此处长期驻扎, 并吸引更多艺术家聚集, 营造更加浓厚的文化艺术氛围。对此, 政府可以成立专门的管理部門, 全面调查艺术园区的问题和现状, 了解艺术工作者的困难和实际需求, 给予相应的政策优惠和补助, 将艺术企业和艺术工作者长久留在园区, 持续为文商旅融合发展的宣传助力。

(四) 利用高校资源推动文商旅融合宣传

在新文科建设的背景下, 高校作为知识创新

和文化遗产的重要阵地, 能够通过丰富的教育资源和学术力量, 助力文商旅融合的宣传和发展。笔者作为岭南文化外宣基地负责人, 在整个建设期经过精心筹建, 结合专业特色, 实施了一系列创新举措, 形成了独特的宣传路径。例如, 在校内举办社科普周活动, 师生参与签名墙活动, 观看岭南文化科普展板, 并翻阅科普宣传手册, 这种互动形式有效增强了师生的文化认同感和自豪感, 深入了解岭南文化的相关知识。此外, “实践‘新文科’建设、传播中华优秀传统文化——岭南民间文化故事外译汇编”的项目(简称《汇编》)在 2021 年广东省第十六届“挑战杯”大学生课外学术科技作品竞赛中获得省级三等奖和校级特等奖。该举措不仅培养了学生的实践能力, 也为岭南民间文化的传播奠定了基础。基于《汇编》的成果, 特别开设了名为“岭南风韵”的专栏, 通过结合视频和朗诵的形式, 展示岭南民间文化的翻译作品。该专栏在学院公众号成功推出三十期, 以文字、图片和视频等多模态形式, 用英文和日文介绍岭南文化, 极大地促进了岭南文化的传播和理解。同时, 还组织了前往岭南文化基地研学活动、在校内开展《岭南文化翻译传播》讲座, 吸引广大师生参与, 增强他们的文化素养与传播能力。这不仅提高了对岭南文化的认识, 还培养了学生成为文化传播者的意识和能力。

通过一系列多角度的文化研究和宣传活动, 师生共同参与文化项目, 形成了多样化的宣传内容, 发挥了高校的资源优势, 岭南文化外宣教育基地在文商旅融合的多模态创新宣传上取得了一定成效。这一路径不仅推动了岭南文化的传承与发展, 也为文商旅融合提供了新思路, 展示了高校在文化传播中的重要角色。

三、结束语

新文科建设背景下, 文商旅融合发展的多模态宣传也获得了更多助力。每个地区都应该主动追求本土文化的多元化和高质量发展, 转变传统单一的宣传方式, 积极探索多元化的文商旅融合发展模式, 创新行业发展模式, 提升产业经济效益, 扩大本土文化传播幅度, 促进当地文商旅长久、稳定、可持续发展。

参考文献:

- [1] 周国勇. 放大文商旅促融合综合效应 打造高质量发展强劲引擎 [N]. 绍兴日报, 2024-08-15 (001).
- [2] 阙硯. 岭南传统建筑社区文商旅融合发展圈设计研究——以广州市海珠区隔山社区为例 [J]. 美与时代 (城市版), 2022, (04): 26-28.
- [3] 罗赣, 何选润, 盘劲呈. 文商旅体融合发展助力“贵阳贵安”世界级旅游城市建设研究 [J]. 贵州师范学院学报, 2024, 40 (07): 70-77.
- [4] 张蓉. 文商旅融合视域下公共文化服务高质量发展路径探究——以广州市越秀区“广府庙会”为例 [J]. 文化月刊, 2024, (06): 103-105.
- [5] 宗相侠, 王伊琳. “文商旅”融合视角下世界文化和旅游商品自由贸易中心的创建路径 [J]. 中国商论, 2024, 33 (15): 99-102.