

# 老广贺春 彰显文化强省的广东担当

## 创新对外传播叙事体系 文化走向世界联结人心

总策划:杜传贵 林海利  
总指挥:孙爱群  
统筹:赵仲伟 刘云 马汉青 梁克毅 郑晓燕  
文/羊城晚报记者 孙爱群 刘云 李春伟



虎年春节在广州永庆坊遇见汉服潮人 羊城晚报记者 何奔 摄

2月11日召开的扎实推进文化强省建设大会,为新阶段的广东文化强省建设指明了方向、锚定了目标。其中,实施对外传播工程,要讲好中国故事、湾区故事、广东故事,打造好广东故事传播的话语体系和叙事体系。

### 好酒也要出深巷 岭南文化跨五洲

疫情令国际旅行受阻之时,万物互联、信息爆炸的年代,春节就是一个展示文化的关键节点,可以让海外华人和国际友人增进对中国现状、对岭南文化的了解,也可以加深文化和价值、情感认同。“老广贺春·在线全球大联拜”应运而生,强势展示岭南文化,打造新热点,创立新品牌。

### 传播广东好声音 省长广发邀请帖

用心用情讲好中国故事、湾区故事、广东故事,向世界展现展示可信可亲的中国形象。今年,羊城晚报第二届举办“老广贺春·在线全球大联拜”活动,国际“朋友圈”更大,传播范围也更广更远。“老广贺春”以多语种、多角度向全球展示岭南春节文化的独特魅力。

### 小村晚有大内涵 争艳春晚颂岭南

在网络新媒体语境下,要打造好广东故事传播的话语体系和叙事体系,故事的创作与传播必须符合数字媒体时代的符号语言和传播规律,数字化、视觉化、情感化、形象化、趣味化成为传播新特征。今年,“老广贺春”积极探索,让海内外粉丝不但看得见、听得着,而且学得会、用得爽。

“老广贺春”持续重磅推出全媒体策划报道,《灯光秀每晚上映! 粤港澳青创基地创享湾成新晋网红打卡点》《“粤港澳大湾区是实现梦想的热土”粤港澳青年故事分享会·新春音乐队在穗举行》《“广府庙会元宇宙”首次亮相 永庆坊举行上元灯会》等报道,在大湾区引起强烈反响,并形成海外二次传播效应,传播效果十分显著。

### 专家热议 紧抓时代热点 开拓传播机遇

文/羊城晚报记者 马思泳 实习生 赵鑫姚 陈宝茵

### 抓住新热点 体现新潮流

广东外语外贸大学新闻与传播学院院长、广州城市舆情治理与国际形象传播研究中心主任、教授侯迎忠:在粤港澳大湾区建设背景下,广东地区与港澳地区在文化方面有许多相通之处,港澳地区以及美国佐治亚州立大学主管和学生共庆新年等视频,传递海外华侨华人及热爱中华文化国际友人的诚挚祝福。

### 场景化情景化方式 有利传播岭南文化

“老广贺春”的创新在于运用了场景化和情景化的方式传播岭南文化。在跨文化传播和国际文化传播的过程中,“老广贺春”依托“云上岭南”文化博览会国际传播平台,打造了文化传播的场景化和情景化,将广府文化习俗放置在中国传统文化节日——春节这一个场景和情景讲述岭南文化故事、讲述中国故事,从而实现良好的文化传播效果。

### 暨南大学新闻与传播学院副教授马立明: 传播策划巧妙 填补业内空白

“老广贺春”是对外传播的成功实践,把中华的优秀文化传播到了五湖四海。海外华人华侨在整个国际传播格局当中属于非常重要的一部分。一方面,华人华侨本身就是中国文化的使者,帮助中华优秀传统文化继续传承,同时他们生活在五湖四海,与所在国形成了比较密切的有机联系。另一方面,华人华侨群体是媒介,将中华文化进行二次传递,传递到他们所在国。

### 海外来鸿 看“老广贺春”我想念广州了

我于1989-1993年、2006-2009年,两度在广州的日本总领事馆工作,今年在日本看了“老广贺春”等一系列视频报道,非常怀念当年在广州的日子,勾起了与广州的友人们在一起过春节的心情和感受。



醒狮闹新春,是南粤最有特色的文化符号 羊城晚报记者 何奔 摄

### 数说

- 携手海内外百家名媒,全网总流量超1.1亿
- 广东省省长新春贺词国际传播总阅读量突破1086万
- 46天共推出512条融媒报道、20期多语种精品视频
- 与全球10家重点外媒开展深度合作
- 精品视频以14种语言对外传播
- “云上岭南”文化博览会国际传播融平台播量3377.6万+
- 多语种精品视频海外社交平台播放量3126万+

海内外传播运维团队:郑晓燕 李青 范晓璇 王瑜瑛 肖鑫

### 参与者说 “岭南幸福村”村长陈方: 做了一件非常有意义的事

文/羊城晚报记者 马旭

“这场晚会,真是满满的幸福感!”“岭南幸福村”村长陈方告诉羊城晚报记者,小小“村晚”短视频被翻译成10多种语言,在全球播放,引发社会广泛关注和好评。

岛新闻集团星岛环球网等多家国际传播影响力巨大的著名网络媒体,全面滚动报道这场“村晚”,给全球中华儿女送去新春祝福和美好祝愿,从各方反馈来看,收到了良好的传播效果和社会效益。