

【学院派传媒大咖郑州行】·座谈

## 寻根之旅 朝圣之行

## 全球共享 讲好郑州故事

兰州大学新闻与传播学院院长  
冯诚行走郑州  
不虚此行

郑州以“四地”支撑“全国重地”的战略明晰了历史文化版图中郑州的坐标,清晰了郑州的城市品牌形象,为文化自信、文化创新建设贡献了“郑州力量”。昨日,兰州大学新闻与传播学院院长冯诚表示。

“行走郑州,不虚此行!”他用8个字概括了自己几天来沉浸式体验的感受。他说,拜祖大典的成功举办,佐证了郑州在城市文化建设方面找到了抓手、形成了品牌,城市文化品牌初露峥嵘。但城市文化品牌建设没有最好,只有更好,郑州在拓展和提升方面还有巨大空间。

他建议,一要讲好郑州故事,讲故事是对外传播的最佳方式。“讲故事就是讲事实、讲形象、讲情感、讲道理,讲事实才能说服人,讲形象才能打动人,讲情感才能感染人,讲道理才能影响人。”二要拓展故事的内容,改进讲故事的方法,用故事“树立形象,回答问题,传播思想”。三要更新传播方式,用新媒体的思维、场景化的方式,突出好玩、互动、沉浸等新时代的传播特点,“用轻量化的表达方式达到高大上的传播目标”。

冯诚告诉记者,郑州城市变化巨大,可谓“高站位、大手笔、上档次”,未来要进一步深入挖掘历史文化蕴藏的精神内核,丰富城市的精神图谱,让城市的形象有血有肉更加鲜明,也让来此寻根问祖的中华儿女找到心灵的故乡,获得不屈向上的精神动力。

暨南大学新闻与传播学院党委书记  
刘涛从历史文化中找到  
现代人的情感共同点

“郑州提出以‘四地’支撑‘全国重地’,是铸牢中华民族共同体意识、国家文化数字化战略的生动实践和有益探索。”昨日,暨南大学新闻与传播学院党委书记刘涛说。

河南是华夏文明的重要发源地,作为河南省会的郑州历史遗迹遗存丰富、历史文化厚重。如何让伫立于时光深处的文化遗存活起来、动起来,重新绽放出新的生命力?是郑州未来需要探索和解决的问题。

刘涛认为,要解决这个问题,首先要数字化技术赋能,通过大数据、GIS(地理信息系统)、位置媒介……将历史文化嵌入现实生活中。其次,要从历史文化中找到现代人的情感共同点,让人在远眺历史中找到心灵的归宿。

刘涛建议,现在已经进入智能传播时代,传播也从简单的“观看”进化为场景体验,“把历史文化通过游戏化的方式进行重构,以符合出圈产品的形态,进行故事内核、表现形式的转化”,历史文化才会焕发出新的生命力,带给受众全新的观感和体验。

“一个产品要出圈,不但要有卖点,更要有卖点!”刘涛说,卖点是“天时”,卖相是形式,“互联网时代,内容和形式同等重要,尤其在社交媒体时代,形式的重要性愈发突出,在某种程度上,形式是走进受众世界至关重要的一步。”

上海交通大学文创学院副院长  
薛可让宝贵的精神财富  
全球共享

作为品牌传播、文化创意专家,上海交通大学文创学院副院长薛可是第一次参加黄帝故里拜祖大典,非常认同郑州提出的以“四地”支撑“全国重地”的举措,“只有这样才能够把郑州在华夏文明中所扮演的独特角色和作用发挥得淋漓尽致”。

对具体的实践过程,薛可提出5点建议:“第一,要把仪式和传承发展结合起来。拜祖大典仪式本身能提升文化自信,增加文化凝聚力,但一定要往深度走,要深度挖掘和深度传播。第二,增加体验感,没有体验感的文化只是一个虚幻的概念。要让它变成一个可触摸、可沉浸、可感受的载体。第三,用数字化赋能文化,把文化变得有温度。第四,必须走年轻化的道路,要用年轻人喜闻乐见的方式来传播文化,把文化和文创、现代传媒、现代技术平台、技术手段结合起来,让年轻人喜爱。第五,要国际化,中华文明是世界文明体系和文明生态当中不可或缺的组成部分,我们必须让宝贵的精神财富全球共享,要用外国人的视野、语境、角度解读、传播,让更多人了解中国,了解中国文化。”

未来,文创将是经济发展的一个重要增长点。薛可说:“黄帝故里是一个非常具有开发价值且含金量极高的IP。政府要搭好平台,管理好IP,把制作机构、生产厂家和供应链企业整合起来,真正为文创产品的发展做贡献。”