

【学院派传媒大咖郑州行】·座谈

## 寻根之旅 朝圣之行

## 用好流量 努力出彩出圈

安徽大学新闻传播学院院长  
姜红利用“顶天”的文化符号  
让世界看见郑州

“这是我第一次参加黄帝故里拜祖大典。”民革安徽省委会副主委、安徽大学新闻传播学院院长姜红告诉记者,从高铁站到宾馆的路上、街边的道旗和电梯间内的屏幕等公众场所播放的黄帝故里拜祖大典宣传片等,感觉郑州很擅长挖掘民族文化记忆、打造民族文化认同,并且取得了不错的成效。

姜红表示,拜祖大典是一次“顶天”与“立地”相契合的生动实践。黄帝是全体中国人共拜的人文始祖,本身就属于一个祖源性的“顶天”的文化符号,“立地”就是如何将地缘性的优势和祖源性的记忆结合好。本次拜祖大典活动很好地将这两种因素互相契合、互相嵌入,既传播了中华文化、中华文明,也为地方源源不断地吸纳了更加多元的资源。

“其实,今天的城市宣传很难,像郑州、合肥这样的城市,要想做好城市宣传,我们应该想办法提升那些对城市形象好的、向上的、向善的事件‘可见度’。我觉得,如何接住流量和用好流量,这是今天城市形象建构的重要举措,也是新媒体时代跟传统媒体时代的差别所在。”姜红表示,“就这点而言,我认为郑州已经在努力探索并且开始慢慢‘出圈’了。未来,希望通过不断地研究与宣传,在进一步做好黄帝故里拜祖大典的同时,更好地宣传普及黄帝文化,充分利用这个‘顶天’的文化符号,从而让世界看见郑州、认识郑州、了解郑州。”

华中科技大学新闻与信息传播学院  
副院长 郭小平国内国际传播并重  
推广城市形象

“郑州是一座古老而年轻的城市,古老是其文化历史资源的厚重,年轻是其在历史文化活化方面做了技术和时尚的结合。这次文旅之行,感受最深的就是郑州的发展速度,以及历史文化传播方面的创新。”4月22日,谈起对郑州的印象,华中科技大学新闻与信息传播学院副院长郭小平说。

对于郑州正以“四地”支撑“全国重地”建设,打造文化强市,郭小平认为,郑州有着历史文化资源方面的优势,以“四地”支撑“全国重地”建设,与整个河南历史文化资源传承契合度很高,建议国内传播和国际传播同时进行。

在国内传播方面,郭小平建议,通过现代传播技术推广,打造更多的网红打卡地来吸引游客;在国际传播方面,需要让更多的本土企业走向海外,通过打造自身的软实力来提高郑州这座城市的国际知名度,可以通过抖音、快手以及借助推特、油管等传播渠道,制作贴近网民和用户心理需求的情景剧、VR等宣传片,把郑州的城市形象推广出去,吸引更多的人尤其是海外的中华儿女行走河南、读懂中国。

厦门大学新闻与传播学院副院长  
谢清果通过多元形式  
打造爆款IP

“手里有粮心里不慌。河南是产粮大省,河南安,则天下安!为什么大家都说‘老家河南’,因为‘老家’有粮,适合人们在此繁衍生息。黄河文化是中华民族的根与魂,逐鹿中原更让河南成为整个中国文化的重要发源地,所以河南是我们的心灵故乡、文化故乡。”4月23日,谈起对河南、对郑州的印象,厦门大学新闻与传播学院副院长、华夏传播研究会会长谢清果说。

谈到郑州正以“四地”支撑“全国重地”建设,打造文化强市,谢清果认为,“寻根之地”也就是不忘我们从哪里来,往哪里去,都应该有一个心灵故乡。河南作为中华文化的源头,应通过打造和发掘中原文化,让人们更好地记住中原文化对中华文化作出的贡献。

谢清果建议,通过更多的形式和方式,如国学教育、影视艺术、餐饮文化等不同层面打造爆款IP。比如,年画如今不一定家家都去贴,但是当它作为一种艺术品,就可以在新时代有新的传承方式;比如河南卫视推出的“奇妙游”系列,就是通过古今贯通助力中外融通,让中华文化用世界听得懂、看得清的形式展现给世界。