

传统文化元素在河南省区域形象传播中的运用研究

韩钰

河南开放大学

[摘要]河南省是全国交通、政治等领域的重要地区之一。我国自古以来有八座古城，而河南省处于中原腹地，占据其中四座古城，也是历史上人口最稠密的地区之一。河南优秀的传统文化包括礼仪等，是河南省的精髓。一些传统文化伴随河南时代的发展，开始被遗忘，河南省区域形象的独特性逐渐消失，文化传播的缺失对河南省区域形象的传播产生了很大的影响。要增强河南的文化影响力，就要注重河南省区域形象的传播，将传统文化元素融入河南省区域形象中，可以完整塑造河南省区域形象的文化特色，提升河南省区域初步印象。本文通过分析河南省区域形象的要点，阐述了传统文化元素河南省区域形象传播中的作用，分析了传统文化元素在河南省区域形象传播中的应用。

[关键词]传统文化元素；河南省区域形象；区域形象传播；运用研究

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.1112

区域形象对于区域的发展非常重要，直接影响河南省区域的综合评价和整体印象的好坏，关系到其他地区人们对河南省区域形象的直观印象，以及当地文化、形象质量经济等各方面发展。河南省历史文化源远流长，地处中原腹地，但由于对传统文化元素的运用明显不足，不利于提升河南省的区域形象。因此，作为一种独特的传统文化元素，我们需要加强优秀传统文化元素在河南省区域形象传播中的应用研究，促进河南省社会的发展，尤其是在提升河南省外在形象方面，在经济发展中发挥了重要作用，作为传统文化赋能“文化之邦”的地位方面也发挥了重要作用。

一、区域形象的理论性阐述

所谓形象，就是大众大脑客观形成的印象。从个人的视角来看，可以领会为个人在他人脑海中建立的一种普遍印象。一个地区的形象是外界对一个特定地区的普遍看法和态度，这样的地区形象直接影响外界对该地区的判断，影响地区经济的发展，包括经济和其他方面，甚至可能决定外部机构与该地区的沟通方式。区域形象是区域集体力量的直观体现，也是区域经济、政治、文化的集中体现，区域形象更是某种具体化的产物。

二、河南省区域形象传播现状

河南省区域形象长期传播欠缺有效的行为，难以形成清晰的品牌意识，难以对外地游客以及当地居民产生强烈的感官冲击。区域形象的形成，因一些河南人在国外的个人行为，对河南形象造成了一定的损害，以及一些媒体对外传播意识的缺失，造成传统文化元素的传播不足。

（一）河南媒体对外传播缺乏系统认知

首先，表现在媒体选择上。传播和塑造区域形象是媒体、个人、企业和政府都可以执行重要任务，是政府发起的一项大型公共活动，使用多种传播渠道来传播区域形象，是传播和塑造区域形象的重要平台。但是，媒体由于河南省传播资源的劣势，河南省尚未形成完整的区域形象传播媒体网络，在传播中新闻媒体缺乏品牌意识，河南省新兴媒体的发展和创新不足。其次，表现在内容的传播上。河南省地方媒体其内容主要满足当地居民的收视需求，以及反映民生

问题，往往以市场为主导，限制了河南省对外传播的影响。河南媒体以解读婆媳矛盾、邻里矛盾等社会现象为重点，俘获了众多当地观众，但持续报道的却是河南贫困和倒退的阴影。在现代城市形象传播内容上，缺乏对传统文化现实意义的挖掘，缺乏与传统文化相结合的独特定位。

（二）河南对外传播中对传统文化元素的运用缺失

河南省在对外传播过程中，虽然努力表现其“传统文化”地位，但对传统文化元素的运用存在两个问题。首先，传播典型艺术等具有重要地域特色的优秀传统文化还不够，例如汴绣、年画木版、钧瓷等文化尚未产生重大影响。其次，对强势文化的过度宣扬，例如禅宗文化以及少林功夫文化，在其最初的高度已经无法得到更多的关注。对外传播区域形象的过程中，河南省需要对传统文化元素进行均衡推广，以提供更广泛的对外传播内容，挖掘更多的传统文化元素，同时保持强大的文化推广。近些年来，传统文化诠释的品牌栏目，产生了一定的影响力，例如，《成语英雄》《汉字英雄》等节目，改变现状成为善用传统文化元素的典范。河南本土媒体，缺乏品牌影响力。因此，河南媒体需要树立整体意识和创新意识，在传播河南区域形象时，扩大媒体公信力和影响力，要宣传河南省突出区域的广告意识，注重文化色彩，不断提高媒体质量，充分利用传统文化元素，运用文化传播策略，树立对外传播的良好形象。

三、传统文化元素在河南省区域形象传播中的运用研究

（一）借助传统文化建筑，拓展河南形象传播

河南省区域形象的传播可以通过多种方式，例如广告、公关、公益活动等，传播渠道多样化，实现河南省区域形象的积极宣传。伴随全信息时代，直观、全面地了解河南省区域形象，可以通过推广河南省区域形象的方式，扩大影响范围，从而提高河南省区域形象的传播效率。纪录片的形式通常是河南省形象宣传的采取方式，打造良好的河南省城市形象，展示不同河南省区域形象的宣传片，纪录片在相对较短的时间内记录和 design 城市建筑特色、人文景观设计，全面了解河南省城市的传统文化元素，并将合适的传统文化内容融入宣传片中，不要过分强调文化内容，而忽视了河南省区域

形象的清晰定位。在中国河南的建筑文化享有盛誉，寺庙和城墙等包括龙门石窟具有传统文化特色，中国石刻艺术中最重要瑰宝之一是龙门石窟，令人叹为观止，有数十万尊造型各异、大小不一、神态各异的造像。此外，石碑上还有铭文2800余处，其中在中国书法史上占有重要地位的就是，魏书的精髓是“龙门二十品”。

（二）完善传统文化的影视传播平台

中国传统文化源远流长，以中国传统文化元素为题材的影视剧，每年都有无数。河南省区域形象传播可以开发传统文化元素，充分利用影视媒体平台，对文化品牌传播体系进行完善。黄帝故里祭祖大典融合了独特的传统文化元素，例如，姓氏文化、黄帝文明等，利用多种影视传播方式让品牌得以发展壮大。首先，“黄帝故里影视基地”可以在新郑创建。为中原繁荣的文明和朝代而设计，影视基地的建筑设计可以结合唐朝、黄帝、夏朝、宋朝等不同时代的独特建筑，造就中原几千年的独特建筑。黄帝故里景区的延伸可作为影视基地，让游客体验河南省区域形象传统文化的魅力，可作为游客参观体验的景区，感受跨越历史时空的平原。其次，可以拍摄主题影视剧，以炎黄文明进行拍摄。河南省媒体利用当下影视剧强大的传播力，拍摄宣传中原文化宣传的影视剧，重燃中华文明之火，让世界瞩目。比如以炎帝和黄帝两个皇帝的故事为主要内容的影视剧，融合黄帝期间创建的传说进行宣传，例如传播发明指南车、始制衣冠、创医学和炎帝制耒耜、建造舟车、做五弦琴、百谷草木、布麻加工、制音律、种五谷、削木为弓、陶艺创制等，以影视剧形式，诠释中原文明的独特内涵。

（三）建立特色河南传统文化品牌

为了在职业院校传播河南优秀传统文化，可以将其转化为年轻人喜爱的品牌，以品牌的形式经营。这是提高传统文化产业竞争力的有效途径。我们相信，我们可以借助媒体的力量传播具体的实施方式，让品牌成长。比如河南的戏曲文化，需要在流行音乐风吹过校园、舞台、技术学院时，深挖、取精、去杂、重组，运用光影技术进行创新。同时，我们需要加大宣传力度，以品牌的形式吸引更多的专业学生。同时，可以将各个产业结合起来，形成产业链，有利于传统文化品牌的普及。二是传统文化可以融入旅游品牌。寒暑假期间的专业学生是国内旅游的中流砥柱。在黄帝故里风景区等文化景点，我们将开发几个参与度高的项目，让游客体验河南传统文化的魅力。为促进传统文化的传播，提升黄帝故里的区域形象，举办音乐节和古典舞会，鼓励游客积极参与。最后，我们可以开发一些旅游衍生品。深受学生欢迎的创意工艺品、书法、绘画和装饰品，不仅可以促进经济发展，还可以传播文化。

（四）开发传统文化的动漫产业市场

近年来，优秀的国产动画作品再现了中国传统文化元素，如《侠岚》《秦时明月》《魁拔》等，创造性地具有精神气质和价值观，对理念有很好的诠释。动漫和游戏是年轻人喜爱的精神食粮，目前，河南省动漫市场非常火爆，如果河南省想通过传统文化元素提升地域形象，可以借助动画的力量进行传播。以国家动漫产业基地为依托，随着河南省区域形象的传播，在青年群体中形成河南文化形象，将中国传统文化融入时尚动漫。比如，《秦时明月》是传统文化的融合与再现，是近些年来比较优秀的作品，体现了中华民族的精神价值。河南省区域形象的传播也有赖于此，塑造河南省区域形象，将传统文化融入动漫游戏中。如今的青年群体喜欢奇幻的战斗作品，可以结合古代神话，以炎黄二帝和蚩尤之战为主角，展现艺术魅力，让更多的人了解河南的传统文化。其次，可以根据动画和游戏制作卡片、钥匙扣等开发动画相关的衍生品，这也是向动漫市场传播传统文化的一种方式。

结束语

综上所述，中华文化代表了一种民族精神，必须不断与时代相结合，创造出代代相传新时代文化。中国传统文化需要新时代社会各方面力量的不断努力，逐步打开文化传播的大门，将河南省区域形象融入传统文化元素中，在应用传统文化元素的阶段，为传统文化的传承和再传承提供其力量，有助于进一步塑造河南省区域形象，强调与其他城市的形象差异，保证文化、历史、经济、社会等领域的原创性，采用符合当下主题的河南省区域形象传播模式，赋予城市在社会上的竞争优势，将传统文化元素融入河南地区形象符号、宣传片、载体中，确保更多的人了解和探索河南省区域形象传统文化的传播。

参考文献

- [1]白云.品牌形象设计教学中传统文化元素的融入——评《中式元素视觉传达——品牌设计》[J].中国教育学刊, 2021(07): 150.
- [2]吴赛.传统文化元素在文创产品中的应用与分析[J].美术教育研究, 2021(08): 70-71.
- [3]李嘉斌, 刘晓阳.传统文化元素在人物形象设计中的运用研究[J].佳木斯职业学院学报, 2021, 37(04): 78-79.
- [4]张颖倚.河南区域形象中传统文化元素在高职院校的普及[J].智库时代, 2020(11): 140-141.
- [5]余传杰.传统文化元素在河南省区域形象传播中的运用研究[J].新闻知识, 2014(07): 24-26.

作者简介:

韩钰(1984-),女,河南开放大学教师,硕士,数字媒体艺术设计专业。