

# 新媒体环境下城市形象传播设计研究

## ——以兰州市为例

◎李德荣

(西北师范大学知行学院, 甘肃 兰州 730070)

**摘要:**互联网的迅速发展和普及,以及人工智能、VR技术的出现和应用,促进了网络时代信息传播速率的全面提升。城市形象不仅是宣传城市的名片,同时也是城市经济建设和发展过程中不可或缺的无形资产。因此,加强新媒体环境下城市形象传播设计研究的力度,对于我国城市形象的塑造和传播有着极为重要的意义。文章主要是就新媒体环境下城市形象的传播设计进行了简单的阐述和分析。

**关键词:**新媒体环境;城市形象;传播策略

**中图分类号:** G206

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-3866(2020)08-0022-02

全球经济一体化的迅速来临,不但为城市发展提供了机遇,而且对城市形象提出的要求也随之进一步提高。良好城市形象的塑造不仅是现代城市经济建设和发展的重要组成部分之一,而且在城市活力展现、居民凝聚力增强以及城市号召力提升等各方面都发挥着至关重要的作用。传统媒体因为已经迎来了自身的发展瓶颈期已经无法满足现代城市建设和发展的要求,而新媒体则成为了现代城市形象塑造和传播不可或缺的工具之一。在传统媒体时代,政府既是城市形象的塑造者同时也是城市形象传播的主导者,这种城市形象传播方式已经无法满足现代城市发展的要求。所以相关部门应该积极的研究新媒体环境在城市形象传播过程中所发挥的重要作用,加大新媒体环境下城市形象传播投入的力度,推动城市形象传播工作的全面开展。

### 一、精准定位城市发展,注重城市符号化推广

城市形象实际上就是将城市所独有的资源与优势最大限度地挖掘和发挥出来,现代城市在与其它城市相互比较的过程中,应该将发现自身与其它城市不同的外在格局与内在精神作为首要目标,才能做出有利于城市长期战略发展目标实现的规划。准确城市形象定位是城市形象塑造与传播的基础,作为兰州这座城市来说,应该紧跟时代发展的脚步,合理运用新媒体技术,激发和调动城市内在活力,才能推动城市形象塑造和传播工作的高效开展。兰州这座城市如果从表面上看的话,其整体上呈现出的是淡雅明快的暖色系,局部则是以深暖色和深灰色系为主,兰州呈现出的中高明度、中低彩度的城市色彩基调,不仅与黄河两岸表现出的厚重、古朴先暖色彩紧密联系在一起,而且给人们留下了淡雅明快、浑厚大气的印象。研究人员经过深入的研究发现,兰州这座城市中居民的性格就像变幻莫测的黄河水一样,刚烈耿直且直率坦荡。这座两山夹一河的地势环境,则充分体现出了兰州城市景观中的自然风景线。如果我们沿着这条自然风景线一直走下去就会发现,兰州景观数十年的不断发展,其精心打造的有兰州外滩美誉的黄河风情线,不仅将众多的兰州城市形象景观纳入其中,而且形成了独具一格的视觉效果。比

如,黄河母亲雕塑、中山铁桥、白塔山公园、黄河索道、兰州水车园、水上清真寺、西湖公园、兰州碑林、银滩湿地、雁滩公园等景观,不仅与黄河文化、山水城市建设等紧密联系在一起,而且体现出了兰州城市视觉的与众不同。另外,通过对兰州城市标识的分析后发现,经过深入的调查研究发现,兰州城市标示主要涉及到了兰州城市形象标志识别、城市象征物识别等相关内容。兰州城市形象标志识别则主要包括了黄河之都、金城兰州等几部分内容,这种形象标志识别方法主要采取的是将我国书法与现代艺术相互融合的方式,形成一个兰字型的基本造型,然后再按照要求将代表中华母亲河的黄河母亲雕像嵌入其中。通过这一标志不仅将兰州城市特点与黄河之都,金城兰州的城市形象定位紧密融合在一起,体现出了兰州作为黄河之都与众不同的地位,同时也将兰州城市标志识别具有的唯一性特点最大限度地表现出来。

### 二、融合多种传播媒介,进行分化式传播

随着社会经济的迅速发展,城市与城市之间的竞争已经从以往的硬实力竞争,向城市文化软实力方面迅速的发展。现代城市只有同时具备了这两种实力,才能达到提升城市综合竞争力的目标。以往兰州在塑造和传播城市形象时大多是以本地报纸、杂志、广播、电视等主流媒体进行传播,这些传统媒体在兰州城市形象的传播过程中发挥着极为重要的作用。随着时代的不断发展和进步,近年来,兰州市政府也在积极地尝试通过微电影的方式传播兰州的城市形象,特别是央视播放的有关于兰州城市形象的宣传片,不仅点击率极高,而且对兰州城市形象的宣传起到了积极的作用。根据相关调查数据,虽然兰州在城市形象塑造和传播渠道方面的优势正在逐渐的显现出来,但是由于在城市形象传播过程中出现了传统媒体未能与新媒体无缝对接的问题,也在一定程度上影响和制约了兰州城市形象传播效果的提升。兰州在我国历史上作为一座有着悠久历史的城市,其在城市形象的塑造和传播方面也有着其他城市所没有的独特资源。城市形象传播工作者在开展兰州城市形象的传播工作时,不仅要合理利用本地官方网站或者其他网站进行城市形象新型的传播,而

收稿日期: 2020-2-17

基金项目: 本文系甘肃省教育厅 2019 年高等学校创新能力提升项目“新媒体环境下兰州市城市形象传播设计研究”(2019B-205)的研究成果。

作者简介: 李德荣(1983—),汉族,甘肃兰州人,副教授,硕士,主要从事艺术设计研究。

且还应积极地利用城市重要节事活动推动城市形象的传播。此外,兰州在开展城市形象的传播工作时,还应积极地利用微信公众平台完善兰州市的相关业务,这种城市形象传播形式的应用,不仅有助于兰州城市服务水平的提高,而且将兰州市人性化、注重民生的形象呈现在社会公众的面前,才能实现进一步增强兰州城市形象传播力度的目的。

### 三、深度挖掘城市文化,宣传城市独特的文化内涵

兰州丰富的城市地域文化已经成为了当地居民身份的象征和基础,这种独有的历史与精神文化不仅是兰州市民身份的外在形塑,更是兰州城市形象塑造和传播不可或缺的关键元素。在城市形象传播者迅速增加的推动下,政府部门应该充分发挥互联网信息传播速度快的优势,制定符合当前兰州城市形象传播要求的多样化传播策略,同时加大针对兰州文化元素和内在资源深度挖掘的力度,然后兰州文化元素与内在资源融入到城市形象的传播中,对兰州城市形象进行多维度的宣传,才能达到将全新兰州城市形象呈现在人们面前的目的。比如,兰州自古以来便有西部夏宫的称谓,这一称谓从温度上体现出了兰州与其他城市在触觉方面存在的差别。之所以这样说,是因为兰州冬无严寒,夏无酷暑,是西部地区最著名的避暑胜地。在城市建筑方面,兰州的桥梁、雕塑、公园等所构成的兰州城市触觉识别,不仅通过其独特的造型给人们留下了深刻的触觉印象,而且使人们切身的感受和触摸到了兰州城市厚重的历史底蕴和文化。因此,兰州市

上接第 21 页

传统文化的传播。还有一些影响力较大的视频博主也通过一些方式进行中国文化的传播。比如李子柒,不仅向中国人展示了传统的日出而作、日落而归的生活方式,也向西方人展示了古老中国生活的美好。这些视频在海外著名的视频网站 YouTube 上传播量惊人,很多国外的人也是惊诧于古老中国的文化。

#### (二) 加强中国文化的跨文化交流

外国人对于中国的国宝大熊猫非常的热爱,所以中国政府为了加强与国外的文化交流,会向各个国家派送大熊猫。但是中国文化的传播也不仅仅限于实物上的传播,而是应该加强思想意识上的传播。比如孔子学院在全世界各地的开设,但是孔子学院只是其中的一种方式,而且儒家的思想文化只是外国人学习中华文化的一种。中华文化博大精深,存在着多种多样的文化,应该采取多种方式促进中国文化的跨文化交流。官网也可以加强与世界各国的文化交流,比如可以与各国一起举办文化交流活动,促进中国文化的传播。也可以举办中国美食嘉年华或者音乐节。因为美食和音乐是不需要语言也可以进行交流的。尤其是对于美食来说,全世界各地的很多人都无法抵抗美食的诱惑,所以将食物作为文化传播的中介是一个非常好的选择。

#### (三) 利用新技术建立跨文化传播的体系

由于新媒体最近几年发展的非常迅速,中国文化也需要抓住这次机会,充分利用新技术建立跨文化传播的体系。弘扬传播中国文化不是一个简单的过程,还需要建立一套话语体系,这套体系可以有助于中国与全世界之间的交流。将中

政府部门应该积极地通过其官方宣传媒体,通过开展兰州地方民歌或者民间艺术大赛等活动方式,向人们宣传和传播兰州城市形象,引导人们加深对兰州城市形象内涵的理解和认识,为兰州走向全国,走出国门提供全方位的支持。

### 四、结语

总之,良好城市形象不仅有助于兰州城市居民自豪感与凝聚力的增强,而且对于城市吸引力以及核心竞争力的提高也有着极为重要的意义。因此,加强兰州城市形象塑造和传播思路创新研究的力度,才能在充分体现兰州作为丝绸之路沿线节点城市特征的同时,为兰州经济建设工作的全面开展保驾护航。

#### 参考文献:

- [1]李晓明.新媒体环境下城市形象传播主体行为特点[J].青年记者,2019(36):61-62.
- [2]杨萍.新媒体环境下城市形象传播的模式构建及效果研究[J].山西大同大学学报:社会科学版,2019,33(5):118-121.
- [3]王国洋.浅析新媒体环境下城市形象的塑造与传播[J].新闻研究导刊,2019(11):35+37.
- [4]胡志超.新媒体环境下中小城市形象传播的困境与体系重塑[J].齐齐哈尔大学学报:哲学社会科学版,2018(1):153-156.
- [5]孙佳.如何在新媒体环境下进行城市形象传播[J].吉林广播电视大学学报,2017(12):30-31.
- [6]米华.新媒体环境下城市形象传播的路径[J].青年记者,2016(35):121-122.
- [7]刘孟达.新媒体环境下城市形象片的创意与传播[J].当代电视,2016(7):94-95.
- [8]何晶娇.新媒体环境下城市形象危机传播管理[J].新闻界,2016(10):50-54.

国的文化与全世界人民的美好愿望相结合,还需要构建网络与社交媒体下的一体化网络,促进全球一体化环境下中国文化的跨文化传播。想要实现中国文化的跨文化传播还需要了解国外的文化,在充分了解外国文化的前提下,构建一个庞大的网络新媒体传播体系。在跨文化体系下,各国之间都应该尊重文化差异,求同存异,营造良好的文化交流的氛围。在跨文化传播中遇到问题,要及时寻找合理的方式进行解决。

总之,改革开放的不断深入,中国对于文化领域的要求也会越来越细,越来越高。在经济发展的前提下,中国需要大力发展文化生产力,弘扬正确的文化自信价值观,选择合适的跨文化传播方式,进一步巩固发展属于自己的发声媒介。在全球一体化的环境下,我们求同存异,与时代发展相结合,充分利用新媒体等传播方式,促进中国文化的跨文化传播,加强不同国家之间的文化交流,实行“走出去”战略,相信中国文化在全球一体化的跨文化传播中会表现得越来越好。

#### 参考文献:

- [1]张泗考.文化传播视域下中华文化走向世界战略研究[J].石家庄:河北师范大学硕士论文,2016.
- [2]张也.孔子学院跨文化传播的可持续发展研究[J].智库时代,2020(14):146-147.
- [3]辛静,叶倩倩.国际社交媒体平台中国文化跨文化传播的分析与反思——以 YouTube 李子柒的视频评论为例[J].新闻与写作,2020(3):17-23.
- [4]马浩艺.中国文化类综艺节目在跨文化传播中面临的窘境与突破——以 CCTV《国家宝藏》为例[J].新闻研究导刊,2020,11(2):221+223.