

和歌山宣传大作战

伍雨倩

教育学部 交换留学生 中国

说起和歌山，一般没什么名气。尽管是近畿地区的一部分，但是因为存在感太低的缘故，常常被叫做“近畿的附赠品”。在其他县民的眼中，和歌山就是一个到处都是橘子树的地方，连和歌山县民自己都会常常以乡下自嘲。

和歌山真的是一个没有魅力的地方吗？我不这么认为。

和歌山风景如画，历史悠久。既有白滨温泉这样美丽的自然风光，也有和歌山城这样传承了数百年的人文景观。但是当今社会单单靠风景和历史作为宣传重点是有些不足的。拥有多样的宣传策略我认为是非常必要的。

首先可以以“和歌”作为和歌山的宣传重点。除了容易记住之外，自古以来，和歌山就和和歌有很深的渊源。和歌山的名字就是出自《万叶集》中的一首和歌，现在在和歌山的和歌浦还有万叶馆，再加上最近复兴的日本三大大祭之一的和歌祭，和歌无疑是和歌山最好的宣传名片。此外，最近游客们也有转向日本文化体验的趋势，和歌作为日本古典文化，很容易吸引游客。

县内还可以举办和歌背诵大赛。这样既营造了重视和歌的氛围又可以传承经典。背诵和歌可以发现日本的另一面，加深对日本的理解。这比赛既可以让日本本土学生重温日本古典文学又可以给留学生提供一次有趣的挑战体验。

其次可以利用吉祥物的影响力来扩展和歌山的影响力。用吉祥物来宣传城市，是日本独有的文化。吉祥物包含着对地域的爱，同时无论外形还是动作都非常可爱，所以不论男女老少都很容易跟他亲近。其次，吉祥物不存在语言不通的问题，所以也容易被外国人接受。熊本县的熊本熊红遍海内外，千叶县和茨城县的吉祥物也收获了很多的爱。所以参照成功的经验，如果能很好的利用和歌山的吉祥物的话，也有利于和歌山的发展。比如会跳舞的和歌熊猫，爱好是和爱犬小八在和歌山市内观光散步的吉宗君，或者“我不是变态”走猎奇古怪风的竹笋君都非常有个性，而且已经在本土拥有超高人气。所以利用当今的网络媒体平台，多举办一些纪念活动，可以很好得利用吉祥物的影响力达到宣传的效果。

尽管我在和歌山仅仅生活了一年，但是和歌山对我来说就像是第二故乡一样的存在。和和歌山县民一样，我也期待着一个更好的和歌山。如果我的和歌山宣传大作战又可以参考的地方的话，我会非常开心。