

符号学视角下数字媒介中城市意象构建研究 ——以地理科普宣传片《什么是宜宾？》为例

付宇航

(北师大香港浸会大学, 广东珠海, 519087)

摘要: 以地理科普宣传片《什么是宜宾？》为研究样本, 从符号学理论出发, 探讨数字媒介如何通过多模态符号的动态叙事重构城市意象。分析其如何通过空间符号、文化符号和产业符号的有机组合, 构建“自然人文和谐之城”“宜人宜居现代之城”与“古今交织动力之都”的三重意象。研究发现, 数字媒介通过视听语法、叙事框架与参与机制, 为符号意义的流动赋能。同时提炼出“空间-时间-情感”三维分析框架, 为小众城市文旅破圈提供了可复制的传播范式, 不仅拓展了符号学在动态媒介场景中的应用, 也为数字时代的城市形象建构提供了新的参考。

关键字: 城市意象; 数字媒介; 宜宾

A Study on the Construction of Urban Imagery in Digital Media from a Semiotic Perspective——A Case Study of the Geographical Popular Science Promotional Video What is Yibin?

FU Yuhang

(FU Yuhang Beijing Normal University - Hong Kong Baptist University United International College, Zhuhai, Guangdong, China)

Abstract: Taking the geographical popular science promotional video What is Yibin? as the research sample and based on semiotic theories, this paper explores how digital media reconstruct urban imagery through the dynamic narration of multimodal signs. It analyzes how the video builds the triple imagery of "a city of harmony between nature and humanity", "a livable and modern city" and "a dynamic city integrating tradition and modernity" by means of the organic combination of spatial signs, cultural signs and industrial signs. The study finds that digital media empower the circulation of symbolic meanings through audio-visual grammar, narrative frameworks and participation mechanisms. Meanwhile, it extracts a three-dimensional analytical framework of "space-time-emotion", which provides a replicable communication paradigm for

【作者简介】 付宇航 (2000-), 男, 北师大香港浸会大学传播学文学硕士研究生, 研究方向为媒介研究、影视与新媒体制片管理。

niche cities to break through in cultural tourism. This research not only expands the application of semiotics in dynamic media scenarios, but also offers new references for urban image construction in the digital era.

Key words:urban imagery; digital media; Yibin

1. 引言

美国建筑家凯文·林奇在“城市意象理论”中提出，城市意象是由情感与物象融合而成，城市之所以具有“可辨读性”，是因为它的各个区域、地标或信道很容易辨识，而且可被归类成一个有脉络的整体，强调人们对于城市物质环境的主观感知，以及二者的相互影响^[1]。而在数字媒介深度重构地域形象传播的当代，城市意象的构建已突破了传统文本与静态图像的局限，趋于转向多模态符号的动态叙事。人文地理学家段义孚认为“人类空间依赖于视觉，其他感觉扩大并丰富了视觉空间”^[2]。具体到城市主题影像而言，观看者通过观看影像了解城市风貌，并进入所谓的“影像空间”中并被内容所“塑造着”^[3]。城市意象不仅是媒介在进行叙事时对城市符号进行排列而呈现的拟态形象，还包括城市自身的现实资源，如环境、文化历史、经济等在内的现实内容，而这些符号在被建构的同时也在反哺城市形象本身^[4]。

星球研究所视频制作团队携手宜宾文旅、宜宾融媒，推出的地理科普宣传片《什么是宜宾？》^[5]，上线即引爆全网，播放量迅速突破百万次，刷屏级传播让这座长江首城强势“破圈”，从西南一隅跃升为全国文旅焦点。通过对宜宾城市特有的符号进行展示，将四川宜宾从“长江首城”的地理标识升级为“传统与现代对话”的文化意象综合体。与此同时，也展现了媒介技术对地方性知识的转译——当长江的奔涌与动力电池的电流在同一个镜头中并置；当五尺道的青石板与大学城的玻璃幕墙在蒙太奇中交织，一种关于城市身份的崭新符号叙事正在生成。

以《什么是宜宾？》为研究样本，旨在解析数字媒介如何通过符号选择、并置与叙事重构完成对城市意象的现代化构建。希望从理论层面，将符号学研究拓展至动态媒介场景，解释自然符号与文化符号如何通过视听语言获得新释义；从实践层面，提炼“科技赋能的在地化叙事”路径，打破传统文旅传播中“历史符号失活”与“现代符号悬浮”的困局；从方法论层面，建立“空间-时间-情感”三维分析框架，呼应视频中“长江从此是长江”、

“江城从此是江城”、“动力之都诞生”的递进逻辑。

在地方文旅的新赛道中，如何避免“千城一面”的同质化困境，成为小众城市突围的关键。《什么是宜宾?》的刷屏现象，恰为研究“城市意象”的符号建构提供了绝佳样本。其典型性在于其符号冲突与融合的戏剧性。宜宾作为长江航运的终点与起点，西南边陲的古城与动力电池的全球生产基地，它浓缩了中国城市化进程中传统性与现代性的张力。通过解释其叙事文本中“点燃”“交汇”“孕育”等核心词汇的符号实践，期望为小众城市的“文化-科技-旅游”融合提供可以复用的意象建构范式，同时为数字时代的城市符号学研究提供的新注脚。

2. 符号学与城市意象的数字化重构

在《城市意象》中，凯文·林奇提出，城市意象由路径、边界、区域、节点、地标等五要素构成，这些要素通过人的空间实践形成集体认知地图^[6]。在智能化时代，人们经由数字媒介对所观的城市景象产生所感。而传统“城市意象理论”最初是基于静态实体环境的观察，时至今日已经难以解释数字媒介中动态、多层次意象的生成机制。表明传统理论亟需拓展至媒介化空间维度。例如学者张一玮在对都市意象的变迁的探讨中，认为电影媒介的呈现方式及其变动助推了主体感知方式的变化^[7]；学者覃若琰在对网红城市城市意象研究中发现，网红城市城市意象容易被外部群体通过媒介朝觐再生产为新刻板印象，同时通过偶然性的相遇和小众打卡被内部群体重塑，最终通过移动媒介实践生成为互文、流动的数字地方感^[8]。

多重意象的基础来自城市里的各种要素，其中部分要素就带有强烈象征符号的意味，这是能够体现城市本质的要素，在很大程度上也“阐释了普通人对城市的视觉认识”^[9]。查尔斯·桑德斯·皮尔斯提出的符号三分法认为符号由再现体、对象与解释项三元构成。符号的意义也不只如二元模式般固定于能指与所指的封闭结构中，而是高度依赖于受众的“解释项”在传播过程中的持续生成与协商^[10]。皮尔斯强调，解释项是“符号在解释者心中所创造的相等的，或更为发展的符号”^[11]。这决定了意义生产的核心在于接受者的能动解读。例如，视频中呈现的五粮液酒厂镜头作为再现体，其指涉的对象是实体存在的酒厂。然而，通过精心的画面剪辑、配乐氛围营造以及旁白话语的引导，观众心中生成的解释项可能远远超越其作为工业制造场所的物理属性。它可能被解读为“匠心技艺的百年传承”、“驱

动城市发展的经济引擎脉搏”，甚至在社交媒体分享的语境中被赋予“网络时代流动的城市名片”等文化与社会意涵，这即产生了新的符号，并指向了新的对象。

在数字媒介语境下，城市意象的构建并非一蹴而就的静态呈现，而是一个“意义持续流动、不断被重新解释和赋予”的符号化实践过程，即符号的解释项会不断衍生新的符号。《什么是宜宾？》视频的成功，在其很大程度上有效地引导并协调了受众社群，通过共享的符号经验，围绕着宜宾这一对象，共同参与并动态构建了一个充满活力的、多层次的“意义共同体”或“探究社群”，使得宜宾的城市形象在观众的解释与再传播中不断丰富和深化。

3. 《什么是宜宾？》的意象建构策略分析

《中国城市符号与城市品牌符号的传播现状思考》课题组基于百度网站中与中国部分城市相关的关键词，对我国50个城市的相关符号进行了系统分析。研究指出，城市符号大多可从六个维度进行挖掘，分别为：景观地标、饮食文化、风俗习惯、人物特征、经济产业以及城市标识。在传播过程中，受众最容易记住的是景观地标类符号，占比高达53%；其余依次为饮食与特产（16%）、产业（10%）、文化（9%）、人物及特征（8%）和风俗（4%）^[12]。鉴于此，以《什么是宜宾？》为样本观察，将出现的特征符号进行统计与分类，排除一些同其他城市没有区别、知名度不高的元素，最终选择37个符号进行分析。并将其分为三类，分别是空间符号，包括自然景观，特征建筑等；文化符号，包括饮食特产、文化与习俗等；产业符号，包括经济产业、文教产业等。其组合成的符号系统基本信息如表1所示：

表1 《什么是宜宾？》符号系统基本信息

空间符号	自然景观：长江、金沙江、岷江、宜宾蜀南竹海、四川兴文石海世界地质公园、老君山、四川屏山环崖丹霞国家地质公园、胜天红岩山桫欏海、鹿鸣茶海
	特征建筑：李庄古镇、龙华古镇、书楼镇、南溪古街、南门桥、戎州桥、合江门、三江之眼、五尺道、五粮液古酒窖池、同济大学医学院旧址、宁德时代宜宾工厂，西南地区高铁枢纽、宜宾港、锂矿资源中心
文化符号	饮食特产：宜宾燃面、五粮液、茶
	文化与习俗：茶文化、蚕桑文化、酒文化、抗战文化、码头文化、
产业符号	经济产业：酿酒业、航运业、电池业
	文教产业：宜宾大学城、科技创新城

发现《什么是宜宾？》在符号叙事上主要是分为三个章节。第一章节为“长江从此是长江”主要讲述了宜宾的地理地貌特征、自然水土风貌。第二章节为“江城从此是江城”，

主要介绍了宜宾的饮食特产,以及当地的文化与习俗。第三章为“动力之都的诞生”,从城市的发展上讲述了宜宾保存抗战后方的科教火种,到城市发展转型,建立动力电池之都的历史脉络。空间符号、文化符号、产业符号,大体上依次对应了三个章节,但彼此仍相互勾连,密不可分。

城市宣传片的本质是融合了文字、声音与影像的复合型艺术载体。优秀的城市宣传片绝非符号的无序堆叠,创作者需要以叙事策略为结构基础,对多媒介符号进行系统的筛选与调度,从而强化文本的内在逻辑与条理性。由此可见,符号的建构对宣传片具有十分重要的核心价值,即叙事策略构成组织媒介符号的结构支柱。制作者必须通过叙事策略构建文本结构,组织和分配众多媒体符号,使其文本更加合理与清晰。

3.1 符号构建出自然人文的和谐之城

在构建城市意象的符号学系统中,自然符号奠定地理基因,人文符号凝练精神特质,二者互构方能形成独特的城市气质。自然符号承载着地域的生态本底与空间记忆,是城市差异化认知的物理基础;人文符号则沉淀历史实践与集体情感,赋予城市以文化品格与精神内核。二者深度互嵌形成的符号共同体,使城市意象超越单一景观维度,升格为自然与人文交融的生命体。

在《什么是宜宾?》中,自然符号系统以宜宾地区的自然森林以及众多极具特色的地质公园为核心,视频特效结合语言文本,展示出宜宾当地的地理数据以及自然风貌:

“宜宾上游高山窄岸,怒涛奔流,而在宜宾之下,除少数河段外,多数都极为的宽阔,江水雍容而浩瀚。与此同时,大地的性格气质也在宜宾发生着改变,海拔数千米的高山逐渐过渡为只有上百米的山地丘陵,灿若红霞的环崖丹霞,灰白如剑的石林石海,大地陷落后的溶洞天坑。在这个过程依次呈现,其中最特别的则是扑面而来的绿色海洋。”(截取自视频旁白)

航拍镜头将其转化为视觉符号,视觉上具象呈现了宜宾“长江从此是长江”的地理分界意义。环崖丹霞的灿若红霞、蜀南竹海的万顷碧波、桫欏树海的郁郁葱葱,共同构成宜宾城市意象的绿色生态。这些符号不仅展示了当地的地貌奇观,更奠定了宜宾“山水之城”的意象基石。

而人文符号系统则类似于扎根自然而禀赋衍生的文化实践。亚热带气候带来的丰沛降水和肥沃土壤,孕育了适宜辣椒种植和饮食的生态环境,进而催生出宜宾燃面火辣鲜香的

饮食符号，暗合城市火辣爽朗的意象风格。而五粮液古窖池中演化的微生物群落，依赖当地独特的水土气候，将自然禀赋转化为酿造工艺的核心科技，衍生出的酒文化造就出了宜宾一张驰名全国、享誉世界的“酒都”名片。

3.2 符号构建出宜人宜居的现代之城

《什么是宜宾？》的宜居性叙事大体上通过三重符号系统展开。首先是生态转型符号，视频中画面与台词刻意对比长江在宜宾段的性格转变：随着伴奏由急促到悠长，视频画面中，长江的江面由上游的怒涛奔流变为下游的雍容浩瀚，无人机拍摄的镜头穿越崇山峻岭，自横断山脉海拔数千米的高山逐渐过渡到只有数百米的丘陵，温和的长江浇灌着平坦而又肥沃的土地，展现出良好的农业基础，表现了生活在这片土地上的人们与自然的和谐之美。在视频中，植物的绿意几乎贯穿全片，宜宾全市森林覆盖率近百分之五十的数据在台词中展现，主持人穿梭蜀南竹海、鹿鸣茶海与桫欏海其间，绿意盎然的视觉符号映入每一位观众眼中，共同展演出宜宾绿水青山的生态宜居的城市意象。

其次是生活符号系统，以宜宾燃面点燃清晨的饮食符号为核心，关联码头工人劳作的职业场景与龙华古镇、李庄古镇的建筑符号，构建出浓郁的人间烟火气息场景。宜宾燃面在视频里不仅指地域特产，更指的是劳动者开启每日劳作的能量来源，而燃面鲜辣爽口的味觉特点，也象征了本地人爽朗潇洒的性格特点，更进一步隐喻了其乐观豁达的人生态度，使得宜居性进一步从自然景观延伸至民生维度。

最后是科教活力符号，十万人规模的宜宾大学城与抗战时期李庄收容同济大学的历史符号形成跨时空呼应。战时李庄，在现代转化为科教资源的集聚优势，彰显城市对人才吸引力的可持续传承。这三重符号共同证明宜宾从传统江城向现代宜居之城的深刻转型。

3.3 符号构建出古今交织的动力之都

《什么是宜宾？》中“长江从此是长江”一节中主持人走在五尺道遗址上，马铃清脆动听，如时空纽带连起了视频的观众与旧时的马帮，在五尺道基础上继续发展出的南夷道、石门道和南方丝绸之路，更是让宜宾与广阔的西南大地甚至印度次大陆彼此相连，古朴的青石板上铭刻意指西南边疆的千年交通史，画面一转，高铁疾驰而过，特效制作出宜宾与周围省份已然建立出高铁经济圈。长江边上整齐嘹亮的纤夫号子，在江面回荡了两千多年，时至今日，纤夫转变成了宜宾港口繁忙的龙门吊与货运轮船，其间码头工人每天指挥着几百上千吨货物流转于这座城市。含蓄意指宜宾是一座西南地区面向世界、交通便利的陆运、

水运枢纽之城。

而在“动力之都的诞生”这一章节，以家国情怀符号为轴线，构建宜宾从历史枢纽到现代产业高地的动力演进史。李庄古镇的抗战事迹构成动力叙事的原点。当同济大学1.2万名师生因战乱流离失所时，这座仅三千人口的西南小镇发出“同大迁川，李庄欢迎。一切需要，地方供给。”的十六字电报，让出千年庙宇与家族祠堂，以自我牺牲的态度守护中国科教火种。视频画面特写“同济大学医学院旧址”的建筑符号与泛黄电报纸的历史符号，将李庄凝练为奉献精神的符号。这种“舍小我为大我”的抗战文化，成为宜宾城市精神的底色。宜宾现代产业赓续了抗战文化火种的燎原之势。“动力电池之都”的产业符号借由工厂画面、数据量表等在视频中体现，锂矿资源中心的地理符号与西南高铁枢纽的交通符号，则通过数据地图可视化表明宜宾的战略区位。宁德时代现代化的工厂画面，以及占据全中国新能源动力电池六分之一产量的数据，还有以钢架结构与机械臂的视觉符号，无一不说明了宜宾从传统交通枢纽向新能源产业枢纽的转变。

4. 数字媒介的符号赋能机制

数字媒介通过技术手段将符号生产逻辑重新排列，使城市意象从静态表征转向动态意义流。基于皮尔斯符号学理论，这种赋能过程主要体现为视听语法的感知强化、叙事框架的意义转译和参与机制的意义共创等三个维度，三者相互渗透，从而形成完整的符号再生产链条。在短视频平台算法逻辑下，城市符号的传播呈现出“强视觉冲突+高情感密度”的新特征。

在视听语法层面，特效镜头首先扩展了空间符号的表现力。上帝俯瞰视角将金沙江180度大弯的地理转折具象化，使“长江从此是长江”的临界点意象，由抽象概念转化为可感知的空间经验。同时画面捕捉蜀南竹海的竹林绿意与小舟碧水，强化了自然符号的视觉奇观性。蒙太奇剪辑则创造符号的时空关系，当五尺道青石板遗迹与疾驰的高铁列车通过画面的并置，二者的切换暗示古今交通枢纽的承继关系。声音设计同样参与符号建构，竹海静谧空镜与码头喧闹场景的声画对位，则以环境噪音的陡然切换，共同构建起生态人文符号的共生张力。拉船一景，纤夫号子从后方声道渐强推进，与前方声道江水声形成三维环绕音场，历史劳作的声音地标由此重演，古镇场景中木门吱呀声与寺院钟声的混响，更使建筑符号获得了听觉维度再诠释。

数字媒介叙事框架的意义转译则通过文本系统实现符号提纯。视频提炼三个核心命题句作为意义锚点，其中“长江从此是长江”将地理事实升华为精神临界点符号；“江城被人间烟火点燃”把燃面火辣劲爽的物理属性转化为城市豪迈气质的人格隐喻；“面向未来的底限”则把锂矿的矿产资源数据转译为产业命脉的象征。这些命题句串联起来的时空文化动能三重符号系统，形成了递进式意象编码。

查尔斯·桑德斯·皮尔斯认为符号的意义并非固定不变的，而是在传播过程中通过不断被解释而生成新的意义，形成一个开放且动态的链条^[13]。视频中对李庄古镇建筑的历史符号的当代解读尤为典型，镜头通过特写泛黄的电报纸和配合铿锵的旁白，双重凸显了同济大学旧址这座建筑所代表的历史记忆。最终，现实中的视频用户通过弹幕发出的“李庄精神永存”，正是在媒介交互中生成新的解释项，延续了李庄抗战精神的生命力。

参与机制持续推动符号意义的社会化流变，其核心在于用户交互行为对符号解释项的动态重塑。视频弹幕构成了集体释义场域，当五粮液窖池画面出现时，观众自发打出的微生物黑科技与酒都等高频标签，实质是以大众语言解构产业符号，使科技文化的内涵获得具象表达。随后在长江交汇航拍场景中，密集的知识型弹幕形成规模效应，引导符号意义向教育价值维度拓展。短视频平台的二次创作则加速了符号裂变进程，抖音上截取的视频片段再传播，同样会进一步加深符号的流变，例如“燃面点燃清晨片段”被配以动感音乐与快剪节奏，使原本的饮食符号脱离宜宾的地域语境，在跨平台传播中蜕变为新的城市活力的意象。

5. 结论

以符号学理论为视角，结合凯文·林奇的城市意象理论与皮尔斯符号学三分法，以上分析了数字媒介中视频《什么是宜宾?》如何通过多模态符号的动态叙事重构城市意象。

发现城市意象的构建在数字媒介语境下已然突破了传统静态框架，可将其可以总结为“空间-时间-情感”三维分析框架。首先是空间维度，通过符号系统，诸如空间符号如自然景观与特征建筑、文化符号如饮食与习俗、产业符号如经济与文教产业，构建城市的地理本底与人文基因。并且以章节化叙事实现了对符号的有序组织，强化了宜宾从自然枢纽到现代产业综合体的意象递进。其次是时间维度，符号意义在媒介传播中呈现动态流变。最后是情感维度，数字媒介赋能机制如视听语法、叙事框架与参与机制等，强化了受众的

情感连接。视听语法如特效镜头和声画设计扩展符号感知力。

5.1 未来重点

基于《什么是宜宾?》案例的成功,未来,地方小众城市的“文化-科技-旅游”的融合应更多聚焦于符号赋能与情感共振,从而打破由来已久的“历史符号失活”与“现代符号悬浮”的传播困局。

5.1.1 萃取地域基因,打造高辨识度媒介意象

高辨识度意象源于地域符号的深度萃取与视觉强化,因此选择具有代表性的城市元素进行深度的挖掘和讲述成为吸引受众的重要因素。在如今消费升级的环境下,宜宾作为当下热度极高的小众宝藏网红城市,其媒介形象必须与媒介受众的期待契合,媒介要对宜宾的厚重历史文化进行深度解读,尤其宜宾独有的地域性标签。善用“极致符号”策略,聚焦1-2个具有地理唯一性的符号进行饱和传播。

5.1.2 借力意见领袖,构建多级传播

在《什么是宜宾?》中,用户弹幕和抖音平台上的截取片段,再传播使得符号脱离地域语境衍生了新的意义。这种已初见成效的融合策略更应主动借力意见领袖,通过意见领袖引导弹幕释义,并鼓励用户生成内容实现多级传播;同时,可以联合知名度较高的本土网红或者明星,对宜宾进行多样化传播,并且利用名人效应进行传播,这样能够提高受众接受度,使传播效果最大化。

5.1.3 秉持人文精神,加强细节叙事

《什么是宜宾?》侧重于宏大的叙事和符号化的呈现,而较少通过微妙的情节设计和细腻的细节叙事来吸引受众。若能以故事化的方式将主线情节与人物刻画相结合,深入展现人物与城市的情感联结,并丰富细节描写,更能显著增强观众对城市意象的共鸣感。采用贴近生活、直击人心的表达方式,可以赢得更广泛的观众认同与情感回应。

【参考文献】

- [1]庞博.镜语:影像中的青岛城市意象变迁(1949—2018)[J].电影文学,2019,(01):3-9.
- [2][美]段义孚.空间与地方:经验的视角[M].北京:中国人民大学出版社,2017:12.
- [3]李东鹏.历史影像空间中“城市意象”的塑造——以布洛斯基《经过中国》中20世纪早期上海为例[J].电影评介,2025,(03):1-7.
- [4]熊丹.融媒体平台 iChongqing 宣传片对重庆城市品牌形象的符号体系建构[J].西部广播电

- 视,2023,44(12):57-60.
- [5]宜宾文旅,星球研究所.什么是宜宾?长江自此向东流,江城自此是江城[EB/OL].新片场,(2023-09-27)[2025-08-28].https://www.xinpianchang.com/a13431547?from=search_post
- [6]Rully Damayanti. Extending Kevin Lynch's Theory of Imageability through an Investigation of Kampung in Surabaya,Indonesia [D]. Sheffield: The University of Sheffield, 2015.
- [7]张一玮.都市意象与当代电影的都市呈现[J].衡水学院学报,2007,(04):48-51.
- [8]覃若琰.网红城市青年打卡实践与数字地方感研究——以抖音为例[J].当代传播,2021,(05):97-101.
- [9]卡斯伯特.设计城市:城市设计的批判性导读[M].韩冬青等,译.北京:中国建筑工业出版社,2022:397.
- [10]赵星植.论皮尔斯符号学中的传播学思想[J].国际新闻界,2017,39(06):87-104.
- [11]皮尔斯.皮尔斯:论符号[M].赵星植,译.成都:四川大学出版社,2014:43-48.
- [12]本刊编辑部,《中国城市品牌传播研究》课题组,金定海,等.中国城市符号与城市品牌符号的传播现状思考[J].广告大观(综合版),2009,(09):155-170.
- [13]Peirce C S. Writings of Charles S. Peirce: Volume 8, 1890–1892: A Chronological Edition[M]. Indiana University Press, 2009.