

辽宁城市文化数字化符号生产的现存困境及优化路径

赵艳

辽宁科技大学 辽宁鞍山

【摘要】本文立足辽宁地域文化基因，将城市文化符号划分为工业、红色、生态三大类型。通过分析三大文化类型的数字化符号转译逻辑，深入剖析认知、制度、产业方面的现存困境，并提出差异化、可落地的优化路径，为推动辽宁城市文化数字化符号高质量生产、助力城市文化形象提升与地域文化传承提供理论支撑与实践参考。

【关键词】辽宁城市文化符号；数字化符号生产；困境；优化路径

【基金项目】辽宁省社会科学规划基金一般项目(L25BXW004)：数字化符号生产驱动辽宁城市文化形象建构路径研究

【收稿日期】2026年4月20日

【出刊日期】2026年5月8日

【DOI】10.12208/j.ssr.20260193

Existing dilemmas and optimization paths of digital symbol production for urban culture in Liaoning

Yan Zhao

University of Science and Technology Liaoning, Anshan, Liaoning

【Abstract】 Based on the regional cultural genes of Liaoning, this paper classifies urban cultural symbols into three categories: industrial, red, and ecological. By analyzing the digital translation logic of these three cultural types, it thoroughly examines the existing dilemmas in cognition, institution, and industry, and puts forward differentiated and feasible optimization paths. This study aims to provide theoretical support and practical references for promoting the high-quality production of digital symbols of Liaoning urban culture, enhancing urban cultural image, and inheriting regional culture.

【Keywords】 Urban cultural symbols of Liaoning; Digital symbol production; Dilemmas; Optimization paths

辽宁作为我国重要的老工业基地，积淀了深厚的工业文化、红色文化与生态文化资源，这些资源既是辽宁地域文化的核心内核，也是城市文化数字化符号生产的重要素材，更是辽宁区别于其他省份的独特文化标识。城市是人类文明史上的伟大创造物，“从其起源时代便是一种特殊的构造，它专门用来贮存并流传人类文明的成果^[1]。

近年来，辽宁各地逐步推进城市文化数字化建设，形成了具有一定特色的数字化符号体系，为地域文化传承与城市形象提升奠定了基础。但从实践效果来看，辽宁城市文化数字化符号生产仍存在诸多不足，未能充分发挥地域文化资源优势，难以满足城市文化形象提升的现实诉求。

1 辽宁城市文化符号的类型与转译逻辑

通过明确各类符号的核心特质与数字化呈现重点，

形成文化符号的差异化转译框架，有利于精准把握不同文化符号的数字化生产规律，避免符号开发同质化与形式化问题。

1.1 辽宁城市文化符号的类型划分与核心特质

辽宁城市文化符号主要分为工业类、红色类、生态类三大核心类型，各类符号均有其独特的核心特质：工业类城市文化符号体现了城市的历史性与厚重性，涵盖老工业厂区、工业设备、工业人物等核心元素。工业遗产是工业文化的重要载体^[2]，聚焦“工业记忆”传递，重点展现辽宁工业从起步、发展到转型的历史脉络，彰显“艰苦奋斗、勇于创新、甘于奉献”的工业精神；红色类城市文化符号是辽宁地域文化的精神内核，核心特质体现为革命性与引领性，涵盖革命遗址、英雄人物、革命事迹等核心元素，聚焦“精神传承”，重点展现辽宁在革命、建设、改革各个时期的红色记忆，传递爱国

主义、集体主义精神；生态类城市文化符号以辽宁独特的山海湿地、森林景观、生态理念为核心素材，聚焦“生态传递”，重点展现辽宁得天独厚的生态资源优势与生态保护成果，引导公众树立生态保护意识。

1.2 三类城市文化数字化符号的差异化转译逻辑

三类城市文化数字化符号的转译逻辑，各有侧重、各具特色。工业类符号采用“历史场景还原+工业IP衍生”的转译逻辑，核心破解工业遗产活化与现代传播的适配难题，兼顾历史真实性与传播趣味性，转译中通过史料梳理、实地调研挖掘工业内涵以保障内容真实，借助VR、AR等数字技术还原老工业场景，依托工业元素打造专属IP并开发衍生内容，实现工业文化多元化传播；红色类符号遵循“精神内涵解读+年轻化表达”的转译逻辑，重点解决红色基因传承与当代受众接受度的衔接问题，打破说教式传播局限，将抽象红色精神转化为具体可感知的内容，采用短视频等年轻化形式融入红色事迹与英雄人物，通过新媒体平台广泛传播，其核心痛点是实现红色精神解读的通俗化、年轻化，避免符号同质化与形式化；生态类符号依托“景观可视化+科普传播”的转译逻辑，核心实现生态价值传递与全民参与，通过无人机航拍、数字可视化等技术呈现生态之美，将科普知识融入数字化呈现并设计互动环节，借助多渠道传播引导公众参与生态保护，核心痛点是平衡景观展示与科普落地，因此整合构建协同运作的全媒体传播矩阵，其必要性与紧迫性日益凸显^[3]。

2 辽宁城市文化数字化符号生产困境的成因剖析

基于上述转译逻辑，结合实践调研发现，辽宁城市文化数字化符号生产在认知、制度、产业层面均存在突出困境，制约了地域文化的有效传播。具体成因剖析如下：

2.1 认知层面：数字化符号生产的认知偏差与定位模糊

认知偏差与定位模糊是导致辽宁城市文化数字化符号生产陷入困境的首要原因，结合调研内容，其主要体现在三个方面：一是将“数字化生产”等同于“技术呈现”，过度注重虚拟展厅、数字图片等技术形式的打造，忽视对辽宁地域文化核心内涵的挖掘。部分从业者认为数字化生产无需深入解读文化内涵，导致符号缺乏文化底蕴、难以传递辽宁地域文化独特气质，出现“有形式、无内涵”的问题，无法引发受众情感共鸣；二是将“符号生产”等同于“单一载体建设”。城市IP不仅拥有城市特有的知识产权属性，而且包含从城市建立至今时空维度中的所有物理、能源及数据^[4]。缺乏

IP化、品牌化思维的符号生产多停留在单一载体层面，难以实现多元化衍生与长期传播，无法形成具有影响力的城市文化数字品牌；IP可以是一个符号、一个故事、一个历史人物或一个特定的城市活动，通过创意设计以有形或无形的方式提供一系列文化产品或文化服务^[5]。三是不同类型符号的转译定位模糊，未能结合工业类、红色类、生态类符号的核心特质制定差异化转译策略，而是采用“一刀切”的生产模式，导致各类符号的差异化优势难以发挥，如工业类符号忽视历史真实性、红色类符号忽视精神内涵解读、生态类符号忽视科普落地，最终各类符号均未能实现自身核心价值目标。深入剖析来看，认知偏差产生的深层原因主要包括两方面：一是从业者专业素养不足，多数从业者缺乏“文化+数字”的复合型能力，对地域文化内涵解读不深入，且当前缺乏系统性的培训与提升机制，进一步加剧了认知偏差的蔓延；二是认知理念滞后，过度追求短期视觉效果，忽视符号的长期文化价值与传播价值。

2.2 制度层面：顶层设计缺失与协同机制不健全

制度层面的短板是辽宁城市文化数字化符号生产高质量发展的重要制约因素，主要体现在两个方面：一是缺乏省级统筹的城市文化数字化符号生产规划，当前辽宁各地市均按照自身需求开展符号生产，缺乏统一的指导思想、发展目标与布局规划，导致各类符号生产各自为战、同质化严重；二是跨部门、跨区域协同治理机制缺位，文旅、宣传等相关部门在符号生产中承担不同职责，但各部门间缺乏有效的协同沟通机制和常态化沟通，存在明显部门壁垒，在政策制定、资源整合、项目推进等方面难以形成合力，且跨区域协同机制不完善，核心城市与中小城市、不同类型城市之间缺乏符号生产的联动合作，导致资源碎片化，难以实现优势互补。深层来看，协同机制缺位的核心原因在于部门职责划分不清晰、缺乏常态化沟通平台，且未建立有效的激励与约束机制，同时缺乏专门的统筹协调机构，进一步阻碍了协同机制的落地，而这一问题也与认知层面“缺乏协同思维”的偏差形成相互影响。

2.3 产业层面：数字文化产业链条不完善与市场化程度低

认知偏差的导向错位及制度保障的缺失，最终导致产业层面出现诸多短板，难以支撑符号生产可持续发展，其问题主要体现在三个方面：一是IP衍生能力薄弱，符号的附加值偏低。当前辽宁城市文化数字化符号多停留在基础呈现层面，缺乏对IP的深度开发与衍生品运营，多数符号仅开发了基础数字化呈现内容，未

开发数字藏品、文创产品等衍生内容,难以实现多元化传播与价值提升,即便部分项目开展了IP衍生开发,其衍生产品也存在种类单一、质量不高的问题,难以形成市场竞争力,无法为符号生产提供持续资金支持。二是市场化程度低,核心原因在于投融资模式单一、社会资本参与门槛高,且缺乏专业的市场化运营团队,导致符号生产难以对接市场需求,商业价值与文化价值难以有效转化。

3 辽宁城市文化数字化符号生产的优化路径

结合认知、制度、产业三大层面的核心困境,立足各类城市文化符号的核心特质,针对性制定可落地、差异化的优化路径,以推动辽宁城市文化数字化符号高质量生产,实现地域文化的有效传承与传播。

3.1 纠偏认知偏差,明确符号生产定位

针对认知层面“技术至上、载体单一、定位模糊、一刀切生产”的核心困境,尤其是“从业者素养不足、认知理念滞后”的深层成因,以理念革新为先导,推动认知升级与定位精准化,破解“有形式、无内涵”“缺乏IP思维”等突出问题。一是树立“文化为核、技术为用”的生产理念,强化辽宁地域文化内涵挖掘,通过组织从业者开展工业、红色、生态文化专项培训及邀请文化领域专家开展专题讲座,建立从业者常态化培训机制,提升从业者地域文化解读能力,破解从业者专业素养不足的困境,引导从业者树立长期发展理念。二是培育IP化、品牌化思维,打破“单一载体建设”局限,明确工业类、红色类、生态类三大符号的IP定位,建立IP培育机制,推动符号从“单一呈现”向“多元衍生”转型,打造具有影响力的辽宁城市文化数字品牌。三是破解“一刀切”生产困境,立足工业类、红色类、生态类符号核心特质,建立“类型适配”审核机制,明确各类符号转译重点与呈现标准,制定贴合各类符号特质的差异化转译方案,明确方案的实施流程与责任主体,确保各类符号优势充分发挥。

3.2 完善制度保障,健全协同治理机制

针对“顶层设计缺失、协同机制不健全”的困境,尤其是“部门职责不清、缺乏统筹机构”的核心成因,以制度完善为支撑,强化统筹规划与协同联动,破解符号生产“各自为战、同质化严重、资源碎片化”的问题。一是强化省级统筹顶层设计,明确指导思想、发展目标、布局规划及实施步骤,划分各地域符号生产重点领域与责任分工。地域性文化符号是一个地区独特的文化标识,承载着该地区的历史、文化、传统和价值观^[6]。结合不同城市特色明确发展重点,如沈阳、鞍山等工业

城市重点打造工业遗产类符号,丹东、锦州等红色城市聚焦红色精神传播,大连、营口等沿海城市重点打造生态类符号,避免重复建设与同质化竞争,优化地域文化资源配置。二是健全跨部门、跨区域协同治理机制,打破部门壁垒,制定文旅、宣传等相关部门的职责清单,明确各部门权责边界与具体职责,实现政策制定、资源整合、项目推进、成果共享的常态化协同,形成符号生产合力。

3.3 完善产业链条,提升产业运营效能

精准对接产业层现困境的核心成因,以产业升级为抓手,构建完整产业链条,提升IP衍生能力与市场化运营水平,实现符号生产可持续发展。一是深度开发文化IP,由浅至深,从单一的形象展示转向更为系统化的产业链构建与沉浸式体验营造,从而形成独具特色的城市文化形象^[7]。二是强化IP衍生能力,构建IP全生命周期运营体系并组建专业IP运营团队,针对三类符号打造差异化衍生体系;同时建立衍生产品质量管控机制,增强IP市场竞争力。三是提升市场化程度,创新投融资模式,优化财政投入结构,降低社会资本参与门槛,培育专业市场化运营团队,对接市场需求优化符号生产与衍生产品开发,建立市场反馈机制,根据市场需求调整运营策略,同时搭建符号交易平台,拓宽商业变现渠道,提升符号的市场竞争力与可持续发展能力。

4 结语

城市从诞生之日起就打上了地域文化的烙印,演绎着自身独有的文化情境,这也是其吸引力和生命力所在^[8]。辽宁城市文化数字化符号生产的高质量发展,既是老工业基地文化转型的必然要求,也是地域文化创造性转化、创新性发展的重要路径。未来,需持续破解各类困境,推动数字技术与地域文化深度融合,让工业记忆得以活化传承、红色基因得以赓续弘扬、生态价值得以广泛传递,不断提升辽宁城市文化数字化符号的辨识度、影响力与生命力,为辽宁城市文化形象提升、地域文化传承创新注入持久数字动力,助力辽宁老工业基地全面振兴全方位振兴。

参考文献

- [1] 刘易斯·芒福德.《城市发展史:起源、演变和前景》[M].中国建筑工业出版社,2005,33.
- [2] 王丽丹.盘活工业文化遗产赋予城市创新活力[J].文化产业,2029,09:97-99.
- [3] 魏玮等.融媒体环境下城市文化传播路径研究[J].数字化

- 传播, 2024 (10): 66-68.
- [4] 吴 灿,王柯煜.元宇宙视域下城市 IP 形象设计研究[J].美术教育研究, 2025, 01: 104-106.
- [5] 丁思依.城市文化 IP 形象创新设计探究[J].美与时代(城市版), 2020 (8): 101-102.
- [6] 薛 岩等.符号学视阈下城市导视系统设计: 理念重构与文化表达——以南京中山植物园为例[J].城市发展研究, 2025, 06: 29-33.
- [7] 赖焕森.多维视角下城市文化形象的建构路径与传播策略研究[J].文化产业, 2025, 09: 67-71.
- [8] 韩福文等.工业遗产保护视角下的工业特色文化城市建设 ——以辽宁工业城市为例[J].经济地理,2013,06:66-72.

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS