

---

# 历史文化名城文化符号再塑的 理论构想与实践路径

徐若菡 孙霄兵<sup>1</sup>

**【摘要】** 随着时代发展，历史文化名城原有文化符号价值和意义逐渐被分解和变得模糊。历史文化名城原有文化符号如何在挖掘与保护基础上适时再塑，是一个值得关注的问题，其理论构想与实践路径都值得研究。历史文化名城文化符号再塑是讲好中国故事、增进历史文化认知、促进历史文化遗产的时代要求；历史文化名城原有文化符号并不是固化的已知，而是同时具有时间与空间两方面的可变性；历史文化名城原有文化符号不仅是物质的，还应是精神和情感的；融合创新理念是新时代历史文化名城文化符号再塑实践路径的核心。

**【关键词】** 历史文化名城 文化符号 再塑 实践路径

随着网络、大数据与智能化时代的到来，我国文化日益呈现出多元化发展趋势，在这一背景下，历史文化名城原有文化符号的价值和意义逐渐被分解和变得模糊。受众特别是青少年受众群体对历史文化名城原有文化符号的认知淡化、漠然甚至出现断层。这一失衡现状，严重影响和阻碍历史文化名城的文化传承。

历史文化名城原有文化符号是历史文化品质的视觉表达，具有代表历史文化名城品质的特殊身份。当历史文化名城原有文化符号被当作历史认知与文化传承载体时，其本身就成为一种特殊形态的传播媒体，承担着传播历史文化与讲好中国故事的重要历史责任。正如有学者认为的那样：“媒体的传播对城市历史文化的树立起着不可或缺的作用，应当充分利用好媒体来为城市的历史文化进行宣传。”<sup>[1]</sup>

过去我们往往注重历史文化名城原有文化符号本身的价值属性，忽略其与城市历史文化发展的内在联系及解读历史文化的传播功能，致使出现除对历史文化名城原有文化符号缺少挖掘和保护之外的另一个问题，即：对历史文化名城原有文化符号的创新发展没有认知。这也就是历史文化名城文化符号如何再塑的问题。

理论界对此也没有引起足够重视，缺少针对性理论研究和具体建议。因而，我们需要建构一个具有针对性和可操作性的历史文化名城文化符号再塑的实践路径，以适应新时代历史文化名城新定位与新发展要求，促进原有历史文化符号可持续发展。

## 一、历史文化名城文化符号再塑现状

随着国家关于历史文化名城保护政策的不断出台，我国历史文化名城原有文化符号挖掘与保护取得长足的发展，特别是将历史文化名城原有文化符号挖掘、保护同文化符号再塑相结合的理念，日渐被我国许多历史文化名城领导者与广大受众所认同。

### （一）进展情况

各级政府积极贯彻落实党中央各项指示要求，在历史文化名城原有文化符号挖掘、保护与再塑工作中采取了许多卓有成效

---

<sup>1</sup>作者简介：徐若菡，东北师范大学历史文化学院博士生。（吉林长春 130024）  
孙霄兵，东北师范大学历史文化学院教授、博士生导师。（吉林长春 130024）

---

的举措，取得了显著的进步。这些进步主要体现在政策的扶持、法律法规的制定、考古的发现、文化符号的再塑等方面。如：2011年江西省文物考古研究院发掘西汉海昏侯刘贺墓葬，出土了1万余件（套）珍贵文物；2021年四川省文物考古研究院公布“三星堆遗址祭祀区三号坑、四号坑阶段性重大考古成果”等。

全国每个历史文化名城都建有标志性历史文化符号再塑项目，比如：北京的皇家建筑文化符号再塑、上海的金融贸易与市场文化符号再塑、西安的秦朝兵马俑文化符号再塑、厦门鼓浪屿万国建筑群文化符号再塑、哈尔滨的俄罗斯文化符号再塑、广州的多样性融合文化符号再塑、昆明的花卉文化符号再塑、西藏的藏族风情文化符号再塑、江西井冈山的红色文化符号再塑等。特别是全国首部明确以革命文物为立法对象的省级地方性法规《江西省革命文物保护条例》2022年1月1日起开始施行，标志着我国历史文化原有文化符号挖掘、保护与再塑工作，将逐步迈入法制化时代。

## （二）存在问题

虽然我国历史文化名城原有文化符号挖掘、保护与再塑工作，有了一些长足进步，取得了一些初步成果。但我们要认识到当前历史文化名城文化符号再塑工作依然任重道远，仍存在诸多问题，主要表现为五点。

第一，意识滞后。目前，我国正处于城镇化快速发展时期，由此给历史文化名城发展带来了前所未有的机遇，同时也出现了一系列问题。这些问题主要表现在三个方面：一是片面强调经济效益，“一切向钱看”。二是受众特别是青少年对历史文化名城文化符号再塑及其实践路径的关注度不高，意识淡薄。三是缺乏融合创新思想，不能有效地将新思维、新方法、新技术运用在历史文化名城文化符号再塑理论研究与实践路径应用中。这些都是历史文化名城文化符号再塑意识滞后的外在表现。

第二，制度不健全。有针对性的法律法规是历史文化名城保护及其文化符号再塑的前提。目前，我国虽已制定了《中华人民共和国文物保护法》（2017年修正），却少有像《江西省革命文物保护条例》那样，以具体原有历史文化符号为立法对象的针对性省级地方性法规。而有针对性的原有历史文化符号保护与再塑的法律与法规，是制约和规范原有文化符号的保护及再塑行为的最有力保证。

第三，研究缺失。一方面，理论界缺少对国内外学者关于历史文化名城文化符号再塑理论与实践路径研究成果的分析与借鉴，不能有效地将这些研究成果与经验转化成指导实践的方法。另一方面，在宣传推广和执行策略上，缺乏融合创新发展思维，致使历史文化名城文化符号再塑达不到锦上添花的传播效果。针对历史文化名城文化符号再塑的理论研究，可以帮助和指导相关部门制定科学合理的历史文化名城文化符号再塑规划与措施。而科学合理的规划与措施，对历史文化名城文化符号再塑的实践路径又有直接影响。

第四，管理不到位。这主要表现为：多头管理，责任不明。许多历史文化名城原有文化符号在遭到侵占和破坏时，没有合适的部门出来制止，历史文化名城原有文化符号被盗毁、被污损、被亵渎的现象时有发生。许多展示历史文化名城原有文化符号的场所，历史文化名城原有文化符号的呈现物，传统工艺、传统字画、传统服饰、传统小吃、传统生活方式等，得不到有效的保护。

第五，对历史文化名城文化符号认知不足。随着我国城镇化进程的飞速发展，历史文化名城的人口不仅在数量上大大增加，而且在结构上也发生了巨大变化。这一变化也使历史文化名城受众群体的认知水平和文化需求出现了新的变化，加之市场经济条件下多元文化对历史文化名城受众群体文化价值观的冲击和影响，导致社会对历史文化名城原有文化符号认知不足。

## 二、历史文化名城文化符号再塑的理论架构

文化是人类社会特有的产物。每一个时代都有体现时代特色的文化，文化总是伴随时代的变化而不断发展。英国文化理论家雷蒙德·威廉姆斯提出了“文化”的三种定义：“社会智能、生活方式和艺术活动。文化总是以人、事件、实践和艺术等方式来

描述。”<sup>[2](P74)</sup>历史文化符号则是这一描述过程的“物态化”。每个人都受特定文化的影响，而且这种影响是潜移默化的，不管你认同或是反对。文化符号不同不仅产生差异化的认知，也会产生差异化的受众。

### （一）原有文化符号

原有文化符号是一个宽泛的定义，很难用具体指向加以确定。就历史文化名城而言，广义的原有文化符号是指：历史文化名城一切显性与隐性历史遗留下来的文化载体与生活方式。狭义的原有文化符号是指：古代、近代和最具代表性三个维度范畴的文化符号。古代原有文化符号是指靠挖掘出土的原有文化符号，如西安兵马俑、海昏侯刘贺墓、各类出土历史文物等。

近代原有文化符号是指近代以来现实存在的原有文化符号，如历史名人字画、历史名人旧居、老建筑、老街道、老字号、老手艺、传统工艺、传统服饰、传统生活用具、传统生活方式等。最具代表性原有文化符号是指历史文化名城特有的文化符号，如北京市的故宫、长城、颐和园等，上海市黄浦江畔租界时期的洋楼和民国时期的“十里洋场”等，深圳市的旧时渔村遗迹和现代化的高楼大厦等，南昌市的八一广场和“八一起义”纪念馆等，丽江市的文化客栈和“纳西古乐”西南少数民族音乐符号，等等。

### （二）文化符号再塑

文化符号再塑的基本内涵是：对原有文化符号在挖掘与保护的基础上，通过融合创新手法，使原有文化符号朝着媒介方向转化而成为一种传播符号的过程。经过再塑以后的原有文化符号，不仅是供人参观的历史“文物”，而是一座承上启下，将历史与现实紧密相连的文化桥梁。其就像一位慈祥的文化老人，娓娓诉说着历史文化名城的过往今昔。“因此，我们需要在受众中建立起一座精神桥梁，这座桥梁的基石绝不是模式化、表面化和直观化的视觉符号，而应包含视觉符号的意指和所指即：原有文化符号的文化与精神内涵。”<sup>[3](P10)</sup>

### （三）历史文化符号与视觉传播

符号是指可以代表其他事物的任何存在物。政治、文化与经济是呈现历史文化名城形象的符号系统，历史文化名城原有文化符号作为形象表达载体，属于城市符号学范畴。古希腊哲学家和语言学家奥古斯丁最早提出应该研究符号，他认为：“广泛理解的符号可以促进非语言形式的传播活动，符号是自然和文化之间的桥梁。”<sup>[4](P65)</sup>

历史文化名城文化符号再塑理论与实践路径，构建的是一种交互性历史文化符号视觉传播范式，在这一范式中，呈现出“你中有我、我中有你”的表现特征，历史文化信息存在于外延包含一切具有信息功能的视觉内容中。有学者认为：“视觉论证理论的兴起，确认了图像具有和文字同等重要的修辞功能。在语言和图像构成的图文关系中，视觉修辞分析的关键是揭示语图之间的论证结构及其修辞实践。”<sup>[5]</sup>这是很有学理性与前瞻性的观点。

作为承载历史文化信息的原有文化符号的再塑，属于符号的视觉传播范畴。因为“从某种意义上来说，在信息传播视阈下一个视觉符号要成为信息的前提就是‘被发现’，未来世界就是在如此‘发现’与‘被发现’的过程中，不断地被认识和不断地被创造”<sup>[3](P11)</sup>。在原有历史文化符号与视觉交互传播过程中，中国文化、中国故事和中国情怀逐步深入人心，受众特别是青少年受众的历史认知水平会得到有效提升，从而建立起对祖国、民族以及历史文化名城的文化自信。

历史文化名城原有文化符号是城市历史文化的重要组成部分，在历史文化名城文化符号再塑过程中，不应以建设为名，忽视历史文化名城原有文化符号传播历史文化、讲好中国故事的存在价值；也不应把再塑视角，仅仅放在少数典型的原有文化符号上；更不能忽视受众特别是青少年受众的历史文化素质培养。而是应将这些工作协调统一，使之相得益彰。

---

这就需要对历史文化名城原有文化符号进行视觉信息化处理，并将视觉信息化处理后的原有文化符号置于信息传播过程中。“创建城市整体性的任务只能作为一个过程来处理，它不能单独靠设计来解决，创造城市的整体性最重要的是过程，而不仅仅在形式。如果创建一个适宜的过程，就有希望再次出现具有整体感的城市。”<sup>[6] (P2)</sup>

#### （四）历史文化符号的特征

从视觉传播维度看，历史文化符号具备以下三大特征。

其一，精准快捷。历史文化名城原有文化符号对历史文化的传播，不像其他城市历史文化要素如政治、经济等那样，要靠宣传、解释和体验才能逐步被了解。符号具有多重性传播特点，视觉性是历史文化名城原有文化符号最显著的特点，视觉性的最大优势就是一目了然，俗话说“百闻不如一见”。精准快捷，主要针对“显性”（受众主要通过“看”来获取信息）历史文化名城原有文化符号而言，借用美国视觉传播专家赫胥黎的公式，精准快捷是一个“感觉、选择和理解”的视觉传播过程<sup>[4] (P3)</sup>。

其二，潜移默化。潜移默化有两方面含义，一方面是针对“隐性”（主要是通过参与和分享来实现信息传播）历史文化名城原有文化符号如传统生活方式等而言的。历史文化名城原有文化符号传播效果的实现需要受众参与和分享，在参与和分享中受众能得到历史文化的熏陶。另一方面是指历史文化名城原有文化符号对历史文化认知与传承的时间过程。也就是说历史文化名城原有文化符号对历史认知与文化传承的作用不是一蹴而就的，而是一个不断互动和默化的过程。

其三，交相辉映。一个准确的历史文化名城定位是历史文化认知与传承的基础，也是构建科学合理的历史文化名城文化符号再塑理论及实践路径的先决条件。历史文化名城文化符号的再塑又是历史文化认知与传承的重要内容。二者紧密相连、交相辉映。

### 三、历史文化名城文化符号再塑的意义与价值

2014年3月27日，国家主席习近平在巴黎联合国教科文组织总部的演讲中指出：“让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来，让中华文明同世界各国人民创造的丰富多彩的文明一道，为人类提供正确的精神指引和强大的精神动力。”<sup>[7] (P17)</sup> 习近平总书记这一重要讲话精神，为新时代历史文化名城文化符号再塑的理论与实践指明了方向。

#### （一）历史文化名城文化符号再塑的意义

历史文化名城文化符号再塑，不仅仅是研究历史文化符号的挖掘、保护与再塑的理论问题，也不是将历史文化名城原有文化符号推倒重来。其意义在于：历史文化名城文化符号再塑理论是一项在挖掘和保护基础上，围绕文化建设三重性即：核心价值、社会服务与产业经济，对历史文化名城原有文化符号进行再认识、再完善和再传播的理论。同时，这也是一个实践过程。通过这一过程，使历史文化名城原有文化符号重新焕发出新的生命力，为新时代历史文化名城文化传承、品牌形象塑造、城市经济发展赋能助力。

#### （二）历史文化名城文化符号再塑的价值体现

我们知道历史文化名城文化符号再塑是历史文化认知发展的基础；而历史文化认知发展又决定历史文化名城文化符号再塑的价值取向与创意思路。因此，两者的关系是既相互联系，又互为补充。

虽然历史文化名城文化符号不能像政治和经济那样对城市历史文化具有决定性的影响，但从另一个角度去思考历史文化名

城文化符号再塑，就可以看出其价值所在。比如：在讲述历史文化故事、历史文化素养提升、历史文化认知及人文素质培育等方面，文化符号的优势是其他构成要素所难以比拟的。加之历史文化名城原有文化符号有着先入为主的传播优势，也就是说每当你到达一个历史文化名城，首先接触和看到的可能就是这座历史文化名城的文化符号。

文化符号能产生立竿见影的传播效果，关于这一点是反复被现实证明了的。我们到达一个国内外历史文化名城，比如：我国的北京、上海、西安、开封、苏州、昆明等，法国的巴黎、英国的伦敦、德国的慕尼黑、美国的新奥尔良和圣安东尼奥小城、埃及的开罗、泰国的曼谷、朝鲜的平壤等地方，首先想到和最有感触的是能体现这些历史文化名城本质特征的文化符号。然后，我们才会关注这些历史文化名城的其他构成要素。

### （三）改变固有符号形态，重构历史文化符号传播价值观

改变历史文化名城文化符号形态，将丰富和加强历史文化名城原有文化符号传播效果。如今，“另一种‘媒介融合’是社会形态的变化，即以数字技术为元技术平台，将不同维度上的媒介重新整合为一体，形成一个全球化的、涌动的‘网络社会’，而媒介组织就是这个网络中的一个节点”<sup>[8]</sup>。历史文化名城原有文化符号并非固化的已知，它同时具有两方面的可变性，即时间与空间。

时间是指历史文化名城原有文化符号的文化与经济价值会随着时代的发展而变化；空间是指历史文化名城原有文化符号存在的空间会随着技术的进步而扩展。这两项可变因素，为历史文化名城文化符号再塑创造了客观可能。其另一层含义还指历史文化名城原有文化符号不仅是物质的，还应是精神的和情感的。

相较于看得见的文化符号，精神和情感上的原有文化符号，除了需要我们去挖掘和保护，更需要我们对其进行适时再塑。比如：千百年来存在于我国各民族中的信息传播方式，特别是植根于民族基因里的情感内核与情感表达，过去一个姿态、一个眼神、一个语气就能传递信息，如今，姿态、眼神和语气这类情感表达方式，都被赋予了新的形式与内容。

改变固有符号形态，重构历史文化符号传播价值观，扩大和改变了我们对历史文化名城文化符号再塑理论与实践路径的研究视阈。研究视角由以往多以固有的古代、特色文化符号研究方向为主，向多形态、多维度以及深层次文化交流方式研究方向转化。因此，从线上到线下，从思想理论与文化基础到个体修身养性与言谈举止，从国家文化与经济发展战略到市民日常生活和文化认知教育，从国内国外理论研究在具体案例到一个学校、一个社区和一个具体文化符号，都为深层次原有文化符号再塑创造可能。

## 四、历史文化名城文化符号再塑的实践路径

### （一）融合创新：历史文化名城文化符号再塑实践路径的核心

面对新时代背景下新的传播环境、新的传播媒介、新的传播对象，融合创新发展理念应贯穿于历史文化名城文化符号再塑实践路径始终。融合创新发展理念是历史文化名城文化符号再塑实践路径的核心。历史文化名城文化符号再塑是讲好中国故事、增进历史文化认知、促进历史文化遗产的时代要求，历史文化名城文化符号再塑实践路径中的融合创新发展理念，体现的是习近平总书记提出的“在新的时代条件下推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”<sup>[9]</sup>的深刻思想和卓识远见，揭示了历史文化发展是一个不断积累、丰富和完善的过程。融合创新发展理念必将加速社会主义核心价值观与历史文化名城原有文化符号的深度融合，促进历史文化名城原有文化符号的产业化发展和传播手段的不断创新。

2018年8月21日，习近平总书记在全国宣传思想工作会议上指出：“要加强传播手段和话语方式创新，让党的创新理论‘飞入寻常百姓家’。”<sup>[10] (P340)</sup>因此，在探寻历史文化名城文化符号再塑实践路径过程中，坚定贯彻执行习近平总书记这一重要

---

讲话精神，树立融合创新发展理念，始终是我们一切工作的基本准则。特别是在网络、大数据与智能化时代背景下，新思维、新方法与新技术，将成为历史文化名城文化符号再塑实践路径最强有力的思想方法和创新武器。互联网与物联网中的手机、微博、微信、网络视频、网络音频、专业网站、电子报刊、电子商务、各种电商服务、电子邮件包括与之配套的物流与快递等，都将成为历史文化名城文化符号再塑实践的新路径。

融合创新发展理念的宏观要求和具体实践路径，将为政府及相关部门在实施历史文化名城原有文化符号创新发展规划时提供方向性指导意见。同时，经过融合创新后的历史文化名城文化符号，将改变原有文化符号单一、静止和固化的生存状态，朝着大众媒介方向转化，而成为一种现代新型传播符号。

这将有利于把历史文化名城文化符号再塑纳入整个社会政治、经济与文化发展大环境中，并将其视为坚持习近平新时代中国特色社会主义思想，讲好中国故事，促进历史文化名城经济建设发展的强大动力。巩固和发展历史文化名城品牌形象，提升和改善历史文化名城受众特别是青少年对原有文化符号的保护意识和对文化符号再塑的认同感，使历史文化名城文化符号成为整个城市和社会发展的重要建构因子与意义表达方式。

## （二）历史文化名城文化符号再塑实践路径的原则

“坚持以人为本，树立全面协调、可持续发展观”是我们研究和探寻历史文化名城文化符号再塑实践路径的根本原则。其具体表现为：法规性、多维性、并重性、双向性、真实性、长久性、目标性。法规性即法律、法规与制度保障；多维性即原有历史文化符号，不仅仅就是专指那些已知或是特指的历史文化符号，而应有更加广泛的存在空间与呈现方式；并重性即文化传承与经济发展协调并重；双向性即城市经济建设与历史文化遗产相向而行；真实性即尊重历史又放眼未来；长久性即原有历史文化符号挖掘、保护和创新发展是一个系统工程，需要一个长期过程才能实现；目标性即历史文化名城文化符号再塑的实践路径，要围绕和有利于实现历史文化名城文化符号再塑的总体目标。

## （三）“文化传承、形象塑造、产业化”三位一体

网络、大数据与智能化时代的到来，促进了媒介大发展。媒介的大发展又引发了传播方式的改变，这种改变可以说是颠覆性的。它不仅改变了我们的生活态度（距离感和价值观），甚至改变了我们的生活方式（交流、阅读、购买、娱乐等）。毫无疑问，像所有传统传播载体面临挑战一样，处在这种改变之中的历史文化名城文化符号再塑的实践路径也面临新的机遇和挑战。

如何使历史文化名城文化符号再塑实践路径与文化建设三重性（核心价值、社会服务与产业经济）协调发展，使历史文化名城文化符号再塑实践路径产生精神文明与物质文明共同发展双重效应？这是我们提出“文化传承、形象塑造、产业化”三位一体文化符号再塑实践路径的初衷。实现精神文明与物质文明共同发展双重效应必须具备三个基本条件：社会对文化符号再塑实践路径准确定位；主体新思维、新方法、新技术文化素养；受众对文化符号再塑实践路径有一定的认知。

第一，社会与理论界要对文化符号再塑实践路径有一个准确定位。明确历史文化名城文化符号再塑实践路径，不仅仅是一项针对原有文化符号的保护行为，更是一项历史文化认知与历史文化遗产的创造性生产。要将这种创造性生产纳入社会和学校文化教育中，使历史文化名城文化符号再塑成为每个人的共识，并且要积极参与其中。

第二，新时代历史文化名城文化符号再塑实践路径主体自身新思维、新方法、新技术能力也非常重要。新思维、新方法、新技术将改变以往历史文化名城原有文化符号的单一固化形态，使原有文化符号转为以传播效应为第一要务的全新社会形态，从而影响城市受众特别是青少年受众对历史文化的认知。

第三，产业化是助力历史文化名城文化符号再塑实践路径的推进剂。实现产业化，需要文化符号再塑主体与城市受众特别是

---

青少年受众群体认知能力的信息对称。这种信息对称不是像过去艺术家创作那样“以我为主、信息偏差”式的对称，而是“对象化、精准化”的信息对称。

在此基础上，我们提出“挖掘是要求、保护是基础、创新是前提、机制是保障、发展是目的”这一历史文化名城文化符号再塑的具体实践路径。这一具体实践路径，充分体现了“古为今用、洋为中用、推陈出新”的科学文化传承思想。同时，其也是“文化传承、形象塑造、产业化”三位一体文化符号再塑实践路径在新时代的应用范式。

#### （四）实践路径应用：以历史文化名城南昌市为例

我们可以南昌市这一个历史文化名城为案例，来验证这一实践路径的可行性。南昌市政府及相关部门力求构建一个立体的历史文化名城文化符号实践路径，将原有文化符号纳入现代传播轨道，并且在传播过程中不断对原有文化符号适时再塑，深化和丰富历史文化名城原有文化符号的内涵和外延，以适应新时代中国特色社会主义文化自信的需要。

早在1986年江西省南昌市就被评为国家历史文化名城，南昌市政府非常重视历史文化名城文化符号挖掘、保护与再塑工作，于2018年6月1日开始实施《南昌市历史文化名城保护条例》。南昌市政府还专门设立南昌市历史文化名城保护委员会，负责研究历史文化名城保护中的重大事项，指导、协调历史文化名城保护工作。

每年南昌市政府都为历史文化名城原有文化符号保护与再塑，投入大量资金、人力和物力。江西省还制定了全国首部明确以革命文物为立法对象的省级地方性法规《江西省革命文物保护条例》。这些措施，大大促进了历史文化名城南昌市原有文化符号的挖掘、保护与再塑工作。

2011年江西省文物考古研究院发掘西汉海昏侯刘贺墓葬，2015年西汉海昏侯刘贺墓葬被列入“中国十大考古新发现”，2019年南昌市建成海昏侯遗址博物馆。如今海昏侯遗址博物馆已经是历史文化名城南昌市又一地标性历史文化符号，成为国内外游客来到南昌必到的打卡之地。

南昌市对现存特有的文化符号，如八一起义纪念馆、八一广场、万岁馆、滕王阁、八大山人纪念馆等，运用现代化VR技术与多媒体手段进行重新创意、改造与再塑，使之以崭新的面貌和文化功能呈现在受众面前。在赣江边建造具有英雄城红色文化特色的“八一军事主题公园”，在公园内陈列有海军退役的“南昌舰”及各类历史军械，塑造多座军事历史题材的主题雕塑。同时在原有历史文化符号滕王阁对岸以《滕王阁序》的诗句“落霞与孤鹜齐飞，秋水共长天一色”为创作源泉，建立了“秋水音乐广场”。如今，这些在原有历史文化符号基础上再塑的文化符号，已经成为人们参观、学习、休闲和追溯历史的最好去处。

此外，将南昌市具有悠久历史的“万寿宫”“千年绳金塔”“华夏音乐鼻祖伶伦”所在地，融合于现代文化和生活中，打造出受人瞩目的“万寿宫历史文化街区”“绳金塔庙会”“绳金塔美食街”和“梅岭洪崖丹井中国古典音律和舞蹈发源地”景区，每年都吸引成千上万的市民和游客前来参观，接受历史文化的熏陶；利用具有地标性文化符号的旧厂区，创建“699文化创意产业园”和“樟树林特色文化餐饮一条街”；在原江西省歌舞团所在地，结合音乐歌舞元素创建具有20世纪60年代特色的“省歌文艺小区”等；对各类古村民宿、名人旧址、名人字画、手艺绝活、风味小吃等，进行重新挖掘、丰富、推广和包装；创造了许多既有历史文化底蕴又适应新时代发展需求的历史文化符号，产生了良好的社会影响与经济效益。

不仅如此，南昌市还对在中国革命历史和文化发展进程中具有重大影响的发生地和遗址进行针对性再塑。如：在中国改革开放总设计师邓小平同志曾经生活和工作过的地方——南昌市新建县拖拉机厂所在地新建县望城岗，建立“小平小道纪念馆”。现在，这条往返于当年小平同志驻地与工作地之间的田间小道，已经成为象征中国改革开放康庄大道起点的标志性历史文化符号。在南昌市八一大道376号（原国民革命军第三军军官教育团旧址），建立“朱德军官教育团纪念馆”；在南昌市西湖区友竹路7号新四军军部旧址，建立“新四军军部旧址纪念馆”。在陈云同志曾经生活和工作过的地方南昌市青云谱，建立“陈云同志

---

纪念馆”。这些历史文化符号再塑后，已经成为当今社会青少年接受革命传统教育的基地。

南昌市政府及相关部门在新思维、新方法、新技术的驱动下，充分运用互联网、新媒体、手机微博、微信等，对历史文化名城南昌市原有历史文化符号进行推广和宣传。最令人称道的是将南昌市历史文化融入现代化高科技灯光秀中，打造了历史文化与现代文化、人文与科技高度融合且美轮美奂的赣江两岸灯光秀，使滕王阁、八一大桥等原有历史文化符号更加耀眼夺目。

如今，当你走在历史文化名城南昌市的大街小巷，到处都能感受到经过再塑的原有历史文化符号。毫无疑问，历史文化名城南昌市所采取的针对文化符号再塑的诸多措施，为探讨新时代历史文化名城文化符号再塑实践路径，提供了具有启发性的实证案例。

## 五、结语

虽然历史文化名城原有文化符号是一张重要的城市文化名片，对城市历史文化塑造与传承具有无形的价值，但现实中仍存在忽视历史文化名城原有文化符号挖掘、保护与再塑的现象，有些地方仍然看不到历史文化名城原有文化符号对历史认知与传承的价值。更有甚者将历史文化名城原有文化符号视为可有可无之物，一味追求经济发展，一些历史文化名城原有文化符号失去了往日的风采，变得越来越“四不像”。

更加严重的是由于历史文化名城原有文化符号的退化与消失，使受众特别是青少年受众群体，缺少了最为直观和具体接受历史文化教育与熏陶的现实环境，逐渐淡化对历史文化名城原有文化符号的价值认同，从而直接影响了受众特别是青少年受众群体的历史认知与传承。

针对这一现状，我们提出“传承、形象塑造、产业化”三位一体的历史文化名城文化符号再塑路径，以期抛砖引玉，能引起政府相关部门及理论界对这一问题的重视，并为将来建立具有科学性、针对性与可操作性的历史文化名城文化符号再塑理论与实践路径提供参考。

### 参考文献：

- [1]何春晖,刘依卿.城市形象传播的媒介思考[J].国际公关,2005,(6).
- [2](英)乔纳森·鲍德温,卢西恩·罗伯茨.视觉传播——从理论到实践[M].陈晶,刘小林,译.沈阳:辽宁科学技术出版社,2010.
- [3]孙平.视觉发现:无处不在的视觉传播[M].南昌:江西人民出版社,2018.
- [4](美)保罗·M.莱斯特.视觉传播:形象载动信息[M].霍文利,译.北京:中国传媒大学出版社,2003.
- [5]刘涛.语图论:语图互文与视觉修辞分析[J].新闻与传播评论,2018,(1).
- [6](美)C.亚历山大,H.奈斯,A.安尼诺.城市建设新理论[M].陈治业,童丽萍,译.北京:知识产权出版社,2002.
- [7]习近平.出席第三届核安全峰会并访问欧洲四国和联合国教科文组织总部、欧盟总部时的演讲[M].北京:人民出版社,2014.

- 
- [8]黄旦, 李暄. 从业态转向社会形态: 媒介融合再理解[J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2016, (1) .
- [9]习近平给《文史哲》编辑部全体编辑人员回信[N]. 人民日报, 2021-05-11(01).
- [10]习近平. 自觉承担起新形势下宣传思想工作的使命任务[A]. 论党的宣传思想工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2020.