

浅谈数字媒介语境下广西形象的建构路径

黄昱颖

广西职业师范学院，广西 南宁 530000

DOI: 10.61369/SSSD.2026030010

摘 要： 本文探讨新时代背景下关于数字媒介的城市形象传达问题，指出数字媒介与广西形象的双重理念，进一步分析其主导的广西形象重构与实践策略，也旨在用更加鲜明丰富的内容做出渲染，拓展城市形象宣传渠道。

关 键 词： 数字媒介；广西形象；理念；建构策略

A Brief Discussion on the Construction Path of Guangxi's Image in the Context of Digital Media

Huang Yuying

Guangxi Vocational Normal University, Nanning, Guangxi 530000

Abstract： This paper explores the issue of urban image communication via digital media in the context of the new era, points out the dual concepts of digital media and Guangxi's image, further analyzes the reconstruction of Guangxi's image dominated by them and practical strategies, and aims to use more distinct and rich content for rendering and expand the channels for urban image publicity.

Keywords： digital media; Guangxi's image; concept; construction strategy

引言

城市形象是人们对城市的综合印象，是人们对城市价值判断的重要指标内容，也因此要构建良好的城市形象，通过多类创新技术方法为城市形象宣传赋能，值得我们深入探索与实践。随着新媒体技术的发展，面对全新的数字媒介语境，势必要在日益激烈城市竞争中保持力量，也是广西形象建构的重要原因之一^[1]。广西壮族自治区是一个多民族聚居地，本身有着丰富的民族元素、文化底蕴，再加上数字技术、新媒体与人工智能的力量，势必能够为广西形象传播提供优良支撑。以下围绕数字媒介语境下广西形象的建构路径具体讨论^[2]。

一、数字媒介与广西形象的理念分析

数字媒介是当代信息传播的核心载体，重塑了当前地域形象的建构逻辑，在广西形象重塑方面也是如此。以其高互动性与跨地域性，能够打破传统媒体的单向输出局限，让更多关于广西地区人民的记忆广泛传播，并在短视频与社交媒体的支持下触达全球受众。过去有各式各样关于“三月三”“唱山歌”的节庆活动，通过抖音、微博等实现了现象级传播。还有各类电视节目、网络直播等讲述新时代广西故事，对于广西城市形象的传播具有重要作用^[3]。这种由技术赋能的形象建构，无疑是数字媒介与全球化背景下城市形象宣传推广的最有效通路，实现了广西更具活力与现

代感的话语表达^[4]。

数字媒介对广西形象的呈现，不可避免会误入同质化、浅表化的误区，也是当前借助技术赋能实现广西形象传播极易陷入的困境。一般来说，部分传播内容过度聚焦山水景观、民俗奇观，忽视广西作为中国—东盟合作枢纽、西部陆海新通道关键节点的战略地位，导致其现代产业、科技创新与社会治理等方面的成就被遮蔽^[5]。经过算法推荐机制，也容易形成“信息茧房”，让更多首重抵触碎片化、娱乐化之后的广西形象，起到反向推广效果。新媒体语境下，借助数字媒介宣传广西形象，势必要规避以上的问题，加强内容质量把控，挖掘探索媒介素养，引导公众真正接受并消费广西形象的内容^[6]。

二、数字媒介语境下广西形象的建构策略

（一）用数字技术讲述广西故事

数字媒介高度渗透社会发展的各个角落，对于区域形象的建构有着重要作用。以其数字宣传与话语表达，达成了以用户为中心、以故事为载体的数字叙事模式，值得我们深入探究与实践。我们要深刻认识到广西是一个多民族的聚居地区，有着丰富的无产资源、深厚的历史文化底蕴，有必要通过数字技术、新媒体与人工智能加以宣传，形成独特的广西形象^[7]。因此，相关工作人员要系统梳理广西文化符号资源，把壮族三月三、刘三姐传说、桂林山水、北部湾海洋文化、东盟门户地位等凝聚在一起，为宣传和赞美广西出一份力量。也把相应内容深入挖掘，转化为可以传播、互动的数字内容，影响更多社会群众。比如说，在抖音、快手等短视频一类平台讲述“边境村寨里的非遗传承人”“跨境民族的日常交往”，形成微观故事系列或频道，带给群众真实的感受。针对Z世代受众，采用Vlog、微短剧、AI互动，面向海外用户，借助多语种内容和跨文化转译策略，避免文化折扣^[8]。诸如此类的还有很多。本着以用户为中心的基础原则，用数字技术讲述广西故事，实现数字媒介语境下广西形象的高效传播，也使其在信息过载的数字空间中脱颖而出，显然具有特殊的意义与作用。

（二）用智慧文旅实现矩阵传播

广西形象传播走上数字化道路，需借助“智慧文旅”的力量，构建相应沉浸式、交互式的数字体验传播矩阵。一方面，依托5G、AR/VR、元宇宙等技术，对漓江、德天瀑布、龙脊梯田等标志性景区进行数字化升级，开发虚拟导览、云端打卡、数字藏品等新型产品，让游客“未到先体验，离开仍留恋”^[9]。另一方面，推动线下文旅资源与线上社交平台深度融合。例如，与抖音、小红书、B站等平台合作发起#我在广西遇见美#、#壮乡十二时辰#等话题挑战，鼓励用户生成内容，形成裂变传播效应。有条件的情况下，我们借鉴其他城市的形象传播成功案例，从中汲取营养和优势，进行特色化、本土化的适应性改造。尤其是近年来火热传播的淄博烧烤、哈尔滨冰雪城，策划如此的活动方案，在全球加大力度推广^[10]。我们要求kol、博主云游广西，推广文化出海。还能通过更多细节化、生活化的图景，通过情感链接广西文旅。最后，不断优化相应的舆情分析、用户分析、内容投放与精准传播环节，从根本上提升其旅游吸引力。笔者认为，这也能够将相应的流量转化为属于广西的长期资产，在数字媒介语境下树立更加可信、有传播价值的文旅强区形象^[11]。

（三）强化东盟的数字话语表达

广西作为中国—东盟开放合作的前沿窗口，相应的国际形象建构必须紧扣“面向东盟的国际大通道”这一战略定位。在数字媒介语境下，主动设置议题，强化广西在区域互联互通、数字经济合作、人文交流中的枢纽角色。首先，通过多语种社交媒体账号定期发布《广西—东盟合作周报》，展示跨境产业链、东博会成果、留学生生活等内容，打破西方主流媒体对中国

的单一叙事^[12]。其次，联合东盟国家媒体共建“数字丝路”内容联盟，共同制作纪录片、播客或互动地图，讲述“中越边境的咖啡贸易”“泰国学生在南宁学中医”等真实故事，增强共情与互信。再者，利用RCEP生效契机，突出广西在跨境电商、智慧物流、数字支付等领域的先行优势，塑造“数字东盟门户”的专业形象。同时，鼓励本地高校、智库开展面向东盟的数字公共外交，通过线上讲座、青年论坛等形式输出知识话语权。最终，广西不仅要成为物理意义上的通道，更要成为数字时代区域认同与价值共享的“话语节点”，在全球南方叙事中占据一席之地^[13]。

（四）培育本土化数字创作人员

广西区应着力培育一支扎根本土、熟悉文化、擅长数字表达的创作者队伍。当前，大量优质内容仍依赖外部团队“走马观花”式拍摄，缺乏深度与持续性。为此，政府可设立“广西数字内容创作扶持计划”，提供设备补贴、流量扶持、培训课程等支持，重点孵化民族文化、乡村振兴、生态保护等垂直领域的KOL。例如，扶持壮语短视频博主、瑶族手工艺直播达人、边境渔村民宿主理人等“在地讲述者”，让他们用母语和生活化视角传递真实广西。同时，推动高校新闻传播、艺术设计、民族学等专业与平台企业合作，开设“数字地方叙事”工作坊，培养复合型人才。此外，建立“广西数字内容创作者联盟”，搭建资源共享、项目对接、版权保护的协作平台，避免同质化竞争。当越来越多的本地人成为广西故事的“第一叙述者”，其形象建构将更具可信度、多样性和生命力，真正实现从“被讲述”到“自主讲述”的转变^[14]。

（五）建立动态化监测反馈系统

数字媒介环境瞬息万变，广西形象建构需从静态宣传转向动态治理，构建并形成一套集舆情监测、形象评估、策略调适于一体的智能反馈系统。首先，运用自然语言处理与情感分析技术，对国内外主流平台关于广西的讨论进行实时抓取与语义分析，识别正面/负面关键词、热点事件、认知偏差。其次，建立“广西数字形象指数”，从文化认同度、旅游吸引力、投资友好度、国际能见度等维度量化评估传播效果。设立跨部门联动的“数字形象应急响应机制”，对突发舆情快速澄清、主动引导，化危机为转机。最后，基于数据洞察不断优化内容，发现海外用户对“少数民族服饰”兴趣浓厚，加大相关数字藏品开发，若年轻群体偏好“美食探店”，就强化螺蛳粉、老友粉的IP运营^[15]。以此实现全闭环管理，让广西形象建构更具科学性、前瞻性和韧性，在复杂多变的数字舆论场中行稳致远，真正让广西形象传播借助数字媒介赋能，实现现代化、全面化发展，迎来新的机遇。

三、结论

总体而言，城市形象的竞争是提高城市软实力的重要手段，对于广西壮族自治区的城市发展有着重要作用。新媒体语境下，面向全新的文化环境，对于广西形象进行重新塑造，边挖掘相应

的文化元素、民族元素，边借助新媒体、人工智能与数字技术进行推广，势必能够让广西形象更加深入人心。这也能够避免同质化的城市形象传播，获得更好地受众接受效应，从根本上转换城市形象现代化传播与发展之路，最终提升整个地区的城市实力。

参考文献

[1] 麦梓玮, 刘萍. 广西壮族麽乜数字艺术形象视觉应用设计研究 [J]. 新传奇, 2024, (32): 99-101.

[2] 高莹莹, 孙玮. 元宇宙视域下省域数字化形象传播路径建设探析——以广西为例 [J]. 传媒论坛, 2024, 7(13): 37-39.

[3] "绘幻想" 创作团队, 李玮玮. 非遗传承视域下广西壮族古籍中的数字人物形象设计 [J]. 包装工程, 2024, 45(02): 465.

[4] 周茵. 广西地域特色文创产品开发中的数字化品牌形象推广研究 [J]. 鞋类工艺与设计, 2023, 3(13): 33-35.

[5] 张丹. 数字媒介语境下广西形象的建构探析——以纪录片《广西故事》为例 [J]. 新闻研究导刊, 2021, 12(22): 106-108.

[6] 高红阳, 闫心池, 王珊, 等. 创意传播管理视角下柳州螺蛳粉网络走红逻辑分析——兼论柳州的城市传播 [J]. 新媒体研究, 2021, 7(11): 102-106.

[7] 黄晓娟, 罗莹钰. 漂泊中探寻女性生命成长路径——论新世纪以来广西女作家笔下的女性形象 [J]. 南方文坛, 2021, (03): 149-155.

[8] 阮梦玲, 韦宇航. 基于地域文化元素的城市视觉形象提升策略研究——以广西柳州市为例 [J]. 大众文艺, 2021, (08): 27-28.

[9] 潘丽娜. 创文明单位树立良好形象——广西自然资源厅召开创建全国文明城市动员部署会 [J]. 南方国土资源, 2020, (11): 2.

[10] 敬鹏林. 山水图景融入广西故事：一种广西形象的传播方式 [J]. 数字传媒研究, 2020, 37(08): 21-25.

[11] 廖华力, 杨龙庚. "一带一路" 背景下北部湾经济区城市形象的传媒建构——以《广西日报》关于北海市的报道为例 [J]. 玉林师范学院学报, 2020, 41(02): 72-79.

[12] 吴雨欣. 新媒体时代地方媒体品牌形象建构研究——以中国新闻社广西分社为例 [J]. 传媒论坛, 2019, 2(22): 7+9.

[13] 陶丽丽, 冉荣. "一带一路" 背景下东盟国家主流华文媒体中的广西形象 [J]. 现代商贸工业, 2019, 40(31): 35-36.

[14] 侯彦恒. 新时代广西区域形象的影像构建与传播策略研究 [J]. 今传媒, 2019, 27(10): 45-47.

[15] 熊定. 数字媒体艺术在校园导向系统中的应用研究——以广西财经学院相思湖校区为例 [J]. 艺术科技, 2014, 27(08): 28-29.