

迷因化城市传播的媒介逻辑-以哈尔滨冬季旅游“热”为例

贾仕海¹

(1.黑龙江大学，黑龙江 哈尔滨 150080)

摘要：本文以网红城市哈尔滨的“出圈”现象为研究对象，从媒介逻辑视角切入，系统考察城市旅游发展的内在机制。文章指出，数字影像实践构建了一种具有阈限特质的城市感知方式，使游客在虚实交织的体验中形成对地方的全新理解；而网络迷因的广泛传播则进一步推动了地方经验的符号化扩散，激发广泛的社会参与。在此过程中，人、城市与媒介深度互嵌，共同构建出全感官、共同经验的社会关系网络。在此基础上，本文回归“媒介即隐喻”的理论立场，反思媒介可见性背后的双重效应：社会化媒介在重塑城市地方感的同时，也加剧了情感碎片化与现代性危机。因此，文旅城市的可持续发展不应仅依赖媒介化工具理性，更应回归以人为中心的具身体验，寻求地方与身体之间的动态平衡，从而重建具有多元认同意义的精神家园。

关键词：城市传播；网络迷因；阈限空间；媒介霸权

DOI: doi.org/10.70693/rwsk.v1i11.1666

英国社会学家约翰·厄里提出，“旅游凝视”是一种具有独特符号意义的生产与消费过程。在这一视角下，旅游被视为对符号的收集行为，游客通过书写游记与拍摄照片，在时空维度上社会性地重构旅游地的形象。随后，厄里与拉森在《游客的凝视》中进一步提出“媒介化凝视”的概念^[1]，指人们因受媒介内容吸引而离开日常空间，前往因媒体传播而显著的地点进行体验的行为。^[2]基于旅游凝视的符号性特征，游客摄影可被视为凝视行为的具体实践，成为解读旅游地形象的重要方式。在全民自媒体时代，人人皆可成为旅游内容的创作者，通过摄影、直播等媒介化凝视行为，为旅游地注入广泛的网络关注。短视频与直播打卡等形式凭借其高度可视性、参与感与娱乐性，扮演着“传播节点”的角色，塑造出沉浸式的视觉与参与体验，使受众实现“虚拟在场”。例如，在哈尔滨的相关传播中，媒介的可视性成功复现了城市的生活气息，在一定程度上取代了身体的物理缺席，营造出全网用户共同参与的冰雪旅游盛况。因此，哈尔滨的“出圈”可被视为一场由媒介化凝视所推动的“媒介朝圣”。在短视频等平台的助推下，城市构建出独特的媒介景观，重新唤起公众对这座冰雪之都的集体记忆与情感认同。

1 传播与城市的互构：阈限空间造就数字影像实践

在当代城市文化研究中，“阈限”这一概念扮演着重要角色，它源自阿诺德·范·热内普对过渡仪式的分析，并由维克多·特纳进一步发展。特纳认为，阈限阶段是个体脱离常规社会结构，进入一种流动性和变革性的时期^[3]。这一理论为理解个体在城市空间中的行为提供了新的视角。

城市空间被视为一种动态的文化生产场域，这一观点受到亨利·列斐伏尔理论的深刻影响。列斐伏尔强调，城市不仅是物理结构的集合，更是文化意义和社会关系的交织。通过阈限空间的创造，城市空间能够激发公众的参与和归属感，促进文化传播的多样性。阈限空间在理论和实践中具有双重意义。宏观层面上，它是社会实践和意识形态运作的场所；微观层面上，它关注个体在特定时空的体验，挖掘城市空间的潜能^[4]。线下打卡和线上短视频的融合，为城市阈限空间的生成提供了新的途径。线下打卡行为不仅是个人纪念，也是社会仪式，通过影像将个人体验嵌入城市符号中。而短视频平台则通过算法推荐和用户创作，重塑了城市形象，创造了一种新的城市记忆和认同感。

作者简介：贾仕海(2001—)，男，硕士研究生，研究方向为视觉艺术传播。

通讯作者：贾仕海

阈限空间深刻描绘出城市文化空间形塑过程中蕴含的动态性与复杂性。挖掘城市阈限空间的理论价值在于确立基于文化实践的城市空间认识论。城市文化空间的阈限性，不仅体现在空间的形制与功能上，亦体现在它将如何被人们作为文化建构主体理解和使用，最终成为城市精神的一部分。正如列斐伏尔所言，城市是市民们创造的作品总体，而非像一本已经被关闭的书本那样强加给他们的体系。

1.1 打卡行为与具身实践

线下打卡行为，尤其是在城市中的热门景点或标志性建筑前拍照留念，已成为当代旅游和城市体验的重要组成部分。在哈尔滨，中央大街和索菲亚教堂等地标性建筑成为游客打卡的热门地点。游客们通过拍照和分享，将这些景点的符号意义与个人的旅游体验相结合，形成了一种独特的地方经验。这种行为不仅是一种个人的纪念方式，更是一种公共性的社会仪式。打卡行为基于个人兴趣、经历和情感，对某个地点进行选择和锚定，不是简单的途经，而是“逗留”在某一地点，并通过感官和媒介记录下“一瞬”的所见与感受。打卡实践强调民众对地点的有目的的价值诠释和意义强化，形成了有意义的地方经验。

民众对地方的了解以及地方感的建立，离不开地方经验的构建。段义孚在《空间与地方：经济的视角》中指出，人们所认知的现实是基于经验构建的，由感受和思想创造^[5]。因此，地方经验是认知和创造地方的基础。强调地方经验的意义在于超越宏观设计，凸显人们“存在于世间”的真实生活图景。

地方经验通过日常实践构建，而不是习得的。梅洛-庞蒂指出，人们的意识是由身体的具身性与媒介互动形成的。这一观点强调了身体在空间实践中的重要性。德·塞托描述空间实践为对地点使用和驻留的复杂程序，通过加入目的和欲望，使地点适于居住。打卡实践作为空间实践的一种形式，基于日常漫游的发现和寻访活动，其目标是有意义的地点或场所^[6]。

在打卡过程中，游客暂时脱离了日常生活中的社会角色和规范，进入一种自由和开放的状态。这种状态允许游客在城市空间中自由探索和试验新的身份和关系，重新审视和重构对城市的认知。通过打卡，游客不仅记录了个人体验，还通过社交媒体将这些体验广泛传播，进一步丰富了城市空间的符号意义。

1.2 短视频传播与虚实转化

抖音短视频作为一种新兴的传播媒介，通过其独特的算法推荐和广泛的用户基础，使得城市的各类场景得以快速传播。用户在抖音上分享的短视频，不仅记录了个人的城市体验，还通过音乐、滤镜、特效等手段，重塑了城市形象。这些短视频生成的阈限空间，既是私人空间的延伸，又是公共空间的再现。在观看这些视频时，用户仿佛进入了一个介于现实与虚拟之间的体验场域，重新构建了对城市的感知。

这些短视频不仅记录了城市的美景，更在不同角度和光影效果下，再现了游客对城市空间的主观感知。夜晚灯光下的城市景点在短视频中的呈现不仅是建筑美学的再现，更是游客对城市历史和文化的身体体验。通过这些视频，观众不仅看到了城市的外在美景，还感受到了游客在其中的身体移动和情感体验。这种身体的“再现”使得观众对城市的认知超越了单纯的视觉感知，形成了一种身临其境的阈限体验。

此外，在季节性景观如冬季冰雪覆盖的城市街道，成为短视频创作的热门场所。游客在冰天雪地中的行走和互动，被短视频记录下来，不仅展示了城市独特的季节性景观，更凸显了游客在寒冷环境中的身体反应和情感交流。这些视频通过不同的音乐和剪辑手法，将游客的身体表现与城市的季节特征结合在一起，创造了一种新的城市记忆和认同感。在这个过程中，观众通过视频中的身体表现和环境再现，对城市产生了更深层次的认知和情感连接。

抖音短视频平台通过生成阈限空间，体现了一种虚实结合的体验。在这个虚拟的阈限空间中，用户暂时脱离了现实生活中的社会角色和规范，进入一种自由和开放的状态。这种状态允许用户在数字空间中自由探索和试验新的身份和关系，重新审视和重构对城市的认知。

1.3 阈限空间与身份认同

在数字影像所构建的阈限空间中，青年群体通过打卡与短视频分享等实践，实现了在城市空间中的主体性重

塑。这一过程不仅是自我表达的方式，更是一种对城市空间的再认同行为。青年将自身的身体体验与城市的符号意义相结合，生成具有个人特质的城市记忆与认同感，从而既改变了城市形象的传播路径，也为城市空间内的社会互动创造了新的可能性。

维克多·特纳将阈限阶段视作一种“卑微与神圣、同质与同志的混合体”，认为在这一阶段中，世俗社会中的规则、妥协与控制被暂时悬置，形成一个称为“交融”（communitas）的“公共域”。该状态可被视为一种过渡、生成乃至转化的过程，区别于日常生活中的结构化区域，成为“时间内外”的片刻存在，或“结构内外”的临时状态。在此条件下，个体得以脱离原有社会角色的束缚，自由地探索新身份与新关系，进而重构其对自我与世界的认知。通过数字影像的创作与传播，青年的主体性与身份认同不断被重新建构与强化。他们借助社交平台展示对城市的个性化解读，并通过他人的反馈进一步确认自我身份。这一过程不仅强化了个体认同，也参与了对城市文化与符号体系的再定义。与此同时，青年在数字实践中所形成的新认同感，也在不断反向塑造城市的公共形象。

阈限空间生成于现实与赛博世界的交织之中，通过身体的实地实践与网络的虚拟再现，构建出一种独特的数字地方意象。线下打卡通过具身经验锚定地方感，线上短视频则通过虚实融合的传播机制将其放大与重塑，使用者在虚拟空间中完成对城市认知与身份认同的双重转化。这一过程不仅丰富了城市文化的内涵，也为城市形象的传播与再现开辟了新路径。

2 迷因文化造势哈尔滨出圈

“迷因”这一概念由英国动物学家理查德·道金斯在《自私的基因》一书中提出。指的是基因通过自我复制进行繁衍、进化。而在分析由于模仿而导致的大规模传播行为中，“迷因”被引入了传播学视域，进而成为理解个体模仿行为的重要概念，这种传播行为也被称为“迷因传播”。道金斯指出，传播范围广、影响大的迷因的基本要素，包括复制的准确性、快速性和形式的稳定性。基于迷因的基本要素和互联网的性质，迷因在互联网中传播速度更快，传播范围更广，影响规模更大。迷因传播在互联网中的具体表现即为某一事件的“爆红”或“病毒式”传播。^[7]互联网文化“具有高自由度、交互性、低门槛等特征，为微观文化单位通过自我复制而实现发展、演进、变异、再创造提供了便利。”所以近年来，学者们多用迷因理论来分析互联网中“爆火”的事件，如网络“爆梗”等。如前所述，哈尔滨的突然出圈属于“爆火”事件是毫无疑问的，而用迷因理论观照“爆火”事件也是必要的思考角度。且传播的符号文来看也符合迷因理论基本的“复制”“变异”传播过程。基于此，爆红的“小土豆”“砂糖橘”可以看作是一种互联网迷因。

2.1 “小土豆”“砂糖橘”的模仿与复制

模仿与复制是网络迷因发展的第一阶段。在“小土豆”“砂糖橘”梗的发展过程中，小土豆与砂糖橘这个梗最早来自于一则关于广西安宁幼儿园中老师带领11名学生到哈尔滨旅游的视频而引起大家的关注与讨论，他们身穿黄色羽绒服同时外面套了橘色的马甲立刻被网友调侃为砂糖桔出门，当他们到哈尔滨以后圆鼓鼓与可爱的形象也受到来自东北IP的热烈讨论，黑龙江的网友就说了，看似是三个大人带着一群小朋友，实际上是全市的人都在看着这几个小沙糖桔，还有交通执法处专车送到酒店，这是全市最亮眼的小土豆^[8]。迷你小土豆等这样的词条也就初步展现，随后在创作过程中，社会热门现象的官方新闻媒体也不断通过议程设置与强调使得这两个名词得到持续性的关注。正是在这一阶段，该迷因通过网友的模仿而得到扩散，网民们加入其中，不断参与复制与修改，最终使“小土豆”“砂糖橘”的相关词条与热度保持活力。

2.2 “小土豆”“砂糖橘”的传播

“小土豆”“砂糖橘”发展的第二个阶段是在社交媒体与官方的助推下得到了广泛的传播与扩散，其影响力也在不断增强。首先，从信息从私域场所流动来说，以微信为代表的社交媒体是“小土豆”“砂糖橘”传播的主要平台之一，微信作为社交网络中的强关系连接平台，微信群、朋友圈中的用户同质性较强，“小土豆”“砂糖橘”在不断的复制与转发过程中为网友熟悉和模仿。同时，微博、小红书等社交媒体平台也通过“热搜”“加标签”等形式持续创作“小土豆”“砂糖橘”文案与视频，这也加快了该网络迷因的快速传播与流行。其次，在网友们绘声绘色的讨论这两个词语的过程中，哈尔滨文旅官方也参与其中，为玩梗增添了无限趣味，哈尔滨某官方

媒体说：“我叫哈尔滨，185，讨好型人格，真诚、热情、细心，特长是宠南方小土豆。”看似搞笑的文案实则传达出哈尔滨这座城市的热情与真诚，因此后面的文旅实际动作也紧跟其后，“讨好型城市”的形象也因此跃然而升。

2.3 “小土豆”“砂糖橘”的变异

在“小土豆”“砂糖橘”词条的传播过程中，伴随着不同背景和不同类型的群体的二次创作，其迷因本质也在发生着变化。由于“小土豆”“砂糖橘”在地域面貌特征上的南北差异展现十分明显，本身在文本创作具有规律性与灵活性的特征，这两个名词已经脱离其当时的语境含义完成其商业价值的挖掘，被许多品牌利用营销，在不同品牌的推动下，衍生出例如南方小土豆义乌挂件与相关商标的抢占潮，甚至淘宝也为远从南方北上的南方小土豆上线“南方小土豆实用装备专列”，甚至淘宝也在会场打造哈尔滨伴手礼，游玩攻略等，抢占这波营销热点。此外，自媒体创作者们也借助“小土豆”这一热点话题展开二次创作，例如视频与音频同等洗脑的小土豆视频，视频中的东北男人跳着魔性的舞蹈，嘴角不断洗脑式的说着嘿小土豆，这种视频形式多种多样围绕其小土豆名词展开，不断收获着百万点赞与转载。

地方与媒介的深度连接体现了人作为存在的主体，在真实的地理空间与虚拟的媒介空间中建构关于存在的意义与价值。情感在虚实空间的流转不仅产生了生产性价值，还将人与地方的关系指向了一种对经验的规划、管理和再造。在这个过程中，地方开始由物质向物质性转变^[9]。媒介借助一系列可传播载体，进一步围绕“地方”锻造以人为主体的文化景观、集体精神、情感归宿和各种社会关系。当地理环境与个体之间产生了能够触发感觉的关联时，这种力量平衡了物理环境、以人为主体的生物环境以及社会环境，使得社会经验和空间秩序得以结合。

通过迷因文化的传播与造势，哈尔滨的城市形象逐步建立并得到广泛传播。迷因理论提供了理解这一过程的重要视角，揭示了模仿、复制与变异在数字时代文化传播中的关键作用。随着迷因文化的进一步发展，哈尔滨的地方记忆得以唤醒，地方与人之间的关系在数字化媒介环境中得到了更加深入和广泛的拓展。

3 城市的“可见”与“遮蔽”——反思媒介霸权

3.1 城市展演空间的碎片化解读

在了解索菲亚大教堂、防洪纪念塔等景点背后意义所指时，游客们大多是以碎片化的方式去解读的叙事模式，这种叙事模式符合当下互联网时代信息编码的方式，也符合当前受众的接受心理特征，有利于人们在旅游的同时对公共空间提供的诸多信息进行接受和解码。当前，人类社会进入了互联网时代，而这一时代的人们习惯于去中心化、去碎片化的信息处理方式。因此，在新媒体时代的传播多样化选择渠道上我们取代了上帝之眼的城市宣传片航拍等宏大叙事模式，聚焦于专业用户生产与发散式非线性生产思维，比如对于各式各样的建筑我们就无法本来的呈现其面貌，同时考虑到哈尔滨作为一个本来还是以农业产出粮食大省的战略布局来看，以短视频为主的宣传主要还是集中在哈尔滨的城市面貌的突出与放大，可能对于乡村空间等的叙事方面也比较少，需要指出的是，这种碎片化的解读方式并不是网友与游客故意为之的，而是社会现实发展的大环境和时间、空间的压迫所共同产生的，这也在一定程度上造成了对城市意象建构的片面化、浅薄化的问题。

3.2 算法凝视下的同质化滤镜景观

麦克卢汉乐观地将媒体视作人类的延伸，因为媒体可帮助人类感知本无法触接的世界。个性化推荐是针对短视频平台的作品，按照一定的方式推荐给对应用户，包括按照兴趣推荐、地理推荐、热点推荐和随机推荐四种方式。兴趣推荐是指短视频 APP 后台会根据用户的“使用痕迹和习惯”，对用户的使用行为进行记录，包括用户的年龄、职业、兴趣爱好、短视频内容偏好等。后台抓取这些信息，用大数据算法提取关键词和话题后归类，然后平台就会依据归类的关键词，给用户推荐他们可能感兴趣的短视频作品，但是这种算法操作下的城市系统最严重的问题在于以商业逻辑为主导的资本入驻互联网平台，对算法的投入与用户监测倒逼他们开始源源不断地同质化资本增值^[10]，例如各式各样所谓的同质化网红产品与特色商业街区，这种本质上线上好风景，现象商业主宰的逻辑在各式各样的网红城市案例中已经屡见不鲜，各式各样的种草出行攻略最后无疑也是以失望而归，因此，当目的地的意义被经济逻辑侵蚀，城市文旅发展需要严重考虑一次性的单一消费形态是否有利于城市旅游业的转

型与升级发展。

4 结语

哈尔滨的“出圈”与持续热度，本质上是媒介化时代对城市生命力来源的再揭示。在人与人的互动建构中，借助短视频等赛博影像的传播力量，城市得以重新焕发活力与生机。在当下的新媒体语境中，城市已不再仅是物理空间的集合，更成为一种具有中国特色的媒介化景观。城市发展的内在逻辑被媒介深度渗透，表征系统重构了物质场所的意义，而人在城市中的具身实践也与赛博化的认知意识相互交融，共同塑造出具有网络属性的新型城市形态。在这一过程中，我们有必要反思：人类能否真正驾驭技术，以创新方式推动文明发展？正如短视频逻辑助推网红城市“出圈”所展示的，在关注其带来的经济效益的同时，也应清醒认识到算法等技术背后多方主体的博弈关系。城市的真实面貌无法完全通过影像被传递，但对其文化肌理的塑造仍具广阔空间。而这，离不开政府、市场、公众等多方力量的共同参与和协同建构。

参考文献：

- [1] 程绍文, 梁明珠, 李艳, 等.国内外旅游凝视研究进展综述[J].旅游论坛, 2017, 10 (3) : 24-34.
- [2] 约翰·厄里, 乔纳斯·拉森.游客的凝视[M].黄宛瑜, 译, 上海: 上海人民出版社, 2020: 10
- [3] Turner V W. Liminality and Communitas [M].A Reader in Anthropology of Religion. London: Blackwell, 1969/2008: 358-37
- [4] 潘忠党,於红梅.阈限性与城市空间的潜能——一个重新想象传播的维度[J].开放时代,2015(03):140-157+8-9.
- [5] 保罗·亚当斯:《 媒介与传播地理学》 ,袁艳译,中国传媒大学出版社 2020 年版,第 207、144 页。
- [6] 孙玮.我拍故我在 我们打卡故城市在——短视频: 赛博城市的大众影像实践[J].国际新闻界,2020,42(06):6-22.
- [7] 理查德·道金斯.自私的基因[M].卢允中等, 译.北京: 中信出版社, 2012: 217-227.
- [8] 李承晏,蔡韬.哈尔滨的雪花旅游业的繁花[N]. 黑龙江日报,2024-02-28(005).
- [9] 王继周:《 从“物”到“物质性”:媒介研究中一组概念的辨析》 ,《 新闻界》 2022 年第 4 期。
- [10] 曹晋,张艾晨.网络流量与平台资本积累——基于西方马克思主义传统的考察 [J].新闻大学,2022(01):72-85+123.

Going Viral: The Media Logic of Memetic City-Making in Harbin's Winter Tourism

Shihai Jia¹

¹ School of Art, Heilongjiang University, Harbin, China)

Abstract: This study examines the underlying mechanisms of urban tourism development through the lens of media logic, taking the viral breakout of Harbin as a case study. It argues that digital image practices construct a liminal mode of urban perception, enabling tourists to develop new understandings of place through hybrid virtual-physical experiences. Meanwhile, the widespread dissemination of internet memes further accelerates the symbolic diffusion of local experience, stimulating broad social participation. Throughout this process, people, the city, and media become deeply entangled, collectively forming a multi-sensory network of social relations grounded in shared experience. Building on the theoretical stance that "media are metaphors," the paper reflects on the dual effects of media visibility: while social media reshapes the sense of place, it also intensifies emotional fragmentation and crises of modernity. Therefore, the sustainable development of cultural tourism cities should not rely solely on mediatized instrumental rationality. Instead, it must return to human-centered embodied experience, seek a dynamic balance between place and body, and ultimately reconstruct a spiritual home characterized by pluralistic identification.

Keywords: Urban Communication; Internet Meme; Liminal Space; Media Hegemony