

南京城市形象的话语建构

袁周敏

南京邮电大学外国语学院

摘要：本研究以“十二五”期间《光明日报》和 *China Daily* 有关南京城市形象报道为语料，结合话语建构论和文化话语研究框架，从话语主体、话语主题和话语形式三个方面考察了南京城市形象的话语建构。研究发现，样本媒体中话语主体主要集中在政府官员和企业组织成员上，但同时专家学者和普通居民话语权的增多也表明了话语主体多元化的趋势；针对话语主题，样本媒体均从政府民生、历史文化、经济发展、环境景观四个方面建构南京城市形象且均在历史文教方面笔墨最重，环境景观相对较少，同时体现出中国打造廉洁之都、创新之城的决心。样本报道主要采用事件通讯和概貌通讯，即倾向于事件描述、政策介绍再现南京城市形象，从而侧重于物化呈现，缺少人化叙事。南京城市形象建构体现了与城市历史、国家政治和传统文化间的互动。文章认为媒体话语反映了社会现实与社会变迁，同时也塑造着人们对南京的认知并且对城市形象建构产生现实的影响。文章最后对南京城市形象的话语建构提出了一些建议。

关键词：南京；城市形象构建；话语建构；文化话语研究；媒体话语

[中图分类号] H0 [文献标识码] A [文章编号] 1672-4720(2018)01-0053-15

1 引言

城市形象是一座城市重要的无形资产，是人们对一个城市整体的主观看法和观念（Foot 1999）。在全球经济一体化的背景下，城市间的竞争日益激烈，城市形象构建的合理性已然成为提升城市竞争力的重要砝码。南京，作为长江中下游经济带上飞速发展的特大型城市，丰富和完善其形象已然成为极其重要而又紧迫的话题。以往城市形象研究多从建筑学、旅游学与政治经济等视角切入，关注的问题多为城市景观、城市定位、城市品牌建设与城市居民经济发展指标（Stauskis 2013; Hagen 2015; 汤箬梅 2014）等静态、稳定的元素，有意无意地忽视了城市形象随着社会变迁的动态演进过程。基于此，本文采用了话语建构论及文化话语

研究框架,以国家“十二五”期间主流媒体针对南京所作报道为语料,旨在从话语主体、话语主题和话语形式等较为微观的层面考察城市形象的话语建构,从历时角度探讨城市形象建构与城市历史、国家政治和传统文化之间的互动。

2 文献述评

美国城市规划先驱凯文·林奇(Lynch 1960)最先提出“城市形象”一词,他认为城市形象主要构成要素包括道路、街区和标示等方面,并强调城市形象是通过人的综合“感受”而获得。但西方国家自觉地、理性地为城市进行包装设计和形象定位是在工业化之后。工业化时期,发达国家片面追求机械化生产和物质文明提升,使得城市呈现出杂乱污浊、犯罪率高等不和谐的形象。二十世纪七八十年代,随着“可持续发展”战略的提出,国家、政府、规划部门开始围绕着生态文明(Healey 1988)、交通布局(Alexandre & Averous 1979)、法治文明(Carter & Quaille 1976)等方面整饬城市形象。

时至今日,城市形象已经发展为跨学科研究领域非常重要的一项课题。研究主要集中在城市建筑(Staaskis 2013; Hagen 2015; 石孟良 2003; 樊可 2008)、旅游景观(Savage 2004; Wang & Pei 2014; 谷明 2000; 夏学英 2002; 徐小波、赵磊 2015)、媒体传播(陈映 2009; 龙莎、汪青云 2011; 王振源、陈晞 2011; 卢松芳、张文刚 2012等)、公共安全(Cai & Wang 2009等)等方面。随着社会科学的语言/话语转向,学者们开始从影视文化(李宗诚 2006; 李晓南 2012)、城市形象宣传片(彭国斌 2011)方面着手研究,关注语言/话语在形象建构与传播中的作用。比如,如肖雪峰(2013)认为城市宣传语应具备简明、大众化、富有韵律感等特征;李亚铭(2013)将城市话语主体分为城市管理者(市长及公务人员)、城市经济和活动的主体(企业)、城市运行与管理的补充(社团及非政府组织)、城市信息系统的运行者(传媒)和城市的主体(市民),并分别阐述了各主体话语在城市形象传播中起到的作用。从文化话语角度切入研究城市发展的学者则少之又少,仅有施旭(2010)以杭州为例,将城市发展视为话语实践,考察了与城市发展相关的大型活动、宣传海报、新闻报道、政府文件等一系列语料,对杭州城市发展话语展开评价,认为有过分强调现代经济和城市西化而忽视自然和传统保护的倾向。

总体来看,以往研究多从本质主义角度出发,将城市形象看作城市自身的属性,这种研究方式通常侧重考察城市形象的稳定性、被动性特征,有意无意地忽视了城市形象的话语构建与社会发展的互动。相关不足主要在于:(1)忽视第三(四)世界国家城市的研究;较多关注发达国家中知名度较高的城市,如“时尚

之都巴黎”、“音乐之都维也纳”、“水城威尼斯”、伦敦、纽约、巴塞罗那(Blake 2000; Hoyle 2000; Strelitz 2011; Gey 2014); (2) 近期从语言使用角度考察城市形象的文献往往研究对象局限于可观测的语言形式, 容易忽略城市形象和话语实践的互动性; (3) 鲜有研究者从话语角度切入, 历时分析城市形象建构的动态变化, 将城市形象与国家政治和历史文化相联系进行分析。针对这些不足, 本研究结合话语建构论与文化话语研究框架, 从话语主题、话语形式及话语主体方面探究话语对南京城市形象的建构作用, 并从历时角度探讨城市形象建构与城市历史、国家政治环境以及文化传统的互动过程。

3 理论背景

身份涉及对“我是谁?”的回答, 而形象则涉及对“人们如何看我?”的回答。目前对这些问题的回答经历了结构主义到建构主义的转变。而在解构主义和后现代主义思潮影响下, 无论是形象也好, 身份也好, 都似乎是破碎的, 任意的, 呈现无主体意识状态, 似乎不可捉摸也难以认知(谢朝群, 宇斯 2017; 袁周敏 2011)。正因为人们认知身份多从“我”出发, 而认知形象多以“他”为归宿, 因此关于身份的碎片化表述更为常见。从这些思潮融合与激变中, 我们提取出这样的认识, 前者主要涵盖个人的相对稳定性特征(地域、宗族、性别)以及(宏观或者微观)语境中的动态特征; 后者则多为他人对某主体(国家、政府、企业或者个人)的总体评价, 是主体在他人心目中的综合反映。前者从个体结构到社会网络, 可表述为“我是谁”以及“我在社会中是谁”(个体当然可以是机构, 如“我是中国”, “我是第三世界国家”); 后者从社会认知到个体反馈, 可理解为“人们怎么看我”以及“我要怎么调整从而提升人们对我的看法”。因此前者多以个体特征与社会角色细分, 如显赫的身份、蓝领金领等; 后者则从身心感知, 往往首先从视觉感知向下分类, 例如姣好的形象、丑恶可憎等。无论是身份还是形象, 当然都可以通过话语得以建构。对于本文中的城市主体而言, 我们旨在分析社会大众对城市的看法, 因此取城市形象为关键词。本研究认为, 采取话语分析的方法可以厘定文本/话语中建构了什么样的城市形象以及如何建构了这样的形象, 进而挖掘城市形象与社会变迁的互动关系。

话语分析自20世纪70年代形成发展至今, 与建构主义认识论有着十分紧密的联系。作为一种社会实践(Fairclough & Wodak 1997), 话语不仅仅是一种刻板地传递信息的方法和工具, 而且能够通过词汇语法系统的选择积极地建构现实。Fowler (1991)指出语言不是中立的, 而是具有高度建构性的媒介。Clifford (2000)等建

构主义学者在研究文化身份时也驳斥了本质主义的观点,肯定了话语的社会建构性。在此视角下,话语与社会现实之间是相互建构的。一定的社会现实会引发相应的描述或评论性话语,进而为受众所感知,影响话语的生产。同样,某种话语的生产与传播会建构一定的社会现实。这也就是Chouliaraki & Fairclough (1999)所说的话语是潜在的创造性的社会实践,同时受其创造的社会结构制约的观点。当然,话语与社会的这种双向构建并非局限于某个历史时刻,而是可能同时体现在不同的历史阶段(Lemke 2001)。

话语与社会的相互构建已成为学界共识,正如辛斌(2016:10)所述,“语言及其使用既由社会决定又建构社会”,关键在于如何考察社会与话语之间的建构。实际上, Van Dijk (1993:107)早就意识到了这一点,指出“话语作为一种社会实践”。这种论断不足以阐明话语与社会之间的关系。幸运的是,文化话语的分析方法正好架起了话语与社会之间的桥梁(Carbaugh 2005, 2007; Scollo 2011; Shi-xu 2014)。该方法打破了以“西方中心主义”、“结构主义”、“二元对立”等为基础的话语分析方法,提出一套以言语使用为核心的跨学科、跨文化、跨历史的研究体系,它不是对西方话语研究的否定,而是在保持中国文化特殊性的同时,放眼世界,试图补充西方研究之不足(Shi-xu 2014)。文化话语研究(施旭 2010; Shi-xu 2014)认为分析话语需要考察特定话语事件中的话语主体、内容、形式等,并需要从历史、文化等方面理清话语与社会间的联系。借鉴该框架,本文主要从话语主体、话语主题及话语形式三个方面切入分析,并结合城市历史、国家政治和传统文化考察媒体话语与城市形象的互动。

4 方法与语料

4.1 研究问题:

依据文化话语研究框架,本文首先聚焦三个研究问题,接着从政治、历史、文化等角度进一步探讨剖析城市形象建构与社会发展的互动关系。

- (1) 话语主体——样本媒体对南京城市形象报道中,谁在说话?
- (2) 话语主题——样本媒体对南京城市形象报道中,构建了什么样的城市形象?
- (3) 话语形式——样本媒体如何对南京城市形象报道,即使用了哪些体裁形式?

4.2 语料描述

本研究力求客观、全面地收纳有关南京城市形象报道。根据发行量以及受

众情况,选取了面向国内外发行的 2 份国家级报刊,分别是《光明日报》以及 *China Daily*。笔者将报道时间跨度定为 2011 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日,整体覆盖我国“十二五”阶段。我们以“南京”、“金陵”、“建康”等关键词进行标题检索,收集了所有以南京为主题的相关报道,共收集有效语料 156 篇(总计 82,618 字/词),具体情况见下表:

表 1 样本报刊信息

报刊名称	期发行量/年	发行地区	报道数	字/词
《光明日报》	430,000	全国	100	53,767
<i>China Daily</i>	900,000	国内及海外	56	28,851

4.3 分析步骤

本研究将样本媒体报道中话语主体划分为政府部门及官员、企业组织及成员、专家学者、居民个体四个类别,并对各主体出现频率进行统计,探究各主体在城市形象建构中的参与度状况。针对话语主题,本文将南京城市形象划分为政府民生形象、经济发展形象、环境景观形象、历史文教形象四个方面,详细统计相关形象的报道数量,探究样本媒体在构建城市形象过程中的偏向性。城市形象话语形式体现为话语报道的新闻体裁,可分为:消息、通讯、新闻评论及新闻专访。在整理语料时,笔者并未发现针对南京城市形象所作的专访报道。同时,报道中通讯数量较大。该类报道覆盖范围较为广泛,报道详实,根据描绘对象的不同可以分为 4 个子类别:事件通讯(报道事件发生始末)、人物通讯(介绍先进人物)、工作通讯(报道先进工作经验或者工作中存在的问题)和概貌通讯(介绍南京风土人情、社会生活和自然风光)。因此本研究话语形式可分为:消息、评论、人物通讯、事件通讯、工作通讯及概貌通讯,各形式的报道数量参见后文表格。最后,我们结合以上研究发现,基于城市历史、中国的政治语境和文化传统,分析、阐释城市形象构建与媒体话语的互动过程。

5 研究发现

5.1 话语主体

笔者对南京城市报道中出现的各话语主体进行统计,重复出现的话语主体记为 1 次,结果如下表:

表 2 话语主体分布

话语主体	《光明日报》	<i>China Daily</i>
政府部门及官员	38 (33.33%)	28 (27.72%)
企业组织及成员	26 (22.81%)	38 (37.62%)
专家学者	25 (21.93%)	15 (14.85%)
居民	25 (21.93%)	20 (19.80%)
合计	114 (100%)	101 (100%)

注：话语主体所占百分比四舍五入并保留小数点后两位，合计 99.99%，取 100%。下同。

上表显示，《光明日报》中，四类话语主体均有一定的分布，居民个体所占比例为 21.93%，话语主体呈现多元化趋势。*China Daily* 也反映了类似的趋势，并且政府官员的比例明显低于企业组织。居民话语权的提升表明南京城市形象建构话语权呈现出多元化的趋势。

5.2 话语主题

下表是南京城市报道中各话语主题分布：

表 3 《光明日报》话语主题分布

政府民生	报道数	经济发展	报道数
政府作风	14	人才	6
服务于民	8	创业创新	4
民生安全	2	软件科技	4
		其他	2
合计	24 (24.74%)	合计	16 (16.49%)
环境景观	报道数	历史文教	报道数
环境污染与保护	6	南京大屠杀	17
其他	4	文化遗产	17
		现代人文精神与教育	13
合计	10 (10.31%)	合计	47 (48.45%)

《光明日报》中，政府民生形象主要体现在政府作风、为民服务、民生安全三个方面，占 24.74%；经济发展形象主要体现在人才、创业创新、软件科技等方面，占总数的 16.49%；环境景观形象为 10.31%，主要集中在环境污染与保护方面；历史文教形象报道数量最多，所占百分比高达 48.45%，报道集中在文化遗产（包括南京大屠杀）、现代人文、教育三个方面。这表明《光明日报》侧重塑造

一个关注“民意民心”的政府形象，体现了其高效、利民的一面；同时，南京政府官员违法违纪行为也在报道之列，体现了中央和地方打造廉洁政府，惩治腐败的决心。经济发展方面，南京在《科技人才创业特别社区条例》的指导下，为广大科技创业人才提供科研基础设施，营造出一种宜生活、宜创业的环境，这与国家“产业结构调整、创新驱动、科教兴国”等战略保持一致。

表 4 *China Daily* 话语主题分布

政府民生	报道数	经济发展	Amount
政府作风	11	企业发展	5
服务于民	4	技术创新	2
其他	2		
合计	17 (29.31%)	合计	7 (12.07%)
环境景观	报道数	历史文教	报道数
环境污染与保护	6	南京大屠杀	15
		旅游城市与传统文化	10
		其他	3
合计	6 (10.34%)	合计	28 (48.28%)

China Daily 中，政府民生形象、经济发展形象、环境景观形象、历史文教形象报道总数分别为 29.31%、12.07%、10.34%和 48.28%。政治形象方面最为突出的“工作作风”一条；经济发展方面，*China Daily* 更偏重描写对外开放性经济活动；环境景观主要集中在梧桐保护、空气净化上；历史文化方面南京大屠杀报道数量依旧遥遥领先。同时，*China Daily* 中的政府形象也并非完全正面，“某某严重违法违纪行为”，“violation”、“lack of regulation”、“corruption”等负面词汇也相继出现在报道中；

例 1：Nanjing Party Chief under Investigation（*China Daily* 2015 年 1 月 5 日）

例 2：Authorities to Keep Tabs on Nanjing Officials（*China Daily* 2 月 4 日）

由此可见，*China Daily* 这一英文媒体同样表明南京政府形象的建设在一定程度上受到了国家反腐倡廉的影响，体现了中国打造廉洁政府的决心。

5.3 话语形式

南京城市形象报道的话语形式体现为话语报道的新闻体裁，各报刊报道话语形式数量及百分比详见下列图表：

表 5 《光明日报》、*China Daily* 话语形式数量统计

报刊	消息	评论	人物通讯	事件通讯	工作通讯	概貌通讯
《光明日报》	17 (17.00%)	7 (7.00%)	2 (2.00%)	55 (55.00%)	4 (4.00%)	15 (15.00%)
<i>China Daily</i>	0 (0%)	0 (0%)	1 (1.79%)	47 (83.93%)	0 (0%)	8 (14.28%)

消息适合用于对事件作简要、客观的描述。如例 3：南京：每年花费 3000 万资助人才（《光明日报》2012 年 10 月 24 日）。《光明日报》消息数量适中，而 *China Daily* 尚无南京城市形象的消息类报道。作为一种有着鲜明针对性和指导性的话语形式，新闻评论在很多情况下具有批判性和监督性。我们发现《光明日报》中关于南京城市形象的 7 篇评论都是质疑和批判的，例如：

例 3：2011.02.19 南京：“民工荒”与找工作难并存（经济发展）

例 4：2014.02.07 南京公园事业编制该“减肥”了（政府形象）

新闻评论能够一针见血地指出南京城市形象建构过程中的不足，此类话语对政府认识不足并及时调整战略起到了非常重要的作用。另外，两份报刊中，事件通讯数量最多，概貌通讯次之，工作通讯及人物通讯较少，由此不难看出，两份主流报刊在南京城市形象的建构传播中，更倾向于事件描述、政策介绍等。

6 讨论

根据以上统计与分析结果，本研究对前述 3 个问题作出回答。

（1）样本中话语主体主要集中在政府官员和企业组织上，但同时专家学者和普通居民话语权的增多也表明了话语主体多元化的趋势。

（2）针对话语主题，两者在历史文教方面笔墨最重；《光明日报》在政府形象上呈现出“为民服务”的政府，而 *China Daily* 从违法违纪等方面为南京塑造“廉洁政府”提供警示；同时《光明日报》在经济发展方面侧重人才、科技、创新等市内活动，*China Daily* 倾向于报道外包、对外招商引资等对外活动；环境景观形象方面 2 份样本报道数量相对较少，但均占有一定的比例（分别为 10.31%、10.34%）。*China Daily* 经济发展报道量较高，体现了国家外宣的工作思路，并且体现出打造廉洁政府的决心，另一方面，也可以为招商引资打下基础。

（3）在话语形式的选择上，《光明日报》所用体裁较为广泛，主要为概貌通讯、消息和事件通讯，还有深度的新闻评论；*China Daily* 主要集中在事件通讯和概貌通讯上，从 2 份样本对事件通讯体裁的选择中不难看出，在南京城市形象的

建构传播中，更倾向于事件描述、政策介绍等。从“讲好中国故事，传播好中国声音”的角度来说，该类报道侧重于物化呈现，缺少人化的叙事。

6.1 城市形象演进

自古以来，南京城市形象多见于名人诗词：“自古帝王州，郁郁葱葱佳气浮”（王安石·南乡子）；“江南佳丽地、金陵帝王州”（谢朓·入朝曲）。诗仙李白道：“地即帝王宅，山为龙虎盘”（李白·金陵三首）。可见，这些形象往往出自人们（特别是政客/文豪）对南京稳定的山水景观、历史古都的固化表述。相较而言，现在参与南京城市形象建构的话语主体越发多元化，媒体在对南京城市形象进行报道时收集普通居民的看法建议。同时，城市形象建设趋势也随着城市规划、政策变化和重大事件而变革调整。南京城市规划逐渐呈现出古典与现代并存的面貌：夫子庙、明城墙、总统府、大报恩寺等富含古韵；长江大桥、紫峰大厦、滨江风光带等又吐露现代化气息。

南京在经济、文化方面与国家政策的互动也值得注意。在“十一五规划”的基础上，国务院印发了《“十二五”国家自主创新及建设规划通知》。通知要求加强科技创新基础条件建设、推动工业化和信息化深度融合、提高重点社会领域创新能力（教育、医疗、文化、公共安全等），加强创新人才队伍建设等。同时，国务院还专门就促进服务外包产业加快发展提出了意见，要求深化国际交流合作。这同样反映在媒体话语中，以下实例可供参考：

例 5：南京大学昆山创新研究院成立（《光明日报》2011 年 1 月 20 日）

例 6：南京：唱响“人的现代化”（《光明日报》2012 年 8 月 15 日）

例 7：Service Outsourcing Conference Opens in Nanjing（*China Daily* 2012 年 6 月 18 日）

以上报道体现了南京创新科研院所的蓬勃发展、呼应了国家对创新型、国际化人才培养的要求、展现了工业化与信息化的融合以及对“走出去”政策的支持与落实。

同时，南京坐拥 2400 多年历史，是一座历史文化名城，人文荟萃，除却曹雪芹、刘勰、金陵八大家等文人墨客，朱元璋、孙权、王导、谢安等帝王将相，更不乏孙中山、鲁迅（南师附中鲁迅纪念馆）等近现代伟大革命家。这些文化元素在现代化发展进程中并非一成不变，这种变化主要体现在文化与创新的结合（见例 8）、历史文化遗产保护（见例 9、10）等方面。

例 8：南京：“百米冲刺现代化”（《光明日报》2012 年 10 月 1 日）

该报道强调“文化与产业比翼齐飞、同体发展”，文化产业的发展是文化创新的集中体现。

例 9：南京：“非遗”传承展 民俗风味浓（《光明日报》2015 年 5 月 19 日）

例 10：Nanjing Stories（*China Daily* 2012 年 5 月 17 日）

同时，重大事件及相关政策也对城市形象建构产生了一定影响，本研究对 2 份报刊报道进行逐年梳理，统计出每年城市形象报道数量，见下图：



从增降趋势上看，2013、2014 年度两份报刊针对南京城市形象所发报道数量相对较多。联系 2013 年南京举办的亚洲青年运动会及 2014 年的青年奥林匹克运动会这两大赛事，不难看出重大赛事使大众眼光聚焦在了南京（见例 11、12）

例 11：青奥让南京外文标识更地道（《光明日报》2014 年 8 月 25 日）

例 12：Nanjing Races to Clean Air before Youth Games（*China Daily*, 2014 年 7 月 9 日）

这些报道的增多表明节事活动是一个能够集中展示城市风貌、多层次传播城市信息的媒介，具有独特的传播效应（Koch 2012; 李宗诚 2007）。同时，2014 年“国家公祭日”的确立，也使得 2014 年“南京大屠杀”等相关报道大大增加。

6.2 城市形象演进的文化关照

第一，南京城市形象建构反映了中国文化的哲学渊源：“天人合一”的本体论及“辩证统一”的知识论。中国文化将宇宙、文化的一切内容看作是一个相互联系的统一整体。因而文化、历史、发展等都是多元合一的现象。这两点在南京城市形象建构中的具体体现之一就在于，历史文化与经济创新并行不悖、相辅相成。历史文化与科技创新的结合，带动了文化产业的繁荣发展。因此，南京城市形象的多元性相互联系、相互渗透。第二，南京城市形象建构反映出中华文化价值观与国际公认准则的完美结合：保护自然、保护文化这两条准则既是中华文化的价值观，也是联合国教科文组织《世界遗产保护工作条约》提出的两条根本要求。两份报刊均对环境 and 人文保护进行报道。第三，南京城市形象建构渗透出中华文化的家国情怀与天下意识：爱国主义与“以和为贵”并重。《孟子》道：“天下之本在国，国之本在家，家之本在身。”中国和其他发展中国家一样，始终把热爱祖国、捍卫国家主

权作为当代话语的重要主题之一（施旭 2006）。南京一方面呼吁国民以史为鉴，勿忘国耻，体现了爱国主义情操。另一方面呼吁国际社会反对战争，珍爱和平。这体现在“创伤之城——和平之城——发展之城”的形象构建路径上。

7 结语

本文结合话语建构论与文化话语研究框架，以“十二五”期间主流媒体关于南京城市形象的报道为语料，从历时角度探究话语与城市形象的相互构建过程，包括话语主题、话语主体、话语形式三个层面，并从城市历史、国家政治与文化传统进一步阐释其动态演进。本文认为以上三个层面架起了话语与社会之间的桥梁，同时也反映了当代中国的政治与文化生态变迁。社会现实/城市形象、话语实践与政治文化生态相互塑造，动态演进，构成了当代中国发展话语的立体图景。

本研究对南京城市形象建构具有一定启示。话语主体方面，南京城市形象建构可以考虑话语主体的多元化发展。随着社会分工的精细化，话语主体的社会身份也趋向多元化和立体化，他们对城市形象的感知与体验值得参考。另外，话语主体多元化及其话语权的表达也体现了城市形象建设中的开放、包容与民主。话语主题较好呈现了南京的历史文化形象，并指向廉洁之都、创新之城的构建与规划。不过，缺乏环境景观方面的塑造。改善人居环境、顺应自然、保护自然、绿色发展是对生命的尊重与关爱，也是国际社会公认的人与自然相处之道。另外，在构建历史人文形象时，需要在创伤之城与和平发展之间取得某种平衡。话语形式方面，建议适当增加评论、专访和深度报道，通过个人叙事创设更为广阔的对话空间，将个体命运、城市发展和国家进步立体化呈现，减少通讯之类的物化推送，提升人化描述的广度和深度；在“讲好中国故事，传播好中国声音”传播背景下，加强受众思维、提升媒体话语的可读性，构建多维度立体化的城市形象。城市形象构建与传播需要认清话语空间、城市形象、社会变迁所构成三位互动联接体。国家政治、文化语境作为深层元话语推进社会发展、改善社会现实、影响城市建设，一并反映在媒体话语空间中；同时，媒体话语在话语主体/主题/形式方面再现、重构社会发展与城市形象，客观而现实地塑造着人们对世界的认知、稳定而坚定地影响甚至改造着世界。

基金项目：国家社科基金“应对微博公共事件的政府话语策略及其形象构建研究”（14BXW055）。

Funding: This study is sponsored by the State Social Science Fund “Handling Microblog Public Events: The Government Discourse Strategies and Its Image Construction” (No. 14BXW055).

注释【Note】

① 衷心感谢审稿专家提出的宝贵意见;在本文写作过程中得到广东外语外贸大学熊涛教授,新南威尔士大学范蜀珺同学的帮助,在此一并致谢。

参考文献

- 陈映, 2009, 城市形象的媒体建构——概念分析与理论框架[J], 《新闻界》, (5):103-104。
[Chen, Ying. 2009. The media construction of city image – concept analysis and theory frame [J]. *Press Circles*, (5):103-104.]
- 樊可, 2008, 体育建筑与城市形象塑造[J], 《建筑创作》, (1):158-163。
[Fan, Ke. 2008. Sports architecture and city-image building[J]. *Architectural Creation*, (1):158-163.]
- 谷明, 2000, 大连城市旅游形象定位及整体策划[J], 《旅游学刊》, (5):63-67。
[Gu, Ming. 2000. On the positioning of Dalian's urban tourism image and overall planning[J]. *Tourism Tribune*, (5): 63-67.]
- 户松芳、张文刚, 2012, 全媒体时代历史文化型城市形象的建构与传播[J], 《新闻知识》, (12):36-37。
[Hu, Songfang & Zhang Wengang. 2012. The construction and dissemination of historical and cultural city image in the whole media era[J]. *News Research*, (12):36-37.]
- 李晓南, 2012, 影视文化与城市形象研究综述[J], 《今日中国论坛》, (10):118-120。
[Li, Xiaonan. 2012. A review of film culture and city image[J]. *China-today Forum*, (10): 118-120.]
- 李亚铭, 2013, 论城市话语传播[J], 《新闻知识》, (10):25-26。
[Li, Yaming. 2013. On city discourse communication[J]. *News Research* (10): 25-26.]
- 李宗诚, 2007, 节事活动与城市形象传播[J], 《当代传播》, (4):31-33。
[Li, Zongcheng. 2007. Festival activities and city image communication[J]. *Contemporary Communications*, (4): 31-33.]
- 龙莎、汪青云, 2011, 新媒体在城市形象传播中的作用[J], 《新闻爱好者》, (22):49-50。
[Long, Sha & Wang Qingyun. 2011. The function of new media in the city image communication [J]. *Journalism Lover*, (22): 49-50.]
- 彭国斌, 2011, 城市形象宣传片与城市形象要素[J], 《新闻爱好者》, (22):86-87。
[Peng, Guobin. 2011. Announcements of the city image and city image elements[J]. *Journalism Lover*, (22):86-87.]
- 石孟良, 2003, 城市形象之建筑文化底蕴的构建[J], 《中外建筑》, (3):35-37。
[Shi, Mengliang. 2003. Construction of the cultural inside information of urban architecture[J]. *Chinese Overseas Architecture*, (3):35-37.]
- 施旭, 2006, 媒体话语中的文化制衡: 中国理论与实证分析[J], 《新闻与传播研究》, 13(3):53-60。
[Shi-xu. 2006. Chinese media communication with the west: Towards an equilibrium framework[J]. *Journalism & Communication*, 13(3):53-60.]

施旭, 2010, 《文化话语研究》[M], 北京: 北京大学出版社。

[Shi-xu. 2010. *Cultural Discourse Studies*[M]. Beijing: Peking University Press.]

汤箬梅, 2014, 景观媒介与城市形象传播——以南京青奥城市景观为例[J], 《新闻传播》, (15):7-9。

[Tang, Ruomei. 2014. Landscape media and city image communication: A case study of Nanjing Youth Olympic City[J]. *Journalism Communication*, (15):7-9.]

王振源、陈晔, 2011, 全球性媒体事件对城市形象的影响研究——以国外媒体对上海世博会的报道为例[J], 《科技与出版》, (11):91-94。

[Wang, Zhenyuan & Chen Xi. 2011. A study on the impact of global media events on urban image: A case study of foreign media's report on Shanghai World Expo[J]. *Science-Technology & Publication*, (11): 91-94.]

夏学英, 2002, 论城市形象的旅游导向性[J], 《经济地理》, 22(5):620-623。

[Xia, Xueying. 2002. The tourism leading role on city image[J]. *Economic Geography*, 22(5):620-623.]

肖雪峰, 2013, 论城市形象传播中的城市宣传语[J], 《新闻知识》, (9):37-38。

[Xiao, Xuefeng. 2013. On the city propaganda language in the communication of city image[J]. *News Research*, (9):37-38.]

谢朝群、弗朗斯西科·宇斯, 2017, 关于网络语用学的网络对话(英文)[J]. 《外国语言文学》, 34(2):75-92.

[Xie, Chaoqun & Francisco Yus. 2017. An internet dialogue on internet pragmatics[J]. *Foreign Language and Literature Studies*, 34(2): 75-92.]

辛斌, 2013, 沃尔夫、巴赫金和批评话语分析[J], 《外语与外语教学》, (2):10-18,144。

[Xin, Bin. 2013. Whorf, Bakhtin and critical discourse analysis[J]. *Foreign Language and Their Teaching*, (2):10-18/144.]

徐小波、赵磊, 2015, 中国旅游城市形象感知特征与分异[J], 《地理研究》, 34(7): 1367-1379。

[Xu, Xiaobo & Zhao Lei. 2015. Study on perceived image of Chinese tourist cities[J]. *Geographical Research*, 34(7):1367-1379.]

袁周敏, 2011, 社会心理学与语用学视角下的身份研究[J], 《外语学刊》, (4):77-81。

[Yuan, Zhoumin. 2011. The study of identity from the social psychological and pragmatic perspective[J]. *Foreign Language Research*, (4): 77-81.]

Alexandre, A. & C. Averous. 1979. Innovative management of urban transport for better environment [J]. *The OECD Observer*, 96: 33-37.

Blake, M. 2000. *Beyond Darkness and Daylight: Constructing New York's Public Image, 1890-1930* [D]. Washington D. C.: American University, ProQuest Dissertations Publishing.

Cai, Kaizhen. & Wang. Jianguo. 2009. Urban design based on public safety—Discussion on safety-based urban design[J]. *Frontiers of Architecture and Civil Engineering in China*, 3(2): 219-227.

Carbaugh, D. 2005. *Cultures in Conversation*[M]. London: Taylor & Francis.

- Carbaugh, D. 2007. Cultural discourse analysis: The investigation of communication practices with special attention to intercultural encounters[J]. *Journal of Intercultural Communication Research*, 36(3): 167-182.
- Carter, R. & K. Quaille. 1976. The criminal's image of the city and urban crime patterns[J]. *Social Science Quarterly*, 57(3): 597-607.
- Chouliaraki, L. & N. Fairclough. 1999. *Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis*[M]. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Clifford, J. 2000. Taking identity politics seriously: "The contradictory, stony Ground..."[A]. In: P. Gilroy, L. Grossberg & A. McRobbie (eds.), *Without Guarantees: Essays in Honor of Stuart Hall*[C]. London: Verso, 94-112.
- Fairclough, N. & R. Wodak. 1997. *Discourse as Social Interaction*[M]. London: Sage Publications.
- Foot, M. 1999. From boomtown to Bribesville: The images of the city Milan, 1980-97[J]. *Urban History*, 26(3): 393-412.
- Fowler, R. (eds.). 1979. *Language and Control*[C]. London: Routledge.
- Fowler, R. 1991. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*[M]. London/New York: Routledge.
- Gey, A. 2014. Urban-nature relationships in urban planning foresight in Europe: Contributions from the concours internationale Du Grand Paris[J]. *The Town Planning Review*, 85(5):589-616.
- Hagen, J. 2015. Shaping public opinion through architecture and urban design: Perspectives on Ludwig I and his building program for a "New Munich"[J]. *Central European History*, 48(1): 4-30.
- Healey, P. 1988. The British planning system and managing the urban environment[J]. *The Town Planning Review*, 59(4):397-417.
- Hoyle, B. 2000. City and port: Urban planning as a cultural venture in London, Barcelona, New York and Rotterdam[J]. *Urban Studies*, 4:823-825.
- Koch, M. 2012. *Event, Image, History and Place: How the NYC2012 Olympic Bid Constructed New York City*[D]. Ph.D. dissertation. Ohio: University.
- Lemke, J. L. 2001. Discursive technologies and the social organization of meaning[J]. *Folia Linguistica*, XXXV(1-2):79-96.
- Lynch, K. 1960. *The Image of the City*[M]. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology Press.
- Savage, R. 2004. The Singapore river thematic zone: Sustainable tourism in an urban context[J]. *The Geographical Journal*, 170(3):212-225.
- Scollo, M. 2011. Cultural approaches to discourses analysis: A theoretical and methodological conversation with special focus on Donal Carbaugh's cultural discourse theory[J]. *Journal of Multicultural Discourses*, 6(1):1-32.
- Shi-xu . 2014. *Chinese Discourse Studies*[M] . Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Stauskis, G. 2013. Green architecture paradigm: From urban Utopia to modern methods of quality

- assessment[J]. *Mokslas: Lietuvos Ateitis*, 5(3):181-188.
- Strelitz, Z. 2011. Tall building design and sustainable urbanism: London as a crucible[J]. *Intelligent Buildings International*, 3(4):250-268.
- Van, Dijk. T. 1993. Discourse and cognition in society[A]. In: D. Crowley & D. Mitchell (eds.), *Communication Theory Today*[C]. Oxford: Pergamon Press, 107-126.
- Wang, Zhengxin. & Pei Lingling. 2014. A systems thinking-based grey model for sustainability evaluation of urban tourism[J]. *Kybernetes*, 43(3-4):462-479.

Discursive construction of Nanjing city image

Abstract: The article carries out an analysis of the subjects, contents and forms in the media discourse of Nanjing city image. The data were drawn from *Guangmin Daily* (in Chinese) and *China Daily* (in English) ranging from the first day of 2011 to the final day of 2015 which is officially named as China's 12th Five Year Plan. The analysis shows that: (1) although a substantial part of the subjects are members from the government, business groups and organizations, the voices of professionals and ordinary citizens have occupied a certain proportion, highlighting the trend of diversity in discourse subjects; (2) sample reports have delineated Nanjing from four aspects: government and people's livelihood, history, culture and education, economy and development, environment and landscape, among which history, culture and education hold a dominant place while environment and landscape inferior, revealing a determination in building a capital of honest governance and city of innovation; (3) sample media favor news story of events and overview, that is to say, they give us a portrait of Nanjing by describing hot issues, introducing policies, suggesting a need for humanizing reports in which individual growth is reported with the city's development and national progress; (4) the construction of Nanjing image reflects an interaction between media discourse and China's politics and traditional culture. The article then concludes that the media discourse of Nanjing city image is a reflection of social changes and realities, working as a catalyst to shape people's view toward Nanjing reality and to mold the practice of the construction. A fusion of the discursive constructivism and the CDS perspective provides us with a powerful theoretical and methodological framework in accounting for Nanjing city image construction in political and cultural context of China. Also, the study puts forward some suggestion for the discursive construction of Nanjing's city image.

Keywords: Nanjing; city image construction; discursive construction; CDS; media discourse

作者简介: 袁周敏, 博士, 南京邮电大学外国语学院副教授, 硕导, 在 SSCI 和 CSSCI 收录期刊发表语用学和话语研究方面的文章和书评 20 篇。研究方向: 语用学与话语分析。

Author: Yuan Zhou-min, Associate Professor and Ph.D., is now with Nanjing University of Posts and Telecommunications. His research focuses on pragmatics and discourse analysis.