

城市多模态话语的建构过程

——以贵州六盘水市为例

刘 华

六盘水师范学院外国语学院, 贵州 六盘水

收稿日期: 2025年4月8日; 录用日期: 2025年5月19日; 发布日期: 2025年5月31日

摘 要

本文在Kress和van Leeuwen的多模态交际理论框架下, 探讨贵州六盘水市的城市多模态话语建构过程。六盘水因“三线”建设而生, 城市管理者(即政府或“修辞者”)在为其定位时, 选择“三线”话语与受众进行交际。该话语形成于特定的文化和情景语境, 内涵包括交际意图(宣传教化), “三线”建设的行为者(决策者、执行者和参与者), 对“三线”建设的诠释和评价等。“设计者”选择建筑物、雕塑、壁画、实物、文字和图片等模态, 利用其“供用特征”组合配置成单个或集中的城市景观。“生产者”选择最可及、受众最熟悉、与“三线”建设最相关的钢铁、岩石、通俗词句等材料, 黑、红主色和“三线”建设中使用、生产过的实物, 利用其“来源”及“经验性意义潜势”, 将“三线”符号产品零星或集中放置于高速服务区、城区地标、博物馆和文化长廊, 在表达“三线”话语意义的同时, 其“发行”因符号资源的自身特质也受到了一定阻碍。此外, 散落于文化长廊的一些符号产品实现“凉都旅游”话语, 与“三线”话语的符号实体在布局和配置上不够连贯, 整合效果欠佳, 两种话语分离甚至割裂, 说明“修辞者”在城市转型时没能有效组合话语, 设计上也存在断带和错位。

关键词

多模态交际, 话语建构, 六盘水, “三线”话语

Constructing the Multimodal Discourse of the City

—Taking Liupanshui, Guizhou as an Example

Hua Liu

Faculty of Foreign Languages, Liupanshui Normal University, Liupanshui Guizhou

Received: Apr. 8th, 2025; accepted: May 19th, 2025; published: May 31st, 2025

Abstract

Based on the multimodal theory of Kress and van Leeuwen, this study explores the construction of urban multimodal discourse in Liupanshui, Guizhou, a city born out of “Sanxian” (also known as the “Third-Front” Movement). Administrators of Liupanshui (i.e., the government or “rhetoricians”) has chosen the “Sanxian” discourse and tried to communicate it to the audience in their attempt to define the city. Having developed in a unique context of culture and situation, this discourse consists of communicative intention (propaganda and education), agents (the decision makers, executors and participants) of “Sanxian”, as well as its interpretation and evaluation. In constructing the discourse, the designers chosen the modalities of buildings, sculptures, murals, objects, texts and pictures, and by exploiting their “affordances”, have configured them into individual or compound urban landscapes. By selecting materials the most accessible and familiar to the audience including steel, rock, popular phrases, primary colors like black and red, and physical objects used and manufactured during “Sanxian”, and by making use of the “provenance” and “experiential meaning potentials” of these entities, the producers then scattered or clustered the “Sanxian” semiotic products in highway service areas, urban landmarks, museums and the culture corridor. While successful in communicating the “Sanxian” discourse, distribution was also hindered to a certain extent due to the quality of the semiotic resources themselves. Besides, semiotic products dispersed in the culture corridor, while realizing the “Liangdu as a Tourist Destination” discourse, are incoherent with the “Sanxian” entities in either layout or configuration and thus cause disunity. This disconnection is a suggestion of gaps and inconsistencies in the design of the “rhetoricians”, who somehow failed to effectively integrate the two discourses during urban transformation of Liupanshui.

Keywords

Multimodal Communication, Discourse Construction, Liupanshui, “Sanxian” Discourse

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

“城市”是达到一定规模的人类聚居空间，是人类社会发展到一定阶段的必然产物，其出现标志着人类文明达到一定水平和高度。从社会学角度看，“城市”是具有某些特征、在地理上有边界的社会组织形式[1]。从传播学角度看，“城市”是一个“各方关系集合的载体”，自产生之日起就有“容纳”和“交换”的意义，是一种“空间”、“媒介”，承载容纳、培育传承存在于其中的物质和精神，扮演着一种介质性角色，履行着传播信息的功能[2]。城市的“媒介”属性意味着每个城市都有生发、构建和传播特定话语的动因，而城市话语无论表达何种内涵，通常都以多模态形式实现。城市话语的建构过程就是一个多模态交际事件或话语实践。

2. 多模态交际理论

所谓“交际”，是指一个表达、产出、诠释或使用符号产品或事件的过程，该产品或事件可以是一座城市、一幢建筑、一间卧室、一部电影、一篇文章等；“多模态交际”则是一个设计符号产品或事件时运用多个模态的过程[3]。多模态交际的核心是多模态话语，其过程即多模态话语的建构过程。“建构”

即“行动”，所以从这个意义上看，多模态交际也是以“行动”为中心的[4]。

多模态交际理论是关于多模态交际实践或话语事件的理论，它关注的是“实践”和“资源”的使用，专门研究社会群体如何通过多模态手段进行表征和交际[3]。运用多模态手段进行表征和交际的过程即多模态话语的建构过程，该过程由“内容”和“表达”两个层次组成。Kress 和 van Leeuwen 认为，包括多模态话语建构在内的任何交际行为所创造的“意义”都会发生在四个“层面” - “话语”、“设计”、“生产”和“发行”；其中，“话语”和“设计”属于“内容”层次，“生产”和“发行”属于“表达”层次，每个层次的交际行为都会产生新的话语意义[3]。

2.1. 话语

“话语”是社会性建构起来的关于现实的知识(体系)。“社会性”意味着话语发源于特定和具体的社会语境，其建构方式与该社会语境中行为者的兴趣或关注点相符[3]。由于社会现实是一个复杂多变的体系，因此即使在某一具体领域也会存在几个不同的、可供社会成员选择的话语。在社会交际中，人们会根据各自的交际环境选择最感兴趣的、最契合自己关注点的话语来建构和使用。多模态话语则是运用多种符号模态及其组合来设计符号产品或事件从而产出的“知识构型”[5]。

作为社会现实的知识(体系)，话语的内涵不仅包括交际者对特定现实的了解(如事件、参与者、行为等)，还包括各方对现实的评价、诠释、判断、争论、目的和合法化论证等，这些评价和论证在话语中可明示也可暗示，可成为一种教化、教育工具，一种交际介质，传递某个社会群体的思想和理念[3]。

Kress 后来用“修辞”替代了“话语”，它是“修辞者”在语境驱动和影响下选择某种话语意义和听众进行交际的过程；话语的核心是意义，其他层面上的交际行为都是为了话语意义的产出和体现服务的[6]。

多模态话语的建构由意义建构和意义体现组成[6]，前者属于“修辞”领域，涉及话语意义的选择，是多模态话语建构过程的基础。多模态话语的建构者，即“修辞者”，需要对某一事件作出处理，在理解、诠释的基础上做出情感反应和价值判断，并通过某种方式把它们表达、传播出来，从而完成话语实践过程。该过程的第一步是选择话语意义，“修辞者”需考虑自己的交际意图、个体和群体的兴趣、交际双方的特点和关系等情景语境因素，而情景语境是由文化语境决定的，是文化语境的一部分[6]。

张德禄认为，“文化”即文化语境，是所有社会活动得以开展的基础，为社会交际活动提供环境和可选择的资源系统[7]。文化是一个意义系统、一套相互关联的符号系统，包含了意义潜势和行为潜势，是人们思维和行动方式、信念和价值观的集合[4]。多模态话语的文化语境是一个或多个符号系统共同赖以存在和发展的环境，它在多模态话语建构过程中的功能是激活意识形态、行为模式和体裁结构，规定多模态话语建构中的模态配置模式等[7][8]。

情景语境包含三个变量—语场、语旨和语式[9]。社会活动中，“修辞者”根据其具体环境、交际目的、兴趣关注等选择交流的意义和行为模式，形成多模态话语；也就是说，情景语境可直接激活“话语”[4]。

2.2. 设计

“设计”是在交际情境中实现话语意义的方式，它将社会性建构的知识转化为社会行为或社会交际。设计跟话语一样，属于多模态交际过程中的概念化和抽象的层面，修辞者在该层面需构思出一个话语或几个话语的组合、某一具体的交际行为以及具体的模态组合方式。设计是由话语特征和模式以及设计者对符号资源的了解程度决定的，同时也受到受众目的、兴趣和特点，情景语境所提供的现实条件如可及性的影响[3]。

多模态话语的设计者需要选择合适的模态来实现话语意义。“模态”属于话语建构的内容范畴，是让话语得以实现的抽象形式。话语设计者在选择模态时，一方面受制于话语意义，另一方面也受到模态

本身的制约[3]。另外,设计者也需要选择适合交际目的、受众和情景语境的模态,要遵循“经济原则”和“适切原则”[4]。

任何一种模态都是由符号组成的交际系统,选择模态也是选择符号系统[5]。符号系统由源自文化的多模态符号资源构成。话语设计者根据模态符号的“供用特征”即意义潜势来选择符号[4] [10]。符号的意义潜势与其来源(provenance)和隐喻性意义,即“经验性的意义潜势”密切相关[3]。此外,话语设计者在选择模态和符号时,还要充分考虑模态符号系统的实用性。

话语中的模态不是孤立的,它们相互配合、相互补充,共同实现交际者的话语意义。话语设计者要以最佳方式配置和组合模态,有意识地选择和精心设计可以成功配置模态,实现有效交际,达到交际目的[5]。

2.3. 生产与发行

多模态话语建构过程的“生产”层面是产生实际和物质的符号事件的过程。该过程需要生产者拥有一整套技能,这些技能与符号模态无直接关联,而是和符号的“介质”或“媒介”发生关系。“发行”则是“表达”层面上进一步细化、分层的结果,是在符号产品或事件产出后,为保存、传播或推广而付诸的行为实践[3]。

生产和发行同属话语的“表达”层面,都是话语和设计的结果。多模态话语建构过程中,若生产者 and 发行方完全受制于话语和设计而缺少自主性或创造力,二者就不能被视作符号行为;不过在某些情况下,二者可能会给符号产品增添新的意义,从而丰富甚至改变原有的话语意义[3]。总之,多模态话语建构过程往往牵涉各方参与者,其关系和权力结构直接影响符号产品的面貌。

3. 城市多模态话语建构实例:六盘水市

位于贵州省西部的六盘水是一座非常年轻的城市,由“六枝”“盘县”和“水城”三地组合而成,其诞生和上世纪六十年代开始的“三线”建设息息相关。1964年,中共中央从维护国家安全、发展中西部工业出发,作出了建设“大三线”的战略决策,六枝、盘县和水城被确立为“三线”建设的重点煤炭基地,三个矿区应运而生,接受1965年成立的西南煤矿建设指挥部领导;1966年,中共中央批准成立六盘水地区工业建设指挥部,至此开始使用“六盘水”一名;1978年,六盘水地区撤销并改为六盘水市,标志着作为城市的“六盘水”正式诞生。以下就以六盘水市为例,探讨城市多模态话语的建构过程。

3.1. “三线”话语

每一个现代城市都有打造和树立独特形象,并将其对内对外推广和宣传的欲望。城市形象是其身份和地位的外在表现,城市“身份”即“它是谁”、“它是一座什么样的城市”;城市“形象”则意味着“人们如何看待这座城”、“城市该如何调整并提升人们对它的看法”。城市形象建设有许多途径,话语建构是最为重要的方式之一[11]。

进入新世纪后,六盘水开始着力打造自身形象和构建若干个城市话语,其中最为突出的是“三线”话语,它强调六盘水和“三线”建设密不可分的联系,将“三线”建设定性为城市建设的根本、经济发展的基石和城市文化的灵魂。

3.1.1. “三线”话语的文化与情景语境

历史上,六盘水地区经历过古老的牂牁文化和夜郎文化,境内的乌蒙山是红军长征经过并召开重要会议的场所,还是彝、苗、布依等少数民族聚居区。六盘水选择构建“三线”话语以树立和传播其城市形象,是特定的文化和情景语境所决定的。

“三线”建设是中国共产党党史上极重要的阶段，是 20 世纪 60、70 年代国防和国家经济建设的重要组成部分，是中国经济史上一次规模极大的工业迁移过程。新中国成立后，党中央始终注重红色文化和集体主义文化宣传和教育；进入新世纪，党中央进一步强调要赓续传承包括红色文化、革命文化和集体主义文化的传统文化。“三线”建设及其话语作为上述意识形态的一个组成部分以及 60、70 年代六盘水人创建、生活和浸染其中的一种独特文化，在六盘水城市建设和社会生活中自然会被反复激活、讨论和传播。

21 世纪以来，六盘水的城市话语主体和主导者大多是出生和成长于“三线”建设及其文化语境的管理者和宣传部门，在创建城市品牌、提升城市形象、增强市民与城市认同和扩大对外宣传和教育的内在驱动下，在宏观叙事需求的大环境中，他们选择了“三线”话语作为六盘水城市话语建构和传播的对象。

3.1.2. “三线”话语的内涵

六盘水“三线”话语是关于该“三线”建设城市的知识体系，它包含了一系列重要事实，例如六盘水是一个在中国特定历史时期创建的“无中生有”的城市，是新中国大后方的重要组成部分，为新中国的建设，尤其是备战备荒年代生产和输送煤炭、钢铁、电力等重要物资的城市。六盘水“三线”建设的主体有中央领导(如邓小平、彭德怀)、解放军工程部队、省外的钢铁和电力支援企业，还有本地土生土长的少数民族群体，他们在“三线”建设中一起开矿、炼钢、铺轨、建房和制造工业材料，是“三线”建设的重要参与者、促成者，也是想要“三线”文化和精神被牢记、被学习和强化、被永恒传承的群体。

“三线”话语还包含了话语主体对“三线”建设的理解、评价和情感。六盘水是“三线”建设催生出的城市，没有“三线”建设就没有六盘水，“三线”建设是六盘水城市发展和崛起的基石。正如《六盘水日报》2021 年 6 月 20 日的头版文章指出：“三线”建设是六盘水的根，“三线”企业是六盘水的本，“三线”精神是六盘水的魂^[12]。这些理解和评价体现了六盘水话语主体(政府及宣传部门)的思维方式、信念和价值观，是决定了六盘水城市话语选择的文化语境，也为其“三线”话语建构提供了丰富的资源系统。

“三线”建设启动时，新中国刚刚成立，“百废待兴”，国际形势复杂多变，新中国建设面临严峻挑战。六盘水位于贫瘠、落后的西部山区，“三线”建设成功实施，是“自力更生”“艰苦创业”“团结协作”“勇于创新”的结果，它们是“三线”建设的精神，也是“三线”话语的核心意义和内涵。

3.2. “三线”话语设计

“三线”话语的设计者担负着将上述“三线”知识、内涵和评价转化为社会行为或社会交际的任务。要实现这一转化，设计者必须根据自己对各类符号资源的了解(尤其是符号的供用特征和意义潜势)，根据话语受众的特点、兴趣和目的，根据六盘水的现实条件(如人力、物力和财力)，构思和选择具体的符号模态及其组合配置模式。此外，由于该话语设计还要依托城市空间来实现，设计者还应选择模态放置的物理位置。

为了实现“自力更生”“艰苦创业”“团结协作”“勇于创新”这 16 字“三线”精神和话语意义，六盘水的设计者选择了建筑、雕塑、壁画、实物、图片和文字等多个符号模态。除文字和图片外，这些符号模态大多具有三维特点(壁画的支撑物也是三维的)，是空间性的能指系统，可见、可触摸但不可移动且数量有限；但同时又是时间性的意义系统，因为它们会随时间流逝而磨损、褪色和陈旧。总的来看，建筑、雕塑、壁画和实物等模态拥有稳固牢实、直观具象、原始真实等意义潜势，其空间属性能让受众身临其境，其时间属性产生的距离能让受众体会时代差异和历史的厚重感，其物质属性能让受众去触碰、去经验而拥有交互意义潜势或“经验性的意义潜势”。同时，这些模态系统也包含了大量各具特色的符号资源，比如各种材料、颜色、形状、大小等，意义潜势丰富，感染力强，可较为成功地表达“三线”话语，在实现为具体的物质后大多成为六盘水的城市景观乃至地标建筑，吸引大批市民、游客和机构团体

参观学习。相比,图片模态是对建筑、雕塑、壁画和实物等模态的复制和再设计,可看作“发行”层面的一个模态,其平面化特征削弱了上述模态的意义潜势,其轻薄、易损和脆弱的属性减弱了“三线”话语的厚重感,但其易携带、易流通的特性却有助于“三线”话语的传播。文字模态具有强大的表达功能,教育、宣传是其供用特征,虽不如实物或雕塑直接、直观,但精心设计和产出的文字语篇对于某些社会群体的作用是比较明显的。此外,不管是哪一种模态,都可以和其他交际事件(如口头宣讲会、博物馆内的讲解等)融合一起,共同表达和传播“三线”话语,不断巩固、强化其宣教功能。

3.3. “三线”话语生产

“生产”是用物质形式将符号产品或事件表达出来,可以是“原型”或“母版”,也可以是最终产品(如可销售的产品);“生产”给予设计可感知形式,同时又增添新的意义,而新的意义往往来自使用材料的特点,即“经验性的意义潜势”[3]。

“三线”话语的生产过程将体现“自力更生”“艰苦创业”“团结协作”“勇于创新”的“三线”话语设计过程转化为物质形式。这些形式大多是视觉上的、具有空间属性的符号产品,如具体的建筑、雕塑、实物和复制模型、壁画、图片和文字等,生产者在产出时利用了其材料(即媒介)、材料的质地、重量、颜色、大小、比例、使用的工具以及摆放的位置等资源,以最大化地实现话语主体的交际意图和话语意义。

3.3.1. 建筑

“三线”话语最为显著的物质形式是位于市中心的两大建筑综合体——贵州“三线”建设博物馆和“凉都记忆·三线文化长廊-三线文化创意小镇”。这两大综合体耗资大,占地广,地理位置突出,在主流媒体大力宣传和近年来各类网红的分享和力推下,已成为六盘水城市的地标性建筑,尤其是前者,已成为重要的旅游景点、爱国主义和党史教育基地以及六盘水城市的标志物,也充分证明了“三线”话语的首要地位。

贵州“三线”建设博物馆于2013年8月开馆,是国内首家以“三线”为主题的博物馆,由展厅、工业体验馆、人民礼堂等构成,馆内不仅陈列了“三线”建设时期极具代表性的生产生活工具、历史文献、歌曲和图片等,还以大型雕塑、框架结构等形式复制、还原了“三线”建设的生产、生活场景。馆内许多展品都是“三线”建设时使用或创造的实物,如车床、火车头、凿子、斧头、笔记本、账本、石磨、手摇式报警器、打字机等,这些实物逼真、陈旧甚至破损明显,穿越时空呈现在受众面前,带有极强的时代烙印,给人带来视觉冲击的同时,也拥有很强的叙事功能。博物馆是一个时空结合体,通过呈现“三线”建设中真实的人、物、场景甚至(录制下来的)声音,通过促使受众看、听、触摸、走动等经验行为,去领略、诠释、吸收和认同“三线”文化故事以及话语主体的话语意义(图1~3)。

“凉都记忆·三线文化长廊-三线文化创意小镇”建于2016年,是一座长10公里、沿六盘水水城河修建的长廊。长廊设计以弘扬“三线”文化为交际目的,同时试图融合“生态”、“旅游”和“产业”,意欲展现近年来六盘水从工业文明向生态文明的过渡。和“三线”建设博物馆一样,长廊将“三线”话语意义实现为广阔空间,由大量的人、物塑像、浮雕、集装箱房、壁画、实物、标语、地图和图片等构成,是一个模态系统和符号系统的复杂综合体,其中的“三线”话语表达是比较成功的(图4~6)。

值得一提的是“三线”文化长廊上的小型房屋(图5),它们大多用旧集装箱堆积、焊接制成,方正、硬朗,被用作店铺和公共卫生间。“三线”建设时,从六盘水三大矿区挖出的煤炭通过新建的川黔和贵昆铁路运往贵阳、攀枝花以及本地的水城钢铁厂,冶炼的钢材输送给各类工业企业制造各种下游产品,包括运货用的集装箱。集装箱是现代物流和供应链的重要工具,对全球化、降低生产运输成本和保护环境都有重要价值,是现代工业文明的标志之一。“三线”话语生产者选择集装箱这一媒介,是想利用其现代工业符号的意义潜势,表达“艰苦创业”“勇于创新”的话语意义。

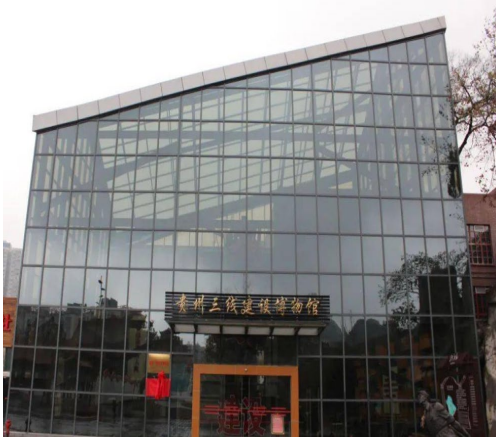


Figure 1. Guizhou “Sanxian” museum—main exhibition hall
图 1. 贵州“三线”建设博物馆——主展厅

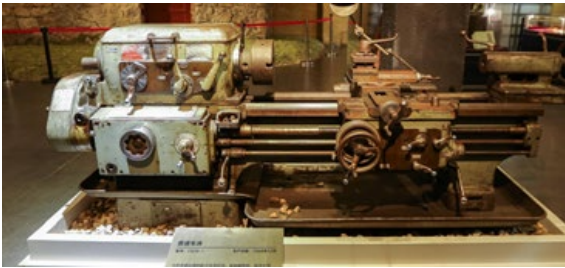


Figure 2. A lathe in Guizhou “Sanxian” museum
图 2. 贵州“三线”建设博物馆内的车床



Figure 3. Guizhou “Sanxian” museum—coal mining
图 3. 贵州“三线”建设博物馆——煤矿作业



Figure 4. “Sanxian” culture corridor—starting point
图 4. “三线”文化长廊起点



Figure 5. A container house in “Sanxian” culture corridor
图 5. “三线”文化长廊里的集装箱房



Figure 6. “Sanxian” culture corridor—Dong Jie
图 6. “三线”文化长廊——东街起点

此外，两大建筑综合体都建在六盘水市中心，说明“三线”话语在构建城市身份和形象时占据了重要地位。话语主体利用建筑综合体规模庞大、坚实牢固、恒定持久以及强大的空间属性，实现了“自力更生”“艰苦创业”“团结协作”“勇于创新”的“三线”话语。同时，综合体周围人口密集，商业繁荣，游客众多，受众量大，对于“三线”话语的传播是很有利的。

3.3.2. 雕塑

分布于六盘水市各处且数量众多的雕塑，也是“三线”话语较为有效的符号产出物。这些雕塑有的零星散落在城区的十字路口、中小学大门对面和高速服务区，有的则集中放置在博物馆的展厅里或文化长廊上，选址都是有目的而非随意的，在实现“三线”话语的同时又面向广大中小学生、市民和游客进行教育和宣传，在一定程度上较好地发挥了话语的传播功能。制作工艺上，这些雕塑有的是浮雕，有的是冶铸，有的通过焊接而成，使用了工业生产中的常用工具和流程，生产行为较为原始、粗放和硬朗，非常贴近“三线”话语中的“自力更生”和“艰苦创业”。材料选用上，这些雕塑用石头、铁和铜制成，其中石头是六

盘水地区最为常见、“可及性”最强的材料,铁和铜是“三线”建设参与者们经常接触和生产的物质,也是“三线”建设行为的重要成果,作为交际媒介,它们拥有“原始”、“粗糙”、“坚硬”、“沉重”等物质特征,可有效表达“三线”建设参与者坚毅实干、不畏困难和沉稳庄严等品质,较好地实现了“自力更生”和“艰苦创业”的话语意义。颜色选用上,这些雕塑大多采用黑、红色;其中,凝重、冷静的黑色是“三线”建设主要产品煤和钢的颜色,也是煤矿和炼钢工人身上,尤其是脸上沾染的泥尘颜色;热烈、旺盛的红色是国旗、党旗和革命的颜色,是融化的钢水、熔炉中火焰以及“三线”建设者身体中流动的血液颜色,实现“自力更生”和“艰苦创业”等话语意义。表现内容上,这些雕塑大多数刻画“三线”建设中的“人”——有个人也有群体,后者表达“团结协作”的话语意义(图 13);有“三线”建设的决策者(如邓小平、彭德怀,图 7)、也有执行者(如工人和铁道兵,图 9、图 12)和参与者(当地百姓,尤其是少数民族)。所有的“执行者”都手拿工具(如凿子、钢钎、铁锹等),着力表现“三线”建设者的行为和劳动场面,强调“自力更生”和“艰苦创业”的话语意义。同时,这些主体大多表情严肃、神色凝重,与特定的时代氛围和“三线”话语的核心意义相符。有些雕塑较为抽象,如红色的五角星和跳动的火焰,其象征意义十分突出(图 8);又如一双黑色的大手从半空中将黑色的煤炭洒落在下方的六盘水城市现代建筑群上,意图表现“手”和“实干”的力量及成果(图 11)。有的雕塑甚至兼具实用功能,比如钢架围成的碎石长凳(图 10)。在大小和比例上,这些雕塑通常外形庞大,高高矗立在展厅、长廊和路口,即使在刻画逼真的矿工时也大大超出正常人比例,具有强大的质量和气势感,表现意图和话语意义非常明显。



Figure 7. Leaders outside “Sanxian” museum
图 7. “三线”建设博物馆一侧的领导人雕像



Figure 8. Star and flames
图 8. 五角星与火焰



Figure 9. Workers at highway service centre
图 9. 高速服务区的人物雕塑



Figure 10. A bench made of rock pieces
图 10. 碎石堆砌的长凳



Figure 11. Coal sprinkling hands
图 11. 洒落煤炭的大手



Figure 12. An iron-stitched coal miner
图 12. 铁片焊接的煤矿工人



Figure 13. “Sanxian” workers
图 13. “三线”建设者群像

3.3.3. 实物和复制模型

本文中的“实物”指“三线”建设时期真实使用或生产的物品，包括工人和铁道兵用过的工具，生产生活中用过的笔记本、账本，中央和地方发布的通告、文件，矿山和铁路上用过的压力计、报警器，铁道兵铺设的铁轨，贵昆线开通后开进本地车站的火车头和车厢，以及生产作业用的车床、驾驶过的卡车等(图 14~17)。这些实物带有浓重的历史印记和较强的叙事功能，有的放进博物馆展厅供受众观看、回味，有的放置在高速服务区，给外来游客传递“三线”话语的第一信息，有的被“随意”安装在文化长廊花园里某一不起眼的角落，但又似乎在默默提醒游客其特殊的“来源”和潜在意义。某些实物因体积庞大(如整列火车)被复制为缩微模型安放在文化长廊的栏杆上，与栏杆融为一体。这些实物和模型再现了“三线”建设的行为过程和生产成果，也是“三线”话语的物质实现形式。



Figure 14. Pressure gauge in a garden

图 14. 花园里的压力计



Figure 15. Locomotive arriving at Guanzhai station

图 15. 开进关寨站的火车头



Figure 16. A miniature train on a railing

图 16. 栏杆上的火车模型

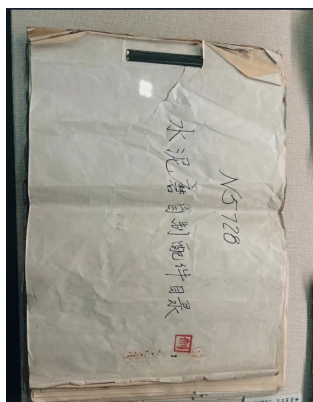


Figure 17. A catalogue kept in “Sanxian”

图 17. “三线”时期的目录本

3.3.4. 壁画

“三线”文化长廊的围墙上还有许多五颜六色的壁画，它们线条粗放，构图简洁，描绘“三线”人物、行为和标志性实物——火车(图 18)。壁画色彩鲜明，点缀大部分围墙，伴随受众脚步，增添了立体感和时空感，在一定程度上克服了壁画的平面缺陷。此外，它们大多和标语、地名等文字共同出现，较为显性地表现了“三线”话语的核心意义。



Figure 18. A mural—A Train
图 18. 壁画——火车

3.3.5. 图片和文字

表现“三线”话语的图片大多是“三线”时期记录真实场景的照片，例如矿工采煤、炼钢，群众修建“干打垒”(简易房屋)，铁道兵铺设铁轨，领导人巡视检查工作等，多为黑白色，有历史和沧桑感，能激发受众记忆和感受，较好地实现了“三线”话语的核心意义(图 19~21)。文字是或长或短的语篇，通常伴有图片，有的简要概述“三线”建设，有的以叙事方式出现在中小学生读本里，有的是报纸或网页报道、评论。其中，对受众影响最为直接、视觉上最具冲击力且为受众频繁感知的文字无疑是市内一些重要建筑物或围墙上的标语(图 22)，它们简洁明了、通俗易懂，配以或鲜亮或庄重的色彩，字体清晰可见，和图片或壁画共现时通常位于上方，占据了图像构图功能中的“理想”位置，表达“显著”信息，是话语设计者力图追求的精神或理念[13]。



Figure 19. An old photo
图 19. 一张老照片



Figure 20. A slogan on a wall
图 20. 墙上的标语



Figure 21. An old photo
图 21. 一张老照片



Figure 22. A slogan on a flower bed
图 22. 花坛上的标语

3.4. “三线”话语发行

大多数实现“三线”话语的模态、符号资源以及物质媒介要么是实体材料，如建筑物、雕塑、实物等，要么以实体为基础或载体，如壁画和标语文字，它们或过于厚重，或规模庞大，或属于历史文物，不宜或不能通过复制或批量生产向外传播和推广，其发行因而受到阻碍。正如李麟学等人指出，城市作为一种“媒介”，其中的历史建筑、街道、公共雕塑等都是“耐久的”，所承载的信息具有相对永恒的特点，有利于时间上的延伸，但却不利于移动和再生产，因此也阻碍了符号产品的发行和扩散[2]。“三线”话语的其他模态系统，如舞台剧《彭德怀在六盘水的日子》和一些纪录片等，也因成本原因而传播范围极小，外界更为陌生。这样一来，实现“三线”话语的大多符号资源或物质形式基本停滞于话语建构的“生产”层面，“三线”话语意义一般只能通过新闻报道和评论、简易读本(如图 23)来传播和发行，但是这些模态系统及其符号资源都是平面化的，给受众带来的实体感、现场感和气氛远不如建筑物、雕塑和实物等空间产品。这是“三线”话语建构的一个局限。



Figure 23. A handbook on “Sanxian”
图 23. “三线建设”历史读本

4. 割裂的城市话语

在城市建设和发展过程中，城市管理者或话语主体可能拥有不同的兴趣和关注点，怀有不同的交际意图，因而可以同时选择构建几个不同的话语；它们侧重不同，地位也有差异。此外，话语主体在城市发展的转型期会赋予不同话语不同地位，有些话语可能彰显，有些话语可能被压抑甚至忽略。城市转型往往意味着话语转型，给话语建构者带来挑战，要求他们适当调整甚至重新选择、配置和组合模态及符号资源。换句话说，城市话语的设计者和生产者必须认真考虑、安排和布局实现不同话语的模态系统和符号资源；比如，是否用同样的模态和符号资源实现不同的话语？是否需要在空间上将不同的话语形式分隔开？又如，当城市转型前、后出现了两个不同话语，是否可以用同一种模态表现这两个不同的话语但需做好二者间的过渡？这些问题若处理不好，就可能出现模态配置混乱、模态间缺乏连贯等情况，造成城市话语建构失败的结局。

“三线”建设开启的煤炭和钢铁工业以及贵昆铁路的开通打下了六盘水城市发展的基础，使其赢得了“江南煤都”的称号并诞生了现代的六盘水市。进入“十三五”后，六盘水开始全力升级改造传统产业，发展生态农业和旅游业等新兴产业；2019年，六盘水获批建设全国第二批产业转型升级示范区，加快了城市转型的步伐。城市转型也意味着城市话语要同步转型，因此近年来六盘水的另一个城市话语——“凉都旅游”话语——也开始逐步建构起来。

“凉都旅游”话语的知识体系中，六盘水要被打造为“凉都”避暑胜地和理想的休闲旅游目的地，话语主体为政府文旅部门及旅游景点经营者，话语内容包括优美的山水风景、清新的空气、凉爽的夏季和丰富的美食，交际意图是宣传、推销以吸引更多游客，多以图片、宣传片、视频等模态实现。六盘水从“三线”建设的能源城市转型为避暑旅游城市并不容易，从“三线”话语转变为“凉都旅游”话语也有困难，因为前者经过多年的构建和宣传已经得到极大强化，而实现它的模态和符号资源又多是质地硬朗、不易动摇的建筑、雕塑、实物等，具有很强的耐久性。此外，如何做到两个迥然不同话语之间的连贯，也是一个摆在话语建构者面前的问题。

实践中，六盘水城市话语建构者采取的办法往往是在某些场所同时表现两种话语，比如在“三线文化长廊”里一些表现“三线”话语的雕塑、壁画和标语旁，较为简单、直接地放置“凉都旅游”话语的图片和壁画。两种话语的符号产品并列排放而没有任何过渡，给受众的感觉比较突然(图24、图25)。这种做法不仅没有创造话语上的连贯性，反而破坏了“三线”话语的完整性，造成了两种话语的割裂。



Figure 24. A mural realizing “Sanxian” discourse
图 24. 实现“三线”话语的壁画



Figure 25. A mural realizing “Tourist City” discourse
图 25. 实现“凉都旅游”话语的壁画

另外，六盘水话语建构者也试图通过展现少数民族特色以吸引游客，如在“三线”文化长廊里集中摆放相当数量的少数民族个体雕塑，如苗、彝、布依、回、高山、鄂温克、哈尼、赫哲、哈萨克、景颇、京族等。但奇怪的是，除了前三个是有本地特色的少数民族外，其他的既未参加过“三线”建设、又以单个形象呈现，因此与“三线”话语和“凉都旅游”话语的核心意义都似乎没有多大关系(图 26)。文字和图片模态上，话语建构者时常将宣传“凉都六盘水”凉爽气候的标语零星粉刷在街道的围墙或高架柱子上，这些标语字体庞大，颜色醒目，虽然能吸引路人注意，但也和“三线”话语没有相关性和连续性(图 27)。最后，在六盘水市委和市人民政府制作发行的宣传片和为数不多的短视频中，城市话语建构者着力渲染了六盘水的凉爽气候、绿水青山、民族风情、美食健身等特色，运用了声音、图像、色彩、文字等丰富的模态资源，凸显的是以“19℃的夏天 360 度的激情”为核心意义的“凉都旅游”话语，也并未提及它与“三线”话语之间的关联或者过渡(图 28)。

换句话说，“凉都旅游”话语的设计和生产总体上显得自成一体，与六盘水具有深厚底蕴的“三线”话语未能较好地联系、连贯和融合起来。由表及里，也能看出六盘水城市话语建构者在面临转型时的局促感和茫然感；结合近两年该市的发展现状和财政情况，也能隐约体会到城市主体的一点尴尬和困境。

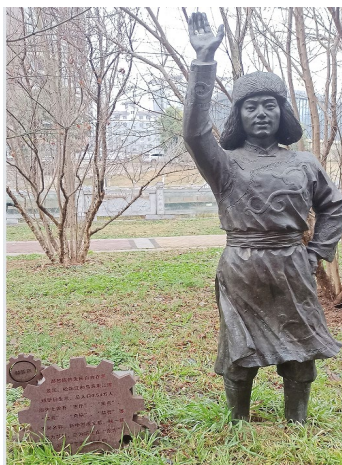


Figure 26. Statue of a Heze Man
图 26. 赫哲族雕塑



Figure 27. A slogan on columns
图 27. 柱子上的标语¹

¹ 注：本文中图 1~27 全部为作者在六盘水拍摄的照片。



Figure 28. A Frame from a Promotional Film by the Government of Liupanshui
图 28. 六盘水市宣传片截图²

5. 结语

六盘水市将“三线”建设视为自己的“根”“本”“魂”，将“三线”话语推到了城市话语建构的中心位置，使其知名度、重要性以及建构的成功度都远远超过了其他话语。六盘水“三线”话语是一个多模态的建构过程，其话语意义的选择是受“三线”文化语境以及特定的情景语境制约的，其交际意图主要是宣传和教化。设计者选用了多种模态和符号资源来实现这一话语，但大多有着“实体”、“稳固”、“沉重”、“可及”等意义潜势，在成功表达“自力更生”“艰苦创业”“团结协作”“勇于创新”的话语意义的同时，也因为符号资源坚实的特点而不易发行。此外，“凉都旅游”话语在城市转型期也被选择建构，但其效果不如“三线”话语，和后者关系也没有得到很好处理，造成了两种话语在某种程度上的割裂。

城市多模态话语建构过程十分复杂，即使经过精心策划，也可能在某些环节出现纰漏。话语建构者需要理清和认识各类符号系统及其关系，把握选用模态的系统特征，了解选用符号资源的供用特征和意义潜势，深刻认识符号在话语建构中的作用，否则建构出的城市话语可能会不完整、不准确，不能很好实现既定的交际意图[5]。

参考文献

- [1] Bardo, J.W. and Hartman, J.J. (1982) *Urban Sociology: A Systematic Introduction*. Peacock.
- [2] 李麟学, 丁凡, 西格弗里德·齐林斯基. 理论拓展与范式创新: 学科交叉背景下媒介城市话语体系的建构[J]. 上海文化, 2023(10): 52-63.
- [3] Kress, G. and van Leeuwen, T. (2001) *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Routledge.
- [4] 张德禄, 胡瑞云. 多模态话语建构中的系统、选择与供用特征[J]. 当代修辞学, 2019(5): 68-79.
- [5] 张德禄. 多模态话语建构中的模态融合模式研究[J]. 现代外语, 2003, 46(4): 439-451.
- [6] Kress, G. (2010) *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Routledge.
- [7] 张德禄. 多模态话语的文化语境——社会符号学视角[J]. 天津外国语大学学报, 2016, 23(6): 1-7.
- [8] 张德禄. 文化语境在多模态话语建构中的作用研究[J]. 解放军外国语学院学报, 2023, 46(5): 54-61.
- [9] Halliday, M.A.K. and Hasan, R. (1989) *Language, Context and Text: Aspects of Language in a Social Semiotic Perspective*. Oxford University Press.
- [10] 张德禄. 多模态话语中符号意义构成研究[J]. 当代修辞学, 2023(3): 24-36.
- [11] 袁周敏. 南京城市形象的话语建构[J]. 外国语言文学, 2018(1): 53-67.
- [12] 如火如荼的年代 激情燃烧的岁月——六盘水“三线”建设历史回眸[EB/OL]. https://www.gzlp.gov.cn/zjld/ldwh/sxjs/sxjy/202310/t20231016_82760058.html, 2025-05-27.
- [13] Kress, G. and van Leeuwen, T. (2006) *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge.

²截图来自 2023 年 5 月六盘水市委、六盘水市人民政府所制作和发行的宣传片《如约凉都 美好同行》。