

# 中外城市政务外宣中的元话语使用和语用身份建构

黄菁菁

(合肥师范学院外国语学院,安徽合肥230601)

**摘要:**以中外城市政府门户网站发布的各35篇英文报道为语料,基于语用身份论,结合元话语类型统计结果和对话语实例的分析,探讨中外政务发布主体在信息传播、人际互动和表达评价方面使用元话语的类别、特征与异同,分析其如何动态建构传播者、邀请者和评价者的语用身份,以及各类语用身份出现的频次和差异,以厘清政务新媒体外宣中元话语与语用身份建构的关系,为政务机构运用话语正面宣传城市形象提供启示。

**关键词:**政务外宣;城市形象;元话语;语用身份

**中图分类号:**H030 **文献标志码:**A

一直以来,元话语及其语用功能都是语言界和语用学界的热门话题。自元话语概念提出以来,国内外语言学者从各个视角对元话语及其语用功能展开了研究。Hyland<sup>[1]</sup>指出了作者在语篇中通过元话语表达观点和立场,实现与读者的互动。Culpeper等<sup>[2]</sup>指出了人们有意识地使用元话语与他人进行互动和交际。黄勤等<sup>[3]</sup>对英语新闻报道和新闻评论中元话语使用的异同及动因进行了对比分析。胡春雨等<sup>[4]</sup>考察和探究了中美IT企业致股东信中元话语的使用特征及其实现的修辞功能。一些学者也开始注意到元话语与身份建构之间的关系。Norton<sup>[5]</sup>指出了交际者在言语交际的过程中,不仅互相交换信息,也体现了自我身份意识。姜晖<sup>[6]</sup>以人际关系管理理论为框架,考察教师如何运用各类元话语资源构建课堂上的动态身份。孙莉<sup>[7-8]</sup>以硕士毕业论文和应用语言学国际期

刊论文为语料,探讨了学术语篇中的元话语使用及身份建构。学界已从语用视角对不同语篇中的元话语进行了研究,探讨了中外语篇中元话语的异同,以及元话语与语用身份的关联,但目前鲜有基于语用身份视角的政务新媒体外宣元话语研究。

随着全民互联网时代的到来,国内外政务管理与互联网趋于深度融合,各城市政府机构通过门户网站和主流社交软件等新媒体平台发布新闻和信息,为公众提供互动交流的平台。作为电子政务的先锋,政府门户网站在政务服务领域发挥着无法替代的基础作用,其语言应用在政务舆论场中仍然举足轻重<sup>[9]</sup>。为了提升城市影响力,政务发布主体在政府门户网站新闻报道中运用元话语建构语用身份,为公众提供所需信息,对外宣传城市形象。因此,从语用视角研究城市政务外宣语篇中的元话语和语用身份建构具有重要

的研究价值。本研究以中外城市政府门户网站(以下简称官网)发布的英文报道为语料,结合元话语类型统计结果和对话语实例的分析,探讨中外政务发布主体元话语使用的特征与异同,阐释其如何动态建构语用身份,以传播城市正面形象和彰显城市软实力。

## 一、元话语与语用身份的理论简述

学界对元话语的定义可分为狭义和广义两种。狭义的元话语主要关注元话语的篇章组织功能;广义的元话语指话语组织、作者对话语内容的看法和评价及对读者的态度等体现语篇特征的一套机制<sup>[1]</sup>。关于元话语的使用,学者们达成了以下共识:元话语在一定程度上反映了交际的交互实质,是面向读者的内容;元话语依赖语境,在不同语码和体裁中会有差别。Hyland<sup>[10]</sup>将元话语分为引导式和互动式两大类。前者注重话语组织,引导读者理解语篇传递的信息;后者呈现作者与读者的互动,体现双方的亲疏关系和读者的参与度。此分类因恰当地体现了作者的交际意图及与读者的关系,故为本研究所采用。

从语用视角来看,元话语是元语用的表征。Hyland<sup>[10]</sup>认为元话语属于语用范畴,元话语表达应在所处语境中加以考察,以确保其发挥元话语功能。陈新仁<sup>[11]</sup>从语用视角拓展了元话语的概念,指出元话语是元语用的产物,体现为各类话语成分,元语用则是对这些话语成分的运用,交际者可运用话语成分实现语篇管理、人际互动等目标。陈新仁<sup>[12]</sup>进一步指出了交际者可通过运用元话语显性体现语用身份,即交际者为实现特定交际目标可使用话语动态选择和建构身份。语用身份的相关研究成果主要聚焦于学术话语<sup>[7-8]</sup>、商业话语<sup>[13]</sup>、演讲话语<sup>[14]</sup>分析等,但对政务发布主体通过元话语彰显的语用身份意识展开探讨的研究并不多见。城市政府官网报道不仅向公众传递新闻和信息,也是发布主体塑造城市形象及与公众实现互动的

重要方式。在这些交际需求的驱动下,发布主体有理由运用各类元话语动态建构语用身份。由于本研究探讨的是元话语的身份建构,因此笔者仅关注发布主体在政务外宣交际需求驱动下建构语用身份时使用的元话语资源,并通过真实语料加以验证和分析。

## 二、中外城市政务外宣研究设计

研究语料选自2021年9—12月杭州市人民政府英文官网和悉尼市政府官网的英文报道,采用随机抽样法,分别获得35个语篇样本,其中,杭州官网样本总词数为14 137,悉尼官网样本总词数为14 539。杭州和悉尼均为国际性的大都市,且拥有丰富的旅游和人文资源,其城市官网报道反映了政府机构对城市形象的外宣,具有传播面广、受众量大等特点。所选报道语篇分别来自两个城市官网的“城市新闻”(City News)板块,涵盖经济、文化、旅游、教育等主题,二者之间具有可比性。本研究主要回答以下两个问题:

①杭州官网和悉尼官网英文报道语篇中运用的元话语类型和频次有何特征,存在哪些差异?

②杭州官网和悉尼官网英文报道语篇中元话语建构的语用身份类型和频次有何特征,存在哪些差异?

笔者采用定量与定性相结合的研究方法对语料进行分析。在Word环境下逐句阅读70篇英文报道,对发布主体建构语用身份所使用的元话语进行类别判断和标记;再对发布主体建构的各类语用身份类型进行判断和标记,并前后认真校对3次,以保证判定的准确度;最后对元话语和语用身份的频次进行统计与分析,元话语和语用身份的原始频次均按其在一句话中实际出现的次数予以统计。由于杭州官网语料和悉尼官网语料的词数存在一定差异,为了确保其可比性,在比较二者元话语的使用频次时,按每万词计算;在比较二者语用身份的出现频次时,按所占各自语料中的语用身份总次数比例计算。

### 三、中外城市政务外宣语篇中的元话语使用特征

#### 1. 元话语类别

通过观察语料,笔者发现元话语在两个城市官网报道中主要具有信息传播、人际互动和表达评价三大功能,这也正是发布主体使用元话语所要实现的交际目的,即对外宣

表1 中外城市官网报道中的元话语类别

功能	元话语	示例
信息传播	逻辑标记语	and, in addition, but, so, because
	言据标记语	according to, data shows that, ... said, ... reported
	语码释义语	for example, such as, namely, it means
人际互动	自我指称语	we, our, reporter, Hangzhou, Sydney
	介入标记语	you, your, those, visitors, why not
表达评价	情感标记语	excited, amazing, confident, joy
	评判标记语	important, positive, reasonable, critical
	鉴赏标记语	best, beautiful, creative, diverse

在传播城市经济、人文、旅游、民生等相关新闻和信息时,发布主体主要通过逻辑标记语架构篇章,即使用表示递进、转折、因果等语义关系的连接词或短语进行叙述。为了表明信息来源的可靠性,发布主体使用言据标记语凸显新闻报道严谨和准确的特征。此外,发布主体也使用语码释义语进行说明,以使公众便于理解。

例(1): According to the forecast, Hangzhou Zoo, Lingyin Temple and Feilai Peak, Daming Mountain, Xixi National Wetland Park will see the most ticket booking among the paid scenic spots, and historical and cultural scenic spots such as Yue Fei Temple and Liangzhu Archaeological Site are popular choices for families with children.

例(2): Lord Mayor Clover Moore said that Sydney deserved a party... Events like Art Month Sydney, Australian Cocktail Month, and music festivals like Winter Jazz Festival and Electronic Music Conference and Festival will all benefit from City of Sydney grants.

在例(1)中,杭州官网发布主体使用言据标记语“according to”表明信息来源于往

传城市美好形象及与公众形成良好互动。

为了精细分析语料,本研究中的元话语分类主要以 Hyland<sup>[10]</sup>的元话语分类框架为基础,同时借鉴 Martin<sup>[15]</sup>提出的语言评价系统中态度系统的分类,将元话语中的态度标记语细分为情感标记语、评判标记语和鉴赏标记语(见表1),构建了城市官网报道的元话语分析框架。

年数据,具有可信度;使用逻辑标记语“and”公布门票预订最多的景点和有孩子家庭选择的热门景点,构成并列关系;使用语码释义语“such as”进一步举例说明岳飞寺和良渚考古遗址适合有孩子的家庭游览。在例(2)中,悉尼官网发布主体使用的言据标记语为“said”,表示信息来源于市长原话,真实可信;同样使用了逻辑标记语“and”并列介绍悉尼的庆祝活动和音乐节;使用语码释义语“like”列举音乐节具体活动。这两例均为节假日城市相关游览信息,杭州官网报道的语体较为正式,发布主体简单明确地传递了中秋节假日期间杭州景点的相关信息,供公众参考和选择;而悉尼官网发布主体以市长口吻和较兴奋的措辞告知公众悉尼将举办庆祝活动,并用偏口语化的方式说明各类活动均可以获得官方资助。

此外,发布主体还通过自我指称语和介入标记语与公众展开虚拟人际互动,如邀请受众观赏城市美景、参加相关活动、参与官方新媒体互动等。

例(3): Now that autumn is in its prime, why not go out there to see the beautiful scenery at West Lake and Xixi Wetland and

try some tea served on plates!

例(4): Don't forget to tag your photos with #SYDNYE and share your photos online with us and other budding photographers.

在例(3)中,杭州官网发布主体未使用自我指称语和对公众的指称语,而是先描述杭州的秋景正美,再用“why not”的介入标记语提出建议,邀请公众前往西湖和西溪湿地欣赏美景、品味茶香,语气委婉舒缓。相比之下,悉尼官网发布主体在例(4)中的表述更为直白,使用祈使句“Don't”提醒公众在拍摄的城市照片上加上“悉尼”的标签,并使用介入标记语“your”和自我指称语“us”指代公众和自己,以对话的方式邀请公众在官网平台分享照片,使用第一人称“us”让公众产生认同感,语气亲昵。

在表达评价的过程中,杭州和悉尼官网的发布主体主要使用积极的态度标记语表达对城市景观优美、活动丰富、经济发达、生态和谐等方面的赞美和认可,正面传播多元化的城市形象。

例(5): Apart from farm work, visitors can also gain pleasure from eating the fruits right after picking them from the branches.

例(6): We're all excited to see and hear our city spring back to life and businesses thrive once again.

在例(5)中,杭州官网发布主体使用第三人称表明访客可以品尝自己亲手摘的水果,通过情感标记语“pleasure”评价这类活动会给人带来愉悦的感受,语气平稳。在例

(6)中,悉尼官网发布主体则用第一人称表达自己看到城市重新焕发生机、商业再次繁荣的心情,运用情感标记语“excited”表达喜悦,可以让公众感受到其兴奋之情。

例(7): Thanks to more than half a year of the meticulous work by the park staff, the previously desolate land has been successfully transformed into this beautiful wonderland.

例(8): This year we're using different sequences on the bridge and various ways of shooting the fireworks that will produce wonderful effects and ensure we're creating the best display ever.

在例(7)中,杭州官网发布主体使用评判标记语“meticulous”肯定工作人员的勤勉和努力,使用鉴赏标记语“successfully”和“beautiful”对公园改造给予正面评价,称赞公园焕然一新的面貌。在例(8)中,悉尼官网发布主体使用评判标记语“different”和“various”说明新年前夕烟花表演会采用多样化的燃放方式,并使用鉴赏标记语“wonderful”和“best”表明悉尼将给公众带来一场美妙且绝佳的烟花秀。两个城市官网发布主体皆使用积极的评判标记语和鉴赏标记语,宣传城市美好形象。

## 2. 各类元话语使用频次

在分别辨识杭州官网报道和悉尼官网报道中的元话语类别后,笔者统计了3种交际功能驱动下8类元话语的使用频次(见表2~表4)。

表2 中外城市官网报道中的信息传播元话语使用频次比较

功能	元话语	杭州官网/个/万词	悉尼官网/个/万词	$\chi^2$	P 值
信息传播	逻辑标记语	326/230.6	240/140.3	22.7	0.000
	言据标记语	67/47.4	35/24.1	7.48	0.009
	语码释义语	49/34.7	36/24.8	1.67	0.244

由表2可见,在实现信息传播交际目的所使用的3类元话语方面,中外城市官网报道中使用最多的都是逻辑标记语,说明政务发布主体注重叙事的连贯性和条理性。杭州官网报道中的逻辑标记语显著多于悉尼官网

报道,这表明杭州官网报道的语体更加正式,发布主体以过渡语衔接语句,观点明确,条理清晰。杭州官网报道中的言据标记语使用频次多于悉尼官网报道,两者差异较明显。从语料看,杭州官网发布主体更加重视信息来源的

权威性,多引用官方机构的消息和数据以彰显可信度,也引用一些古诗句描述和渲染城市美景,宣传城市形象;悉尼官网报道中的言据标记语主要是对人物话语的引用,如引用市长原话表明真实度,也引用各行各业普通人物的话

表3 中外城市官网报道中的人际互动元话语使用频次比较

功能	元话语	杭州官网/个/万词	悉尼官网/个/万词	$\chi^2$	P 值
人际互动	自我指称语	32/22.6	265/182.3	124.60	0.000
	介入标记语	115/81.3	357/245.5	84.64	0.000

由表3可见,在人际互动元话语使用方面,悉尼官网报道中的自我指称语和介入标记语均显著多于杭州官网报道,这表明杭州官网发布主体更注重客观报道,而悉尼官网发布主体更关注与公众的互动。在自我指称语方面,杭州官网发布主体常以“Hangzhou”自指,时而使用“reporter”,极少使用第一人称主语,以此让公众相信报道的真实客观性;悉尼官网发布主体多用第一人称复数“we”

表4 中外城市官网报道中的表达评价元话语使用频次比较

功能	元话语	杭州官网/个/万词	悉尼官网/个/万词	$\chi^2$	P 值
表达评价	情感标记语	19/13.4	17/11.7	0.04	1.000
	评判标记语	77/54.5	70/48.1	0.48	0.553
	鉴赏标记语	232/164.1	156/107.3	12.15	0.001

由表4可见,在表达评价元话语使用方面,两个城市官网报道中的情感标记语和评判标记语使用频次相差不大。新闻报道主要以叙述和说明城市经济、文旅、民生方面情况为主,发布主体较少给出情感反应,因而杭州和悉尼官网报道中的情感标记语是最少的。在评判标记语的使用中,双方都主要使用积极词汇给予正面评价,肯定城市各方面的作为和各方人员的努力。杭州官网报道中的鉴赏标记语明显多于悉尼官网报道,这说明杭州的政务发布主体更注重凸显城市各方面的优势,展示城市发展中取得的荣誉和成就,采用肯定和赞赏的措辞对外宣传城市面貌,提升城市影响力。

#### 四、中外城市政务外宣语篇中元话语建构的语用身份

##### 1. 语用身份类型

在交际需求的驱动下,语用身份通过话

语,以人物叙事的方式减少距离感,使公众感觉亲切。语码释义语在两个城市官网报道中的使用频次比较接近,无明显差异。发布主体使用举例、解释、补充说明等元话语帮助公众更好地理解语篇,了解相关信息。

“our”“us”自指,帮助公众建立集体认同感。在介入标记语方面,杭州官网发布主体多使用“tourists”“visitors”和“those”指代公众,时而使用“you”和“why not”与公众建立联系,给出推荐和建议,语气比较委婉客气;悉尼官网发布主体多使用“you”和“your”的第二人称代词与公众展开对话般的互动和交流,并使用祈使句明确发出邀请和指令,语气直接、亲密。

语得以建构<sup>[12]</sup>。通过观察和分析语料,笔者发现两个城市官网的发布主体在宣传城市美好形象及与公众形成良好互动的交际需求驱动下,运用元话语建构了与其信息传播、人际互动和表达评价三大功能相吻合的语用身份,分别为传播者、邀请者和评价者。中外城市官网报道中的语用身份类型、元话语类别和示例如表5所示。

由表5可见,杭州官网发布主体使用逻辑标记语“not only...but also”告诉公众金沙湖剧院不仅是金沙湖的一大亮点,也是钱塘江文化设施的新地标;用言据标记语“according to”向公众解说雪鹤是一种候鸟,表明信息源自淳安林业部门,是准确可靠的;介绍界首乡采用线上线下相结合的方式销售橘子,用语码释义语“such as”说明橘子节和抖音直播方式都是拓展市场的促销手段。杭州官网发布主体在这3例中都建构了传播者的语用身份。悉尼官网发布主体使用自我指

表5 中外城市官网报道中元话语建构的语用身份类型

语用身份	元话语	示例
传播者	逻辑标记语	Jinsha Lake Theater is <u>not only</u> a highlight of the Jinsha Lake, <u>but also</u> a new landmark of Qiantang's cultural projects.
	言据标记语	<u>According to</u> the forestry authorities in Chun'an, snow cranes are migratory birds.
邀请者	语码释义语	Jieshou Township also utilized online and offline promotional methods, <u>such as</u> the orange festival and Douyin to expand the market.
	自我指称语	As <u>our</u> city reopens, <u>we're</u> welcoming people back and support in? person events.
	介入标记语	<u>You</u> won't want to miss this visually arresting performance.
评价者	情感标记语	We're <u>pleased</u> to be opening up treasured community spaces.
	评判标记语	The District has been <u>vigorously</u> promoting the integrated development of "industry, city and people".
	鉴赏标记语	This is a <u>great</u> place, <u>large</u> and <u>comfortable</u> .

称语“our”和“we”，以人格化称谓与公众对话，以邀请者的语用身份欢迎其前来参加活动；使用介入标记语“you”邀请受众前来观赏表演，语气恳切，同样建构了邀请者的语用身份。悉尼官网发布主体还使用情感、评判和鉴赏标记语建构了评价者的语用身份，表达内心喜悦，评价城市建设，赞赏城市景观，塑造全面多维的城市形象。需要说明的是，发布主体也可以在一句话中使用多种类别的元话语建构多种语用身份。

例(9): Here you will also see cute “bunnies” play happily in front of the bamboo fence, which creates a natural, tranquil and relaxing sight that will easily evoke your childhood memories.

在例(9)中，杭州官网发布主体同时建构了邀请者和评价者的语用身份，使用介入标记语“you”“your”邀请公众前来公园游玩，并使用鉴赏标记语“natural”“tranquil”“relaxing”等描述公园里自然、宁静、悠闲的景象，让公众相信若是来到这里定会唤起快乐的童年回忆。

例(10): The best fireworks photos are long exposure, so you can capture the sparks flying in the air, and make sure your camera has a tripod support so your image doesn't get blurred.

在例(10)中，悉尼官网发布主体建构了传播者、邀请者和评价者3种语用身份。发

布主体先以评价者的身份用鉴赏标记语“best”描述什么是最好的烟花照片，再以逻辑标记语“so”和“and”告诉公众可通过三脚架支撑相机等方式获得清晰的照片，建构了传播者的身份。介入标记语“you”和“your”表明发布主体也以邀请者的身份请公众前来观赏烟花表演并拍摄照片。

## 2. 语用身份的出现频次

在细致分析语料后，笔者统计了杭州和悉尼官网报道中元话语建构的传播者、邀请者和评价者3种语用身份的出现频次（见表6）。

表6 中外城市官网报道中元话语建构的语用身份出现频次比较

语用身份	杭州官网		悉尼官网	
	频次	占比/%	频次	占比/%
传播者	331	52.96	167	24.03
邀请者	98	15.68	394	56.69
评价者	196	31.36	134	19.28

由表6可见，两个城市官网报道中元话语建构的3种语用身份出现频次存在一定差异。从各自占比来看，杭州官网报道中元话语建构的传播者语用身份出现频次最多，评价者身份次之，邀请者身份最少；悉尼官网报道中元话语建构的邀请者语用身份出现频次最多，传播者身份次之，评价者身份最少。杭州官网发布主体建构的传播者语用身份占比显著高于悉尼官网发布主体，表明杭州官网报道的主要功能是向公众及时传播新闻信息，反映城市形象的基本特征，体现权威性、

公共性和时效性。悉尼官网发布主体建构的邀请者语用身份占比显著高于杭州官网发布主体,说明悉尼官网报道更注重拉近与公众的距离,常以对话的方式与公众进行交流和互动,鼓励其参与活动和消费,推动经济发展。两个城市官网发布主体建构的评价者语用身份占比相差不太大,这也符合两个城市官网报道中基于表达评价功能的元话语使用情况。为了保证新闻报道的客观真实性,杭州和悉尼官网的发布主体并未过多地使用各类态度标记语,仅适时表达情感,对城市里的人与事给予正面评价。其中,杭州官网发布主体建构的评价者语用身份占比稍多,表明发布主体注重对外宣传城市的美好面貌,描述气候宜人、风景秀丽的城市环境,称赞爱岗敬业、勤勉努力的工作人员,凸显兼具文化底蕴和科技创新潜力的城市形象。

## 五、结 语

笔者以杭州英文官网和悉尼官网报道为语料,聚焦城市外宣中的元话语使用及身份建构,结合数据统计结果和实例分析,从语用身份视角探讨了中外城市官网发布主体建构语用身份时使用的元话语类别和频次特征,以及发布主体运用元话语建构的语用身份类型和频次特征。研究发现,中外城市官网报道中相关元话语的使用及语用身份建构是一个动态的选择过程。杭州官网发布主体运用的信息传播类元话语和建构的传播者语用身份占比显著多于悉尼官网发布主体,而运用的人际互动类元话语和建构的邀请者语用身份占比明显低于悉尼官网发布主体,双方使用的表达评价类元话语和建构的评价者身份占比相差不大。这表明杭州官网发布主体更重视以权威客观的报道传播信息,凸显时效性和可信度,正面宣传多元化的城市形象;悉尼官网发布主体更关注与公众的人际互动,拉近与公众的距离,调动其参与城市发展的积极性;双方也适时对城市的各个方面给予积极评价,肯定城市建设中取得的成就,提升城市的影响力。本研究进一步厘清了城市外

宣中元话语与语用身份建构的关系,丰富了语用学视角下的机构类元话语和身份建构研究,可为新媒体语境下政务机构运用话语塑造区域形象和提升区域软实力提供参与与借鉴。

## 参考文献:

- [1] HYLAND K. Metadiscourse: what is it and where is it going? [J]. *Journal of pragmatics*, 2017(113):16-29.
- [2] CULPEPER J, HAUGH M. *Pragmatics and the English language* [M]. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.
- [3] 黄勤, 龚梦南. 英语新闻报道与新闻评论中元话语使用之对比研究[J]. *当代外语研究*, 2014(5):16-19.
- [4] 胡春雨, 李旭妍. 基于语料库的腾讯亚马逊致股东信元话语研究[J]. *外语学刊*, 2018(1):24-32.
- [5] NORTON B. Language, identity and the ownership of English [J]. *TESOL quarterly*, 1997(31):409-429.
- [6] 姜晖. 基于人际关系管理理论的高校英语教师课堂元话语研究[J]. *外语学刊*, 2020(4):45-50.
- [7] 孙莉. 中国硕士学术英语写作中元话语使用及其身份建构特征研究[J]. *西安外国语大学学报*, 2020(4):28-33.
- [8] 孙莉. 语用身份论视角下的元话语使用研究:以应用语言学国际期刊论文为例[J]. *解放军外国语学院学报*, 2021(1):79-86.
- [9] 王建华. 政务新媒体语言表达模式建构研究[M]. 杭州:浙江大学出版社, 2020.
- [10] HYLAND K. *Metadiscourse* [M]. London: Continuum, 2005.
- [11] 陈新仁. 基于元语用的元话语分类新拟[J]. *外语与外语教学*, 2020(4):1-10.
- [12] 陈新仁. 身份元话语:语用身份意识的元话语表征[J]. *语言学研究*, 2021(1):6-17.
- [13] 何荷, 陈新仁. 网店店主关系身份建构的语用研究[J]. *现代外语*, 2015(3):347-356.
- [14] 黄菁菁, 王燕. 中西高校开学典礼致辞中语用身份的建构和顺应[J]. *沈阳建筑大学学报(社会科学版)*, 2020, 22(3):289-295.
- [15] MARTIN J R. *语篇语义研究* [M]. 上海:上海交通大学出版社, 2010.

## Application of Metadiscourse and Construction of Pragmatic Identity in Chinese and Foreign City Governmental Publicity

*HUANG Jingjing*

(School of Foreign Languages, Hefei Normal University, Hefei 230601, China)

**Abstract:** Based on the pragmatic identity theory, combining the statistical results of metadiscourse types with the analysis of specific examples, this paper discusses the categories, characteristics, similarities and differences of metadiscourse of information dissemination, interpersonal interaction and expressing evaluation used in the respective 35 reports posted on Chinese and foreign city government websites, and explores the dynamic construction of the pragmatic identities of reporter, inviter and evaluator, as well as analyzes the frequencies and differences of various pragmatic identities, so as to clarify the relationship between the use of metadiscourse and pragmatic identity construction in the publicity of the city government under the context of new media, and provide enlightenment for government agency to promote city image through discourse.

**Key words:** governmental publicity; city image; metadiscourse; pragmatic identity

(责任编辑:高旭 英文审校:林昊)

(上接第269页)

## Application of BIM-Based Information Integration in Construction Operation and Maintenance Equipment Management

*ZHANG Yuzhuo, GUO Feng, ZHANG He, CHEN Xinhua*

(School of Management, Shenyang Jianzhu University, Shenyang 110168, China)

**Abstract:** The management of the construction operation and maintenance equipment is an important stage in the whole life cycle management of the construction, but the traditional management mode is single, so it is difficult to meet the needs of the operation and maintenance management personnel. The author introduces the integrated management system based on BIM information integration to establish the user architecture through IFC, use the secondary technology to realize information integration and management system, and finally realize the information management, fault analysis, maintenance and spare parts management of building maintenance equipment to reduce management cost and improve management efficiency.

**Key words:** BIM technology; equipment maintenance management; information integration; equipment management; secondary development

(责任编辑:郝雪 英文审校:林昊)