

地域文化与重庆城市形象塑造*¹

胡攀 彭劲松

(重庆社会科学院文史研究所, 400020)

【摘要】:地域文化与城市形象的关系是紧密的,它们虽然在内涵和外延上各有侧重,但都指向城市之于人的印象和感觉,城市形象是地域文化的外显,地域文化是城市形象的内核,二者互为表里。巴渝文化、红岩文化和抗战文化构成了重庆地域文化的主体,对重庆城市发展产生了重要影响。重庆城市形象应该定位为国际时尚都会、抗战记忆名城和山水森林之城,进而塑造起以城市理念形象、城市行为形象和城市视觉形象为主要内容的,具有重庆特色的城市形象体系。

【关键词】:地域文化;巴渝文化;红岩文化;抗战文化;城市形象;城市理念形象;城市行为形象;城市视觉形象

【中图分类号】:F127719;F292 **【文献标志码】**:A **【文章编号】**:1674-8131(2012)05-0088-07

一、引言

城市形象是一个复杂的系统,目前学界关于城市形象的经典表述是:城市形象是物态化、概念化的城市面貌作用于人的主体意识的总体印象,它主要包括三个部分——城市信仰与城市基本理念系统、城市行为系统和城市视觉识别系统(张鸿雁,2002),并由此延伸至许多方面,例如它的街道、风景名胜、文化教育、建筑风格以及市民的行为举止、衣装打扮等(凯文·林奇,2001)。

最先系统研究城市形象的是美国的城市设计学家凯文·林奇,1960年他出版了专著《IMAGEOFCITY》,认为城市形象的主要构成要素包括路、边、区、节点、标示等方面,并强调其主要通过人的综合“感受”而获得,偏重于对城市环境认知的经验研究。在我国,城市形象的概念最初由城市规划方面的学者引入,郝慎钧、张鸿雁等在1980年代末至1990年代初已开始探讨相关问题。郝慎钧在1988年4月译《城市风貌设计》(原著为日本学者池泽宽)一书时认为:城市的风貌是一个城市的形象,反映一个城市特有的景观和面貌、风采和神志,表现城市的气质和性格,体现出市民的精神文明、礼貌和昂扬的进取精神,同时还显示出城市的经济实力、商业的繁荣、文化和科技事业的发达程度,城市风貌是一个城市最有力、最精彩的高度概括。1990年代初,国内学界出现了一批较有影响的论著,如王建国的《现代城市设计理论和方法》(1991年)、陈俊鸿的《城市形象设计、城市规划的新课题》(1994年)、王家善的《加强街面管理,树立城市形象》(1994年)、朱铁臻的《建立现代城市形象》(1994年)等。但这些探讨尚停留在将城市设计视为城市形象的阶段。1995年4月,南京大学的张鸿雁教授在《科学与科学技术管理》上发表的《论当代中国城市的整体“CI方略”导入》,初步探讨了将“CI理论”引入城市形象塑造,提出了“城市整体CI导入应该设计和规范城市的整体风格”等观点。之后,以创立城市特征形象系统(CIS)为代表的研究成为城市形象研究的主要内容,其主要包括城市理念识别(City Mind Identity)、城市生活文化的行为活动规范(City Behavior Identity,亦称为城市行为识别)、城市景观视觉识别(City Lisucu Identity),是一个树立城市形象、规范市民行为、提高城市景观效果的综合系统。再后来,城市形象作为一个物质、精神的综合概念,逐渐被普遍接受。

¹*收稿日期:2012-07-25;修回日期:2012-08-29

基金项目:重庆市社科规划项目(YBCB053)“全球化进程中重庆城市形象的塑造研究”

作者简介:胡攀(1974-),女;副研究员,在重庆社会科学院文史研究所工作,主要从事重庆近代史和重庆地域文化研究;E-mail:hupan1974@126.com。彭劲松(1978-),男;副研究员,在重庆社会科学院工作,主要从事城市管理研究。

城市形象是城市学研究中的一个重要领域，与城市经济、社会、文化发展有着密切的关联。目前学界从城市战略性定位、城市文化、城市旅游、城市产业与市场导向、城市主体功能、特色城市称谓等不同角度对重庆城市形象进行了研究分析。但迄今为止，人们对重庆城市形象整体的、发展趋势的、个性的研究仍显不足，尤其是重庆地域文化对重庆城市形象塑造的意义和作用尚未引起足够重视。地域文化发展既是城市经济社会发展不可忽视的重要组成部分，又是城市经济社会发展的窗口和品牌，地域文化对突出城市个性、建设城市文化、提高城市竞争力、促进城市对外开放、推动城市经济社会发展具有重要的战略意义。因此从地域文化角度入手，探寻重庆城市形象塑造具有重要的理论意义和现实意义。

二、地域文化与城市形象塑造的关系

地域文化与城市形象的关系是紧密的，它们虽然在内涵和外延上各有侧重，但都指向城市之于人的印象和感觉。一般说来，文化是内在的，形象是外在的。城市形象是地域文化的外显，地域文化与城市形象常常互为表里。城市形象是城市整体化的精神与风貌，是城市全方位、全局性的形象，包括城市的整体风格与面貌以及城市居民的整体价值观、精神面貌、文化水平等。城市形象就是地域文化的充分展现，城市形象推广的过程也是地域文化的推广过程，广义的地域文化就是一个城市物质文明和精神文明的总和。

城市是地域文化的载体。美国社会学家、城市规划师刘易斯·芒福德说：“城市是文化的容器”，可见城市是地域文化的最重要的载体。从自然环境到文化景观，从历史街区、文物古迹到地方民居，从传统的技能到社会的习俗，物质的、非物质的文化形态组成了一座城市。可以说，城市作为人们多种多样文化活动的载体，地域文化是城市文化价值的重要体现(单霁翔，2007)。每座城市都有自己独特的历史脉络和城市文化，人们对地域文化的认知与城市的文化空间和生态环境密切相联。地域文化的历史渊源、地域性特征使城市形象在塑造的过程中形成各自鲜明的特色，一个城市的发展脉络、建筑特色、设计理念等，无一不体现着地域文化的特征。这些具有标志性的最本质的文化元素，成为一个城市区别于其他城市的个性特质。

因此，地域文化之于城市形象不可或缺，至关重要。城市的形象孕育于其与生俱来的自然资源和文化资源之中，历史与文化是一座城市的永恒魅力，城市的内在气质和外在形象都是在特定的地域文化中孕育形成(俞思念，2010)。地域文化作为一种文化形态，是历史文化传统的积淀，不同地域内的城市发展，由于地理位置、社会环境、人文历史等因素的影响，形成各具特色的文化。城市形象就是在地域文化基础上所形成的独特个性，这种因地域文化而烙上的个性印记不仅表现为文化具体形式，如语言、艺术样式、风格习俗，而且更深刻地体现于城市人的性格特征之中。在全球趋同形势下，发挥不同的地域的多元文化特点，文化作为城市个性而被运用到城市形象设计中，使现代城市空间充分体现地域文化的整体性和多样性，进而提升城市形象和城市品位，使城市更有生命力和个性(吴良镛，2002)。

我们认为，城市形象的特色是城市参与竞争的锐利武器，而地域文化是城市形象的灵魂和支柱，也是城市形象长盛不衰的力量源泉。地域文化的历史渊源、地域性特征使城市形象在塑造的过程中形成特色；同时，地域文化也是城市形象的重要组成部分，是城市精神的构筑与传承。

三、重庆地域文化特色

重庆地域文化十分丰富，其基本构成可分为巴渝文化、红岩文化、抗战文化三大板块；若按照其功能与形态，则可划分为建筑文化、移民文化、景观文化、军事文化、民俗民间文化、宗教文化、商业文化、码头文化等诸多文化表现形态；而这些文化形态又可细分为商埠文化、开埠文化、三国军事文化、宋末抗蒙军事文化、府衙文化、会馆文化，等等，数量众多(俞荣根等，2008)。重庆地域文化特色鲜明，无论建筑文化、军事文化、民俗民间文化，还是宗教文化、饮食文化都有自己的特点。尽管重庆地域文化内容丰富，形态多样，但总体而言，巴渝文化、红岩文化和抗战文化构成了重庆地域文化的主体，对重庆城市发展产生了重要影响。

巴渝文化起源于先秦时期的巴文化，有学者指出秦汉以后至晚清民国初所形成的具有巴渝地域特色的文化可谓巴渝文化的主体部分。巴文化是指巴族和巴国在历史的发展中所形成的地域性文化。巴文化赖以产生和发展的自然基础属于西南山地区系，大自然的熏陶、险恶的环境练就巴人一种顽强、坚韧和彪悍的山地民族性格，因此其文化类型也属于山地文化(代金平等，2007)。巴渝文化源于巴文化，因此山地文化也是巴渝文化的一个显著特点。同时由于重庆位于长江流域上游，历来是长江上游水路交通枢纽，码头文化又是巴渝文化的另一个显著特点。重庆建城 3000 多年，得名 800 多年，历史上曾三次建都、四筑渝城、六次移民，各种文化的交融，丰富了巴渝文化的历史文化内涵。其中巴渝舞、川剧、川江号子、摆龙门阵、袍哥文化、蜀绣文化成为巴渝文化的重要文化符号。

重庆是一个有着光荣革命传统的城市，红岩文化产生于抗日战争时期的重庆，它是周恩来、董必武、吴玉章等老一辈革命家的革命实践凝聚而成。红岩文化以中共南方局所在地红岩嘴而命名。“红岩”象征着革命，象征着进步；质地坚硬的岩石，象征着坚固、坚贞、坚强。红岩精神为红岩文化的内核，它集中体现了老一辈无产阶级革命家的精神风貌。红岩精神的基本内涵是救亡图存的爱国精神、不畏艰险的奋斗精神、同舟共济的团结精神、勇于牺牲的奉献精神。“爱国、团结、奋斗、奉献”八个字则是对红岩精神的最简略的概括。丰富的红岩革命文化遗存是红岩革命文化的载体。作为历史留给重庆的宝贵遗产，红岩文化遗存受到国家的高度重视和完好保护。以红岩文化为题材的各种文艺作品，如小说、诗歌、电影、戏剧、绘画、音乐、舞蹈、电视等层出不穷，使红岩文化和红岩精神得以发扬光大。

抗日战争是中国近代历史上最为伟大、壮丽的历史篇章之一。抗战时期也成为重庆历史上重要的发展时期，由此催生的抗战文化使重庆地域文化的内涵得到极大丰富。抗战时期，在中华民族生死存亡的关键时刻，重庆担负起历史使命，成为中国的抗战首都和抗日民族统一战线的重要政治舞台，肩负起了抗日正面战场军事指挥中心、世界反法西斯战争亚洲战场指挥中心和战时中国政治、经济、文教中心的历史重任。八年抗战艰苦卓绝，作为战时首都，重庆的城市地位在抗战期间得到空前提高，成为与莫斯科、伦敦、华盛顿齐名的世界名城。抗战陪都文化是重庆文化的特殊篇章，它以其文化的兼容性(开放性)和高层次性在重庆文化史上落下了浓墨重彩的一笔。外来高层次文化的注入为重庆文化增添了活力，为地处内陆深处、相对封闭落后的重庆文化打上了时代的印记。由于日寇入侵、国土沦陷，全国各地的文化名流、文化精英汇集重庆，在全民族抗战的大背景下，创造出了内涵丰富、具有鲜明时代特色的抗战陪都文化。重庆抗战陪都遗址是抗战陪都文化的重要物质载体，具有价值高、内涵丰富、数量大、种类全等特点。

在此，需要进一步说明的是，这些文化样式既是重庆地域文化内涵丰富的体现，也是重庆城市文脉的重要元素，无论是巴渝文化对重庆人群众体人格的养成，还是红岩文化和抗战文化之于重庆城市精神的重要意义，都从不同侧面彰显了地域文化对于重庆城市形象塑造的重要影响，都揭示了地域文化在城市形象塑造中的特殊价值。

四、重庆城市形象定位

不同地域文化传承根脉、人文风俗构建了不同各城市的文化习俗、文化样式、文化品牌，这种差异是文化的包容性、丰富性和多样化的表现。重庆城市形象塑造，不能割断历史、舍弃传统，而要依托自身的文化积淀去最大限度地彰显个性、展示特色，个性越突出，特色越鲜明，才越有可能在璨若群星的城市文化中脱颖而出。当然，传承历史文化也并非简单的一味复古，而要做到古为今用，创新发展。如前所述，重庆拥有深厚的历史底蕴、绚烂多姿的城市文化以及日新月异的城市面貌，因而重庆城市形象的定位也是十分丰富的。对于重庆城市形象定位，目前学界主要从城市战略性定位、城市文化、城市旅游、城市产业与市场导向、城市主体功能、特色城市称谓等角度进行了分析，主要观点可概括如表 1。

表 1 有关重庆城市的各类定位表述

分类	提法
城市战略	西部地区的重要增长极,长江上游地区的经济中心,城乡统筹发展的直辖市;国家五大中心城市之一;国际大都市(“314”总体部署、住建部规划、成渝经济区规划等)
城市历史文化	国家历史文化名城,记忆之城,抗战陪都,巴渝文化发祥地,三都故里
城市地域特色与旅游	江山之城,桥都,雾都,森林城市,中国温泉之都,购物天堂,商贸之都,美食天堂,火锅之都
城市产业	国家重要的现代制造业基地,内陆开放高地,区域性金融中心,会展之都,汽车之城,摩托车之都
城市主体功能定位	西南地区综合交通枢纽,长江上游科教文化信息中心,
特色城市称号	2010 中国(大陆)最具幸福感城市,中国民生成就典范城市
虚拟特色定位	时尚之都,激情之都,动感之都

上述各类定位,就某个领域或某个重点对重庆城市进行了形象勾勒。这些定位服从和服务于特定的经济社会发展目标,但尚不能完全构成重庆市的整体的、具有特色和个性的、集中反映重庆历史底蕴和未来发展趋势的城市文化形象。在重庆城市形象定位上,仍需要进一步加以深化提炼,以更好地继承并创新传统文化,体现个性、精神与特色,适应未来城市发展要求以及彰显城市竞争力。

在重庆 3000 年城市发展及文化的形成过程中,历经了古代军事城堡、近现代工商业重镇等历史形态,并沉淀了具有历史特征的地域文化和城市文化。随着重庆设立直辖市,重庆着力推进西部内陆开放高地建设,探索具有中国特色社会主义发展道路的城市发展模式,重庆城市现代化、高级化、国际化趋势日益明显。结合重庆地域文化和城市发展趋势,笔者认为重庆城市形象应该定位为:国际时尚都会、抗战记忆名城、山水森林之城。

1. 国际时尚都会

从未来国家对重庆发展的要求以及重庆城市自身发展的趋势看,重庆将围绕着建设西部地区的经济增长极、国家中心城市的目标迈进,将发展成为一个 1000 万人口的现代化国际性城市。作为引领中西部地区发展的长江上游地区的经济中心,重庆不断脱胎换骨,完成由单纯的制造业基地向高新技术产业发展高地、内陆开放高地的华丽转身,重庆由西部内陆城市一跃成为国际化都会城市,经历十四年直辖建设,逐步与世界接轨,实现了与国际语境的全方位双向交流对话。未来,重庆还应进一步加强城市高端功能建设和城市国际风貌打造,并将具有地域特色的巴渝文化、两江文化等地域文化以及美食、美景等文化风物融会贯通于城市再造的全过程,推出数字化文化创意、休闲观光旅游等一批与传统文化紧密结合的产业形态,不断丰富城市功能,实现时尚与经典的有机结合、城市物质形态建设与精神文明建设的融合渗透,极力体现文化传承性,彰显时代气息和开放精神,以展现时尚城市的鲜明个性以及独特魅力。

2. 抗战记忆名城

八年抗战是中国历史上抵御外侮并取得最终胜利的一场伟大的战争,是中华民族永远不能忘怀的历史记忆。重庆作为中华民国的战时陪都、抗战的大后方和运筹帷幄的决策指挥中心,成就了其在国人心中独一无二的、不可磨灭的形象符号和历史记忆。抗战历史岁月对重庆城市发展尤显重要而特殊。抗战时期,由于军政、文教、工矿企业的大量迁入,重庆加大城市市政设

施建设，在最短的时间内成为全国的政治中心、金融中心和科技文化中心，城市化超常规发展。与之同时，因抗战沉淀下来的爱国、包容、交流等国际精神将永远激励中国人民团结一致、奋勇前行，并继续影响重庆城市未来走向。不仅在国内，在国外重庆也因作为中国战时首都、世界反法西斯战争远东指挥中心的这一段历史为许多国际知名人士所熟悉和记忆。因为抗战，重庆由一个水运贸易集散地成为重要的国际性政治中心；因为抗战，重庆由平凡的地区城邦成为举世瞩目的英雄之城、胜利之城、光荣之城。全国人民团结抗战的精神值得中华民族永久地缅怀、记忆和传承。抗战这一重大历史事件所成就的重庆城市文化个性和时代特征是其它城市无法比拟和复制的，抗战的历史记忆是重庆城市最有价值的人文识别系统，是重庆城市文化形象的最佳载体。

3. 山水森林之城

重庆是我国著名的山地城市。在重庆主城区范围内，由南向北平行地分布有铜锣山、中梁山和缙云山三座山脉；同时，长江及其重要支流嘉陵江在重庆朝天门汇合。因此，从城市空间结构看，重庆主城各区是在山脉、水系相隔的空间中组团式发展。这种“城蕴山中，山藏城内”的城市发展格局，在国际城市发展中是罕见的；再加上水居于城市之间，“仁者乐山、智者乐水”。山和水又是中国千古人文情怀中重要的抒情、宣泄对象，山水城市集中体现了中国传统的山水自然观和天人合一哲学观。山水的灵气渗透于城市的发展，使得城市也会变得更加蓬蓬生机，并充满神秘魅力。有山有水必有绿，近年重庆的城市形象朝着立体生态、开阔大气的方向迈进，“山水森林”将成为重庆城市形象的显著视觉识别标志。

五、重庆城市形象塑造

重庆在城市形象塑造中，应当构建起以城市理念形象、城市行为形象和城市视觉形象为主要内容的，具有重庆特色的城市形象体系。

1. 城市理念形象

城市理念就是将城市人格化，城市理念体现城市的存在价值与城市所有成员的共同理想，这是一种哲学意义上的理性思考，也是城市发展目标的提炼。城市理念与城市发展战略具有同质性、同目标性和同内涵性。重庆要塑造良好的城市形象，要提高重庆的知名度、美誉度和竞争力，首先应当形成符合重庆城市发展需要的城市理念形象，这种理念形象应当主要包括城市精神理念、发展理念、发展战略、管理理念、经营理念、服务理念、规划理念、城市对内对外宣传口号和广告等。

2. 城市行为形象

城市行为形象是人的行为在城市文化中的体现，承载着城市特有的文化信息，是文化通过一定的主体行为体现出来，也叫行为识别体系。一个城市前进的核心力量是城市人的素质，特别是城市市民的整体教育水平和文化素质，这种文化素质表现在日常的生活中，主要表现在城市人的行为方面。城市行为形象要素主要包括城市政府行为、城市群体行为和城市个体行为三大方面。其中城市群体行为是城市文化属性的表现，即每一座城市都具有某些城市特征的群体行为文化。

城市群体行为主要包括两大方面：一是群体行为类别。如：举办各种国际和国家重大节庆活动，举办富有民族特色的庆典活动，公益性活动，在城市公共空间内自发形成的健身、文化娱乐（如重庆的坝坝舞）和游戏等各种类型的群体活动，各种大型文化、经济、学术交流活动（如会展经济、文化艺术节等），传统宗教活动等。二是完善的群体行为规范。如市民守则或公约、市民群体礼仪的规范、市民职业道德规范、市民伦理道德规范、市民法治观念与教育、市民家庭与邻里交往的社区规范、城市公共场所和公共空间规范与公约、城市社会危机的处理原则及方案等。

城市个体行为就是指每一个城市市民的个体行为。对于城市市民的行为特征，在一般意义上也表现为一种文化符号。中国

地域广大、文化多元，各个城市的人都有地域文化的特征。从城市学的角度而言，每个城市的个人都有每个城市的文化特质。比如：人们习惯上认为北京人“大气”、“平和”，但是“官气”比较浓，这正是北京作为政治之都的一个显著文化特征，它几乎遍及每个北京人，成为北京人的一种“文化性格”。相当多的人认为上海人比较“小气”，但是“商气”较浓；而在另外一个层面，上海人追求时尚、创新能力强、文化修养较好，也是一个普遍的共识。对于重庆人来说，“耿直、豪爽、热情”无疑是较为普遍的文化性格。

3. 城市视觉形象

城市视觉形象就是城市的外观形象，也是城市形象的物质层面。城市视觉形象以其显著的造型、外观、体量、面积、色彩、结构等，呈现为城市的外在因素，给人留下深刻印象；也有些景观因其充分表现了历史的内涵，在历史的变迁中给人以沧桑的伟大、历史的纪念、美好的记忆和心理的归宿与向往。城市视觉形象是城市历史变迁的表现符号，其外在形式可能由于岁月流逝、自然环境作用和人为的原因变得陈旧或遭到破坏。重庆对城市形象视觉系统的设计与应用，应结合城市自身特有的自然、历史和人文资源特性，以城市人生活的新价值、新享受、新观念和与自然和谐为导向，挖掘丰富深厚的文化内涵，提高其文化品质，并尽可能采纳现代科学技术，使之具有恒久的、富有生命力的美感和情趣，使城市视觉系统要素成为城市可积累的财富，而不是随着时间的推移成为被历史所抛弃的文化弃物。

城市视觉形象主要由一系列城市标志物构成。根据标志的政治、经济、文化内涵，城市标志物主要包括：

一是完全意义上的城市标志，如西方城市的“徽标”、重庆的“人人重庆”徽标等。

二是狭义的城市标志，指具有城市特色的市树、市花等，如重庆的黄桷树等。

三是城市特殊的建筑景观标志或是最高的、最大的、最古老的、最有意义的建(构)筑物。如：巴黎的埃菲尔铁塔、凯旋门，悉尼歌剧院，上海东方明珠，南京中山陵，杭州灵隐寺、六和塔，西藏布达拉宫，北京故宫、天坛、前门等，重庆人民大礼堂，等等。由于这一类标志具有高、大、美或文化内涵深厚、历史性强的特点，而成为最具显现性、最容易被人发现和感知的标志性景观。

四是自然类景观，如自然的湖泊、河流、山体、树木、石头等景观。对于重庆而言，长江、嘉陵江、朝天门、三峡等都构成了较为独特的自然景观。

五是城市街区景观，或称“历史地段”。如北京的王府井和前门、苏州的观前街、上海的外滩和南京路、重庆的解放碑和磁器口等。

六是空间景观，主要指天际轮廓线。如曼哈顿的建筑轮廓、香港中环的建筑轮廓等。作为中国独一无二的山城和江城，水岸线、山脊线、绿脊线、物脊线和天际线构成了重庆特殊的天际轮廓线。

七是重要的城市雕塑，包括代表城市文化与城市个性的雕塑。如美国波士顿的“自由女神像”、丹麦哥本哈根的“美人鱼”、比利时布鲁塞尔“撒尿小男孩于连”、新加坡的“鱼尾狮”、中国珠海的“珠海渔女”、广州的“五羊”、深圳的“拓荒牛”，等等。世界著名的城市都有与其城市名声相媲美的雕塑，但迄今为止，重庆似乎还没有足以代表城市形象的城市雕塑，这是重庆城市视觉形象的一大缺憾。

八是具有特殊意义的“色彩标志”，即城市中的特殊色彩的建筑或景观。如：青岛建筑物的红色坡顶，哈尔滨具有俄罗斯建筑风情的绿色，西安和北京作为千年古都而成片区保留的以红墙、琉璃瓦为主基调的建筑风格，等等。重庆因依山傍水的地理

环境和数千年巴渝文化的熏陶，灰瓦、白墙、干栏式而错落有致的建筑风格，构成重庆城市建筑的主基调和城市景观；即使是现代高楼大厦，其外观色彩也多以灰色或深灰为主色调，由此也彰显了重庆作为历史文化名城和巴蜀文化传承地的古朴与厚重。

参考文献：

- [1]代金平，周兴茂，刘晶. 2007. 重庆的地域文化资源 [J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版)(6):67-72.
- [2]凯文·林奇. 2001. 城市形态 [M]. 北京:华夏出版社.
- [3]单霁翔. 2007. 城市文化与传统文化、地域文化和文化多样性 [J]. 南方文物(2):2-28.
- [4]吴良镛. 2002. 基本理论、地域文化、时代模式——对中国建筑发展道路的探索 [J]. 建筑学报(2):6-8.
- [5]俞荣根，张凤琦. 2008. 重庆 [M]. 北京:当代中国出版社.
- [6]俞思念. 2010. 当代中国地域文化与城市文化建设 [J]. 学习论坛(9):55-58.
- [7]张鸿雁. 2002. 城市形象与城市文化资本论:中外城市形象比较的社会学研究 [M]. 南京:东南大学出版社.