

被仰视的中国 :从文本建构到形象塑造

——基于纪录片《超级中国》的批评话语分析

洪亚星 董小玉

摘要 本文采用批评话语分析方法,以《超级中国》为分析对象,探究该纪录片如何塑造中国形象,塑造了怎样的中国形象,以及其背后有着怎样的社会意识形态。研究发现,《超级中国》通过过度修饰、及物性、架构、论据、引语等手段,有意识地强调和凸显所谓的中国霸权,试图塑造出强势争霸、居高临下、重利轻义的中国形象。这种形象塑造思维模式与其社会意识形态密切相关。

关键词 超级中国;文本建构;形象塑造;批评话语分析

中图分类号G209 文献标识码A

作者简介 洪亚星,西南大学新闻传媒学院硕士研究生,重庆400700;董小玉,西南大学新闻传媒学院教授、博士生导师,重庆400700

DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2015.13.004

引言

2015年初,一部由韩国KBS制作的纪录片《超级中国》不仅在当地掀起了收视热潮,也引发了我国媒体和民众的广泛关注。该片分为七集《十三亿人的力量》《钱的力量》《中国治世》《大陆的力量》《软实力》《中国共产党的领导力》《中国之路》,分别从人口、经济、外交军事、土地、文化、政治等方面来介绍中国。在韩国,支持者认为这是了解中国的“百科全书”,批评者则认为是在为中国唱赞歌;而在中国也存在不同的声音,有的观众观看这部纪录片之后深深地为中国的日益崛起而自豪,也有不少观众质疑韩国媒体意在“捧杀”中国。^[1]《超级中国》究竟塑造了怎样的中国形象?它是如何建构起这个形象的?这种形象的塑造又基于怎样的社会意识形态?本文将依照费尔克拉夫话语分析的三维框架,解构《超级中国》文本的语言形式、结构特征等,分析其塑造的中国形象,并剖析背后的意识形态和社会语境,找出其呈现此种中国形象的缘由。

一、费尔克拉夫话语分析的三维框架

批评话语分析(CDA)着重分析人们设计的符号(如词、短语、句子等)和

他们交流的意义之间的关系。目的在于揭示文本中含而不露的意识形态意义,尤其是那些人们习以为常的偏见、歧视和对事实的歪曲,并解释其存在的社会条件和在权力斗争中的作用。^[2]一般而言,它都是以旁观者或反对者的视角来透视话语的宏观意识。

费尔克拉夫在《话语与社会变迁》中提出,话语分析具有三个向度,即文本分析、话语实践分析、社会实践分析。在此基础上,他提出批评话语分析的三个步骤:描写——阐释——解释,即描写文本语言形式及结构特征,阐释文本与话语实践的关系,解释话语实践过程与社会实践以及社会语境之间的关系。本文将依此路径进行如下探究:在文本层面,从过度修饰、及物性、架构等方面描述其语言特征;在话语实践层面,通过论据、引语的分析,说明文本的生成过程;在社会实践层面,结合社会文化背景对文本进行解释。需要指出的是,本文中所指的“文本”仅仅包括《超级中国》中的标题、解说词、采访话语等文字语言,影像语言及其他内容不在此列。

二、《超级中国》文本的三维框架分析

(一) 文本层面

费尔克拉夫认为,在文本层面分析话语时,要先区分文本的两层意义——潜在意义和解释意义,确定其意义的多向性。他进而提出,文本分析能够被组织在词汇、语法、连贯性和文本结构之下。依此路径,本文将从词汇、文本结构等方面入手分析《超级中国》文本的潜在意义。

1. 过度修饰:“凸显”与“强调”的阵营。在批评话语分析中,过度修饰表现为相同/相近词语反复出现,其作用在于引起注意、着力强调,因此通过修饰词及被修饰的客体,可以剖析话语生产者的主观意识。以下将以《钱的力量》为例,对文本中涉及到的过度修饰的客体及修饰词作简单摘要。(表1)

这一部分,“中国”作为被修饰客体,被修饰词“钱”从“四面八方”包围着。从正面形容“钱包鼓鼓”“毫不吝啬金钱”,到侧面衬托“购买美国国债最多”“在购买力和经济上超过美国”,再

表1《钱的力量》过度修饰词统计表

客体	修饰词
中国	用金钱的力量掌控世界
	钱包鼓鼓
	强劲
	毫不吝啬金钱
	世界上购买美国国债最多
	在购买力和经济上超过美国
	以钱为基础赚取更多的钱

到主观结论“以钱为基础赚取更多的钱”,不同角度、不同程度的过度修饰词无不指向一个论断:中国正用金钱的力量掌控着世界,而且这种“掌控”是无处不在的。这种过度修饰词的作用在于强化中国“用金钱侵吞世界资源与资本”形象的同时,聚拢其他国家对中国警戒,正如韩国矿物资源公司秘鲁事务所长申乙范的一语道破:“不仅我们韩国,其他西方国家也对中国抱有强烈的戒心。”

2. 及物性:“施动者”与“被动者”的较力。及物性是指在分句中得到编码的各种过程,以及与分句有关的各种参与者。分析及物性的目的在于发现什么样的社会、文化、意识形态、政治或理论因素决定了下述问题,即:某个过程在特定的话语类型或特定的文本中是如何得到表述的。^[3]话语的主要过程类型有“行为”“事件”“关系”和“心理”四种,其中“行为”强调事物的动态过程,包含主动语态和被动语态。下面以《钱的力量》中对中国企业在秘鲁境内开发矿山事件的描述为例,分析该权力框架中的施动者与被动者是谁,双方的形象是通过怎样的分句被塑造的,以及是如何进行塑造的。

案例1

解说词:在大量开采矿物的过程中,中国企业与当地居民之间发生冲突的情况也是有的。在中国铝业公司大力开发的矿山脚下,就有一个叫莫罗科查的小村庄。这里的村民们在中国企业进入这里之前,全都是在附近的矿山里工作,并以此维持生计。中国铝业公司找到管理该矿山的政府部门,承诺将优先雇佣村中的劳动力,但最终却食言了。

村庄居民1(中国企业)“收购了莫罗科查矿山,同时便开始从外面雇佣矿夫,可是却不雇

佣莫罗科查居民。”

村庄居民2(中国企业)“只雇佣身体强健的人,甚至连有假牙的人也排除在外。”

解说词:这个村庄在中国铝业公司买办矿山之后,命运发生了改变。秘鲁政府利用公权,对村民施行强制搬迁,原有15000人生活着的这个村庄,现如今居民所剩无几。除了矿工这份工作以外,人们没有其他熟练的技能。找不到合适的生计来源的居民们,无法离开村庄而留了下来。

村庄居民3:“以前全都有活干,也可以供子女上学,每个人都可以得偿所愿。(中国矿山企业)中铝来了之后一切都消失了,中铝侵害了(我们的)生存权利。为什么这么说呢?他们从我们手里夺走了工作岗位。”

解说词:莫罗科查村就是一个反映出中国资源企业比起顾忌现场居民的生活而更看重利益的令人惋惜的事例。

表2“行为”类别的主动语态

主语	谓语	宾语
中国企业	收购了	莫罗科查矿山
	不雇佣	莫罗科查居民
	雇佣	身体强健的人
	侵害了	(我们的)生存权利
	夺走了	工作岗位

表3“行为”类别的被动语态

主语	谓语	施动者
当地居民	连有假牙的人也排除在外	中国企业
	失去维持生计的工作	
	找不到合适的生计来源而被迫留下来	

在该事件中,作为施动者的“中国企业”被塑造为强势、不负责任、失信的行为主体,它们只重利益而对矿工们的生存状态漠不关心:承诺雇佣当地村民最后却食言了;“侵害”了村民的生存权利;“夺走了”矿工的工作岗位。相反的,作为被动者的莫罗科查村民被塑造为被逼迫、被漠视的“受害者”:雇佣矿工时“连有假牙的人也被排除在外”;不雇佣当地村民导致他们“失去维持生计的工作岗位”,致使他们“找不到合适的生计来源而被迫留下来”。(表2、表3)

在这个话语系统中,中国企业被塑造为居高临下的强者姿态,而莫罗科查村民则呈现为任人宰割的弱者形象。更为甚者,针对这一事件,解说词这样总结:“莫罗科查村就是一个反映出

中国资源企业比起顾忌现场居民的生活而更看重利益的令人惋惜的事例。”直接用主动语态塑造中国企业重利轻义的形象,并推及整体,直陈这只是其中的一个事例,这样的情况是普遍存在的,从而塑造整个中国看重利益、漠视民生的极不负责的国家形象。

3.架构:“前景化”与“背景化”的博弈。架构是指一个文本的内容是采取什么样的形式被组织起来呈现给受众的,这涉及文本生产者所采取的视角和所持有的立场和态度。这些会导致文本中哪些信息会被“前景化”或“重视”,哪些信息被“背景化”或“忽视”甚至是“省略”。这样,文本就以非常隐蔽的方式表达了意识形态偏见。^[4]

这里仍然以莫罗科查村采矿事件为例进行分析。我们知道,涉及到征地拆迁时,责任方会给予相对应的补偿,并不会很明显地降低拆迁户原有的生活水准。但在该事件中,话语生产者对这种补偿采取隐而不谈的态度,而是一再强调中国企业对矿山的收购使当地村民丢了工作,致使生活无以为继。整个事件中,有一个关键的主体被隐匿了,即秘鲁政府。涉及国际合作,真正与当地村民接触、洽谈、拆迁并展开一系列工作都只能是秘鲁政府,但是作为秘鲁政府与当地村民之外的第三方的中国企业却被描述成导致一切问题发生的责任方。

在这里,被“前景化”的信息是中国企业夺走了当地村民的工作岗位,侵害了他们的生存权利,而其他诸如秘鲁政府的不作为、村民健康状况不达标导致不能被雇佣等问题则被“背景化”了。因此,透过这一事件,观众接收到的信息就是中国企业不负责任的态度与行为,以及当地村民因中国企业的进驻而生活困难、流离失所,最直接的结果就是中国形象的负面化。

(二)话语实践层面

作为中间向度,话语实践侧重文本的生产、分配和消费的过程,将文本分析与社会实践分析连接了起来。这里,本文将从论据和引语两个方面入手,探讨《超级中国》文本的生产过程。

1.论据铺排:推导宏观命题。梵·迪克认为,“文本的主题是建立在世界的常识性知识和个人

信仰与兴趣的基础之上,通过宏观过程,即规则和策略的作用,从命题族群策略地推导出的一个宏观命题。”^[5]论据作为文本主题的支撑,就属于这一“宏观过程”的范畴。为了论证所预设好的主题,话语生产者往往需要精心挑选一些事实并辅以技巧性的排列组合。这里将以《超级中国》前三集为例,来透视这种用规则与策略构架起的宏观命题。事实上,每一集片头的解说词就反映了该集的主题:

第一集《13亿人口的力量》:世界第一的人口大国中国,中国第一在向着世界第一强大着,13亿人口是怎样将中国在向全球化进程中变成强者呢?现在开始,来确认下13亿人的惊人能力吧。

第二集《钱的力量》:在过去的三十年间,飞速增长的中国经济。全球资金,集中到中国。中国为了聚拢资本,投资全世界的资产,中国现在已经超越经济大国的称号,正在展示着它强大的super power。

第三集《中国治世》:军事大国中国,开始展现她的力量,超越东亚强国,向着世界大国前进。中国向世界展示她走向霸权的战略。

第一集《13亿人口的力量》选取十一黄金周巨额消费、双十一购物狂潮、相框生产销售集团世界占有率第一、海尔电器遍布全球、阿里巴巴纽约上市、小米横空出世等“非常规”的经济现象来表现中国巨大的市场内需与消费力量。

第二集《钱的力量》中,为了将中国塑造为一个借金钱的力量掌控世界的经济霸主形象,选取了购买并经营赞比亚国营矿山、收购世界级的红酒产地纳帕谷、在济州岛大建住宅、投资希腊雅典港、购买秘鲁铜矿开采权、购买美国国债、投资米兰高级时尚业等事例来展示中国“强大的super power”。

第三集《中国治世》选取了中国庞大的军费开支、先进的军事武器、在南海与越南的冲突、与日本的钓鱼岛争议、日益强大的海洋舰队、兴建西沙群岛的永兴岛、对斯里兰卡和坦桑尼亚的援助、投资修建尼加拉瓜运河等现象和事件来强化

军事霸权的中国形象。

由前三集可以看出,为了说明“中国霸权”的宏观命题,话语生产者主观性地“精挑细选”了一系列所谓能说明中国有着强大实力与扩张野心的论据,来“推导”经济、军事、政治上的霸权中国。

2.直接引语:间接的意识形态。直接引语是指直接转述当事人或权威人士的话来表达立场和观点,其目的在于增加文本的真实感,显示报道的客观性,使读者相信话语生产者的不偏不倚。但系统功能语法认为,“选择就是意义”,话语生产者选择用直接引语必然有其主观立场和意图。因此,直接引语的选择实际上已经隐含了主观意识形态。

案例2

解说词:只看军费开支也能感受到中国的扩张。中国的军费仅次于美国,为世界第二,而且近年来,中国的军费一直在大幅增长。

香港军事专家马鼎盛:“许多国家认为中国有很多隐形军费,表面上是120兆韩元,实际上可能投入了更多的资金,这是中国特色。”

这里,引用香港军事专家马鼎盛的话是为了说明中国军费开支庞大,粗看似乎支撑有力,细看却暗藏玄机。事实上,这里明显只截取了被访者前半部分的话语,而后半部分则被有意识地省略掉了。马鼎盛说“许多国家认为……”,表明整句话都只是其他国家的“认为”,并不是事实存在的。按照话语逻辑,他接下来要说的话是要推翻其他国家所谓的“认为”的,那才是真正的事实,但这部分却被人为地截断了。话语生产者有意凸显“假设”,隐匿事实,把“认为”当作“真相”,很容易给人造成一种假象:马鼎盛在“承认”中国的隐形军费,“中国的扩张”无可辩驳。

案例3

北京大学国际关系学院陈彭军教授:“以前关于南中国海没有争议,菲律宾和越南原来都默认这里是中国的领海,但是因为天然气等资源,它们占领了这些土地,中国当然要作相关的斗争。”

芝加哥大学政治学约翰·米尔斯海默教授：“中国想要统治南海诸岛和南海全域，崛起的中国不甘再满足现状，为了改变现状，中国很可能会动用武力，并以此来要挟南海各国。”

这两段直接引语是非常有意味的。如果单看陈彭军教授的采访，呈现出来的就是中国作为南海主权国捍卫领土主权、开采资源都是合情合理的。但在这之后，话语生产者立马接入了芝加哥大学政治学约翰·米尔斯海默教授的一段采访，表达了三层意思：中国要统治南海海域；中国不甘于现状；中国很可能会动用武力。完全撇开中国在南海的行为合乎历史、法理、事实的现实状况，在没有足够论据支撑的情况下将中国的行动视为进攻与扩张性的。

此外，两段采访的编排也是有意为之。倘若将陈彭军教授的采访置于约翰·米尔斯海默教授之后，就能对约翰·米尔斯海默教授的观点形成了有力的反驳，中国扩张性的形象也不成立；反之，则弱化了中国南海行为的合理性，强化了霸权中国的形象。

案例4

解说词：中国以强大的经济军事力量为基础，在印度洋也扩展了自己的势力。这座斯里兰卡的地标建筑是中国2011年捐建的。

斯里兰卡海军相关人员：“这是中国赠送的礼物，因为和中国很友好。”

记者：“真的是礼物吗？”

按照正常的编排逻辑，解说词+采访就已经能非常清楚地说明其想要表达的观点。但这一部分，话语生产者却在后面“画蛇添足”地加了一句记者的反问。这种非客观需要而“粗暴”组合的做法本身就昭示着强烈的主观意识。“真的是礼物吗？”不仅暗含着话语生产者对中国捐建斯里兰卡地标建筑的质疑，更重要的是，它在有意地诱导观众去作恶意的揣测：如果不是礼物又是什么呢？中国究竟有何居心？等等。就这一个触发点，可以引起思绪万千。

纵观《超级中国》，全片使用了大量采访片

段，采访对象来自中国、韩国、美国等，其中尤以源自美国的最多，如加州大学伯克利分校经济系教授Barry Eichengreen、《当中国统治世界》作者Martin Jacques、哈佛大学公共政策研究院教授Joseph S.Nye Jr.、芝加哥大学政治学教授约翰·米尔斯海默等。在这貌似客观、公正的“第三方视角”之下，隐藏的却是立场坚定的主观意识倾向。

（三）社会实践层面

在批评话语分析中，社会实践层面的分析主要集中于对意识形态的分析，以上进行的文本分析、话语实践分析均是服务于意识形态分析的。一方面，意识形态内嵌于上述两种分析之中；另一方面，作为一个社会一定时期的主流思想，意识形态也会作用于文本的生产和分配，从而对文本本身产生影响，这是一个互相建构的过程。^[6]需要指出的是，意识形态这个非常复杂、抽象的概念，在批评话语分析里有了新的含义，即社会团体所共享的而且是理所当然的一种信仰和价值观。^[7]本文中所涉及的意识形态指涉的就是此种含义。

由上述文本分析和话语实践分析不难看出，《超级中国》在总体上呈现了其社会意识形态，即一种“中国威胁论”的基调与论断。这与当下韩国民众的看法基本一致。2010年，韩国《世界日报》记者金青中曾在接受采访时说：“现在60%的韩国民众深信中国威胁论，30%的人质疑，还有10%的人没有任何立场。”最近几年，这一比率有所上升。2014年6月24日韩联社报道称，韩国峨山政策研究院作了一项关于韩国民众对“中国威胁论”的态度调查，调查对象为韩国各地19岁以上成年人，结果显示：66.4%的受访者把中国的军事崛起当作威胁，71.9%的受访者把中国的经济崛起当作威胁。

三、结语

依照费尔克拉夫的三维框架，本文探究了《超级中国》文本的过度修饰、及物性、架构、论据、引语、意识形态等。通过从微观的语言特征到宏观的文本生产再到超越文本的社会语境分析，本文得出以下结论：

第一，《超级中国》多路径地塑造了霸权中国

的形象。总体而言,《超级中国》从文本、话语实践、社会实践三个层面“自下而上”地塑造了强势进取、盛气凌人的中国形象。具体来说,在文本层面,《超级中国》通过过度修饰,强化施动者、弱化被动者;“前景化”与“背景化”相关信息,意在建构重金钱利益而忽视人文道德,意图用钱的力量掌控世界的强势、傲慢、失责的中国形象;在话语实践层面,《超级中国》通过精心挑选、编排的事例支撑起宏观命题,以及借用貌似客观公正的直接引语表达潜在的主观意识,意图从经济、军事、政治等方面塑造具有强大实力与争霸野心的“超级中国”;在社会实践层面,受其社会意识形态影响,有意凸显与强调所谓的“中国威胁论”。

第二,霸权中国的形象建构思维与其社会意识形态密切相关。《超级中国》之所以将中国塑造成强势争霸的形象,与近年来兴起的“中国威胁论”有着比较密切的关系。韩国的“中国威胁论”根源何在?我们可以从以下几个方面窥视一二。一是制度和意识形态的差异,社会主义作为一种与西方“民主”的意识形态、社会价值观念和政治制度的对立面而存在,对于西方来说本身就是一种“威胁”;二是中国的崛起,如李三星教授在《东亚的战争与和平》中指出:“韩国社会的普遍看法是,如果中国变得强大,其膨胀的影响力就会对韩国构成更大威胁”;三是美国的助推,美国从未停止过散布“中国威胁论”的言论,令韩国也深受影响;四是中朝的关系,朝鲜半岛在战后分裂成南北两部分,而朝鲜与中国又是军事同盟关系,这加剧了韩国的焦虑。在历史和现实的双重助推下,邻邦韩国的“中国威胁论”论调可谓甚嚣尘上,这在很大程度上影响了《超级中国》的中国形象建构。

需要指出的是,由于批评话语分析的主要任务之一是透过意识形态等方面的遮蔽,在广泛的社会文化生活中重现、诠释或解读文本与话语的

真实意义。因此,本文更侧重于以批判的视角来分析《超级中国》。一方面,这种视角能够在一定程度上挖掘出《超级中国》文本的潜在意义;但另一方面,这也容易忽略其显性的、正面的价值与意义。与以前普遍采用的中国和西方两种视角,且西方媒体大多以“俯视”眼光“妖魔化中国”的立场不同,《超级中国》首次以“仰视”的视角解读中国模式,呈现中国强大的一面,这一点是值得肯定的。但与此同时,我们也要认清其中“实事求是”与“过分渲染”的成分,用理性的态度来看待这种呈现方式。正如史安斌教授所说:“我们需要的当然不是从前西方媒体俯视的‘妖魔化中国’,也非仰视的‘超级中国’,而是平视的‘常态中国’。从这个意义上说,境外媒体对于纪录中国的态度转变,依然未能准确呈现‘常态中国’。”^[8]所以,《超级中国》批评话语分析的意义正在于此,即提醒国民不因过分夸赞而沾沾自喜、盲目自大、过分自信,应该看到其背后的意识形态,保持清醒、稳步前行。

参考文献

- [1]史哲宇.异域视野中的中国形象——以韩国纪录片《超级中国》为例[J].福州:福建广播电视大学学报,2015(02).
- [2]辛斌.批评语言学理论与应用[M].上海:上海外语教育出版社,2005:57.
- [3](英)诺曼·费尔克拉夫著,殷晓蓉译.话语与社会变迁[M].北京:华夏出版社,2003:167.
- [4]熊伟.话语偏见的跨文化分析[M].武汉:武汉大学出版社,2011:139—140.
- [5](荷)托伊恩·A.梵·迪克著,曾庆香译.作为话语的新闻[M].北京:华夏出版社,2003:37.
- [6]卢枞.对美国主流媒体中国镜像的批评话语分析[D].杭州:浙江大学,2009.
- [7]王泽霞,杨忠.费尔克劳话语三维模式解读与思考[J].外语研究,2008(3).
- [8]超级中国:第三视角看到什么[N].西宁晚报,2015-3-9(B04).