

# 中国军事公共外交建设的话语分析视角

李战子

(国防科技大学国际关系学院, 江苏 南京 210039)

**摘要:**中国军事公共外交从话语类别来看在新时代取得了长足的进步。本文通过梳理军事公共外交的语境要素,从话语分析的视角对一些代表性军事公共外语类进行了简析,突出了新媒体话语和多模态特征的分析,并从新媒体素养的角度探讨军事公共外交素养,提出应从跨学科领域建构中国军事公共外交,其中对话语建构的关注成为一个良好的切入点。

**关键词:**军事公共外交;战略传播;话语分析;新媒体素养;多模态

中图分类号:H030 文献标识码:A 文章编号:1005-7242(2018)04-0001-07

DOI:10.13978/j.cnki.wyyj.2018.04.001

## 0. 引言

在全球化和信息化飞速发展的当今,公共外交正成为国家外交决策中的重要环节和因素,而军事公共外交作为跨学科构建还是一片崭新的领地。军事公共外交指政府主导的、以维护国家安全和推行军事战略为目的的公共外交活动,也特指由国防部为代表的军事部门针对他国军队和公众进行的公共外交事务。中国军事公共外交是中国特色大国外交的重要组成部分,包括健全军事新闻发言人制度,推进军事教育交流项目,定期发布国防白皮书,参与国际维和、国际援助、反海盗行动等。《国际形势和中国外交蓝皮书(2017)》明确,军事公共外交的目的在于树立军队和国家形象,消除猜疑和误解,维护国家利益,促进世界和平,是军事外交和公共外交的有机结合,是国家总体外交的重要组成部分。中国的军事公共外交也是我军现代化建设的有机组成部分。

在中国特色大国外交中,军事公共外交正在发挥日渐重要的独特作用,它突破了传统的国家和政府层面的军事交流与合作,有更多的军民互动,是对传统军事外交的拓展和延伸。国际舆论中的“中国威胁论”犹在耳畔,如何建设一支新型的军队,并使之在维护国家利益和拓展国际影响力方面有新的建树,这是军事公共外交所面临的新挑战。在建设世界一流军队的进程中,我国与外部世界的利益摩擦时有发生,价值碰撞也日趋频繁,面对国际政治的不确定因素,如何维护国家主权、安全和发展利益,坚持正确的义利观,同时提升军队国际形象,改善军队舆论环境,这是全方位军事公共外交需要统筹回答的新课题。“在军事外交中不断提升军事软实力也成为习近平军事外交思想的一个重要内涵。”(任远喆

2015:39)

本文将从话语分析视角初步梳理当代中国军事公共外交理论与实践,提出将功能语言学、战略传播学、新媒体研究和话语研究,特别是多模态话语研究的视角进行一定的融合,提出对新时代中国军事公共外交进行借助话语分析的审视,呼吁为培养新时代的中国军事公共外交人才奠定新的知识和能力基础。

## 1. 军事公共外交与战略传播

军事公共外交是军事外交的重要组成部分,也是国家公共外交中具有特殊意义的部分。

军事公共外交作为国家安全和军事斗争中不可或缺的元素,在历史上发挥着重要作用,它和战略传播的领域有较多的重合。典型的情况有后“9·11”时期美国在反恐战争中运用军事公共外交为国家实现战略目标提供支持和保障,美军在反恐战争中积累的军事公共外交和战略传播理论和实践经验,值得研究和借鉴(檀有志 2016)。

Hayden(2008)讨论了当代美国公共外交的三个特别关注,即把商业组织包括进去、军事行动——“战略传播”的增长,以及转向线上的空间发挥国际影响力。每一个主题都从修辞的步骤来考察,看这些基于修辞的步骤是如何塑造外国人的视角的,即如何塑造外国人看待美国外交政策的动机、特点和语境。

美国的战略传播概念提出已有十余年,“9·11”之后美国政府日益认识到与不同文化下的其他国家和地区民众保持理解与沟通的重要性,开始在国家层面通过有意识地规划和组织对外战略传播,以改善和提升国家的国际形象,从而维护美国国家利益和战略安全,这和军事公共外交的宗旨几乎是一致的。战略传播的使命旨在在国家安全和防务系统建

立与美国超级大国地位相称的影响力传播机制,以构建符合美国国家利益的战略环境为目标,由国家政府统一协调和部署,由国防部具体组织实施的全面性的战略接触工作,强调多媒体、多路径、多渠道的传播模式融合。我们从这一视角审视军事公共外交,更有助于从战略布局和顶层设计的层面提升其研究价值。

国内军事战略传播的研究也蔚为大观,有研究者提出中国军事外交所呈现的和平性、互利性、合法性和复杂性为军事对外传播提供了依据。军事对外传播所聚焦的中国军队奉行的防御性国防政策以及新安全观,产生了一定的良好舆论效应。在军事公共外交的框架下对风起云涌的融媒体话语特色展开更为深入的战略传播研究,深具意义和价值。

## 2. 军事公共外交的构成元素

美国国会军事委员会在2010年的报告中,用“军事公共外交”的表述来指美国国防部组织的一系列同外国伙伴的接触活动,这些活动的目的是促进相互了解,共同塑造军事能力,还包括军队新闻发言人、新闻播报、媒体简报、科学机构之间的交流、军事人员交换、专业的军事培训活动等(任远喆 2015: 37)。

我们参考张萍(2017)提出的公共外交的七个要素来梳理一下军事公共外交的构成元素。其中主体和代理人是实施者,有各种政策层面的考虑,而另外五个元素即客体、渠道、形式、内容和效果均可以从话语研究的视角进行细致深入的考察。此外,还可以综合运用功能语言学和话语分析的理论框架和分析工具,对军事公共外交在主流媒体和新媒体平台中的代表性语类在概念意义、人际意义和组篇意义上进行识别和梳理,以揭示此类话语的特征。

首先看主体。广义的主体和公共外交的主体是一致的,即政府、政党或权威政治人物等直接参与相关决策制定和执行的党政机构与政治领导人。这里目标是主要的判定标准。目标是维护军事安全利益,维护国家安全,推进军事战略,形成良性的国际舆论导向,塑造良好的国际安全环境,并影响外国民众,促成目标国的军事外交政策朝着有利于我方的方向变化。与此相对应,狭义的军事公共外交主体则是由军事部门主导的活动。公共外交的主体负责组织、协调和监管公共外交活动的展开和评估,并且依据本国外交的大政方针,对公共外交进行议程设置和顶层设计,还会从战略层面考虑在全球范围的布局(同上: 146)。

第二个元素是代理人。代理人做的不是制定和输出外交政策,而是代理相关信息的传递,可以包括官方媒体、社会团体、国际组织和跨国公司以及社会精英等。代理人常常会使政府主导退居幕后,但这并不影响公共外交所具有的政府主导的特质,这在军事公共外交中尤其显著。可以说一切军事外交活动均不是自主自发的,服务国家利益大局和国家的战略安全目标是军事公共外交各类代理人都必须铭记于心的。在代理人方面,以救灾、撤侨和反恐等非传统安全问题为基础而构建新型合作机制至关重要,这也大大有助于提升中国军队在海上丝绸之路沿线的形象和影响力(岳鹏 2015: 45)。

第三个元素客体指的是受众或舆论的接受者。可以有各种各类的,如社会精英、一般民众等。D'Hooghe (2005: 91)在对中国公共外交的概述中认为,中国从1949年起就展开了针对外国公众的宣传,但显然这种从宣传视角进行的概述颇有偏见。公共外交得以顺利展开的一个基础就是要对目标受众的社会文化背景有充分的了解,并据此选择活动的渠道,包括对形式和内容进行适当的裁剪。在军事公共外交中,受众分为不同程度的军事相关,如外国的广大民众、外国的精英人士、外国的军人等,并可进一步细分。在当下军队走出去和“一带一路”的文明互鉴中,学习和熟悉受众的社会文化背景能使我们对外体有更好的把握。(李战子 2018)

第四个元素渠道即连接代理人和受众的信息流动渠道,如大众传媒、组织传播、群体传播、人际传播等。值得注意的是群体传播的形式有线下的,如课堂、报告会、演讲,线上的,如微信群,以及线上线下结合的新形式等。就军事公共外交而言,微信公众号的传播蔚为大观,但也有鱼龙混杂的情况,总体的趋势是群体传播日趋活跃。群体传播的效应如何,值得跟进研究。新媒体已经不是简单的复制粘贴,微博、微信等新媒体内容运营涉及到的内容是多方面的,有数据、心理博弈、热点借势、大号资源利用、媒介合作、话题引爆等。如何打造一个成功的军事公共外交相关的新媒体内容平台:需要了解、熟悉和学习新媒体平台运营实务,促使优质生产氛围和互动的形成。

第五个元素笼统叫做形式,准确地说是话语语类和活动类型。如新闻、报道、采访、电影、演出、展览、图书等,还有文化交流活动、人文交流性质的学术会议、学术访问、留学、旅游等多种形式。形式可以不断推陈出新,并且交叉融合,具有越来越多的可能性。

例如例行记者会、专题吹风会、各类网站群、微信群、融媒体平台等。就军事公共外交而言,创新形式尤其重要。白皮书的发布,向世界说明了中国的军事安全战略,具有积极的军事公共外交战略。我们可以注意到,新制作的年度解放军形象片在新的微信公众号和融媒体平台上发布后,在塑造解放军形象方面起到了良好的作用。系统功能语言学的语类理论提出:语类是文化的映射(Martin & Rose 2008)。在新媒体风起云涌的当下,语类或者说活动种类的糅合和创新是做好军事公共外交的重要途径。以国防部官网为例,一些文章的样式还不够生动活泼,虽然这与官网的性质有关,但形式决定了传播的效应,这其中还有很多创新的空间。

第六个元素是内容,这是话语分析可以发挥较大效应的领域。话语的建构论被广泛接受,话语并不是自然的透明的表达工具,而是通过词汇语法构建了意识形态,这正是理解公共外交内容的关键所在。在军事公共外交中,对新安全观和强军目标的传播占据主导地位,十九大报告中提出中国共产党在新时代的强军目标,即建设一支听党指挥、能打胜仗、作风优良的人民军队,把人民军队建设成为世界一流军队,这是军事公共外交传播的重要内容。这其中对“世界一流”的阐释可以做很多工作。在研究方面,语言学研究者目前开展军事公共外交研究的还不多,这正是值得开拓的一片理论应用领域。本文中涉及的话语种类就有白皮书、新闻发言人署名文章、国防部新闻发言人栏目细分、国防部军事外交和(非战争)军事行动栏目细分以及新媒体公众号文章等。

第七个元素是效果。张萍(2017:147)将它定义为“反馈中的积极部分,是获得有利于本国外交政策执行和外交目标实现的公众舆论的情况”。我们认为舆情分析固然是体现效果的一个重要方面,效果还可以有多种手段来评测,例如,通过话语分析考察国外主流媒体中解放军形象的变迁也可以表明军事公共外交的效果。当然,时间跨度长的效果需要更好的研究工具来衡量。

### 3. 军事公共外交的话语分析视角

在军事外交中拓展军事公共外交的研究,有助于将语言文化和传播研究、话语分析的优势视角融入该领域的研究,拓宽观察和研究的素材来源。迄今为止,这方面可见的研究宏观上借用 Nye 的软实力理论(Nye 1990; Chitty et al. 2017),微观上在军事公共外交开展的日程和活动内容上做文章,几乎没有

落到话语分析和话语权建设的层面,而如何提升话语权以及在战略传播方面如何建构话语权,这需要一定的话语分析理论引领。

中国军队积极践行互信、互利、平等、协作的新安全观,在增进军事互信方面,努力营造良好的舆论环境。从 1995 年首次发表军控与裁军白皮书后,先后发表了多版国防白皮书,对中国国防政策和军事战略进行了逐渐清晰的表述,受到了国际社会的积极评价(李少杰,赵可金 2014:88)。全方位、宽领域、多层次的军事外交格局要求我们在话语表述上更加国际化,伴随时代进步,中国对国防政策做了新的表述,话语分析能使我们聚焦到表述层面的变化和进步(李战子 2017:16)。

2015 年的国防白皮书谈到了我军在提供国际安全产品方面的努力,白皮书就此表述为,“随着国力不断增强,中国军队将加大参与国际维和、国际人道主义救援等行动的力度,在力所能及范围内承担更多国际责任和义务,提供更多公共安全产品,为维护世界和平、促进共同发展作出更大贡献。”<sup>①</sup>这一全新的表述将我军维护和平和承担国际责任的种种努力纳入了“提供公共安全产品”这一国际接受的框架,是我国军事外交话语权建设的良好示范。在军事安全方面,我们已经融入到一系列的公共安全产品打造中,如 2015 年的国防白皮书中提到的有:深化上海合作组织防务安全合作,参加东盟防长扩大会、东盟地区论坛、香格里拉对话会、雅加达国际防务对话会、西太平洋海军论坛等多边对话与合作机制。

就新媒体军事公共外交而言,可以理解为通过新媒体的各类平台如微博、微信公众号等,展开以军事为主题的交流,目的是为了维护国家利益,树立军队良好形象,扩展视野,寻求和平。赛博空间扩大了接触,将军事外交向公共外交延展,这里需关注在受众和参与者选择上的区别,如理想受众、选定受众、真实受众的区别,还有理想参与者、选定参与者、真实参与者的区别。这里有内容、形式和意识形态的调适(李战子 2016)。2017 版的《中国外交》专辟第 8 章论述中国外交中的新闻和公共外交工作,谈到外交部在 2016 年“积极开展涉外新闻和公共外交工作,向国际社会全面宣介党中央治国理政新实践、新成就以及以合作共赢为核心构建新型国际关系、打造人类命运共同体的中国特色大国外交理念,不断扩大中国在国际社会的朋友圈”(2017:311)。按照这种概述,军事公共外交在话语权建设方面应该发挥独特的作用。

军事公共外交的话语来源多样,我们可将其分为内圈、中圈和外圈来看:内圈即军事公共外交本身(军事融媒体的《军事外交》栏目、国防部新闻发布会、国防白皮书等)。中圈即具备军事公共外交效应的军事或非军事行动,其中非战争军事行动包括维和、护航、救援、撤侨等。军事公共外交通过这些面向公众的积极行动,塑造我军特色的军事文化和核心价值观,同时提升了我军的吸引力和亲和力,有利于打造世界一流军队的国际形象(Erickson & Strange 2015)。外圈是在军民互动中对塑造军队形象产生的积极效益,如军营开放、军事表演、军舰访问、军乐仪式等。这些话语的来源可以说都是基于媒体的,因此新媒体平台的军事公共外交话语是我们关注的主要领域。

中国的外交话语开始在国际议题设置中发挥一定的影响力,这一方面的研究已有初步成果(赵启正,雷蔚真 2015)。我们认为语言学的话语分析应该是可以大有作为的领域,以系统功能语言学为例,概念功能的语法隐喻以及对名词化的分析是该流派的一个亮点(Halliday 2007)。外交新理念的包装和内涵阐释在话语上是有规律可寻的,表现为名词化、过度词汇化等,出现在特定的话语种类中,这方面的研究目前尚不多见(详见李战子 2017)。此外,在功能语言学的话语语义和社会文化语境层面,语类理论致力于话语与文化的接面,通过考察语类的分类和拓扑,考察话语种类的迁移和变化,以及和社会情境之间的相互塑造过程(Martin 1997, Martin & Rose 2003, 2008; 胡壮麟等 2017)。这对于我们研究军事公共外交的发展颇有助力。

#### 4. 军事公共外交的语类与话语分析

军事公共外交新形式可以是由政府主导、以维护国家安全和推行军事战略为目的的公共外交活动,也可以是由国防部门和武装部队参与的军事公共外交事务,以军队为主体直接开展公共外交。做好中国军事公共外交的意义是显而易见的。针对国际舆论中的中国威胁论,做好军事公共外交有助于增进互信,并主动地塑造国际舆论,换言之,通过打造军事外交软实力,能够进一步赢得国际舆论,赢得外国公民对我军的认可,塑造我军威武之师、文明之师、和平之师的形象。

从功能语言学的语类理论来看,军事公共外交活动的多元化决定了语类的多样化,我们可以从新闻发言人的署名文章、国防部网站中发言人的言论集来做一说明。

中国军事公共外交一项重要内容是建立健全军事新闻发言人制度,目前我们有外交部新闻发言人,还有国防部新闻发言人和军事新闻发言人(2013年起,在军队大单位)。国防部网站2014年2月18日刊发空军新闻发言人申进科上校的署名文章《维护空中安全是全社会的共同责任》。<sup>②</sup>同年2月25日《解放军报》刊发该文。从语类来看,这是一篇论证和说理的文字,简介式地阐述了为什么说空中安全牵系国家安全、公共安全,牵系我们的幸福生活。从语类的新颖程度来看,该文最后有一个名词解释部分。文末自带名词解释,内容包括什么是通用航空、空域划设、管制空域、监视空域、报告空域和目视飞行航线等,虽然在文本样式上有所偏离,但起到了正视听、科普和军事公共外交兼备的效果。文中还引用了网民的话,“我们的家园需要安宁祥和的天空,维护空中安全,就是呵护我们的家园,呵护平安和幸福。每个社会成员都要依法履行维护空中安全的义务。”<sup>③</sup>这使本来由说理和阐释主导的话语又具有了互动性,亲切生动,是语类的杂糅,更是军事公共外交实践的话语范例。

中国空军网2018年4月27日《一位军队发言人的新闻理想和新闻理念》<sup>④</sup>中,该发言人谈到了对军事新闻舆论的看法,如“我军在‘向世界一流’迈进过程中,我国与外部世界在交往融通不断深化的同时,……要求军事新闻舆论战线必须坚持中国站位、全球视野,科学统筹国内国际两个大局。要从国际国内形势的相互联系中来把握新闻舆论工作,既争取国际舆论对中国强军的理解支持,又回应人民群众对强国兴军的深切期待”。他还谈到在具体的策略,如科学把握“先声夺人”和“后发制人”、“主动宣示”和“顺势回应”、“设置议题”和“引领话题”的关系,既努力占据“舆论主导”,又善于规避“舆论陷阱”。我们已从主流媒体的相关栏目中观察到这种从被动解释到主动回应并设置议程的模式变化。

另一项军事公共外交的重要载体是国防白皮书,已经成为国外战略学界研究中国国防安全政策的重要依据和主要资料来源。我们可以看到西方国际政治学者和军事理论研究者细致研究白皮书的成果,它帮助国际社会更好地认识中国军事现代化的现实和进程,减少并消除误解误判,成为提升我国军事软实力的重要载体。我军全面积极参与国际维和、国际援助与反海盗行动,客观上具备了军事公共外交的效应(Singh 2011: 793)。2013年《中国国防白皮

书》中列举了各种参与救援的实际数字,使中国军队的国际援助行动更有说服力。在国际灾难救援和人道主义援助方面,中国军队发挥了积极的作用,展现了强大的非战争军事行动能力,也有效提升了自身和平之师的形象。

在国防部网站的《军事外交》栏目中,我们可以看到对海军“和平方舟”号医院船行迹的连续报道。中国海军增强对他国军港访问,主动邀请其他国家舰艇访问中国港口,自信、开放、合作,既展现中国军事发展软实力,又体现中国军队建设不是地区的威胁,体现中国负责任大国的姿态。此外,各个兵种的对外交流全面展开,彰显了中国政府坚持走和平发展道路的决心,直接影响国际舆论,成为军事公共外交中特色鲜明、作用明显的有机组成部分。安全对话增信释疑,联演联训提升战力,国际竞赛展示风采(徐龙弟 2017: 445),近年来中国军队不断向世界展示诚意和态度,公共外交效果得到增强。

此外,中国国防部围绕地区热点敏感问题,积极主动对外发声,及时表明立场、回应关切、公布事实;推出《今日中国军队 2016》等一系列视频片,向世界全景式展示中国军队;国防部例行记者会增加邀请外国媒体数量,展现中国军队的开放与自信。

在新媒体传播方面,由中央网信办和中央军委政治工作部指导,国防大学主办的首届中国军事网络媒体高峰论坛于 2017 年 11 月 24 日在北京举办。2017 年度中国军事网络媒体传播力榜共分为新闻网站、微信公众号、微博账号 3 个类别,均采用“流量+内容”的评价方法,摒弃了单一以流量作为效果评估,而将内容作为重要评价指标,其目的是鼓励各网站和账号弘扬主旋律、传播正能量。在高峰论坛上,《网络传播》杂志发布了 2017 年度中国军事网络媒体<sup>⑤</sup>传播力榜 20 强,评选了 2017 年度中国军事网络媒体(新闻网站)传播力榜 20 强的网站、微信公众号和微博。

#### 5. 特别关注 新媒体和多模态

在把话语分析理论应用于军事公共外交话语时,我们可以特别关注功能语言学为基础的多模态分析法。多模态分析是基于社会符号学的一种将图片、声音和文字等多模态符号手段融合分析的框架,从“图像的语法”开始发展至今已经有不同路径的多模态分析,但在对军事公共外交话语的分析中还不常见。对新媒体平台中的新新闻语类进行多模态手段的多维分析,有助于揭示多模态的军事公共外交话语建构。

潘艳艳、李战子(2017: 54-59)归纳以国内外语类为主的 CSSCI 期刊近 15 年(2003-2017)的文献,发现国内多模态话语研究紧跟国际研究的步伐,主要体现在 4 个路径:以系统功能语言学和社会符号学为理论基础的多模态话语分析、多模态隐喻分析、多模态语料库分析和多模态互动分析。多模态话语研究的未来发展应该融合视角和创新理论,扩展领域及拓宽视野,探索其他可行路径。

我军参与非战争军事行动,在国内外的人道主义救援减灾方面已经积累了很强的能力和丰富的经验,但在这些经验的分享方面,却由于种种原因不够开放。近年来关于我军参与国际维和的报道频频见诸媒体,其军事公共外交效应非常积极。但搜索大型文献服务专业公司 Ebsco 中的“Chinese peacekeeping”,可见的学术论文只有南京总医院医生团队撰写的在黎巴嫩医务维和人员的心理健康调查(Li et al. 2012),以及其他寥寥可数的 9 篇论文,且其中几篇还对中国参与联合国维和行动表示了困惑和质疑。而搜索“UN peacekeeping operations”,却有 1124 项,其中学术期刊 746 项。在学术资料库搜索中话语存在感的缺失,是我们在军事公共外交话语领域研究还不充分的体现。此外,话语种类或者说语类的丰富性有待提高,话语中新概念的提出直接关涉到话语力的加强,向世界讲好中国军队的故事,还需要展开对叙事话语的研究;对新媒体中军事公共外交话语的分布和韵律更需要较为长期的关注和考察。

现在以网页的多模态分析为例略加说明。网页设计是用户在网上浏览的导航界面。用户通常每次浏览一个网页,并依靠各种符号资源的互动来做出导航选择、了解网页内和网页之间呈现的信息(Djonov & Knox 2014: 173)。因此,无论是从技术层面还是符号学层面来讲,网页都可以作为一个分析单元用于考察网站设计者视角和用户视角。系统功能语言学提出语言具有三大元功能,即概念功能——经验模式的表征以及将这些模式联系起来的逻辑语义关系,人际功能——社会关系和价值观被建构的方式,语篇功能——将概念和人际意义交织形成的衔接且连贯的意义单位。基于系统功能语言学的语言三元功能,Djonov & Knox(2014: 175)提出考察网页的三元功能及其与社会语境产生联系的方式。具体框架如下:

(1)页面的目的,即正在分析的网站和网页的目的是什么。这虽然显而易见,但从系统功能语言

学的语类理论来看,为实现特定的交际目的,需要特定的语类和语类的变异。从这个角度,我们可看到的网页并没有很强的军事公共外交性质,需要在向世界说明中国军队和中国的军事战略方面做到更有特色。

(2)概念意义,这方面我们可以考察的内容很多,主要有:哪些内容包含在页面上或被排除在页面之外?网页上的内容是如何分类的?网页的一些元素,如各个栏目之间的逻辑语义关系各异,有的是作为大栏目的例证,有的是按时间序列,还有的是形成对比关系等。需考察它们是否揭示了网站内容作为一个整体的组织方式。可以看出,有的军事主题的网站在栏目的内在逻辑语义关系上还是比较随意的,或者说是为了组织内容方便,没有形成非常严谨的逻辑语义关系。

国防部官网栏目的进步较为明显,除了《军事外交》栏目,其他几个板块和军事公共外交联系密切,如《高层》《权威发布》《新闻发言人》《军事行动》(包括联演、维和、反恐、救援、护航)《法规文献》《国防教育》和《军队媒体》等。换言之,该网站的11个栏目中有多个和军事外交关联,使网站发挥了军事公共外交的良好效应。《军事外交》栏目和《军事行动》栏目中某些子栏目内容的重叠造成了一定的信息冗余,凸显了军事交流与合作的重要地位。

国防部新闻发言人栏目细分为《发言人简介》《发言人谈话》《日常发布》《专题记者会》和《例行记者会专题》,可以说这个分类在语类上有较好的创新。《发言人谈话》栏目其实是对话题的主要内容的提炼,《日常发布》栏目也是一些提炼的重点,而《例行记者会专题》却包括了全文的内容。这几个小版块有详有略,略有冗余,互相映衬,很好地传递了发言人所代表的声音,几乎可以确保重要观点不错漏,形成了一种叠加的韵律(李战子,胡明霞 2016)。

(3)人际意义,即内容是如何呈现给读者的。内容可以是理性的、真实的或耸人听闻的,在读者、内容和作者之间在视觉层面呈现出何种关系?网页如何从态度方面与网站及其内容构筑联盟?例如中国军视网作为官方的军事视频网站就呈现为理性的内容,一些门户网站的军事新闻频道则不时会采用一种标题党式的路径制造吸睛效应。

(4)语篇意义,即页面是如何组成使得每一屏以及整个页面成为一个有意义的“整体”的?主页在多大程度上揭示了整个网站的组织结构?它提供并特许了哪些导航?它支持用户导向吗?

(5)社会语境和阐释,即网页的多模态和超模态结构及其意义是以何种方式与其社会语境方式相联系的?如何解释这些联系?

该分析框架采用系统功能语言学和社会符号学理论,从网站结构、基本层次、网页布局结构和元功能角度对网页进行分析。当然,网页的分析不能仅仅局限于网站整体的布局结构,更重要的是应把网页作为一个信息传递的节点和界面,对各种元素即图片、文本以及其排列方式等充分挖掘,才能完整地分析其意义的生成。聚焦具有军事公共外交效应的政府和军队官方网站,多模态分析有助于我们理解网站对意义整体融合的把握,并能有针对性地对网页的传播和接受效能进行不断的改进。多模态能力的培养对于网络公共外交的关联我们将另撰文论述。

## 6. 余言

在跨学科的视域下考察军事公共外交的学科范畴,探索我军军事公共外交作为培训素养的一些基本框架,尝试勾勒军事公共外交作为理论、作为实务和作为素养培训的轮廓,并运用我们所擅长的话语分析工具对军事公共外交中话语权的建构进行解析,探寻军事公共外交与战略传播的互动,考察军事公共外交的技巧以及规律,这一切都大有可为。可以展开深入研究的方面有:通过新闻话语梳理我国军事公共外交的起步和发展与政府主导的公共外交同步或呼应的关系,通过全媒体平台考察军事公共外交实践时语料的历时性和覆盖面,对新媒体语料中多模态话语的系统分析,对代表性军事公共外交话语建构中所涉及的评价维度的分析,对主流军事媒体中中国军队故事的叙事风格的分析等。此外,对于新时代的中国青年军人,培养军事公共外交的素养非常有意义。向世界说明中国军队的职责将落在年青一代肩上,我们应从长计议,如何让他们系统了解军事公共外交的领域和策略,如何培养他们相应的知识和能力基础,是军事公共外交研究中可以特别注重的素养培养环节,话语分析的视角提供了一个有益的切入方式。

注释:

- ① [http://www.mod.gov.cn/auth/2015-05/26/content\\_4586723.htm](http://www.mod.gov.cn/auth/2015-05/26/content_4586723.htm). [2017-12-28].
- ② [http://news.mod.gov.cn/headlines/2014-02/18/content\\_4491013.htm](http://news.mod.gov.cn/headlines/2014-02/18/content_4491013.htm). [2017-12-28].
- ③ 同上。
- ④ <http://mil.news.sina.com.cn/2018-04-27/doc-ifztkpip1502649.shtml>. [2017-12-28].

⑤ [http://www.81.cn/zggdsjd/2017-11/24/content\\_7841568.htm](http://www.81.cn/zggdsjd/2017-11/24/content_7841568.htm). [2017-12-28].

参考文献：

胡壮麟, 朱永生, 张德禄, 李战子. 2017. 系统功能语言学概论[M]. 北京: 北京大学出版社.

李少杰, 赵可金. 2014. 中国白皮书的国际政治功能变迁[J]. 国际政治科学(3): 86-113.

李战子. 2016. 话语分析与新媒体研究[J]. 当代修辞学(4): 46-55.

李战子. 2017. 建设军事外交话语体系: 内涵和路径——从话语分析的视角[J]. 外语研究(1): 16-21.

李战子. 2018. “一带一路”安全需求与军队“走出去”人才培养课程方阵建设[J]. 公共外交季刊(春季号): 17-22.

李战子, 胡明霞. 2016. 基于语义重力说和评价理论的评价重力——以傅莹《中国是超级大国吗》演讲为例[J]. 外语研究(4): 1-6.

潘艳艳, 李战子. 2017. 国内多模态话语分析综论(2003-2017)——以CSSCI来源期刊发表成果为考察对象[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版)(5): 49-59.

任远喆. 2015. 中国军事公共外交的实践创新与发展方向[C]//赵启正, 雷蔚真. 中国公共外交发展报告(2015). 北京: 社会科学文献出版社: 36-47.

檀有志. 2016. 国际话语权视角下中国公共外交建设方略[M]. 北京: 中国社会科学出版社.

徐龙弟. 2017. 对外安全合作: 全面多维 务实有效[C]//中国国际问题研究院. 国际形势和中国外交蓝皮书(2017). 北京: 世界知识出版社: 440-455.

外交部政策规划司. 2017. 中国外交[M]. 北京: 世界知识出版社.

岳鹏. 2015. 中国开展军事公共外交的阻碍和使命[J]. 公共外交季刊(2): 42-46.

张萍. 2017. 政治传播过程中的公共外交: 概念、范式与逻辑[J]. 南京社会科学(8): 143-150.

赵启正, 雷蔚真. 2015. 中国公共外交发展报告(2015)[M]. 北京: 社会科学文献出版社.

中国国际问题研究院. 2017. 国际形势和中国外交蓝皮书(2017)[M]. 北京: 世界知识出版社.

Chitty, N., L. Ji, G. Rawnsley & C. Hayden. 2017. *The Routledge*

*Handbook of Soft Power*[M]. London & New York: Routledge.

D'Hooghe, I. 2005. Public diplomacy in the People's Republic of China[C]//J. Melissen. *New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave MacMillan: 88-105.

Djonov, E. & J. S. Knox. 2014. How to analyze webpages[C]//S. Norris & C. D. Maier. *Interactions, Images and Texts*. Boston/Berlin: Mouton De Gruyter: 171-193.

Erickson, A. S. & A. M. Strange. 2015. China's blue soft power: antipiracy, engagement, and image enhancement[J/OL]. *Naval War College Review* 68(1). <https://www.researchgate.net/publication/318852739>. [2017-12-16].

Halliday, M. A. K. 2007. *The Language of Science*[M]. ed. J. Webster. Beijing: Peking University Press.

Hayden, C. 2008. *The centrality of rhetoric in media-based public diplomacy: nation-branding, strategic communications, and the challenge of representation*[P]. International Studies Association 2008 Annual Meeting.

Li, Jing, Yongcong Shao, Mingdong Yun, Zhang Yan, Ke Yu & Minggai Li. 2012. The mental health status of Chinese medical peacekeepers in Lebanon[J]. *Social Behavior & Personality* 40(3): 375-380.

Martin, J. 1997. Analyzing genre: functional parameters[C]//F. Christie & J. Martin. *Evaluation in Text*. Oxford: Oxford University Press: 3-39.

Martin, J. & D. Rose. 2003. *Working with Discourse*[M]. London & New York: Continuum.

Martin, J. & D. Rose. 2008. *Genre Relations: Mapping Culture*[M]. London: Equinox Pub.

Nye, J. 1990. Soft power[J]. *Foreign Policy* 80: 53-71.

Singh, P. K. 2011. China's 'military diplomacy': investigating PLA's participation in UN peacekeeping operations[J]. *Strategic Analysis* 35(5): 793-818.

收稿日期: 2018-01-03

作者简介: 李战子, 博士, 教授。研究方向: 功能语言学, 话语分析, 军事外交。

(责任编辑 杨波)

## Abstracts of Key Papers in Current Issue

A Discourse Analysis Approach to the Construction of China's Military Public Diplomacy by LI Zhanzi, p.1

China's military public diplomacy has made progress in so far as the discourse types are concerned. The present paper explores the contextual factors of military public diplomacy and makes a brief analysis of the representative discourse types. New media discourse types and their multimodality features are given due emphasis. The paper calls for the construction of China's military public diplomacy from an interdisciplinary perspective, with discourse analysis as a facilitating entry.

Key words: military public diplomacy; strategic communication; discourse analysis; new media literacy; multimodality

Thoughts on the Construction of the Overall Foreign Language Capability of Our Army by WANG Ping & YE Jianjun, p.53

The rise of the status of our country in the world and the implementation of going-out strategy in our army are now raising new and higher demands for the overall foreign language capability of our army. As a research work against such background, this paper makes a study on several issues that need full attention in the construction of such capability. First of all, we should unify our attitude toward this issue, distinguish the difference between universality and speciality of the language capability, and identify the key foreign languages. Besides, we should establish the corresponding system to cultivate and evaluate relevant personnel, pinpoint the requirements for such talents, and give an impetus for them. Thirdly, we should divide our teaching into different levels in accordance with the practical requirements of our army and make full use of the high-tech so as to maximize our teaching efficiency.

Key Words: overall foreign language capability; key languages; system establishment; high-tech

Translating Chinese Clause Processes and Participants into English: A Perspective from Transitivity System by WANG Zhenhua, p.59

The flexibility and diversity of Chinese clauses in use often cause the mismatch between the actor and action in the translated version when a Chinese clause is translated into English. This leads to the difficulty for us to find the real actor of the action or the real carrier of the attribute, and affects our judgment of the nature of the activity or the event. This paper explores the nature of Chinese clauses, and offers the tool of TRANSITIVITY System for translating Chinese clauses into English, of which the transitive approach helps translate those clauses which share the similar structure, and the ergative approach helps translate those that do not share the similar structure.

Key word: ideational meaning; Process types; transitive analysis; ergative analysis

Inner Animal or Outer Animal: Deleuze and Agamben on Bartleby's Singularity by DING Pengfei, p.79

Bartleby's singularity in Melville's novel sparks explorations from Deleuze and Agamben. Though differing on opinions, they both commonly reveal a fundamental phenomenon about how the inoperative Bartleby as an inner animal makes the scrivener Bartleby as an outer animal ineffectual. Furthermore, life only reveals itself from the animal within, the experience of which therefore implies the consistent alterity of spiritual phenomenon and simultaneously does not justify the biopolitics from the late 20<sup>th</sup> century to contemporary literature.

Keywords: Bartleby; animal; singularity; Deleuze; Agamben