

中国形象研究的话语转向^{*}

陈琳琳

(北京师范大学 北京 100875; 山东师范大学 济南 250014)

提 要: 本文梳理近五十年来世界范围内的中国形象研究,特别是国内比较文学、跨文化研究和传播学领域中国形象研究的成果,分析其在研究方法上的贡献和存在的问题,阐述了话语分析方法在中国形象研究中的优势并指出未来研究的方向。基于语言学理论的话语研究有助于阐释中国形象的建构过程,探讨形象建构的话语规律,对中国对外传播话语体系的建构具有借鉴意义。

关键词: 中国形象;话语分析;话语转向

中图分类号: H030

文献标识码: A

文章编号: 1000-0100(2018)03-0033-5

DOI 编码: 10.16263/j.cnki.23-1071/h.2018.03.006

The Discursive Turn in the Study of China's Image

Chen Lin-lin

(Beijing Normal University, Beijing 100875, China; Shandong Normal University, Jinan 250014, China)

This paper summarizes the studies on China's image over the past 50 years, especially in the field of comparative literature, intercultural studies and mass communications. It points out the contributions and issues in the research methodology and further elaborates on the advantage of discourse analysis in the study of China's image. It also provides possible research directions in this field.

Key words: China's image; discourse analysis; discursive turn

1 引言

“国家形象”是国际关系研究中的重要概念之一。早在1959年,美国学者Boulding(1959)就对国家形象及其在国际关系中的地位做过详细论述。他把国家视为国际体系中的行为单元,国家形象则是对行为单元的整体认知、情感和评价结构,或是行为单元对自身和世界的看法。随着国家形象研究的深入,学者们从不同角度对其进行界定。如Scott(1965)在认知理论的框架内将国家形象界定为个体在思考某一国家时所认可(或想象)的所有特征的总和。此后林林总总的定义中,学者们的共识是国家形象乃公众或个体形成的对一个国家的认知框架,尽管有的称其为信仰(Jervis 1970),评价和认定(孙有中 2009),有的

则称其为主观印象和总体感知(刘继南 何辉 2006,吴友富 2009)。国家形象对内影响一个国家的凝聚力和国民的归属感,对外决定国家间交流与合作的深度和广度。因此,在全球化的挑战和机遇面前,中国的国家形象问题得到前所未有的重视,是各个领域研究的热点问题。

2 中国形象研究概述

在信息和交通尚不发达的时代,外界对中国的认识主要源于来华传教士的著作及商人口中的传言。随着信息渠道的开放,外界对中国这一东方古国也经历过循环往复的膜拜、憎恨、疑惑等纷杂的情绪。国外的汉学家、社会学家以多种方式记叙自己的中国印象或探索各自国家的国民对中

^{*} 本文系国家社科基金项目“英汉反义词共现构式的对比研究”(16CYY006)、国家社科基金项目“历史语言研究所与‘史料学派’学术话语的建立”(17BZS074)和山东师范大学校级项目“分级教学环境下的大学英语混合式教学模式研究”(2016JG18)的阶段性成果。

国形象的认识。中国学者也通过对文学、史料、传媒等多种文本的解读来研究中国形象的演变史及国家形象在国际政治中的作用。

西方视野中的中国形象研究大致遵循两个路径。一是通过细读与中国有所接触的西方人所撰写的游记、回忆录、汉学研究著作、文学作品及媒体资料,梳理某一时期西方人的中国观,建立中国形象“编年史”(Dawson 1967, Mosher 1990, Jespersen 1996, Perlmutter 2007)。二是通过社会学调查大众心目中的中国形象,如 Issacs (1958) 通过 14 个月的深度访谈记录美国人对中国的复杂矛盾的印象——“优等民族”“劣等民族”“崛起的英雄”“堕落的英雄”等完全对立的对中国形象。这些研究或是对于文化互动的好奇和文学层面的探索或是对于外交政策制定和国际政治走向的思考,成为西方注视中国的窗口,也对国内同类研究具有借鉴意义。

世纪之交,随着中国在政治、经济舞台上的地位日益提高,国际交往频繁,国内学者开始思考国家形象在政治、经济和文化交往中的影响,国家形象的对外传播以及国家形象塑造中的文化和价值观冲突问题。研究主要集中在比较文学形象学、跨文化研究和传播学领域。比较文学形象学主要研究文学作品中的异国形象,即对异国社会的想象。研究覆盖美国、英国、韩国、法国、俄罗斯等多个国家和地区有关中国的作品,反观异国文学作品的中国镜像,为了解中国形象在他国的塑造和传播做出贡献。跨文化形象学则尝试突破比较文学形象学的研究对象和范式,不仅研究中国形象的发展史,更重视跨文化流动中的西方霸权(周宁 2011)和“现代性世界观念秩序中的身份认同问题,直接指向中国的文化自觉”(周宁 李勇 2013:6)。该领域的研究取得丰硕的成果(周宁 2004, 2006, 2011; 姜智芹 2010; 李勇 2010; 孙芳 陈金鹏 2010),已涉及美、日、俄、西欧、非洲、拉美等国家,绘制出世界范围内的中国形象网络,为中国形象研究提供历史话语和研究基础。传播学领域的研究始于 1996 年李希光等的著作《妖魔化中国的背后》。在此启发下,学者们纷纷把目光投向各国特别是英美的涉华报道,一方面对“妖魔化”命题进行验证,一方面开始采用科学的研究方法探索中国在西方媒体中的镜像。研究主要通过涉华新闻文本的分析,探索新闻中投射的中国形象。研究显示,媒体扭曲中国的现象一直存在,但报道总体上渐趋客观,体现出多元的中国形象(潘志高 2003, 刘继南 何辉 2006, 邵静 2011,

林岩 2012, 赵泓 2014)。传播学研究具有更强的现实意义,对了解世界媒体中的中国形象和世界范围内民众对中国的印象起到推动作用,对外宣策略的制定具有一定的参考价值。

尽管这些领域的研究已经取得骄人的成就,但中国形象研究的方法仍有可商榷之处。国家形象处在恒久的变化中,对国家形象的研究是一个持续、动态的过程,因此有必要对研究方法,特别是传播学领域对新闻的研究方法做进一步思考,因为新闻覆盖面广,影响大,是受众获取异国信息的最快捷方式。传播学领域的国家形象研究主要采用内容分析的方法。这类研究聚焦特定时段特定媒体的涉华报道,根据报道内容(政治、经济、文化、社会等)、报道倾向性(正面、负面、中立)建立类目并进行编码,考察某一类新闻的能见度和态度立场。其优点是能够实现大量文本的量化统计,呈现涉华报道在内容和报道倾向方面的规律性,但是也存在弊端。比如对报道倾向(正面、负面、中性)的界定模糊,缺少判断依据,有的研究甚至并无明确界定。研究所呈现的中国形象也仅局限于这 3 种评价,过于笼统且维度单一。有学者意识到这一问题,把框架分析纳入研究中,改善研究方法。其优势在于通过文本的细读,勾勒出更加具体的中国形象,如“迅速崛起”“引发忧思”“问题重重”等(邵静 2011),但是对于框架的确立和形成过程并没有提供可以复制的研究路径。

3 中国形象研究的话语分析视角

通过对前期研究的梳理我们发现,中国形象研究的主要途径之一是对文本,也即对话语的研究,因此我们将探讨用话语分析的方法进行中国形象研究的优势。以往大部分研究具有本质主义倾向,即把中国形象视作先于文本存在、被文本记载的静态实体。这些研究只是将异国受众所接受的关于中国的文本信息进行整理、综合和解读。研究所声明的“美国的中国形象”“西欧的中国形象”是文本生产者对中国的认知而不是某国受众对中国的认知,忽视形象的生成和传播过程。而话语研究特别是后现代视阈下的话语研究则持建构主义观点,认为人们总是通过语言来接触现实,语言决不仅仅反映预先存在的现实,而是建构现实(Jørgensen, Phillips 2002:8-9),话语与社会现实之间具有双向联系,话语塑造社会也被社会塑造(Fairclough 1992)。

建构主义的语言观对国家形象研究具有重要意义。形象是先前所接收的信息的产物,它不是

简单的信息堆砌,而是架构有序的信息资本(Boulding 1959)。这里所讲的“信息”即话语。形象不是预先存在于话语中的,而是不同话语经过博弈之后在受众心智中构建的认知模型。和调查研究不同,对话语的研究无法确知作为话语接收端的受众心智中的中国形象,只能解析话语对受众的中国知识产生何种影响。因此研究者应该通过对话语的分析呈现国家形象的动态建构过程。换言之,研究不仅需关注话语建构成怎样的中国形象,还应关注话语表征中国的语言策略(包括叙事方式、隐喻、名物化等),因为不同的语言选择对受众产生的效力是千差万别的。语言表征现实的过程中,语言形式决定意义。将一个群体描述为“暴徒”还是“战士”,或将一个行为称作“集会”还是“示威”,向读者传递的意义大相径庭,在读者心智中产生的认知模型亦不相同,影响某一事件、人物在读者心智中的形象。因此对文本的话语分析能够最大程度的呈现这种差异,揭示中国形象的建构过程。

世界对中国的了解主要依赖媒体,中国形象以英语话语体系的“他塑”为主。中国形象研究亟需把注意力从宏观层面的政策和策略研究转移到微观层面的话语本身。一方面解构外部对中国的叙述,包括文学、政府公文、政治家演讲、对华政策、国际媒体等,了解话语建构的中国形象及话语生成的特点、机制和流动过程。另一方面关注中国对外传播的话语,研究中国形象的自塑过程,包括新闻发布会、对外新闻机构报道和中国文学翻译作品等,解析中国话语在世界范围内的传播特征和跨文化交际中语言策略的适切性等问题。

4 话语分析在中国形象研究中的应用

4.1 批评话语分析

批评话语分析(critical discourse analysis)是话语分析的一个范式(Wodak 2001),是一种“以问题为导向的跨学科研究”(Fairclough et al. 2011:357)。其批判地审视社会不公如何在话语中表达、指示及合法化,通过充分的语言分析和对社会实践的分析来对社会问题作出更精当的阐释,并为社会变革做出贡献。它关注社会变革的话语层面,在发展之初就声明立场,旨在通过揭示话语中隐含的权力关系参与和介入社会实践,挑战权势阶层和精英阶层的话语。批评话语分析致力于探讨社会、权力、意识形态和语言之间的关系,它以问题为导向,兼容并蓄的研究方法和多学科视角与中国形象研究的目标高度契合,即通过

对语言和社会文化的分析,来探索在多极化的世界,各国力量相互借重又相互制衡的形势下,他国媒体利用怎样的话语体系塑造出怎样的中国形象,以何种方式影响受众对中国的认知,并隐含国际交往中怎样的意识形态交锋。近年来,中国的外语学界对涉华新闻话语的关注日益增多,研究大多运用批评话语分析的方法,从个别事件、特定角度关注世界媒体对中国的态度,聚焦新闻中的话语策略及其隐含的意识形态。

4.2 语料库语言学

语料库语言学是一种新兴的语言学研究方法,通过对大量文本的分析来观察语言使用的特点,已经在语言学各个分支得到广泛应用。它挑战原有的内省的研究方法,为各分支学科的发展提供新的增长点并“大大拓展学科边界”(卫乃兴等 2014)。近年来,语料库语言学也在话语分析中得以应用。虽然有学者对二者的兼容性提出质疑(Bhatia et al. 2008:83),但实践证明语料库辅助的话语分析已获得令人满意的效果(Baker et al. 2008, 2013)。

语料库可以反映语言的累积效应,这对新闻话语的分析尤为重要。因为媒体就是通过不断地重复某些形象和概念对受众产生长期、持续影响的。语料库语言学已经应用于解读新闻建构的族群群体形象、国家形象及其话语策略(如 Baker et al. 2013,唐丽萍 马月秋 2013,唐丽萍 2016)。这类研究主要采用两种方法,基于语料库(corpus-based)的方法用于验证研究者对某类高频词汇的使用或词汇搭配的直觉,为研究结论提供可靠的支持。比如 Baker 等(2013)在研究英美媒体中的穆斯林形象时发现, the Muslim Community 这一表达常常出现在引号当中,这一直觉在语料库中得到印证。研究者通过观察该词的扩展语境发现,报道中这样的表达往往透露出对这个群体合法性的质疑,强调它相对于主流社会的异质性。语料库驱动的方法(corpus-driven)主张摒弃现有理论和研究者预设,对语料进行探索和描写。Baker 等(2013)通过对主题词的研究发现,和穆斯林有关的新闻中往往伴随高频出现的“冲突”词汇,如 police, killed, attacks 等,继而推测这类新闻常常引导受众把穆斯林和“冲突”相联系。借助语料库技术(如语义标注和主题词表)能迅速定位新闻主题,比传播学研究中的内容分析方法更加便捷高效。

在信息爆炸、信息碎片化趋势日益凸显的现代社会,公众暴露于海量、多元的话语中,对一国

的认知受到多种因素的影响,因此语料库方法对于形象建构的研究尤为重要。唐丽萍(2016)采用语料库辅助下的批评话语分析方法,研究2008年9月至2010年12月《纽约时报》《华盛顿邮报》《洛杉矶时报》中所有的涉华新闻语篇。该研究挑战传播学研究中新闻报道倾向的分类,认为很多隐性的负面评价是传统的内容分析无法探知的。她以语料库语言学中的语义韵理论和系统功能语言学理论为基础,用语料库工具分析新闻语篇。比如,研究基于及物性系统的启示,探讨“谁对中国做了什么”这个过程以及“中国”在其中的参与者角色。作者以“China”为节点,以“5”为起点频数,对位于其左侧的动词进行搭配统计,分析所在小句的及物过程类型,如物质过程(X punish China)、言语过程(X persuade/accuse China)、关系过程(X label China as),总结出中国作为“被规劝”“被评价”“被惩罚”等参与者的形象。每一类形象的总结都有详细的质性分析作为支撑,展示出形象建构过程中的话语资源,并从中总结出美国媒体的意识形态框架。这些研究通过深入的语言分析展示出中国形象在话语中动态的建构过程,为中国形象研究开拓思路。语料库的介入呈现出宏观格局,批评话语分析视角关注语言背后的意识形态和形象的生成机制,使研究更加立体多元。然而话语研究的理论基础和研究视角不仅局限于此,以认知语言学理论为基础的话语研究也以独特的视角发掘外国媒体对中国形象的建构策略及其背后的意识形态。如赵秀凤、冯德正(2017)从多模态隐喻和转喻的视角研究《经济学人》杂志中的涉华政治漫画如何建构涉及多重转喻和隐喻互动的隐转喻复合体,突显这些源域的消极属性,从而强化中国的负面形象。

以上研究重点关注外部世界对中国形象的建构。近年来开始有研究从话语分析视角关注中国形象的自我建构问题。文秋芳(2017)分析习近平第70届联合国大会一般性辩论中的演讲,以认知语言学和功能语言学为理论基础,探讨演讲中的拟人隐喻“人类命运共同体”的概念、人际和语篇功能,呼吁中国学者建立自己的话语空间理论来阐释中国的新型国际观。张虹(2017)基于社会文化语言学中的“指示原则”,研究习近平的联大演讲,分析演讲者如何通过隐含与预设、评价话语、经典话语和直接标识这4种语言手段成功地将中国建构成世界和平的建设者、全球发展的贡献者、国际秩序的维护者,有担当、负责任、着眼于全球共同发展繁荣的国际型国家。

正如文秋芳(2017)所言,话语是构建国家形象最基本、最重要的媒介,通过话语方能使国家形象落到实处。话语分析视角下的中国形象研究一定能为该领域的研究提供新的视角,为提高国家的软实力做出贡献。

5 结束语

随着国际形势的改变和中国国际地位的提升,中国亟需提高对外传播的能力,以促进外交和政治经济的全面发展。然而面对庞大的世界媒体及其早已讲述多年的中国故事,让世界接受中国声音并非易事。过去几十年的研究展示世界话语体系中所呈现的中国形象,为我们了解世界对中国的认知提供扎实的基础。但是对这些形象背后的运作机制,我们还缺乏了解,当试图向外界讲述中国故事的时候也难以找到合适的话语体系。因此,我们建议话语分析视角下的中国形象研究应把握以下原则和方向。

首先,把话语研究置于中国形象研究的大背景下,借鉴跨文化研究、传播学研究等领域的成果,深化研究内容,避免重复工作。其次,拓宽话语研究的对象,在文学、新闻、学术专著等原有研究的基础上,可探讨政府层面关于中国问题的话语,如国家外交政策话语、战略情报话语等,实现研究为国家利益服务的目的。再次,把新闻话语特别是新媒体环境下的新闻话语研究作为中国形象研究的重心。因为在新媒体时代,新闻的即时性、交互性和跨时空性都决定着新闻话语在信息传达方面的重要作用。对新闻话语中国家形象的研究应摆脱新闻倾向和意识形态研究的固有模式,通过解构外媒涉华新闻,探索形象的话语建构过程,有针对性的改善中国话语的传播内容和方法,逐步增强中国话语对世界话语的议程设置能力,提高中国在国际事务上的话语权。

参考文献

- 耿芳.《纽约时报》涉华报道的意识形态倾向——批评话语分析的视角[J].现代传播,2012(7).
- 姜智芹.世界的中国形象丛书:美国的中国形象[M].北京:人民出版社,2010.
- 李希光 刘康.妖魔化中国的背后[M].北京:中国社会科学出版社,1996.
- 李勇.世界的中国形象丛书:西欧的中国形象[M].北京:人民出版社,2010.
- 林岩.全球化中的他者——后冷战时期西方媒体中的中国人研究[D].上海外国语大学博士学位论文,

- 2012.
- 刘继南 何辉. 镜像中国:世界主流媒体中的中国形象 [M]. 北京:中国传媒大学出版社,2006.
- 潘志高. *China's Image in the New York Times: Political, Historical and Cultural Factors* [M]. 郑州:河南大学出版社,2003.
- 邵静. 《纽约时报》和《华盛顿邮报》的涉华报道研究 [D]. 上海大学博士学位论文,2011.
- 孙芳 陈金鹏. 俄罗斯的中国形象 [M]. 北京:人民出版社,2010.
- 孙有中. 解码中国形象:《纽约时报》和《泰晤士报》中国报道比较(1993-2002) [M]. 北京:世界知识出版社,2009.
- 唐丽萍. 美国大报之中国形象的语料库语言学方法辅助下的批评话语分析 [M]. 北京:高等教育出版社,2016.
- 唐丽萍 马月秋. “中国崛起”在美国大报中的话语建构——一项语料库语言学方法辅助下的批评话语分析 [J]. 燕山大学学报(哲学社会科学版),2013(4).
- 卫乃兴 李文中 濮建忠 梁茂成 何安平. 变化中的语料库语言学 [J]. 解放军外国语学院学报,2014(1).
- 文秋芳. 拟人隐喻“人类命运共同体”的概念、人际和语篇功能——评析习近平第70届联合国大会一般性辩论中的演讲 [J]. 外语学刊,2017(3).
- 吴瑛. 中国话语权生产机制研究——对外交部新闻发言人与西方媒体的解读 [D]. 上海外国语大学博士学位论文,2010.
- 吴友富. 中国国家形象的塑造和传播 [M]. 上海:复旦大学出版社,2009.
- 张虹. 社会文化语言学“指示原则”与国家形象构建——以习近平联大演讲为例 [J]. 外语学刊,2017(3).
- 赵泓. 《每日电讯报》中的中国形象研究——基于2003-2013年对华报道的内容分析 [J]. 新闻大学,2014(4).
- 赵秀凤 冯德正. 多模态隐喻对中国形象的建构:以《经济学人》涉华政治漫画语篇为例 [J]. 西安外国语大学学报,2017(2).
- 周宁. 中国形象:西方的学说与传说 [M]. 北京:学苑出版社,2004.
- 周宁. 天朝遥远:西方的中国形象研究 [M]. 北京:北京大学出版社,2006.
- 周宁. 跨文化研究:以中国形象为方法 [M]. 北京:商务印书馆,2011.
- 周宁 李勇. 究竟是“跨文化形象学”还是“比较文学形象学” [J]. 学术月刊,2013(5).
- Baker, P., Gabrielatos, C., Khosravini, M., Krzyżanowski, M., McEnery, T., Wodak, R. A Useful Methodological Synergy? Combining Critical Discourse Analysis and Corpus Linguistics to Examine Discourses of Refugees and Asylum Seekers in the UK Press [J]. *Discourse & Society*, 2008(3).
- Baker, P., Gabrielatos, C., McEnery, T. *Discourse Analysis and Media Attitudes: The Representation of Islam in the British Press* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.
- Bhatia, V., Flowerdew, J., Jones, R. H. *Advances in Discourse Studies* [M]. London: Routledge, 2008.
- Boulding, K. E. National Images and International Systems [J]. *The Journal of Conflict Resolution*, 1959(3).
- Dawson, R. S. *The Chinese Chameleon: An Analysis of European Conceptions of Chinese Civilization* [M]. Oxford: Oxford University Press, 1967.
- Fairclough, N. *Discourse and Social Change* [M]. London: Polity Press, 1992.
- Fairclough, N., Mulderrig, J., Wodak, R. Critical Discourse Analysis [A]. In: van Dijk, T. A. (Ed.), *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction* [C]. London: Sage, 2011.
- Issacs, H. R. *Scratches on Our Minds: American Images of China and India* [M]. New York: John Day Co, 1958.
- Jervis, R. *The Logic of Images in International Relations* [M]. Princeton: Princeton University Press, 1970.
- Jespersen, T. C. *American Images of China, 1931-1949* [M]. Stanford: Stanford University Press, 1996.
- Jørgensen, M. W., Phillips, L. J. *Discourse Analysis as Theory and Method* [M]. London: Sage, 2002.
- Mosher, S. W. *China Misperceived: American Illusions and Chinese Reality* [M]. New York: Harper Collins Publishers, 1990.
- Perlmutter, D. D. *Picturing China in the American Press: The Visual Portrayal of Sino-American Relations in Time Magazine* [M]. Lexington: Lexington Books, 2007.
- Scott, W. A. Psychological and Social Correlates of International Images [A]. In: Kelman, H. C. (Ed.), *International Behavior: A Social-psychological Analysis* [C]. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1965.
- Wodak, R. Mediation Between Discourse and Society: Assessing Cognitive Approaches in CDA [J]. *Discourse Studies*, 2006(1).