

话语的技术化与权力的合法化^{*}

——医药电视节目中权力合法化运作的探究

赵 芃

(天津商业大学外国语学院, 天津 300134)

摘 要: 话语与权力关系是批评话语分析的一个重要研究课题。与以往的研究多注重权力如何通过话语被创造和抵制不同, 本研究注重考察权力如何被认可和接受。观察的语料来自一档电视谈话节目, 理论依据是费尔克劳关于“话语技术化”与“霸权”的相关论述。通过观察这档电视节目中话语技术者(专家和主持人)设计和利用的话语技术(如访谈、授课、问诊等活动以及语体杂糅), 发现专家将医学领域的专家知识悄无声息地植入大众传媒领域, 并在新的领域形成常规性话语表达, 完成其权力合法化的过程。因此, 本研究强调, 来自专家话语的技术化过程, 使得专家权力合法化并赢得观众的认可, 进而保证了这档电视节目对所谈减肥药的推销效果。这一观点较相关研究更有助于认识“话语技术化”在实现技术者“霸权”过程中的作用和机制。

关键词: 话语技术化; 话语杂糅; 权力合法化; 批评话语分析

DOI:10.13458/j.cnki.flatt.004559

中图分类号: H0 文献标识码: A 文章编号: 1004-6038(2019)01-0065-11

1. 问题的提出: 权力是如何被认可的?

“权力(power)”是批评话语分析研究中的一个重要课题, 泛指“不平等的关系及其在社会结构方面产生的后果”(Wodak, 2001), 或者被定义为一个群体的成员对另一个群体的行动或思想的控制(van Dijk, 1996)。批评话语分析之所以关注权力问题是因为权力通过话语来体现、建构及维护(Fairclough & Wodak, 1997)。具体来讲, 批评话语分析致力于探究和阐释权力的滥用和管控如何通过话语策略被实施、重塑和抵制(Fairclough, 1989; van Dijk, 2001; Wodak & Meyer, 2009)。在这方面, 费尔克劳提出“话语技术化(technologization of discourse)”的课题, 认为处于公共领域(public sphere)的教学、咨询、广告、医疗等机构策略性地使用话语技术(如授课、访谈、问诊), 有意识地根据政治、经济或机构目的构建新的权力关系并重塑话语秩序(Fairclough, 2010: 137)。例如, 社会活动者(如医生)可以通过使用一定技术策略(如专业技术术语)实施权力(如对患者的指使), 而这种使用语言实施的权力在得到技术性机构(如电视媒体)的支撑后变得更为有力。

然而, 就这个例子而言, 患者为什么会自愿接受医生的指使呢? 换言之, 权力是如何被认可、进而是如何成功实施的呢? 为了回答类似的问题, 费尔克劳(Fairclough, 2010)借鉴葛兰西(Gramsci, 1971)提出的“霸权(hegemony)”的概念来考察“话语技术化”的过程。所

^{*} 基金项目: 本文为天津市哲学社会科学规划项目“批评话语分析学派及分支理论方法比较研究”(项目编号: TJWW17-020)和国家社科基金项目“中国学术话语体系的构建及其与国际学术话语交流策略研究”(项目编号: 14BYY070)的阶段性研究成果。

作者简介: 赵芃, 副教授, 博士, 研究方向: 话语研究, 社会语言学, 语用学。作者邮箱: zhaopeng@tjcu.edu.cn

谓“霸权”，与国家权力对其他社会力量的控制不同，其实质是一个文化和伦理的工程，通过智力和道德的引领实现对社会个体的重塑。统治阶级实施霸权的过程通过其实施的话语实践来完成，在费尔克劳(Fairclough, 2010:137)看来，话语技术化就是这个过程的一个方面，它可以使某些话语方式“自然化”和“合法化”，成为被统治者自愿接受的话语方式。可见，权力被认可和接受是因为权力被赋予了“合法”的内涵。认识这个“权力被合法化”的过程，需要进一步讨论“话语技术化”与“霸权”的联系。

2. “话语技术化”与“霸权”：权力合法化的机制

2.1 相关概念

在关于“话语技术化”的论述中，费尔克劳对于话语的定义主要来自福柯(Foucault, 1972)关于“话语即知识”的论述，认为在话语技术化过程中话语技术者(discourse technologist)起到重要作用。费尔克劳(Fairclough, 2010:138)认为，话语技术者是指那些有知识，懂科学，掌握真理或者真相的人。话语技术者往往是某个领域的专家，来自与所在话语实践相关的领域。话语技术者在“话语技术化”过程中之所以重要，是因为他们借助掌握的知识(话语)不仅参与一个领域的社会实践，而且，将其管控的这个领域的话语带入另一个领域，实现话语的跨机构性移位(shift)。在我们对医药电视节目中权力合法化运作的分析中可以看到，当专家在医药领域的话语被引入大众传媒领域时，他的专业知识就在这个新的领域构建出具有权威作用的新的专家知识，对这个新的领域形成管控。正如费尔克劳(Fairclough, 2010:138)所指出的，某一机构或者行业中有权力和威望的人可以基于话语技术者掌握的知识对相关的话语进行管控，而这些话语技术者既可以是本领域或机构的专家，也可以是来自其他领域的专家。

话语技术者对某个领域实现管控，不仅借助自己掌握的知识，使用专业术语，还要精心设计许多话语技术(discourse technology)。“话语技术”在费尔克劳(Fairclough, 2010:138)看来是由话语技术者精心设计的一系列话语活动，包括访谈、授课、问诊等。话语技术者通过设计访谈的内容，或者编排一些特殊的叙事方式(如语体的杂糅)，从而使这些话语技术达到效果最大化和情感最大化的结果。这些话语技术还以“仿拟(simulation)”的形式出现，意即在某个领域使用的话语技术被话语技术者有目的或有意识地嫁接到另一个新的领域，以实现话语实践最大的效度，最终促使话语实现标准化并成为新领域里的言说惯例。正如费尔克劳(Fairclough, 2010:138)指出的那样，话语技术化的最终结果是产生一股强劲的推动力促使形成具有不受社会情景制约的(context-free)标准化和日常化的话语实践，这种话语实践可以存在于某一种机构或多个机构之中，形成新的权力关系和话语秩序。

话语技术化不仅可以实施权力，形成对一个新的领域的控制，而且，这种控制是在新的领域里不知不觉中实现的。新领域中的社会主体对这些被“技术化”进来的话语之所以接受，是因为这些来自其他领域的语体相互杂糅并对其话语实践进行了重塑，进而使这些被“技术化”了的话语成为其话语实践的常态，变成这个领域中语言运用的常规和惯例。因

此,话语的技术化不仅正在成为具有支配地位的某些社会力量引导、影响和控制社会变革的重要手段,更重要的,话语技术化的这种力量因其具有标准化、日常化和合法化的特征被广泛应用在实施权力的各种社会活动中。

以上提到的“话语技术化”、“话语技术者”、“话语技术”等概念中的“技术”,与“机器设备”这类的“硬技术”无关。“话语技术者”不是指操作机器设备的人,“话语技术”也不是指关于技术的话语。对此,克里顿(Crichton,2010)和莫伯格(Moberg,2018)等学者都有所强调。因此,在本文中,“话语技术化”也理解为是社会机构依其利益需求所采用的其他领域的话语对话语实践形式进行重塑的话语过程。

2.2 相关研究

本研究涉及“话语技术化”和“话语与权力关系”。尽管国内外的文献在这两方面的研究并非空白,但在深度和广度上也留有一定的空间。

“话语技术化”的研究方面,莱丁和马钦(Ledin & Machin,2018)以及 Moberg(2018)的研究具有一定的代表性。Ledin 和 Machin(2018)将“话语技术化”概念与范柳文(van Leeuwen)提出的“新写作(New Writing)”框架相结合,对著名瑞典家居品牌“宜家(IKEA)”近四十年的产品宣传册中的厨房设计进行分析,发现受到新自由主义所提倡的“灵活性”、“创造力”和“自我管理”等思想的影响,当今的家庭生活从私人化场所转变为发挥创造力迎接生活挑战的场所,并形成新的更易于融入新自由主义秩序要求的生活方式。Moberg(2018)以现代社会数字媒体化为背景,考察芬兰路德福音教会按照数字媒体化(mediatization)的通信有效性标准对其教义的表达、教会网站的设计标准等话语实践进行的重新设计,发现其通过这种重新设计实现了话语实践从宗教领域向互联网和信息通信技术领域的移位,并最终融入数字媒体化的新标准中。这两个研究的突出特点是注重考察话语实践的移位过程,并将研究重点放在了标准化话语实践的产生过程上面。但是,标准化话语实践产生的后果如何?它如何规范新的领域的话语实践?对于这些问题以上研究并没有深入探讨。话语技术化是费尔克劳提出的研究权力关系的一个视角,它更注重权力关系在话语实践发生移位的过程中的合法化进程。对此,上面提及的研究均没有涉及。本文对一则医药电视节目进行话语分析,从话语技术化角度观察蕴含其中的重塑权力关系和话语秩序的合法化过程,不仅分析话语实践在话语技术化中的移位,更注重权力关系在话语实践发生移位时体现出的“合法化”认同。在一定程度上将“话语技术化”与“权力关系”的研究向前深入一步。

在“话语与权力关系”的研究方面,权力关系的话语构建及其体现形式成为研究的热点。例如,李艺(2017)讨论了中英两国的博士生导师在各自文化背景下,为提供研究指导而与博士生开展的交流过程,考察了两国导师和学生在学术交流语境中如何通过话语实践构建权力关系;王晋军和刘笑元(2017)发现家庭会话中的问句是家庭成员实施权力的重要话语方式;张丽萍和丁天会(2017)对古代法庭空间化的权力进行多模态话语分析,发现法官的话语权力在司法话语中具有有限性与非中心性的特点。除此之外,围绕权力展开的话语斗争也是一个研究课题。例如,王馥芳(2015)以“官本话语”为例,揭示了话语的权力

操纵程序机制以及话语权力滥用的实现机制;田海龙(Tian, 2010)通过考察评估专家组生产评估报告过程中使用的话语策略,发现评估专家组和受评估大学在评估教学质量时都运用不同话语策略来实施各自权力以达到各自目的。

以上这些研究的一个共同点在于,所讨论的话语实践在较大程度上局限在一个特定的社会情境。尽管这些研究对于认识权力关系如何通过话语实践在单一社会机构(如教学机构、法律机构)实践中得以确立具有积极的意义,但是,对于出现的在多个社会机构实践中发生移位的权力关系如何产生却没有涉及。当然,也有一些研究涉及这个问题,如邱鸿峰(2011)和汪奥娜(2015)的研究从话语技术化的角度对机构形象和公共关系进行研究。但是,这两个研究的重点在话语实践的移位上,对于如何形成具有不受社会情景制约的标准化话语实践鲜有涉及,因而也没有涉及“权力的合法化”问题。对此,本研究试图做出理论和实践的补充。

3. “话语技术化”中的“霸权”:医药电视中权力的合法化运作

3.1 语料及研究问题

本研究语料来自于在天津、江西、甘肃、黑龙江、广东等卫视频道播出的一档名为“科学大见闻”谈话节目。它以旁白的方式介绍了一位医生饱受肥胖的困扰从而自主研发了快速减肥药“* * 汤”并减肥成功,然后通过主持人对医生的采访,具体介绍了该减肥药的功效,再通过医生与在场观众的互动,向观众们推荐了她研制的减肥药。该节目传递出这样一个信息,即遵照这位医生的忠告,喝她研制的减肥药,就可以收到当天瘦身的减肥效果。该节目可以在视频播放平台“优酷”被检索到,并被下载和转写成文本材料。该电视节目时长28分钟,配有字幕,转写后共计6800多字^①。

作为话语研究的学者,可以认识到这个节目的广告推销意图。但是,作为普通的电视观众反应如何?她们会接受这些宣传并购买该产品吗?带着这样的问题,作者将该减肥药的名称输入“百度”搜索引擎,发现在“百度知道”、“知乎”、“快速问医生(120ask)”等知识问答型网站中有很多网友都在咨询该药。比如有网友问“看到*医生的* * 汤很是心动却不敢尝试,因为我不晓得* * 汤效果怎么样,而且服用不会反弹吗”^②。可见,至少有网友看到该电视节目“心动”了。还有一批网友斥责该药为骗局,是大忽悠,但他也是收看各大卫视播出的广告,购买了该产品后大呼上当的^③。另外,该药品还有自己的官方网站^④,甚至在网页上直接写出“‘科学大见闻’卫视栏目独家指定官方销售网站”字样,并在网页的最底部滚动显示已经购买成功的顾客名单和他们购买的数量。所有这些表明该电视节目播出后观众不仅相信了药品的疗效,而且产生了购买行为,从而完成从观众到消费者的转变。那么,该电视节目是如何通过话语的具体操作建立起观众对该产品的信任呢?换言之,在这则电视节目中专家对观众的支配权力是如何被认可的?为了回答这个研究问题,下面具体观察:1)在这个电视节目中哪些语体被杂糅在一起?2)语体的杂糅如何实现专家知识从医学领域到传媒领域的移位?

3.2 语料分析

本文将采用费尔克劳提出的“语体杂糅”概念,通过话语技术化的视角对语料进行分析。所谓“语体”是某一特定社会活动领域被该领域成员认可的语言运用方式(Fairclough, 1995: 14),也是一种带有话语痕迹的行为方式(way of acting discursively),因而可以被认为是社会事件中各种社会行为的话语表现形式。按照费尔克劳的观点,语体并不是一个个独立的类别,而是通过众多社会行为的集合形成语体网络(network of genres),是不同二级语体的共同链接杂糅(Fairclough, 2003: 34)。“语体杂糅”是这种语体网络的一种,是语体在不同组合形式上形成新语体的一种形式,是话语实践通常具有的形态。就这档电视节目而言,它体现的话语活动主要由四种语体杂糅而成:访谈语体、医患问诊语体、师生教学语体、广告语体。

1) 访谈语体的杂糅

在这档节目中,主持人基本完成了在一个电视节目中需要完成的话语任务,包括向观众介绍并欢迎医生出场,对医生进行访谈,邀请在场观众与医生互动等等。其中主持人与医生在访谈过程中的问答如下:

(1)“主持人: * 主任,你这脂肪还有内外之分吗?”

医生:当然了。”

(2)“主持人:那么减肥的正确做法应该是怎样的呢?”

医生:问得好,正确的做法就是,内外脂肪一起减。”

(3)“主持人:那么想问一下 * * 汤是什么样的方子就可以做到内外脂肪一起减?”

医生:荷叶、山楂、决明子、茶叶、海藻、甘草等等。”

(4)“主持人:那 * 主任,您给我们说说 * * 汤具体适合哪几种人喝呢?”

医生:这 * * 汤适合以下人群:第一,管不住嘴吃胖的人;第二,产后腹部无法回缩的人;第三,脂肪肝啤酒肚型的大肚子;第四,三高胖人。”

第一个问题是要求医生在脂肪的分类上给出明确的解释,第二个问题是主持人请医生提供有效的减肥方法,第三个问题是请医生详细介绍减肥药的具体组成成分,第四个问题是请医生介绍减肥药的适用人群。这四个问题虽然内容不一样,但是从言语行为上有着共同的特点,即这四句问话虽然都是在向医生表达询问的意愿,但言外之意均表达了主持人陈述或描述了她认为是真实的情况:脂肪有内外之分,有正确的减肥方法(运动减肥不正确),有减肥药可以内外脂肪一起减,减肥药有适用人群。这样主持人从她话语视角为电视节目观众建构了这样一些可能的事实:肥胖的原因可能是因为内外脂肪的作用,运动减肥不如服用减肥药物更有效等等。而医生的回答或是对主持人的问题给予肯定(“当然了”),或是如在例句(2)(3)(4)中给出更为具体的答案,这样医生的话语视角与主持人的话语视角出现了重合,为电视节目观众从减肥原理、减肥药构成、减肥方法、减肥人群等方面构建了一套减肥话语。同时,通过共享这套减肥话语,她们一起将其推广给在场的观众和电视节目观众,在访谈语体中揉进推销的内容。

2) 问诊语体的杂糅

如果说主持人和专家之间的对话以访谈的形式出现,那么,电视节目中医生(专家)与

患者(现场观众)的对话则以问诊的形式出现,其主要形态是医生与病患的问诊过程,基本遵循了询问病情——自述病情——分析病因——(开处方)开药的过程,例如:

(5)“1 医生:您多大了?”

2 观众:我 32。

3 主持人:您孩子多大了?

4 观众:我孩子 7 岁了。

5 主持人:哟,这生完孩子已经 7 年了,这早就过了哺乳期了。

6 医生:大家好好看看她的肚子,你看看,撩起来看看啊,其实呢表面脂肪并不是很厚,最多呢也就 1 厘米,可是她肚子为什么这么突出呢?……脂肪出现了堆积……外脂肪在表面,内脂肪就像是源头,只减外边呢,里面的内脂肪很快地就会窜出来了,就会补上了。你所采取的锻炼出汗减肥,完全就是一种表面的单一的只减外脂肪的典型方法,效果可以说是微乎其微。

7 观众:是,就是运动半天也不行,那怎么办呢。

8 主持人:那像她这种情况,使用**汤可以吗?

9 医生:你像她这种情况,我建议呢喝三个周期……你这样的体型,最多也就也就三个周期,这个时间,你就会发现,肚子呢从里边变小了,这是为什么呢?就是因为我是内外双向的快速瘦身法,我这个方法,外面减的同时,能把藏在你肚子上的肉球给掏出来。

10 观众:谢谢老师啊!”

在这个例子中,询问病情阶段从话轮(5)1到话轮(5)5,该阶段由医生和主持人共同完成,通过询问观众的年龄和生育状况(话轮(5)1“您多大了”,话轮(5)3“您孩子多大了”)来确定该观众是否属于药物适用对象。自述病情阶段从话轮(5)6到话轮(5)7,这个阶段并不是由观众(患者)本人完成的,而是该医生通过电视媒体展示给大众,并用她的语言描述了该观众的肥胖状况,如话轮(5)6“她肚子为什么这么突出呢?”。分析病因阶段也在这段医生代述的自述病情中完成。在这个阶段里医生不仅分析了内外脂肪共同作用是形成该患者肥胖的原因,而且还解释了运动减肥无效是因为那是一种“单一的只减外脂肪的典型方法”(话轮(5)6)。开处方阶段从话轮(5)8到话轮(5)10,主持人在话轮(5)8主动提出了用**汤治疗患者,医生在话轮(5)9不仅默认了主持人的提议,同时也给出了药物的服用疗程“三个周期”,在问诊活动中揉进了建议和推销。

在这个问诊过程中,广告推销语体出现在问诊语体的开处方阶段。病人(观众)询问医生运动不能减肥该怎么办时(话轮(5)7),医生的回答被主持人的问话插入(话轮(5)8),显得非常不协调(marked),因为在正常问诊过程中通常只有医生和患者两人进行交流,且开处方的时候药物的具体名称也应由医生提供,但是在该对话中这一信息却被主持人的话语取代。这种话轮转换上的不协调性为该减肥药物打起了聚光灯,容易将电视观众的注意力集中到主持人以及主持人口中的减肥药名称上,从而起到一定的宣传推广作用,在一定程度上使得问诊过程产生了偏离。

在广告推销语体被揉进问诊过程的同时,师生教学语体也被揉进问诊过程。在该对话的最后,观众向医生的问诊以及开药表示感谢时并没有使用“大夫”或者“主任”这一类机构性称呼,而是选择了“谢谢老师”(话轮(5)10)。“老师”的称谓方式改变了之前医生同病人之间的医患关系以及问诊语体。伴随着电视画面上那位医生对这个称谓的点头认可,在该节目中的医生和患者的身份以及机构性关系被重新确立为师生身份和教学型关系,而寻医问药的话语活动被转变成为教与学的知识传授型教学话语活动。

3) 教学语体的杂糅

不仅在问诊过程中,在医生与患者(现场观众)的其他互动中,也能观察到师生教学型语体的出现。在主持人介绍医生出场后,医生和在场观众有了一次互动,她向观众提问到:

(6)“1 医生:那么节目开始之前呢,我先问大家一个问题:减肥到底‘难’在哪里?有谁说?”

2 观众1:我这个真是,我觉得好像是老大难了。我就觉得这个减肥太慢了,不像自己设想的那么快……

3 观众2:……你知道我天天跑步,累的满头大汗,坚持了1个月,才减了1斤,你说我有多么痛苦啊。我真的找不到能让我快速减肥的办法,因为这个事我天天发愁。

4 观众3:我以前用过减肥药,减肥胶囊,但都是当时很有效果,都减了二三十斤吧,但是后来就说停了一段时间,正常吃饭了,但是它又反弹了,反弹了四五十斤这样。

5 医生:减肥难,到底难在哪里呢?普遍认为难在两点:第一是难在减肥速度慢,第二是难在减肥容易反弹。”

71

(7)“医生:如果在座的各位给我一个月的时间,我可以让所有的胖人变回瘦人,达到快速瘦身的目的。谁想?”

医生与患者(现场观众)之间的对话一般会从患者的基本情况入手,如我们在例(5)中所观察到的现象。但是在这则例子中,医生的问题却是询问减肥的难度,如话轮(6)1中“减肥到底‘难’在哪里?”这不是一个医学问题,也不是一个问诊需要问的问题,而是一种类似于经验知识或百科全书知识的问题,需要有相关经验或者认知的人来回答。在话轮(6)1抛出这个问题之后医生紧接着用“有谁说?”来提示观众回答她的问题。“有谁说”或者“谁来说说”这种情景化暗示语(contextualization cue)往往为我们指向(index)课堂教学场景,尤其是当教师提出一个问题而短时间内没有学生主动回应,教师就采用“有谁说”这种提示语来暗示学生可以开始回答了。于是在话轮(6)2、(6)3、(6)4中我们可以看到陆续有三名观众站起来用她们的经验知识回答了医生的问题。回答完毕后医生在话轮(6)5中还对观众们的发言进行了总结:“减肥难,到底难在哪里呢?普遍认为难在两点……”。纵观该阶段医生与观众的对话互动,我们可以观察到该互动构建出了一个“教师提出问题——学生回答问题——教师总结”的教学语体过程。而在例(7)中当医生提出一个月内可以让所有的胖人都变成瘦子时,她使用了另外一种情景暗示语“谁想”,这时画面中在场

观众纷纷积极踊跃的举手表示想变瘦。医生的话语“谁想”以及观众的举手动作一起再一次将我们指引到了课堂教学的情景中,认识到出现在这里的语体杂糅。

4) 广告语体的杂糅

该话语活动中混杂的最后一种语体是广告语体。它部分混杂在主持人和医生,以及医生和观众的对话中(如例5),但它更为明显的出现在该电视节目的旁白中,如:

(8)“①要想瘦的快,就喝**汤,减肥快4倍。②有双下巴、粗胳膊、大象腿、水桶腰、大肚子的,现在就喝**汤,大胖子都能变苗条。③女人喝了**汤,10天喝出小蛮腰,1个月瘦出性感身材,回头率翻倍;男人喝了**汤,180斤的大胖子,也摆脱浑身赘肉,恢复男人强壮体态;老人喝了**汤,肚子小了三高降了,全身的肥肉都没了,身体健康才是福。④赶快拨打屏幕上的电话体验**汤吧。”

广告出于尽可能广泛的传播的考虑,它的语言往往具有注重节奏和韵律,读起来容易上口,商品名称重复率高等特点。在例(8)的句①中,每一个分句都由五字组成,读起来具有相同的节律,十分上口。同理的还有句②中的三字节律“双下巴、粗胳膊、大象腿、水桶腰、大肚子”。句③由三个分句组成排比,从三个方面说明该减肥药老少咸宜,而且排比句的使用显得语言节奏和谐,同时还营造出减肥药药效好,瘦身效果好,营造幸福生活的气势。此外,句①②③④中一共重复提及品牌“**汤”六次,每次都是全名,没有使用代词替代商品名,这是为了通过不断的重复商品名称加深观众对它的记忆并起到宣传推广的作用。

4. 讨论:霸权的形成与权力关系的默认

以上对话体杂糅的分析,清楚地表明这个电视节目不是单一的娱乐或传递信息,而是集访谈、问诊、教学以及广告杂糅在一起的一个话语活动。从事这些不同活动的语言形式(语体)被杂糅到这个电视节目中,形成一些新的、被认为是常规的语体,进而将专家霸权的形成合法化和日常化,也使观众对这种权力关系的认可自然化。

首先,主持人与医生进行的访谈所形成的语体确立了减肥话语的主导地位。主持人在电视节目中有开始节目,推动节目,结束节目等权力,是电视节目中的显性权力实施者;医生在电视节目中有介绍减肥药原理和构成,推荐减肥方法,定义适用人群等隐性权力。作为话语技术者,主持人和医生通过她们设定的技术(如访谈语体),为观众认同“减肥”的概念提供了引领。

其次,医患问诊语体和师生教学语体确立了医生(专家)/老师与患者/学生的机构性关系,确立了专家的权威。这两种语体的共性在于“医生”和“老师”都是社会机构中相对掌握知识较多的身份,“患者”和“学生”是属于知识较少甚至是无知的一类身份。因此在这样的机构性关系中,掌握知识多的一方就拥有更多的引导性,成为话语技术者,并能比较容易的让另一方对其产生依靠和信赖。一般情况下医生看病会首先询问病人的病情和症状,而病人由于缺乏相关知识因而其回答(如发病症状、病情描述等)被很严格地限定在了一个范围里。因为医生掌握了比病人多的医学知识,他们有权力限定病人的说话内容,甚至只允

许那些与判断病症相关的讲述成为病人的回答,而把与病情无关的内容排斥在外。但本案例除了保留这种传统医患关系中的问诊过程外,还杂糅了教学语体于其中。医生以一种启发式提问的方式对“病人”进行询问,“病人”则是通过举手来回答问题;或者由主持人代表“病人”提问用什么药有效,医生作答。这样通过语体杂糅形成话语的仿拟(simulation)效果,将发生在课堂的教学语体引入医院的问诊室,使具有权威的机构性话语隐藏在日常问答的形式之中,从而确立专家的权威。

第三,穿插在这些语体之中的联系人是主持人,其作为话语技术者而获得的双重身份也进一步确立了专家的权威性和该减肥药的有效性。在以上对访谈语体的分析中可以看到,主持人的话语视角与医生重合,或者说在主持人与医生的问答过程中医生“培训”了一个医学领域之外的话语技术者并把她领入医学领域,而且,她与医生一起共同构建出减肥话语,并通过她的跨机构性将原本只能在医院通过开处方才能获得的药物移位到了传媒领域,并进行了推广。在以上对医患问诊语体的分析中还可看到,主持人还站在观众(减肥需求者)的立场上代表大家寻医问药。这样主持人有了双重身份,一方面由于和医生的话语视角重合,因而也具备了一定的知识权威性;另一方面她又化身为比较有知识的观众去和医生对话,借用大众的从众心理引导观众一起跟着她相信医生的减肥药的有效性。

最后,相比访谈语体、医患问诊语体和师生教学语体体现出的隐性权力,广告语体的出现为我们呈现出了产品宣传推销上的显性权力。广告语体通过节奏、韵律以及不断重复的品牌名称迫使观众加深了对该减肥药的印象。这个电视节目和其他的广告一样,以暴力软性为内核,以财富追求为根本,以知识构建为基础(王凤翔,2007),同时包含了意识形态和社会权力关系的印记,通过建立商品与社会间的符号关系来塑造社会意象,描述社会主体及社会关系(杨先顺 张颖,2013)。但是,这个电视节目中通过将广告语体杂糅进访谈语体、医患问诊语体、师生教学语体之中,使广告推销的意图更为自然,甚至成为一种被认可的话语方式,进而使它被观众接受的程度大为增强。

以上对语体杂糅的分析表明,话语技术者通过她们设定的技术手段,成功实施了医学知识从医学领域到大众传媒领域的移位,进而在新的领域形成常规性的话语表达,使其霸权的确立被认为是很自然的事情,使她们所具有的话语权威得到承认和认可。从话语技术化的角度具体来看,该医药电视节目首先构建出医生这位医学领域的专家作为话语技术者,医生又培训出处于大众媒体领域中的主持人成为第二个话语技术者,二者一同运用相关的医学知识和所谓减肥真相将该减肥药从医院这个社会机构移位到大众媒体中进行推广。推广时不仅采用了访谈、授课、问诊等精心设计的话语技术,还通过仿拟将医患问诊和师生授课进行杂糅,从多角度说明了减肥活动是社会群体的极大情感渴望以及该减肥药出色的治疗效果。最终通过最直白的广告推销语体将披着电视节目的伪装撕下,直接暴露出其广告的本质。由于已经有前面几个阶段的铺垫使得电视受众迫不及待地想要了解该减肥药的具体购买途径,从而使受众成为该话语活动中受管控的对象。而一旦观众打电话下订单,产生具体的消费行动,也就标志着话语标准化的形成。经过这样一个话语技术化的过程,专家与观众之间形成了新的权力关系,只是由于采用了更为隐蔽和日常的话语技术

而使得观众更加易于接受这种权力关系,并对该减肥药产生信赖感和购买欲望。

5. 结语:话语与权力关系研究的拓展

对于这样一个电视节目,研究的视角可以是多样的,可以观察专家知识是如何通过话语建构的(赵芃,2016),也可以观察广告中“温柔的语言暴力”(赵芃,2017)。然而,这些研究都不能忽略话语在霸权的形成和对权力关系的认可上的作用。话语在这方面的作用,一方面通过所建构的事实、所表达的意义主导话语意义的传播和消费(赵芃,2013),另一方面,正如本文所揭示的那样,话语技术者通过语体杂糅成功实施专家权威从一个领域到另一个领域的移位,形成新的权力关系。这一结论的得出,依赖于从话语技术化的角度对这一电视节目的分析。如果说费尔克劳(Fairclough,1989)有关“话语中的权力”和“话语背后的权力”的论述可以为权力的生成与实施提供分析工具,那么他所提出的“话语技术化”(Fairclough,2010)或许更有利于分析霸权的生成与权力的认可。希望有后续研究丰富这方面的成果。

注释:

- ①感谢天津商业大学外国语言学及应用语言学专业研究生杨党芳同学帮助转写。鉴于语料过长,不便全文附上。感兴趣的读者可向作者索取。
- ②具体内容见 <http://www.120ask.com/question/61424839.htm>(访问日期:2018年1月8日)
- ③具体内容见 <https://zhidao.baidu.com/question/585868271043692685.html>(访问日期:2018年1月8日)
- ④具体内容见 <http://www.nhysl.com>(访问日期:2018年1月8日)

参考文献:

- [1] Crichton, J. 2010. *The Discourse of Commercialization: A Multi-Perspectived Analysis* [M]. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- [2] Fairclough, N. 1989. *Language and Power* [M]. London: Longman.
- [3] Fairclough, N. 1995. *Critical Discourse Analysis* (1st Edition) [M]. London: Longman.
- [4] Fairclough, N. 2003. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research* [M]. London: Routledge.
- [5] Fairclough, N. 2010. *Critical Discourse Analysis* (2nd Edition) [M]. London: Pearson.
- [6] Fairclough, N. & R. Wodak. 1997. Critical Discourse Analysis [A]. In T. van Dijk. (ed.). *Discourse as Social Interaction* [C]. London: Sage.
- [7] Foucault, M. 1972. *The Archaeology of Knowledge and the Discourse on Language* [M]. New York: Pantheon Books.
- [8] Gramsci, A. 1971. *Selections from the Prison Notebooks* [M]. New York: International Publishers.
- [9] Ledin, P. & D. Machin. 2018. Forty years of IKEA kitchens and the rise of a neoliberal control of domestic space [J]. *Visual Communication*, (1): 1-23.
- [10] Moberg, M. 2018. Mediatization and the technologization of discourse: Exploring official discourse on

- the Internet and information and communications technology within the Evangelical Lutheran Church of Finland[J]. *New Media & Society*, (2): 515—531.
- [11] Tian, H. 2010. Discursive production of a teaching quality assessment report: A critical discourse analysis[J]. *Journal of Language and Politics*, (4): 574—592.
- [12] van Dijk, T. 1996. Discourse, power and access[A]. In C. Caldas-Coulthard & M. Coulthard (eds.). *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*[C]. London: Routledge.
- [13] van Dijk, T. 2001. Critical discourse analysis[A]. In D. Tannen, D. Schiffrin & H. Hamilton (eds.). *Handbook of Discourse Analysis*[C]. Oxford: Blackwell.
- [14] Wodak, R. 2001. What CDA is about: A summary of its history, important concepts and its developments[A]. In R. Wodak & M. Meyer (eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis* (1st Edition)[C]. London: Sage.
- [15] Wodak, R. & M. Meyer. 2009. Critical discourse analysis: History, agenda, theory and methodology [A]. In R. Wodak & M. Meyer (eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis* (2nd Edition)[C]. London: Sage.
- [16] 李艺. 2017. 权力关系与创新能力——中英师生语言交流的比较研究[J]. *语言学研究*, (2): 40—52.
- [17] 邱鸿峰. 2011. 新自由主义意识形态的技术化——对 NHK 全球化主题纪录片的话语分析[J]. *新闻界*, (8): 66—72.
- [18] 汪奥娜. 2015. 话语技术化背景下生产与解读的脱节——以中国男足世预赛“不要轻视任何对手”系列海报为例[J]. *青年记者*, (36): 51—52.
- [19] 王凤翔. 2007. 广告主对大众媒体的影响与控制分析——基于“广告话语权”视角并以中国医药、保健品广告为例[J]. *新闻与传播研究*, (3): 7—14.
- [20] 王馥芳. 2015. 话语的权力操纵和滥用机制分析——以话语权力操纵和滥用的典型代表“官本话语”为例[J]. *外语研究*, (5): 6—10.
- [21] 王晋军 刘笑元. 2017. 中国家庭会话中的问句与权力关系[J]. *语言学研究*, (2): 17—29.
- [22] 杨先顺 张颖. 2013. 广告话语的权力运作——受众意识形态潜操控[J]. *现代传播*, (10): 18—22.
- [23] 张丽萍 丁天会. 2017. 法庭话语权力的空间配置与法官话语的非中心化——对内乡县衙大堂法庭空间的多模态话语分析[J]. *语言学研究*, (2): 5—16.
- [24] 赵芃. 2013. 话语秩序的动态特征——“价格垄断”的话语建构及其启示[J]. *外语与外语教学*, (4): 22—26.
- [25] 赵芃. 2016. “专家知识”的话语建构及其合法化——一档电视节目中医药推广的话语策略分析[J]. *天津外国语大学学报*, (6): 24—28.
- [26] 赵芃. 2017. 实施温柔语言暴力的广告——语言与权力的叙事语用分析[J]. *语言学研究*, (2): 30—39.

student “Zoufan” on her two microblog accounts, three months before her suicide. Analytical framework included Kupferberg’s (2012) realis and irrealis worlds, and DSM diagnostic standards for depression disorder (2013). It was found that “Zoufan” had repeatedly expressed her depression, suicidal tendencies, and ambivalent desires for life and death. Common discourse features included 1) the overlapping between the realis and irrealis worlds, 2) decontextualized and fragmented expressions; 3) content in agreement with diagnostic features of the depression disorder; 4) frequent use of metaphors and images of death. In addition, differences are found between the more public account and the more private one. For example, the expression of suicidal tendencies is more obscure in the public one and more direct in the private one. The study has implications for discourse research related to crisis identification and the practice of crisis intervention.

Key Words: suicide; discourse; microblog; crisis identification; crisis intervention

A Study on Interruption in Doctor-patient-companion Communication, p. 56. *YANG Zi & LI Yang*

A quantitative study was made on the frequency and type distribution of interruption made respectively by the three parties in an accompanied medical consultation in China. The classification of interruption into cooperative ones and intrusive ones is further developed in this study. It is found that 1) interruption made by the doctor takes the highest proportion, with no significant difference between the interruption to the patient’s turns and that to the companion’s, and the top three interruption types employed are floor-taking, topic-change and clarification; 2) the companion’s interruption frequency is slightly higher than the patient’s, and they both interrupt the doctor significantly more than they interrupt each other. They impose intrusive interruption mostly on the doctor while the most frequently employed type on each other is cooperative interruption, esp. assistance. The study shows that, the doctor is the favored party in the power relation in the accompanied medical consultation in China, and he mainly interrupts for the purpose of managing the topics, proceedings and the length of the conversation. The patient and the companion have similar conversation agendas and both interrupt mainly to negotiate with the doctor to adjust conversation proceedings or to assist each other in presenting ideas clearly to the doctor. When negotiating with the doctor, the companion is more aggressive than the patient.

Key Words: Accompanied medical consultation; triadic communication; conversation analysis; cooperative interruption; intrusive interruption

Technologization of Discourse and Legitimization of Power: Exploring the Legitimization of Power in a Medical TV Interview, p. 65. *ZHAO Peng*

Discourse and power relations, as key topics in critical discourse analysis, are normally explored in terms of power being reproduced and challenged in discourse. As a complementary to this trend, this paper investigates the way power is legitimized and accepted. The data analyzed are from a TV interview program, and the theory is Fairclough’s



(2010) account of “technologization of discourse” and “hegemony”. Observing such discourse technologies as interview, teaching, medical enquiry, and genre hybridity, which are designed and deployed by discourse technologists (e. g. experts and the TV program hostess), we find that the experts bring their medical expertise into the field of mass media, in which new discourse conventions are formed, and new power relations legitimated. It is then argued that the technologization of expert discourse brings legitimation to the expert power and makes it recognized by the mass, and also, in this case, guarantees the good effect of this TV program in advertising the medicine. This argument is more helpful than other researches (e. g. Moberg 2018) in understanding the function and mechanism of the technologization of discourse in legitimating the technologists’ power.

Key Words: technologization of discourse; discourse hybridity; legitimization of power; critical discourse analysis

The Effects of Pre-and During-Task Time Condition on the Video-prompted L2 Writing Performance, p. 76. *LI Jiu & WANG Jianhua*

As a dimension of task complexity, time condition exerts great influence on the writing performance. Based on the Cognition Hypothesis and Trade-off Hypothesis and by the method of video-prompted writing-test and questionnaires, the study explores the effects of pre-task planning time and during-task time restraint condition on L2 writing performance. 100 subjects from four experimental groups participated in the study. Independent T-test shows that pre-task planning time significantly improves the content pertinence and lexical variety, while during-task time restraint condition only remarkably affects content pertinence; however, there is no interaction between these two time conditions. The findings can provide references for L2 writing teaching and test.

Key Words: L2 writing; planning time; time-restraint condition; Cognition Hypothesis; Trade-off Hypothesis

Processing English Compounds Between Chinese-English Learners with Different Proficiencies, p. 86. *YU Qingping & TIAN Xiaorun*

Research on the processing of compounds—an important component of polymorphic words—helps to explore how human brains process multiple lexical information. However, such research is very limited and has not examined the influence of L2 proficiency. This study explores how Chinese learners with high/low English proficiencies process English compounds by carrying a repeated lexical decision task. The experiment shows that both high and low groups use a multi-route model to process compounds. But there are also differences between them. For the low group, compound word is activated after the left constituent, but before the right constituent. The right constituent isn’t activated fully. Familiarity effect appears in the left constituent and transparency effect appears in the right constituent. For the high group, the compound transparency effect emerges at the very beginning of processing and strengthens after the recognition of the compound. The right constituent is activated fully. Familiarity effect and transparency effect both