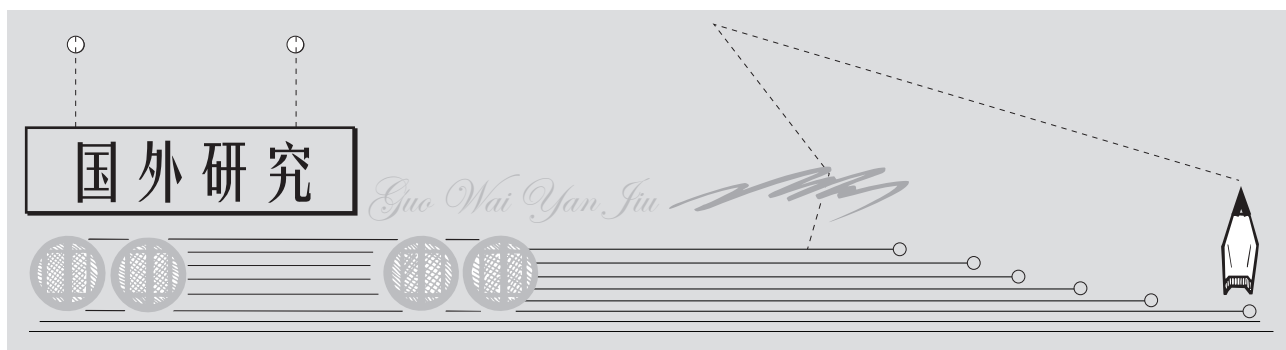




被盛赞的中国90后：

从平民叙事到形象建构

——基于 KBS 纪录片《明见万里》的批评性话语分析

□ 朱桂生 黄建滨

摘要：依据费尔克劳的描述—阐释—解释这一话语分析径路，本文对韩国主流媒介KBS所产制的纪录片《明见万里》进行批评性话语分析。研究发现，KBS利用积极语义韵词汇、隐喻、互文性、断点叙事等策略，建构了中国90后青年群体“积极创业”“勇于创新”“永不言败”“具有高度责任感和团队精神”等一系列积极正面形象，同时也营造了一种对中国青年群体“恐惧”“担忧”的氛围。本文认为，这种形象塑造的背后与中国不断攀升的综合国力以及依存于韩国社会的意识形态密切相关。

关键词：中国90后；《明见万里》；韩国主流媒体KBS；批评性话语分析

DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2019.0035

一、研究背景

2015年，韩国最具影响力的主流媒体KBS在继纪录片《超级中国》之后，又推出了一档介绍中国以及中国青年发展的大型演讲类纪录片《明见万里》。该档节目以主讲人向台下听众演讲的方式，通过视频、图片、数据、录音等多媒体手段，全方位地介绍和展示了中国近十年来日新月异的变化以及中国主流新生代——90后的生活状态及精神面貌，并以此作为预测

和判断中国未来发展走向的依据。《可怕的未来——中国九〇后时代》即是该节目的第一部分，其主要内容是韩国国立首尔大学金兰道教授根据自己在中国的亲身采访经历，向现场的以韩国大学生为主体的几百名观众讲述和呈现中国90后年轻人的创业、梦想、激情以及社会责任感。

自2015年3月开播以来，《明见万里》便在韩国创下了7.9%的惊人收视率^[1]，其深刻显示出韩国普通民众对中国以及中国青年的极大热情和关注。2017年，韩国一家出版社在纪录片《明见万里》的基础

上,加入部分之前节目未曾公开的采访数据及制片人感想等内容,集结成册,出版了同名书籍《明见万里》。该书一经刊发,便在韩国热销并得到了韩国总统文在寅的高度赞扬和力荐^[2],中国以及中国青年话题再次在韩国引发巨大的反响,纪录片《明见万里》也于两年之后再次成为韩国民众尤其是韩国年轻人热议的焦点。大部分韩国观众都认为,纪录片《明见万里》是韩国青年了解中国青年尤其是90后群体的窗口,有利于韩国年轻一代正确看待中国,从而做到“知己知彼,百战百胜”^[3]。但在中国,人们对纪录片《明见万里》却有着不同的声音:支持者认为,《明见万里》是对中国90后一代青年“责任感”“使命感”“创新精神和蓬勃向上”的客观再现;而批评者则认为,《明见万里》意在捧杀中国青年,“我们切不可掉以轻心”^[4]。

众所周知,媒介话语的盛行是当前社会实践和生活实践中最为重要的组成部分,一切意义及形象的建构、产制和协商无不受大众媒介夜以继日所生产话语的重要影响^[5]。那么,韩国主流媒体KBS所生产的媒介话语——纪录片《明见万里》到底建构了怎样的中国90后形象?他们是以何种方式呈现这种形象的?这种形象塑造的背后又是源于何种的社会文化语境?为回答上述问题,本文将利用融合了文本分析和社会研究^[6]的批评性话语分析(简称CDA)以及费尔克劳的话语分析框架理论,并依照其描述-阐释-解释的话语分析路径,对纪录片《明见万里》的语言特征、议题特点、叙事形式等层面进行解构性解读,以期在剖析其背后社会文化语境及意识形态基础上,逐步明晰KBS所言说的中国90后青年群体形象。

二、批评性话语分析:媒介话语的解读进路

批评性话语分析是20世纪90年代在欧洲逐渐形成和完善的话语分析的新方向,是社会科学、艺术和人文学科领域“语言转向”运动的必然产物^[7]。它秉持这样一种基本观点:语言活动具有社会性和建构性,即以语言为载体的话语在反映社会实践的同时也建构着整个社会实践^[8]。基于此,批评性话语分析提出其首要任务便是分析话语和社会因素之间的辩证关系,并尤为关注当代社会生活中的巨大变革,在此变革之中话语的呈现方式与呈现策略,以及话语与其他符号、社会语境之间的互动变化关系^[9]。然而,

作为话语重要载体和表达方式的语言符号并非总是客观透明的,在传递知识、建构身份、塑造形象等一系列社会实践过程中,其总是与意识形态、权力结构等存在着盘根错节的关系。因此,批评性话语分析一项重要功能即是揭示语言实践背后所隐藏的意识形态意义,尤其注重对已内化于语言符号本身且人们已习以为常的一系列偏见、歧视、不公平、不公正等进行凸显,并解释其存在和生成的社会文化语境,进而带来和促进社会的变迁以及认知的再生产(reproduction)^[10]。据此,要明晰纪录片《明见万里》所建构的真实中国90后形象,解构其隐藏于话语实践背后的社会文化语境及意识形态关系,批评性话语分析无疑能提供一个行之有效的研究视角和进路。

由于批评话语分析的跨学科特质,其研究路径和范式也存在着较大差异^[11]。多年来,CDA领域的学者们在融合和吸收多种语言和社会学理论的基础上,逐渐发展出一系列不同的分析结构和框架,其中费尔克劳的社会文化分析法最为系统和完备^[12]。他认为,话语是社会实践的一种形式,是一个同时包含话语、话语实践和社会实践的话语事件,同时,其也是构成社会实践活动的符号成分^[13]。依此理念,话语或任何一个话语实践都可以看作是一个由语言文本、话语实践和社会实践构成的三维统一体。在此基础上,费尔克劳提出了CDA应遵循的分析框架:描述-阐释-解释,即描述文本的语言形式及语言学特征,阐释文本与文本生产、分配以及消费等话语实践过程之间的互动关系,解释话语实践与权力、意识形态以及社会文化语境之间的辩证关系^[14]。

据上述分析框架以及目前学术界分析媒介话语的普遍范式和惯常路径,本文拟对纪录片《明见万里》做如下解构性探究:在文本分析层面,从词汇表达策略以及隐喻两方面描述其语言特征;在话语实践层面,从互文性分析以及叙事策略等角度阐释其文本的生成过程;在社会实践层面,解释其背后所存在的社会文化语境和意识形态意义。

三、对纪录片《明见万里》文本的三维向度分析

1. 文本分析

需明确指出的是,在本项研究中,“文本”仅涉及纪录片《明见万里》第一部分《可怕的未来——

中国九〇后时代》中的演讲词、解说词、提问、采访话语等文字语言，其他诸如影像、图式等非语言符号均不属此列。在文本分析层面，CDA主要对包括文本及物性（Transitivity）、情态（Mood）、隐喻（Metaphor）、主题（Theme）、词汇化（Lexicalization）等因素做形式特征（Formal Properties）分析^[15]。据此分析路径，本研究将选定纪录片《明见万里》中较为典型的语言形式特征，即词汇表达和隐喻两个层面作为文本分析的主要内容。

（1）词汇表达策略

研究表明，词语意义的呈现总是受到意识形态和权力关系的制约和争夺，其在历史的流变中始终与政治社会利益的消长、合法性的斗争等因素紧密相连。文本的生产者们总是依据其自身的意识形态和价值判断，并通过不同词汇表达的选择，反映并建构着主客观世界中的人、物、行为和事件^[16]。因此，对文本词汇表达策略的考察是CDA所关注的一项重要内容。

不难发现，纪录片《明见万里》刻画中国青年形象所使用的一个典型词汇表达策略，即是过度词汇化，即文本的生产者利用相同或相近词汇对被修饰客体进行密集型描述，其意在凸显和强调被修饰客体的某些特质，并引起公众的特别关注，进而在公众的认知中形成固定且持久的印象。在《可怕的未来——中国九〇后时代》一集中，主讲人金兰道教授用了大量词汇，如“力量”“创意”“梦想”“光明”“自信”“勤劳”等对被修饰客体——中国90后青年群体进行反复描述，更为重要的是，此类词汇均负载积极语义韵。Louw认为，作为一种弥漫于词汇周围的语义氛围，当消极、中性或积极语义韵词汇与被修饰客体共现时，被修饰客体、被修饰客体所在句子甚至整个篇章都将会呈现出相同的语义倾向^[17]。据此，不难发现，当大量积极语义韵词汇与“中国90后青年”高频共现时，不仅被修饰客体——中国青年被渲染上“朝气蓬勃”“勇于创新”“永不言弃”“富于理想”等语义特征，甚至在整个《明见万里》文本内，都弥散着一种积极向上的韵味和气息。另外，语义韵亦是一种文本生产者态度意义的隐性表达^[18]。因此，在《可怕的未来——中国九〇后时代》文本中，积极语义韵表述的密集出现，亦可明确表明，韩国主流媒体KBS对于中国青年所持的是一种积极、赞赏的态度。

KBS在文本生产过程中使用的另一个词汇表达策略即是阐释性动作动词（IAVs）的大量使用。根据

含蓄动词因果性理论，不同的动作动词和状态动词会激活人们不同的认知图式，从而将行为发生的原因分别归因于主语或宾语。研究表明，当句子谓语为阐释性动词时，引发行为的原因通常会被归因到句子的逻辑主语。因此，当描述群内成员的积极行为时，人们倾向更多地使用阐释性动词^[19]。从《可怕的未来——中国九〇后时代》中不难发现，当描述与“中国90后青年”相关的主动行为时，主讲人金兰道教授大量使用了“推动”“带来”“引领”等阐释性动词，以此来建构和彰显“中国90后”是中国“创新”“创业”“科技”以及“发展”的关键因素和主导力量。

（2）隐喻

隐喻是一种非字面的表意方式，其实质是利用两类事物之间的“同一性”，借助一类事物去理解和体验另一类事物^[20]。相关研究表明，隐喻的使用具有选择性，其直接或间接的评价力和劝导力深刻影响着受众的情感、观念以及对事物的关注和聚焦。更为重要的是，借助隐喻，文本的生产者可以隐匿其政治立场、意识形态、价值观念等一切不便或不易以必然的方式表达出来的东西^[21]。基于此，对文本隐喻的探讨对于明晰文本所依存的社会文化语境及意识形态有着极为重要的价值。对文本中的隐喻进行批评性分析，不仅能够解释语言和社会实践之间的互动关系，更能够揭示已内化于文本中的一些刻板成见、偏见歧视等因素。

在纪录片《明见万里》中，文本的生产者KBS借助隐喻展现了怎样的中国青年形象呢？纵观纪录片《明见万里》的第一部分，不难发现，金兰道教授在其演讲过程中大量使用了人物隐喻，将中国的普通年轻一代与一些著名人物符号，如阿里巴巴创始人马云、小米创始人雷军、苹果创始人乔布斯等联系起来，并借助隐喻这一修辞手段，将这些存在于集体意识中的有关青年领军人物的特质，如“科技”“创新”“梦想”“创业”“于人类社会的责任和贡献”等投射到中国90后青年群体身上，使之具有相同的属性和特点。此外，隐喻一项重要功能便是生成知识、建构现实、激发受众发现或创造事物之间的相似性^[22]。在《可怕的未来——中国九〇后时代》中，金兰道教授利用隐喻，创建中国青年群体与青年领袖人物之间的“同一性”，建构了中国90后青年群体“胸怀梦想”“勇于创新”这一现实。很明显，这一特定修辞在文本中的运用，有利于激发和强化受众对中国青年

的积极情绪。更为重要的是,这些人物隐喻可以帮助受众在认知中形成这样一幅景象,即中国90后青年群体与马云、雷军等青年才俊拥有相同的特质:积极创业、永不言败、充满了力量和朝气并拥有较强的社会责任感。

综上所述很容易看出,KBS在生产文本《可怕的未来——中国九〇后时代》过程中,借用积极语义韵以及隐喻等语言策略,建构了中国青年群体“勇敢追梦”“锲而不舍”“以国家(社会)为己任”等积极正面的形象,同时也表达了韩国主流媒介话语对中国90后的赞赏和钦佩。

2. 话语实践分析

费尔克劳认为,作为调节社会实践和微观文本之间的连接体,话语实践应包括文本的生产、分配和消费一整套过程^[23]。因此,在话语实践维度中的话语分析,不仅应包括对文本产制特征的分析,还应包括对受众解读文本方式的分析。基于此,本文将围绕《明见万里》第一部分较为典型的文本生成特征——互文性以及受众解读方式影响较为显著的叙事策略——断点叙事展开讨论。

(1) 互文性分析

互文性这一概念出现于20世纪60年代,最早由法国符号学家、女权主义批评家Kristeva提出^[24]。简单地说,互文性即指话语所具有的一个独立话语夹杂另一个或另几个话语内容的特性,并通常由引语体现出来^[25]。话语的互文性特征非常普遍,正如Kristeva所指出的那样:任何话语都是由引语拼凑而成,都是对另一话语的吸收和改造^[26]。从CDA的角度来看,话语中引语的呈现并非仅为转述信息以及增强信息的真实性,更为重要的是,引语代表了话语中交织在一起的各种声音(voices)以及文本生产者挑选、聚焦这些声音的目的和意图。可以说,引语是文本生产者态度立场和意识形态的间接表述^[27]。不难发现,在《明见万里》的第一部分《可怕的未来——中国九〇后时代》中,话语的互文特性非常明显。在节目的推进过程中,除主讲人金兰道教授的直接讲述外,因访谈、提问所带来的直接引语、间接引语比比皆是,KBS正是利用这些引语呈现和塑造了中国90后群体的个性和形象。

【例1】王原宾说:“首先,虽然在大公司工作很稳定,对于(90后的)我来说,实现我自己的理想(创业)才是最重要的。”

【例2】李丽说:“即使我没有成功也没有什么损失,本来我就什么也没有,所以实践我的想法最重要。”

【例3】刘洋说:“(中国的)80后会帮助90后,甚至70后会帮助80后和90后,用他们成长过程中的经验、知识结构和社会资源提供帮助,(使)年轻人少走弯路。”

在《可怕的未来——中国九〇后时代》一集中,像此类直接引自中国青年的自述性话语不胜枚举。那么,文本生产者KBS聚焦并凸显上述中国90后青年群体的直接引语,其意欲何为,又刻画了怎样的中国90后形象呢?显然,通过上述直接引语,受众能够获得的信息便是:当下的中国90后群体不安于现状,不害怕失败,并具有高度的协作精神和团队意识。可以看出,文本生产者KBS利用互文性策略仍是在塑造和建构一种积极正面的中国青年形象,直接引语的大量使用正是为表明KBS对于中国90后青年群体形象的建构是真实的、客观的。

(2) 叙事策略分析

话语与叙事两者关系密不可分。话语通过特定的叙事策略建构意义、塑造形象,而叙事则是话语作为社会实践的构建手段及实现方式^[28]。因此,在话语分析过程中,对叙事策略的探讨是一个必不可少的环节。比较明显的是,在产制《明见万里》第一部分的过程中,KBS运用较多的叙事策略便是“断点叙事”,即在叙述过程中通过设置悬念、倒叙或插叙等手法,对某些信息进行有意遮蔽,从而促使受众对此类信息进行“再创造”,进而达到强化此类信息效果的目的^[29]。

【例4】金兰道说:“这个巨大的中国再次雄起,逐渐成为世界IT强国,在座的各位不害怕吗?”

【例5】金兰道说:“我结束这次(对中国青年)的采访后,感受到了用言语无法形容的恐惧。”

【例6】尹素英(音)说:“中国的威胁,事实上比我们想象中更为严重,中国正在以多么快的速度,引领着世界的发展。”

从上例明显可以看出,主讲人金兰道教授和韩国观众尹素英(音)都对其叙述过程中的相关信息进行了刻意隐藏,在其话语推进过程中,他们向观众设置了悬念,并没有向观众进一步解释他们感到“害怕”“恐惧”“(中国)威胁”的原因,其目的当然就是为了引导受众对其“害怕”“恐惧”的原因进行再

思考和再创造,进而形成对“中国(青年)威胁”的凸显和聚焦。明显,通过这些断点叙述,KBS所建构的信息便是:中国(青年)的发展对世界而言是一种威胁,造成了(韩国)受众的担忧和恐惧。

3. 社会实践分析

在社会实践层面,批评性话语分析从微观的文本分析、宏观的话语实践分析,上升到超文本的意识形态及社会文化语境分析。在此层面,CDA主要是揭示和解释社会实践如何影响和决定话语的生产和阐释过程^[30]。从前述不难发现,与西方的一些主流媒介不同,韩国的KBS并未采取一种“俯视”的姿态对中国青年群体进行歪曲、歧视和抹黑^[31],而是从一种“仰望”的角度,建构了中国90后青年群体勇于创新、积极进取、对未来充满自信和梦想、拥有高度社会责任感等一系列积极正面的形象。然而遗憾的是,在产制《明见万里》的第一部分《可怕的未来——中国九〇后时代》过程中,KBS仍采用了较多的断点叙事策略,表达了其对中国(青年)逐渐强大而感到的担忧甚至恐慌。那么,到底是怎样的意识形态或社会现实语境导致了韩国主流媒介聚焦中国青年、钦佩中国青年,又转而“恐惧”中国青年这一矛盾心态呢?笔者认为,其原因有二:

(1) 对中国青年群体的聚焦和赞赏源自不断攀升的中国国际地位及影响力

从文本分析和话语实践分析不难发现,在KBS产制《明见万里》的背后隐含了这样一个社会现实,即随着中国综合国力的不断增强,中国又重新回到了亚洲中心国家的位置。韩国主流媒介对中国青年群体的关注及赞赏无不受中国亚洲中心地位这一国际现实的影响。中国青年群体由十多年前的“哈韩”^[32]“拜韩”^[33],到如今被韩国主流媒体所关注和重视,中国在亚洲乃至世界上的政治、经济、文化地位才是背后的真正推动力量。有研究表明,在未来十年中国所拥有的软硬实力,将使中国成为亚洲最具影响力的国家^[34]。那么,作为经济引擎、创新主体的中国青年群体,必将获得世界媒介更多的关注和赞赏。

(2) 对中国青年群体的“恐惧”心态源自韩国社会的“中国威胁论”

由于一些历史和现实的原因,“中国威胁论”这一基调和论断在韩国极具市场,并一度甚嚣尘上。韩国峨山政策研究院于2014年6月24日发布的一项调查表明,有将近七成的韩国民众将中国的经济和军事崛

起当成“威胁”^[35]。值得注意的是,作为一种长期根植于社会存在的理念和价值体系,意识形态不可能在短期内得以消亡,由于历史和现实的惯性,“中国威胁论”在一定时期内仍会在韩国国内存续。因此,在建构《明见万里》的过程中,KBS流露出对中国(青年)不断强大的质疑和担忧,就不足为奇了。事实上,韩国主流媒介KBS毫无理由地聚焦和放大其对中国以及中国青年的“恐惧”和“担心”,与其“中国威胁论”的意识形态是息息相关的。

四、结 语

依据费尔克劳的三维批评框架,本文分析了纪录片《明见万里》第一部分中的词汇、语义韵、隐喻、互文性以及叙事策略等因素,剖析了韩国主流媒体KBS所建构的中国90后青年群体形象及背后所依存的社会文化语境及意识形态,并得出以下结论:第一,与一些西方媒介“妖魔化中国(青年)”不同,韩国主流媒体KBS并未对中国青年进行歪曲和诋毁,而是以一种更为开放和客观的态度,塑造和建构了中国青年尤其是90后一代年轻人积极创业、勇于创新、不畏困难、团结协作等一系列积极正面形象。中国的综合国力以及国际地位是此次积极建构背后的主导力量。如今,随着中国国际影响力的不断攀升,作为科技创新和经济发展主体的中国青年群体必将在全球范围内获得更多的赞誉和关注。第二,在建构中国青年群体积极正面形象的同时,KBS不忘营造出一种对中国青年“恐惧”“担心”的氛围,实则与其“中国威胁论”的意识形态密不可分。由于历史、现实以及政治制度差异等原因,“中国威胁论”作为一种根植于韩国社会存在的特殊思维模式,在一定时间内还会存续下去,即使是韩国最负盛名的主流媒体KBS也无法摆脱“中国威胁论”这一意识形态窠臼。因此,对于KBS呈现出来的这种对中国青年群体的“恐慌”,作为中国青年受众,透过对实质和真相的分析,我们对此一定要有非常清晰的认识。

众所周知,“人媒介”是承载和传播群体形象的灵魂^[36]。《明见万里》以中国的普通青年——90后为立足点,采取独特的平民叙事方式,无疑使得中国青年形象的建构和塑造更为生动和具体。另外,个体的品行和素养已经成为群体形象的重要源泉^[37]。在《明见万里》中,KBS以少见的“仰望”视角来解读

和呈现中国90后不同的独立个体,以及他们勇于创新、永不言败、富于理想等一系列精神面貌和生活态度,显然这亦有助于KBS建构一种自信乐观、积极进取的中国青年群体形象。从这两个层面来看,KBS在《明见万里》中对90后青年群体形象的刻画是成功的,这亦是值得我们肯定和赞许的。但需注意的是,在面对韩国主流媒介夸赞的同时,作为中国青年受众,我们切不可沾沾自喜、故步自封,而应敏锐地

捕捉依存于《明见万里》背后强烈的意识形态差异。同时,在一些媒介的盛赞面前,我们仍需保持清醒的头脑,仍需继续大步前行,这亦是本文对《明见万里》做批评性话语分析的意义之所在。■

朱桂生:浙江科技学院外国语学院讲师

黄建滨:浙江大学教授,博士生导师

责任编辑/王珑玲

参考文献:

- [1] 环球网.《明见万里》介绍中国引韩国总统力荐 韩专家感叹:中国年轻人更有社会责任感[EB/OL].<http://world.huanqiu.com/exclusive/2017-10/11332210.html>, 2017-10-20.
- [2] 新蓝网.《明见万里》介绍中国惊人变化让韩国人更了解中国[EB/OL].<http://n.cztv.com/news/12707327.html>, 2017-10-20.
- [3] 南黎明.韩国人为何正眼看中国了[EB/OL].<http://news.ifeng.com/opinion/bigstory/special/koreachina2015/>, 2015-04-08.
- [4] 知乎.如何评价韩国 KBS 播出的纪录片中国 3.0《明见万里》[EB/OL].<http://www.zhihu.com/questioning/28809255>.
- [5] 胡春阳.话语分析:传播研究的新路径[M].上海:上海世纪出版集团,2007:1.
- [6] 马原.批评性话语分析视角下反转新闻的话语表达与意义建构[J].江淮论坛,2018(1):118-122.
- [7] 王馥芳.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,2015(5):6-10.
- [8] [14] [23] Fairclough, N. Discourse and Social Change [M]. Cambridge: Polity Press, 1992.
- [9] Fairclough, N. Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research [M]. London and New York: Routledge, 2003.
- [10] [12] [16] [19] [30] 熊伟.语言偏见的跨文化分析[M].武汉:武汉大学出版社,2011.
- [11] 胡江.意义单位与批评话语分析——基于语料库的西方媒体涉华军事报道意识形态分析[J].解放军外国语学院学报,2016(5):73-81.
- [13] [15] [25] 田海龙.批评话语分析:阐释、思考、应用[M].天津:南开大学出版社,2014:73,48,75.
- [17] Louw, B. Irony in the text or insincerity in the writer? The diagnostic potential of semantic prosodies [A]. In M. Baker, G. Francis & E. Tognini-Bonlli (eds.). Text and Technology: In Honor of John Sinclair [C]. Amsterdam: Benjamins, 1993.
- [18] 潘峰.记者招待会汉英口译中的搭配、语义韵与意识形态研究[J].中国外语,2017(6):90-95.
- [20] 徐盛桓.隐喻研究认识论的前提性批判——“假物说”与“指事说”的理论意蕴[J].外语教学,2018(2):1-6.
- [21] 纪玉华,陈燕.批评话语分析的新方法:批评隐喻分析[J].厦门大学学报(哲学社会科学版),2007(6):42-48.
- [22] 邓志勇.当代美国修辞批评的理论范式研究[M].北京:中国社会科学出版社,2015:304-308.
- [24] 窦卫霖.中美官方话语的比较研究[M].上海:上海外语教育出版社,2011:67.
- [26] Kristeva, Julia. The Kristeva Reader [M]. Oxford: Basil Blackwell, 1986.
- [27] 洪亚星,董小玉.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[J].新闻界,2015(13):24-29.
- [28] 曹青.话语的叙事分析:理论、方法与实践[C].话语研究论丛,天津:南开大学出版社,2016:2.
- [29] 陈霖,陈一.事实的魔方[M].北京:中国书籍出版社,2011:117-118.
- [31] 朱桂生,黄建滨.西方主流媒体视野中的中国青年形象研究——基于BBC纪录片《中国的秘密》的批评性话语分析[J].中国青年研究,2017(5):106-111.
- [32] 胡翥.代际冲突:我们为何“哈韩”[J].中国青年研究,2004(1):26-30.
- [33] 马建青,仰滢.追因与探寻:关于“韩流”[J].中国青年研究,2004(1):16-25.
- [34] 徐晏卓.变动中的亚洲秩序与中国影响力分析[J].上海交通大学学报(哲学社会科学版),2017(3):34-43.
- [35] 冯灵逸.韩媒:近七成韩国人把中国军事经济崛起当威胁[EB/OL].<http://world.cankaoxiaoxi.com/2014/0624/405016.shtml>, 2014-06-24.
- [36] 马诗远.走近国家形象传播的“人媒介”——旅游传播语境中的新观察[J].现代传播,2010(6):145-146.
- [37] 李晓兰,刘凤杰.公民道德素质与国家形象的塑造[J].理论探讨,2013(5):174-176.