

中国当代英文报 话语分析

对非英语国家英文对外传播媒体的话语进行分析，是跨文化传播研究的一个重要领域。作者在研究这一课题时，建立了多层次的话语分析体系，设计了科学的考察变量，并采用统计分析软件对数据进行了客观分析，摆脱了先入为主或经验主义观点的束缚，在一定程度上保证了重要结论的可靠性以及所提出对策的针对性。

马文丽◎著



全国百佳出版社
中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

目
录中国当代
英文报的
话语分析

四、《中国日报》的历史作用与地位/ 53

第二节 《中国日报》语境的变迁与话语的嬗变/ 56

一、20 世纪 80 年代的话语样态/ 56

二、20 世纪 90 年代的话语样态与话语变迁/ 60

三、21 世纪初的话语变迁/ 68

第三章 对外传播语境中的政治话语建构与对策分析/ 72

第一节 英文报纸的现实政治语境/ 72

一、西方建构的中国国家形象/ 72

二、中西意识形态的争斗/ 74

三、中国对外传播媒体所面临的挑战/ 76

第二节 《中国日报》的议程设置与政治话语
实现手段/ 78

一、主要栏目议程设置概述/ 78

二、政府正面形象的多面体现/ 82

三、低调的军事与科技成就报道/ 87

四、报道基调的客观性印象/ 90

五、话语方式与策略/ 94

第三节 问题与对策/ 102

一、关于影响力/ 102

二、关于公信力/ 105

三、关于风格/ 108

四、其他传播策略分析/ 111

目
录中国当代
英文报的
话语分析**第四章 跨文化传播语境中的文化话语建构与
对策分析/ 119****第一节 英文报的文化语境构成/ 119**

- 一、中国跨文化传播的现实需求/ 119
- 二、中国跨文化传播的优势与对外文化逆差/ 121
- 三、中国跨文化传播的限制性因素/ 123

第二节 《中国日报》的文化报道研究/ 125

- 一、生活版的文化报道/ 125
- 二、关于新闻的文化解析/ 137

第三节 不足的话语表现与文化传播策略分析/ 142

- 一、文化话语建构的广度、深度与系统性/ 142
- 二、文化比较视野中的新闻价值取向/ 150
- 三、其他文化话语策略分析/ 154

第五章 英文报的语言表现与语言完善方案/ 156**第一节 英文报刊的语言环境/ 157**

- 一、中国事务的英语表达：作者的交际语境/ 157
- 二、英汉语言：差异的认识与超越/ 158
- 三、中西新闻表达方式差异：认识与借鉴/ 160

第二节 《中国日报》语言特征分析/ 162

- 一、“中国特色英语”的表现形态/ 162
- 二、句子层次/ 169
- 三、语篇分析/ 172

第三节 语言表现不足之处与语言完善/ 176

- 一、用词不当与累赘现象的规避/ 177
- 二、语法与句子结构的完善/ 180

目
录中国当代
英文报的
话语分析

三、标题误解与误导的最小化/ 183

四、激发活力, 丰富表达/ 187

第四节 传媒“中国英语”的提出与定位/ 189

一、提出背景/ 189

二、客观存在与主动选择/ 191

结 论/ 197

一、话语评价/ 197

二、话语分析的启示/ 199

三、期待与展望/ 206

主要参考文献/ 208

对传播内容的理解带来障碍，甚至会造成文化误解及冲突。其次，由于意识形态、文化与情感方面的距离以及中西新闻传播理念的差异，西方受众对政府创办的媒体（对待外国政府的媒体也一样）有一种天然的不信任感。再者，从语言上来看，还存在用英语表达中国事物与概念的语言障碍。此外，虽然都是英文媒体，但毕竟中国的英文报工作者是在用外语和那些使用母语的国际传媒进行竞争，尽管报纸力争在语言形式上更接近以英语为母语的受众，尽管中国的英语媒体也邀请外国专家作为改稿人（尤其是中央级媒体），但在语言表现力、亲和力、风格方面的劣势还是显而易见的。在“中式英语”的存在已是一个短时间内无法更改的前提下，如何看待它，如何改进它或者如何扬长避短也就成为一个重要的话题。最后，处在中国体制、文化背景下的传播工作者不可避免地会受到中文媒体的影响，加之对国外受众的文化背景、习惯、风俗、历史等方面缺乏动态的了解，这些都会影响我国对外传播的针对性和全面性。这些方面的改进不是能通过短时间的国外参观、学习就会有根本改变的，而需要科学、正确的认识，以及系统、可操作性强的指导，而这方面的研究目前呈明显不足的状态。

然而，语境的特殊性同时又为话语分析提供了较好的研究素材，为话语分析的结论与发现提供了极大的研究空间。

二、相关领域研究综述

目前国内外学术界对非英语国家的英文报纸的研究还非常有限。到目前为止，国外虽有关于国际传播的相关研究成果，但笔者还未发现有关非英语国家英语对外宣传媒体的研究。国内研究主要体现在以下两个方面：

1. 对外报道研究

对外报道研究是中国新闻传播实务的研究热点之一。从中国最近几年有关对外报道研究的考察来看，其研究重点与成果主要体现在以下两

注重话语形成的动态过程以及话语与语境之间互为建构性，在语境建构话语、话语重构语境的两种视野下寻求话语生产的动力机制，突出话语主体在语境场中的能动作用。本论文将话语分析对象锁定为一种报纸话语的文本与语境，在一定程度上弥补了传统新闻话语分析的难以把握性与解释力不足的问题，同时也开拓了新闻机构话语的研究领地。本文力图构建一套完整的报刊话语分析机制或范式，积极探索客观、科学地评价报纸话语活动的可能途经。

话语分析的终极目的，是为了指导话语主体更好地建构、适应、利用和控制语境，为各类话语活动服务，以实现外在的话语表征及内在的话语权力的结合。面临激烈的国际舆论竞争这一挑战，增强国家整体对外传播能力已经成为我国进一步对外开放、提升国际影响力的必然选择。本文将针对目前学界对我国对外传播媒体提出批评较多的领域，如正面宣传过多、针对性不强、可读性较差、公信力、亲和力不足等问题展开研究，力图展现中国对外传播的主流媒体之一英文报的真实话语样态，分析现象存在的深层次原因，并在此研究基础上探讨既符合我国对外宣传的基本政策，又符合新闻规律、适应国际惯例的对外传播与发展策略。从宏观上看，研究成果能为今后一段时期对外传播媒体建构中国国家形象的目标选择和努力方向提供一定的借鉴，为建立代表我国对待国际事务的正确立场、主张的话语体系，制定科学、合理的对外传播目标作出一份贡献；对于英文报刊的发展而言，研究成果对进一步促进《中国日报》的国际化，为实现其主流媒体话语权诉求提供可资借鉴的话语范式；从微观来看，本文重要研究成果之一的策略，将会为英文报刊的文本建构提出具有现实意义的建议。同时，本研究成果对其他对外传播媒体如网络、无线电等对外传播都具有借鉴意义。

五、抽样、编码与分析

本研究对《中国日报》进行了“建构周”抽样调查，即抽样对象为第一周的周一、第二周的周二……第六周的周末版，以此类推，即下



第一章 话语分析及英文报的话语结构

当今社会的政治多极化和经济全球化使得国际间政治、经济、意识形态、文化等方面的竞争与渗透变得更加激烈与深入,传媒话语的生产与诠释机制,以及传媒与社会的关系也变得日益复杂。因此,要想透彻地分析传媒话语,传统的内容分析法已难以满足要求。近年来,中外学者多采用跨学科、多角度、多层次的研究方法,全方位地研究传媒话语,其中具有代表意义的一个研究取向就是话语分析。话语分析仍是一门新兴的科学,至今尚未形成固定的分析步骤与分析方法。由于话语本身的复杂性,话语分析也具有多面向的研究传统与研究方法。话语研究的这一开放性特征使本研究的话语建构成为可能。本章将对话语与话语分析的理论进行梳理,旨在从中寻找出适合于本研究话题的研究传统与研究方法,力图构建一个科学、完整的中国当代英语报纸的话语分析框架。

第一节 话语与话语分析

一、关于“话语”

在当今社会,“话语”一词不仅是一个被诸多学科和思想流派广泛

日美国报》。调查显示,80%的世界重大新闻来源于西方几家主要媒体。因此,我们可以说,国际上的中国形象很大程度上受西方主流媒体的影响。通过对西方主流媒体对中国国家形象塑造的考察,除客观报道以外,西方主流媒体歪曲中国国家形象的事情时有发生。

塑造本国的积极形象是世界上所有国家主流媒体的重任。一向标榜“客观”、“公正”的英国BBC也在它的《对外广播手册》中规定,要“维护英国的生活方式和文化,宣传英国在科学和工业方面的成就,塑造英国的形象”。与对内传播相比,对外传播与国家整体战略更为密切,它也是塑造国家形象的主要工具,并直接影响其传播意图及信息内容的选择,其目的是影响别国受众对待本国问题上的信念、态度、行为甚至思考方式。^①因此,本部分将重点考察英文报的对外传播整体战略,即重要栏目的议程设置是如何树立良好的中国形象,推进中国的国际化进程的。

3. 传播生态环境及国际战略的实施

对外传播是一个国家或文化体系对另一个国家或文化体系所开展的信息交流活动,是一个国家展示自己的重要渠道。对外报道的成功与否直接影响信息输出国的国际舆论环境,从而决定其是否能取得最高程度的国际支持和合作。通过对国内外生态环境的分析,可以帮助我们找准我国对外传播事业的定位坐标,充分发挥中国对外宣传媒介话语的表述力与建构力,进行高效、有针对性的对外传播。

中国对外传播有很多有利因素:良好的经济发展势头所开创的一切可能性、中国传统文化强大的生命力与独特性为我们国家进行有效的对外传播提供了良好传播渠道与物质精神的支撑。随着我国经济实力的持续快速增长,世界对中国的关注越来越多,对中国的了解也愈加迫切。但这只是中国传播语境中的一部分。经济全球化和政治多极化是当今世界势不可挡的两个潮流。前者成为国际关系利益的汇合点和相互依存的

^① 刘继南等,《国际传播与国家形象—国际关系的新视角》,北京,北京广播学院出版社,2002,第3页。

条件,而后者则是国际社会矛盾与冲突产生的根源。再者,反映在国际传播领域,则是各国围绕国家政治和经济利益而展开的舆论斗争。因此,政治考虑成为对外传播的根本出发点,政治与意识形态方面的斗争和经济、文化领域内的竞争与渗透使国际媒体之间的竞争更加激烈、深入,更加复杂。

面对这种复杂的国际大环境,中国的对外传播机构是否有效地充当了舆论传播工具,对国际信息的走向造成一定的影响,帮助国家争取话语领导权,从而操纵国际社会舆论的风向,服务于本国或本地区的政治、经济利益,是否在这场围绕意识形态争斗的无硝烟的战争中发挥了应有的作用,并对当代政治产生深远的影响,这些都将是英语报话语分析的一个重要内容。对外传播的另一个重要功能是配合国家展开外交活动,将国家的外交观点及重大外交信息向全世界报道。因此,对英文报的话语考察还需要包括它是否配合了国家重大外交活动,如是否从扩大国际交流、宣传睦邻友好的角度着眼,是否承担了先期试探国际舆论和影响国际舆论的功能,帮助中国政府实施其国际战略等。

二、英文报的文化语境与话语

1. 媒介话语的文化力量

到目前为止,对于文化还没有一个科学、完整的定义。世界文化大会在1982年的总报告中,对文化做了以下阐释:“文化是每一个人和每一个共同体独一无二的特征,以及思考和组织生活的方式。文化是每一个社会成员虽然没有专门学习但都知晓的知识领域和价值观念。”事实上,文化具有非常丰富的含义,人类社会所创造的一切成果和人类生活的各个方面,都可以纳入文化的范畴。从以上有关话语的分析可以看出,无论从哪一个角度看待话语,都将话语的“社会性”看作不容质疑的事实,因为话语结构的各种要素无一不与社会大系统的诸要素发生联系,而且这种联系不是简单的对应关系,而是彼此渗透,是一种全方

第一节 中国境内外文报刊的发展轨迹

一、鸦片战争前后：外国人控制下的对外交流

1. 外国人办报

中国境内英文报已有近两百年的历史。葡萄牙文周报《蜜蜂华报》(A Abelha da China) 是第一份在中国境内出版的外文报刊, 它是当时葡萄牙执政党于 1822 年 9 月在澳门创办的政府机关报。鸦片战争之前, 中国境内出版的外文报刊有 17 种左右, 澳门和广州是这些报纸的首选出版地点, 其中英、美外国人在广州出版的英文报刊影响较大, 因此广州也被认为是中国大陆外文报纸诞生的摇篮。

鸦片战争之后, 中国报纸发展的重心开始转移, 香港在 1841 年至 1860 年间先后出版过 17 种报纸, 占全国外文报纸的 17/24, 成为外国人在华办报的首个重要基地。20 世纪 50 年代后, 中外贸易的北移使得上海逐渐成为全国外文报刊的出版中心。大家耳熟能详的《字林西报》(North China Daily News), 在 100 多年来赢得了广大的外国人、华人读者, 堪称近现代外文报刊在华的典范。《天津时报》(The Chinese Times) 创办于 1886 年, 它标志着英文报刊开始活跃于华北舞台。北京第一份英文报是《意开西报》(China Times) 因受到当时时局的压力, 直至 1901 年才得以创办, 其后发展亦举步维艰。到了近现代时期, 中国沿海城市商业迅速发展, 大开通商之门, 福州、厦门、宁波、烟台以及长江沿岸的汉口等地由于地理条件得天独厚, 也出版了十余种英文报纸, 但这些报纸的历史不长, 发行量也有限。

十九世纪初期, 外国传教士、商人纷纷在中国境内创办外语报刊,

旨，不再以政治宣传为唯一目的。

此时的外文报刊开始向客观公正和面向大众的专业化新闻媒体迈进，这样既顺应国际国内舆论环境的变化，也逐渐褪去宣传味十足的传播模式的外衣。从运作模式来看，我国外文报刊也发生了深刻的变化。为求取得较好的对外传播效果，外文报刊不再局限于国内受众，开始尝试“借船出海”到国外创办媒体（以报纸为主），逐步向西方主流社会挺进。如由《中国日报》编辑出版的《中国商业周刊》（China Business Weekly）于2006年1月9日正式随泰国第二大英文报《国家报》在泰国发行，发行量达到7万份。中国外文报刊在海外“生根发芽”，标志着媒体在改善国家外交上起着举足轻重的作用，是媒体走向国际化的进一步表现。

因此，总体来说，外文报刊的总体地位逐渐得到提升，国际影响逐步加强。有数据显示，2001年上海媒体被外报外刊转载的新闻数量总共约1000多篇，其中《上海日报》就有600多篇，占总数的60%。现在，一旦中国发生重大的突发事件，或者发生与中国有关的重大事件，西方媒体都会转向引用中国英语媒体，尤其像《中国日报》这种英语印刷媒体，被引用的概率明显上升。2002年3月份《上海英文星报》有关9·11恐怖袭击事件的头版设计被美国新闻博物馆收藏，而且这份报纸的评论版较有特色，在读者中有一定的影响。^①

纵观历史，中国外文报刊的发展演变史不单是规模由小到大或报刊的创办权由外国人过渡到本国人的问题，而是传播观念的深刻变革，这推动了中国新闻出版业的近代乃至现代化进程，给传统新闻出版业带来划时代的影响。这个演变过程见证了我国摆脱半封建半殖民地社会，由衰而盛的历史，同时也见证了在国际环境下国人自身素质的提高和国际竞争力的加强。它的演变还折射出中国对外交流在规模与模式上的变化，即从根本上改变了中国对外宣传由被动变主动的局面。当今，我们可以观察到，中国外文报刊的国外转载率日渐提升，这恰好证明了外文

^① 郭可、李德顺，《中国大陆英语媒体的发展现状及趋势》，原载《中国传媒报告》，2003-3。

即直接用英文写稿, 或对报道进行编辑以后再进行翻译。“写稿定稿”开启了中国英文媒体用英文直接写作之先河, “编译合一”提高了报道效率, 增强了报道的针对性和实效性, 也使得稿件更加符合西方语言文化习惯, 可读性增强。这一方针的确立和广泛使用, 为后来中国外文媒体的发展提供了极有价值的经验。当然, 《中国日报》除自采稿件外, 还刊登许多来自新华社的稿件, 也有一部分稿件来自外电。

从自采稿件的语言考察来看, 语言总体简洁、准确, 语法正确, 语言表达手法简单。另一个语言特点是观点直白, 措辞“中国味儿”比较浓厚, 如在题目中有使用“大词”的习惯, 宣传味浓, 如 big stride (大踏步), boom (激增), boost (促进), successful (成功), 等等。而且, 内容空洞的赞誉之词常堆砌于关于中国内政的正面报道中, 如: Since... , Hunan's economy has been on the right track (正确的轨道), undergoing a sustained, stable and well balanced development (长期、稳定、协调的发展). It's economy structure is becoming more wisely planed (计划更加合理) and production is developing rapidly (迅速地发展). (1985-11-6) 在这则关于湖南经济发展状况的导语里, 赞誉之词“溢于言表”, 而且都是一些较为空泛的形容词与副词。生硬的表达或搭配较为常见, 例如, The development of the energy industry would emphasize electricity production (1985-12-8), 用动词 emphasize 与主语 development 搭配不符合英语的用词习惯; 又如: the crystallization of collective wisdom (1995-2-13) 是汉语“集体智慧的结晶”的生硬翻译。还有很多地方的用词透出浓郁的中国味儿, 如 Looking as far ahead as the year 2021 (1985-12-12) (展望 2021 年), local leaders, cadres (1985-12-12) (地方领导干部), In response to strong calls by the central government (1995-2-13) (响应中央政府的号召)。因此, 总的说来, 20 世纪 80 年代和 90 年代的语言基本准确, 语言表达简洁, 但总体还显得比较生涩。

4. 互联网的创建

《中国日报》在 20 世纪 90 年代的发展历程中有一件事情不得不提,

即《中国日报》网站在国内的率先建立。当时,和任何一个传统的对外宣传媒体都会碰到的情况一样,外国的读者很难看到当天的报纸。在全球范围内快捷的宣传中国是当时创办《中国日报》网站的初衷。1995 年底,当中国人还没有多少人知道互联网为何物的时候,《中国日报》网站诞生了,并成为中国第一个上网的报纸。当时,全世界报纸新闻网站还凤毛麟角,美国《华盛顿邮报》网站还在艰难筹备之时,《中国日报》在网站建立上的突出表现引起了世界传媒界的关注,1997 年被“美国在线”评为全球推荐网站。当前的世界信息传播秩序还很不平衡,发展中国家的声音还很弱小,互联网中文信息仅占 4%,建立英语对外传播网站,有益于打破以英语为母语国家的国际舆论垄断,有利于在国际社会树立良好的国家形象。因此,1995 年《中国日报》网站的诞生,是 90 年代中国对外传播事业取得重大突破的一个表现。

三、21 世纪初的话语变迁

进入 21 世纪以来,国际社会与传播环境发生了巨大变化,为了积极应对新时期的机遇与挑战,中国对外传播媒体出现了具有划时代意义的新动向,呈现出强劲的发展势头,如中央电视台成立了中国第一个 24 小时全英语频道 CCTV-9,其他英语媒体也应运而生,广播、电视、报纸、网络等不同形式的英语媒体在新世纪展开了多种形式的合作。《中国日报》也分别在 2004 年和 2007 年进行了大幅改扩版(在本论文截稿日期前一个月即 2010 年的 3 月又进行了 1981 年创刊以来最大规模的改扩版)。

1. 2004 年的改扩版

《中国日报》在 2004 年进行了全面的改扩版,周一至周五由原来的十二版增加到十六版,由原来周六、周日和周末版(八版)改为周六周日分别为十二版和八版。改版后的《中国日报》坚持既定的“让中国走向世界,让世界了解中国”的办报宗旨,更加注重新闻报道的

表述,西方媒体的声音占据主导地位,具有很大的影响力。长期以来,外国公众眼中的中国国家形象就很有可能是片面的、歪曲的、甚至是偏激的。

由于中国改革开放以来发生了翻天覆地的变化,中国一直都是世界各大新闻媒体国际新闻部分持续的新闻点。当然,不同国别的媒体对中国的看法也会各不相同,但基本上都是站在自己的角度对中国进行评述。中国只有通过建立具有世界影响力的对外传播媒体,才能突破“西方本位论”框架下的认识篱笆,积极地参与到国际舆论的议程设置中去,清除国际社会对中国的诸多误解,建构理想的国家形象。

三、中国对外传播媒体所面临的挑战

中国英文报纸对外传播的生态环境是优势与劣势并存。随着我国经济实力的持续快速增长,世界对中国的关注越来越多,对中国的了解也愈加迫切,中国国力的强大使中国成为世界关注的焦点,中国新闻已成为海外新闻媒体重要的、不可或缺的国际新闻。因此,国际社会对中国信息的渴求构成中国对外传播的一个巨大优势。而且,中国日益强大的经济实力也为对外传播媒体的成长、壮大提供了巨大的物质支持。但是,我国的对外传播依然面临着来自多方面挑战。

一是西方依然强大的话语体系。总的来看,西方受众对中国历史、政治、文化了解甚少,他们经常接触的西方媒体关于中国的报道虽然也有客观的成分,但往往充斥着偏见和歪曲,在世界舆论中造成不良影响。因此,如何扭转西方话语构造下的中国国际形象,如何在纷繁复杂的国际形势中冷静地做出正确的价值判断,避免过分依赖外界信息而忽视本身所持有的报道立场,为中国的现代化建设创造良好的国际舆论环境,是我国对外报道工作面临的严峻的挑战。

二是缺乏权威的对外传播媒体。应该说,国家形象是由国内媒体和国外媒体共同建构来完成。但由于长期以来西方媒体在国际上的绝对话语霸权,实际上国际舆论关于中国形象的议程设置构成了中国对外宣传

“事实胜于雄辩”的效果，全方位打造中国政府的亲民形象。

2. 有信心的政府形象

如果说亲民的政府形象已经成为《中国日报》要闻和国内版的常态议程设置的话，那么“一个有信心的政府形象”则是针对目前席卷全球的金融危机的新语境所设置的新议程，这一点主要体现在要闻版的经济报道上。在2008年7月至2009年8月的要闻版经济报道中，《中国日报》一如既往地塑造中国经济强国的形象，由于面临国际金融危机的威胁，这段时间有关中国的经济报道都呈现出一个关键词：信心。例如，2008年10月15日的经济报道传达了温总理关于中国将采纳灵活而谨慎的宏观经济政策来保障经济、金融和资本市场的稳定。温家宝强调：“中国有信心确保国内金融市场的稳定”；在全国人民代表大会记者招待会上温总理说，“如果全球金融危机进一步加深，……中国已调动足够的资源抗击日益加深的危机”（2009-3-14）。当天还发表了一篇对温总理讲话的解读，无一不显示出温总理对中国政治、经济极大的信心，并以凸显的位置转述总理的话：“信心是关键！信心比金子或金钱更为重要！首先，我们需要信心。只有有了信心，我们才有勇气和力量，只有有了勇气和力量，我们才能克服困难……”。2009年初，中国北方遭遇了50年来最严重的旱情，《中国日报》在2月10日有一个系列报道，其中一篇题为“庄稼枯萎，信心犹在”（Hope survives as wheat crops wither），信心来自于政府为延缓旱情竭尽全力的付出和国家充足的粮食贮备，“即使旱情使中国粮食产量减少一半，国家还是有足够的粮食储备来养活国民”，一个负责任的、有信心的政府形象跃然纸上。

实际上，“一个有信心的政府”并非此类报道话语的终结，该议程设置传达的是更加重要的信息：当前国际金融危机蔓延，但中国经济快速增长、经济运行稳定的基本面貌并没有改变，事实证明，中国的经济机制更有利于采取审慎而又灵活的措施，更有能力保持宏观金融市场和资本市场稳定。因此，面对全球金融市场动荡，来自中国政府的信心就像是一根救命稻草，是在给岌岌可危的全球经济增加信心。信心的背后

更是一个具有全球意识与责任感的政府。《中国日报》对于温室气体排放量给予了极大的关注,11月8日报道温家宝总理在一次国际气候变化会议上率先提出了建立克服技术转让障碍的基金与机制,呼吁各国在金融危机的困难当头,也不能放弃为解决全球气候问题的努力,多次表示中国将降低温室效应气体排放量,明确了中国作为一个发展中国家的任务与立场,以及其他国家应承担的责任。在2009年哥本哈根相关谈判前夕,中国还多次呼吁发达国家向发展中国家转让控制温室气体排放量技术,为发达国家向包括中国在内的发展中国家技术转让奠定了基础。

通过关于应对国际金融危机,打击国际犯罪以及保护全球环境方面的报道,《中国日报》塑造了一个对于国际事务具有责任意识和合作意识的大国政府形象,中国承担了一个全球性大国应该承担的责任。

三、低调的军事与科技成就报道

1. 低调的国防军事报道

英国国家广播公司从2004年起每年一度的国家形象相关调查表明,中国在世界民众的心目中继续以适度的正面形象出现,世界民众对中国的经济发展与进步持正面态度,但多数国家都对中国可能更加强大的军事力量持消极态度。此项调查还表明,人们对于依靠软实力扩大国际影响的国家更容易获得正面的看法,而对于追求或使用军事力量的国家,更容易持负面看法。因此,全球最不受尊敬的国家分别是:以色列56%、伊朗54%、美国51%、朝鲜48%、俄国40%。在如何看待中国军事进一步强大的问题上,59%的受访者认为中国军事增长将对世界产生负面影响。

《中国日报》对于国防和军事方面的报道体现了中国国防和军事建设内紧外松的方针。国防建设是维护国家安全的重要领域,一直是中国政府工作的一项重要任务,在78篇国内政治报道中,有关军事与国防

五、话语方式与策略

1. 话语方式：呼吁、抗议、回应

对外传播的根本目标可以概括为：塑造国家形象，维护国家利益。对外传播的主体既然是国家，其最高原则就是国家利益。维护国家利益，努力赢得国际社会对我国的理解和支持，为我国的政治、经济、文化发展创造良好的舆论环境是中国英文报的根本任务。作为中国对外宣传主要媒介之一，《中国日报》不仅要全面客观地反映中国在政治、经济、社会的发展状况，及时准确地介绍中国政府关于重大国际和地区事务的主张，同时还要对不利于中国国家利益的事件或国际舆论进行坚决的抗议和反击，并找准合适的机会为中国在国际事务中的地位和利益进行有效的呼吁，为中国在国际事务赢得权利制造先声舆论。应该说，《中国日报》站在国际舆论的前沿阵地，在以上维护国际利益方面不遗余力的努力是令读者印象深刻的。

1.1 有力回击，澄清事实

首先，对国际社会或个别国家对中国别有用心不公正宣传进行有力地回击。曾有学者表示，中国对外传播在树立国家形象方面往往显得被动滞后，每当国际上出现关于中国的负面舆论后，才开始“摆事实、讲道理”，并称之为“消极被动的传播方式”。这种说法虽然有其合理性，但却片面。改革开放以来中国在很多领域都取得了巨大发展，但我们承认很多问题依然存在，国际上有批评声音也很正常，我们应该持欢迎态度，但不接受那些别有用心抹黑的。再者，有些恶意诽谤是防不胜防的，一旦出现就必须进行还击。如果确实是属于不了解情况，那么，对外媒体就有必要将事实真相尽早公布于众。事实上，对外传播的功能之一就是破除国际上的谣言，将事实的真相告白于世界，不破不立，这也应该是维护国家利益的一种宣传策略。

例如，在处理南海事务争端方面，《中国日报》采取的就是不破不