

中西媒体危机话语的 对比研究

冯捷蕴等著

国家社会科学基金青年项目

“中西媒体中的危机话语及其对策”的研究成果(09CYY014)

中西媒体危机话语的 对比研究

冯捷蕴等著

外语教学与研究出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

中西媒体危机话语的对比研究 / 冯捷蕴等著. — 北京: 外语教学与研究出版社, 2018.6

ISBN 978-7-5213-0178-6

I. ①中… II. ①冯… III. ①传播媒介—新闻语言—对比研究—中国、西方国家
IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 149559 号

出 版 人 徐建忠
责任编辑 赵东岳
责任校对 孔乃卓
封面设计 郭 子
出版发行 外语教学与研究出版社
社 址 北京市西三环北路 19 号 (100089)
网 址 <http://www.fltrp.com>
印 刷 北京九州迅驰传媒文化有限公司
开 本 650×980 1/16
印 张 15.25
版 次 2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5213-0178-6
定 价 62.90 元

购书咨询: (010) 88819926 电子邮箱: club@fltrp.com

外研书店: <https://waiyants.tmall.com>

凡印刷、装订质量问题, 请联系我社印制部

联系电话: (010) 61207896 电子邮箱: zhijian@fltrp.com

凡侵权、盗版书籍线索, 请联系我社法律事务部

举报电话: (010) 88817519 电子邮箱: banquan@fltrp.com

法律顾问: 立方律师事务所 刘旭东律师

中咨律师事务所 殷 斌律师

物料号: 301780001

自序

拙作《中西媒体危机话语的对比研究》即将在外语教学与研究出版社出版，我很高兴，也特别欣慰，很乐意有机会与大家分享自己的研究历程和心得。

这本专著是我主持的国家社科基金青年项目的研究成果。记得那是2008年，我刚从香港理工大学博士毕业，来到对外经济贸易大学英语学院工作，意气风发，着手准备申报国家社科项目。至于当时为何选定“危机话语”这个主题，我的基本出发点是：无论个人还是组织机构，不仅需要构建正面形象和广告宣传，遇到危机时还需要进行及时和适当地处理。在我看来，危机话语是一个很有意义、值得深入探索的研究领域。于是怀着满满的热情和好奇，我撰写了项目申报书。一个多月的时间就完成了申报工作，之后该项目顺利获批。这着实让我兴奋、高兴了好一阵子！不过在后来推进项目时，却遇到了不少困难，仅修改结项报告就花费了一年多的时间，个中的辛劳、夜以继日的过程就不在此细说，相信主持过国家项目的同仁们都有相似的感受。

本书的主要研究内容和意义

本书主要采用多元文化话语的理论对比研究了中西媒体的危机话语，将多个危机话语事件放置在宏大的文化和历史语境之中进行研究，涉及政治与经济、公共卫生安全、环境保护与自然灾害等七个专题。这些专题包括政治领域的拉萨“3·14”事件和乌鲁木齐“7·5”事件，经济领

域的“力拓间谍案”、“人民币升值争端”、“世界经济危机”，公共卫生安全领域的“非典”与“甲流”，环境保护和自然灾害领域的“哥本哈根气候峰会”、“汶川地震”。

本书的创新意义在于力图拓展话语研究的理论与方法。传统话语研究主要关注文本空间的微观词汇和语法特征，而本研究使用并完善了“多元文化话语分析”的理论框架，细化了五个话语分析范畴，并以中西媒体中的一系列危机话语作为群体现象，扩大了该理论框架的适用范围。此外，本书还借鉴和吸收了不同的研究方法，如语料库为辅助的分析法、多模态话语分析法、社会学的采访调查分析法等，不同方法的借鉴和融合也从多个角度支持了多元文化话语的整体理论框架，使研究结果更加具有说服力。

本书在进行学术探讨之时，非常重视其社会意义和现实指导意义，这也是我近年来的学术感悟和实践。在我看来，从事话语研究及跨文化研究不仅仅是大学象牙塔中学者们从事的学术活动，我们应该具有高度的社会责任感和国家使命感，将学术探索和社会议题、社会问题有机结合起来，这样的学术研究才会更加具有意义。以这个立场为出发点，本书就如何改变大众媒体中“西强我弱”的不平衡局面，以及如何发挥中国媒体话语的软实力来应对西方媒体文化霸权提出了若干建设性的建议。2017年5月19日，《光明日报》北京站给我校党委专门来函，对此进行了赞扬，并指出该研究具有较高的学术价值和社会价值，相关成果由《光明日报社》工作渠道向中央进行了反映。

本书的研究团队

关于整本书的参与人员及工作安排，一并说明如下。本人作为负责人，设计了全书的整体框架，负责从宏观的把握到所有章节中每段文字的落实，再到最终的统稿、修改和增删，以确保整本书的内容和质量。七个特定专题的初稿，由七位学生完成：邹宁（“拉萨3·14事件”和“乌鲁木齐7·5事件”）、张楠（力拓间谍案）、田丽园（人民币升值争端）、崔倩倩（世界经济危机）、胡洋（“非典”与“甲流”）、黄湜尹（哥本哈根气候峰会）和郑玩娜（汶川地震）。此外，香港理工大学的吴东英教授和对外经济贸易大学的冯悦博士参与了前期的部分工作，江苏大学

的吴鹏博士对书稿提出了宝贵的修改意见。

感谢的话

借此机会，我想向恩师和家人表示特别的谢意。首先，我特别感谢香港理工大学中文及双语学系各位老师，尤其是我的博士生导师吴东英教授的精心指导。我也特别感谢硕士阶段中山大学外国语学院各位老师，尤其是黄家祐教授、黄国文教授。先生们为人谦和，学识渊博，高山仰止，引导我走上学术之路。他们是我人生之中遇见的贵人，无论是做人还是做学问，一直是我学习的楷模。

此外，我对父母亲葛仁庆和冯梅芳怀有深深的感激之情。鞠育当知父母恩，他们不仅养育我成人，支持我完成学业，而且在我最艰难的读博期间帮着照顾儿子长达四年，其间的辛劳不难想象。我同样非常感谢丈夫朱曙东，是他坚守在我左右，一直鼓励我要勇于进取，不断挑战自我。最后，我还要感谢儿子朱光大，他一直理解并支持母亲的工作，希望他以后能够乐观、坚强、自立，为社会做出贡献。

愿人生丰厚而不失初衷。

是为序。

冯捷菴

博士、教授、博士生导师

对外经济贸易大学英语学院商务英语研究所所长

2018年7月28日于北京惠园

目 录

理论篇	1
第一章 中西媒体的研究	3
第二章 话语研究的趋势	8
第三章 多元文化话语分析法	14

实践篇	33
第一章 拉萨“3·14”事件和乌鲁木齐“7·5”事件的中西媒体话语对比研究	35
第二章 “力拓间谍案”的中西媒体话语对比研究	59
第三章 “人民币升值”的中西媒体话语对比研究	89
第四章 “世界经济危机”的中西媒体话语对比研究	112
第五章 “非典”与“甲流”的中西媒体话语对比研究	133
第六章 “哥本哈根世界气候峰会”的中西媒体话语对比研究	164
第七章 “汶川地震”的中西媒体话语对比研究	199

结语及讨论	225
--------------	------------

理 论 篇

第一章

中西媒体的研究

1.1 文化软实力和媒体

软实力是由文化和意识形态所体现出来的吸引力，是国家实力的重要组成部分。关于软实力的重要性中国人就已提及。比如，道家思想的创始人老子曾说“天下之至柔，驰骋天下之至坚”；儒家思想的创始人孔子强调“以德服人”；古代军事家孙子也提出“不战而屈人之兵”的战略思想（参见门洪华，2007）。在西方，不少学者也非常强调软实力的价值。美国的Joseph Nye（1990a, 1990b）在1990年阐述了“软实力”的概念，并进行了详细的阐述（Nye, 2002, 2004）。他认为软实力主要包括文化吸引力、政治价值观吸引力以及塑造国际规则和决定政治议题的能力。“软实力”之所以能够发挥作用，靠的是自身的吸引力，而不是强迫别国做不想做的事情。

作为软实力的重要来源之一，文化为中国增强国家实力发挥了重大作用。2008年“无与伦比的”北京奥运会提升了中国的知名度；2010年的上海世博会吸引了超过七千万游客前来参观；被称为“亚洲达沃斯”的海南博鳌亚洲论坛每年吸引将近两千名亚洲商业领袖和各国领导人前来参加。此外，中国正在努力向全世界推广汉语和几千年的灿烂文化。不断增加的汉语水平考试人数以及海外孔子学院的增加从一个侧面证明了中国语言和中国文化的吸引力。

不可否认的是,西方文化在世界长期占有强势的统治地位,对发展中国家包括对中国的自身发展和本土文化构成了巨大的挑战。张维为(2014)指出:近二三百年来西方国家一直处于强势地位,其话语也自然占据了主导地位。在政治传播领域,西方一直在全世界宣扬“自由、民主、人权”这些价值观,鼓励发展中国家模仿西方政治体制模式,但是却有意忽略了于己不利的历史事实。在流行文化领域,在中国的许多地方,传统音乐和民谣面临着后继无人而逐渐消亡的窘境之时,欧美流行音乐却大行其道;随处可见的好莱坞大片和美剧更是在中国的年轻人中受到欢迎。

大众媒体是一种重要的文化软实力。在信息社会时代,传媒的重要性越来越重要(胡鞍钢、张晓群,2004)。Talbot (2010)认为,媒体是信息的最主要来源,并且是塑造人们意识的主要因素。我们今天所获得的各种信息,包括突发新闻和重要国际事件,绝大多数来自媒体机构的报道。更为重要的是,传媒既是促进国际经济、政治和文化的重要手段,也是国家在国际舞台扩大影响力的有力工具。

媒体报道受到多重因素作用的影响。媒体报道既是特定媒体工作人员制作和产品的生产,同时也在不同程度上体现了特定的机构实践、意识形态和社会文化。Machin & van Leeuwen (2007)曾指出,媒体研究的一个重要目的便是阐释媒体报道这些看似真实的产品。这些产品其实并非观察世界的透明窗口,也不是“真实生活”的忠实展现,而是意识形态层面“建构的事实”。

1.2 “西强我弱”的大众媒体

在西方文化霸权的语境之中,大众媒体的传播领域长期呈现出“西强我弱”的不利局面。西方媒体,尤其是英美媒体在国际舆论界所占据的主导地位是其他国家或力量望尘莫及的。当今国际上最具影响力和覆盖力的报纸、电视、杂志、网络等都是美英主导的英文媒体。冷战时期,美国为首的西方国家就利用传媒对敌对势力进行“软打击”。美国政府对美国之音等重要媒体增加投入,扩大其传播范围。这种战略取得了很好的效果。冷战之后,美国又继续通过新闻、娱乐、广告等“软实力”,在全球推行美国式的文化和价值观。

改革开放以来,西方媒体的“软打击”一度使中国在国际上陷入被动局面。“中国威胁论”、“中国经济崩溃论”等反华的媒体报道严重影响了中国的国际形象。“中国威胁论”的负面消息使一些国家和人民对中国的军事力量、海外投资心存疑虑和戒心;“中国经济崩溃论”则否认中国模式的发展道路,力图唱衰中国的经济。十多年来SARS危机、海外奥运火炬传递冲突、拉萨“3·14”事件、乌鲁木齐“7·5”事件等事件被西方媒体广泛报道,引来不少对中国政治的批评之声。尽管中国成功地应对了汶川地震,赢得世界的广泛关注和认可,《纽约时报》仍然有不少报道认为这是“不寻常的开放”,“只披露了故事的一部分”。阮次山(2011)曾对西方媒体在中国的强势影响表示担忧。他指出:一些中国受众,尤其是一部分年轻人对于西方媒体缺乏免疫的能力,并盲目地接受西方媒体报道的所谓“真相”。

与此形成鲜明对比的是,中国媒体的传播力和影响力还有相当的差距。其中很重要的原因是中国媒体忽略以受众为中心,缺乏实际的传播效果。何辉、刘朋(2008)认为:“不得不承认中国对自己的声音传播的力度不够、手段有限、方式陈旧,思维也需要创新。”喻国明(2011)也指出,我们基本上是闭着眼睛按照自己的兴趣和方向在向世界表达,而不管世界是不是愿意听、是不是听得懂。

如何改变大众媒体中“西强我弱”的不平衡局面已经成为中国政府和学界迫切需要解决的议题。2009年,中国政府宣布了成立24小时不间断的新华有线新闻频道的战略计划,新华社还在纽约时代广场长期租用了一个大型的LED显示屏以增加传播渠道,扩大传播影响。2011年10月18日中共中央做出了“推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定”。其中特别提到:“发展现代传播体系”,“推动中华文化走向世界。增强中国的国际话语权,妥善回应外部关切,增进国际社会对我国基本国情、价值观念、发展道路、内外政策的了解和认识,展现我国文明、民主、开放、进步的形象。”2012年11月8日召开的中国共产党第十八次全国代表大会会议报告中也专门提出:“构建和发展现代传播体系,提高传播能力。扩大文化领域对外开放,积极吸收借鉴国外优秀文化成果”。在学术界,一些学者对如何通过大众传媒提高国家形象进行了深入的研究。程曼丽(2007, 2011)认为在中国文化大发展的进程中,媒体的作

用非常重要,并提出了国家形象塑造中的媒体策略。

1.3 文献综述

关于中西媒体的研究

不少西方学者(Mindich, 1998; Thomson et al., 2008)认为,西方媒体代表着自由的立场,其报道的内容更加客观。他们认为“客观性原则”和“媒体自由”是西方新闻报道的两个关键因素。这是因为媒体在西方国家有“第四权力”的说法(相对于政府“立法、行政、司法”的三种权力),即媒体独立于政府和政党,并对政府和政党实行监督。因此,不受政府和政党影响和左右的媒体报道能够自由地呈现“事实”,表述“不偏不倚”的立场。(类似的观点在我们采访《纽约时报》驻华记者时,得到印证。基于被采访者的要求,名字在此省去)。Mindich (1998)则在关于西方新闻历史的著作*Just the Facts*一书中提出,中立的立场和倒金字塔的叙述结构是“客观性”的关键组成部分。

另一方面,西方学者(如Farrar, 1988; He, 2004; Liu, 2011; Winfield & Peng, 2005)带着文化霸权和自我优越感,指责中国媒体被政府严格控制、缺乏透明度,对改革开放以来中国媒体的改革和进步视而不见,因而大大损害了中国媒体在国内外的公信力。Brady (2006)认为中国媒体报道只是“保持一个声音”,只是为宣传政府的方针和政策服务。Stockmann & Gallagher (2011)亦认为:尽管媒体的大环境发生了变化,中国媒体总体就是扮演政治角色。

事实上,自从改革开放以来,中国媒体的结构和角色经历了巨大的变革。除了更加市场化以外,从受众获得的媒体资源和新闻内容上来看,也变得更加多元化和国际化。各式各样的媒体形式(电视、广播、报纸、杂志和互联网等)界定了不同的信息来源。阮璋琼(2007)指出,过去中国的媒体没有及时参与危机报道,而多是事后做一个回顾性的报道。如今,人们越来越注重媒体在危机传播中所发挥的作用。中国媒体现在正处于“第二次转型期”。在这次转型期间,媒体报道需更加深入和及时。媒体记者在选择新闻事件、阐述观点和发表评论时也更为自由。

一些中国学者(如陈敏直, 2006; 蒋忠波, 2008; 杨西有, 2009)发现西方媒体并没有充分遵循“客观性原则”。蒋忠波(2008)认为,西方

媒体鼓吹所谓的“客观性理念”只是一种从未实现过的理想而已。大多数情况下，它们将“客观性原则”用作满足自己的利益与攻击他人的工具。杨西有（2009）指出，在世界多极化的背景下，媒体的政治属性始终存在，西方媒体难以实现真正的“客观性”。国家利益和集团利益永远高于客观性报道的新闻原则。

具体到西方媒体对中国的报道，不少研究发现西方媒体显现出较强的主观性和偏见。早在1996年，李希光和刘康就在《妖魔化中国的背后》一书中指出，在美国学术、出版、新闻等领域存在着一股“反华”势力。主流大众传播媒介，尤其美国的著名大报、大电视台，对中国极尽丑化之能事，向美国公众灌输一种妖魔化的中国形象。批判西方媒体“客观性”的浪潮在2008年拉萨“3·14”事件之后达到高潮。许多中国学者（如丁陆爱，2009；叶皓，2008）指出：大量不实的报道占据着西方媒体的巨大版面，这些研究揭露了西方“客观性”媒体报道的虚伪和偏见。

第二章

话语研究的趋势

2.1 定义及其意义

从以上的文献回顾可以看出,尽管有不少从事媒体研究的中国学者揭露了西方媒体缺乏客观性报道,西方学者对中国持有政治偏见,但很少有学者从话语分析的视角进行对比研究,更没有把一系列危机事件作为话语事件进行深入探讨。话语作为“各种语境下语言和其他社会符号的使用”(参见Bhatia, 2004; 冯捷蕴, 2013b; 黄国文, 1988),具有很强的社会建构性,人们认识世界离不开话语(Philips & Hardy, 2002)。与注重宏观分析的媒体研究不同,话语分析结合了微观和宏观的视角,为研究不同的社会和文化提供了有力的实证依据。正如Fairclough (1995)所指出的那样,“需要强调话语在创造历史中的作用”。总而言之,话语分析是现有的宏观媒体研究很重要的补充。它能够提供不同的视角,并做出独特的研究贡献。

有两点需要特别说明:(1) 本研究中“话语”包含书面语和口头语。黄国文(1988)指出有些学者认为“话语”特指口头语,“语篇”特指书面语,本研究对两者不作区分。(2) 话语分析和语言学研究之间的关系。话语分析和传统的语言学研究之间既有区别又有联系。它们的共同点是两者都非常关注语言,但两者又有差异。第一,传统的语言学关注点滴的词汇、语法和语音,研究的重点是自成一体的语言符号系统;而话语

分析则超越小句单位,考察产生话语的各种语境;第二,传统的语言学主要考察语言使用,而话语不仅包括语言本身,还包括其他社会象征符号(参见冯捷蕴,2013b)。

2.2 研究趋势:从文本空间到社会文化空间

从整理来看,话语分析经历了三个阶段的发展过程:(1)文本空间中的话语分析;(2)局部空间中的话语分析;(3)整体以及社会文化空间中的话语分析¹。这个发展过程是渐进式的,有些学者在学术研究中有意或无意间在不同空间之间移动,偶然发生重合。本研究为了分析和表述的方便,将突出不同空间之间的差异性。

话语分析者最初关注的是狭窄的文本空间,19世纪60年代和70年代早期尤其如此。一些研究者研究违背语法规则的话语单元(discourse units),他们因此也被称作话语语法家。典型的例子包括Sinclair & Coulthard (1975)教室环境下的话轮转换对话分析,Hoey (1983)对诸如问题—解决型以及一般—特殊型等话语结构的研究。另外一些话语分析学家也停留在文本空间内部,主要探讨文本中书面语或者口头语中各部分组织的方式以及相互关联的方式,以及如何构成一个有机的整体。这方面的著作包括Halliday & Hasan (1976)和Brown & Yule (1983)话语衔接与连贯的研究。

局限于文本空间的话语分析有可能过于主观、失于偏颇,因为一种文本形式可能隐含了不同的功能和不同的解读。Fowler (1996)就持有这样的观点。他强调语言结构及其意义(意识形态)之间缺乏一致性。同样的语言形式在不同的语境中具有不同的意义。因此,就需要更多地关注话语所处的局部和宏观语境,以避免做出错误的分析和解读。Bhatia (2005)在“第一届话语分析国际圆桌会议”列举了一个很有说服力的例子。安然公司主席在公司破产前夕向股东发表了一封公开信。这封公开信塑造了极为正面、极具前瞻性的安然企业形象,而对于公司惨淡的金融状况却一字不提。如果话语分析者单就这封信的表面做文本分析,并就此得出结论,就极有可能错误地判断公司的财务状况。Bhatia因此得出

1 关于话语分析的发展,更多的文献可参考Bhatia (2004), Bhatia et al. (2008), Fairclough (1985, 1995)和van Dijk (1993a, 1993b)

结论：“在不贬低文本分析价值的同时，需更加关注文本—外部因素，即综合考虑话语实践与专业实践的语境化的因素。”

为了寻求话语分析更强的解释力，关注整体空间的话语分析者开始超越局部/直接的语境，考察微观层面的话语与广阔的社会—文化之间的辩证关系。这方面的早期研究可追溯到“交际的民族学研究”（Ethnography of Communication）（Gumperz & Hymes, 1972; Hymes, 1968; Saville-Troike, 2003），该学派把文化语境与话语事件整合起来，并提出“SPEAKING”分析模式，通过研究整体、多元的社会事件，探索交际事件的文化特质。此外，Halliday（1978）明确提出了文化语境。“文化语境”和“文本语境”、“情景语境”一起，共同组成了三个语境的概念。

将情景语境与文化语境结合起来有一个很好的例子是Ladegaard（2011）。该研究发现狭窄的会话分析视角缺乏充分的解释力，因此倡导用一种更广阔的、真正语用学的方法来研究跨文化交际。该论文考察中西方的商务谈判话语，研究的重点是香港珠宝交易会上一位丹麦买主和34位中国卖家的27份谈判录音的口头语料，辅之以和丹麦买主的访谈。研究确定了经常出现的三个主题：直接与间接的谈判风格、言语适应以及闲聊的巧妙运用，并将这三个主题与不同的买卖权力关系（微观语境）及中国悠久的“关系”传统（宏观语境）相联系。该研究得出如下结论：将深度的会话分析与微观语境及宏观语境下的价值及规范相结合进行研究，能够使我们更加深刻、更加全面地理解商务谈判话语。

此外，Scollon & Scollon（1995/2001）提出的“话语系统”理论框架也具有广泛的视野。“话语体系”的框架包含着四个不可或缺、相互关联的成分：意识形态（即某群体的世界观或管理理念）、面子体系（即人际关系）、偏爱的话语形式及社会化过程。该研究强调了“意识形态”的重要性。在所有的成分中，意识形态对其他三个成分的影响力最大。无论是选择性的（voluntary）话语系统（比如：企业话语系统）还是自然性的（involuntary）话语系统（比如：代际话语系统、性别话语系统），它们都不可避免地受到特定意识形态的影响（Scollon & Scollon, 2001: 167）。需要指出的是，该理论中所包含的意识形态并非指的是“政治意识形态”，而是指特定群体所认同的世界观、价值观。

在从文本空间到社会—批评空间的转向中，出现了三种新的话语分