

美国主流媒体冬奥会涉华报道中的中国形象探析 ——语料库辅助的三维话语分析

阿力亚·艾尼, 张正坤

(上海理工大学 外语学院, 上海 200093)

摘要: 自建“美国主流媒体北京冬奥会涉华报道语料库”, 运用语料库辅助的三维话语分析法, 通过主题词、搭配词、索引行等微观层面考察美国主流媒体冬奥会期间涉华报道中建构的中国国家形象, 从宏观层面剖析其建构动因。研究发现, 美国主流媒体围绕“冬奥会”“人权”“民主”“外交关系”等话题建构了复杂且负面的中国国家形象。作为美国意识形态的国家机器, 媒体对华形象的负面建构背弃了新闻的客观公正, 这是受美国国家利益支配的结果。

关键词: 北京冬奥会; 中国国家形象; 三维话语分析; 美国主流媒体

中图分类号: H 030 **文献标识码:** A **文章编号:** 1009-895X(2024)03-0218-08

DOI: 10.13256/j.cnki.jusst.sse.220923464

China's National Image in U.S. Mainstream Media's Reports on Beijing Winter Olympics —A Corpus-assisted Three-dimensional Discourse Analysis

ALIYA Aini, ZHANG Zhengkun

(College of Foreign Languages, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

Abstract: The present study, drawing on a corpus-assisted three-dimensional discourse framework, examines China's national image in terms of keywords, collocations and concordances in a self-built corpora of U.S. mainstream media reports on Beijing Winter Olympics, attempting at the motivations for constructing China's national image by U.S. Mainstream Media. It is found that the U.S. mainstream media constructed a complex and negative image of China around such topics as “Winter Olympics”, “human rights”, “democracy” and “foreign relations”. As the American ideological apparatus, the U.S. media's negative construction of China's image deviates from the objectivity and impartiality of news, which is dictated by American national interests.

Keywords: Beijing Winter Olympics; China's national image; three-dimensional discourse analysis; U.S. mainstream media

收稿日期: 2022-09-23

基金项目: 2022年教育部人文社科青年项目(22YJC740002)

作者简介: 阿力亚·艾尼, 女, 副教授。研究方向: 语料库翻译学、话语分析。E-mail: aliya809@hotmail.com

形象指人们所持有的关于某一事物的信念、观念与印象^[1]。中国形象是我国国内民众和国际社会民众、媒体、政府对中国政治、经济、社会、文化等方面的认知与评价^[2],是中国国家软实力的重要组成部分之一,可以体现中国的综合实力和影响力。主流媒体在塑造中国形象的过程中起着举足轻重的作用^[3]。媒体通过语言操控、内容领域聚焦、媒体来源等方式向受众传达其自身甚至其代表的国家或团体所塑造的中国形象^[4]。近年来,中国形象研究呈现话语转向^[5],主要依托系统功能语法、批评话语分析、生态话语分析、语料库、多模态、隐喻、互文性等理论或手段,从词汇、语义、语篇等维度对中国国家形象的话语建构进行分析。其中,基于语言学理论,采用语料库辅助的批评话语分析法研究中国形象在外国媒体中的话语建构^[6-8]备受学界青睐。应当指出,当前中国形象研究或停滞于十九大之前的重大事件^[9],对冬奥会、大国外交、中国崛起、命运共同体等国际社会热点缺乏关注。

北京冬奥会举办适逢中美关系处在对抗的边缘。中国在疫情防控、经济复苏、冬奥筹办、外交博弈等多方面引得国际侧目,以美国为首的西方国家利用其在国际话语传播秩序中的主导地位,杜撰涉华舆论热点,丑化中国形象,为达成抵制冬奥、打压中国的政治目的造势。通过分析美国主流媒体冬奥期间涉华报道中的中国形象,可以管窥当前西方世界对中国最具综合性和导向性的整体评价。牛慧清等采用内容分析法,从政治、社会和文化角度归纳出《俄罗斯报》在冬奥期间塑造的中国形象^[10];张晨佳等采用评价理论分析《中国日报》冬奥会报道中的中国形象^[11];刘静轩采用语料库批评话语分析法,分析西方媒体北京冬奥会开幕前的报道对中国国家形象的话语表征^[12]。以上研究:或采用质性研究的手段,研究结论缺乏可靠的语言数据支撑;或采用内容分析法从政治、社会和文化等功能维度对中国形象进行简单划分,无法呈现多维度的中国形象;或仅以冬奥会开幕前的涉华报道为语料来源,未关注冬奥期间的涉华报道。为此,本文选取两家具代表性的美国媒体(CNN和FOX)冬奥会涉华报道为研究对象,整合Fairclough的三维话语分析(Three-dimensional Discourse Analysis)和语料库方法^[13],探析美国主流媒体冬奥会涉华报道中关于中国形象的话语建构,并揭示其话语背后的意识形态因素。

一、研究设计

(一) 研究问题

本研究将回答以下两方面问题:

(1) 美国主流媒体冬奥会期间涉华报道构建了哪些中国形象?

(2) 上述形象类型与社会文化因素有何关系?

(二) 研究语料

本研究选取CNN和FOX在北京冬奥会期间的涉华报道作为研究语料。语料来自于CNN和FOX官方网站有关“China”“Chinese”的报道,起止时间为2022年2月3日至2022年2月21日。研究对检索结果逐一分析,剔除无关报道,最终得到140篇有效报道,其中CNN有86篇,FOX有54篇,最后建成“美国主流媒体北京冬奥会涉华报道语料库”,总库容为107 201个形符。

(三) 研究框架

批评话语分析(Critical Discourse Analysis, CDA)滥觞于Fowler于1986年出版的著作*Linguistic Criticism*中,强调话语的社会属性,旨在分析和揭示语言、权利和社会结构间的关系,凸显出话语实践和社会现实之间的互动关系。传统的话语分析理论过于从微观角度关注文本的语言特征,而CDA聚焦于话语、社会实体和社会关系彼此建构、不可分割的辩证关系^[14]。根据CDA,话语一方面脱胎于社会实践并被其制约,另一方面,话语具有建构社会实践的功能。Fairclough的三维话语分析模型认为话语是文本、话语实践和社会实践三者的有机结合体^[13]。其中,文本是话语实践的产物,话语实践指文本的生产、分配和消费,二者受到话语社会实践属性的制约和影响。Fairclough进而提出针对文本生产、话语实践和社会实践的分析法,即描述、阐释和解释^[15]。传统的CDA虽遵循一定的分析框架,但多是基于有限语料的定性解读,故常被认为语料代表性不足和研究结论主观、片面。语料库方法的运用则弥补了这一缺陷。语料库作为一种自下而上的定量研究方法,将研究结论建立在坚实的数据基础上,从而减少研究者自身的主观性和片面性^[16]。故本文以语料库辅助的三维话语分析为研究框架,在方法上融合定性、定量研究的双重优势。

(四) 研究步骤及方法

文本分析层面,使用主题词、搭配词、索引行等语料库技术对文本语言特征进行描写。本文的参照语料库为英语国家语料库(BNC),该库囊括1亿多英文单词,是最权威的英语语料库之一。研究使用Antconc 4.0.5根据主题性(keyness)排序得出美国主流媒体冬奥会涉华报道语料库的前50位主题词。接着,以“China”“Chinese”为节点词,以MI(互相信息值)为搭配强度的测量指标,取“China”“Chinese”各前10个左右跨距为5且MI值大于4的搭配词。MI值是通过检查文本或语料库中两个潜在搭配出现的所有位置和相对频次来计算的,一般来说,MI值高于3则被视为强搭配^[17]。我们还随机提取并分析部分包含搭配词的索引行,进一步解析媒体建构的中国形象。

话语实践层面,对美国主流媒体冬奥会涉华报道语料库中的信息来源进行分类统计。Fairclough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,而对各类消息的援引是新闻话语生产的核心渠道^[13]。故本文对报道信息源进行分类统计以探讨话语与话语实践的关系。

社会实践层面,本文探讨美国主流媒体冬奥会涉华报道这一话语实践与社会文化间的关系,解释报道建构中国形象背后的意识形态因素。

二、结果与讨论

(一) “描写”层文本分析

1. 主题词分析

主题词(keywords)指与合适的参照库相比,出现频率远超常态的词汇^[18]。主题词反映文本焦点,对其进行归纳提炼,可获取相应的话语事件以及话语子主题。本研究提取前50位主题词(见表1),将同一单词的不同形式(如Uyghur & Uyghurs)还原为原形,并对这些主题词进行归纳提炼,探究报道焦点。

观察表1可知,CNN和FOX新闻报道的主题词形成了鲜明的话语主题,主要分为以下4类。

(1) 冬奥直接相关的主题词。报道的重点在于冬奥本身,该类议题又可下分为中国及奥运影响

力、运动员、竞技项目、赛事评论等4个子议题,相关主题词高达29个。其一,“Olympic”作为核心报道词汇,主题性之高在所难免。而“event”和“country”体现奥运会作为一场体育“盛事”吸引许多国家纷纷参与,其国际影响力可见一斑。

“China”“Chinese”“Beijing”等区域性词汇体现出中国及北京的国际关注度,这在一定程度上印证了研究中国形象在北京冬奥会这一特定背景下的对外传播重要意义。其次,“Gu”“Zhu”“Su”反映出谷爱凌、朱易、苏翊鸣等热门选手是美媒的话语焦点。再次,“ski”“freeski”“halfpipe”等词汇透露出美媒对热门冰雪项目的关注。最后,从“weibo”一词可见美媒对中国网友有关赛事评价的关注。

(2) 民族及人权相关的主题词。报道也关注了中国的民族、人权等议题。“Uyghur(s)”“Xinjiang”及“genocide”等词语说明媒体大肆渲染中国的民族问题,污蔑、抹黑中国的民族政策。“LGBTQ”反映美媒不断强调中国性少数群体的人权得不到尊重。“human”印证了美媒散播中国饱受人权问题困扰的真实意图。

(3) 国家名称及元首姓名相关的主题词。报道同时聚焦中、美、俄的外交关系。冬奥举行适逢逆全球化加剧的大背景,美国政府罔顾奥林匹克运动会的“政治中立”原则,率先上演“boycott”北京冬奥的拙劣表演。彼时,“China”“America”“Russia”的三角关系迎来新的历史转折点,“Biden”政府因苏俄冲突决定对俄开展一系列经济制裁,此外“Xi”和“Putin”冬奥当天会晤时阐述的对国际议题的共同立场引起了美国政府的强烈担忧。

(4) 疫情相关主题词。北京冬奥期间中国疫情已基本处于控制之中,但美媒匪夷所思地对“COVID”“Pandemic”“Virus”等大加报道。“bubble”则体现出美媒对北京冬奥会全球首创的“气泡式”闭环管理及防疫措施的关注。

通过上述分析,笔者厘清了报道的话语聚焦,而话语表征背后建构的中国形象仍需通过搭配词分析以进一步验证。

2. China 和 Chinese 的搭配分析

搭配(collocation)指一个文本内两个或多个词语在短距离内的出现^[19]。搭配词的搭配强度越高,

表1 北京冬奥会涉华报道主题词(前50位)

Tab. 1 Keywords of China-related reports during Beijing Winter Olympic (Top 50)

序号	关键词	关键值	序号	关键词	关键值
1	Olympic	8 944.61	26	pandemic	706.79
2	China	7 837.50	27	LGBTQ	640.70
3	Beijing	5 707.48	28	CCP	596.18
4	Chinese	5 032.57	29	snow	593.36
5	Gu	4 613.14	30	skier	593.33
6	athlete	3 814.15	31	halfpipe	577.71
7	Covid	2 536.57	32	freiski	560.61
8	game	1 884.55	33	Putin	560.61
9	winter	1 865.65	34	human	548.80
10	medal	1 737.11	35	slopestyle	547.26
11	Zhu	1 543.38	36	Biden	542.67
12	Uyghur (s)	1 441.58	37	NBC	540.94
13	medium	1 150.85	38	Xinjiang	516.44
14	Dwen	1 147.97	39	country	512.84
15	sport	1 093.86	40	Pyeongchang	507.21
16	event	1 046.15	41	boycott	485.51
17	Weibo	1 001.13	42	team	471.25
18	unite	1 001.04	43	freestyle	429.15
19	ski	968.23	44	citizenship	428.21
20	compete	927.69	45	Russia	410.72
21	gold	923.99	46	American	404.14
22	skate	881.97	47	bubble	400.59
23	win	779.48	48	Xi	395.16
24	genocide	745.40	49	coronavirus	391.59
25	skater	727.66	50	virus	391.24

越能够凸显说话者对事物的看法或态度。考察“China”“Chinese”的搭配特征有助于发现媒体报道中与“中国”相关的高频搭配结构以及所塑造的中国形象。“China”“Chinese”的搭配词详见表2。

观察表2,发现“China”和“Chinese”的显著搭配词主要是名词和动词。词性差异伴随感情色彩的不同,进而构建出不同的中国形象。

(1) 带有消极意义的搭配词及索引行分析

由表2可知,美国媒体在报道中常用“criticize”(19次)、“abuse”(32次)、“accuse”

(14次)等带有显性负面态度的词汇来描述中国,侧面塑造了负面的中国形象。首先,结合索引行发现,“China”常常出现在“criticize”“accuse”的宾语位置,即作为被批评与谴责的对象。对包含这些动词的索引行进行分析,发现其语境总体是对中国人权问题(例1、例2)的无端指责。不难看出,美国媒体涉华报道频繁使用“criticize”“accuse”等动词大肆宣扬中国奉行极度严苛的防疫举措,对维吾尔族及其他穆斯林群体实施人权压迫,遭到世界各国强烈谴责和抵制。这是美国媒体对“人权践踏者”的中国形象所进行的重点建构。

表2 “China”和“Chinese”的搭配词表(前10位)
Tab. 2 Collocations of “China” and “Chinese”(Top 10)

序号	China搭配词	MI值	频数	序号	Chinese搭配词	MI值	频数
1	represent	5.166 57	35	1	Descent	6.750 10	10
2	crime	4.956 15	11	2	Jinping	6.187 16	22
3	commit	4.818 64	14	3	Mandarin	5.987 60	14
4	criticize	4.674 25	19	4	Communist	5.541 83	33
5	abuse	4.609 19	32	5	Party	5.406 47	33
6	twitter	4.564 89	13	6	Ministry	5.312 69	12
7	accuse	4.340 60	14	7	Government	5.278 42	64
8	Russia	4.275 50	35	8	Xi	5.231 77	24
9	compete	4.223 90	49	9	Capital	5.049 66	10
10	criticism	4.155 68	12	10	culture	4.887 60	11

例1 Finnish ice hockey head coach Jukka Jalonen on Sunday *accuse* China of “not respecting human right” for keep his star player Marko Anttila in isolation for more than two week. (CNN, 2022-02-09)

例2 Ai late join him in the far northwestern region where, today, China have be *accused* of genocide by the unite state against Uyghurs and other Muslim minority. (CNN, 2022-02-06)

动词“commit”通常带有一种错综的语义氛围^[20]。细读索引行,发现“commit”不太以“commit to”(3次)的搭配形式出现,很少用来描述中国积极参与国际或国内事务,而是多与犯罪、屠杀、灭绝等具有消极语义特征的词项共现(11次),以将中国刻画为施虐行为的发出者,典型短语为“commit genocide of the Uyghurs Muslims”。观察“China”与“abuse”的索引行,发现“abuse”多以名词形式出现,典型搭配为“China’s human right abuses”(25次),语境频频指向外媒、官员等各方对中国穆斯林群体的人权问题的评价。以上典型搭配多现于媒体关于中国压迫少数民族同胞的不实言论中,表面上体现对新疆人权问题的关切,实则是对中国涉疆政策的恶意解读,不怀好意地塑造“极端民族主义者”的中国形象。

(2) 带有中性意义的搭配词及索引行分析

扩展语境发现,“compete”(49次)、“represent”(35次)等中性词汇多指向谷爱凌等运动员的归化问题。提取这类词汇的索引行,发现报道大费笔墨渲染谷爱凌在中国的火爆程度,将其指称为

我国的青年榜样(poster child),同时别有用心地使用“ambitious”“eager”等将中国刻画成野心勃勃、觊觎世界第一霸主宝座的东方强国,认为谷爱凌等人的归化是中国政府向世界展示国力(show it has the power to)的政治实践(见例3)。例4则更直接地使用“claim as their own”来描述中国政府把谷爱凌“视为己有”,旨在将运动员的个人选择上升到政府行为,将运动员视为中国的外宣工具(propaganda)及实现“中国梦”(Chinese Dream)的一环。这印证了钱毓芳对英美媒体有关中国梦话语建构的发现^[21],即外媒常消极解读中国梦的具体内涵,更倾向于建构中国崛起话语,而非中华复兴话语。可见,报道重点刻画了“视运动员为工具”、“潜在威胁者”等中国形象。

例3 Among them, Gu has become a *poster child* for an *ambitious* China, *eager* to *show it has the power* to attract foreign talent and mold a new type of Chinese athlete on the world stage. (CNN, 2022-02-12)

例4 It seems that Gu is part of that *Chinese dream*, with the government and its *propaganda* machine going full steam in *claiming her as their own*. (FOX, 2022-02-08)

(3) 领导人及政府相关的搭配词及索引分析

最后,名词搭配词多为“Xi”(24次)、“Russia”(35次)、“government”(64次)、“ministry”(12次)等与国家领导人、政府等有关的词语。一方面,国家元首的姓名与国家的关联度可充分体现

国家形象的国际显现度^[22],而“Xi”是“Chinese”的高频搭配词之一,反映出中国形象在国际舞台上具有较高的显现度,且外媒经常将习近平个人形象与中国形象联结;另一方面,说明中国政府有关冬奥会的决策和声明是西方媒体的关注焦点。而“Russia”与“China”共现频率较高,恰恰是因为美媒对中俄两国于冬奥会期间发布的联合声明大加报道,体现其对于中俄两国外交关系的关切。

有趣的是,“Russia”与“China”的共现索引行(见表3)反映出美媒建构了两种自相矛盾的中俄外交关系。一方面,报道声称中俄两国外交关系进入全新时代(“new era” relation),详尽描述长期睦邻友好关系(long term good neighbourliness)、

背对背(back-to-back)战略合作关系,并称中国为俄罗斯提供资金支持(banker),凸显两国紧紧相依的贸易往来(depend deeply on trade)(索引行1~5行)。可见,报道刻画了中俄“亲密无间的盟友形象”。另一方面,媒体对中俄两国的崛起心存焦虑(a warn to democracy),并恶意挑拨中俄友好伙伴关系,用“China have other priority”,“Russia matters a lot less”等传达中国对俄“貌合神离”的外交立场(索引行6~8行)。同时,报道以中俄贸易总额下降做文章,暗示中国担心西方国家对俄经济制裁会祸及自身,故不会给俄罗斯提供实质性的经济援助。因此,报道重点建构了中俄“貌合神离的伙伴形象”。

表3 “Russia”和“China”的共现索引行

Tab. 3 Concordance of “Russia” and “China”

1	really a pie in the sky because	China	is now Russia's banker, “Wilkie say.”
2	change in the international situation	China	and Russia are committed to deepen back-to-back
3	he added. Wang also highlight	China	and Russia's long term good neighbourliness
4	praise the “new era” relation between	China	and Russia. He also point to the economic
5	situation. Russia depend deeply on	China	for trade, but that's not the case the
6	that strengthen tie between Russia an	China	is a warn to democracy around the world
7	grievance is legitimate.” Russia needs	China	for trade. China has other priority.
8	and Chinese custom data. But for	China	Russia matters a lot less: Trade
9	problem. Trade between Russia and	China	in 2015 fall 29% from the year before

(二)“阐释”层话语实践分析

在文本描写分析的基础上,本文进一步通过信息源对互文性开展研究,进行话语实践的阐释。话语实践分析主要指分析话语的生成、传播和接受过程,阐释文本与话语实践的关系。信息来源指报道者引述话语的发出者。信息来源涉及话语的来源,直接关系到话语本身的可信度。报道者在新闻中对个别消息来源的倾向性选择,即在报道中强化或压制某些主体的发声,往往能反映其报道立场,并引导读者对报道对象表明态度或给出评价。本研究将信息源归为以下8类:党政机关、媒体记者、专家和学者、公司企业、运动员、普通民众、社交媒体、不明信息源。分类统计结果如表4所示。

两家报刊在北京冬奥会期间的涉华报道共有227条信息源(见表4),其中含205条明确信息源和22条不明信息源。数据表明,两家媒体十分

重视转述党政机关(77次)及专家学者(44次)的话语。在大众潜意识中,这类言论有较高的权威性及可信度,对这类信息源进行引用方便媒体为报

表4 信息源频数分布表

Tab. 4 Frequency of information source

信息源	合计	占比/%
党政机关	77	34
媒体记者	26	11
专家和学者	44	20
公司企业	9	4
运动员	35	15
普通民众	9	4
社交平台	5	2
不明信息源	22	10
总计	227	100

道中的观点提供佐证,以达成其抹黑中国形象的目的。这类引用多是关于中国的负面论调:所谓“权威的”美国政府机构、专家学者堂而皇之地将奥运政治化(见例5)、种族灭绝、潜在的威胁者等由谎言编织成的帽子扣在中国头上。

例5 McCaul said in a statement to Fox News Digital, “Just as they did in 2008, the CCP will certainly use these Olympics in an attempt to whitewash their genocide, military aggression and oppression of their own people.”(FOX, 2022-02-08)

引述新闻事件当事人的话语有利于提升新闻的客观真实性,挖掘新闻热点,故奥运参与者也作为常见信息源出现于报道之中。观察发现,报道所转述的国内外选手的话语侧重点大相径庭。比如,谷爱凌、苏翊鸣等大热选手的话语主要侧重于其对冬奥会的直观感受,而对外国选手话语进行转述时,则偏向于其对中国“防疫举措”(见例6)的评价,进而影射中国的“人权问题”“民主问题”,抨击中国政府将疫情防控置于基本人权之上,最终达到进一步强调中国“人权践踏者”形象的目的。

例6 “My stomach hurts, I’m very pale, and I have huge black circles around my eyes. I want all this to end. I cry every day. I’m very tired,” Vasnetsova said in an Instagram video. (FOX, 2022-02-05)

值得注意的是,两家媒体不仅聚焦微博、推特等主流社交媒体言论,也格外关注海内外新兴的自媒体平台言论,如小红书、抖音、TikTok。这一方面展现出中国社交媒体多元化的范式转变及其在世界舆论体系中日渐攀升的影响力;另一方面,社交媒体言论纷繁复杂、主观性强、两极分化严重,而媒体有目的地从此类模糊信息源中挑选,以服务于其脑海中预先建构的中国形象,不顾报道的客观性、真实性,隐蔽传递涉华污名化信息。例如,美媒常在同一篇报道中同时转述中国网友对谷爱凌的赞扬以及对朱易的指责性言论(见例7),对鼓励及安慰性的话语则视若无睹,故意凸显网友对于“赢者”和“输家”的不同态度,渲染胜者锣鼓喧天,输家千夫所指的氛围,从而给人留下“视运动员为工具”的中国印象。

例7 On Weibo, China’s Twitter-like platform, the hashtag “Zhu Yi has fallen” gained 200 million views in just a few hours. “This is such a disgrace,” said a comment with 11 000 upvotes. (CNN, 2022-02-07)

CNN和FOX所引用的中国普通民众话语看似

体现了其对中国民族问题、防疫举措的关切,实则是对中国人权问题的指责。他们较少指出确切信息来源,而是使用 many residents(例8), some Chinese people等笼统来源加以虚指和掩饰。此外,不明信息源多取自 critics, observers, commentators等模糊来源。需要注意的是,不明信息源涵盖大量疆独分子和激进分子关于中国建立少数民族“再教育”集中营,监禁、屠杀少数民族同胞的污蔑言论,以抹黑中国对极端主义和恐怖分子的打击行动,进一步强化“极端民族主义者”的中国形象,同时也企图使其抵制冬奥会的对华政治图谋合理化、正当化。

例8 Many Xi’an residents, including vulnerable groups like the elderly, flooded social media saying they hadn’t received enough food, basic supplies, even medical care—a sign of official dysfunction as the city struggled to accommodate its own restrictions. (FOX, 2022-02-09)

(三)“解释层”社会实践分析

根据三维话语分析模型,批评话语分析视域下的社会实践分析旨在揭示对话语生产和阐释过程产生影响的社会实践因素或包括意识形态在内的社会文化因素。上文分析发现,冬奥会期间美国主流媒体涉华报道就“人权问题”“涉疆问题”“中俄关系”“中国崛起”等恶意诋毁和污名化中国的现象较明显。应当指出,美国主流媒体作为美国意识形态的国家机器,其在某一国际重大事件报道的话题设置和舆论倾向始终以国家利益为最终考量^[23]。从2017年初至北京冬奥会举办前,中美关系发生了诸多变化,特朗普执政之初便宣布将对华接触竞争转为战略竞争^[33],并正式将中国定义为“战略竞争对手”。期间,中美在高新技术产业不断“脱钩”,美国政府通过切断华为的供应链来遏制华为在5G领域的发展势头,另有多家政府或商业机构被美国商务部藉由涉疆“人权”问题纳入实体名单。此外,2021年12月,拜登政府同样借“人权”问题对北京冬奥会展开外交抵制。美国政府对华态度和举措必然会体现在冬奥会期间的涉华报道中。因而,“Xinjiang”“human”“genocide”“accuse”等词汇在报道中高频出现,以此构建中国“人权压迫者”“极端主义民族者”的形象特质。从这个意义上讲,美媒报道所塑造的中国形象很大程度上受美国政府对华战略竞争的影响。

还应指出,北京冬奥会举办具有特殊的国际背景,并产生了特定的新闻热点,这也影响了美国主流媒体对中国形象的建构。其中,运动员谷爱凌因其家庭背景、学历及其卓越的比赛成绩得到国际上广泛关注。我们发现,美国媒体在与谷爱凌相关的报道中有意放大这种舆情热点,即谷爱凌代表中国参赛是中国政府外宣计划的一部分,而非其个人选择,从而塑造中国“视运动员为工具的形象”。此外,冬奥举办适逢俄乌冲突的国际背景。中俄双方于冬奥开幕当天发布了《中国和俄罗斯关于新时代国际关系和全球可持续发展的联合声明》,阐述了两国关系以及在部分全球议题上的立场,强调中俄“两国友好没有止境,合作没有禁区”,这必然引起美国政府的警觉。因此美国主流媒体塑造中俄“亲密无间的盟友形象”,企图将两国战略合作伙伴关系扭曲为地方性结盟,渲染“中俄威胁论”的恐慌。带有讽刺意味的是,基于根深蒂固的霸权主义思想,美国政府奉行国际关系非友即敌、二元对立的外交观念,故认为中俄联姻仅是西方制裁下的无奈选择,因而企图建构中俄“貌合神离的伙伴”关系形象。

三、结语

本文运用语料库方法和批评话语分析理论,实证考察了美国主流媒体冬奥期间涉华报道中建构的中国形象及其形象建构的动因。研究表明,美国主流媒体总体上构建负面的中国形象,表现为:(1)就冬奥直接相关议题建构“国际关注度”和“视运动员为工具”的中国形象;(2)煽动中国“人权”“民主”等议题,虚构出“人权压迫者”“极端民族主义者”的中国形象;(3)关注中国外交关系,捏造中国“潜在的威胁者”和中俄“亲密无间的盟友”及“貌合神离的伙伴”的关系形象。研究认为,作为美国意识形态的国家机器,媒体对华形象的负面建构背弃了新闻的客观公正,这是受美国国家利益支配的结果。

值得指出的是,本研究发现美国主流媒体倾向于就中国的民族问题、人权问题、中国崛起等炮制各类虚假议题,对我国国际形象造成了一定的负面影响。鉴于此,亟需更多研究专门探讨西方主流媒体关于这类话题的态度及认知。此外,本研究时间

跨度较短,当前学界关于中国形象的研究也主要聚焦特定时段、事件或政策背景,而中国国家形象的历时演变研究尚未得到足够关注,未来可采取历时视角探究美国媒体涉华话语建构特征以及表征方式随时间的变迁,进一步揭示外媒所建构的中国形象在符号层面及其意识形态层面的协同共变关系。

参考文献:

- [1] KOTLER P. A Framework for Marketing Management[M]. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2001.
- [2] 胡开宝,李鑫.基于语料库的翻译与中国形象研究:内涵与意义[J].外语研究,2017,34(4):70-75.
- [3] 徐小鸽.国际新闻传播中的国家形象问题[J].新闻与传播研究,1996(2):36-46.
- [4] 胡伟华,徐英捷.国际媒体中的中国形象研究二十年之流变——基于CiteSpace的科学知识图谱分析[J].外语电化教学,2022(4):42-51.
- [5] 陈琳琳.中国形象研究的话语转向[J].外语学刊,2018(3):33-37.
- [6] 刘文宇,毛伟伟.非洲报纸媒体中中国形象的语料库辅助话语分析[J].外语研究,2020,37(2):9-15;55.
- [7] 唐青叶,史晓云.基于语料库的南非大报对习近平主席访非报道的话语分析[J].北京第二外国语学院学报,2016,38(1):14-24.
- [8] 胡晓斌.中美媒体对新冠疫情下的中国国家形象建构对比研究——语料库辅助的三维话语分析[J].天津外国语学院学报,2021,28(4):74-86.
- [9] 郇昌鹏,管新潮.中国形象研究的话语与翻译转向——基于信息贡献度与文献计量的知识图谱分析(1994—2021)[J].外语电化教学,2022(1):56-62.
- [10] 牛慧清,段嘉希.北京冬奥会期间《俄罗斯报》对中国形象的建构研究[J].青年记者,2022(16):63-65.
- [11] 张晨佳,胡作友.评价系统视角下《中国日报》北京冬奥会报道中对国家形象的评述[J].信阳农林学院学报,2022,32(3):63-67.
- [12] 刘静轩,张子轩,于杰,等.多元与偏见:西方媒体北京冬奥会报道中的中国国家形象话语表征[J].武汉体育学院学报,2022,56(3):23-29;100.
- [13] FAIRCLOUGH N. Discourse and Social Change[M]. Cambridge: Polity Press, 1992.
- [14] FAIRCLOUGH N. Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research[M]. New York: Routledge, 2003.

(下转第232页)

- 化分析[J]. *外语研究*, 2016, 33 (2): 39-45.
- [3] 李莎莎. 德国主流媒体对中国“一带一路”倡议认知——一项语料库批评话语分析[J]. *德国研究*, 2019, 34 (2): 99-114;159.
- [4] 田海龙. 语篇研究: 范畴、视角、方法[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2009.
- [5] 项蕴华, 王际婷. 2012年美国总统竞选电视辩论中文文本的批评性分析[J]. *外语学刊*, 2016 (01): 76-79.
- [6] REISIGL M, WODAK R. Discourse and Discrimination[M]. London: Routledge, 2001.
- [7] JÄGER S. Kritische Diskursanalyse: Eine Einführung[M]. Münster: Unrast Verlag, 2009.
- [8] FELDER E. Pragma-semiotische Textarbeit und der hermeneutische Nutzen von Korpusanalysen für die linguistische Mediendiskursanalyse[C] // FELDER E, MÜLLER M, VOGEL F. Korpuspragmatik: Thematische Korpora als Basis diskurslinguistischer Analysen. Berlin: de Gruyter, 2012: 115-174.
- [9] WODAK R, MEYER M. Methods of Critical Discourse Analysis[M]. London: Sage, 2001.
- [10] 蔡强, 张雅轩. 中西方主流报刊“一带一路”报道批评话语分析与比较[J]. *华北理工大学学报(社会科学版)*, 2020, 20 (5): 126-133.
- (责编: 朱渭波)
-
- (上接第225页)
- [15] FAIRCLOUGH N. Critical discourse analysis: The Critical Study of Language[M]. New York: Longman, 1995.
- [16] WIDDOWSON H G. Discourse analysis: a critical view[J]. *Language and Literature*, 1995, 4 (3): 157-172.
- [17] 许涌斌, 高金萍. 德国媒体视域下的“人类命运共同体”理念研究——语料库辅助的批评话语分析[J]. *德国研究*, 2020, 35 (4): 151-167.
- [18] SCOTT M, TRIBBLE C. Textual Patterns: Key Words and Corpus Analysis in Language Education[M]. Philadelphia: John Benjamins, 2006.
- [19] SINCLAIR J. Corpus, Concordance, Collocation[M]. Oxford: Oxford University Press, 1991.
- [20] 王家义, 李德凤. 基于BNCweb(CQP-Edition)的英语词汇深度分析——以“commit”为例[J]. *外国语文*, 2018, 34 (6): 102-110.
- [21] 钱毓芳, 黄晓琴. 英美主流报刊关于“中国梦”的话语建构研究[J]. *天津外国语大学学报*, 2016, 23 (4): 15-21.
- [22] 林元彪, 徐嘉晨. 基于语料库的新中国成立70周年外媒英语报道话语分析研究[J]. *外语教学理论与实践*, 2020 (1): 41-49.
- [23] 毛伟. 美国媒体对外报道双重标准背后的国家利益站位[J]. *对外传播*, 2021 (2): 63-66.
- (责编: 朱渭波)