

# 批评话语视角下西方主流媒体对中国形象的塑造

——以BBC纪录片《中国创造》为例

肖文, 王雪霏

北京工业大学, 北京  
Email: xiaowen970406@163.com, 13911991289@163.com

收稿日期: 2021年5月6日; 录用日期: 2021年6月14日; 发布日期: 2021年6月21日

## 摘要

本文运用费尔克劳的三维分析框架,从文本、话语实践和社会实践三个方面来分析BBC拍摄的纪录片《中国创造》对中国形象的塑造。研究发现,BBC对中国形象刻画的总体基调虽以消极为主,旨在突出中国存在的社会问题,但在陈述事实的基础上,亦肯定赞赏中国科技发展带来的社会变化。BBC如此塑造中国形象的原因可能与中国综合国力的发展和西方对世界的反思有关。但是同时应该注意到,西方社会还是难以摆脱“西方中心论”的价值观,彻底转变对其中国的固有印象尚需时间。

## 关键词

三维分析框架, 纪录片, 《中国创造》, 中国形象

# The Shaping of China's Image by Western Mainstream Media from the Perspective of Critical Discourse Analysis

—Taking the BBC Documentary “Designed in China” as an Example

Wen Xiao, Xuefei Wang

Beijing University of Technology, Beijing  
Email: xiaowen970406@163.com, 13911991289@163.com

Received: May 6<sup>th</sup>, 2021; accepted: Jun. 14<sup>th</sup>, 2021; published: Jun. 21<sup>st</sup>, 2021

## Abstract

This paper adopts Fairclough's Three-Dimensional Analysis Framework to analyze the image of China created by BBC Documentary "Designed in China" in terms of text, discourse practice and social practice. The result shows that although BBC aims at highlighting a variety of social problems from a negative perspective when drawing the image of China, it also acknowledges the social changes brought about by the development of China's science and technology. The reason why BBC portrays China's image in such a way may be related to the development of China's comprehensive national strength and the western reflection on the world. However, it should also be noted that it is far from easy for the western society to remove the "western centered" values; thus it will take time to completely change its stereotyped impression of China.

## Keywords

Three-Dimensional Analysis Framework, Documentary, Designed in China, China's Image

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

在日益发展的国际社会,中国所扮演的国际和社会形象越来越受到大众的关注。正因为中国日渐强盛的综合国力和不断提高的国际地位,中国形象的塑造成为各国媒体感兴趣的话题。也成为学者们竞相研究的课题。如王伟平(2010)对纪录片《知识就是力量——中国新精英》的分析得出,中国是一个不公平的国家,中国大学生也被定义为危险的竞争对手和充满威胁的敌人[1]。李冬青和孟宇鸿(2015)以 BBC 纪录片《中国人来了》为分析文本,得出该纪录片中的中国形象是不安定的、炫耀武力的[2]。洪小星和董小玉(2015)从文本建构和形象塑造的角度分析纪录片《超级中国》,得出的结论同样是消极的[3]。为了验证存在“中国消极论”这一命题,本文将以前 BBC 2016 年拍摄的中国形象纪录片《中国创造》为分析文本,运用费尔克劳的批评话语分析三维框架(文本-话语实践-社会实践),试图剖析《中国创造》中隐含的语言、权力和意识形态之间的关系,以期得出西方媒体眼中的当下中国形象,是一如既往的消极,还是悄然发生着变化?

## 2. 批评性话语分析

批评性话语分析起源于批评语言学的发展,后者的目标是通过语篇分析回答“为什么”和“怎么样”的问题[4]。而前者更侧重于透过分析语篇表面的语言形式来揭示语言和权力之间的关系。批评性话语分析的主要方法有三种:系统功能语法分析,语篇题材交织性分析和话语历史背景分析[5]。作为当代批评性话语分析的杰出代表之一,费尔克劳结合上述的研究方法提出了批评话语分析的三个论点,即语言是一种社会实践,是社会秩序的一种永恒的介入力量,从各个角度反映现实,通过在线意识形态来操作、影响社会过程;在社会文化环境中,语言与价值观念、宗教信仰和权力关系之间是一种互为影响的关系;语言的使用可以促使话语的改变和社会的变革[6]。基于此,费尔克劳提出了著名的三维分析框架:文本、话语实践和社会实践,如今该框架已经成为最为广泛使用的分析方法。

费尔克劳的三维分析框架以文本为中心, 从文本、话语实践和社会实践三个层面分析语篇中隐藏的信息。文本的分析主要是对文本内容和形式的语言学分析, 集中于对词汇、语法、标点、话轮转换、题材和表达的直接间接方式等的分析[7]。费尔克劳还提出了一些分析过程中会遇到的问题, 如字词的经验价值、关系价值及语法特征的关系价值、表达价值以及句子之间的彼此联系等。文本分析作为三维分析框架中的第一层, 集中分析语篇的文本价值, 从最外层来分析语篇中蕴含的表达意义和传播者的思想。

话语实践作为三维分析框架的中间层, 在文本分析和社会实践分析中架起连接的桥梁, 其目的是弄清说话者对话语命题所承担的责任程度以及了解说话者与听话者之间的社会距离与权力关系[8]。辛斌和纪卫宁认为话语秩序是话语实践层面非常重要的分析内容, 既是结构又是实践。它控制交际中体裁和话语的使用, 设定什么样的体裁和话语可用, 规定什么可说、不可说[9]。话语实践一般从互文性的三个方面进行分析, 即转述话语出处、转述方式(直接引语和间接引语)、转述动词。本文主要通过分析话语实践中的转述话语出处和直接引语的转述方式来研究说话人的意图。

社会实践是三维框架理论的最外层, 它联系社会和历史背景, 对话语实践进行解释[10]。对于语言研究者来说, 当需要对语言进行解析的时候, 需要将语言放在特定的社会条件下进行解读。社会实践层面上的解读便是对权力关系和意识形态的更深一步的解读。

在上述的理论基础上, 本文主要研究两个问题:

- 1) BBC 纪录片《中国创造》塑造了什么样的中国形象?
- 2) BBC 纪录片《中国创造》是如何从文本、话语实践和社会实践三个层面塑造中国形象的?

### 3. 语料收集

本文所分析的语料是 BBC 2016 年拍摄的纪录片《中国创造》。该纪录片分为三集, 每集时长约 23 分钟, 其主要的题材是中国信息技术领域的发展。本文使用软件“听见字幕”进行语言材料的收集和提取, 共提取 39,935 个字符, 后续进行了手动清洁语料的工作, 删除了受到纪录片中杂音的影响的字符“hum...”、“hi”、“hahaha”等字符, 最终得到 39,926 个字符。

## 4. 对纪录片《中国创造》的分析及讨论

本节从文本层面、话语实践层面和社会实践层面具体分析和讨论《中国创造》的形象建构。需要指出的是本节所用来分析的语料是纪录片中的采访、解说词等语言文字, 并不包括图像等非文字信息。

### 4.1. 文本层面

文本层面的分析是三维分析框架中的第一部分, 费尔克劳指出文本层面的分析主要包括分类、暗喻、及物性、语态、情态、文本结构和衔接等部分[10]。但是并非所有的文本都需要进行上述所有语言形式的分析, 不同的文本因其所呈现的价值取向和意识形态的不同在不同的语言特征方面会呈现出不一样的侧重。所以, 本文在分析《中国创造》时将会采用该纪录片中比较典型的语言特征进行分析, 即分类和文本结构。

#### 4.1.1. 分类

分类是指语篇中对人物、事物的命名和描述, 可以通过词汇的选择得以实现[8]。这里的词汇选择具有一般的或更加地方的文化意义, 其潜在的意义被当做分析霸权的一个模式和斗争的焦点[10]。批评性话语分析认为, 对文本词汇的选择策略进行分析是呈现文本生产者态度立场和价值理念的有效方法[8]。

《中国创造》通过词汇选择中的过度词汇化(overlexicalization)这一方法表明其立场并呈现中国国家形象。过度词汇化是指使用大量的同义词或者近义词对同一事物进行反复描述。过度词汇化的作用是为

了强调某一事物的某一特点, 在分析过度词汇化的过程中有助于了解文本生产者的真实想法和其想传达的信息。

从表 1 中的划线词语可以解读出中国作为被修饰的客体被大量带有消极意义的词汇所包围。“unpalatable”(无法接受的)这里指的是中国生活中的一部分令人无法接受, 如: “take on human rights”(不尊重人权)、“control of the media”(控制媒体)、“sensor inconvenient information”(屏蔽信息)等, 该表述都进一步说明了中国是一个并不自由的国家。又如: “being monitored”、“being watched”(被监视)、“China is not free”(中国是不自由的), 这些过度修饰性的词汇都将中国置于一个消极的语义氛围中。除了强调国家对人权的不尊重以及国家对国民的监视和控制, BBC 还使用“snoop on”(窥探)和“conquer”(征服)等词语来说明中国的野心, 旨在让中国一个“不公平”、“不自由”、“企图监控其他国家”的形象深入人心。

但是除了这些具有消极意义的话语之外, BBC 也不乏使用许多表示赞美和积极语义的话语来描述中国这一客体。

这些表达出现在纪录片第一集开始处(见表 2), 因此不难看出, BBC 这部纪录片的基调并不只是贬低和讽刺中国, 其实也有肯定、赞扬和欣赏中国的地方。用“like none other”和“has gone its own way”(独一无二的)、“ready”(蓄势待发的)、“quite young”(年轻的)、“energy”(能量)、“enthusiasm”(热情)这些词语将当下不断发展向前的、拥有巨大潜能的大国展现在世人面前。此外, 在表格中出现的“The Chinese brands themselves are starting to break out”(中国品牌自身也开始爆发)、“Made in China” is becoming “designed in China”(“中国制造”正变成“中国创造”)也表明了中国现在并不只是一个跟在他国身后的国家, 而是重视和强调创新和发明的国家。

**Table 1.** Overlexicalization (negative) statistics

**表 1.** 过度词汇化(消极)统计

客体	过度词汇化
中国	<u>unpalatable</u>
	<u>take on</u> human rights, its <u>control</u> of the media
	<u>sensor</u> inconvenient information
	<u>being monitored</u>
	The theme of <u>surveillance</u> is strong here
	<u>snoop on</u> US data
	<u>conquering</u> the US
	China is <u>not free</u>

**Table 2.** Overlexicalization (positive) statistics

**表 2.** 过度词汇化(积极)统计

客体	过度词汇化
中国	a country <u>like none other</u>
	for so long <u>has gone its own way</u>
	which is now <u>ready</u>
	It kind of feels <u>quite young</u>
	There is an <u>energy</u> here, an <u>enthusiasm</u> to welcome the world
	The Chinese brands themselves are starting to <u>break out</u>
	“Made in China” is becoming “ <u>designed in China</u> ”

### 4.1.2. 文本结构

费尔克劳的三维分析框架从韩礼德的系统功能语法中吸收了不少精髓, 比如对文本结构的分析便是批评话语分析从系统功能语法中借鉴的方法[5]。文本结构是指文本的组织和呈现方式, 体现了文本生产者所采用的视角和所持的态度立场[11]。通过对文本结构的塑造可以使某些信息被重视、突出或被忽视, 即文本结构的“前景化”和“背景化”。所以, 通过对“前景化”和“背景化”的分析可以得出文本生产者的态度和立场。例如:

解说词 1: But on a campus this big the midday meal itself can be a bit of special. It's 11:38 am and I'm reliably informed in the next few minutes this place is going to fill up like crazy. And it's 12:00 and everyone's eating. If it looks like everyone's in a rush, well, they are, the quicker they eat, the longer they have for the customary post-lunch nap. I kid you not, having a roll-up bed, under your desk is perfectly normal here. (《中国创造》第二集)

这里主持人着重介绍了华为员工的一种高度紧张的工作环境和工作状态。“the quicker they eat, the longer they have for the customary post-lunch nap”, 该句折射出员工的午饭时间和午休时间显然都是不够的, 员工只有通过自己加快吃饭来挤出休息时间。另一方面, 华为基地员工的休息环境也是令人堪忧的, “I kid you not, having a roll-up bed, under your desk is perfectly normal here.”, 仅仅一张可以折叠的、放在桌子下面的小床就构成了简单的休息地点。在这里, 华为的科技成就和员工的企业精神是被背景化的、被忽略的, 前景化的信息是华为员工较为苛刻的工作条件和工作环境。这一部分虽然并没有直白地表达了华为企业对员工的压榨, 但通过文本结构的组织和呈现方式的运用, BBC 刻意地回避了对华为企业优点的描述, 从侧面衬托出华为企业对员工的压迫。

解说词 2: Its people can't just do what they want, say what they want, read what they want. The government controls the media here and it tries its hardest to lock down the Internet too. (《中国创造》第三集)

在此, 本文以第三集开篇这句总结性的解说词为例, 再次进行文本结构的分析。通常情况下, 文章的开用来引起读者兴趣或者奠定文章基调, 此处解说词具有此类作用。BBC 将中国的互联网和新媒体发展背景化, 而前景化的内容是中国政府通过对互联网和媒体的控制来达到对国民思想和行为的控制。“Its people can't just do what they want, say what they want, read what they want.”, 不难看出 BBC 想要描绘怎样的中国社会环境, 潜台词即为中国社会是并不自由的。

综上, 在文本结构方面, 虽然 BBC 更加注重的是中国现存问题的描述, 并且将特定的信息背景化处理, 但是不得不承认 BBC 所提出的某些问题也是真实存在的, 并且值得我们反思和深入地探讨。因此 BBC 并非是以一种消极和否定的基调来介绍中国, 而是在相对客观的基础上将重点放在了对问题的介绍上, 这与以往单一批评的基调并非一样。

## 4.2. 话语实践层面

话语实践主要研究的是文本的生产、分配和消费。作为三维分析框架的第二层面, 它将文本和社会实践连接起来, 成为其中的纽带。互文性研究是社会实践非常重要的内容, 通常被语言学家所青睐。费尔克劳指出语言分析和互文性分析是语篇分析的两种互补形势, 文本层面的分析是语言分析, 那么在话语实践层面进行互文性分析是非常合理的。费尔克劳还指出互文性与霸权主义有至关重要的关系[10], 那么对互文性的分析可以清晰看出 BBC 的立场和态度。对互文性的分析涉及引语、消息来源和转述动词三个方面。对于引语来说, 分为直接引语和间接引语两部分。其二者最大的区别是在直接引语中可以明确区分报道者的声音和引语的声音, 而在间接引语中没有明确的区分[12]。辛斌指出在新闻报道中直接或者间接使用他人的话语可以提高报道的真实性和客观性[13]。对于消息来源的分析, 辛斌曾经提出直接明确



的话语出处、未明确指出的话语出处和不可直接指出的话语出处[13]。本文主要研究出现的直接引语和转述话语出处。

话语 1: In China, the situation is a little bit different when the government tries to push something it typically gets enough attention, enough resources, enough forces. So in China, you always see everyone goes in the same direction. It's good, it's bad. But sometimes, at this point, everyone goes into this mass entrepreneurship and innovation. I think it helps. (《中国创造》第一集)

此处, BBC 将镜头切给了驭驾科技 CEO 吴甘沙, 插入了他的话语。从消息源角度, 这段话是有明确的话语出处的, 从转述方式角度, 直接引语的使用增加了纪录片的客观性。其次, 吴甘沙的这段采访是在表明中国以及中国国民在面对某项产业发展时表现出来的积极的态度。“it typically gets enough attention, enough resources, enough forces.” 此句说明如果中国政府要推动某项产业发展, 就一定会得到足够的社会关注、足够的资源和足够的能量, 其传递出来的信息是中国政府会大力支持和鼓励新事物的发展。又如: “So in China, you always see everyone goes in the same direction.” 这句话说明了中国人是有团结心的, 当需要大家努力为一件事做出贡献时, 所有人都会往同一个方向努力。通过这段话可以得出结论, BBC 在塑造中国形象的时候也是有赞同和欣赏一面的。

尽管如此, 在话语实践层面, 该纪录片主要持批评与否定态度, 例如:

话语 2: The Great Firewall, in its essence is the Great Firewall of the mind. The firewall actually will last as long as the regime lasts as long as the impulses of control for the Government last and it will work. And it doesn't work in the short run, it works in the long run. Because it blocks certain information and for people who are actually not knowing this information everything existed. They don't know. (《中国创造》第三集)

这段话来自原国务院总理秘书鲍彤在接受采访时的话语, 具有明确的话语出处, 且是直接转述来自权威者的直接引语。费尔克劳将直接引语分为四种情况, 其中之一就是转述话语来自权威者[12]。使用来自权威者的直接引语会使语言更加具有客观性和说服力。“The Great Firewall, in its essence is the Great Firewall of the mind.”, 鲍彤指出中国的防火墙其实也是思想的防火墙, 并且只要是中国政府存在, 那么这个制度是一定会存在的, 它与中国政体共存亡。随后又指出作为一个长期运作的防火墙, 其实有很多人根本不知道它的存在。(“Because it blocks certain information and for people who are actually not knowing this information everything existed. They don't know.”)。在此, BBC 想要通过中国防火墙的存在来表现中国并不自由的、控制了国民的思想的社会制度。在这种制度下, 有些信息是国民是接触不到的, 但是这种现实并不是自己选择的, 而是一种被动接受, 因为人们不知道防火墙的存在。所以通过这段话又能看出 BBC 塑造的中国依然是一种不自由、不公平的形象。

除了对权威者的采访, BBC 还采访了普通市民, 以增加其纪录片的可信度。如下面的这段内容,

话语 3: “We're being watched. Of course, I mean, everybody knows we're being watched because surveillance is everywhere. If this were a student protest it will only take about less than one day for the Government to find out and then it will be taken offline.” (《中国创造》第三集)

在这段采访中, 市民使用“being watched”(被监视)、“surveillance”(监控)和“everywhere”说明监控无处不在。“If this were a student protest it will only take about less than one day for the Government to find out and then it will be taken offline.”, 这句说更加证明了政府监控国民的行为, 如果发生学生抗议活动, 政府会迅速查出并进行网络封锁。不难看出中国政府的确是非常重视网络完全以及现实中的一举一动。

通过对《中国创造》直接引语和转述话语出处的分析发现, BBC 使用社会权威人士和普通中国国民的直接引语来增加纪录片的客观性与可信度。尽管这部纪录片塑造的中国形象呈现出积极的一面, 但其

主要目的还是聚焦放大中国发展中的问题。虽较之前的报道有所改观,但想要西方媒体彻底转变对中国形象的片面认知,仍尚需时间。

### 4.3. 社会实践层面

社会实践的分析是结合社会与历史背景对话语进行深刻的分析,探究出现这种情况的原因。作为三维分析框架的最外层,社会实践分析对文本和话语实践层面起着至关重要的作用,即分析产生的原因。从上述文本和话语实践层面分析来看,BBC《中国创造》这部纪录片对中国形象的塑造是相对客观的,虽然依旧无法摆脱消极与批判的一面,但不乏对中国的赞美和肯定。总体上对中国形象进行恶意诋毁和“妖魔化”的情况转变了许多。因此本小节将会从社会背景和历史背景入手,结合意识形态,分析西方媒体视角下中国形象产生变化的两点原因。

首先,变化来自中国综合国力的逐渐增强和日渐提升的国际地位。结合中国的社会与历史背景来看,中国从古至今都尊崇“以和为贵”的儒家思想,所以在国际社会上,中国与多国交好,互通有无,并及时提供帮助。其次,中国致力于在国际社会上宣传弘扬本国文化,如孔子学院的创办使越来越多的外国友人了解了中国汉字和中国文化。这些都为中国传播自己的价值观和宣传和本国形象塑造奠定了基础。主流媒体也不可避免被这种情况所影响,对中国形象的塑造逐渐趋于客观公正。

但从上面的分析中也可以看出,让外媒彻底改变对中国的偏见还需走很长一段路。外媒对中国一直以来的偏见也与其社会和历史背景有关。费尔克劳曾指出西方的媒体乐于再现以欧美为主体的国际秩序 [2] [7] [14]。在西方社会看来,他们的价值观和社会制度才是具有普世价值的。产生偏见的原因一个是“西方中心论”在控制西方媒体的思想,另一个是“中国威胁论”的产生。西方媒体在对中国进行评价的时候难免会以本国思想作为评判标准。而在“自由至上”和其宣称的“普世价值”的影响下,西方世界无法理解中国政府的某些行为方式,认为这是不公平和不自由的。另一方面两国政体的不同也会让媒体产生不同的看法,对不同政体的不理解也就产生了“中国威胁论”的看法。他们认为中国的军事和经济的崛起都对其国家产生了巨大的威胁。曾有媒体对西方民众做过有关于“中国威胁论”的社会调查,大部分西方民众都赞同这个看法。虽然近年来这种看法有所改变,但受其根深蒂固的价值观影响,“中国威胁论”在西方还是影响深远。

## 5. 结语

依据费尔克劳的三维分析框架,本文从文本层面(过度词汇化和文本结构)和话语实践层面(直接引语和转述话语出处),分析了BBC纪录片《中国创造》中的中国形象,并从社会实践层面剖析了英国主流媒体塑造的中国形象背后所蕴含的意识形态和权力关系,得出以下结论:第一,BBC对中国形象的塑造仍以消极为主,旨在突出中国社会的不自由和不公平。但与以往在塑造中国形象方面的一味诋毁和“妖魔化”中国不同,它客观地肯定和赞赏中国创新发展带来的社会变化。第二,出现这种情况的原因与中国自身综合国力的提升、积极宣传本国文化和形象以及西方固有的“西方中心论”和“中国威胁论”有密切的关联。虽然西方社会已经开始以正面、客观和积极的态度来看待中国,但依然存在固有思维对主流媒体的影响,并且这种情况在短时间内并不会得到较为明显的改善。

本文通过对BBC纪录片《中国创造》的分析得出中国形象塑造的相关结论,但仅以一部纪录片来总结外媒对中国形象的塑造,显然具有一定的局限性。但受篇幅等因素的影响,本文只能聚焦一部纪录片进行分析,其结论尚需进一步验证。随着中国全球治理能力的不断提升,中国形象的塑造将会越来越受到全世界的关注。因此我们应该持续关注中国形象在国际社会的宣传,并且在西方主流媒体拍摄的纪录片中进行积极的反思,为传播中国形象,让世界认识真正的中国做出不懈的努力。

## 参考文献

- [1] 王伟平. 对纪录片解说词的批评话语分析——以德国纪录片《知识就是力量——中国精英》为例[J]. 浙江传媒学院学报, 2010(5): 25-27.
- [2] 李冬青, 孟宇鸿. 对 BBC 纪录片《中国人来了》的批评语篇分析[J]. 海外英语, 2015(3): 1-2.
- [3] 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.
- [4] 辛斌. 语言、权力与意识形态: 批评语言学[J]. 现代外语, 1996(1): 21-26.
- [5] 纪玉华. 批评话语分析理论知识[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版), 2001(3): 149-155.
- [6] Fairclough, N. (1989) *Language and Power*. Longman, London and New York.
- [7] Fairclough, N. (2001) *Language and Power*. 2nd Edition, Pearson, Essex.
- [8] 辛斌. 批评语言学: 理论与应用[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2005.
- [9] 辛斌, 纪卫宁. 费尔克劳夫的批评话语分析思想论略[J]. 外国语文, 2009(6): 21-25.
- [10] Fairclough, N. (1992) *Discourse and Social Change*. Polity Press, Cambridge.
- [11] 熊伟. 话语偏见的跨文化分析[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2011.
- [12] Fairclough, N. (1995) Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. *Modern Language Journal*, **181**, 606-610.
- [13] 辛斌. 语篇互文性的批评性分析[M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2000.
- [14] Fairclough, N. (2001) Critical Discourse Analysis as a Method in Social Scientific Research. *Linha d'agua*, **25**, 307-329.