

全非网对中石油企业形象的话语建构

——基于语料库的批评话语分析视角

黄伟玲

中国石油大学，北京

收稿日期：2021年7月19日；录用日期：2021年9月1日；发布日期：2021年9月15日

摘要

本文以全非网中关于中石油企业的报道为语料，分析非洲媒体构建了怎样的中石油企业形象，采用何种语言手段，背后隐藏着何种意识形态。研究发现，全非网一方面塑造了中石油作为经济实力雄厚的国际石油企业形象，同时，又突显了中石油的央企身份，把中石油塑造成了一个苏丹政府的政治合谋者。具体而言，在文本维度上，新闻报道运用积极词汇强调中石油为苏丹经济发展做出贡献，也巧妙使用“掌控者”等，曲解中石油商业活动背后的政治动机。在话语实践维度上，报道大量引用中苏两国政府官员的言语，强调中石油对两国外交关系的重要意义，反映了非洲媒体对我国央企的政治化建构。在社会实践维度上，非洲媒体深受西方意识形态影响，倾向于把中石油央企身份进行过度政治化解读，淡化该国际化大型石油企业的商业性。

关键词

批评话语分析，中石油，企业形象，全非网

Discursive Construction of CNPC's Corporate Image on AllAfrica

—A Corpus-Based Critical Discourse Analysis

Weiling Huang

China University of Petroleum, Beijing

Received: Jul. 19th, 2021; accepted: Sep. 1st, 2021; published: Sep. 15th, 2021

Abstract

Based on news report of CNPC in *AllAfrica*, this study investigates what image is constructed by African media, by what linguistic means, and what factors accounted for this construction. This study finds that *AllAfrica*, on one hand, shapes CNPC as an enormous international oil enterprise, on the other hand, it highlights CNPC as a state-owned company, stressing CNPC as a political conspirator of Sudanese government. Specifically, in textual level, news reports use positive words to emphasize the contribution of CNPC to the economic development of Sudan. At the same time, news coverage also skillfully uses the words “control” to stress the political motivation behind the business activities of CNPC. In the dimension of discourse practice, news reports frequently quote the words from Chinese and Sudanese officials and repeatedly stress the significance of CNPC to the diplomatic relations between the two countries, which reflects the politicization construction of CNPC. In terms of social practice, under the influence of western ideology, African media tend to over-politicize the identity of CNPC as a state-backed oil enterprise and dilute the commercial meaning of this international large oil enterprise.

Keywords

Critical Discourse Analysis, CNPC, Corporate Image, *AllAfrica*

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

随着中国与非洲国家在石油领域的合作不断深入，中国石油天然气集团有限公司作为中非石油合作的主力军，倍受非洲当地媒体关注。这些媒体通过新闻话语构建中石油企业形象并影响人们对该企业的认识。本文对非洲媒体中的中石油企业形象进行分析，有助于了解当地媒体对中石油企业的态度，为企业未来发展提供参考。本文以全非网中关于中石油企业的新闻报道为语料，基于费尔克劳夫三维分析模型，结合语料库辅助话语分析方法，考察非洲媒体对中石油企业形象的话语建构，把中石油与非洲国际能源合作置于“一带一路”能源命运共同体建设和能源地缘政治框架下，审视评析非洲媒体对我国能源公司既爱又恨的矛盾心理。具体研究问题包括：1) 全非网构建了怎样的中石油企业形象？2) 采用了何种语言手段？3) 背后隐藏着何种意识形态和权力关系？

2. 语料与研究方法

批评话语分析认为，话语是一种社会实践，语言不仅反映现实还建构现实[1]。从这一角度出发，费尔克劳夫认为话语是包含文本、话语实践和社会实践的统一体，三者不可分割。据此，他提出了批评话语分析的三个步骤：描述(description)、阐释(interpretation)与解释(explanation) [2]。描述是对文本内容及形式的分析；阐释是对话语实践的分析，是文本与社会实践分析之间的桥梁。Fairclough认为，社会文化实践与文本之间的联系是通过话语实践这个中介来实现的。这种阐释侧重于关注文本生产(text production)、传播(text distribution)和接受(text consumption)的全过程。解释是对话语实践和社会实践关系的解释，即在更广泛的社会实践中分析话语，揭示话语权力关系。Fairclough提出的三维分析模型，对应于批评话

语分析的三个步骤，具有很强的可操作性。本研究的语料选自全非网——最具代表性的非洲新闻聚合网 [3]。在样本选取上，本研究借助 LexisNexis 数据库，首先以“CNPC”为关键词进行检索，时间跨度为 2007 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日。由于 2007 年美国指控中石油企业干涉达富尔内战，此事件引起众多关注，因此，当年全非网关于中石油的报道数目激增，2018 年 12 月 31 日是数据库中的最新截止日期。在此基础上，进行人工筛选，剔除只简单提及而非以 CNPC 为主题的文章，最终搜集到 198 篇文章，共计 172,399 字。本研究采用语料库辅助批评话语分析方法，分析框架上采用费尔克劳夫三维模型。具体而言，从文本维度、话语实践维度和社会文化实践维度对全非网中石油企业形象的建构进行批评话语分析。在文本维度，利用搭配词与检索行分析社会行为者与社会行为的语言表征方式；在话语实践维度，主要考察消息来源和转述形式，分析话语的互文性；在社会实践维度，结合政治、经济、文化分析影响全非网对中石油企业形象建构的社会文化因素。

3. 分析与讨论

(一) 文本分析：搭配词与检索行分析

词语搭配是词汇使用的重要信息，不仅能反映词汇的各种常见用法和组合，而且决定话语的意义，体现说话者的态度和评价。媒体话语作为宣传意识形态的重要载体，通常具有很强的选择性，报道中的词汇选择可反映报道者对事件的观点态度与价值取向。因此，要分析全非网对 CNPC 的态度与评价，可以观察“CNPC”周边的强搭配词并分析这些词的评价意义。但搭配词分析局限于词语，缺乏语境知识，较难把握新闻报道的整体评价，因此，本研究将生成的搭配词表放入其所在的检索行中，结合上下语境，分析全非网对 CNPC 的文本表征。本研究借助语料库 AntConc，生成“CNPC”的强搭配词，见表 1，以及相应的检索行见表 2。

Table 1. Collocates of CNPC

表 1. CNPC 的搭配词

序号	词语	频率
1	China	142
2	national	108
3	state	99
4	giant	90
5	player	75
6	omnipotent	63
7	partnering	59
8	enormous	55
9	owned	54
10	government	49

Table 2. Concordances of CNPC

表 2. 关于 CNPC 的检索行

序号	检索行
1	to skyrocket. It suffices that CNPC China's state owned oil giant
2	China's state-owned company CNPC controls 60% to 70% of Sudan's
3	a big national oil company CNPC its workforce in Africa is 25,400
4	state-owned oil giant CNPC The fate of Chinese oil

Continued

5	National Petroleum Corporation	CNPC	the biggest player in South
6	China National Petroleum Company	CNPC	as omnipotent and in full
7	China National Petroleum Company	CNPC	partnering with the governments,
8	China National Petroleum Corp	CNPC	an enormous state oil company
9	Interestingly, both CNOOC and	CNPC	are state-owned companies, although
10	and the Chinese government-owned	CNPC	won the lucrative Rumaila contract

如表 1, 表 2 所示, 新闻中 CNPC 的强搭配词为“national”, “state”等词凸显中石油企业的国企身份, 但又有“giant”, “omnipotent”等明显带有消极色彩的词汇暗示中石油公司的垄断地位。在检索行中, 非洲媒体一方面使用石油巨人“oil giant”与大型石油公司“enormous oil company”指称中石油企业, 塑造中石油为经济实力雄厚的国际石油企业形象; 另一方面又反复使用同义词组如“state-owned”“national”“partnering with the government”来凸显中石油企业的央企身份。媒体将中石油描述为拥有强大国家支持的国有企业, 暗示了中石油企业与中国政府的密切关系。同时, 媒体还使用“the biggest player in Sudan”以及“omnipotent”强调中石油企业在苏丹无所不能, 凸显中石油企业帮助苏丹开采石油的政治意图。

(二) 话语实践分析

话语实践重点阐明文本与话语实践的关系, 即语篇是如何产生、传播和接受的。费尔克劳在这一维度注重文本的互文性, 他认为任何文本都是对其他文本的吸收和转化。分析者通过互文性可以观察话语的重现, 探究话语组合的变化, 观察话语秩序的变化, 使得文本实践与社会实践相联系。

1. 消息来源

在报道过程中记者无法目睹事件发展的全过程, 因此他们常引用相关人员或机构的言论来增加新闻报道的可靠性和说服力。但可供选择的资源数不胜数, 因而消息来源的选择往往因人而异, 因此消息来源常受报道者控制并带有特定的意识形态, 关于 CNPC 主要语句如下。

Table 3. Sudanese and Chinese officials' remarks about CNPC in reports

表 3. 新闻报道中苏丹和中方官员关于 CNPC 的言语

(1)	Mr. Jin (<u>the Director of Accounts and Finance</u>) explained that CNPC plans to cut production in other countries except Sudan, <u>stressing that privacy of the relationship between the Republics of China and Sudan made the company's endeavors to develop its projects and production in Sudan.</u>
(2)	<u>China Ambassador to Sudan Li Lian</u> announced encouragement of CNPC company to continue working with high spirit in order to increase oil production so as to <u>push the relationship between the two countries forward</u> , saying that the relationship between Sudan and China will witness greater prosperity.
(3)	<u>Dr. Awad (The Minister of Oil and Gas)</u> lauded the role of China National Petroleum Corporation in introducing a model for technical cooperation and expertise exchange.
(4)	<u>The Minister</u> appreciated company's decision on the exception of Sudan in its plan to cut production.
(5)	<u>He (the minister)</u> praises the significant role being played by CNPC in laying the foundations of the oil industry in the country.

如表 3 所示, 新闻报道引用了许多政府官员和企业领导人的言语, 并标明具体来源如石油和天然气部长、中国阿拉伯事务特使、中国驻苏丹大使和中国石油公司代表, 来增强新闻报道的权威性。但以上表格只引用了苏丹和中国官员的话语, 媒体报道多次强调, 中石油在苏丹的石油项目促进了中国与苏丹的关系, 而不是中石油在苏丹的商业运营。媒体反复强调中苏的密切关系, 来映射中石油企业商业活动背后的政治动机。

2. 转述形式

费尔克劳认为,引用的方式可以分为两种类型:直接引用与间接引用。前者是完全忠实地引用原文;后者是基于内容来处理语言的形式。因此,报道者可以灵活选择转述形式将自己的观点和立场嵌入到新闻报道中。表2中有许多来自苏丹官员的肯定转述动词,如“praise”“lauded”“appreciate”“assure”等。肯定转述动词的使用表明中石油企业得到了苏丹政府的认可。但值得注意的是,中石油企业在其他国家与地区也有石油项目,媒体报道中只有苏丹官员对中石油企业的赞赏以及中方政府官员的话语,侧面暗示了中石油企业是中国政府的代表,强调其政治意图。

(三) 社会实践分析

社会文化实践的分析是要揭示社会文化语境如何影响话语的产生和解释,以及话语又是如何影响社会结构。基于以上微观语言表征分析与中观层面的话语实践分析,本节考察话语所处的更广泛的社会文化语境,即从更宏观的社会文化背景分析媒体对中石油企业的报道。

中国石油天然气集团公司与其他国有公司积极响应国家“走出去”战略的号召,成为中非合作的主力军。但随着中国企业的发展壮大,如中国石油公司已在上下游将近20个非洲国家与地区开展业务,这对多年来在非洲大陆享受巨大优势的传统西方石油巨头企业构成重大的威胁与挑战,西方媒体也开始过度解读中石油企业在非洲的角色。他们强调中石油企业是中国在非洲索取能源的一个工具,他们或明确或含蓄地将中国描述为非洲的新殖民者。

西方媒体也常常妖魔化中石油企业。例如在达富尔危机期间,西方媒体宣称因中国与苏丹的密谋合作协议使得苏丹继续在达富尔进行血腥屠杀。但事实是,当时苏丹快速增长的经济吸引了各国对其石油和其他行业的投资,阿联酋、印度和马来西亚都与苏丹建立合作关系,但只有中国备受指责。

达富尔事件只是一个缩影,随着中国成为世界第二大经济体,中国模式对发展中国家极富吸引力,中国与非洲的全方位合作,被视为是一种对西方主导秩序的挑战,认为中国模式直接威胁到西方既得利益。尤其是威胁到美国的霸主地位。因此,以美国为首的西方主流媒体不断鼓吹“中国威胁论”。“中国能源威胁论”更是喧嚣尘上,尤其是把中国与非洲的能源合作建构为一种“新殖民主义”。

在这种大语境之下,西方媒体往往把中国企业的商业行为政治化,把中国政府、中国企业、中国工人等都视为“中国股份有限公司”(China Inc.)成员,即使中国石油企业完全严格按照国际石油公司运行模式,西方主流媒体仍然高调宣扬中国石油企业的国企身份,如反复强调中石油是一个有组织的,受国家意志支配的企业。长期被西方殖民的非洲,即使获得了民族独立,其主流意识形态仍受西方影响。非洲知识精英也倾向于把像中石油这样的中国大型企业建构为中国政府在非洲“掠夺能源资源”的国家机构。他们受西方主流意识形态裹挟,也担心中国会以牺牲非洲为代价取得全球霸主地位。因此,全非网也反复强调中石油的国企身份,频繁把中石油建构为野心勃勃的资源开发者,对其它国家的石油公司同样的社会行为视而不见,故意排斥在话语表征之外,而唯独对中石油的社会行为进行故意的扭曲性解读。

4. 结语

对非洲报纸媒体中的中石油企业形象进行批评话语分析,研究发现,全非网一方面塑造了中石油作为经济实力雄厚的国际石油企业形象,同时,又突显了中石油的央企身份,把中石油塑造成了一个苏丹政府的政治合谋者。在文本维度上,新闻报道运用“引领”、“促进”等积极词汇及主动语态等语言手段,强调中石油企业为苏丹经济发展做出贡献,塑造了中石油企业的正面形象。同时,报道也巧妙使用“掌控者”、“政治角色”等词汇及被动语态,刻意隐藏施事者,映射中石油企业商业活动背后的政治动机。在话语实践维度上,新闻报道大量引用中苏两国政府官员的言语,反复强调中石油企业对两国外交关系的重要意义,反映了非洲媒体对我国央企的政治化建构。在社会实践维度上,非洲媒体深受西方

意识形态影响, 倾向于把中石油央企的身份进行过度政治化解读, 淡化该国际化大型石油企业的商业性维度。

参考文献

- [1] Fairclough, N. (1995) *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman, London and New York.
- [2] 李庆明, 吴华. 费氏三维分析模型视角下英语新闻语篇的批评性话语分析——以《纽约时报》官方网站关于中国反腐报道为例[J]. *重庆交通大学学报(社会科学版)*, 2019, 19(3): 126-132.
- [3] 吴文彬. 非洲新闻媒体涉华报道的特点分析——以全非网所载新闻为样本[J]. *非洲研究*, 2016, 9(2): 276-292.