

基于语料库的批评话语分析

——以主流媒体关于双十一的新闻报道为例

王文娟, 郭松

天津商业大学外国语学院, 天津
Email: andrea__wang@163.com, simonguo200@sina.com

收稿日期: 2021年3月19日; 录用日期: 2021年4月20日; 发布日期: 2021年4月27日

摘要

摘要: 双十一从最开始的一次促销到演变为全民购物狂欢节, 除了商业力量自身的建构, 离不开媒体报道的舆论宣传。本文通过自建小型语料库, 以《人民日报》和《21世纪经济报道》近十年关于“双十一”的报道为语料, 将语料库技术与批评话语分析相结合, 剖析主流媒体的态度和观点, 从而发现主流媒体在双十一发展过程中发挥的建构作用。研究发现, 主流媒体对双十一的报道, 运用了提名策略、视角化策略和谓语指示策略, 建构了一个正面的双十一形象: 由电商发起、消费者主动积极参与的、顺应数字经济发展潮流的、推动消费理念和方式升级的、具有全球化特征的消费性节日形象; 主流媒体对双十一的态度以积极为主, 肯定双十一的积极意义; 而针对双十一出现的问题, 以引导为主, 对加强政府监管和完善法律提出要求, 旨在引导舆论方向朝着健康的方向发展。

关键词

语料库, 批评话语分析, 双十一, 《人民日报》, 《21世纪经济报道》

Corpus Based Critical Discourse Analysis

—Take the Mainstream Media's News Reports on Double 11 as an Example

Wenjuan Wang, Song Guo

School of Foreign Languages, Tianjin University of Commerce, Tianjin
Email: andrea__wang@163.com, simonguo200@sina.com

Received: Mar. 19th, 2021; accepted: Apr. 20th, 2021; published: Apr. 27th, 2021

Abstract

As a sales promotion at the very beginning, the Double 11 has evolved into a national shopping carnival today. In addition to the construction of commercial power itself, its success cannot be separated from the publicity of media reports. Based on the reports of *People's Daily* and *21st Century Business Herald* on the "Double 11" shopping spree in recent 10 years, this paper combines corpus technology with critical discourse analysis, and analyzes the attitudes of the two mainstream media, so as to find the constructive role of the mainstream media in the development of the Double 11. The study found that the mainstream media used naming strategy, perspective strategy and prediction strategy to build a positive image of the double 11: a consumer festival image with global characteristics initiated by e-commerce, actively participated by consumers, conforming to the development trend of digital economy, promoting the upgrading of consumption concept and mode; the mainstream media's attitude to the double 11 is positive, affirming its positive significance; and in view of the problems of the double 11, it puts forward requirements for strengthening government supervision and improving the law, aiming at guiding the direction of public opinion to develop in a healthy direction.

Keywords

Corpus, Critical Discourse Analysis, Double 11, *People's Daily*, *21st Century Business Herald*

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

双十一成为购物节已有 12 年历史, 早已从一个普通的促销概念转变为一个固定的全民消费时间节点。它既不具有传统文化意涵, 也没有受到制度力量的影响, 却成为众多消费者主动参与和认可的全民消费节日。双十一购物节形象的建构除了商业资本运作下的自我宣传, 以及消费者的主动参与和认同外, 媒体的报道也起着重要作用。本文通过对我国主流媒体对双十一的相关报道进行话语分析, 以探究在双十一的发展和建构过程中主流媒体的态度和其发挥的建构作用。

2. 研究介绍及文献综述

批评话语分析是进行批评话语分析(Critical Discourse Analysis, 通常简称 CDA)是进行新闻文本分析的有效方式[1]。常用的批评话语分析方法包括: 社会认知方法、话语—历史观方法(Discourse-Historical Approach, DHA)以及辩证—关系分析法(Dialectical-Relational Approach, DRA)。语料库语言学分析法(Corpus Linguistics Approach, CLA)是一种新的批评话语分析研究视角。语料库语言学的定量研究可以与批评话语分析的定性研究有机结合, 为研究提供坚实的数据基础, 有效减少研究者的偏见[2]。

本文采用语料库辅助的批评话语分析法。基于语料库的话语研究有两方面的优势: 一是语料库作为数据库, 容纳了大量的(往往具有代表性的)某类话语。从中发现的语言事实、话语特征更能推而广之; 其次, 语料库分析方法中有其相对成熟的语言特征提取和统计方法, 可以帮助发现和回答话语现象之间的关联、差异等问题[3]。Baker 认为, 基于语料库的话语研究除了发现大量语料中稳定的共性特征外, 会

发现一些异例或反例的存在[4]; 同时作为传统话语研究方法的补充, 语料库方法还有助于发现新的话语现象和研究课题。

3. 研究设计

3.1. 语料选取

本文的语料来自国内两大主流媒体《人民日报》和《21世纪经济报道》, 摘取自2009年~2019年双十一前后关于双十一的相关性较强的相关报道。《人民日报》作为中共中央机关报, 是党和政府的喉舌。作为中国对外文化交流的重要窗口, 其主要职责是积极宣传党和政府的政策主张, 记录中国的变化, 报道中国正在发生的变革, 其发布的内容代表了当下的主流舆论和价值取向, 具有代表意义。《21世纪经济报道》作为中国代表性的商业报纸, 是全国三大经济类报纸之一, 也是世界经济界最受关注的中国经济类日报。它以分析国际形势、透视中国经济、观察行业动态、引导良性发展为目的, 即时有效地反映世界经济格局和变化, 跟踪报道中国企业界的动态和发展。而双十一作为商业领域的一个重要节日和经济事件, 《21世纪经济报道》对其的关注度较高, 解读也更为专业, 值得作为语料来分析。

3.2. 研究方法

首先在《人民日报》和《21世纪经济报道》的官方报刊库的主页上以“双十一”或“双11”为关键词, 检索出与双十一主题相关的所有报道。然后经过浏览删选, 去掉相关度不高的文章, 将相关度较高的文章分别存入名为“Peoples’s Daily”和“21 Century Business Herald”的文件夹中。然后进行文本清洁, 用分词软件进行分词。最后, 整合两个文件夹, 命名为“Reports on Double11”。至此, 小型语料库建好。通过统计, 此小型语料库的总形符数为52,758词, 总类符数为8561词。

语料库建成后, 从关键词统计、索引词检索和搭配词分析三个方面进行定量统计, 发现语言规律, 然后进行定性分析, 分析报道中所使用的话语策略, 从而总结我国主流媒体关于双十一报道的语篇特点。

4. 基于语料库的批评话语分析

4.1. 关键词的统计

词频统计是语料库研究中最基本的统计手段, 它可以使研究者注意到语言的显著特征[2]。关键词分析法是将研究的语料库与参照语料库相比较, 得出词素在语料库中出现的频率差异, 从而得出本语料库所特有的、占比较重的词。通过关键词的统计可以看出行文者的立场[5]。

本研究选用ToRCH2014 Corpus语料库作为参照语料库[6], 将对比语料库与自建的双十一相关报道语料库进行参照分析后, 列出位于前20位的关键词(表1)。

Table 1. Key words list of the reports on Double 11

表 1. 双十一相关报道的关键词统计

Rank	Frequency	Keyness	Keywords
1	417	+2353.13	电商
2	316	+1904.18	天锚
3	420	+1704.1	双
4	269	+1620.74	双十
5	305	+1381.87	消费
6	231	+1309.41	快递

Continued

7	192	+1072.12	促销
8	222	+1048.51	消费者
9	193	+959.85	购物
10	160	+919.38	淘宝
11	149	+897.41	亿元
12	235	+888.48	今年
13	168	+835.72	京东
14	148	+817.84	阿里巴巴
15	162	+805.23	物流
16	145	+733.85	商家
17	121	+717.21	苏宁
18	140	+613.8	销售
19	105	+575.34	订单
20	178	+573.13	平台

通过关键词检索, 我们可以从某种程度上观察媒体报道中提名策略的运用。提名策略是指通过把一个人划分为自己一方或对方来建构和再现社会活动[7]。媒体关于某一话题进行报道时, 通过高频的探讨某一主体或话题, 从而将该主题与特定的主体和领域相关联, 建构或再现该主题的社会活动, 反映媒体的立场。如上图所示, 可以按照报道对象、领域和其它划分为3类词, 其中“电商”、“天猫”、“消费者”、“淘宝”、“京东”、“阿里巴巴”、“商家”、“苏宁”以及“平台”等都属于报道对象; “消费”、“促销”、“购物”、“物流”、“快递”、“销售”、“订单”属于报道领域; 将“亿元”、“今年”归为其它(这里关注前两类)。通过归纳发现, 媒体对双十一报道时, 关注电商平台、商家、消费者等活动主体以及销售、物流等领域, 这些关键词的高频出现其实就是媒体运用提名策略, 将双十一与这些主体和领域相关联, 从而建构起一个消费性的节日场景, 使双十一这一消费性节日的形象更为鲜明。

从报道对象来看, “电商”作为排名第一的关键词, 是双十一相关报道中频率最高的词汇。这表明电商作为双十一的发起者, 对双十一购物狂欢节的建构发挥着主要作用。而除了双十一的发起者, 媒体对“京东”、“苏宁”这些后来的参与者的关注度也很高, 这说明主流媒体认为双十一是属于全体电商平台的节日; 此外, “消费者”一词的词频强度也十分靠前, 这说明媒体也十分关注积极参与消费的消费者。毕竟, 双十一这个消费性节日, 除了商家的宣传、也离不开消费者的主动参与和认同。由此来看, 主流媒体立场相对客观。它并没有站在商业资本的立场上, 一味的渲染双十一的火爆场面, 而是兼顾商家和消费者, 客观反映双方立场和看法。

从报道领域来看, “消费”、“促销”这些高频词表明双十一的意义即促进消费; 除了“消费”、“促销”这一与双十一直接相关的活动外, “快递”、“物流”的词频强度也相当靠前, 这说明主流媒体除了关注消费, 还十分关注配套产业链的发展动态。主流媒体双十一的关注并非局限于商业领域, 而是从宏观上解读双十一对消费升级和产业链升级的推动作用。

4.2. 索引行检索

语料库最基本的分析手段就是词语索引, 即语境共现(concordance)。作为一种信息传达机制, 新闻报道必须引用相关人员的话, 并在此基础上做出评论[8]。引语既是新闻内容的组成部分, 也体现了作者

对第三方声音的操控, 是 DHA 视角化策略的实现形式之一, 因此引语分析能定位作者的立场, 发现作者的介入和疏离[9]。

Table 2. Frequency of words indicating indirect speech

表 2. 表间接引语的词的词频

Rank	Frequency	Words
71	94	表示
88	82	说
162	49	认为
185	44	称
309	27	介绍
365	24	透露

经观察词频表(表 2)发现, 关于双十一的新闻报道中高频间接引语实词频率最高的三种表达主要为: “表示”、“说”、“认为”。其中, “表示”一词频率最高, 频率为 94 次。借助语料库分析工具, 使用检索功能检索小型自建语料库中“表示”的相关索引行。结果如表 3 所示。

Table 3. The concordance of “biao shi”

表 3. “表示”的相关索引行

排序	相关索引行
1	亿元的保底目标还有希望。11月6日苏宁易购有关人士表示。……
2	苏宁电器总裁金明表示, 三季度环比增幅下降因为基数增加……
3	速卖通俄罗斯及独联体地区业务发展总监马克·扎瓦茨基表示, 中国拥有发达的电商降价传统……
4	巴西里约热内卢天主教大学国际关系教授保罗·罗贝尔表示, 中国是一个庞大而开放的市场……
5	日本花王董事竹内俊昭也表示, 中国政府以及阿里巴巴集团正在积极地扩大内需……
6	王煜磊表示, 为此, 天猫和新浪微博用户体系已经全面打通……
7	菜鸟网络 COO 童文红表示, 主流的 14 家快递公司里面, 全部核心的 617 个分管……
8	但是, 在 2018 年教师节发出的公开信中他表示, 之所以选择张勇, 源于他具有超级计算机般的逻辑和思考能力……
9	美的集团董事长方洪波在出席阿里观战现场时表示, 事实上, 近年来电商的快速发展, 给传统家电企业带来了挑战……
10	芝麻信用总经理胡滔表示, 互联网+消费”模式的不断完善, 让更多基于衣、食、……

媒体报道中大量引用有关人员的话语, 以增强新闻报道的真实性。从表 3 中可以看出, 媒体报道中引用话语的视角多元, 除了多次引用阿里高层(如天猫副总裁王煜磊、阿里巴巴 CEO 张勇、菜鸟网络 COO 童文红)、其它电商平台高管(如“苏宁电器总裁金明”、“苏宁易购有关人士”)的话, 还引用了外籍专家和业内人士(如速卖通俄罗斯及独联体地区业务发展总监、巴西里约热内卢天主教大学国际关系教授、日本花王董事等)以及各平台入驻的商家(如“美的集团董事长方洪波”)的话。主流媒体通过从不同的视角出发, 引用各领域人士的声音, 这大大提高了新闻的客观度, 增强新闻报道的可信度和真实性。

从视角化策略看, 电商巨头阿里作为双十一的创始者, 其它电商平台作为主要参与者, 引用这些平台高层的话更具权威和真实性, 能够真实反映双十一的概貌, 向公众传达双十一的概况。分析讲话内容,

发现他们对双十一的评价都偏积极, 着重介绍双十一带来的积极影响和变化。通过视角化策略, 媒体报道从高层专业人士角度对双十一的变化与发展进行解读, 一方面更具专业和权威性, 另一方面也侧面反映出媒体方面对双十一的态度也较为积极。

同时报道也引用了外籍专家和业内人士的观点(如速卖通俄罗斯及独联体地区业务发展总监、巴西里约热内卢天主教大学国际关系教授、日本花王董事等), 通过分析检索行中他们的讲话内容, 发现他们在评价双十一时, 将其与中国政府的经济政策相联系, 且评价态度较为积极, 认为双十一与中国扩大内需和市场开放的政策相一致, 为商品跨境流动提供了一个平台, 有利于全球共享数字经济发展机遇。通过媒体引用外方的积极评价, 也暗示了主流媒体对双十一的态度倾向是较为积极的。

同时观察发现, 消费者作为双十一的主要参与者, 理应作为报道的重要视角, 但报道中消费者的声音比较少。但上节统计中, 消费者作为关键词在关键词词频统计中排名靠前, 这说明报道中并未忽略消费者, 而是缺乏直接引语, 这一现象说明主流媒体在双十一进行报道时, 更注重宏观的专业解读和业内分析。将“消费者”作为索引词进行索引, 经索引行分析发现, 媒体在谈到消费者时, 更多是对政府加强立法和监督以维护消费者权益等加强政府职能的要求, 而非谴责双十一造成的市场紊乱。这说明媒体对双十一的态度总体上还是趋于肯定, 认为双十一是符合时代潮流的产物。

4.3. 搭配词分析

搭配词对比分析, 主要是观察短语中与检索词相搭配的评价性形容词和评价性动词的语义特征。Firth认为, 搭配词之间是一种“结伴关系”, 它们之间的“密切性”不仅体现在搭配时同时出现, 而且也体现在其意义表达上的紧密相连[10]。而谓语指示策略也关注在谓语成分中(包括)形容词使用有否定意义或者肯定意义的词语将社会活动者赋予正面或者负面的贬义。因此从某种程度上来说, 搭配词对比分析也可以帮助我们观察谓语指示话语策略的运用, 从而有助于深入揭露媒体报道背后的态度和价值取向。

从上面关键词的分析可知, 关键词“消费”无论是主题性还是词频都非常突出, 因此以“消费”为节点词(node), 将跨度设为左 5 右 5, 基于 Log-likelihood 值, 对相关新闻报道提取其搭配词列表。“消费”的提取结果如表 4 所示。

Table 4. A list of collocates of “consumption”

表 4. “消费”的搭配词列表

Total No. of Collocate Types: 1117					
Total No. of Collocate Tokens: 3050					
Rank	Freq	Freq (L)	Freq (R)	State	Collocate
1	257	154	103	105.17039	的
2	66	33	33	364.98402	消费
3	31	4	27	241.24847	需求
4	29	5	24	238.49655	升级
5	25	5	20	203.01245	场景
6	24	1	23	190.21255	金融
7	44	30	14	145.41630	了
8	24	9	15	132.06672	更
9	23	11	12	121.39891	新
10	32	15	16	115.16435	和

Continued

11	31	10	13	109.14448	从
12	23	19	13	108.50818	双
13	10	7	3	105.17039	鼓励
14	10	4	6	105.17039	理念
15	23	15	8	95.82601	中国
16	18	13	5	93.41623	成为
17	10	4	6	92.27366	习惯
18	34	14	20	87.60958	在
19	26	11	15	87.54694	也
20	10	1	9	84.02764	潜力

在本语料中, 节点词“消费”的搭配词中, 除去虚词, 发现搭配词以积极的评价性词语为主, 如“升级”、“鼓励”和“潜力”。通过考察“消费”共现的检索行, 结合语境发现, 这些积极性的评价类词语与节点词“消费”的中性搭配词(如“习惯”、“理念”、“需求”、“场景”等)也共现。从谓语指示策略角度讲, 这说明在媒体谈到消费的时候, 媒体多用积极性的评价类词语, 通过运用含有肯定意义的词语将双十一消费活动赋予正面的褒义。

5. 主流媒体关于双十一报道的语篇特点

根据上述分析发现, 主流媒体通过运用提名策略, 将双十一与相关活动主体和领域相关联, 从而建构起一个消费性的节日场景, 使双十一消费性节日形象更为鲜明; 通过运用视角化策略, 使报道视角多元, 增强报道的真实性、权威性; 同时也反映了主流媒体对双十一的报道更注重宏观的专业解读和业内分析; 通过谓语指示策略, 媒体通过运用含有肯定意义的词语将双十一消费活动赋予正面的褒义。

6. 结语

本研究利用语料库软件, 使用定量分析与定性分析相结合的方法对《人民日报》和《二十一世纪经济观察》关于双十一的报道进行分析, 通过分析文本的关键词、检索行和搭配强度分析, 从而探究主流媒体报道背后的态度和对双十一形象建构发挥的媒体建构作用。分析表明, 双十一作为数字经济的产物, 是中国数字经济和经济结构转型过程中的必然产物, 是观察中国经济转型的窗口和风向标。主流媒体对双十一的报道中, 通过运用提名策略、视角化策略和谓语指示策略, 建构了一个由电商发起、消费者主动积极参与的、顺应数字经济发展潮流的、推动消费理念和方式升级的、具有全球化特征的一个消费性节日形象; 同时发现, 主流媒体对双十一的态度以积极为主, 肯定双十一对产业结构升级和拉动消费的积极意义; 而针对双十一出现的问题, 以引导为主, 对加强政府监管和完善法律提出要求, 旨在引导舆论方向朝着健康的方向发展。

参考文献

- [1] Van Dijk, T.A. (1998) *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. Sage Publications, London, 22.
- [2] 郭松. 基于语料库的批评话语分析[J]. 天津外国语大学学报, 2011(9): 12-17.
- [3] 梁茂成, 李文中, 许家金. 语料库应用教程[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2010: 213.
- [4] Baker, P., Hardiem A. and McEnery, A. (2006) *A Glossary of Corpus Linguistics*. Edinburgh University Press, Edin-

burgh, 14-15.

- [5] 林蔚, 潘洁. 基于语料库的批评华语分析——以西方媒体对一带一路新闻报道为例[J]. 现代交际, 2019(1): 98-99.
- [6] 许家金. ToRCH2014 现代汉语平衡语料库[M]. 北京: 北京外国语大学, 2017.
- [7] 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: 158.
- [8] 朱婷婷, 王清霞. 基于语料库的中国媒体关于亚洲文明代表对话报道的批评话语分析[J]. 品位经典, 2020(11): 32-34.
- [9] Reisigl, M. and Wodak, R. (2016) The Discourse-Historical Approach (DHA). In: Wodak, R. and Meyer, M., Eds., *Methods of Critical Discourse Studies*, 3rd Ed., Sage, London, 43.
- [10] Firth, J.R. (1968) A Synopsis of Linguistic Theory 1930-1955. In: Palmer, F.R., Ed., *Selected Papers of J. R. Firth 1952-59*, Longmans, London, 182.