

话语 - 历史分析法和语境 - 指称空间模型的融合

——以媒体话语的批评话语分析为例

韩刘东, 程丽霞

大连理工大学外国语学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2022年6月3日; 录用日期: 2022年7月19日; 发布日期: 2022年7月27日

摘要

社会认知理论对话语 - 历史分析法有重要意义, 而语境 - 指称空间模型则可以实现社会认知的可视化。本研究融合话语 - 历史分析法和语境 - 指称空间模型, 比较美国媒体建构的“中国制造2025”和德国“工业4.0”形象的异同。研究发现, 美媒将“中国制造2025”表征为消极的“他者”, 将“工业4.0”表征为积极的“我者”。美媒通过操纵话语策略和公众的社会认知, 影响社会结构, 抹黑中国和“中国制造2025”, 进而推动对华极限施压政策的合法化。本文也为话语 - 历史分析法与社会认知理论的结合做出了新的尝试。

关键词

话语 - 历史分析法, 语境 - 指称空间模型, 媒体话语, “中国制造2025”, “工业4.0”

Integration of Discourse-Historical Approach and Context-Deictic Space Model

—A Case Study of Critical Discourse Analysis of Media Discourse

Liudong Han, Lixia Cheng

School of Foreign Languages, Dalian University of Technology, Dalian Liaoning

Received: Jun. 3rd, 2022; accepted: Jul. 19th, 2022; published: Jul. 27th, 2022

Abstract

Studies in Discourse-Historical Approach would gain significantly through introducing socio-cognitive

theories into their framework, while Context-deictic Space Model can facilitate the visualization of social cognition. Therefore, this paper integrates Discourse-Historical Approach and Context-deictic Space Model. With the integration of Discourse-Historical Approach and Context-deictic Space Model, this study compares the image of Made in China 2025 and the image of German Industry 4.0, which are constructed by the American media's reports. Analytical results suggest that the media of the United States lead to negative "other" representation of Made in China 2025 but positive "self" representation of German Industry 4.0. By manipulating discourse strategies and social cognition shared by the public, the media in the United States influence social structure. Furthermore, American media discredit China and Made in China 2025 in order to achieve the legitimation of the U.S. Government's Maximum Pressure Strategy on China. This paper also provides a new attempt at elaborating Discourse-Historical Approach further with socio-cognitive theories.

Keywords

Discourse-Historical Approach, Context-Deictic Space Model, Media Discourse, Made in China 2025, Industry 4.0

Copyright © 2022 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

Wodak [1]的话语 - 历史分析法(Discourse-Historical Approach, DHA)关注话语产生的社会、历史背景,常用于分析媒体话语。话语 - 历史分析法也存在不足,因为 DHA 无法解释存在于话语结构和社会结构之间的缺口。Wodak [2]认为社会认知是连接话语结构和社会结构的中介,但基于认知理论探究话语对社会建构的研究还不够深入。刘文宇和胡颖[3] [4]在融合语境模型与指称空间模型的基础上,提出了语境 - 指称空间模型(Context-deictic Space Model),该模型能够将话语生产者操纵社会认知的过程可视化,又因该模型在时间维度上是动态的,适用于探究话语产生的历史语境。语境 - 指称空间模型可将认知理论引入 DHA,弥补 DHA 的不足。因此,本文将话语 - 历史分析法与语境 - 指称空间模型融合,利用话语策略将 DHA 中社会活动的参与要素(包括人、物体、事件、行为等)投射到语境 - 指称空间对应的区域中,而语境 - 指称空间模型可从社会认知视角出发,实现 DHA 中历史语境的可视化。

2013年4月,德国实施“工业4.0”战略,(下文简称“工业4.0”),希望掀起新一轮制造技术的革命性创新与突破,巩固德国在制造业领域的领先地位;2015年5月,中国政府发布了《中国制造2025》(下文简称“制造2025”),旨在提高中国制造业的创新能力和信息化水平,实现中国由制造业大国向制造业强国的转变。两个战略均有明确的目标、行动的方向或基本策略、重点或优先发展的领域、支撑或保障体系,且都优先指向先进制造业,因两个战略相似,有人称“制造2025”为中国版的“工业4.0”规划[5]。

目前,国内外对“制造2025”和“工业4.0”的研究主要集中在工业、科技、经济、管理、教育、新闻传播等领域,尚无研究从语言学视角探究媒体对“制造2025”和“工业4.0”的形象建构。美国媒体作为中、德之外的第三方,对“制造2025”和“工业4.0”的报道建构了中国和德国的“他我形象”。媒体受意识形态驱动,在建构他者本位的国家形象时,往往代表特定的政治立场和主观意图[6]。研究拟融合话语 - 历史分析法与语境 - 指称空间模型,比较美国媒体建构的“中国制造2025”和德国“工业4.0”

形象的异同, 以期揭露话语背后的语言霸权及偏见, 进而探究话语生产者的态度和目的。

2. 理论框架

2.1. 话语 - 历史分析法

话语 - 历史分析法强调结合社会、文化、政治、历史语境分析话语。DHA 通过分析话语建构积极的“我者”表征和消极的“他者”表征、“群内成员”(in-groups)和“群外成员”(out-groups), 揭示话语的主观倾向[1]。话语策略是 DHA 的核心, Wodak [1]提出了五种话语策略: 命名策略、述谓策略、辩论策略、视角化策略、强化和弱化策略。

2.2. 语境 - 指称空间模型

Wodak 认为批评话语分析的方法论是半开放性的, 鼓励方法的融合与创新, 同时她强调了社会认知在批评话语分析中的重要性。因此, 本研究在话语 - 历史分析法的基础上引入认知模型, 最大效度地实现 DHA 中社会、历史语境的可视化, 突显社会认知在批评话语分析中的作用。

van Dijk [7]从社会认知视角出发, 引入语境模型(Context Model)。van Dijk [8]认为输入的话语会在人脑内形成短时记忆, 在不断积累和抽象化短时记忆的基础上形成的长时记忆会存储在语境模型中。语境模型由背景、交际事件参与者、交际事件三大基本范畴及群体共享的社会表征共同构成, 群体共享的社会表征包括事件发生的历史、文化、社会、政治环境[8]。作为心理模型, 语境模型趋向“我者”与“他者”的对立, 即积极地表征“我者”和消极地表征“他者”[3]。国内部分学者系统地介绍了语境模型[9][10][11], 但关于语境模型的研究仍多停留在理论和综述阶段。

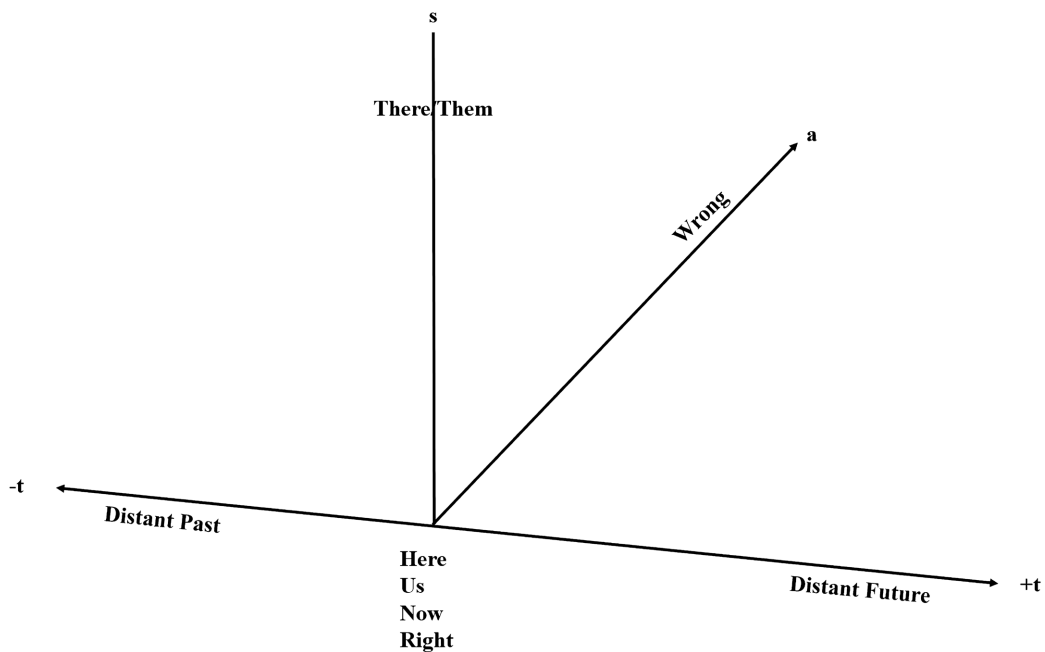


Figure 1. Deictic space model

图 1. 指称空间模型

在处理话语中的实体时, 会形成以话语生产者为中心的话语空间(Discourse Space), 依据时间、空间和情态的分布, 话语实体会被映射到话语空间的不同位置[12]。Chilton [13]优化话语空间模型, 创建了指

称空间模型。如图 1 所示, 在指称空间中, 时间轴(t 轴)、空间轴(s 轴)和评估轴(a 轴)构建三维坐标系, 坐标系原点为指称中心。t 轴正负半轴分别代表将来和过去; s 轴代表空间上的距离, 既可以指物理空间也可以指心理空间, 靠近指称中心的实体为“我者”, 远离指称中心的实体则被表征为对立的“他者”; a 轴代表话语生产者对实体的评价、情感和态度, 靠近中心即为可能性大、正确的实体, 远离中心则为可能性小、错误的实体[13]。

刘文宇和胡颖[3] [4]将两种模型相结合, 构建了语境 - 指称空间模型。如图 2 所示, 语境模型中的背景范畴被投射到-t 轴、s 轴和 a 轴组成的背景(Setting)空间中; 事件范畴则被投射到+t 轴、s 轴和 a 轴组成的事件(Event)空间中; 事件参与者(Participants)位于 s 轴上, s 轴上的“我者”靠近指称中心, “他者”远离指称中心; 在+t 轴远端形成目标(Goals)区域[4]。a 轴近端为真实、正确的背景或事件, a 轴远端则是不真实、错误的背景或事件。

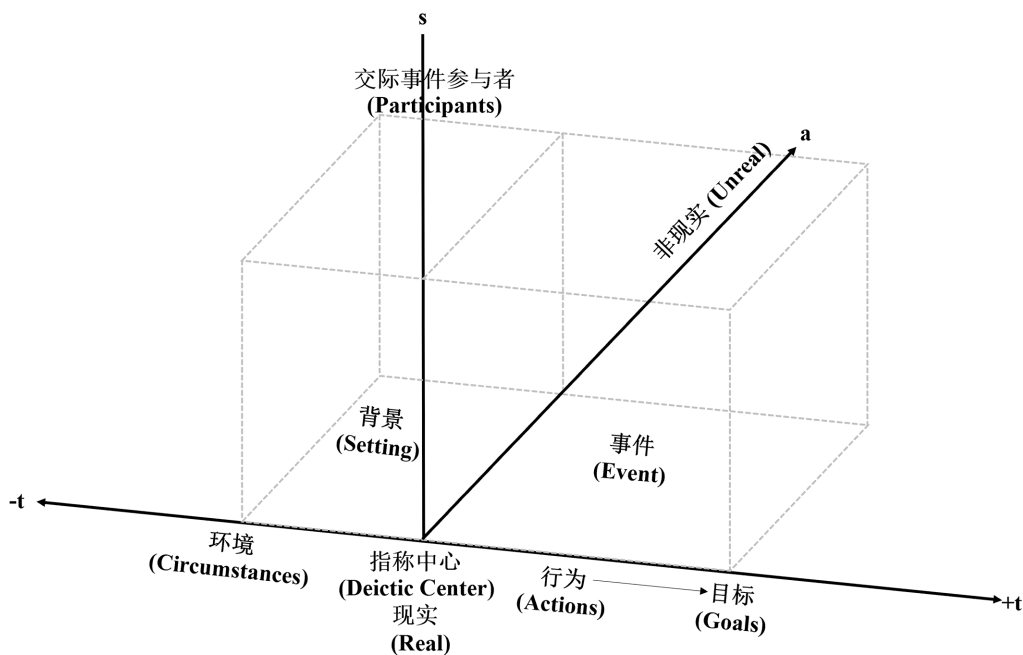


Figure 2. Context-deictic space model
图 2. 语境 - 指称空间模型

一方面, 语境 - 指称空间模型可视化效果好, 可以将抽象的社会认知映射到具体的三维坐标系上, 关注社会结构如何影响话语的生产和接受, 话语又如何反作用于社会结构; 另一方面, 该模型是动态化的, 通过观察交际事件参与者在背景、事件和目标区域的移动, 可从历史维度探究话语的社会、历史语境。结合上述两点, 语境 - 指称空间模型可以通过直观的空间模式展示语境模型, 由于语境模型包含事件发生的历史、文化、社会、政治环境等社会表征, 所以语境 - 指称空间模型可以实现 DHA 中历史语境的可视化。

3. 研究方法

Factiva 是全球最大、历史最悠久的线上新闻数据库, 收录了全球 200 多个国家和地区、28 种语言、近 36,000 家媒体的新闻资源, 且更新速度快、时效性强。研究通过 Factiva 搜集了自 2013 年 4 月“工业 4.0”文件出台至 2020 年 12 月美国总统换届选举以来美国主流媒体对“制造 2025”和“工业 4.0”的报

道, 包括《纽约时报》(The New York Times, 简称 NYT)、《华盛顿邮报》(The Washington Post, 简称 WP)、《华尔街日报》(The Wall Street Journal, 简称 WSJ)、美通社(PR Newswire, 简称 PRN)、以及美国商业资讯(Business Wire, 简称 BWR)等媒体。笔者通过索引新闻标题中包含关键词“Made in China 2025”的报道, 搜集到 47 篇关于“中国制造 2025”的报道, 共计 39040 个词, 建立“中国制造 2025”语料库(Made in China 2025 Corpus, 下文简称 MICC)。索引新闻标题中的共现关键词“Industry 4.0”和“Germany”, 得到 69 篇关于德国“工业 4.0”的报道, 共计 57,236 词, 建立“工业 4.0”语料库(Industry 4.0 Corpus, 下文简称 IC)。

因为国内外相关研究已证实语料库可有效提高批评话语分析的研究效度, 本研究将辅以语料库, 借助研究工具 AntConc3.5.8, 探究美国媒体使用的话语策略, 然后利用语境-指称空间模型探究影响话语生产的历史、文化、社会、政治背景。

4. 话语策略

本文借助 AntConc 的索引、搭配等功能分析话语生产者所采用的命名策略、述谓策略及辩论策略, 以此揭露美国媒体如何运用话语策略影响“制造 2025”和“工业 4.0”的形象建构。通过分析话语策略, 可将 DHA 中的社会活动参与要素区分为“我者”与“他者”、正确的实体与错误的实体, 并将其对应到语境-指称空间相应的区域中。

4.1. 命名策略

DHA 中的命名策略指运用隐喻、转喻、提喻等方法, 对社会活动的参与要素进行指称或命名, 进而区分为群内成员或群外成员[1]。

笔者以 AntConc 为工具, 在 MICC 中检索“Made in China 2025”的搭配词, 在 IC 中检索“Industry 4.0”的搭配词, 筛选出“Made in China 2025”和“Industry 4.0”的指称词。“strategy”、“policy”、“initiative”、“program”、“plan”等指称词虽然在两个语料库中出现的频率都较高, 但由于这些词是反映“制造 2025”和“工业 4.0”本质属性的中性指称词, 在文本中指称意义相似, 研究价值不大, 于是将这些词剔除。结果表明, 美国媒体对“制造 2025”和“工业 4.0”采用的命名有明显差异。媒体使用特定的指称名词意在突显某个体或群体的形象[14], 不同的命名策略说明美媒意在突出“制造 2025”和“工业 4.0”的形象差异。

除了用“strategy”、“policy”、“initiative”、“program”、“plan”等中性名词命名“制造 2025”外, 美国媒体通过使用“threat to fair competition”、“threat to Trump’s trade goals”、“threat to American national security”等名词词组将“制造 2025”指称为“威胁”, 表达了美国媒体对“制造 2025”的负面态度。另外, 美国媒体通过使用名词词组“issues”、“central target”、“key irritant”将“制造 2025”命名为“贸易战的核心问题”。中国和“制造 2025”被建构为消极的群外成员。

美国媒体大都以中性或积极意义的名词命名“工业 4.0”, “digitization initiatives”、“digital technologies”、“digitization of industrial manufacturing processes”等名词词组将“工业 4.0”命名为“数字化战略”, 反映“工业 4.0”推动工业数字化的积极意义。“roadmap”、“model”、“interest”等词将“工业 4.0”命名为“产业升级战略的范式”, 美国媒体认为“工业 4.0”极具影响力, 被世界各国广泛接纳, 为各国产业升级战略提供了经验和范例, 已成为未来工业发展的必然趋势。

通过命名策略, 将社会活动的参与要素归类为“我者”和“他者”, 并将其投射到语境-指称空间中。研究发现, 美国媒体代表的利益集团即美国政府处于话语指称中心, 属于“我者”范畴。交际事件参与者中国和“制造 2025”被归于“他者”范畴, 远离话语指称中心, 所以中、美的话语冲突本质上是

“我者”与“他者”的对立。而德国和“工业 4.0”被美媒表征为正面的“我者”，靠近指称中心，与美国分享相同的价值观。

4.2. 述谓策略

述谓策略指通过使用积极或者消极的谓词成分表达赞扬或贬低的态度，赋予社会活动参与者正面或负面的特征和属性[1]。述谓策略通常由动词、形容词、副词、介词短语等显性或者隐形谓语实现。本文通过 Antconc 索引“Made in China 2025”和“Industry 4.0”搭配的动词、形容词，如表 1 所示，进而探究述谓策略的使用。为明确搭配动词、形容词的意义，得到索引行后，须将语境扩展，必要时要将索引行的语境扩展至段落甚至语篇。

Table 1. Predications for “Made in China 2025” and “Industry 4.0”

表 1. “Made in China 2025”和“Industry 4.0”的谓词搭配

“Made in China 2025” 搭配的动词(组)	“Made in China 2025” 搭配的形容词	“Industry 4.0” 搭配的动词(组)	“Industry 4.0” 搭配的形容词
dominate	ambitious	level	innovative
compete	audacious	provide	automated
reject	unfair	achieve	cost-effective
result in	state-led	create	unique
kill	state-driven	increase	game-changing
disadvantage	critical	build	successful
drive down	contentious	reduce (cost)	key
destroy	controversial	enable	significant
steal	original	empower	pervasive
force	important	have aimpact on	inevitable

如表 1 所示，美国媒体建构“制造 2025”时，使用的动词、形容词大都带有消极或否定的语义。美国媒体刻意歪曲事实，通过使用“dominate”、“compete”、“reject”等动词，过分夸大“制造 2025”将主导未来的高科技产业，进而加剧中美之间的竞争，并将杜绝其他国家向中国出口高附加值工业品的机会。“result in”、“kill”、“disadvantage”、“drive down”、“destroy”等动词将“制造 2025”刻画为损害美国及其盟友利益的战略。美国媒体通过不断强调动词“steal”和“force”，用以指责“制造 2025”鼓励“窃取”美国公司技术和“强制”技术转让。“ambitious”、“audacious”、“unfair”、“state-led”、“state-driven”则反映美国媒体对“制造 2025”的刻板印象，即“野心勃勃的”、“不公平的”、“政府主导的”负面形象。“critical”、“contentious”、“controversial”等形容词将“制造 2025”表征为具有争议性的战略。随着多个情境模型的累积叠加，美国和美国企业被建构为“受害者”形象。

美国媒体在建构“工业 4.0”时使用的动词、形容词大都带有积极语义韵。表 1 中，高频动词“level”、“provide”、“achieve”、“create”、“increase”等反映了“工业 4.0”推动产业升级、促进科技进步。美媒用“innovative”、“automated”、“cost-effective”等词强调“工业 4.0”的优势，即“创新的”、

“自动化的”、“有成本效益的”。“unique”、“game-changing”、“successful”、“key”、“significant”等词高度评价“工业 4.0”为“独一无二的”、“颠覆性的”、“成功的”、“关键的”、“意义重大的”战略。“pervasive”、“inevitable”反映“工业 4.0”必将在全球范围内引领新一轮的工业转型竞赛。

述谓策略赋予“制造 2025”消极的行为特征和属性。在语境 - 指称空间中, 中国和“制造 2025”作为“他者”, 被话语生产者表征为错误的实体。和“工业 4.0”搭配的谓词大都带有积极的语义韵。德国和“工业 4.0”作为靠近指称中心的“我者”, 被表征为正确的实体。

4.3. 辩论策略

辩论策略是通过使用有用/有利、无用/无利、公正/不公正、定义、威胁、数字、法律和权力等辩论题目(topoi)来论证正面和负面的描述[1]。辩论题目是连接论点和结论的纽带。作为群体共享的社会认知, 辩论题目经过加工、积累、抽象化后, 存储在语境模型中。研究发现, 美国媒体在报道“制造 2025”时, 大量采用了威胁、不公正的辩论题目, 借以引导读者通过政治视角批判“制造 2025”; 而报道“工业 4.0”时, 美国媒体主要使用了有用/有利、数字等辩论题目论证“工业 4.0”的正面作用。

威胁的辩论题目可以表述为“如果存在特定的威胁, 就应该做些什么阻止威胁”。例(1)中, 特朗普政府官员认为中国政府补贴国内企业推动产业升级是对公平竞争的“威胁”, 并污蔑中国“强制外国在华公司进行技术转让”, 美国是“被威胁者”。结合话语产生的社会、历史语境, 美媒将与“制造 2025”相关的威胁辩论题目表述为“如果‘制造 2025’对美国构成威胁, 美国需要发动贸易战阻止‘制造 2025’战略”。通过威胁这一辩论题目, 美国媒体为特朗普政府违反国际法发动的贸易战提供合法化依据。

(1) Officials of the Trump administration have called Made in China 2025 a threat to fair competition, saying it encourages state subsidies for domestic companies and forces technology transfer from foreign partners. (Dec. 13, 2018 WSJ)

美国媒体在建构“工业 4.0”时大量使用有用/有利、数字等辩论题目。美媒将有用/有利的辩论题目表述为“如果‘工业 4.0’有利于提高生产力, 德国政府应该支持‘工业 4.0’战略”。如例(2)通过数字对照“工业 4.0”失败和成功对德国经济带来的影响, 证明“工业 4.0”对提振德国经济、提高生产力的重要意义, 使得读者对“工业 4.0”有更加积极、具体的认识, 体现了话语生产者对“工业 4.0”的支持。

(2) “If the German manufacturing sector-22% of the country’s economic output compared with 12% in the U.S.-fails to digitize, it could cost the industry a decline in industrial value” of roughly 220 billion euros by 2025, according to a recent study by Roland Berger Strategy Consultants. If successful, the sector stands to add value of 425 billion euros by 2025, the study found. (May. 12, 2016WSJ)

结合语境 - 指称空间模型, 美国媒体通过使用不同的辩论题目操纵读者的社会认知, 威胁、不公正等辩论题目使得“制造 2025”对读者造成认知层面的胁迫感, 而有用/有利、数字等辩论题目则增加读者认知上对“工业 4.0”的认同感。

5. “中 - 美 - 德”语境 - 指称空间

DHA 中的社会活动参与要素对应语境模型中的基本范畴, 话语策略将人、物体、事件、行为等参与要素抽象化后投射到语境模型中。将语境模型与指称空间结合, 社会活动的参与要素又被投射到语境 - 指称空间的各个区域。DHA 中的命名策略与语境 - 指称空间模型的 s 轴相呼应, 群内成员对应“我者”, 靠近指称中心; 群外成员则对应“他者”, 处于 s 轴的远端, 远离指称中心。述谓策略和 a 轴相关联, 积极的谓词建构靠近指称中心, 代表真实、正确的实体; 消极的谓词建构则远离指称中心, 代表不真实、错误的实体。通过上述操作, 得到“中 - 美 - 德”语境 - 指称空间, 如图 3 所示。

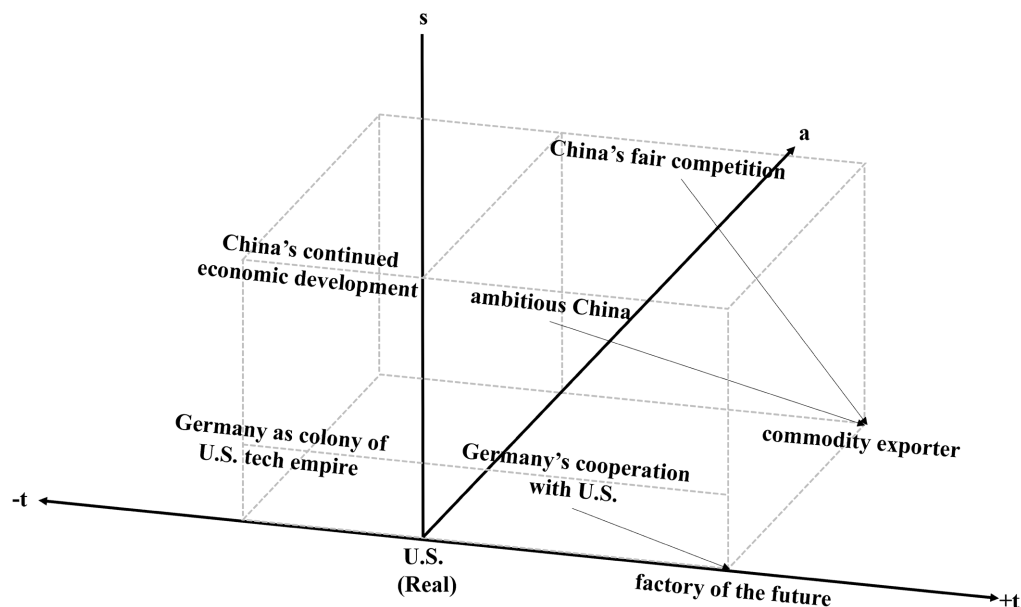


Figure 3. Context-deictic space model of “China-U.S.-Germany”
图 3. “中 - 美 - 德” 语境 - 指称空间

事件参与者包括指称中心美国、靠近指称中心的“我者”德国及“工业 4.0”、远离指称中心的“他者”中国及“制造 2025”。话语生产者将中美关系表征为竞争关系,美国视中国为威胁,例(3)中的“enemies”甚至将中国与敌人直接联系在一起,因此中国被表征为“他者”。例(4)中话语生产者使用代词“we”拉近德国和美国的关系,同时强调在面临当今世界任何重大挑战时德国和美国都是重要的伙伴(partners),德国被表征为“我者”。

(3) “There are a few U.S. companies that have been leaning too far about sharing technology with countries that are potential enemies of ours,” ...widely seen as referring to China. (Nov. 8, 2017 NYT)

(4) The United States and Germany are critical partners in virtually every major global challenge we face today... (Apr. 4, 2016 BWR)

“中国持续的经济发展”(China’s continued economic development)和“德国成为美国科技帝国的殖民地”(Germany as colony of U.S. tech empire)共同构成背景区域,互相对立。例(5)中,“increasingly direct competition”说明美国媒体担心中国的崛起将加剧中美之间的直接竞争。“中国持续的经济发展”在背景区域对应 a 轴近端的真实、s 轴远端的“他者”,增加了读者心理层面因“他者”崛起带来的危机感。例(6)、例(7)中,“a decade-long economic malaise”、“a colony in the American tech empire”反映德国经济活力不足,缺乏科技主权。“德国成为美国科技帝国的殖民地”位于背景区域 a 轴近端、s 轴近端,靠近指称中心。美国乐于看到德国从属于美国主导的经济体系,“科技殖民地”现状增加了读者对德国和“工业 4.0”的认同感。

(5) China’s continued economic development will bring the country increasingly into direct competition with the United States, which is why Trump has explicitly stated the proposed U.S. tariffs are designed to impede the Made in China 2025 program. (May. 3, 2018 WP)

(6) At stake is the fate of the German economy, Europe’s largest, at a time when the region is only beginning to emerge from a decade-long economic malaise. (Feb. 8, 2017 NYT)

(7) In essence, Europe has become a colony in the American tech empire. (Sept. 27, 2018 WP)

在事件区域, “中国的公平竞争”(China's fair competition)与“野心勃勃的中国”(ambitious China)形成对照。美媒大量使用含有否定意义的词组, 如例(8)中的“unfair trade practices”, 使得处于 a 轴远端的“中国的公平竞争”边缘化, 淡化了中国遵照 WTO 协定参与公平竞争的事实。例(9)中, “more ambitious than anything”强调“制造 2025”比中国之前尝试的任何战略都更具“野心”。美国媒体在靠近 a 轴、远离 s 轴的位置勾勒出“野心勃勃的中国”的形象, 即“他者”的现实表征。美媒将“野心勃勃的中国”置于事件区域的突显位置, 使其中心化, 夸大“制造 2025”的威胁, 给读者造成认知层面的胁迫感。“德国与美国的合作”(Germany's cooperation with U.S.)位于事件区域 a 轴近端、s 轴近端, 靠近指称中心的美国。例(10)中, “German-style training schemes”和“dynamism of the American IT sector”分别代表德国和美国工业领域的优势, 两国相互合作, 借鉴对方优势领域的先进经验。而“amazing”和“win-win situation”表明美国媒体对德国与美国的合作持积极态度, 认为两国在工业领域的合作可以实现“双赢”。

(8) Through years of unfair trade practices and industrial espionage... China has accumulated trillions of American dollars. (May. 16, 2017 WSJ)

(9) But Made in China 2025 is more ambitious than anything the government has ever attempted, a national industrial policy that aims to project a new type of global might and influence. (Nov.8, 2017 NYT)

(10) Often they implement the German-style training schemes for young people that during the roundtable Mr. Trump called “amazing” and Mrs. Merkel described as a “win-win situation”... In the era of New Manufacturing (what Europe has dubbed “Industry 4.0”)... Here Europe can learn from the dynamism of the American IT sector. (May. 15, 2017 WSJ)

在事件区域的远端, 指称中心的美国——处于将来的“我者”被表征为正面的“未来工厂”(factory of the future)和负面的“初级产品出口国”(commodity exporter)。“未来工厂”和“初级产品出口国”形成鲜明对照, 代表美国未来两种截然不同的发展前景, 前者是积极的现实表征, 后者通过“if”引导的条件句被表征为消极的非现实。例(11)中, “未来工厂”是美国与德国交际事件的未来表征, 事件“德国与美国的合作”促成“未来工厂”。正面的“未来工厂”靠近指称中心, 象征美国未来仍享有科技霸权, 可以得到美国读者普遍的支持。“初级产品出口国”是美国和中国交际事件的未来表征, 美媒通过边缘化“中国的公平竞争”、中心化“野心勃勃的中国”, 将美国沦为“初级产品出口国”的原因归咎于中国和“制造 2025”。例(12)中, 美国媒体担心如果“制造 2025”推动中国实现产业升级, 美国将失去中国高科技市场, 就只能对中国出口石油、天然气、牛肉、大豆等低附加值的初级产品, 这意味着美国霸权的衰落。美国媒体认为只有遏制中国的产业升级, 才能避免美国成为中国的“初级产品出口国”。美国媒体边缘化“初级产品出口国”的形象, 正是为了寻求读者对打压“制造 2025”政策的支持。

(11) Traditionally, Germany's strengths lie in the field of engineering and, here in the U.S., companies produce cutting-edge software. When these two forces are combined, they pave the way for what is called the “factory of the future.” (Apr. 4, 2016 BWR)

(12) “If Made in China 2025 achieves its goals,” he said, “the U.S. and other countries would likely become just commodity exporters to China—selling oil, gas, beef and soybeans.” (Nov. 8, 2017, NYT)

综上所述, “中-美-德”语境-指称空间以社会认知为纽带, 将媒体话语背后的社会、历史语境可视化。美国担心“制造 2025”会推动经济体量大、独立自主的中国挑战美国霸权。由于“制造 2025”不符合美方利益, 美国便利用话语霸权污名化“制造 2025”为“不公平的竞争”、“野心勃勃的计划”、“美国的威胁”, 并夸大“制造 2025”会令美国沦为“初级产品出口国”, 制造读者心理上的危机感, 呼吁读者支持遏制中国。德国是美国科技帝国的殖民地, 依附于美国主导的经济体系, 且德国的经济体量不足以对美国构成威胁, 所以美国可以接受德国“工业 4.0”, 并寻求“工业 4.0”为美国高新技术产

业服务, 打造“未来工厂”, 巩固美国的科技霸权。

6. 结语

本研究自建语料库, 通过融合话语-历史分析法和语境-指称空间模型, 探究了美国媒体对“中国制造 2025”和德国“工业 4.0”的认知差异。研究证实语境-指称空间模型可有效地实现社会共享的社会、历史语境的可视化: 美国担心“中国制造 2025”推动产业升级, 挑战美国霸权; 而德国依附于美国主导的经济体系, 难以撼动美国的地位。由于上述历史语境, 美国媒体将相似的“制造 2025”和“工业 4.0”建构为相反的形象, “制造 2025”被建构为消极的“他者”, “工业 4.0”则被建构为积极的“我者”。美国媒体通过操纵话语策略和读者的社会认知为美国政府服务, 其抹黑“制造 2025”的目的是推动对华极限施压政策的合法化。美国媒体话语背后体现了零和博弈思维及霸权主义思维。

本文为话语-历史分析法与社会认知理论的融合做了新的尝试, 丰富了用社会认知理论阐释语言和社会关系的研究。同时, 研究验证了话语-历史分析法和语境-指称空间模型融合的方法适用于分析媒体话语, 该方法在关注媒体话语产生的历史语境的同时又能直观地展示话语生产者操纵读者认知的过程。

参考文献

- [1] Wodak, R. (2001) The Discourse-Historical Approach. In: Wodak, R. and Meyer. M., Eds., *Methods of Critical Discourse Analysis*. SAGE, London, 63-94. <https://doi.org/10.4135/9780857028020.n4>
- [2] Wodak, R. (2006) Mediation between Discourse and Society: Assessing Cognitive Approaches in CDA. *Discourse Studies*, 8, 179-190. <https://doi.org/10.1177/1461445606059566>
- [3] 刘文字, 胡颖. 从情境到语境: 特朗普政府《贸易政策议程》的批评认知分析[J]. 外国语文, 2020, 36(1): 9-18.
- [4] 刘文字, 胡颖. 批评话语研究的语境-指称空间模型[J]. 现代外语, 2021, 44(1): 25-36.
- [5] 李金华. 德国“工业 4.0”与“中国制造 2025”的比较及启示[J]. 中国地质大学学报(社会科学版), 2015, 15(5): 71-79.
- [6] 刘文字, 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(2): 9-15.
- [7] van Dijk, T.A. (1997) Cognitive Context Models and Discourse. In: Stamenov, M.I., Ed., *Language Structure, Discourse and the Access to Consciousness*, John Benjamins, Amsterdam, 189-226.
- [8] van Dijk, T.A. (2008) *Discourse and Context: A Socio-cognitive Approach*. Cambridge University Press, Cambridge.
- [9] 田海龙. 认知取向的批评话语分析: 两种路径及其特征[J]. 外语研究, 2013(2): 1-7.
- [10] 汪徽, 张辉. van Dijk 的多学科语境理论述评[J]. 外国语(上海外国语大学学报), 2014(2): 78-85.
- [11] 辛斌, 刘辰. van Dijk 的社会——认知话语分析[J]. 外语学刊, 2017(5): 14-19.
- [12] Chilton, P. (2004) *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. Routledge, London. <https://doi.org/10.4324/9780203561218>
- [13] Chilton, P. (2014) *Language, Space and Mind: The Conceptual Geometry of Linguistic Meaning*. Cambridge University Press, Cambridge. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511845703>
- [14] 刘曼. 日本主流报刊对“一带一路”的认知变化研究——基于语料库的批评话语分析[J]. 外语电化教学, 2020(5): 108-113, 16.