

# 基于语料库的外宣文本国家形象构建

——以2018~2022年政府工作报告和国情咨文为例

刘静颐

上海海事大学外国语学院, 上海

收稿日期: 2023年2月24日; 录用日期: 2023年3月21日; 发布日期: 2023年3月30日

## 摘要

国家形象是指某行为主体在国际上的形象,也就是国际社会对该行为主体的一个普遍性、概括性的认识。国家形象可以展现在国家间的相互博弈中,对某国国家形象的认知离不开国家利益和政治背景等因素。作为其他国家了解本国、构建国家形象的重要手段,外宣文本发挥着举足轻重的作用。本文运用2018年~2022年中国政府工作报告和美国国情咨文作为语料库,从批评话语分析入手,通过分析认为中国想要建立温和发展的综合强国的形象,美方建立了一种激进式领导的国家形象,两者的不同由社会制度、意识形态等多方面因素构成。

## 关键词

国家形象, 批评话语分析, 语料库, 外宣

# A Corpus-Based Study on National Image Construction of International Publicity Text

—Taking the 2018~2022 Report on the Work of the Government and the State of the Union Address as Examples

Jingyi Liu

College of Foreign Languages, Shanghai Maritime University, Shanghai

Received: Feb. 24<sup>th</sup>, 2023; accepted: Mar. 21<sup>st</sup>, 2023; published: Mar. 30<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

National image refers to the performance of a certain actor in the international arena, that is, a universal and generalized perception of the actor by the international community. The mutual

game between countries can show national image, and the perception of which cannot be separated from the national interests, political background and other factors. As an important means for other countries to understand their own countries and build national images, international publicity texts play a crucial role. Taking the 2018~2022 Report on the Work of the Government and the State of the Union Address as a corpus, this paper starts with a critical discourse analysis as a method, through which arguing that China wants to build an image of a comprehensive power with moderate development, while the U.S. side builds a national image of radical leadership. The differences between the two are constituted by various factors such as social system and ideology.

## Keywords

National Image, Critical Discourse Analysis, Corpus, International Publicity

Copyright © 2023 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

在当今经济全球化的背景之下，各国互动交流日益密切，构建良好的国际形象，营造良好的国际氛围，是时代赋予国家的使命。卢小军[1]认为，国家形象是在对外传播或国际传播中国家外部公众作为主体对特定国家本身、国家行为、国家的各项活动及其成果而形成的总体印象、评价及解读，体现了公众的价值观与审美观，反映公众对国家的印象、认知、认同与评价。在对外宣传本国立场、阐释我国发展、建构我国国家形象的过程中，外宣文本必不可少。

对外宣传简称“外宣”，指“针对国外境外对象所进行的跨文化、跨语言宣传活动”[2]，旨在“帮助外国人了解中国的各个方面”，以便“促进中外友好关系，赢得国际同情和支持，有利于我国现代化建设和祖国统一事业的实现”[3]。也就是说，外宣的最终目的是让国外受众了解本国并建立一定程度的认同。正式的外宣活动都带有明确的目的性，有既定的出发点、行为主体、传播途径、目标受众，有预期达成的效果。随着外宣研究的深化，具体的外宣领域得到了关注，例如国家综合层面的对外宣传活动。

提到权威的中美两国国家综合层面的外宣文本，国务院政府工作报告和国情咨文就极具代表性。国务院政府工作报告每年两会时发布，主要内容涵盖对前一年政府各方面工作情况的回顾，归纳当年政府工作的基本思路和主要任务，阐述当年政府职能，总结外交和国际形势方面的内容。随着中国的不断开放，国内外外籍人士对我国了解的愿望和阅读报告的需求也日益增多，便逐渐推出英文版政府工作报告。美国的“政府工作报告”即“国情咨文”，每年年初由时任总统在国会做年度报告时发布，阐述每年国内外发展状况、政府要实施的工作举措和工作计划。

尽管对外宣文本的研究屡见不鲜，对政府工作报告和国情咨文的研究也层出不穷，但我国还未形成大型成熟的外宣文本类语料库。本文基于自建语料库，内容涵盖 2018~2022 年英文的中国政府工作报告和美国国情咨文，从批评话语分析的角度出发，透过中美两国报告中的关键词、话语表达等，探究两国想要构建的自身形象，以期对政府工作报告的翻译策略、批评话语分析在政治文本的应用中做出贡献。

## 2. 文献综述

### 2.1. 外宣与国家形象的构建

我国伊始对外宣研究的著作是段连城的《对外传播学初探》和沈苏儒的《对外传播学概要》，“从

事对外书刊宣传，如果能把这两本书研究透，基本要领也就掌握了” [4]。段连城在他的书中写到：国际形象对对外关系的发展有着重要的影响，由于来华外国人能起到“舆论先导”的作用，做好与他们的“公关关系”非常重要，我们自己的外文传播媒介更要主动发挥作用，形成一个“有效的、布局适当的外文传播体系” (2004: pp. 45-53)。从 20 世纪 90 年代起，我国的学术期刊中开始出现外宣研究方面的论文，不过大规模集中性的研究在 2004 年之后，不仅论文数量增多、研究程度加深，而且以此为主题的硕士、博士论文、学术专著都开始逐渐出现。

2022 年 7 月在知网上以“外宣”、“国家形象”为关键词进行检索，共有 426 条相关结果，其中学术期刊 231 篇、学位论文 176 篇(博士 52，硕士 124)、会议 10 个、报纸 9 个，将相关文献数据下载导入 Citespace 中进行可视化分析，可发现与之相对应最多的研究关键词为“外宣翻译”、“对外传播”等(见图 1)。

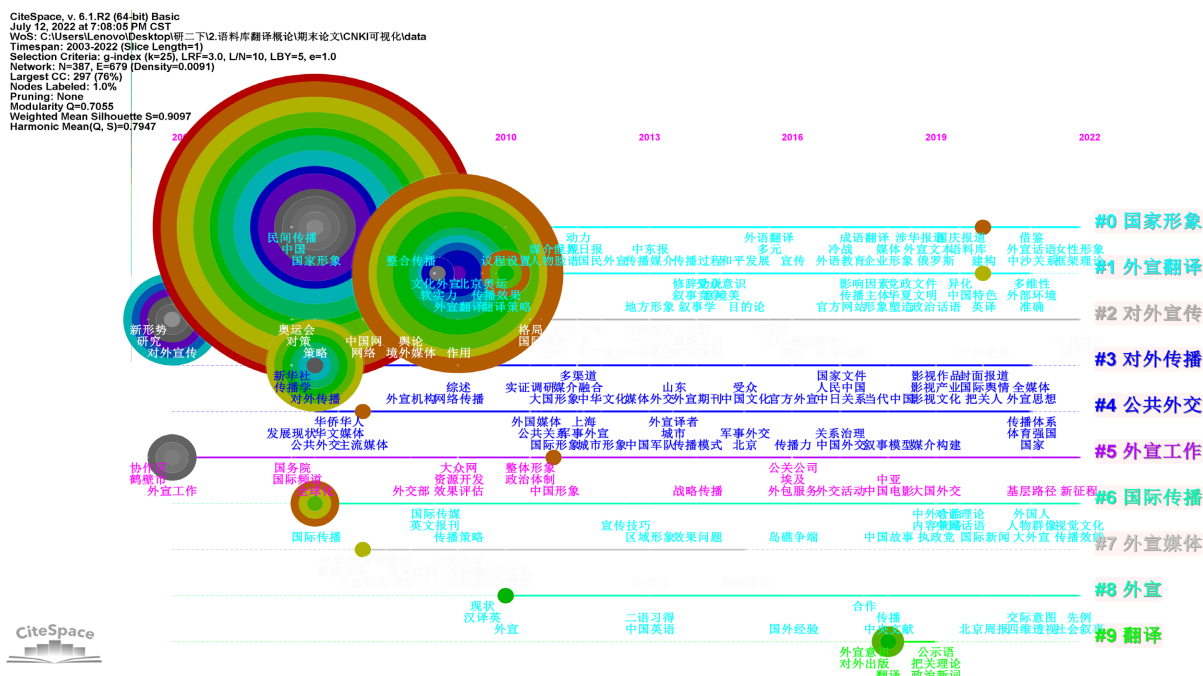


Figure 1. Visualization analysis of “international publicity” and “national image”  
图 1. “外宣”与“国家形象”的可视化分析

辅以语料库进行国家形象相关研究的，唐丽萍[5]在著作中基于语料库调查和批评话语分析认为，国内学界对近年来中国形象自我感知和整体倾向于更加良好和乐观，而在《纽约时报》、《华盛顿邮报》和《洛杉矶时报》三家美国大报中，中国整体上是一种“负面为主的混杂、矛盾的形象” [5]，两者对华认知之间存在一定差异。

“国家形象”的概念的提出缘起于社会心理学在国际关系研究领域的应用。1956 年，美国著名心理学家 Kenneth Boulding 在《形象：生活和社会中的知识》(The Image: Knowledge in Life and Society)一书中，将“形象”(Image)定义为行为单位所拥有的全部认知的(cognitive)、情感的(affective)和评价的(evaluative)结构或者是对自身和世界的内在观点[6]。他所讲的“行为单位”指的就是某个组织或国家。1959 年，Boulding 在国际关系学界的《冲突解决杂志》(The Journal of Conflict Resolution)，发表了题为“国家形象和国际关系”(National images and international systems)的文章，更为明晰地提出了“国家形象”概念。他持有的观点是“国际体系中的重要形象包括一个国家对自我的认识及对国际体系中构成其国际环境的其

他行为体的认识” [7]。

大众媒体被认为是国家形象的最具有代表力的塑造者和传播者，外宣文本和媒体语篇也就自然成为研究国家形象最具价值的语料。其中批评话语分析对于政治语篇和大众媒体语篇的研究的观点更是独树一帜，社会影响也最大。批评话语分析把新闻语篇看作是语言对于世界的基于意识形态决定的表征，在以一种佯装成社会常识的方式为受众提供信息的过程中，也在引导和说服受众以某种预期的方式接受所产生和复制的价值观念，因此本质上是通过语言手段有效操控社会生活的工具(例如，[8]-[14])。批评话语分析对于语言、权力和意识形态之间的关系的揭示，正好能够合理而深刻地解释一个国家的经验现实和其符号现实之间的关系。

## 2.2. 批评话语分析在外宣文本中的应用

批评话语分析发轫于上世纪 70、80 年代的英国，在荷兰和奥地利等欧洲国家的语言学界得到响应，上世纪 90 年代中期被介绍到中国，受到我国语言学界、社会学界以及新闻传播学界等众多学者的广泛关注，我国学者展开的一系列应用型研究，较为集中的是运用批评话语分析对新闻报道进行剖析，钱毓芳、田海龙[15]在研究中运用语料库语言学的方法，将 LCMC 作为参考语料库与 1999~2008 年十年两届政府历年报告作比较提取了关键词，讨论政府工作报告话语与中国社会变迁之间的关系。其研究结果显示无论对主题词检索分析，还是对词丛做的语料库检索分析，都可表明政府的工作重点和政策取向异同，且政府的权威性会通过报告的机构话语得到体现。社会主体会带来新的关注点并带入到报告中，反过来影响接受者及其行为，通过这一行为主体引起和促进社会变革。

综上，运用批评话语分析可以帮助我们对外宣文本进行研究，从外宣类文本中感受国家形象是如何进行建构的。

## 3. 理论基础

在基于系统功能语言学的评估话语分析模式中，Fairclough 的三维模式(如图 2 所示)影响深远。

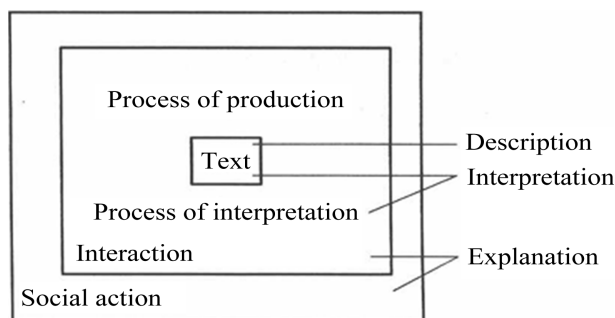


Figure 2. Three-dimensional model of critical discourse analysis [16]

图 2. 批评话语分析的三维模式[16]

如图 2 所示，语篇(如一篇新闻报道)、话语实践(如生产和阐释该报道的过程)、社会行为(如产生该新闻交际事件的社会文化结构)三个要素构成了分析任意交际互动事件的过程中的焦点。如果语篇是话语实践的产品，话语实践又内嵌于复杂的社会行为当中，会对所在环境产生交互影响。批评话语分析具有三个维度：描述语篇、阐释语篇与话语实践过程间的关系、解释话语实践与社会行为间的过程。

批评话语分析总是会超越对话语语言特征的描述，进入到对社会政治问题的辩论之中，从而担负起实现民主与解放的社会责任，为社会发展作出积极的贡献[16] [17]。批评话语分析在方法论上，一直突出质的研究方式，这与其在后现代主义思潮中应运而生、在研究方法上也和受后现代思潮影响的质的研究

方法相吻合[18]。

费尔克劳对话语和社会辩证关系的研究于国家对外宣传具有重要的借鉴作用，在研究中政府工作报告(新话语)被宣传带入本国社会或其他国家(新语境)，在新的社会语境中被转变为物质世界中真实的变化。话语被物质化的过程对内可引发我们感知社会变化，在一定程度上验证了“话语变化带动社会变化”这一批评话语分析的重要命题；对外构建了国家宣传话语体系，树立本国良好形象，并勉励自身实现既定目标。

#### 4. 研究方法

研究将 2018~2022 年中国政府报告英文版和美国国情咨文的每份报告导入到 txt 文本中，利用软件 EmEditor 进行语料清洗，之后分别将中国政府工作报告和国情咨文导入 Word Smith Tools 8.0 版本中，利用“Word List”功能形成一份词单，查看除去 Stop Words (停用词)和虚词后，实词词频等相关信息，以此推断报告主题等相关内容；除此之外，在 statistics 功能中查看语篇的形符(tokens)、类符(types)、标准形符类符比(standardised TTR)、平均词长(mean word length in characters)、句子数量、平均句长等统计数据信息，比较两者不同，并结合语篇来分析原因，并通过具体解释来讨论两国对自己国家形象的构建。

#### 5. 研究结果

利用“Word List”功能形成的词单如下(如表 1 所示):

**Table 1.** Word list of 2018~2022 report on the work of the government and the state of the union address  
**表 1.** 2018~2022 年政府工作报告和国情咨文词单

REPORT ON THE WORK OF THE GOVERNMENT (2018~2022)				The State of the Union Address (2018~2022)		
序号	Word	Freq.	%	Word	Freq.	%
1	we	2058	2.82%	we	587	1.95%
2	development	589	0.81%	our	418	1.39%
3	our	383	0.52%	I	264	0.88%
4	people	376	0.52%	have	238	0.79%
5	have	339	0.46%	you	184	0.61%
6	all	332	0.46%	American	168	0.56%
7	new	318	0.44%	America	160	0.53%
8	government	315	0.43%	more	142	0.47%
9	improve	294	0.40%	their	132	0.44%
10	work	288	0.39%	applause	117	0.39%
11	China	283	0.39%	they	115	0.38%
12	more	265	0.36%	Americans	115	0.38%
13	support	228	0.31%	people	114	0.38%
14	reform	228	0.31%	all	108	0.36%
15	ensure	219	0.30%	one	107	0.36%
16	rural	216	0.30%	my	106	0.35%
17	year	213	0.29%	not	103	0.34%
18	services	211	0.29%	has	103	0.34%

## Continued

19	promote	210	0.29%	than	98	0.33%
20	areas	207	0.28%	new	94	0.31%

政府工作报告详细数据如表 2 所示:

**Table 2.** Statistics of 2018~2022 report on the work of the government

**表 2.** 2018~2022 年政府工作报告各数据

Text file	2018	2019	2020	2021	2022	overall
Tokens (running words) in text	17804	16862	9710	14418	14173	73967
Types (distinct words)	2767	2665	2001	2355	2354	4558
Types/token ratio (TTR)	15.70%	15.92%	20.79%	16.48%	16.76%	6.30%
Standardised TTR	43.48%	43.04%	43.33%	42.52%	42.35%	42.94%
STTR std.dev.	52.01	51.39	49.31	50.94	50.80	55.01
STTR basis	1000					
Mean word length	5.40	5.40	5.34	5.45	5.44	5.41
sentences	721	728	440	623	608	3120
Mean (in words)	24.44	22.99	21.87	22.93	23.11	23.18

国情咨文详细数据如表 3 所示:

**Table 3.** Statistics of 2018~2022 the state of the union address

**表 3.** 2018~2022 年国情咨文各数据

Text file	2018	2019	2020	2021	2022	overall
Tokens (running words) in text	6116	5446	5723	6233	6582	30100
Types (distinct words)	1629	1551	1653	1509	1706	4193
Types/token ratio (TTR)	26.91%	28.86%	29.33%	24.68%	26.29%	14.13%
Standardised TTR	44.15%	45.78%	45.80%	42.27%	45.52%	44.62%
STTR std.dev.	47.66%	44.34%	45.08%	48.76%	46.71%	52.40%
STTR basis	1000					
Mean word length	4.61	4.61	4.74	4.47	4.63	4.61
sentences	519	348	360	461	490	2178
Mean (in words)	11.66	15.44	15.66	13.26	13.24	13.62

## 6. 结果分析

### 6.1. 对中国政府报告的分析

在我国政府工作报告中, 可以看到除去连词、介词、助词等停用词, 实词中 we 出现的频率最高, 这一点在美国国情咨文中也能体现。在报告中, 出现“我们”的时候, 翻译使用了 China, 但也使用了“we”, 例如:

我们将始终不渝走和平发展道路, 推动构建新型国际关系。

China's commitment to peaceful development should not change and we should work to build a new type of international relations.

动作主体先是使用 China, 但在过程中以第一人称 we 进行演说, 是将主语政府与国家、人民共通为一体的表现; people、our、government 在翻译中的大量运用, 印证了我国“人民当家做主”的制度体系, 将人民拉入政府所在的场域体系中, 可以与人民产生共情的心理, 也是我国“为人民服务”宗旨的体现。

除此之外, 在政府工作报告中, “development”发展这个词在实词中出现频率位居第二, 例如“*We responded to Covid-19 and pursued economic and social development in a well-coordinated way...全国上下共同努力, 统筹疫情防控和经济社会发展*”、“*New steps were taken in the reform and development of education. 教育改革发展迈出新步伐*”、“*applied the new development philosophy in full...完整、准确、全面贯彻新发展理念*”, 并且在词单实词前 20 位中, “new”、“more”等形容词及 “improve”、“support”、“ensure”、“promote”等积极的动词的使用, 都在说明着我国政府报告的主题为提升我国国家的发展、不断取得新的重大成就、增强创新能力、提高人民的生活水平等。从这些高频词的使用, 反映了我国政府寻求新的发展、不断为人民服务、积极正面良好的形象。

除此之外, “services”、“rural”、“areas”等词频的出现, 体现了我国政府的职能, 为各个地区的人民都提供良好的服务, 例如“*We will improve the systems for providing basic public services to people in places of their permanent residence and strengthen infrastructure in county seats. 稳步推进城市群、都市圈建设, 促进大中小城市和小城镇协调发展*”可以看出我国政府深入推进以人为核心的新型城镇化, 不断提高人民生活质量。

## 6.2. 对美国国情咨文的分析

在国情咨文语料的词单中, “we”、“our”等高居一、二位, 也是将群众与社会、国家融为一体的体现, 但是语料中 “I”、“you”、“their”、“they”、“my”等人称及人称物主代词的大量出现, 与中国政府工作报告非常不同。第一人称的大量使用, 如 “*I think they like you, Steve.*”、“*I want to talk about what kind of future we are going to have...*”使得动作主体的思想、情感能更好的传递给听众, 但与此同时使得这种政府类文件带有明显的主观色彩, 使得这更像一个游说宣讲, 让目标受众赞同、相信动作主体的观点, 渲染了主观色彩但减少了权威性与客观性。

词表中, “American”、“America”、“people”的大量使用都表明了报告主题都是围绕国家带来了哪些变化或发展, 怎样更好的为人民服务等; “than”和 “new”大量出现, 表明报告多提及现阶段与上一阶段相比发生了哪些变化、取得了怎样的进步、带来了哪些新的转变与内容等等。

列表中 “applause” 的出现, 是因为原文语料中标注出了在演讲中发言人的停顿及观众的鼓掌。这从侧面反映出国情咨文的汇报过程中, 发言人可以根据现场的实际情况调节发言进度, 调动听众情绪, 使用演讲技巧渲染气氛等。但与此同时, 与前面分析的相对应也会造成带有主观性和权威性的削弱。

在之后未列出词单中, world 的词频为 83 (占比 0.28%), 结合具体的语境 “*And the costs and the threats to America and the world keep rising. 美国和世界面临的代价和威胁不断上升。*” “*I can announce that the United States has worked with 30 other countries to release 60 Million barrels of oil from reserves around the world. 美国已经与其他 30 个国家合作, 从世界各地的储备中释放 6000 万桶石油。*” “*It is going to transform America and put us on a path to win the economic competition of the 21st Century that we face with the rest of the world—particularly with China. 它将改变美国, 让我们走上一条赢得 21 世纪经济竞争的道路, 这是我们将与世界其他国家, 尤其是与中国, 面临的竞争。*”从中可以看出, 美国注重在世界范围内的能力与影响, 尤其将中国视为竞争对象, 不断巩固自己的地位, 展现了一种直白且激进式的形象。

### 6.3. 两者统计数据的比较

从两者的统计数据来看, 中国政府报告的字数明显多于国情咨文, 使得前者的形符平均约为后者的 2.5 倍, 类符约为 1.1 倍。但落实到标准形符类符比(Standardised TTR, 以 1000 为单位)上, 2018~2020 年国情咨文的标准形符类符比明显高于中国政府工作报告, 说明在这三年的报告中国情咨文的语言用词更加多样、多变; 但 2021~2022 年的国情咨文标准形符类符比都略低于政府工作报告, 其用词没有政府工作报告多样丰富。造成此种差异的原因是 2018~2020 年特朗普担任美国总统, 而 2021~2022 年总统为拜登, 两任领导人演讲风格、执政期间侧重点、国家发展变化等略有不同, 造成了用词的差异。在这篇文章中笔者只将国情咨文这个研究对象视为一个整体, 不对其中两任领导人的风格差异等做更细致深入的研究。

与之相对应的, 中国政府报告中平均词长、平均句长等明显高于国情咨文, 这与中英文语言的差异和翻译等影响因素有关。由于政府工作报告英文版是经过中文原版翻译而来, 中文原版中有较多长难句, 翻译成英文时为使中文含义表达的整体意象融合为一句话, 多使用条件状语从句、非限定性定语从句等复合句, 使得政府工作报告译本的平均句长高于国情咨文。语言差异、翻译策略等都是造成两者不同的原因。

### 6.4. 国家形象的建立

一个全面、完整的国家形象, 应该概括着国家过去的历史、象征现在的发展并展望美好未来。同时一个国家的形象, 应建立在国民与世界的认知基础之上, 不仅集中表现在经济、科技、国防、军事等方面, 还要有精神、文化、思想观念的渗透。形成有利于国家建设的国内外大环境, 塑造与传播能够凝聚人心、符合认知的国家形象, 并非易事。

从上文的分析可以看到, 中国重视国内的发展, 反思过去出现的不足, 制定一系列举措面向未来发展, 希望提升国家综合实力; 而美国较多地谈论自己世界范围内的地位, 并牵涉了其他国家政治、军事的问题。简言之, 中国更注重自身发展, 是温和发展式, 美国更关注自己在世界范围内能力与地位, 是激进领导式。

中国想要塑造的是一个关心我国发展、人民幸福生活, 具有独特的精神文化、思想内涵, 能够概括中国过去与当下, 总结经验与不足, 指向可以实现美好的、国富民强梦想的国家形象, 想要带动国人朝着这个方向努力奋进, 实现真正的民族复兴。而美国对内、对外想要树立一种西方世界的领袖形象, 这个过程夹杂的是美国政府提出的美式价值观、美式民主以及美国民间宣扬的美式文化和生活方式。两者的不同, 与国家的意识形态、社会制度、文化差异等息息相关。

## 7. 结语

国家形象以及软实力建设, 对内能够凝聚民心, 使人民能够团结奋斗, 朝着共同的方向大步前行; 或者说这是一种总结过去、展望未来的精神力量, 人们为了实现国家和民族的共同梦想, 愿意遵守社会责任与道德底线, 并为之不断地持续奋斗。

文章借助自建的话料库, 通过 Word Smith 的软件辅助, 借助批评话语分析这一手段对中国政府工作报告和美国国情咨文进行分析, 探讨两方从中展现的国家形象。当然真实的国家形象取决于实际国情与建设、国家形象传播的力度与深度相关, 希望本文可以为这类研究提供帮助。

## 参考文献

- [1] 卢小军. 国家形象与外宣翻译策略研究[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2015: 42.

- [2] 许宏. 外宣翻译与国际形象建构[M]. 北京: 时事出版社, 2017: 4.
- [3] 段连城. 对外传播学初探(修订版) [M]. 北京: 五洲出版社, 2004: 58.
- [4] 黄友义. 把好编辑和翻译两道关 不断提高外宣品的质量(一) [J]. 对外大传播, 2000(1): 12-14.
- [5] 唐丽萍. 美国大报之中国形象的语料库语言学方法辅助下的批评话语分析[M]. 北京: 高等教育出版社, 2016: 242.
- [6] Boulding, K.E. (1956) *The Image: Knowledge in Life and Society*. University of Michigan Press, Ann Arbor, 423. <https://doi.org/10.3998/mpub.6607>
- [7] Boulding, K.E. (1959) National Images and International Systems. *The Journal of Conflict Resolution*, **2**, 120-131. <https://doi.org/10.1177/002200275900300204>
- [8] Fowler, R. (1991) *Language in the News*. Routledge, London.
- [9] Fairclough, N. (1995) *Media Discourse*. Edward Arnold, London.
- [10] Van Dijk, T.A. (1988) *News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press*. Lawrence Erlbaum, Hillsdale.
- [11] Van Dijk, T.A. (1988) *News as Discourse*. Lawrence Erlbaum, Hillsdale.
- [12] Van Dijk, T.A. (1989) Critical News Analysis. *Critical Studies*, **1**, 103-126.
- [13] Van Dijk, T.A. (1989) Structures of Discourse and Structures of Power. *Annals of the International Communication Association*, **12**, 18-59. <https://doi.org/10.1080/23808985.1989.11678711>
- [14] Van Dijk, T.A. (1991) *Racism and the Press*. Routledge, London.
- [15] 钱毓芳, 田海龙. 话语与中国社会变迁: 以政府工作报告为例[J]. 外语与外语教学, 2011(3): 40-43.
- [16] Fairclough, N. (2003) *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge, New York, 10, 209.
- [17] Mills, S. (1997) *Discourse*. Routledge, London, 148.
- [18] 田海龙. 趋于质的研究的批评话语分析[J]. 外语与外语教学, 2013(4): 6-10.