

# 新媒体语境下国家身份建构的人际语用研究

## ——以“CGTN”哔哩哔哩账号为例

王雪莹

中国矿业大学外国语言文化学院, 江苏 徐州

收稿日期: 2024年5月14日; 录用日期: 2024年7月8日; 发布日期: 2024年7月19日

### 摘要

本研究基于人际语用学视域下身份建构的社会建构主义原则、交互原则、站位原则和指示原则, 以“CGTN”哔哩哔哩账号发布的相关视频为语料, 定性分析新媒体语境下中国国家身份建构。研究发现, “CGTN”哔哩哔哩账号相关视频通过主动展现、关注外部、互动交流, 并在话语中建立“真实/虚假”“相似/差异”交互关系对, 进行趋同或趋异站位、标识身份、呈现身份类属等方式从多方面建构多元的中国国家身份。

### 关键词

人际语用学, 新媒体语境, 身份建构, 中国国家身份, “CGTN”哔哩哔哩账号

# An Interpersonal Pragmatic Study on the National Identity Construction in the Context of New Media

## —A Case Study of the Bilibili Account of “CGTN”

Xueying Wang

School of Foreign Studies, China University of Mining and Technology, Xuzhou Jiangsu

Received: May 14<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jul. 8<sup>th</sup>, 2024; published: Jul. 19<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

Based on the identity construction principles within interpersonal pragmatics including social constructionist principle, positionality principle, indexicality principle and relationality principle,

文章引用: 王雪莹. 新媒体语境下国家身份建构的人际语用研究[J]. 现代语言学, 2024, 12(7): 264-270.

DOI: 10.12677/ml.2024.127553

this study takes videos from the Bilibili account of “CGTN”(China Global Television Network) as corpus to qualitatively analyze China’s national identity construction in the context of new media. Results show that videos from the Bilibili account of “CGTN” construct China’s multifaceted national identities in various ways such as presenting itself proactively, paying attention to the external world, as well as communicating and interacting. Also, these videos establish “true/false” and “adequation/distinction” relational dyads, and take convergence or divergence positions as well as make identification and presentation to identity categories.

## Keywords

Interpersonal Pragmatics, New Media, Identity Construction, China’s National Identity, The Bilibili Account of “CGTN”

Copyright © 2024 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

哔哩哔哩平台创建于 2009 年，是中国年轻世代高度聚集的潮流文化娱乐社区和视频网站，以丰富的资源、高质量的内容、可以让人产生跨越时空的情感共鸣的弹幕功能以及没有广告的特性，深受中国年轻一代的欢迎和喜爱，并迅速发展成为可以和 YouTube 进行产品对标的大型视频网站。近年来，除了越来越多的知名人士、专家学者等入驻哔哩哔哩平台，也有更多官方政务机构如“新华社”“光明日报”“外交部发言人办公室”等相继开通哔哩哔哩账号，在新媒体平台进行政务信息传播。

CGTN，即中国国际电视台(China Global Television Network)，成立于 2016 年，是中国中央电视台面向全球播出的新闻国际传播机构，以“See the Difference (看见不同)”为口号，以独特的“中国视角”看待世界、记录世界，促进中外沟通了解，增进中外文化交流。“CGTN”哔哩哔哩账号于 2020 年 5 月 7 日开通并发布第一条视频，截至目前，已累计发布视频 7000 余个，获赞超 1100 万。

近年来，众多学者开始关注新媒体语境下的身份建构问题，并从多方面展开研究。大部分研究者采用陈新仁提出的“语用身份”概念及其相关理论[1]分析新闻媒体或文化机构的身份类型与建构策略，景晓平[2]从人际语用学视角分析老年人在微信互动中的身份建构。在中国国家身份建构方面，也有多位研究者针对不同的语料，分别采用概念隐喻理论和批评隐喻分析[3]-[5]、多模态互动分析[6]、批判性话语分析[7]等方法对机构话语中的中国国家身份建构进行分析。

## 2. 人际语用学视角下的身份建构

人际语用学(Interpersonal Pragmatics)是语用学研究的专门议题之一，也是 21 世纪初以来兴起的一个新的语用学分支，它脱离语言表达与理解本身，将对语言问题的关注转向对与人和社会相关的问题的关注，如人际关系的建构、管理等[8]。

“身份是主体间产生的，是交际互动中涌现的[9]。”身份建构具有人际语用特点，在人际语用学研究中占有重要地位。人际语用学视角下的身份建构具有多元性与多面性[10]，涉及人际关系、人际情态、人际评价等方面[11]。身份建构与人际关系工作有着紧密的关联，身份建构是关系工作的结果[12]；人际态度、人际情感与人际关系、会话参与者的个人及社会身份相互影响；进行身份建构的不同言语形式和策略会引发人际评价，包括对人际关系的评价、对彼此言语行为的评价[13][14]等。

身份建构的人际语用学研究原则也具有多元性,可以归纳为社会建构主义原则、交互原则、站位原则和指示原则。社会建构主义原则[15]是进行身份建构的概念前提[16],主张身份建构必须依托于社会实践与具体交际语境,“本质是动态发展的、涌现的、人际协商的[10]”。交互原则[9]为身份建构问题提供了具体分析角度[10],认为身份建构只有在与其他社会角色的互动和关系中才能获得社会意义。站位原则[9]是分析身份建构的有力工具,强调会话参与者在交际中的站位不同,表达的情感态度也会有所差异,从而建构出积极或消极的身份及人际关系。指示原则[9]揭示身份建构的内在机制和语言实现途径,关注语言形式和语用策略等。

### 3. 研究设计

本文基于人际语用视域下身份建构的四个主要原则,即社会建构主义原则、交互原则、站位原则和指示原则,采用定性分析法对“CGTN”哔哩哔哩账号发布的视频内容进行分析,主要回答:“CGTN”哔哩哔哩账号发布的视频建构了什么样的中国国家身份?

2022年10月,中共二十大隆重召开,受到全世界的关注,其科学谋划了未来一段时期内我党和我国事业发展的目标任务和大政方针;2022年12月,我国各地优化调整疫情防控措施,百姓的生活发生巨大变化。处于这两个关键时期中间的11月是重要的过渡时期。本文的语料取自“CGTN”哔哩哔哩账号2022年11月1日至11月30日期间发布的相关视频,共计180个。

### 4. “CGTN”哔哩哔哩账号相关视频的中国国家身份建构

“CGTN”和“哔哩哔哩”分别是中国重要的外宣机构和年轻人最喜爱的新媒体平台,“CGTN”哔哩哔哩账号将二者结合,迎合时代发展潮流,用年轻人喜欢的方式介绍宣传中国、关注报道世界,不仅能够吸引中国年轻人的兴趣,而且能够引起在中国工作、学习的外籍人士的关注,对建构中国国家身份具有重要意义。

“CGTN”哔哩哔哩账号在2022年11月期间发布的视频内容主要涉及系列节目(如纪录片、专题演讲、专题访谈等)、重要活动相关报道(如进博会、G20、APEC等)、新闻报道、精彩瞬间记录、外交回应、第三方视角观点、科普、评论、中国文化等。具体情况详见表1。这些视频大多采用“中英文字幕+英文报道(解说)”或“中文字幕+英文报道(解说)”,同时满足中外观众的语言需求,并以多模态的表现形式,同时呈现图象、文字和声音刺激,有利于给观众留下清晰、直观、深刻的印象。

**Table 1.** Content of the videos from the Bilibili account of CGTN

**表 1.** “CGTN”哔哩哔哩账号相关视频的内容

视频内容	数量	百分比
系列节目	70	38.9%
重要活动相关报道	20	11.1%
新闻报道	34	18.9%
精彩瞬间记录	8	4.4%
外交回应	12	6.7%
第三方视角观点	19	10.6%
科普	10	5.6%
评论	2	1.1%
中国文化	5	2.8%

#### 4.1. 社会建构主义原则与中国国家身份建构

身份不是凭空产生的，身份的建构离不开社会实践和具体交际语境。新媒体语境下的国家身份建构与时代背景、新媒体平台的话语表达等息息相关。

2022年10月，中共二十大在北京隆重召开，受到全国全世界人民的广泛关注。2022年11月，“CGTN”哔哩哔哩账号共发布20个主题为“新征程上论中国”的二十大精神解读系列视频，邀请海内外著名思想家、评论家、业界精英等分别从中华文化、民主政治、脱贫成果、对外开放、人类命运共同体构建等方面解析二十大报告中的新观点、新思想。这些演讲视频主动展现中国的发展成就和发展理念——中国坚持全过程人民民主、保证人民当家作主，带领人民摆脱贫困、在小山村中创造幸福生活，并深入发掘中华优秀传统文化、增强中华文明的影响力，建构了中国以人为本、文化自信的发展中国家身份；中国坚持高水平高质量对外开放、推动经济全球化发展，并通过建设包容性伙伴关系，为其他国家提供资金、协助基础设施建设、建立经贸合作，让发展成果惠及全世界，建构了中国开放包容、机遇共享、互利共赢的合作伙伴身份；中国积极推动构建人类命运共同体，为应对全球挑战提供“中国智慧”，为促进全球发展、维护世界和平做出巨大贡献，建构了中国和衷共济、勇于担当的国际发展参与者身份。

除了通过主动展现自身建构中国国家身份，“CGTN”哔哩哔哩账号还关注中国以外其他国家的状况。其发布的新闻报道视频记录了菲律宾台风、西班牙强降雨、纽约布法罗市暴雪、俄罗斯首都火灾等其他国家遭遇的灾害及当地居民受灾、救灾情况，关注了英国鸡蛋供应紧张问题和世界杯赛况等；科普和评论性视频对欧洲社会面临的能源危机和经济衰退问题进行分析，并对美国推特公司的整改计划和未来发展方向进行解读，表明中国不仅关注自身利益，也密切留意全球各国的发展情况和世界人民的生活境遇，建构了中国兼济天下、胸怀各方的大国身份。

“CGTN”哔哩哔哩账号还发布“海客谈”系列视频，通过随机采访和面对面访谈的方式与世界各地民众进行交流，探寻中国在与世界各国互动的过程中建构的国家身份。受访者表示，中国切实改善贫困状况，改善中国人民的生活，不仅在本国普及义务教育，而且帮助其他发展中国家发展教育，改善医疗。在世界各国都能看到中国生产、制造的产品，中国在世界经济发展、技术发展等方面发挥重要作用，表现了中国的迅速崛起，建构了中国公共产品的创造者、发展中国家发展的助力者和引领者身份。也有受访者提到，“现在中国在环境和动物保护方面都在逐渐和世界水平接轨”，这表明中国在各个方面都在积极进步和提升，也体现了中国对地球生态环境保护的重视。

#### 4.2. 交互原则与中国国家身份建构

身份归根结底是一种交互现象。在实际交际中，身份建构可以通过“真实/虚假”、“相似/差异”等关系对的作用实现。“真实/虚假”这一关系对强调会话参与者确认或证实身份的真实与虚假<sup>[10]</sup>，通过指出并纠正交际中的虚假身份、片面身份与问题身份，从而建构真实、正面、积极的身份。“相似/差异”这一关系对反映交际中出现的两个个体或群体的相似特征或差异性，通过对相似特征的维护或差异性的排斥建构积极身份。

11月1日，“CGTN”哔哩哔哩账号发布一则关于外交回应的视频。视频中，中国外交部发言人赵立坚针对2022年美国国防战略报告中蓄意歪曲中国外交国防政策的行为作出回应：“(该报告)充分暴露了美方为遏制打压中国，刻意编造借口的险恶用心。”在这段回应话语中，中方通过建立“真实/虚假”这一交互关系，指出美方认为“中国对美国国家安全构成最严重的系统性挑战”这一观点只是美国为给自身遏制打压中国的恶意行径正名而强行编造的借口，是错误且不实的，纠正了美方强加给中国的虚假身份，并强调，中国始终采取防御型外交政策，坚决反对霸权主义和冷战思维，明确中国的真实立场，为中国建构了世界和平和公平正义的坚定维护者这一身份。

11月3日发布的另一则有关外交回应的视频中,中国外交部发言人赵立坚针对美国对德国政府施压干预中企对汉堡港投资的行为表示坚决反对并认为,美方无权干预中国和德国两个主权国家之间的务实合作,不应实行强权政治和胁迫外交。这里构建了“相似/差异”这一交互关系,明确指出美方的群外身份[17],强调中方与美方的差异,在谴责和批判美方做法的同时表明了中方的正面立场,建构了中国作为全球金融市场秩序的维护者和投资者权益的保护者身份。

#### 4.3. 站位原则与中国国家身份建构

交际者通过站位(趋同或趋异)在交际中呈现评价(积极或消极)、情感(接受或拒绝)与认知倾向(认同或反对)[18][19],区分自我和他人不同身份。

11月15日,“CGTN”哔哩哔哩账号分享了中国常驻联合国副代表耿爽在联合国安理会有关联合国维和行动的会议上的一段发言。作为一名中国的驻外大使和外交官员,耿爽在国际会议上的一言一行都代表中国,传递中国的声音、态度和立场。耿爽表示,“中国一直是联合国维和行动的支持者和贡献者”,直接表现了中国与联合国安理会在维和行动方面的趋同站位,表达了积极的情感倾向。同时,耿爽提出一系列保障维和人员安全的建议举措,表明中方对联合国维和行动持积极态度,从而建构积极的国家身份:中国始终是国际和平与安全的维护者。

11月22日的一则外交回应视频记录了中国外交部发言人赵立坚在例行记者会中的一段话:“(美国)打贸易战、科技战,完全违反市场经济原则,破坏国际贸易规则,只会损人不利己。”“违反”“破坏”“损人不利己”等词对美方行为进行直接谴责,表明中国对美国发起贸易战这一行为的消极态度和趋异站位,说明中国持与美国相反的正面立场,建构了中国正义、理性、包容的国家身份。

11月23日发布的题为“美国:一切为己”的评论性视频说明美国总是为了维护本国利益,对联合国提出的意在保障全人类共同利益的决议投出否决票,并通过列举实例和数据、引用现实话语等方式,揭露美国“民主”“自由”和“人权”价值观下隐藏的阴谋和罪行。视频中总结:“All this has no other purpose than to uphold American's selfish interests (所有这些都是为了维护美国的一己私利).”辛辣地讽刺了美国的伪善行径。该视频内容也反映中国与美国的趋异站位,反映中国的正面立场。

“CGTN”哔哩哔哩账号发布的视频中也有很多是从第三方视角来看待中国及中国与其他国家的关系。如11月2日发布的视频报道了神州十四号航天员在中国空间站与东盟国家的青少年进行“天宫对话”,会场上,一名18岁的菲律宾少女用“榜样”“感动”等词汇形容神州十四号唯一的女性航天员刘洋给她留下的印象,同时表示,“作为女性,我也有机会成为宇航员”。她从性别角度表明了她的趋同站位和积极的情感倾向,彰显了中国航天事业的伟大成就和中国女性的榜样力量。11月19日发布的视频记录了世界经济论坛创始人兼执行主席克劳斯·施瓦布的一段独家专访,在专访中,施瓦布直言不讳地表示“未来需要全球化”“全球化将惠及民众”,表明他对全球化的认同和支持态度,对中国坚持全球化发展、坚持推动人类命运共同体构建的行为进行趋同站位。在谈论到中国式现代化道路时,施瓦布表示“心怀敬意”,并指出“许多国家可以借鉴中国模式”“中国模式非常有吸引力”。他用到的“敬意”“借鉴”“吸引力”等正面词汇都证实他的趋同站位,表达他对中国发展模式的认同与赞赏,建构了积极的中国国家身份。

#### 4.4. 指示原则与中国国家身份建构

身份建构还可以通过标识身份、呈现身份类属、使用不同的语用策略等方式实现。

11月1日发布的题为“我们的天宫|空间站上如何保持供电”和11月3日发布的“我们的天宫|航天员进入梦天舱”两个视频,分别介绍了我国的太空电站、记录了中国航天员进入梦天实验舱的精彩瞬间。

“天宫”是中国载人空间站的名称，建设空间站是中国载人航天工程发展战略的重要目标。视频标题中“天宫”前用“我们的”加以指示限定，这里的“我们的”即是“中国的”，一方面表明天宫是中国自主创新研发建设的空间站系统，彰显了中国航天越发强大的实力，另一方面体现了我国对自身航天实力的自信，建构了中国在科学技术发展方面的追求者身份，自力更生，不断突破，实现自我超越。

11月3日，“指点财津”系列节目第517期发布，视频标题为“中国是世界经济稳定之锚”。这种“A是B”的表述方式通常表示直接标识[20]，视频中多次直接或间接地出现了标识中国为第一主讲人身份的话语，如“China is the main pillar of maintaining the stability of the global supply chain (中国是维护全球供应链稳定的主要支柱)”、“China is a favored land for foreign investment (中国是外商投资的热土)”，充分表明中国作为世界第二大经济体、第一制造业大国，制造业门类齐全，体系完整，在维护全球产业链供应链的安全和稳定方面发挥着不可替代的关键作用，同时也乐于与世界各国开展贸易合作，建构了中国在世界经济发展中的维稳者和驱动者身份，面向世界，开放包容。

## 5. 引言

本文基于人际语用学视域下身份建构的四个主要原则，即社会建构主义原则、交互原则、站位原则和指示原则，以2022年11月1日至11月30日“CGTN”哔哩哔哩账号发布的相关视频为研究语料，主要采用定性分析的方法，探究新媒体语境下中国国家身份的建构。研究发现，CGTN作为中国重要的外宣机构，每日发布各种不同类型的视频，从不同方面和角度介绍中国、看待世界，在“传播中国声音”、增进中外相互了解、相互沟通中发挥重要的桥梁作用。CGTN不仅主动展现中国自身，而且密切关注中国外部环境动态，并从与外国民众的互动交流中了解他们对中国的态度和看法，探析中国国家身份；通过记录外交回应，展现中国对外话语中建立的“真实/虚假”“相似/差异”关系对，破除外国强加给中国的虚假身份，并揭露双方差异，指明中国的正面立场；同时，CGTN记录中国在不同事件中进行的趋同或趋异站位，以及关注第三方客观视角对中国相关举措的不同站位，表达各自的情感态度和评价立场，彰显国家身份；CGTN宣传报道话语中的身份类属和标识也帮助实现国家身份建构。这些视频从多个方面建构多元的中国国家身份：中国以人为本，开放包容，兼济天下，勇于担当，是全球金融市场秩序、全球投资者与消费者权益的保护者，是世界经济与科技发展的推动者和引领者，是世界和平与安全、社会公平与正义的坚定维护者。在新媒体平台全面展现并建构中国国家形象，既有利于增加外国民众对中国的了解，也能加深中国人对本国的认识与理解，增强中国人的文化自信和凝聚力。

## 参考文献

- [1] 陈新仁. 语用身份: 动态选择与话语建构[J]. 外语研究, 2013(4): 27-32, 112.
- [2] 景晓平. 新媒体语境下老年人身份建构的人际语用研究[J]. 外语学刊, 2022(2): 15-21.
- [3] 高思贤. 中国国家身份构建之批评隐喻对比分析[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东外语外贸大学, 2020.
- [4] 范武邱, 邹付容. 批评隐喻分析视阈下外交话语与国家身份构建——以中国国家领导人在2007-2018年夏季达沃斯论坛开幕式上的致辞为例[J]. 北京第二外国语学院学报, 2021, 43(3): 60-72, 115.
- [5] 陈钦, 陈娟, 许华蓉. 批评隐喻视角下的国家身份构建——以《中国日报》对外报道“一带一路”为例[J]. 福州大学学报(哲学社会科学版), 2019, 33(1): 82-88.
- [6] 祝欣琳. 新冠纪录片内中国国家身份的多模态互动分析[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2022.
- [7] 周韦希. “中美贸易摩擦”报道中的国家身份话语建构[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆大学, 2019.
- [8] Locher, M.A. and Graham, S.L. (2010) Introduction to Interpersonal Pragmatics. In: Locher, M.A. and Graham, S.L., Eds., *Interpersonal Pragmatics*, De Gruyter Mouton, 1-16. <https://doi.org/10.1515/9783110214338.0.1>
- [9] Bucholtz, M. and Hall, K. (2005) Identity and Interaction: A Sociocultural Linguistic Approach. *Discourse Studies*, 7, 585-614. <https://doi.org/10.1177/1461445605054407>

- [10] 李成团, 冉永平. 身份构建的人际语用学研究: 现状、原则与议题[J]. 中国外语, 2015, 12(2): 47-54.
- [11] Haugh, M., Kádár, D.Z. and Mills, S. (2013) Interpersonal Pragmatics: Issues and Debates. *Journal of Pragmatics*, **58**, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.09.009>
- [12] Locher, M.A. (2013) Relational Work and Interpersonal Pragmatics. *Journal of Pragmatics*, **58**, 145-149. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.09.014>
- [13] Spencer-Oatey, H. (2008) *Culturally Speaking: Culture, Communication and Politeness Theory*. Bloomsbury Publishing.
- [14] Spencer-Oatey, H. (2013) Relating at Work: Facets, Dialectics and Face. *Journal of Pragmatics*, **58**, 121-137. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.02.010>
- [15] Hall, S. (2011) Introduction: Who Needs Identity. In: Hall, S. and Gay, P.D., Eds., *Questions of Cultural Identity*, Sage Publications, 1-17. <https://doi.org/10.4135/9781446221907>
- [16] De Fina, M.A. (2010) The Negotiations of Identities. In: Locher, M.A. and Graham, S.L., Eds., *Interpersonal Pragmatics*, De Gruyter Mouton, 205-224. <https://doi.org/10.1515/9783110214338.1.205>
- [17] Tajfel, H. (1982) *Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology*. Cambridge University Press.
- [18] Du Bois, J.W. (2007) The Stance Triangl. In: Englebretson, R. Ed., *Stancetaking in Discourse*, John Benjamins Publishing, 139-182.
- [19] Harré, R. (1991) The Discursive Production of Selves. *Theory & Psychology*, **1**, 51-63. <https://doi.org/10.1177/0959354391011004>
- [20] 冯丹阳. “指示原则”视角下国家形象构建[J]. 文化创新比较研究, 2018, 2(14): 1, 3.