

# 黑龙江红色文化在中外媒体的话语生态对比分析

项男 孙秋花 李颖

黑龙江科技大学

**摘要：**黑龙江红色文化具有鲜明的地域特色和时代风格，其对外传播在话语议题和话语叙事上的特点尤为突出。对比近20年中外主流媒体关于龙江红色文化的报道，在话语议题上的差异率为40%，外媒在话语叙事上存在话语语义空缺和话语叙事事件主体不明确的问题。针对这些问题完善对外传播策略，将直接推动黑龙江省的国际形象塑造。

**关键词：**红色文化；对外传播；话语生态

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2023.08.231

## 引言

红色文化是黑龙江文化最重要的标识，龙江红色文化的传承和发展是龙江形象塑造的重要途径。龙江红色文化具有鲜明的地域特色和浓郁的时代特征，无论是革命战争时期、新中国建设时期，还是谱写中国式现代化新篇章的当下，龙江红色文化都是龙江人奋进的精神动力。龙江红色文化的形成包括两个重要的阶段：即抗日战争和解放战争时期形成的“抗联文化”；社会主义建设时期形成的“建设文化”。本文采用理论研究和实证研究相结合的方法，对近20年龙江红色文化在中外媒体的生态进行共时和历时的全面阐释。

## 一、话语与大众交际

“话语”（discursus / дискурс）一词来源于拉丁语，即拉丁语单词“discurro”的动词“discursus”，根据А. В. Подосинова的《拉丁语-俄语和俄语-拉丁语词典》（2015）释义，“话语”意思是“分散、分离”。话语作为一种现象，有很多定义，但没有一个可以对其进行完整的描述。最初，话语在语言学中用于指定根据一种或另一种原则隔离的语言单位。20世纪50年代，Emile Benveniste为法语语言学传统术语“话语”明确了新涵义，即赋予说话者的言语特征。话语被理解为个体的语言，即发言者的立场成为优先事项。在俄语语言学中，话语的概念与功能风格一词很接近，即“功能风格”，某种类型的文本（口语、报纸等）。综上所述，我们可以说，话语就是言语，是语言活动的过程；说话的方式。话语，再现了社会制度、文化模式、社会价值体系。因此，大众传媒话语预设了在一定文化背景下生成相应文本的过程。文化背景

一方面被理解为执行事件或事实的一套制度、角色、价值、认知条件，另一方面被理解为人们在这些情况下使用的一套表达手段。

此后，这一术语后来一直是各学科关注的焦点，社会学、传播学、文学、语言学等学科对话语进行了系统的、多层次、多方面的阐释。总体来说，话语有两个主要涵义，即传统（古典）的涵义和现代的涵义。在传统理解中，话语是指人们言语互动的任何形式，表现为连续展开的思想和判断的，这一涵义与直觉思维相反，直觉思维是捕捉事物整体，而不考虑合理的概念和推理。因此从词源角度来说，话语是语言活动的过程、语言的使用和对话。对“话语”现代涵义的分析，始自索序尔语言学，此后在现代语言学的蓬勃发展，话语研究是进步最大的领域之一。现代语言学证明了“语言并不是作为符号体系或语言学研究的抽象课题，而是作为语言体系在真实交际、沟通条件下的客观表现”。在人类活动各个领域发生的言语活动更是印证了对话语的现代阐释，如政治、哲学、心理学、政论等。鉴于这一点，通常可以划分出不同的话语类型，如政治话语、政论话语、媒体话语等。而学者们对不同种类话语给出了不同的定义，如把政治话语从话语的类型中单独划出时，Маслова В. А.认为这种话语类型对于一定程度的政治权力的实现和巩固是必要的，同时她研究了各种语言的运用方法，例如通过改变单词的语义或通过某些现象的名称来进行词汇选择的语言游戏。

## 二、大众交际话语

接下来，大众交际话语作为独立的研究客体，开始逐步进入研究者视野。对大众交际话语的研究主要来自

三个方向，即语言学、社会语言学和阐释学。大众交际话语的研究是不同学科的交叉领域，但是它在不同学科体现出相同的显著特征，即大众交际话语的影响功能。大众交际话语是通过影响受众心理，进而改变受众行为、或改变受众观念。研究大众交际话语时，不能仅仅满足于研究语言因素，必须考虑受众的期望。大众交际话语的本质取决于他位于特定的交际领域、受众的不确定性、信息的海量性及在虚拟空间中使用典型言论行为模型等。在这一特性上，大众交际话语与教育学话语、医学话语等有许多相似之处。

随着探索的不断深入，大众交际话语研究涉及人类生活和整个社会的许多不同领域。大众交际话语是在特定的语境下实现的，并且与同一时间和空间的特定文本相关。大众交际话语的显著特点是动态性、对话性和开放性。除了这些显著特点之外，我们还可以发现他与上文所说的政治话语有相似之处，这两种话语的目的都是为了影响或改变受众的思想。因此，大众交际话语还被定义为具有影响功能并旨在影响主体的文本。现代语言学家从不同角度研究大众交际话语，研究者把大众交际话语看作一种方法设计，它代表了旨在收集、加工和社会中传递信息的系统操作流程。研究大众交际话语文化具有独特方法，这意味着对文本进行审美分析，通过审美范畴进行解释。大众交际话语首先是针对受众个人的，即针对受众给出的响应；其次，大众交际话语是语言自由，使用多样性方式进行表达；第三，大众交际话语有语境化的，与特定的时空连续体有关。在语言学家看来，话语分析传统上被称为分散分析。或分散研究，因为它不仅仅局限于分析方法，它也有重要的理论目标。一方面，需要知道分析的性质，它是什么概念，它的定义可以作为研究的基础。而另一方面，语言学中具有明确的、公认的“话语”定义。

### 三、媒体话语与文化传播

今天，大众传播不仅是信息生产和消费的领域，而且也是社会生活的必要领域，人们在其中创造和传播自己的思想、知识和准则，也创造自己的世界图景。通过大众传播，个人和群体表达他们的想法和关注焦点，并相互交流。这就创造了一个巨大的信息空间，进而影

响人们的思想。随着传播媒介、传播手段的不断革新，媒体上的传播内容逐渐成为语言存在的新形态。媒体话语，已成为传播学、语言学等众多学科关注的焦点。媒体话语已经从单一的语言符号、对话、交谈、演讲、等，转变为从一个主题到另一个主题的复杂的、多方面的和多层次的传播现象。媒体话语与文化传播是相互作用、相互影响的共同体。概括来说，其主要要素是主体/客体（在独白的情况下）和客体（在对话的情况下）的言语/口头、书面、混合（书面和口头）行为和思维活动的总和；主体/客体和客体用作表达和接受口头陈述/文本的工具/代码的各种语言；情景语境，涵盖行为主体及其行为、客体、事件和非事件、情况、对所描述的现象/物体的评估等，包括语言和超语言方面/环境的总和（交际、历史、社会、政治、文化、心理和其他方面，交际务实和认知意图，动机，主体/客体的目标，与客体相互作用或不相互作用，以及其他一些方面）；口头陈述和书面文本，是主体/客体/交际产品交流活动的结果和影响客体的手段，具有主题概念、有意义、有意向性的和/或有针对性的共性。

文化对外传播首先需要避免阐释偏差，对媒体话语不理解通常会导致认知错误。某词的概念及涵义常常被语言的口语化的解释所代替，但是后者与前者彼此的关系只是部分与整体的关系。事实上，文化现象或文化观念可以看作是同步或有历时性的、理性的、具有针对性的媒体受众整体的阐释活动。

### 四、话语议题

话语议题一直是媒体景观中的核心要素，无论是传统媒介时代，还是当下的融媒体、智媒体时代，话语议题始终是吸引媒体受众最重要的话语手段。本文选取了中国和俄罗斯主流媒体近20年来与龙江文化直接相关的报道，对报道议题进行了详细对比，通过其差别分析中外话语议题的差别。选取的俄罗斯主流媒体为俄罗斯-塔斯社、俄罗斯之声、俄罗斯新闻社、俄罗斯第一频道及国际文传电讯社，选取的中国主流媒体为新华社、中国新闻社、CCTV、中国日报及人民日报。占据俄罗斯媒体前十位的议题关键词为：День победы китаи ского народа в Вой не Сопротивления японским за

хватчикам (中国人民抗日战争胜利纪念日)、Мировая антифашистская война / Мировая война против фашизма (世界反法西斯战争)、Вторая мировая война (第二次世界大战)、Единый антияпонский национальный фронт (抗日民族统一战线)、события / инцидент “18 сентября” (九一八事变)、события / инцидент “7 июля” (七七事变)、опорные базы сопротивления японским захватчикам/ антияпонские опорные базы (抗日根据地)、безоговорочная капитуляция (无条件投降)、японские милитаристы/ японские милитаристские захватчики (日本军国主义分子)、японские захватчики / оккупанты (日本侵略者)。占据中国主流媒体前十位的议题关键词为: 抗日根据地、抗战胜利、世界反法西斯战争、人民战争、红色政权、抗日民族统一战线、打败日本侵略者、大庆精神、铁人精神、东北粮仓。

通过议题关键词的对比,我们发现:第一,外国媒体和中国媒体涉及龙江红色文化的报道议题不完全相同,差异率为40%,说明不同话语主体的关注点成多元化趋势,其与不同国家民族文化图景制约下的媒体景观密切相关。第二,与世界历史联系紧密的龙江红色文化在外媒的呈现度明显高于地域特色的红色文化,说明龙江地域红色文化的对外传播策略亟须提升,更需要构建融通中外的话语表达,促进世界更了解龙江。

### 五、话语叙事

话语传播发挥巨大的中阶功能,对外传播话语不仅塑造受众对客观世界的认知,更不断促进受众意识的构成,同时为不同文化的交流互鉴提供可能。因此,话语叙事需要具有连续性和融通性。我们以[https://megabook.ru/article/Хэй\\_лунцзян](https://megabook.ru/article/Хэй_лунцзян) 外媒网站的一篇报道为例,分析中外媒体话语叙事的异同。报道原文如下: После оккупации в 1931 году Северо-Восточного Китая японскими войсками и образования там, в 1932 году марионеточного государства Маньчжоу-го, в 1934-1945 годах была разделена на несколько отдельных провинций. В ав

густе 1945 года Советская Армия освободила территорию Хэй лунцзян от японских оккупационных войск. В 1945-1949 годах территория Хэй лунцзян являлась важнейшей базой китайской народно-демократической революции. В 1946 году на территории современной провинции Хэй лунцзян было образовано две провинции: Сунцзян и Хай лунцзян, которые в 1954 году были объединены в одну - Хэй лунцзян.

通过对比分析,我们发现了外媒话语叙事中的两点策略不当。首先,“японскими войсками и образования там”的话语语义欠缺,主语是日本军队,而不是日本军队和这里的教育。正确叙事应为: После оккупации в 1931 году Северо-Восточного Китая японскими войсками。其次,“в 1934-1945 годах была разделена на несколько отдельных провинций”的话语叙事事件主体不明,1934年至1945年间,黑龙江被划分为几个独立的省份,因此,话语叙事的中心词应为黑龙江,即在 1934-1945 годах Хэй лунцзян была разделена на несколько отдельных провинций。

### 结语

黑龙江红色文化对外传播是黑龙江省国际形象塑造的重要手段。从话语议题和话语叙事两个方面剖析问题,有助于进一步完善黑龙江省红色文化对外传播的策略和途径,有助于促进黑龙江省文化软实力的提升。

### 参考文献

[1] 新时代红色文化的国际传播研究[J]. 秦智. 2022 (10).

[2] 红色文化故事世界的跨媒介建构[D]. 安徽财经大学. 2022.

基金项目: 2022年黑龙江省经济社会发展重点研究课题(外语学科专项). 黑龙江红色文化对外传播的话语体系构建研究. WY2022017-B; 2021年黑龙江省高等教育教学改革项目. 音乐类院校“英语+思政+音乐”三位一体教学模式研究与实践. SJGY20210582.