

中国维和军人形象构建与外宣策略研究

——以中国军网英文特写栏目为例

吕 念

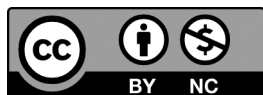
陆军工程大学基础部基础英语教研室，南京

摘 要 | 本文以中国军网英文版特写栏目的维和新闻为研究对象，采用传播学的内容分析法、基于语料库的话语分析和功能语言学的评价理论探讨了中国维和军人的形象构建及其历时变化，研究发现中国军网维和新闻塑造了中国军人献身使命、专业高效和友善博爱的形象特征，采用多样化信源，更多军人视角，凸显鉴赏评价，多用报道者声音。基于研究，文章还就中国维和军人的形象外宣策略给出建议。

关键词 | 中国维和军人；身份构建；外宣策略；中国军网英文版

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



军队形象是军队外在行为和内在精神在社会公众心目中形成的总体印象，是军队软实力的重要表征^[1]。而军人形象是军队形象的重要组成部分，是社会公众对于军人个体的整体感知。军人形象由军人的民族性、国家性、历史性、

基金项目：本文系陆军工程大学基础学科培育基金：话语分析视角下军人形象外宣策略研究（项目号：KYJBQZL1918）。

作者简介：吕念，陆军工程大学，讲师。E-mail: 553842110@qq.com。

文章引用：吕念. 中国维和军人形象构建与外宣策略研究——以中国军网英文特写栏目为例[J]. 语言学, 2020, 3 (1) : 16–26.

<https://doi.org/10.35534/lin.0301002>

文化性、知识性、和思想性综合构成。军人作为中国军队的构成主体,成功塑造其外宣形象有利于树立我军正面、积极的整体国际形象,从而提升我军软实力。

2020年9月中国国防部发表《中国军队参加联合国维和行动30年》白皮书,白皮书指出:30年来,中国先后参加25项联合国维和行动,累计派出维和官兵4万余人次,忠实履行维和使命,为维护世界和平、促进共同发展做出积极贡献。维和是向全世界展现新时代中国军人良好形象的一个有利平台。对外宣传我国维和军人的维和事迹,树立中国军人的和平之师、正义之师、文明之师的形象,对于粉碎西方媒体歪曲中国军队形象,炒作“中国军事威胁论”的阴谋,提升中国军队形象和软实力具有重大意义。

本文以中国军网特写栏目 *Features* 为研究对象,采用传播学的内容分析法、基于语料库的话语分析和功能语言学的评价理论探讨了中国维和军人的形象构建及其历时变化,总结了军网的中国军人形象外宣策略,并基于研究提出建议。

1 研究语料

中国军网是经中央军委批准的中国人民解放军新闻门户网站,第一时间向全球网民发布中国权威军事资讯、追踪军事热点、反映军事动态。中国军网英文版是世界了解中国军队和军人的重要窗口,是中国军队外宣的重要平台。中国军网英文版特写栏目 *Features* 于2016年8月28日开始刊登首篇特写新闻,截至2020年9月23日,共发表与中国军人参与维和相关的新闻32篇。本研究首先基于这32篇新闻建立共计12062词的语料库,随后就这32篇新闻的主题、信源、叙述视角、关键词、态度评价资源进行分析,同时分别截选2016年8月至2017年8月以及2019年6月至2020年9月的维和新闻各9篇作为对比语料库,以研究中国军网维和军人形象构建和外宣策略的历时变化。

2 内容分析

内容分析法是一种基于定性研究的量化分析方法,它以定性的问题假设作为出发点,利用定量的统计分析方法和工具对研究对象进行处理,其最终结果是从统计数据中得出的定性结论^[2]。内容分析法是新闻传播学中重要的研究方

法，常用于揭示信息传播者有意或无意间传递的真实信息，与传统文献统计法相比，内容分析法更有助于深刻解析研究问题的实质^[3]。

新闻记者在报道时采用不同的报道方式和技巧来构建一个真实的社会事件，从而为受众提供了框架。通常高层次框架构成的要素，包括主题、论点、写作策略和报道技巧等直接体现媒体或新闻工作的主体价值取向和主观判断。中层次框架则是进入文本，更加深入探讨新闻报道的信息源、实况、反馈、预测、评估、结果等。低层次的框架则直接对文本中的符号进行分析^[4]。因此本文采用传播学的内容分析法，结合语料库和功能语言学理论，分别对新闻高层框架的议题、中层框架的信源以及低层框架中表明中国维和军人身份的关键词和表明态度的评价词进行定量和定性相结合的研究。

2.1 议程设置

传播学者 Maxwell 和 Shaw（1972）认为大众媒介在为公众设置议程方面起着中心作用，通过报道数量的强弱和话语倾向，媒介为各种“议题”赋予不同程度的显要性，进而影响或决定公众对相关议题的关注度。对于中国军网英文版而言，可以通过新闻议程的设置，影响读者对中国维和军人形象的认知和看法。

分析这 32 篇维和新闻的议程，发现这些新闻特写围绕以下 8 类：A 类为中国军队参与维和整体介绍；B 类为医疗救援；C 类为武装护卫；D 类为扫雷拆弹；E 类为工程基建；F 类为维和观察员；G 类为维和待命部队；H 类为维和领导与管理。这 8 大议程的篇数和比例统计表 1 所示。

表 1 中国军网英文版特写栏目中国军人维和新闻议程设置

Table 1 Agenda setting of Chinese military peacekeeping news in the *Feature* column of the English Version of Chinese military website

报道议程	A	B	C	D	E	F	G	H
报道数量	7	6	5	5	5	2	1	1
所占比例	21.9%	18.6%	15.6%	15.6%	15.6%	6.2%	3.1%	3.1%

其中所占比重最大的是对中国军人参加维和的总体介绍，共有 7 篇。这些

新闻通过引述国内外官员、专家、百姓以及我维和军官的观点,讲述了中国军人参加维和的历史和所做出的巨大贡献,从整体上刻画了中国军人和平、正义、文明之师的形象。其次较多的是有关医疗救援、武装护卫、拆弹扫雷和工程基建的新闻。6篇新闻聚焦医疗救援。讲述了中国军人克服当地条件简陋,环境恶劣的不利因素,救治居民、提供医疗物资、培训当地医生,凸显了中国军人吃苦耐劳、医术精湛的形象。5篇新闻聚焦中国步兵营执行的武装护卫任务。中国于2015年首次派遣成建制步兵营参与维和,这些维和军人被部署在冲突一线,承担了监督停火、稳定局势、保护平民、车队护航的任务。这5篇新闻围绕上述任务刻画出中国军人不畏艰险、训练有素、沉着冷静、勇于奉献的崇高形象。5篇新闻聚焦扫雷拆弹。讲述了中国军人在承担扫雷拆弹这一高风险、高难度任务时的耐心细致和专业高效。5篇新闻围绕中国维和工兵营承担的支援保障任务,讲述了他们架桥修路、建设医院机场的事迹,刻画出中国军人的精湛技能和敬业精神。1篇新闻特写中国维和待命部队军人,凸显了中国军人献身和平的梦想追求和专业素养。1篇新闻特写中国首任联合国维和特派团部队长,讲述了中国军人成功的维和领导经验。

在这32篇新闻中,有6篇新闻报道了中国女性维和军人。她们承担了监督停火、扫雷、观察员、翻译、巡逻的任务。她们在执行维和任务时表现出的勇敢、细致和对当地妇女儿童的关爱和帮助,展示了中国女性军人的巾帼风采。

这些新闻议题的设置较为全面地反映了中国军人承担的维和使命。《中国军队参加联合国维和行动30年》白皮书明确阐述了中国军人在维和行动中承担了监督停火、稳定局势、保护平民、安全护卫、支援保障、播种希望的职责。通过上述议程设置分析,中国军网的维和新闻特写更多聚焦于支援保障、保护平民和播种希望(共16篇,占新闻总数50%)。但是对最为艰险的监督停火、稳定局势和安全护卫的报道还不够多(共6篇,仅占新闻18.7%)。中国军队作为联合国维和行动的重要参与者,积极派出维和安全部队,为联合国维和行动提供有力的安全保障。中国的警卫分队曾被誉为“战区王牌”。中国军人多次冲在冲突的最前线,面对枪林弹雨,解救平民和联合国人员,在这些行动中,

中国也有多名维和军人献出了宝贵生命。因此还需要有更多的外宣新闻报道中国维和军人在冲突一线的英勇事迹、特别是对维和英雄的事迹报道和特写，以树立中国维和军人的典型形象。

2.2 信源和报道角度

2.2.1 信源分析

新闻报道的消息来源（News Sources，简称“信源”）是影响新闻内容的重要因素。信源的维度和视角会影响文章的客观性、真实性、精确性、权威性和可信度^[1]。

统计发现，这32篇新闻报道共使用104个信源，平均每千词使用信源8.6个，平均每篇使用信源3.2个。检索2016年至2017年涉及的9篇维和新闻，它们共使用信源41个，平均每千词引用信源6.48次，平均每篇使用信源4.56个。而2019年至2020年的9篇维和新闻共使用信源18个，平均每千词使用信源2.37个，平均每篇使用信源2个。在这32篇新闻中，信源最多的有10个，最少的有一个。可将这些信源归类为中国维和军官、中国政府及官员、中国专家、联合国组织及官员、他国维和军官、维和地区政府组织及官员、中国媒体、当地百姓、不明来源九大类，信源比例如表2所示。

表2 中国军网英文版特写栏目中国军人维和新闻信源统计

Table 2 Statistics of news sources of Chinese servicemen’s peacekeeping in the Feature column of the English version of the Chinese military website

信源类别	源数数	信源数	信源数
	2016.08–2020.09	2016.08–2017.08	2019.06–2020.09
中国维和军官	31	12	8
中国政府及官员	12	4	1
中国专家	6	3	0
联合国组织及官员	16	4	2
他国维和军官	5	2	2
维和地区政府组织及官员	12	8	2
中国媒体	3	3	0
当地百姓	15	4	3
不明来源	4	2	2

通过对信源的归类和数量统计发现,中国军网对外宣传中国维和军人形象的信源丰富,显示了报道从多视角和维度构建中国军人形象。其中信源使用最多的是中国维和军官话语,中国军人作为维和任务的亲历者,话语更有说服力和可信度。其次是联合国组织及官员、当地百姓及维和地区政府及官员的话语。这些信源从外国人的视角更加全面、立体、精确的构建出中国维和军人文明之师、和平之师、正义之师的形象。对比2016年8月至2017年8月和2019年6月至2020年9月的各9篇维和新闻发现,2019年至2020年的新闻信源数大大减少,且信源绝大部分来自于中国维和军官,而官方信源大幅度减少。更多使用中国维和军官的话语,使得中国军人形象构建更加具有贴近性、人性化和亲和力。

2.2.2 报道视角

除去7篇对中国军队参加维和的整体介绍之外,有14篇新闻是从作者视角讲述中国维和军人集体的故事,10篇从中国维和军人视角讲述个人或者集体故事,这10篇特写均发表于2017年后,并且有逐年增多的趋势。从维和军人自身讲述维和故事,使得军人形象构建更加真实可信、也更具人情味。例如2018年4月刊载的 *The art of peace: A young Chinese women's unlikely career choice* 一文,以加入中国维和待命部队的上海外国语大学法语专业毕业生 Zhang Zixuan 为特写对象,在讲述她从军参加维和的初衷时,用了报道访谈的方式。在访谈中, Zhang 说道: “My mother is a police officer and I dreamed of becoming a member of the police force to understand what my mother felt...I did have one experience that put me very close to terrorism...I realized then how important maintaining world peace is to every citizen of the world.” 这段文字饱含真情,道出了 Zhang 追寻母亲的脚步、为世界和平做出贡献的精神追求。

2019年11月刊载的 *Chinese peacekeeper: for peace, I'm ready to fight* 一文,以两次获得联合国和平荣誉勋章的中国第六批驻马里警卫分队快反中队指挥官 Li Qingkun 为特写对象,讲述了他执行维和任务的三个故事。在讲述他护卫联合国官员的经历时,文章这样写道: Traces showed that the roadside dirt had been stirred, there was barely a passer-by, and even ox and goat under the

bridge were not seen. Seeing danger, emergency disposal plans immediately popped up in his mind. He ordered the team to stop, retreat and change the route, asking the procession to “get ready for battle.” 这段对危险环境和对 Li 有条不紊下达命令的细节描写，形象生动地刻画出中国维和军人训练有素、沉着冷静、随机应变。该篇新闻多处运用故事讲述和场景描写，引发了读者感官刺激和阅读兴趣，更加符合“软新闻”的特征。

2.3 基于语料库的身份关键词

借助语料库分析软件 AntCon 对新闻报道中的关键词进行统计和分析，可以辨别出报道对中国维和军人形象的定位。对所建语料库进行关键词搜索，发现排名前 5 位的名词分别是 Chinese, peacekeeping, China, military 和 peacekeeper。其中代表中国维和军人身份的 peacekeeper 一词在语料库中共出现 120 次。因此以“peacekeeper”为节点词，将左右搭配跨距 (Coll. San) 设置为 7 进行搭配统计，发现与代表中国军人的 peacekeeper 搭配的词 (以形容词为主，也有部分动词和名词) 集中构建了中国维和军人献身使命、专业高效和友善博爱的形象特征。

在构建中国维和军人献身使命的形象时，搭配的词汇有：long term contribution for peace and stability; hard work for long hours; dedication; sacrifice; lost their lives; a strong sense of responsibility; bravest man; displayed their courage; never retreating。这些词表现出中国维和军人对于和平事业长期的贡献，高度的责任感、不畏艰险、永不言弃、勇于献身的精神。在构建中国军人专业高效的形象时，搭配的词汇有 great professionalism; experience and creativity; wisdom and strength; perform very well in various mission; Chinese speed. 这些词表现出中国军人在执行维和任务时的专业、智慧和创新能力。工程任务完成效率之高，让世界惊叹，甚至被冠以中国速度。在构建中国维和军人友善博爱的形象特征时，搭配的词汇有 share experience; generosity; Chinese mom and dad; messengers of friendship; play game with the children and taught them how to speak Chinese; share experience。这些词体现了中国军人对当地百姓的友爱和援助，与他国维和军人分享经验、被称为友谊的信使，甚至是中国父母。

2.4 态度评价

评价理论是关于评价的,即语篇中所协商的各种态度、所涉及到的情感强度以及表明价值和联盟读者的各种方式^[5]。评价理论中态度系统可以分为情感系统(对人的感情的表达)、判断系统(对人的行为和性格的评判)以及鉴赏系统(对事物价值的评价)。态度评价的来源可以是文章作者,特写人物或者引用的他人话语。做出的评价可以是正面或者负面的。例如:

Lieutenant General Loitey said that Chinese peacekeepers have always performed well in various mission areas. The Chinese peacekeepers' strong sense of mission is admirable. (判断评价,引用联合国维和官员评价,正面评价)

Death had never dampened the peacekeepers' resolve to continue fighting in the poor, dangerous and war-stricken countries. (鉴赏评价,作者评价,负面评价)

Therefore, the five of us were eager to make use of various opportunities to promote exchanges with foreign military counterparts. (情感评价,特写人物评价,正面评价)

探讨中国维和军人外宣文本的上述态度评价维度,可以发现语言使用者是如何通过语言表达对军人的态度,塑造了何种军人形象,通过何种方式劝说或者影响读者接受其所塑造的军人形象。因此对2019年6月至2020年9月的9篇维和新闻报道中的态度评价按照情感、判断和鉴赏进行人工标注,同时标注该态度评价的来源以及是正面还是负面评价。统计发现共使用248次评价,其中鉴赏评价共139处,平均每千词使用18.29次。判断评价共72处,平均每千词使用9.48次。情感评价共37处,平均每千词使用4.87词。在所有评价中,作者评价59次,占总评价次数的23.79%,引用评价57次,占总评价次数的22.98%,特写人物评价132次,占总评价次数的53.23%。正面评价总共173次,占总评价数的69.76%。

以上统计结果显示,在所有评价资源中,鉴赏评价使用最多,情感评价使用最少。说明中国军网维和军人新闻报道主要通过通过对维和客观环境、维和任务性质、任务完成情况的描述来侧面构建军人形象。评价来源主要是特写人物的评价,作者评价和引用评价较少。作者评价少,特别是作者判断评价少,显示篇章属于报道者声音,报道趋于客观化,留给读者更多协商空间^[6]。正面评价

远远大于负面评价,烘托出中国维和军人积极、正面的形象,反映了他们为维和事业的做出的重大贡献和受到的国际好评。

3 总结和建议

3.1 总结

中国军网英文版特写栏目的中国维和军人新闻报道围绕中国军人参与的医疗救援、扫雷拆弹、工程基建、安全护卫等维和任务,塑造了中国军人献身使命、专业高效和友善博爱的形象特征。其军人形象外宣策略总结如下:

(1) 采用多样化信源,凸显中国维和军人声音。多样化的信源,不仅有中国维和军人的话语,还有维和政府组织和官员以及维和地区百姓的声音,全面、立体、精确、客观塑造出中国维和军人形象,提升了维和军人形象的可信度。尤其近年来,官方信源的减少,中国维和军官话语增多,使得中国军人形象构建更加具有贴近性和亲和力,更容易被国外读者,特别是西方受众所接受。

(2) 从维和军人视角讲述个人和集体故事,更多使用“软传播”策略。研究显示,从维和军人视角讲述故事的特写逐年增多,文章更多记录维和军人亲口描述的维和场景和经历,增强了传播的可读性、趣味性和人情味。

(3) 凸显鉴赏评价,少用判断评价,用报道者声音塑造积极形象。文章主要通过对维和环境、维和任务性质、任务完成情况的客观描述侧面构建军人形象,报道趋于客观,给读者留下更多协商余地。

3.2 建议

在未来的中国维和军人外宣中,在议程设置上还要加大对冲锋在维和冲突一线承担监督停火、稳定局势和安全护卫的中国军官的特写,特别是加大对维和英雄事迹的报道,以树立中国维和军人的典型形象。在信源选择上,继续兼顾中国维和军官、联合国维和组织及官员、维和地区百姓的声音,使所构建军人形象既丰满又有贴近性。在报道视角上,应继续深挖中国维和军人故事,增强对维和细节的描述。也可采用对话或访谈的方式,以增强新闻传播效果。在评价资源的选择上,还需要充实情感评价,强化中国维和军人投身维和事业、

对和平向往的真情实感,使中国军人形象塑造更具人情味和感染力。

参考文献

- [1] 张韧,刘燕.军队形象网络传播策略探析——基于中美国防部网站新闻的对比研究[J].南京政治学院学报,2014(4):93-98.
- [2] 朱亮,孟宪学.文献计量法与内容分析法比较研究[J].图书馆工作与研究,2013(6):64-66.
- [3] 陈必坤,秦东方.内容分析法在信息科学方法论体系中的定位[J].图书馆学研究,2010(2):2-4.
- [4] 蒋雯燕,李利红.框架理论透视下看中国军队形象的自我构建——以中国军网(英文版)海军亚丁湾护航军事报道为例[J].海军工程大学学报(综合版),2014,11(1):36-40.
- [5] Martin J R, Rose, David. Working with Discourse [M]. London & New York: Continuum, 2003.
- [6] Martin J R. White. The language of Evaluation: Appraisal in English [M]. London & New York: Palgrave Macmillan: viii, 2005.
- [7] Huang Panyue. The Art of Peace: A Young Chinese Women's Unlikely Career Choice [EB/OL]. [2018-04-01].
http://eng.chinamil.com.cn/view/2018-04/02/content_7991423.htm
- [8] Chen Zhuo. Chinese Peacekeeper: For Peace, I'm Ready for Fight [EB/OL]. [2019-11-22].
http://eng.chinamil.com.cn/view/2019-11/22/content_9681276.htm
- [9] 中国军网英文版 Features 栏目.
http://eng.chinamil.com.cn/china-military/node_83138.htm
- [10] 《中国军队参加联合国维和行动30年》白皮书[EB/OL]. [2020-09-08]. http://www.mod.gov.cn/topnews/2020-09/18/content_4871413.htm
- [11] 许家金.语料库与话语研究[M].北京:外研社.高等教育出版分社,2019.

Study on the Construction of the Image of Chinese Peacekeeping Forces and its External Publicity Strategies

—a Case Study on the Peacekeeping Reports of the English Version of Chinese Military Website

Ly Nian

Basic English Teaching and Research Section, Basic Department, Army Engineering University, Nanjing

Abstract: This paper studies the peacekeeping news in *Features*, a column of the English version of Chinese Military website by using the methods of content analysis in communication, discourse analysis based on corpus and evaluation theory in functional linguistics. It aims to explore the construction of the image of Chinese peacekeeping forces and its historical change. The study shows those peacekeeping news build the Chinese military personnel in the image of being dedicated, professional, proficient and friendly, which adopts diversified information sources, more military personnel's perspectives, highlight appreciation appraisal, and make more use of the reporter's voice. Based on the research, the article also provides suggestions on the external publicity strategy of Chinese servicemen.

Key words: Chinese Peacekeeping forces; Image construction; External Publicity Strategy; English Version of Chinese Military Website