

# 《纽约时报》关于“第一夫人”报道的话语分析

廖丹妮

(西南政法大学 全球新闻与传播学院, 重庆 401120)

**摘要** 本研究探讨美国媒体如何通过话语实现特定权力合理化的目的。研究以《纽约时报》4篇关于“第一夫人”的报道为对象,采用梵·迪克和费尔克拉夫的话语分析理论并结合意识形态、女性主义理论对报道中的各项元素进行分析。分析发现,《纽约时报》对“第一夫人”的报道受到西方父权文化的制约,弱化女性话语权;在报道中美两位“第一夫人”时,受到意识形态影响,呈现出明显的差异。

**关键词** 话语分析;“第一夫人”;意识形态;女性主义  
**中图分类号**: G212 **文献标志码**: A

**文章编号**: 1674-8883(2014)07-0205-03

## 一、研究的缘起

“第一夫人”一词缘起于美国,它不仅是一种尊称,更是文化的产物。“第一夫人”所代表的女性形象,能够提升国家的公共外交效能,提升国家的“软实力”,其亲切、柔和的特质弥补了男性在外交方面冰冷和僵硬的缺陷。近年来,美国“第一夫人”米歇尔·奥巴马成了美国时尚的风向标。中国主席习近平夫人彭丽媛的频繁亮相也为中国的国际形象增色不少。2014年3月,米歇尔·奥巴马携母亲罗宾逊,女儿玛丽亚和萨沙访华,将“夫人外交”推向了高潮。随着社会各界和新闻报道对“第一夫人”持续关注,本研究决定以“第一夫人”的相关报道作为研究样本,探究这些报道是如何通过话语建构“第一夫人”形象的。

美国是最重视“第一夫人”外交的国家,其新闻媒体也十分重视关于“第一夫人”的报道。在《纽约时报》的搜索引擎上检索“First lady”一词,就有143,000条结果。《纽约时报》是美国严肃刊物的代表,在美国乃至世界都有良好的公信力和权威性。然而,语言具有社会建构功能,它“并非如镜子般反射真实世界,而是在建构真实世界”。因此,任何的新闻报道都不是绝对价值中立,报道的字、词、句法、语态、叙事结构等多方面均会受到新闻记者的认知以及社会环境的影响。很多新闻报道看似中立,仔细研究其用词与句法便会发现其中隐藏的意识形态和权力关系。本研究的目的,就是探究以严肃、客观著称的《纽约时报》是否如国内的报刊一样,在报道各国的“第一夫人”时有着特定的意识形态和立场,这些意识形态和立场又是通过什么样的方式表征出来的。

## 二、研究问题与研究方法

### (一) 研究问题

本研究关注两个问题:第一,《纽约时报》中的“第一夫人”是什么样的群体形象?在呈现“第一夫人”形象时,是否将对“女性被看”的观点纳入报道中?是通过什么手段呈现这样的观点的?第二,《纽约时报》报道中美两国新一代的“第一夫人”的话语是否有差异?如果有差异,《纽约时报》是通过什么样的方式实现这种差异的?这种差异反映出两国怎样的政治语境?

### (二) 研究方法

(1) 话语分析法。本研究结合梵·迪克和费尔克拉夫的批判的话语分析,具体而言,首先,采用梵·迪克在《作为新闻的话语》中提出的宏观规则,通过删略、概括和组构的方式归纳报道的宏观命题,从而得出报道的主题和结构。其次,对单篇报道中的主题、标题、词语、语态、修辞、消息来源、局部连接做出具体分析。再次,根据费尔克拉夫提出的话语分析的三个层次,即文本、话语实践和社会文化实践,将文本的主题、结构以及前面所提到的各种微观结构与语境联系进行分析。

(2) 样本选择。本研究的样本均选自《纽约时报》,

共包括4篇报道:《中国第一夫人的首次旅行弹出的迷人乐章》《米歇尔·奥巴马:当第一夫人游刃有余》《两个女人的风格》和《一场在中国的正式的会见——乒乓球交流》,这四篇报道对中美两国“第一夫人”报道充分,适合作为研究样本。

### 三、“第一夫人”的形象呈现

(一) 美丽、时尚、独立:作为“凝视”对象的“第一夫人”形象

《纽约时报》的报道中,“第一夫人”的形象活灵活现。通过对女性外貌、着装、人生经历的描述与刻画,《纽约时报》塑造了美丽、时尚、独立的“第一夫人”形象。《纽约时报》的报道试图从命题选择、词汇风格等多方面呈现具有独立人格的“第一夫人”形象,体现了女性意识的觉醒,但这种形象呈现仍无法摆脱父权话语的束缚。笔者通过梵·迪克提出的宏观规则,对两篇特稿《中国第一夫人的首次旅行弹出的迷人乐章》《米歇尔·奥巴马:当第一夫人游刃有余》的命题进行了提炼,进而得出了两篇报道的主题结构示意图。

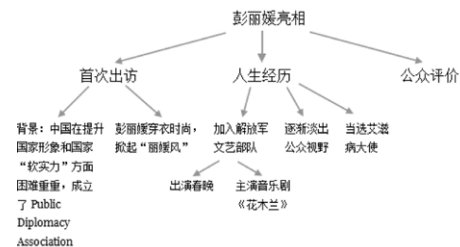


图1



图2

图1和图2清晰地展示了两篇特稿的宏观命题和结构。《纽约时报》的记者将大量篇幅用在了彭丽媛的人生经历和米歇尔的日常生活、政治表现。可见,记者在塑造“第一夫人”形象时,在主题的选择上,更倾向于将她们塑造为独立、自强的女性。彭丽媛曾经是家喻户晓的歌唱家,米歇尔有着自己独立的生活,在政界也有着独立的表现。

在梵·迪克看来,任何新闻报道的宏观命题和宏观结构都具有主观性,研究主题就是对话语宏观性、全局性的研究。因此,笔者提炼的宏观主题和结构,能够全局性地反映记者的主观认知。《纽约时报》意在表达,“第一夫人”作为一个国家女性的代表,她们拥有和睦的家庭、独立的人格和成功的事业。她们代表着女性意识的觉醒和女性地位的提升。从词汇风格上来看,这四篇稿件对“第一夫人”的整体形象,均采用了正面的词汇,力图塑造两位美丽、时尚的女性。例如,“中国新的‘第一夫人’彭丽媛,和她那些外表严肃的前辈不同,是一个极富魅力、时尚的女人,她也是中国最有名的歌唱家之一。”(摘自 JANE PERLEZ and BREE FENG: “China’s First Lady Strikes Glamorous Note”, The New York Times, March 24, 2013)

几乎每篇报道对“第一夫人”的描述都采用了描述女性的正面词汇,如“glamorous, elegant”等,直接地阐明了中美两国的“第一夫人”在外貌和气质方面有着惊人的相似之处,她们都是时尚和美丽的代表。除了在命题选择、词汇风格两个方面对“第一夫人”的独立人格有所侧重外,《纽约时报》的报道还使用了隐喻的手法。该报在叙述彭丽媛的人生经历时,详细描述她在2004年出演音乐剧《花木兰》的经历。

“2004年,彭丽媛出演中国歌剧《木兰诗篇》木兰一角。木兰是中国民间故事中流传甚广的女英雄。《木兰诗篇》讲述了她乔装男儿替父从军,内心渴盼和平,驰骋疆场,胜利荣光归来的波澜壮阔的一生。”(摘自 JANE PERLEZ and BREE FENG: “China’s First Lady Strikes Glamorous Note”, The New York Times, March 24, 2013)

记者在此并不是点到为止,而是对花木兰的故事作了概述,提到花木兰把自己装扮成男人,有热爱和平的美德,经历艰苦的战争,最终获得胜利的故事。费尔克拉夫认为,“当我们通过一个特定的隐喻来表示事物时,我们是在以一种特定的方式建构我们的现实”。这里提到彭丽媛扮演花木兰的经历,意在将彭丽媛比作花木兰,隐射她和花木兰一样,在国家的建设中扮演着男性不能扮演的角色,有着重要的作用,暗示了彭丽媛独立的品质。

费尔克拉夫认为话语分析有三个层次:文本、话语实践和社会文化实践。从社会文化视角审视《纽约时报》的报道,该报在描述“第一夫人”这一政治精英群体时体现了对女性的尊重和女性意识的觉醒。20世纪20年代初,美国的工业化和城市化进程在很大程度上影响了美国妇女的地位,妇女获得了选举权。30年代,经济“大萧条”使得妇女变得理性、进取。之后,美国女性始终在追求与男性平等的权利。但是,在追求平等权利时,女性也遇到了很多的挫折。例如,美国前“第一夫人”希拉里倡导女权,却在公开场合遭人挑衅。通过对文本的分析,笔者发现,《纽约时报》除了着力刻画“第一夫人”美丽、时尚的形象以外,在选词、命题等多个方面,将“第一夫人”置于一个独立的地位,强调她们的独立生活和奋斗史,强调她们在外交上的作用。显然,女性地位日益提高这一社会文化背景,从某种程度上影响了新闻报道的话语。

然而,当今的社会文化仍然受父权文化的主宰,新闻报道也无法摆脱父权思想的控制。在这种文化制约下,新闻媒体的一个特点,就是热衷于书写女性身体(这里的身体指外貌、衣着、姿态等),“第一夫人”也难以摆脱这种身体书写。例如,在《两个女人的风格》这篇报道中,记者用了大量的笔墨书写米歇尔·奥巴马的衣着打扮。例如,“米歇尔·奥巴马身穿由德里克·兰姆亲手设计的印花丝绸裙亮相中国。而在北京演讲时则身穿由世界著名时装设计师卡罗琳·埃莱拉设计的色块裙。米歇尔·奥巴马出席了中方为她准备的晚宴,她身穿纳伊·姆汗设计的红色礼服,红色在中国代表着运气。”

在《中国第一夫人的首次旅行弹出的迷人乐章》中,记者也同样书写了彭丽媛的衣着。例如,“关于她的时尚品位,国内一博客 Jing Daily 写到,彭丽媛出访莫斯科时身穿双排扣风衣。这是由她钟爱的国内一家著名品牌‘例外’设计。这类衣服的价格一般在300到400左右。在‘品牌控’的中国,彭丽媛的便携手拿包,酷似托德斯旗下的产品,但依然出色。”(摘自 JANE PERLEZ and BREE FENG: “China’s First Lady Strikes Glamorous Note”, The New York Times, March 24, 2013)

从上述例子中可以发现,新闻媒体依然热衷于对女性的身体书写。《纽约时报》写米歇尔·奥巴马访问中国,对她的每一套衣服都有描述,对彭丽媛的衣着也有一定的描述。除此以外,报道中还引用设计师、观众的话,对两位“第一夫人”品头论足。例如,“The first lady having the wrong pencil skirt”, “She is ‘supremely elegant,’” he said. 可见,新闻媒体在关注“第一夫人”外交活动的同时,对她们穿的衣服也很感兴趣,把女性视为一个被“观看”的景观。虽然《纽约时报》在命题的选择方面对女性的个人奋斗和独立人格给予了一定的关注,但它仍将报道的大量篇幅用于书写女性政治人物的外貌、衣着和姿态。可见,新闻媒体仍十分关注女性的身体书写,当今社会的父权文化仍然制约着女性的话语权。

## (二) 亲民的“美国夫人” Vs. 拘谨的“中国夫人”

在塑造美丽、时尚、独立的“第一夫人”形象时,《纽约时报》在报道中美两位“第一夫人”时,在主题、单词、句法等方面都有差别。下面从报道的命题、词汇风格、句法和报道的语气,并结合社会文化背景进行剖析。

首先,在报道的命题选择方面,《纽约时报》在报道两位“第一夫人”的命题选择上有显著的差别。如图1所示,对彭丽媛的报道中,记者主要叙述彭丽媛的人生经历,讲述她是如何加入人民解放军,成为歌唱家,然后逐渐退隐,最终成为“第一夫人”的。该报道在命题的选择上,将彭丽媛塑造成为一个明星,一个杰出女性,但是很少有她的日常生活描写。通过这样的命题选择,记者巧妙地拉开了彭丽媛和受众的距离。相较于对彭丽媛的描述,《纽约时报》在对米歇尔·奥巴马报道的命题选择上则更加生活化。如图2所示,报道选择了米歇尔·奥巴马做瑜伽,和女性朋友外出就餐等生活化事件作为报道的主要命题。虽然对米歇尔·奥巴马的政治表现也有所提及,但是这些生活化事件占据了报道的主要篇幅。可见,从命题的选择来看,《纽约时报》通过对米歇尔·奥巴马的生活侧面进行展示,试图塑造她的亲民形象,让她在媒介上摆脱“第一夫人”的光环,从而让她的媒介形象平易近人。

从报道语气上讲,《纽约时报》在报道中使用“But instead”, “even”等词汇,在报道语气方面暗示了米歇尔·奥巴马与彭丽媛之间的交流是不自然的,僵硬的。例如,《一场在中国的正式的会见——乒乓球交流》一文的标题,使用了“even”一词。“even”表示“甚至”,从语气上强调,乒乓球这样有趣的、随意的运动,都无法化解两位“第一夫人”见面时的尴尬和拘束。又例如,该文写道,“这次会面本应该充满了发自内心的微笑……相反的是,……这次访问有一些不自然,特别是在彭丽媛这一方,表现得非常恭顺。”(摘自 JANE PERLEZ: “Even With Ping-Pong, a Formal Meeting in China”, The New York Times, MARCH 21, 2014) 此处提到了公众所期望情况,报道用“But instead”这一强转折作为段间过渡,暗示这次会面的气氛和人们期待的完全相反,是极为僵硬、尴尬。

此外,词汇风格能够显示报道者对报道对象的态度和认知。《一场在中国的正式的会见——乒乓球交流》描述彭丽媛的词汇大多是表示拘谨的、恭顺的意思。例如,“相反的是,就如同中美两国通常正式和紧张的关系一样,这

次访问有一些不自然,特别是在彭丽媛这一方,表现得非常恭顺。”

此外,该文还提到了彭丽媛和米歇尔·奥巴马一起写书法的场景。例如,“彭丽媛用英文说道:我试一试。这是她为数不多的英语表达中其中的一句。此外,她写下了‘厚德载物’四字警句。”(摘自 JANE PERLEZ: “Even With Ping-Pong, a Formal Meeting in China”, The New York Times, MARCH 21, 2014) 此处特别提到,彭丽媛说话只用了很少的英文词汇。虽然没有用直接带有褒贬的形容词描述,但通过这几个词表现出了彭丽媛在公众面前“话少”的形象,进而塑造了一个不善言辞,举止谨慎的“第一夫人”。

而对米歇尔·奥巴马的描述则不同,描述米歇尔·奥巴马的词汇通常展现了她轻松、幽默、平易近人的个人形象。例如,在描述米歇尔·奥巴马观看女儿萨莎足球比赛时,调侃另一位同学的家长用小瓶子给孩子装水这个场景时,报道用“轻松地责备”一词形容米歇尔·奥巴马的调侃。可见,这两个词展现出米歇尔·奥巴马在日常生活中轻松、幽默的形象。又例如,“米歇尔·奥巴马也经常光顾华盛顿的一些餐馆。她和女性朋友一起横扫 blt 三明治店、l 街道上的牛排店以及进出私人包间时也常常被认出来。”(摘自 JENNIFER STEINHAUER: “A First Lady at 50, Finding Her Own Path”, The New York Times, Jan.16, 2014) 这些词汇和短语显示,米歇尔·奥巴马“经常”去华盛顿的餐厅,她和“一群”女性朋友风风火火地进入餐厅。这表示,米歇尔·奥巴马是很亲民的,她会经常光顾华盛顿的餐厅;她也是合群的,有一群女性朋友,且她们的相处是很愉快的。

另外,米歇尔·奥巴马访华期间的两篇报道《两个女人的风格》和《一场在中国的正式的会见——乒乓球交流》中,对米歇尔·奥巴马的描述同样是亲切、友好的形象,这和前面提到的对彭丽媛的描述有着显著的差别。例如,报道用“good-will”一词形容米歇尔·奥巴马。在描写她的着装时,报道特别提到了“米歇尔·奥巴马出席了中方为她准备的晚宴,她身穿纳伊·姆汗设计的红色礼服,红色在中国代表着运气。”这几个词汇表达出,米歇尔·奥巴马在访华时精心准备了着装,特意挑选了在中国象征吉祥的红色衣服,表现了她的友好和诚意。

正如梵·迪克所说,“风格是语境对文本发生作用的主要表现形式”。上述对彭丽媛和米歇尔·奥巴马描写的词汇风格呈现出很大的差异,显示出记者在话语实践的过程中受到了一定社会语境的影响。中美两国虽然建立了新型大国关系,这一关系的建立是基于两国共同的利益,但在社会制度、人权问题、台湾问题等多方面存在冲突和利益纠纷。因此,中美关系并非和谐、融洽。另外,在西方国家的文化认知里,中国是一个含蓄内敛的民族,中国人行事谨慎、含蓄内敛。因此,《纽约时报》的报道者受这样的社会文化背景影响,用表示拘谨、不自然的词汇形容中国的“第一夫人”彭丽媛,用友好、幽默来形容米歇尔·奥巴马。其作用就是暗示中美两国紧张的国际关系,并强调,这种紧张的关系是由中方造成的。可见,《纽约时报》的报道站在本国立场,通过命题的选择和词

汇的加工,显示出一定的倾向性,进而使受众的思想和行为与其保持一致。此外,在美国的公共外交中,“第一夫人”外交就是打感情牌,通过放低身段拉近政府与公民之间的距离,提升国家整体形象。因此,在报道中用适量带有感情色彩的词语描述米歇尔·奥巴马,将其塑造成为一名亲切、幽默的女性,展示其个性化、人性化的一面,也是受到了当下社会文化语境的影响。

#### 四、结论与讨论

通过对文本、话语实践和社会文化实践这三个层次的分析,不难发现,《纽约时报》在报道中美两国“第一夫人”时受到了特定的意识形态和社会文化背景的影响。第一,《纽约时报》建构了美丽、时尚、独立的“第一夫人”形象。报道选择了特定的命题和词汇风格,使用了大量主动句,并采用了隐喻的方式建构“第一夫人”形象。总体来说,这种话语受到了西方父权文化的制约,但是随着女性地位的日益提升,报道的话语也体现着一定的女性意识的觉醒。第二,《纽约时报》在描述中美两国“第一夫人”时存在显著差异。报道在命题选择、词汇风格和语气的上试图提升米歇尔·奥巴马的媒介形象,将其塑造为一名亲民、随和、幽默的女性,以此拉近“第一夫人”和受众之间的距离。而在一定程度上贬低彭丽媛的媒介形象,将其塑造为一名不易接近、拘束的女性。在描述两位“第一夫人”的互动时,报道暗示二人表面融洽,她们的交流实际上是不自然的。这些话语上的差异源于中美当下的看似和睦实则紧张的国际关系。《纽约时报》这四篇关于“第一夫人”的报道通过巧妙的话语手段合理化了特定权力,塑造了具有显著差异的中美两国“第一夫人”形象。

注释:黄敏.再现的政治:CNN关于西藏暴力事件报道的话语分析[J].新闻与传播研究,2008(3):23-32.

梵·迪克.作为话语的新闻(中译本)[M].曾庆香,译.北京:华夏出版社,2003.

诺曼·费尔克拉夫.话语与社会变迁[J].殷晓蓉,译.华夏出版社,2003.

#### 参考文献:

- [1] 王泽霞,杨忠.费尔克拉夫话语三维模式解读与思考[J].外语研究,2008(3):9-13.
- [2] 丁和根.大众传媒话语分析的理论、对象与方法[J].新闻与传播研究,2004(1):37-42.
- [3] 李曦珍,何眉.西方媒介意识形态批判理论的演变脉络[J].当代传播,2008(1):61-62.
- [4] 邵培仁,李梁.媒介即意识形态——论法兰克福学派的媒介控制思想[J].浙江大学学报(人文社会科学版),2001(1):102-104.
- [5] 倪炎元.从语言中搜寻意识形态:van Dijk的分析策略及其在传播研究上的定位[J].新闻学研究,2013(114):41-44.
- [6] L.van Zoonen.女性主义媒介研究[M].曹晋,曹茂,译.广西师范大学出版社,2007:6-33.
- [7] 倪炎元.台湾女性政治精英的媒体再现[J].新闻学研究,2002(70):17-58.
- [8] 张旺斌.透视“她者”的镜像——《纽约时报》中希拉里·克林顿形象的呈现[J].中国报业,2012(2):53-54.

(上接第210页)生社会实践、暑期“三下乡”、志愿服务活动等相结合,在潜移默化中影响学生,使其树立正确的人生观、世界观、价值观。此外,一些常规的校园新闻还应写出新意,写出深度,引发同学的共鸣。校园生活与工作都具有明显的周期性,如迎接新生的新闻报道,高校每年必写。如何能在常规报道中挖掘新的视角,凸显亮点,这就需要高校宣传工作者颇费心思了。而我校在2013年的系列迎新报道中,就抓住了“设立家长休息区”这一细节,另辟蹊径,对新生做了自强自立、适应性等入学教育的引导,收效良好。

(3) 整合校园宣传资源,形成宣传合力。当前,高校校园媒体已由过去的单一化,发展到现在的校报、校园广播、电视和门户网站、官方微博,甚至微信、手机APP应用等多种样式。因此,校园的新闻影响力能做到更广,辐射力更大,渗透力更强。

为更好发挥校园新闻的育人功能,可针对校园媒体的特点,进行资源整合,优势互补。如校报在深度报道上下功夫,将一些看似细小的现象和问题,做大做深,引发同学的思考;门户网站侧重于动态信息的发布,使同学及(下转第225页)