

批评话语视角下微信公众号“丁香医生”文本生产策略分析

Critical Discourse Analysis of Text Production Strategies Employed by WeChat Official Account “Clove Doctor”

张晓雅 郭松*

Xiaoya Zhang Song Guo*

天津商业大学外国语学院 中国·天津 300134

School of Foreign Languages, Tianjin University of Commerce, Tianjin, 300134, China

摘要: 随着新媒体技术的不断普及, 微信公众号已逐渐成为传递健康知识的重要平台。在众多健康科普类公众号中, “丁香医生”独占一席之地。为探究其广受关注的原因, 论文选取“丁香医生”中的一篇文章作为研究案例, 从批评话语分析的视角出发, 对其进行文本分析, 考察其文本生产过程中采用的话语策略, 为其他健康科普类微信公众号提供一些文本生产方面的启示。

Abstract: As new media technologies are popularized, WeChat official accounts have become an important platform of disseminating health knowledge. Among them, the WeChat official account “Clove Doctor” stands out from others. In order to account for its huge popularity, this paper, based on a case study, explores its text production strategies from the perspective of critical discourse analysis. This paper aims to help other similar official accounts improve their text production.

关键词: 批评话语分析; 话语策略; 丁香医生

Keywords: critical discourse analysis; discursive strategies; Clove Doctor

DOI: 10.12346/sde.v4i4.5928

1 引言

健康传播是指通过大众媒体传播健康知识, 影响人们态度和行为, 从而降低疾病的患病率和死亡率。这表明, 人们凡是传播涉及健康方面的知识, 就是健康传播^[1]。

当今社会, 微信因其拥有庞大的用户群体和即时通信的社交属性, 而成为传播健康知识的重要平台之一。“丁香医生”是医学网站丁香园团队研发的一款面向大众用户的药品信息查询及日常安全用药辅助工具, 其微信公众号(以下简称丁香医生)就是这样一个传播健康知识的平台。根据清博数据平台显示, 2020年9月21日丁香医生的WCI指数(微信传播指数)为1603.06, 当天总阅读数超过82万人次, 在微信公众号榜单内排行第六, 健康类公众号榜单内排行第一。根据以上数据可知, 丁香医生的文章广泛传播于人们生活之中。因此, 本研究从其文章的文本入手, 试图找出丁香医生能够受到广泛关注的原因。

2 文献综述

不同的学者们从自身领域出发, 对丁香医生进行了研究分析。有学者认为丁香医生凭借其具有典型性和代表性的运营模式从众多健康科普类公众号中脱颖而出, 值得借鉴。刘婷^[2]认为丁香医生的文章标题是它能够吸引受众阅读的重要原因之一, 其标题制作具有亲和力、句式多样化等特点。王晓虹等^[3]从新闻传播学的角度, 采用比较分析法, 对包括丁香医生在内的九款健康类微信公众号的手机阅读体验进行了比较研究。赵文青等^[4]以丁香医生新媒体矩阵为借鉴对象, 研究了其知识变现的机制和路径。

也有学者认为丁香医生的运营模式有很多不足之处。徐卓昀等^[5]以丁香医生为研究对象, 利用文本解读、统计数据以及个案分析等多种研究方法, 来说明其在传播过程中所存在的一些问题。金亚兰、徐奇智^[6]基于新冠肺炎疫情(COVID-19)爆发的社会背景, 对丁香医生和“科普中国”

【作者简介】张晓雅(1997-), 女, 中国安徽蚌埠人, 在读硕士, 从事话语分析研究。

【通讯作者】郭松(1977-), 男, 中国湖北天门人, 博士, 副教授, 从事话语分析、社会语言学研究。

两个公众号平台展开分析,发现二者均存在辟谣理念落后、辟谣机制不完善、辟谣手段匮乏三个问题。

以上学者从不同的研究角度对丁香医生的不同方面进行了分析研究,但存在的一个共同点是他们/她们均选择从宏观角度对丁香医生进行分析,很少有落实到微观的文本分析。这正是批评话语分析(critical discourse analysis)能够为社会问题的研究进行补充的地方。本研究从批评话语分析的视角出发,对丁香医生的一篇文章进行细致的文本分析,考察其文本生产过程中所使用的话语策略,试图说明丁香医生受到广泛关注的原因,并在此基础上为其他健康科普类微信公众号提供一些文本生产方面的启示。

3 理论基础

从批评话语分析的角度看社会问题,可以区分出三个抽象程度不同的层次:社会结构(social structures)、社会实践(social practices)和社会事件(social events)^[7]。社会事件是最具体的层面,可以概括为社会生活中所有实际发生的事情。社会事件在符号维度上的表达方式是文本^[8,9]。需要注意的是,这里的“文本”不仅指书面文本(即日常意义上的“文本”),还包括复杂的“多模态”式的电视和互联网文本,即语言与其他符号形式(电影和照片的视觉图像、声音效果、包括面部表情和手势等的“身体语言”等)结合使用^[8]。社会结构处于最抽象的层面,是社会最普遍、最持久(但仍旧仅是相对持久)特征,作为一种生产方式的资本主义、阶级结构或性别关系体系,都属于社会结构层面^[8]。社会结构在符号维度上的表达方式是语言^[9]。社会事件并非仅是社会结构的简单再现,二者之间的关系实则是经由媒介进行连接的,即社会实践^[8]。

Fairclough的三维框架分析,以处于文本结构与社会结构之间、起到连接作用的语篇实践为研究的核心^[10]。语篇实践的分析主要包括话语秩序(order of discourse)的分析和语篇互动的分析。前者主要指的是社会生活特定领域中相对经常化、程序化、机构化的做事方式^[9],例如记者刊发新闻报道。社会实践在符号维度上的表达方式是话语秩序^[9]。但是,文本不仅只是话语秩序的再现,文本与话语秩序的关联可能是通过复杂和非常规的方式实现的^[8]。这就是语篇实践的后者,互动分析。互动分析包括互语分析和符号分析。互语分析研究的核心是语篇之间的相互作用关系,要解决哪些语体和语篇被用来生产文本的问题,并且要分析它们如何通过文本联系在一起^[10]。例如,就论文所考察的案例而言,文本生产者通过科普语体传播健康话语(知识)。根据话语秩序,文本中应当出现医学话语。而实际上,文本中还出现了众多其他类型的话语,发生了文本的“话语杂糅”。发话人在同一语篇中变换体裁和主体位置往往是为了通过(部分)实现这些体裁的意义潜势来完成某些阶段性交际任务,并借此达到最终的交际目的^[11]。本文案例试图找出类型话

语出现所完成的交际任务。符号分析是互动分析的另一个部分,包括对文本整体结构的分析、小句整合、小句以及词汇等的分析^[9]。通过符号分析,对本研究中所提出的话语杂糅类型进行解释说明。

4 案例分析

丁香医生于2020年9月21日发表了名为“本是耳朵里的好东西,却有人每天掏个不停”的文章。文章采用的是科普语体,面向的读者主要是普通公众。这篇文章结构清晰,主要由以下几个部分构成:引言—耳屎的成分—人们关于耳屎的普遍错误认知—掏耳屎所引发的轻度症状—掏耳屎的错误方法—掏耳屎的建议—掏耳屎所引发的重度症状—日常伤耳习惯—结束语。文本主要由三种话语杂糅而成:医学话语、网络话语、儿童话语。

4.1 医学话语的杂糅

“丁香医生”的主要作用之一就是传播健康知识。因此,在这篇健康科普类的文章中,医学话语不出所料地在文本中占据了重要地位。首先,在文章开篇,丁香医生介绍了耳屎的成分,即:“60%角蛋白、12%~20%脂肪酸、6%~9%胆固醇、以及灰尘、皮屑”等其他成分。接着,在耳屎的功能部分,丁香医生指出,耳屎能够“抑制、杀灭细菌(溶菌酶和免疫球蛋白)”等。而后,丁香医生告诉受众读者掏耳屎所引发的轻度症状之一是“出现外耳道炎”。以上这些专业的医学术语和精准的比例数据构成文本的医学话语。这类医学话语构建出丁香医生专业权威的身份形象,有助于获取受众的信任。

4.2 网络话语的杂糅

丁香医生的这篇文章同时也杂糅了许多网络话语。打开这篇文章,读者首先看到的是“一图读懂”四个大字和一只眼睛的图片。事实上,整个文本包含了大量的文字和多张图片,似乎与行文逻辑显得不通顺。实际上,“一图读懂”是标准的网络话语风格,旨在向读者传达其文章通俗易懂这一含义,从而吸引读者继续读文章。因此,无需纠结其行文逻辑。

此外,文章指出,“……掏耳屎一时爽,一直掏却不会一直爽……”,其实,“……一时爽,一直……一直爽”是现今盛行的网络用语之一。丁香医生照搬了这句网络用语的前半部分,对后半部分进行了一个否定修改,但依旧可以认为这是网络用语的使用。

这个网络用语固定句式,具有简洁夸张的特点。这篇文章除了使用标准的网络用语以外,还使用了夸张的修辞手法来构成其网络话语。例如,在文章的“结束语”部分,丁香医生说,“希望大家都能更加爱惜自己的耳朵。不要为了一时爽,而堵上耳朵后半生的命运。”这种具有夸张、荒诞特点的话语体现了网络用语的风格。

丁香医生在其健康科普类文章中大量使用网络话语,主

要是考虑到这篇文章的受众对象是普通大众,丁香医生通过使用网民们的话语,来拉近其与受众的心理距离,从而达到推广其文章的目的。不仅如此,网络话语的使用,在一定程度上增添了文本的趣味性,构建出丁香医生幽默风趣的身份形象。

4.3 儿童话语

文本中充斥了各种各样的卡通图片,即视觉图像。这些视觉图像大多仅是作为文本中语言形式的外延意义而出现,即在语言世界和非语言世界(现实世界)中建立关系。例如,当丁香医生指出耳屎能够“阻挡飞虫和灰尘”时,旁边便附上了“飞虫”的视觉图像;当丁香医生指出若耳朵出现闷胀感等症状,“就有可能「耵聍栓塞」,需要去医院的耳鼻喉科处理”时,旁边便附上了“医院”的视觉图像。这些视觉图像是符号的一种形式,通常指向儿童话语,因为这可以帮助儿童在语言世界和现实世界中建立联系。

儿童话语的杂糅构建出丁香医生可爱、亲切的身份形象,有效地削减了普通公众对医学话语和学术话语的枯燥感。

5 结语

本研究从批评话语分析的视角出发,对丁香医生的一篇文章进行了文本分析。研究发现丁香医生在生产其文本时并没有按照话语秩序来生产文本,而是基于微信公众平台的速读、易懂以及受众多元化的特点,杂糅了不同的话语。具体而言,通过医学话语和学术话语来体现其专业权威、严谨求实的一面;通过儿童话语和网络话语来弱化医学话语和学术话语给受众带来的畏惧感和枯燥感,构建出其幽默风趣、接地气、平易近人的形象。两种迥然不同的形象形成互补,达到了微信平台所需要的适推文载体。其他健康科普类的微信公众平台在生产其文本时,首先应当充分构建出专业权威的一面,以获取目标受众的信任;同时,应当充分考虑到目标

受众的整体水平,对权威知识进行有趣的包装,避免枯燥教学式的传播方法,采取适合的话语策略达到与目标受众进行高效交流的目的。

参考文献

- [1] 王勇安,樊清丽.健康传播在抖音短视频平台中的问题和提升路径[J].长安大学学报(社会科学版),2019(6):53-60.
- [2] 刘婷.健康类微信公众号文章标题的制作规律——基于“生命时报”“丁香医生”等公众号的分析[J].青年记者,2018(5):92-93.
- [3] 王晓虹,刘海贵,甘露顺,等.九款热门健康类微信公众号的手机阅读体验比较研究[J].新闻爱好者,2019(2):32-37.
- [4] 赵文青,崔金贵,张向凤.科普期刊知识付费模式探析——以丁香医生新媒体矩阵为借鉴[J].编辑学报,2019(3):286-289.
- [5] 徐卓昀,郑慧玉,朱炬知,等.科普类微信公众号——“丁香医生”的传播现状及对策分析[J].科普研究,2019(6):70-78+115-116.
- [6] 金亚兰,徐奇智.突发公共卫生事件下基于公众参与的辟谣机制研究——以“丁香医生”和“科普中国”为例[J].科普研究,2020,15(2):52-59+106.
- [7] Fairclough, N. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*[M]. New York: Routledge,2003.
- [8] Fairclough, N. *Language and Globalization* [M]. New York: Routledge,2006.
- [9] Fairclough, N. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language (2nd Edition)* [M]. New York: Routledge,2010.
- [10] 田海龙.语篇研究:范畴、视角、方法[M].上海:上海外语教育出版社,2009.
- [11] 辛斌.批评语言学:理论与应用[M].上海:上海外语教育出版社,2005.
- [12] 刘润清,文旭.新编语言学教程[M].北京:外语教学与研究出版社,2006.