

董明珠与埃隆·马斯克领导力身份建构的批评话语分析

李思敏

天津外国语大学英语学院, 中国·天津 300204

摘要: 企业领袖话语是组织身份建构的核心媒介。本研究基于批评话语分析, 选取董明珠与埃隆·马斯克公开话语为语料, 采用语料库方法对比分析。研究发现: 董明珠通过组织、技术、市场语义网络, 结合制度性指标、高价值情态、间接引述和生物隐喻, 建构家长式领导者身份; 马斯克通过技术、未来、宇宙语义网络, 结合群内指标、低价值情态、直接引述和魔法隐喻, 建构技术引领者身份。差异根植于中美集体主义与个体主义文化分野, 以及制造业与科技业产业逻辑差异, 为跨文化领导力传播提供双重话语策略启示。

关键词: 批评话语分析; 领导力身份建构; 董明珠; 马斯克; 语料库

A Critical Discourse Analysis of Leadership Identity Construction of Dong Mingzhu and Elon Musk

Li Simin

Tianjin Foreign Studies University, School of English, China Tianjin 300204

Abstract: The words of business leaders are the core medium for shaping organizational identity. This study, based on critical discourse analysis, selects the public speeches of Dong Mingzhu and Elon Musk as material and uses a corpus-based method for comparative analysis. The study finds that Dong Mingzhu constructs a parental-style leader identity through organizational, technical, and market semantic networks, combined with institutional markers, high-value modality, indirect quotes, and biological metaphors. Musk, on the other hand, builds a tech-driven leader identity through technical, future, and universe semantic networks, along with in-group markers, low-value modality, direct quotes, and magical metaphors. These differences stem from the cultural divide between collectivism in China and individualism in the U.S., as well as the different industrial logics of manufacturing versus tech sectors, offering dual discourse strategy insights for cross-cultural leadership communication.

Keywords: Critical discourse analysis; Leadership identity construction; Dong Mingzhu; Elon Musk; Corpus

0 引言

在全球化与数字经济融合下, 企业领袖个人形象与组织身份边界日趋模糊。CEO 公开话语不仅是信息传递, 也是塑造品牌、传递战略和建构公众认知的核心媒介 (Amernic & Craig, 2006)。董明珠是格力电器掌舵人, 以“中国制造”守护者形象深入人心; 马斯克是特斯拉、SpaceX 等企业创始人, 以“未来创造者”姿态引领科技潮流。现有研究多集中于同领域横向比较, 或把 CEO 话语视为企业身份附属变量, 缺少跨领域领袖个人话语体系的系统对比。本研究通过批评话语分析, 揭示两位 CEO 如何借助语言策略建构领导力身份, 以及背后的权力运作与文化逻辑。

1 理论基础与文献综述

批评话语分析 (CDA) 关注语言使用与社会权力、意识形态的深层关联 (Fairclough, 2013)。Fairclough 提出文本、话语实践、社会实践三维框架。van Dijk (2014) 强

调话语、认知、社会三角模型。Wodak (2015) 强调历史语境制约。领导力身份指个体作为领导者对自我的认知及他人对其角色的认可 (Clifton, 2014), 话语是其动态建构的核心媒介。Hofstede 文化维度理论指出, 中国文化在集体主义、权力距离、长期导向等维度与美国存在显著差异。

本研究选取董明珠与马斯克公开话语, 包括访谈、演讲、股东大会发言等, 自建小型对比语料库。MUSK 语料剔除提问者话语, 仅保留马斯克本人发言; 董明珠语料剔除访谈者提问及第三方转述, 仅保留董明珠直接话语。中文采用 jieba 分词, 英文按空格切分, 过滤中英文停用词后统计。借助 AntConc 与 Wmatrix, 运用词频统计、词性标注及语义域分析, 采用定量与定性结合法。研究问题: 描述阶段, 两位 CEO 话语呈现何种语言特征; 阐释阶段, 运用了哪些身份建构策略; 解释阶段, 影响身份建构的社会历史动因有哪些。

2 研究结果与讨论

2.1 描述阶段：语言特征分析

董明珠语料中，格力（186 次）、技术（127 次）、企业（98 次）、创新（87 次）、消费者（76 次）形成显著搭配网络，格力为组织载体，技术为核心竞争力，消费者为价值归宿。董明珠反复将格力置于主语或话题位置，把个人领导力嵌入组织叙事，建构组织守护者身份。

例 1：格力电器从 91 年成立到 96 年上市，我们在上市之前，从 91 年到 94 年，这是一个亏损的企业，我们在 95 年，96 年的两年努力当中，我们实现了盈利。

例 1 以格力电器为主语，以“我们”为共指，将企业历史叙述为集体奋斗史，凸显家长式责任伦理。

马斯克语料中，Tesla（142 次）、car（98 次）、battery（87 次）、energy（76 次）、AI（65 次）形成搭配网络，更偏向技术对象而非组织实体。Tesla 虽为公司名，但搭配多指向产品、技术、产能。这种搭配将企业身份技术化，使马斯克与未来技术高度绑定，建构技术开创者身份。

例 2：The goal of SpaceX is to make life multiplanetary in order to extend the probable lifespan of consciousness.

例 2 将企业目标上升为人类文明叙事，multiplanetary、consciousness 属于宇宙与生命语义域，形成技术、宇宙、人类语义链。

语义域分析显示，共有语义域包括 A3+ Existing、Z4 Discourse Bin、Z8 Pronouns、A5.1+ Evaluation: Good、S2 People、I2.1 Business: Generally、A13.3 Degree: Boosters。董明珠特有语义域涉及实业、组织、道德责任，高频词如卖、市场、必须、应该、家、房、工厂、车间、钱、利润；马斯克特有语义域涉及技术、未来、宇宙，高频词如 electricity、battery、future、will、space、AI、computer、science、tech。这表明董明珠偏向实业、组织、道德责任，马斯克偏向技术、未来、宇宙。

2.2 阐释阶段：话语策略分析

2.2.1 名词使用

董明珠呈现制度性偏好，技术、企业、创新等形成政策语义网络，大量使用格力、企业、员工、国家、消费者等集体名词，将个人领导力嵌入组织与国家叙事。

例 5：我们格力电器从上市募集资金 50 亿，但是我们累计分红已经超过了 1300 亿。

例 5 以格力电器为组织主体，50 亿、1300 亿为量化证据，构建对投资者负责的家长式形象；分红本属财务语

义域，却被道德化为责任与回报。

马斯克侧重 car、battery、energy 等，强调技术驱动性，大量使用 AI、robot、space 等前沿技术名词，将领导力定义为技术创新。

例 6：Optimus is intended to be a fully functional humanoid robot.

例 6 将机器人从工具提升为人类伴侣，名词选择带有开创性色彩。

2.2.2 形容词与动词使用

董明珠高频使用好、优秀、健康、安全、节能、环保等形容词，构建质量、道德、责任评价体系；其动词以做、要、坚持、创新为核心，形成行动、义务、持续、创造动词链。例 9：我们一定要研发一种产品是不要电的空调。我讲的不要电是不要消耗资源，于是我们就找到了新能源。例 9 中“一定要研发”属高值义务情态，“找到了”属完成态，将义务转化为成果，强化说到做到的家长式权威。马斯克高频使用 advanced、autonomous、sustainable、competitive 等形容词，构建技术、未来、竞争评价体系；其动词以 will、can、think、make 为核心，构成预测、能力、认知、创造动词链。例 10：I think we will solve it this year. I think we will exceed that this year. 例 10 中 think、will、exceed 形成认知、预测、超越动词链，以 think 弱化断言，以 will 强化预测，以 exceed 表达超越，构建协商性技术权威。

2.2.3 话语策略分析

（1）指称策略：董明珠使用格力电器为正式指称，“我们”为共指，将个人、企业、员工、国家纳入同一指称共同体，形成集体主义指称网络。例 12：我们格力电器从上市募集资金 50 亿，但是我们累计分红已经超过了 1300 亿。例 12 中“我们格力电器”既是组织指称也是责任指称，50 亿与 1300 亿对比将企业行为道德化。马斯克使用群内指称形成交互式主位结构。例 13：We are solutions providers, and this multi-million-dollar investment will enhance our ability to convert hard-to-recycle plastics into raw materials that produce valuable new products. 例 13 以第一人称主位结构将企业身份定义为解决方案提供者，频繁使用 I think、I believe，形成个人化、交互式指称网络，将个人领导力上升为人类叙事。

（2）述调策略：例 14：我们一定要研发一种产品是不要电的空调。我讲的不要电是不要消耗资源，于是我们就找到了新能源。例 14 通过高值情态“一定要”强调社会

责任承诺,董明珠还频繁使用必须、应该、不能等义务情态,构建规范性话语。例 15:企业一定要赚钱,但是赚钱绝对不是我们的目的。例 15 中“一定要”与“绝对不是”形成高值情态对比,将赚钱工具化、目的道德化,强化家长式领导的规范权威。马斯克偏好 can 等低值情态动词。例 16: These burners, developed in partnership with Zeeco, Inc., can help reduce CO2 emissions from heat-intensive heavy industries like steel, glass and chemicals. 此类表述具有理性特征,增强客观性和可信度,形成协商性话语策略;他还频繁使用 will、would 等预测性情态,构建未来导向话语。

(3) 引述策略:例 17: "The world's plastic waste challenge will be solved with innovation, collaboration, and supportive government policy to improve waste management and circularity." 例 17 中马斯克采用主位化引述结构,塑造技术权威身份,频繁使用直接引述,将个人观点置于话语中心。例 18: I think it's important to have a global free speech platform where people from a wide range of opinions can voice their views. 例 18 中 I think 作为主位结构,形成“我认为世界应该……”的视角化模式,强化技术开创者的预言者身份。董明珠采用间接引述,强调社会责任长期承诺。例 19: 总书记在 2018 年视察格力电器的时候,说格力电器做到四真(真学真懂真信真用)。例 19 通过间接引述总书记讲话,将转述动词“说”与宏观政策命题整合,强调制造业创新和自主发展,频繁引述国家、总书记、消费者,将个人视角嵌入国家视角。

(4) 隐喻策略:董明珠偏向生物隐喻,马斯克偏向魔法隐喻。隐喻与指称、情态、引述策略配合,共同服务于家长式领导者与技术引领者身份建构。

2.3 解释阶段:社会历史语境探析

2.3.1 董明珠领导力身份建构:制度性责任与集体主义语义网络

董明珠身份建构彰显国家责任特质,文化根基源于集体主义价值观,与高权力距离的集体主义取向呼应。其家长式身份包含三重责任:对员工,强调企业是员工避风港、“一人一套房”;对消费者,强调“十年免费包修”“风不吹人”;对国家,强调“纳税光荣”“让世界爱上中国造”。三重责任通过格力、我们、国家、消费者等高频词反复强化,形成集体主义语义网络。其话语还深受中国制造业转型历史语境影响,反复提及中国制造从低质低价到掌握核心科技的转变,将个人领导力嵌入国家制造业升级叙事。

2.3.2 马斯克领导力身份建构:市场自由与技术资本表征

马斯克展示自由市场与技术创新双重视角,形成技术语义网络,构建技术权威。其身份策略反映新自由主义市场逻辑,凸显个体主义文化特征。其技术开创者身份包含三重技术承诺:对未来,强调 will、future、next year;对人类,强调 humanity、civilization、consciousness;对宇宙,强调 multiplanetary、space、Mars。三重承诺通过 Tesla、AI、battery、energy 等高频词反复强化,形成技术未来语义网络。其话语还深受硅谷科技乌托邦文化影响,反复提及第一性原理、物理、工程,将个人领导力嵌入技术创造叙事。

2.3.3 语境互文性:社会文化维度的话语映射

社会文化语境深刻影响两位 CEO 身份建构。全球化语境下,中国侧重秩序稳定与国家战略导向,美国聚焦市场竞争与技术革新,差异映射两国文化及社会结构导向分野,揭示企业话语的深层意识形态编码机制。董明珠话语与中国制造 2025、自主创新、高质量发展、共同富裕等国家战略形成互文;马斯克话语与硅谷创新、新自由主义、太空探索、人工智能伦理等美国科技叙事形成互文。董明珠的家长式身份呼应中国集体主义文化与家长式领导传统;马斯克的技术开创者身份呼应美国个体主义文化与科技乌托邦传统。此外,两位 CEO 的产业逻辑差异也深刻影响身份建构:董明珠代表传统制造业升级路径,强调工匠精神、实体经济与民族品牌;马斯克代表尖端科技颠覆模式,强调第一性原理、火星殖民与人类未来。产业逻辑差异与中美文化背景殊殊共同塑造了家长式领导者与技术引领者两种截然不同的领导力身份。

3 结语

本研究依托批评话语分析理论框架与语料库语言学,解码董明珠与马斯克话语实践中的文化编码。研究表明,董明珠依托集体主义文化基因,以国家责任共同体为叙事内核,通过格力、技术、创新、消费者等高频词,以及制度性指称、高值情态、间接引述和生物隐喻,建构家长式领导者话语身份;马斯克基于个体主义与自由市场逻辑,运用 Tesla、AI、energy、future 等技术语义域,以及群内指称、低值情态、直接引述和魔法隐喻,塑造技术引领者话语身份。该研究为跨文化领导力传播提供双重话语策略,也为批评话语分析理论本土化创新提供方法范式。中国企业在国际传播中可借鉴董明珠的责任共同体叙事,将企业领导力与国家战略、员工福祉、消费者利益绑定;美国科技企业可借鉴马斯克的技术未来叙事,将企业领导力与人

类文明、宇宙探索、技术伦理绑定。两者并非互斥，而可在跨文化语境中形成互补，共同提升中国企业的国际话语权。

参考文献：

- [1] Amernic, J., & Craig, R. (2006). CEO-speak: The language of corporate leadership. McGill-Queen's University Press.
- [2] Clifton, J. (2014). Small stories, positioning, and the discursive construction of leader identity in business meetings. *Leadership*, 10(1), 51-70.
- [3] Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge.
- [4] Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2nd ed.). Sage Publications.
- [5] Janićijević, N. (2019). The impact of national culture

on leadership. *Economic Themes*, 57(1), 99-110.

- [6] Ngai, C. S. B., & Singh, R. G. (2018). Reading beyond the lines: Themes and cultural values in corporate leaders' communication. *Journal of Communication Management*, 22(2), 212-230.
- [7] Van Dijk, T. A. (2014). Discourse-cognition-society: Current state and prospects of the socio-cognitive approach to discourse. In C. Hart & P. Cap (Eds.), *Contemporary critical discourse studies* (pp. 121-146). Bloomsbury Academic.
- [8] Wodak, R. (2015). Critical discourse analysis, discourse-historical approach. In K. Tracy, C. Ilie, & T. Sandel (Eds.), *The international encyclopedia of language and social interaction*. Wiley.

作者简介：李思敏（1999-），女，汉族，河南周口人，硕士，研究方向：跨文化管理、商务话语。