

评价理论视域下的新华社（海外版）体育新闻报道对国家形象塑造研究——以哈尔滨第九届亚冬会为例

辛悦

东北林业大学，黑龙江 哈尔滨 150040

DOI:10.61369/SE.2026030022

摘 要： 2025年哈尔滨第九届亚洲冬季运动会是我国继北京冬奥会后举办的又一重大国际综合性冰雪盛会，为主流外宣媒体塑造国家形象提供了重要契机。本研究以评价理论为分析框架，以新华社海外版哈尔滨亚冬会英文体育新闻报道为语料，采用定量与定性相结合的方法，分析语篇中态度资源、介入资源和级差资源的分布特征，探讨其如何通过评价资源建构中国国家形象。研究发现，在态度资源中，鉴赏资源占比最高，正面资源远多于负面资源；在介入资源中，借言资源多于自言，对话性扩张多于对话性收缩；在级差资源中，语势资源多于聚焦资源。通过上述评价资源的综合运用，新华社海外版成功塑造了开放包容、高效有序、朝气蓬勃、经济繁荣、团结和平的中国国家形象。

关 键 词： 评价理论；国家形象塑造；新华社海外版；亚冬会；体育新闻报道

Research on the Construction of National Image through Xinhua News Agency (Overseas Edition)'s Sports News Reports from the Perspective of Appraisal Theory — Taking the 9th Asian Winter Games in Harbin as an Example

Xin Yue

Northeast Forestry University, Harbin, Heilongjiang 150040

Abstract： The 9th Asian Winter Games in Harbin in 2025 represents another significant international comprehensive winter sports event hosted by China following the Beijing Winter Olympics, providing a crucial opportunity for mainstream external publicity media to shape the national image. This study employs appraisal theory as the analytical framework and uses English sports news reports on the Harbin Asian Winter Games from Xinhua News Agency's overseas edition as the corpus. By adopting a combined quantitative and qualitative approach, it analyzes the distribution characteristics of attitude resources, engagement resources, and graduation resources in the discourse, exploring how these resources construct China's national image. The study finds that among attitude resources, appreciation resources account for the highest proportion, with significantly more positive resources than negative ones; among engagement resources, borrowed speech resources outnumber self-speech resources, and dialogic expansion outweigh dialogic contraction; among graduation resources, force resources are more prevalent than focus resources. Through the comprehensive utilization of these appraisal resources, Xinhua News Agency's overseas edition successfully portrays China as an open, inclusive, efficient, orderly, vibrant, economically prosperous, united, and peaceful nation.

Keywords： appraisal theory; national image construction; Xinhua News Agency's overseas edition; Asian Winter Games; sports news reports

引言

在全球化背景下，国家形象已成为衡量一国国际影响力与文化软实力的关键^[1]。体育作为世界共通的语言，是塑造立体、多元国家形象的“第一媒介”^[2]。大型国际体育赛事，凭借其广泛的国际关注度与强大的媒体传播效应，为主办国提供了展示形象、提升话语权的重要契机^[3]。2025年哈尔滨第九届亚洲冬季运动会是我国继北京冬奥会后举办的又一重大国际冰雪盛会，作为国家通讯社，新华社于2024年9月成为本届亚冬会东道主通讯社，其海外版英文报道是面向国际受众、传播中国声音的关键窗口^[4]。评价理论从态度、介入和

基金项目：黑龙江省哈尔滨市东北林业大学大学生省级创新创业项目“文化强国战略下体育新闻中国国家形象塑造研究——以2025年哈尔滨第九届亚冬会为例”（项目编号：S202510225161）。

级差三个维度分析语篇中的评价意义，已被广泛应用于新闻语篇与国家形象研究^[5]。然而，现有研究多聚焦奥运会等顶级赛事及《中国日报》等媒体，对亚冬会此类区域性赛事及新华社海外版的系统分析相对不足^{[6][7]}。因此，本研究以评价理论为框架，以新华社海外版关于哈尔滨亚冬会的英文报道为语料，通过定量与定性相结合的方法，分析语篇中评价资源的分布特征，探讨其如何建构中国国家形象，以期为我国外宣媒体提升国际传播效能提供参考^[8]。

一、理论框架

评价理论（Appraisal Theory）由 Martin 和 White 于20世纪90年代末系统提出，是在系统功能语言学人际功能基础上发展起来的一套分析语篇评价意义的框架^[9]。传统功能语法主要依靠语气和情态系统解释人际意义，但对词汇层面传递的态度、立场和情感关注不足。评价理论恰好填补了这一空白^[10]，它关注说话者或作者如何通过语言资源表达情感、做出判断、鉴赏事物，如何调节话语中的声音，以及如何增强或减弱评价的强度。

评价理论包含三个相互关联的子系统：态度系统（Attitude）、介入系统（Engagement）和级差系统（Graduation）^[9]。态度系统是核心，用来分析语言使用者对人物、行为、事件或现象的情感反应、道德判断和美学评价。介入系统关注话语中不同声音的来源与协商，反映作者是直接陈述自己的观点，还是引入外部声音来支撑或对话^[11]。级差系统则是对态度和介入进行等级调节，通过增强或减弱语势、模糊或清晰聚焦来调整评价的力度^[12]。

态度系统又可细分为三个子范畴：情感（Affect）、判断（Judgement）和鉴赏（Appreciation）^[9]。情感表达喜怒哀乐等情绪反应，包括快乐/不快乐、安全/不安全、满意/不满意、倾向/非倾向等类型^[13]；判断依据社会规范和伦理道德对人的行为进行评价，分为社会评判（行为规范、做事才干、坚忍不拔）和社会约束（真实性、正当性）^[14]；鉴赏则是对事物、过程或现象的美学评价，涵盖反应（吸引力）、构成（平衡性、复杂性）和价值（社会意义）^[15]。这三个子范畴既有区别又相互关联，共同构成了评价理论的核心分析工具。

本研究选择评价理论，是因为体育新闻报道表面上看似客观中立，实则蕴含着丰富的评价资源^[6]。记者通过选择特定词汇、引述他人话语、使用数据对比等方式，不自觉地表露出对赛事、对主办国、对运动员的态度^[11]。新华社海外版作为中国对外传播的重要窗口，其亚冬会报道如何通过评价资源建构中国国家形象，正是本文关注的核心问题。运用评价理论，可以系统地揭示这些隐藏在语言背后的态度与立场^[7]，为分析国家形象塑造提供可靠的理论支撑。

二、研究设计

（一）研究问题

本研究旨在回答以下三个问题：

(1) 新华社海外版亚冬会英文报道中，态度资源、介入资源和

级差资源的分布特征是怎样的？

(2) 这些评价资源如何塑造中国国家形象？

(3) 基于评价资源的使用，可以总结出哪些优化外宣报道的话语策略？

（二）研究语料

本研究以“Asian Winter Games”“Harbin”等为关键词，检索新华社海外版英文网站（english.news.cn）在2025年2月期间发布的亚冬会相关英文体育新闻报道。通过人工筛选，剔除与主题关联度较低的稿件，最终获得有效语料44篇，涵盖开幕式报道、赛事进程报道、运动员专访、社会经济效应报道、国际评价、组织筹备、科技与场馆、闭幕总结等多种类型。语料总字数约2.5万词。研究基于此自建“新华社海外版亚冬会报道小型语料库”。

（三）研究方法

本研究采用定量与定性相结合的研究方法^[5]。

使用 AntConc 语料库分析工具生成高频词表，统计高频实词的分布；同时，依据评价理论框架，对语料中的态度资源、介入资源和级差资源进行人工标注和频次统计，计算各类资源的数量和占比，揭示其分布特征^[4]。选取典型文本实例，结合语境进行深度话语分析，探讨评价资源如何具体实现国家形象的建构^[6]。在标注过程中，为保证信度，由两名研究者独立标注部分样本，一致性达90%以上。

三、研究结果与讨论

（一）塑造形象：新华社海外版亚冬会报道的国家形象建构

1. 高频词分析与形象维度

通过 AntConc 生成高频词表（前20位），结果显示：排名前五的高频词依次为“China”（156次）、“Games”（142次）、“Harbin”（98次）、“Chinese”（87次）、“winter”（76次）。高频词的分布揭示出新华社海外版报道的核心议题围绕中国作为东道主（China, Chinese, Harbin）、赛事竞技（gold, medal, athletes）、亚洲团结（Asian）以及经济发展（development）展开。这些高频词所在语境初步勾勒出以下国家形象：朝气蓬勃的体育中国、开放包容的东道主、团结亚洲的引领者、经济发展的推动者。

2. 态度资源总体分布

通过对44篇语料的态度资源进行标注和统计，得到以下结果：

态度子系统	频次	百分比	正面	负面
情感资源	68	21.5%	62 (91.2%)	6 (8.8%)
判断资源	52	16.5%	48 (92.3%)	4 (7.7%)
鉴赏资源	196	62.0%	182 (92.9%)	14 (7.1%)
合计	316	100%	292 (92.4%)	24 (7.6%)

从表中可以看出，鉴赏资源占比最高，其次是情感资源，判断资源占比最低（16.5%）。鉴赏资源的高频使用体现了新闻报道的客观性——鉴赏主要针对赛事、场馆、组织等事物进行美学或价值评价，而非直接表达个人情感。同时，正面资源占比高达92.4%，负面资源仅占7.6%，表明报道整体呈现积极、正面的态度倾向^[7]。

3. 情感资源分析

情感资源中，“快乐/非快乐”类占比最高（41.2%），主要通过外国运动员和志愿者的直接引语表达正面情感^[2]。

（1）“I am very happy to be a volunteer for the Harbin Asian Winter Games. I will try my best to make visitors from home and abroad feel the warmth of China’s young people.”

例（1）中，“happy”属于正面“快乐”类情感资源，通过志愿者的直接引语，表达了中国青年对参与国际盛事的自豪感，塑造了热情友好的东道主形象。

（2）“We are very happy and very pleased. The organizers have done a marvelous job.”

例（2）中通过OCA官员Vinod Kumar Tiwari的评价，以“happy”“pleased”等正面情感资源，借权威之口肯定了中国的组织能力。

4. 判断资源分析

判断资源中，社会评判占比高达84.6%，其中“做事才干”（capacity）最为突出，主要用于评价运动员的能力和中国的办赛水平。例如：

（3）“China has the technology, they have the capacity, and are very fast to learn.”

例（3）中，“capacity”属于正面“做事才干”判断资源，通过Reto Gurtner, Laax滑雪场主席，肯定了中国在冰雪运动领域的技术和学习能力，塑造了有能力、有潜力的体育强国形象。

5. 鉴赏资源分析

鉴赏资源中，价值类占比最高（40.8%），其次是构成类（31.6%）和反应类（27.6%）。价值类资源主要用于评价亚冬会的社会意义和经济价值。例如：

（4）“China’s ice and snow economy is projected to exceed 1 trillion yuan by 2025. The sector is expected to expand to 1.2 trillion yuan by 2027 and 1.5 trillion yuan by 2030.”

例（4）中，经济数据本身构成了正面“价值”鉴赏，将亚冬会与中国经济发展战略直接关联，塑造了经济繁荣、发展强劲的国家形象。

（二）话语分析：新华社海外版亚冬会报道的评价策略

1. 介入资源分析

介入资源统计显示，借言资源占比高达81.6%，远多于自

言（18.4%）。在借言中，对话性扩张（51.6%）多于对话性收缩（30.0%）。这表明新华社海外版倾向于通过引用外部声音（运动员、官员、专家）来增强报道的客观性和可信度，同时容纳多元观点，体现开放包容的姿态。

（6）“We are very happy and very pleased, because the organizing committee had only one year to prepare for the games, and they’ve done a marvelous job,” said Vinod Kumar Tiwari.

例（6）中，通过“said”引入OCA官员的外部声音，属于借言中的“归属”。报道者不直接表达观点，而是借权威之口传递正面评价，增强了报道的客观性和说服力。

2. 级差资源分析

级差资源统计显示，语势资源占比高达84.8%，远多于聚焦资源（15.2%）。在语势中，量化（48.4%）略多于强化（36.4%）。这表明报道倾向于通过具体数据（奖牌数、游客数、经济指标）和程度词汇（very, extremely, remarkable）来增强评价的力度。

（7）“Over 1,200 athletes from 34 countries and regions are competing, making it the largest edition in terms of participation.”

例（7）中，“1,200”“34”等量化资源，通过具体数字增强了报道的可信度，同时“largest”这一最高级形式强化了赛事的规模和影响力，塑造了具有国际吸引力的国家形象。

（三）优化策略：提升外宣体育报道话语力的路径

基于以上分析，本研究提出以下优化策略：

第一，增加鉴赏资源中的“价值”维度报道。研究分析发现，鉴赏资源中“价值”类占比最高，且多与经济发展、社会进步等宏大议题关联。因此建议外宣媒体在报道体育赛事时，进一步挖掘赛事与国家战略、民生改善、区域发展之间的关联，通过正面价值鉴赏塑造负责任、有担当的大国形象。

第二，善用借言策略，借国际声音讲中国故事。研究分析发现，借言资源占比81.6%，通过引用外国运动员、国际官员的正面评价，显著增强了报道的可信度。转述言语中的消息来源是新闻话语建构的重要动态指数，媒介人员对消息来源的选择直接影响话语建构的效果。

建议在未来的外宣报道中，进一步拓展借言来源，引入更多元化的国际声音（如“一带一路”沿线国家、发展中国家），以“他者”视角增强传播效果。第三，强化量化级差资源，以数据支撑形象建构。研究分析发现，量化资源在级差系统中占比最高（48.4%）。建议在报道中更加注重使用具体、可比的数据，如参赛规模、破纪录次数、经济拉动效应等，以增强报道的科学性和说服力。

四、结语

本研究以评价理论为框架，对新华社海外版哈尔滨亚冬会44篇英文报道进行了系统分析。研究发现，在态度资源中，鉴

赏资源占比最高（62.0%），情感资源次之（21.5%），判断资源最低（16.5%）。正面资源占比高达92.4%，体现了报道的积极态度倾向，即中国媒体倾向于运用大量积极态度资源塑造正面国家形象^[7]。在介入资源中，借言资源占比81.6%，对话性扩张（51.6%）多于对话性收缩（30.0%），体现了新华社海外版通过多元声音增强客观性和可信度的策略。在级差资源中，语势资源占比84.8%，其中量化资源（48.4%）多于强化资源（36.4%），表明报道注重以具体数据增强说服力^[8]。

大型体育赛事新闻发布会通过构建多元主题、呈现大众情

感、展示国家形象等策略，能够有效增强体育国际话语权^[3]。通过上述评价资源的综合运用，新华社海外版成功塑造了开放包容的东道主形象、高效有序的组织者形象、朝气蓬勃的体育强国形象、经济发展的引擎形象和团结和平的倡导者形象。本研究对评价理论在体育新闻语篇中的应用进行了拓展，也为我国外宣媒体提升国际传播效能提供了参考。未来研究可进一步扩大语料规模，引入中西媒体对比视角，或结合多模态话语分析，更加全面地揭示国家形象建构的话语机制^[1]。

参考文献

- [1] 曹晚红, 邹蕴, 叶朝阳. 体育竞赛类短视频的传播与国家形象建构研究——基于CGTN冬奥会短视频的多模态话语分析[J]. 中国新闻传播研究, 2023: 1-24.
- [2] 陈朝晖, 刘海琨. 大型体育赛事“讲好中国故事”的创新表达[J]. 新闻爱好者, 2024(6).
- [3] 陈凝, 林璐. 评价理论视域下外宣新闻语篇的态度资源对中国形象的自塑作用——以2022年北京冬奥会相关新闻报道为例[J]. 现代语言学, 2024(1): 81-87.
- [4] 杨传鸣, 张梦颖, 冷利田. “冰雪同梦”国家形象认同的新闻话语体系塑造——以《中国日报》(英文版)亚冬会体育新闻报道为例[J]. 中国冬季运动, 2025, 47(2): 84-91.
- [5] 骆培珍, 莫妙仪, 史奕欣, 张婧妍, 蔡泽宇. 评价理论态度视域下China Daily北京冬奥会报道中的中国形象建构[J]. 海外英语, 2024(5): 9-13.
- [6] 王晓蓓. 评价理论下中国国家形象建构——基于中美对北京冬奥会报道的对比分析[D]. 中北大学, 2024.
- [7] 朱莹莹. 评价理论视角下中美媒体对北京冬奥会报道的态度资源对比研究[D]. 南京师范大学, 2023.
- [8] 叶明晶. 评价理论视角下平昌冬奥会中的国家形象构建研究[D]. 山东师范大学, 2020.
- [9] Martin, J. R., & White, P. R. R. The Language of Evaluation: Appraisal in English[M]. London: Palgrave Macmillan, 2005.
- [10] 韩为政, 丁晨洋, 刘建明. 国际大型体育赛事开幕式中的中国国家形象建构与历史变迁研究[J]. 新闻爱好者, 2025(6).
- [11] 赵小晶, 张斌. 转述言语与新闻话语动态分析框架建构[J]. 外语学刊, 2019(5): 37-42.
- [12] 邹英, 王晓晨, 李欣雨, 李晓萌. 大型体育赛事新闻发布会话语特征及建构策略——以北京2022年冬奥会为例[J]. 沈阳体育学院学报, 2023, 42(5): 1-7.
- [13] 尹凯月, 崔秀珍. 评价理论视域下中国国家形象建构研究[J]. 海外英语, 2025(14): 9-11.
- [14] 黄秀秀. 国家形象塑造视域下文化符号传播对比分析——以2008年北京奥运会和2022年北京冬奥会开幕式为例[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(6): 31-33.
- [15] 邓巧玲, 徐锦芬. 评价理论视域下英语教材价值观呈现的积极话语分析[J]. 外语与外语教学, 2025.