

An Attitudinal Analysis of Reports on the 2022 Olympic Winter Games in Chinese and Western Media

Lu Xu

South China University of Technology, Guangzhou, Guangdong, 510641, China

Abstract

This study, utilizing the Appraisal framework, employs both quantitative and qualitative methods to analyse the attitude resources used by Chinese and Western media in the coverage of the 2022 Winter Olympics. The results indicate that Chinese and Western media demonstrate similarities in their use of attitude resources, particularly in appreciation resources. Notable differences were observed in the utilization of affect and judgment resources between the two media. These findings underscore the impact of different journalistic practices on national image construction and the role of the media in shaping international perceptions.

Keywords

appraisal framework; attitude resources; 2022 Winter Olympic Games

中西方媒体对 2022 冬奥会报道的态度分析

徐璐

华南理工大学, 中国·广东广州 510641

摘要

本研究借助评价框架, 运用定量与定性方法, 分析了2022年冬奥会开幕前中西方媒体在报道中所运用的态度资源。研究结果表明, 中西方媒体在使用态度资源方面表现出相似性, 尤其在鉴赏资源的使用上。在情感和判断资源上, 两种媒体表现出明显差异。这些发现突出了不同新闻实践对国家形象构建的影响, 体现媒体在塑造国际观念上的作用。本研究强调了媒体如何通过选择性的语言资源构建特定的叙事和框架, 以及这些选择如何影响公众对重大事件的理解和感知。

关键词

评价框架; 态度资源; 2022年冬季奥运会

1 引言

2022年北京冬奥会吸引全球关注, 使中国成为国际聚光灯下的焦点。作为体育界的里程碑, 冬奥这一重大体育赛事始终受到广泛媒体报道。在全球大流行的挑战、政治潜流和环保问题的背景下, 北京冬奥会尤其引人瞩目, 这些因素为赛事增添了不确定性。然而, 本次赛事也凸显了中西方媒体报道中的叙事差异, 呈现出复杂的全球视角。论文旨在探究这些多元化媒体叙事, 围绕以下两个问题展开:

①在报道2022年冬奥会时, 中西方媒体态度资源的分布如何?

②这些态度资源如何被用于实现人际意义并构建中国国家形象?

评价框架作为系统功能语言学的延伸, 是分析语言如何构建评价、塑造立场并影响读者认知的重要工具 (Martin & White, 2005)。评价框架在揭示媒体话语中语言运用的细

微差别, 以及它如何与不同的观点相协调或形成对比方面表现出独到的能力, 使其成为本研究分析工具合适选择。

2 评价框架和态度系统

在系统功能语言学中, 人际功能主要通过情态和语气来实现。发言者通过人际功能在交流互动中明确自己的角色, 为听者提供尚未知晓的洞见, 以及塑造听者的预期反应。Martin 和 Rose (2007:26) 将“评价”概念化为系统功能语言学中的人际意义系统, 强调其在协商社会关系中的作用。与系统功能语言学中的其他系统相似, 评价系统被细分为子系统: 态度系统、介入系统和极差系统, 每个子系统都包含更为细致的分类。态度系统关注对实体、个人特征和情感的评价, 包括情感、判断和鉴赏三个方面。介入系统通过诸如投射、语气化或让步等机制来实现, 将多样化视角融入话语中。介入系统的关键区分在于自言与借言之间的差异 (Martin and Rose, 2007:59)。极差系统作为调节态度和介入力度的手段, 由语势和聚焦两个子系统组成 (Martin and White, 2005; Martin and Rose, 2007: 42-46)。

态度系统, 作为评价系统的关键组成部分, 包含一系

【作者简介】徐璐 (1999-), 男, 中国江西丰城人, 硕士, 从事系统功能语言学研究。

列用于隐式或显式地编码态度的资源，传达积极或消极情感表达。在态度系统中，情感涉及所引发的情绪反应，判断涉及对行为的道德评价，而鉴赏涉及对符号文本/过程和自然现象的审美评估，以及对各种实体的价值评价 (Martin, 2000: 145-146; Martin and Rose, 2007: 26-28)。情感系统是态度系统的基础要素，关注态度主体或他人的正面或负面的内心感受，包括有无意愿，是否开心，是否满意，是否有安全感 (Martin & White, 2005)。判断系统基于社会规范和价值观来评价行为和性格特征，分为社会评判和社会约束两个方面。社会评判涉及行为规范、做事才干和坚忍不拔，而社会约束则聚焦于真实可靠性和正当性 (Martin & White, 2005)。鉴赏系统则通过审美和社会视角来评价自然现象、人类创造物和个体，包括反应、构成和价值。

3 研究设计

论文选取了 40 篇关于 2022 年奥运会的英文新闻报道，包括来自中国和西方媒体的各 20 篇文章。中方媒体包括 *China Daily*、*Global Times*、*Beijing Review*。西方媒体包括 *Fox News*、*The New York Times*、*The Guardian*、*The Washington Post*。所有报道均发表在 2022 年冬奥会正式开幕之前。本研究使用 UAM Corpus Tool (O'Donnell, 2021) 对态度资源进行标注和量化，构建了中西方媒体报道两个语料库，报道经过详细标注，以进行统计分析，从而比较双方媒体间态度系统的相似性和差异性。态度系统的标注方法基于 Martin 和 White (2005) 的评价框架 (图 1) 进行调整。

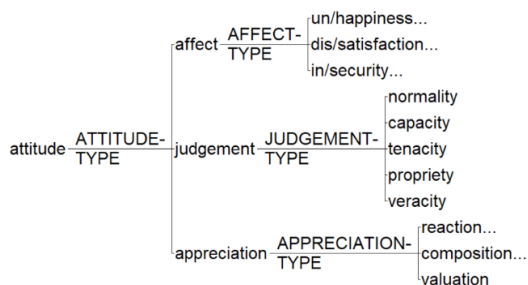


图 1 态度系统标注方式

4 分析与讨论

4.1 态度资源分布的总体分析

中方媒体共使用 363 例态度资源，情感 (75 例)、判断 (54 例) 和鉴赏 (234 例) 占比分别为 20.66%、14.88% 和 64.46%；而西方媒体则使用了 488 例，情感 (93 例)、判断 (106 例) 和鉴赏 (289 例)，相应占比为 19.06%、21.72% 和 59.22%。这表明鉴赏资源在两者中均为主导，反映了共同的语言倾向。然而，中方媒体情感资源使用略多于判断，而西方媒体则相反，反映了不同文化、意识形态和政治背景的影响。总体而言，西方媒体在情感、判断和鉴赏资源的使用上均多于中方媒体。

4.2 情感资源分析

如表 1 所示，中方媒体共使用 75 例情感资源，开心，

和安全感占比分别为 32.00%、38.67% 和 29.33%。西方媒体使用了 93 例，对应占比为 16.13%、26.88% 和 56.99%。这表明西方媒体在报道冬奥会时对安全感的强调明显高于中方媒体，反映了不同的关注焦点和情感表达偏好。

表 1 中西方媒体情感资源的分布

Affect types	Chinese media		Western media	
	Number	Percent	Number	Percent
un/happiness	24	32.00%	15	16.13%
dis/satisfaction	29	38.67%	25	26.88%
in/security	22	29.33%	53	56.99%
Total	75	100%	93	100%

Sample 12 (*Global Times: Attempts to badmouth the Winter Olympics will be unsuccessful, self-damaging*): When world leaders, athletes and audiences ... enjoy (affect: un/happiness) and celebrate (affect: un/happiness) the success of the Games, it will represent a heavy slap in the face of some Western countries and forces that badmouth (affect: un/happiness) the event.

在上例中，enjoy 和 celebrate 等词反映出观众以及运动员对奥运会的积极期待，展现了中方媒体对该事件的整体乐观态度。然而，badmouth 的使用也暗示了部分反对者的负面情绪反应，揭示了一种多元化的情感表达方式。

Sample 35 (*The Guardian: Team GB athletes offered temporary phones over China spying fears*): The British Olympic Association will offer temporary phones ... after fears (affect: in/security) they could be spied on by the Chinese government. While the British delegation will not be banned, they have been warned (affect: in/security) against doing so by the BOA because it fears (affect: in/security) the authorities could install spyware.

在上例中，fears 和 warned 等词突出了对中国政府可能的监控行为的担忧。这种负面情感描绘，不仅体现出英国奥委会和运动员的担忧，而且微妙地激发了与中国相关的威胁感知，然而实际情况应是在全球疫情背景下如何保障运动员的健康安全问题。

这些情感资源使用体现出中西方媒体报道的不同方法：中方媒体倾向于描绘参与者真实、积极且无偏见的情感反应，而西方媒体则利用情感资源来构建负面形象，强化中国威胁论这一偏见叙事。

4.3 判断资源分析

在 2022 年冬奥会报道中，判断资源主要用于评价全球奥运运动员、中国政府和其他与赛事相关的参与者的行为。如表 2 所示，中方媒体使用了 54 例判断资源，西方媒体则使用了 106 例。两者均以坚韧 (tenacity) 为主要关注点，中方媒体占 50%，西方媒体占 45.28%，反映出对运动员奥运备战的毅力和努力的共同重视。

表 2 中西方媒体判断资源的分布

Judgement types	Chinese media		Western media	
	Number	Percent	Number	Percent
normality	4	7.41%	1	0.94%
capacity	10	18.52%	19	17.92%
tenacity	27	50.00%	48	45.28%
propriety	2	3.70%	15	14.15%
veracity	11	20.37%	23	21.70%
Total	54	100%	106	100%

Sample 1 (*China Daily: 2022 Olympics hailed by global party leaders*): It is “a remarkable achievement (judgement: capacity) and a success (judgement: tenacity) ... ” especially since the Games come amid the COVID-19 pandemic, said Mushahid Hussain Syed ...

上例中，报道凸显了对做事才干 remarkable achievement 和坚忍不拔 success 的判断资源，强调了中国共产党、中国政府及其人民在疫情这一充满挑战的环境下举办赛事的能力和决心。

Sample 28 (*The New York Times: Olympians Face a Daunting Final Qualifying Event: Staying Healthy*): Positive tests could keep athletes from boarding their flights to Beijing... rendering all their hard work (judgement: tenacity), all their suffering (judgement: tenacity) and sacrifice (judgement: tenacity), essentially meaningless.

上例中，西方媒体报道用坚韧判断资源 hard work, suffering, sacrifice 来强调奥运选手的奉献。报道在赞扬他们的坚韧的同时，将其与因疫情可能导致的努力化为乌有相对比，从而可能对中国严格的疫情防控政策产生批判。

判断资源分析表明，中西方媒体在报道冬奥会时，都使用了判断资源的五种不同的类型。这显示出中西方媒体在评价全球运动员、中国政府及其他参与者的道德伦理特质方面有着共同的关注点。

4.4 鉴赏资源分析

鉴赏资源主要对自然和人造对象，以及对人类参与者的审美评价。鉴赏资源包括反应、构成和价值。如表 3 所示，中方媒体使用了 234 例鉴赏资源，反应、构成和价值的占比分别为 58.55%、14.96% 和 26.50%；而西方媒体使用了 289 例，以反应（82.01%）为主，构成和价值均占 9.00%。这显示在报道冬奥会时，双方媒体普遍偏向于使用反应资源。

表 3 中西方媒体鉴赏资源的分布

Appreciation types	Chinese media		Western media	
	Number	Percent	Number	Percent
reaction	137	58.55%	237	82.01%
composition	35	14.96%	26	9.00%
valuation	62	26.50%	26	9.00%
Total	234	100%	289	100%

Sample 15 (*Global Times: Foreign athletes 'blown away' by amazing race conditions, spectacular venues as they start practice sessions ahead of Beijing Winter Olympics*): The

construction of the Olympic stadiums also incorporated green (appreciation: valuation) concepts with innovative (appreciation: valuation) practices and technological breakthroughs...

上例中，中方媒体使用价值资源来评价北京奥运场馆的建设。green 和 innovative 这样的词汇正面地肯定了中国在基础设施能力和承诺举办可持续奥运会的实力。

Sample 23 (*Fox News: Clap, don't chant: China aims for 'Zero COVID' Olympics*): Clapping is OK (appreciation: reaction) to cheer... Welcome to the Beijing Olympics, where strict containment measures will aim to create a virus-proof “bubble” (appreciation: valuation) for thousands of international visitors...

上例中，西方媒体用 OK 来评价奥运会的加油规则，即允许鼓掌而不允许喊口号，这一规定微妙地透露出一丝不满。而 virus-proof “bubble” 一词虽肯定了中国疫情防控措施的有效实施，但也隐含了对其临时性和有效性的质疑。

上述分析展现出中西方媒体对鉴赏资源的巧妙运用：尽管两者都广泛利用了各类鉴赏资源，特别是反应资源，但中方媒体更倾向于采用积极和客观的态度。相较而言，西方媒体在使用这些资源时，往往带有一种隐微的怀疑或批评倾向，特别是在涉及对中方疫情防控措施的评价时更为明显。

5 结语

本研究通过量化和质性分析中西方媒体在 2022 年冬奥会报道中态度资源的使用，探讨了这些资源如何塑造中国国家形象并传达人际意义。结果显示，尽管两种媒体在鉴赏资源使用上具有相似性，反映了对奥运相关审美和社会评估的共同关注，但在情感和判断资源上则存在显著差异。中方媒体更倾向于表达积极情绪，强调奥运精神的坚韧和努力，而西方媒体更多关注安全问题和对中国政策的怀疑。研究还发现中方媒体在语言策略上的操控性较低。建议中方媒体在坚守事实报道的基础上，采用更有策略性的语言方式，以更有效地塑造国家形象。本研究强调了媒体如何通过选择性的语言资源构建叙事和框架，影响公众对事件的理解和感知。未来研究可扩大样本范围，以深入理解这些趋势的全球普遍性和变化性。

参考文献

- [1] Painter, C.(2003). Developing attitude: An ontogenetic perspective on appraisal. *Text & Talk*, 23(2):183-209.
- [2] O'Donnell, M.(2021). UAM Corpus Tool (Version 3.3x) [Computer software]. Available at <http://www.corpustool.com/index.html>.
- [3] Martin, J. R., & Rose, D.(2007). *Working with discourse: Meaning beyond the clause* (2nd ed.).Continuum.
- [4] Martin, J.R., & White,P. R.R.(2005). *The language of evaluation: Appraisal in English*.Palgrave.
- [5] Martin, J.R.(2000). Beyond exchange: Appraisal systems in English. In S. Hunston & G.Thompson (Eds.), *Evaluation in text: Authorial stance and the construction of discourse* (pp. 142-175). Oxford University Press.