

再语境化视角下健康话语健康形象自塑研究

郭宁

天津外国语大学

DOI:10.32629/mef.v9i5.20641

[摘要] 在健康中国战略全面推进的背景下,健康话语成为自塑国家健康形象的核心载体。本研究以再语境化为理论视角,选取《“健康中国2030”规划纲要》原文及一篇新闻报道作为对比语料,采用话语分析方法,系统考察新闻报道如何通过添加、删除、替代、重组等再语境化策略,将政策文本转化为大众传媒话语,并在此过程中自塑中国健康形象。研究发现:新闻报道在保留纲要核心精神的前提下,通过删除技术性细节、添加情感化表达与平民化案例、替换专业术语为大众语言、重组叙事结构与话语主体,成功建构了全民共建共享的亲 and 型健康形象、政府主导、全民参与的治理型健康形象以及大健康理念引领的科学型健康形象。本研究揭示了政策话语向媒体话语转化中的意义生成机制,为健康传播与国家健康形象自塑提供了可操作的分析路径。

[关键词] 再语境化; 健康话语; 健康形象自塑; 《“健康中国2030”规划纲要》

中图分类号: G479 文献标识码: A

A Study on the Self-Construction of Health Image in Health Discourse from the Perspective of Recontextualization

Ning Guo

Tianjin Foreign Studies University

[Abstract] Against the backdrop of the comprehensive promotion of the Healthy China strategy, health discourse has become the core carrier for constructing the national health image. This study, from the theoretical perspective of recontextualization, selects the original text of the "Healthy China 2030 Planning Outline" and a news report as comparative corpora. Using discourse analysis methods, it systematically examines how news reports transform policy texts into mass media discourse through recontextualization strategies such as addition, deletion, substitution, and reorganization, and in the process, construct China's health image. The study finds that, while retaining the core spirit of the outline, news reports successfully construct an approachable health image for all citizens to co-build and share, a governance-oriented health image led by the government and participated in by all citizens, and a scientific health image guided by the concept of holistic health, by removing technical details, adding emotional expressions and relatable cases, replacing professional terms with everyday language, and reorganizing narrative structures and discourse subjects. This study reveals the mechanism of meaning generation in the transformation from policy discourse to media discourse, providing an actionable analytical path for health communication and the self-construction of the national health image.

[Key words] Recontextualization; Health discourse; Self-construction of health image; Outline of the Healthy China 2030 Plan

1 引言

健康形象是国家形象的重要组成部分,它既包括一个国家的公共卫生治理能力、国民健康水平、医疗保障体系等客观维度,也包括通过话语建构形成的公众感知与认知。在国际传播与国内传播的双重语境中,如何通过健康话语自塑积极的健康形象,已成为学术研究与政策实践的共同关切。《“健康中国2030”

规划纲要》(以下简称《纲要》)是中国推进健康中国建设的行动纲领,其文本具有高度的政策性、专业性与权威性。然而,政策文本的受众主要是各级政府与专业人员,普通公众难以直接理解其内涵。因此,主流媒体对《纲要》的新闻报道成为一种关键的“再语境化”实践,它将政策话语从官方语境迁移到大众传播语境,在传播政策内容的同时,也自塑了特定的健康形象。本

研究聚焦于一篇关于《纲要》的新闻报道,将其与《纲要》原文进行逐段对比,标注再语境化策略,揭示新闻如何通过话语转换建构健康形象。这一研究不仅有助于理解政策普及化的话语机制,也为中国健康形象的自塑提供微观层面的实证支持。

2 文献综述

2.1 健康话语研究

健康话语研究涵盖医患沟通、健康科普、公共卫生传播、危机沟通等多个领域。Sokol (2018)考察了医学博客作为科普工具的话语策略。Tereszkiewicz与Szczyrbak (2022)分析了YouTube医学科普视频的“邻近化”策略。国内学者方面,吕汀与蒋跃 (2008)研究了医学科普文章中的模糊限制语;申爽与谭华玮 (2023)分析了网络女性健康科普中的身体观念重塑;钟瑛与李佳 (2024)考察了健康养生类微信公众号的话语倾向。在公共卫生危机话语方面,学者们关注了血吸虫病防治中的话语互动、甲型H1N1流感报道中的隐喻使用,以及COVID-19期间的危机话语。这些研究一致指出,健康话语不仅是信息传递工具,更是价值建构与身份塑造的场所。

2.2 国家形象自塑研究

国家形象自塑研究涉及媒体话语、政治外交话语、广告话语、文学翻译等多个场域。Anholt (2007)提出的竞争性身份理论强调了国家形象的主动建构性。在媒体话语维度,Chen与Xu (2021)比较了新华社与澎湃新闻在COVID-19报道中的叙事差异;Yu等 (2024)考察了中外媒体对中国疫情形象的建构博弈。在政治外交话语维度,Zhang (2017)分析了习近平联大演讲中的国家形象建构;Li与Pan (2020)研究了政治话语英译中的形象重塑。此外,屈雅利 (2014)揭示了广告语从物质隐喻向文化品牌信息的演变。现有研究多聚焦于国家形象的整体建构,而对健康形象这一子维度的专门研究相对薄弱。健康形象不等同于政治形象或经济形象,它更侧重于公共卫生能力、健康理念、健康文化与健康治理的呈现。

2.3 再语境化理论及其在健康话语研究中的应用

再语境化概念源自Bernstein的教育社会学,后发展为批评话语分析的重要工具。武建国与李均桥 (2025)基于语料库分析了突发公共卫生事件报道中的语境重构与国家形象建构,发现再语境化策略在政策话语向媒体话语转化中发挥关键作用。然而,针对单一政策文本与单一新闻报道的精细对比标注研究尚少。

3 研究方法

3.1 语料选择

本研究的语料由两部分构成,首先是《纲要》原文,该文件由中共中央、国务院于2016年印发,全文约2万字。其次是一篇关于《纲要》的新闻报道,题为《全民共建共享“大健康”》,发布于中国网,该报道约2000字,是对《纲要》核心内容的新闻化呈现。

3.2 分析步骤

本研究采用van Leeuwen (2008)的再语境化框架,将再语境

化操作划分为添加、删除、替换、重组四种策略。第一步,将《纲要》原文与新闻报道进行逐段对齐,标注对应关系;第二步,逐句对比,识别每一条新闻语句相对于原文的再语境化操作,记录操作类型及具体内容;第三步,归纳再语境化策略的总体分布特征;最后,分析这些策略如何共同建构中国健康形象,从形象维度进行解读。

4 再语境化策略的标注与解读

4.1 添加策略

示例1

《纲要》:多为客观陈述,几乎没有第一人称复数“我们”或情感标记词。

新闻:“我们要认识到,‘大健康’理念的核心是以人民为中心。”“让我们共同行动起来,为健康中国贡献力量。”

报道添加了第一人称复数“我们”,以及祈使句“让我们……”。情感化添加将政策文本的他者告知转变为共同体动员。通过“我们”,新闻报道建构了话语主体与受众之间的认同关系,使健康形象从权威发布者转变为健康同行者。这是一种亲和型健康形象的建构策略。

4.2 删除策略

示例2

《纲要》:“到2030年,人均预期寿命达到79.0岁,人均健康预期寿命显著提高;婴儿死亡率由8.1%降至5.0%,5岁以下儿童死亡率由10.7%降至6.0%,孕产妇死亡率由20.1/10万降至12/10万。”

新闻:“《纲要》提出,到2030年,我国人均预期寿命将提高到79岁,主要健康指标进入高收入国家行列。”

新闻报道删除了婴儿死亡率、儿童死亡率、孕产妇死亡率的具体数值及下降目标。删除策略使话语从技术型转向宣言型。原文中的精确数字服务于政策执行的可测量性,而新闻删除这些细节后,转而聚焦于“79岁”这一最具传播力的指标,以及“高收入国家行列”这一对比性表述。这一删除操作强化了健康形象的向上对标特征。

4.3 替换策略

示例3

《纲要》:“以普及健康生活、优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、发展健康产业为重点。”

新闻:将这段表述替换为“从五个方面发力:普及健康生活、优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、发展健康产业。”

报道将原文中的介词结构“以……为重点”替换为更直白的动词结构“从五个方面发力”。

替换策略改变了话语的认知难度,降低了读者的处理负担。这一替换建构了清晰透明的健康形象。

4.4 重组策略

示例4

《纲要》:按照“总体战略—普及健康生活—优化健康服务

—完善健康保障—建设健康环境—发展健康产业—保障措施”的行政逻辑组织。

新闻: 按照“为什么—是什么—怎么做—谁来做—前景如何”的新闻逻辑组织。

报道重组了信息呈现顺序, 从行政部署型转变为问答启发型。重组策略改变了读者与文本的认知关系。原文的行政逻辑预设读者是政策执行者, 新闻的叙事逻辑预设读者是普通公民。这一转换建构了以人民为中心的健康形象, 健康政策不是自上而下的命令, 而是回应民众关切的公共产品。

5 结果与讨论

5.1 再语境化策略的总体特征

通过上述对比标注, 本文归纳出新闻报道再语境化《纲要》原文的策略谱系。在删除策略上, 新闻报道删除了具体数值、多层次医保细分等细节, 其核心功能在于聚焦核心信息、降低普通读者的认知负荷; 在替换策略上, 报道将政策表述替换为直白动词结构, 同时将原文中“建立健全”“加强建设”等制度性动词替换为“我们正在努力”“中国提出”等人称化、情感化表述, 其核心功能在于转换表达方式, 增强文本的可读性与亲和力; 在添加策略上, 报道引入了第一人称复数“我们”、祈使句“让我们”, 以及平民化案例和地方实践, 其核心功能在于注入情感温度与本土性, 将宏大政策转化为日常生活叙事; 在重组策略上, 报道将原文按行政逻辑组织的结构重组为新闻逻辑, 并将话语主体从“国家”“政府”等非人格化主体重组为“我们”等人格化主体, 其核心功能在于重塑读者立场、建构共同体意识。

5.2 再语境化所建构的健康形象维度

通过上述四种策略的协同作用, 新闻建构了三个相互关联的健康形象维度:

第一, 亲和型健康形象。通过添加“我们”等人际互动标记, 以及平民化案例, 新闻将《纲要》的权威政策形象转化为健康伙伴形象。第二, 治理型健康形象。通过选择“共建共享”“全民健康”等关键词, 并重构话语主体从“国家”到“我们”, 新闻建构了一种新型治理形象, 即政府不是唯一行动者, 而是动员者与服务提供者。第三, 科学型健康形象。通过选择五大重点领域, 新闻报道建构了大健康科学形象。这一形象区别于传统的治病健康观, 强调健康的社会决定因素。删除细节并未削弱科学性, 而是使科学理念以更清晰的方式呈现。

5.3 理论贡献与实践启示

本研究将再语境化分析从宏观的比较研究推进到微观精细标注层面, 展示了添加、删除、替换、重组四种策略如何在具体段落中操作化。此外, 研究揭示了政策话语与媒体话语转换中的意义增益现象, 新闻报道不仅传递信息, 更通过添加策略增加了情感维度和参与维度。

对于健康传播实践而言, 本研究提示, 政策发布不能止于文件印发, 媒体的再语境化不是对政策的稀释, 而是对政策意义的再生产。

6 结论

本研究以van Leeuwen的再语境化理论为分析框架, 选取《“健康中国2030”规划纲要》原文及其一篇新闻报道为对比语料, 通过逐句标注与策略分析, 系统考察了新闻报道如何通过删除、替换、添加、重组四种操作, 将政策文本转化为大众传媒话语, 并在此过程中自塑中国健康形象。

研究得出以下主要结论: 第一, 新闻报道的再语境化呈现出“删除聚焦、替换转换、添加赋能、重组定向”的策略协同特征。第二, 通过再语境化操作, 新闻报道成功建构了三个相互关联的健康形象维度, 即亲和型健康形象、治理型健康形象与科学型健康形象。

本研究也存在一定局限, 由于语料仅为一篇新闻报道, 研究结论的普适性有待更多文本的检验。此外, 再语境化策略的标注具有一定的主观性, 未来可引入多位编码员进行信度检验。后续研究可拓展至多篇新闻的比较分析, 或引入国际媒体对中国健康政策的报道, 考察自塑与他塑的再语境化差异。

【基金项目】

天津市2025年研究生科研创新项目再语境化视角下健康话语国家形象自塑研究的研究成果。

【参考文献】

- [1]Anholt,S.(2007). Competitive Identity and Development. In Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions(pp.113-128). London: Palgrave Macmillan UK.
- [2]Sokol, M.(2018). 'Have you wondered why sportspeople die?' The medical weblog as a popularisation tool. DISCOURSE CONTEXT & MEDIA,25,13-24.
- [3]van Leeuwen,T. (2008).Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis. Oxford: Oxford University Press.
- [4]Yu, Y.,Tay, D., & Yue, Q. (2024). Media representations of China amid COVID-19: a corpus-assisted critical discourse analysis.Media International Australia,191(1),73-87.
- [5]武建国,李灼桥.语境重构与国家形象建构——基于语料库的突发公共卫生事件报道研究[J].外语研究,(2025),42(01),46-52+113.

作者简介:

郭宁(2001—),女,满族,河北省承德市人,天津外国语大学,硕士研究生,研究方向: 语言学。