

地方青年榜样宣传话语的三维批评话语分析——以珠海官方宣传文本为例

李楠楠

珠海科技学院 广东珠海

【摘要】在多元价值的新时代，地方青年榜样宣传存在诸多问题，比如受众认同不足，传播效率低等问题。本文以费尔克劳夫三维批评话语分析为研究框架，选取珠海文明网、“文明珠海”微信公众号 66 篇宣传文本为语料，从体裁分析、评价理论态度子系统之判断、LDA 主题建模等角度，分别回答其在文本、话语实践和社会实践三个层面的宣传话语特征。研究表明：在文本层面，形成“人物介绍-事迹叙事-价值升华”固化体裁，判断资源过度集中于实干类品质；在话语实践层面，主要有两个叙事群：公益和基层发展，但是在宣传策略方面，过于注重事实，缺少个人情感表达；在社会实践层面，围绕敬业奉献、见义勇为、为民服务和创新创业四大价值。然而，宣传话语叙事统一，比较模板化，缺少青年视角，难以引起大众的共情。因此，本文提出了优化路径，为地方青年榜样宣传话语创新提供思路。

【关键词】青年榜样；宣传话语；批评话语分析

【基金项目】珠海市 2025 年度哲学社科规划课题(2025GJ084)：珠海市青年榜样宣传话语体系创新：现状、问题与对策研究

【收稿日期】2026 年 7 月 10 日

【出刊日期】2026 年 8 月 11 日

【DOI】10.12208/j.ssr.20260281

A three-dimensional critical discourse analysis of publicity discourse on local youth role models: A case study of official propaganda texts in Zhuhai

Nannan Li

Zhuhai College of Science and Technology, Zhuhai, Guangdong

【Abstract】In the new era of diverse values, the publicity of local youth role models is confronted with various challenges including insufficient audience recognition and low communication efficiency. Taking Fairclough's three-dimensional critical discourse analysis as the research framework, this paper selects 66 publicity texts from Zhuhai Civilization Network and the official WeChat account "Civilized Zhuhai" as the corpus. From the perspectives of genre analysis, the judgment subsystem of the attitude system in appraisal theory, and LDA topic modeling, it explores the discourse characteristics of relevant publicity at three levels: text, discursive practice and social practice. The results reveal that at the textual level, a fixed genre of "character introduction-deed narration-value sublimation" has taken shape, with judgment resources overly concentrated on pragmatic qualities. At the discursive practice level, two major narrative clusters are identified: public welfare and community development. Nevertheless, the publicity strategies overemphasize factual presentation while lacking personal emotional expression. At the social practice level, the discourse centers on four core values: dedication to work, courage to act bravely for justice, commitment to public service, and innovation and entrepreneurship. Although the publicity discourse boasts unified narration, it suffers from excessive templatization, a lack of youth-oriented perspectives, and limited capacity to arouse public empathy. Accordingly, this paper proposes optimization approaches to provide references for the discourse innovation of local youth role model publicity.

【Keywords】Youth role models; Publicity texts; Critical discourse analysis

1 引言

党的二十大开启了新征程，中国共产党作为中流砥柱，肩负引领方向、凝聚力量的重任，必须发挥先锋

模范作用，激励人民投身强国建设。榜样是社会主流价值和道德规范的践行者，选树优秀榜样是中国共产党思想政治教育的重要传统和优势。青年（14-44 岁）是

国家的未来和民族的希望，肩负着实现中华民族伟大复兴的重任。在这一征程中，树立和宣传青年榜样意义重大，它不仅引导青年的行为选择、价值观念和社会责任感，更激励他们自觉承担起民族复兴的时代使命。

在中国特色新闻话语体系中，榜样宣传的核心是弘扬社会主义主流价值观和改变人们的道德观念，其目的是通过传播具有说服力的观点或意识，达到说服、劝导或教育个体或群体的目的，从而影响宣传对象思想和行动，使其向所希望的方向发展^[1]。这种宣传具有鲜明的正面意义，旨在引导社会舆论，凝聚社会共识，推动社会进步。

然而，在社会环境日益开放多元、价值观愈发复杂多变的当下，榜样宣传遭遇了公众疏离感增强与认同度不足的挑战。信息爆炸使公众选择增多，对榜样宣传的关注度和接受度降低；多元价值观导致评价标准多样化，传统宣传方式难以满足人们的需求。因此，如何创新新时代榜样宣传话语，提升其吸引力和影响力，使其更好发挥引领作用，成为亟待深入研究的重要课题。

2 国内外研究现状

2.1 宣传话语

Bhatia 将“宣传话语”定义为一系列具有紧密相关性的体裁集合，这些体裁的共同交际目的是向潜在客户推广某种产品或服务^[2]。国外关于宣传话语的研究主要集中在以下几个方面：一是分析销售信函、慈善信件和书籍简介等体裁的移动结构^[3]；二是探讨大学宣传册和传单等公共话语体裁中使用的语法特征^[4]；三是研究旅游业中常用宣传体裁（如旅游宣传册、旅游移动应用、豪华酒店首页）中评价性语言的使用^[5-8]。这些研究从文本的角度出发研究宣传话语，为我们理解宣传话语的多样性和复杂性提供了丰富的视角。

然而，在不同的文化和社会背景下，宣传话语的内涵、具体实践和功能呈现出显著差异。在中国语境中，宣传话语的研究主要集中在文旅宣传话语^[9]、宣传标语^[10]、高校宣传话语^[11]以及中国共产党的宣传话语^[12]这四大领域。

文旅宣传话语的研究聚焦如何通过提升语言表达和传播方式，达到推广旅游目的地的目的。宣传标语的研究主要是运用话语分析方法分析标语的作用及其传播效果。高校宣传话语的研究突出如何通过话语建构，推动高校文化建设与思想政治教育的高质量发展。而对中国共产党宣传话语的研究，强调其在不同历史阶段的发展特点，以及如何适应社会的发展。

2.2 青年榜样宣传话语

原苏联伊·谢·康在《伦理学辞典》中对“榜样”的定义是：“道德上主动精神的一种形式，表现为一个人（或一群人或集体）的举动变成其他人的行为的楷模……它不仅激励别人仿效自己，而且向别人提供现成的活动方式，这种活动方式后来普及于其他人，变成许多人的行为规范。”在本研究中，我们将青年榜样定义成为社会主流价值和道德规范的先进青年代表，以积极向上的品质和实际行动，激励青年群体树立正确价值观，积极投身强国建设，为实现中华民族伟大复兴贡献力量。

榜样宣传通过积极构建先进榜样的具体形象，帮助人们更好地理解抽象的价值观念和道德规范。弘扬先进典型是中国共产党长期以来的优良传统，它在凝聚人心、汇聚力量方面发挥着不可替代的重要作用。也正因如此，榜样宣传话语在中国特色新闻话语体系中占据了重要地位，成为传播正能量、弘扬主旋律的重要载体。

在榜样宣传的研究领域，王健和朱慧^[13]基于对先进模范人物的新媒体宣传报道，从宏观层面探讨了主流媒体在新媒体环境下如何进行宣传话语创新。田蕴祥和李清源^[14]研究了近年来对获得“青年五四奖章”的台籍青年的媒体报道，报道内容多聚焦于获奖者在大陆的生活和发展经历，以及他们如何激励其他台籍青年追求梦想。徐军和龙太江^[15]通过对“中国大学生自强之星标兵”的分析，揭示了这些榜样人物的特质，丰富了榜样精神的内涵。

这些研究从不同角度为榜样宣传的理论与实践提供了有益的参考，为探讨榜样宣传在新时代背景下的发展奠定了基础。然而，以往研究多聚焦于宣传话语的宏观层面，较少将宏观与微观相结合。学者虽有对青年榜样的研究，比如台籍青年和中国大学生，但是较少关注地方性宣传话语。基于此，本研究以珠海市青年榜样宣传话语为研究对象，运用 Fairclough^[4]的三维批判话语分析框架，从文本、话语实践与社会实践三个层面进行系统性考察，揭示现有宣传话语的现状与问题，并提出创新宣传话语体系的策略，以期为新时代榜样宣传的优化提供针对性的建议。

3 研究设计与分析框架

3.1 语料来源与数据采集

本研究选取珠海官方两大宣传平台“珠海文明网”的“珠海榜样”栏目以及微信公众号“文明珠海”的“身边好人”栏目，完整抓取截至 2025 年 6 月全部青年榜样报道，经去重、筛选后得到 66 篇有效语料，覆盖社区、企业、海岛、公职多类型青年典型。

3.2 研究方法

本研究采用内容分析法和批评话语分析法，分层展开文本、话语实践、社会实践维度分析。文本层采用斯韦尔斯体裁分析、马丁&怀特的判断系统；话语实践层运用 Python Gensim 库开展 LDA（Latent Dirichlet Allocation）主题建模、人工提取宣传策略；社会实践层归纳文本承载的主流价值，阐释话语与城市治理、文明建设的互构关系。同时，量化呈现话语分布特征，为质性阐释提供数据支撑。

4 珠海青年榜样宣传话语三层话语特征

4.1 文本层面：固化体裁范式，评价资源偏向实干叙事

4.1.1 统一三段式体裁结构

斯韦尔斯体裁分析理论提出，体裁由承担独立交际功能的语步（Move）构成，各语步细分承载细分信息的子步骤（Step）。对 66 篇文本全编码后可

见，所有报道严格遵循 M1 人物基础介绍 - M2 先进事迹分层叙事-M3 精神价值升华三段式固定框架，各语步子步骤排布顺序、信息类型高度统一，形成地方官方约定俗成的标准化写作模板，体裁结构如表 1 所示。

从交际功能来看，M1 完成人物基础信息铺垫，快速建立读者基础认知；M2 为核心叙事板块，依靠行动、成效、荣誉三重客观事实完成人物塑造；M3 收尾提炼精神内核，实现价值传导。三段层层递进，兼顾信息传递与价值说服双重功能，但长期统一模板极易造成叙事同质化，缺失差异化人物细节。

4.1.2 判断资源分配失衡，微观品德叙事缺位

依托马丁&怀特评价理论态度系统的子系统，即判断系统，将资源划分为社会评判（能力性、可靠性、恰当性）、社会约束（规范性、诚实性）两大维度，全语料量化统计结果如表 2。

表 1 珠海市青年榜样宣传话语的体裁结构分析

Move/Step	示例
M1-人物介绍	
S1 职业	公共事业服务中心主任。
S2 工作年限	自 1999 年参加工作。
M2-阐述事迹	
S1 积极的行为	积极引进龙头农业公司。
S2 解决的问题	产业扶贫、城镇建设。
S3 获得的荣誉	全市数字化城市管理“优秀工作者”称号。
M3-总结意义	
评价人物	脚踏实地、兢兢业业，在奉献中实现自我价值

注：M 代表 move（语步），S 代表 step（步骤）。

表 2 珠海市青年榜样宣传话语中的判断评价资源频次分布

判断	频次	百分比	示例
能力性	327	39.40%	通过成立奔富种养合作社，引领村民脱贫致富。
可靠性	395	47.50%	主动请缨踏上扶贫之路。
恰当性	84	10.10%	全身心投入工作，在奉献中实现自我价值。
规范性	21	2.50%	牵头制定垃圾分类实施方案。
诚实性	4	0.50%	2023 年主动归还乘客遗失的 10 万元现金。

数据显示，可靠性、能力性两类资源合计占比 86.90%，构成评价绝对核心。可靠性词汇集中刻画青年长期扎根基层、攻坚克难的坚守特质；能力性词汇凸显产业发展、基层治理中的实干成效，二者协同塑造“敢

担当、能成事”的主流青年形象。与之相对，代表日常诚信、守规品行的规范性、诚实性资源合计不足 3%，文本极少选取拾金不昧等生活化小事，叙事重心完全偏向乡村振兴、海岛建设等宏大公共事业。话语评价维

度单一，容易拉大榜样与普通青年的心理距离，难以形成情感共情。

4.2 话语实践层面：二元叙事集群，四层宣传策略

4.2.1 LDA 主题建模：公益志愿为主、地域发展为辅的叙事格局

在本研究中，我们借助 Python 软件中的 Gensim 库，运用隐狄利克雷分布（LDA，Latent Dirichlet

Allocation）算法，对经过预处理的与“珠海榜样”相关的正文文本进行 LDA 模型训练，训练结果详见表 3。我们将各个主题的名称作为其内容的代表性描述，并从每个主题中筛选出频率最高的 5 个词，作为主题的核心词汇。通过这种定量分析方法，我们深入挖掘文本的语义特征，提取出榜样宣传的关键主题，为后续创新宣传话语体系的构建提供有力的数据支持。

表 3 LDA 模型训练结果

主题编号	主题名称	关键词
1	基层社区服务敬老	学生、长者、志愿、老人、服务队
2	无偿献血生命救助	献血、救人、义工、志愿者、挺身而出
3	公共安全基层治理	救援、文化、民警、邻里、消防
4	环境卫生社区美化	垃圾、拱北、干净、清洁、卫生
5	企业公益技能志愿	企业、公益、学生、志愿者、技能
6	海岛振兴科技创新	海岛、男子、村民、科技、技术

综合六大主题可归纳两大叙事集群：一是公益志愿集群（主题 1、2、4、5），涵盖社区敬老、生命救助、环境整治、技能公益，为宣传文本的绝对主流叙事，凸显官方宣传对青年公益奉献行为的重点塑造；二是基层发展治理集群（主题 3、6），分别对应城市基层平安治理、海岛乡村科创振兴，贴合珠海城市治理、乡村振兴两大核心发展战略。

4.2.2 四种宣传策略：事实叙事优先，价值表达单薄

在研究宣传策略方面，本课题运用内容分析法和批评话语分析法，提取出青年榜样宣传所采用的核心策略。

这些策略涵盖以下四个关键维度：价值观念的传递、积极行为的展示、所获成果的呈现以及社会认同的构建。

量化编码结果显示，四种宣传策略分布具备显著层级特征。社会认同（29.00%）、积极行为（28.00%）为核心叙事策略，二者合计占比超半数，分别依托官方荣誉、实干行动搭建榜样基础形象；所获成效（23.00%）以量化数据实证行动价值，作为事实支撑；价值观念（19.00%）占比最低，用于价值引领（参考表 4）。然而，这种分布存在明显短板：过度堆砌各类官方荣誉，价值观念类表达占比最低，人物内心刻画篇幅不足，难以完成深度情感共鸣。

表 4 珠海市青年榜样宣传话语中的宣传策略

宣传策略	数量	百分比	示例
价值观念	224	19.00%	帮助村民脱贫致富是义不容辞的责任。
积极行为	326	28.00%	创新“红金+薪金+租金”增收模式。
所获成效	265	23.00%	贫困户年人均可支配收入从 3700 元跃升至 13800 元。
社会认同	336	29.00%	获全市数字化城市管理“优秀工作者”称号。

4.3 社会实践层面：四大本土价值，服务城市发展
通过分析 66 篇官方文本，我们总结出四大类与珠海市城市建设发展相关的核心价值：一，敬业奉献：表现为榜样人物对自己工作的热爱、牺牲和奉献。比如叶振彪，通过自己的努力和奋斗，在水产育苗行业闯出一片天地，将“小作坊”发展成为现代农业高科技公司；二，见义勇为：表现为榜样人物为了集体利益不顾个人

安危，展现出无畏的勇气和正义感。比如梁家辉在抓捕窃贼时，凭借自己的专业和勇气，最终控制住嫌疑人。三，为民服务：表现为榜样人物愿意帮助他人、反哺社会上。比如作为海岛基层干部的陈俊杰，为了解决紫云巷油污外溢的问题提出成立渔村议事协商制度。四，创新创业精神：表现为榜样人物不囿于困境，勇于突破，最终带动群众走向共同富裕。比如孟凡伟通过科技创

新,将智能光学视觉检测技术落地到水产行业,助力珠海“百千万工程”提质增效。

5 讨论

5.1 珠海青年榜样宣传话语的客观优势

综合三维实证结果可见,珠海青年榜样宣传话语具备适配地方宣传工作的固有优势。其一,标准化三段体裁结构统一价值导向,保障全部官方报道叙事底线一致,降低基层宣传文本创作门槛;其二,以实干行为、量化成效、官方荣誉为核心叙事,摒弃空泛口号,依托客观事实完成价值传导,契合本土基层发展宣传需求;其三,叙事题材紧扣文明城市、乡村振兴、平安治理地方核心工作,话语生产紧密贴合城市社会实践,能够精准服务地方舆论共识建构。

5.2 珠海青年榜样宣传话语的短板

珠海青年榜样宣传一是缺少问题导向叙事,仅平铺事迹,未能回应青年压力、迷茫等现实心态,无法提供情感增量,难以消解大众对典型宣传的刻板印象;二是缺乏用户在场思维,通篇宏大集体叙事,回避青年内心、成长挫折等私人视角,属于单向灌输,难以和青年平等共情;三是本土文化建构薄弱,文案多堆砌数据荣誉,极少融入岭南、海岛地域人文素材,无法借助本土文化记忆凝聚青年价值共识。

5.3 珠海青年榜样宣传话语的转型路径

可从文本、话语实践、社会实践三层维度优化地方青年榜样宣传话语:均衡评价叙事、丰富个体细节以破除体裁模板,立足青年痛点、调整叙事配比实现双向意义协商,深挖珠海本土文化并适配新媒体表达,以此消解受众疏离、凝聚青年价值共识。

6 结语

本文依托费尔克劳夫三维批评话语分析,以66篇珠海青年榜样宣传文本为实证样本,发现地方青年榜样宣传形成固化体裁、失衡评价资源、二元叙事集群以及宣传策略的完整话语体系,集中传递贴合城市发展的实干类主流价值,但存在问题回应缺失、文化认同薄弱等核心短板。在地市青年榜样宣传的转型进程中,只有跳出模板化宏大叙事桎梏,以青年受众为中心、补充情感与信息增量、融合本土文化资源,重构平等协商的话语生产逻辑,才能消解青年受众疏离感,在多元舆论场中凝聚主流价值共识,充分发挥青年榜样思想引领、强国育人的核心作用。

参考文献

[1] 赵静,陈佳怡.“共识制造”:中国舆论场视域中的宣传话

语转型——基于“浙江宣传”的话语分析研究[J].传媒观察,2024,(11):95-106.

- [2] Bhatia, V. K. *Worlds of written discourse: A genre-based view*. Bloomsbury, 2014.
- [3] Bhatia, V. K. *Worlds of written discourse: A genre-based view*. Bloomsbury, 2004.
- [4] Fairclough, N. *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge, 2003.
- [5] Martin, J. R., & White, P. R. R. *The language of evaluation: Appraisal in English*. Palgrave Macmillan, 2005.
- [6] Mocini, R. “The promotional functionality of evaluative language in tourism discourse.” *Lingue e Linguaggi*, Vol. 9, No. 1, 2013, pp. 157–172.
- [7] Suen, A., & Fung, A. “Discovering the brand of Asia world city: A discourse analysis of Hong Kong tourist mobile apps.” In F. Li (Ed.), *International proceedings of economics development and research: Language, media and culture III*, Vol. 77, IACSIT Press, 2014, pp. 10–14.
- [8] Cheng, W., & Suen, A. “Multimodal analysis of hotel homepages: A comparison of hotel websites across different star categories.” *The Asian ESP Journal*, Vol. 10, No. 1, 2014, pp. 5–33.
- [9] 黄菁菁,李可胜.文旅新媒体宣传中身份建构的人际语用研究[J].现代外语,2023,46(03):345-357.
- [10] 杨忠杨,冯小曼.基于共识动员的“全民阅读”宣传标语话语生产研究[J].出版科学,2024,32(06):41-49.
- [11] 沈小燕,赵宇.高校官方微信公众号的青年话语宣传策略[J].青年记者,2018,(05):119-120.
- [12] 吴琼,张丽娜.中国共产党宣传思想文化工作话语的演进逻辑及规律[J].思想政治教育研究,2024,40(05):120-126.
- [13] 王健,朱慧.新媒体视阈下的宣传话语创新——对先进模范人物陈建如的报道思考[J].中国记者,2019,(07):79-81.
- [14] 田蕴祥,李清源.青年榜样:台籍“青年五四奖章”获得者个人背景、生涯发展历程与媒体报道呈现研究[J].台湾研究,2023,(03):88-97.
- [15] 徐军,龙太江.“中国大学生自强之星标兵”特质及对新时代青年学生成长成才的启示——基于161位“标兵”先进事迹的文本分析[J].思想教育研究,2025,(03):130-138.

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS