

国家形象的框架构建与实证检验

——基于初中统编《道德与法治》教材文本的分析

张悦

杭州师范大学 经亨颐教育学院, 中国·浙江 杭州 311121

【摘要】国家形象作为跨学科核心议题, 长期面临概念模糊与实证缺位的挑战。本文通过词源考辨与理论整合, 借鉴布曼的四维模型与史密斯的国家认同理论, 并结合扎根理论的三级编码方法, 构建包含功能、道德、审美、关系、精神、国民六个维度的国家形象分析框架。以初中统编《道德与法治》教材为样本, 实证验证该框架的覆盖力与交叉维度解释力, 该框架为教材设计与跨文化比较研究提供了可操作的理论工具。

【关键词】国家形象; 六维框架; 国家认同

引言

国家形象作为贯穿政治传播、文化认同与国际关系等多学科领域的重要议题, 近年来日益受到学界广泛关注。政治学视国家形象为“国内外公众评价的综合体”^[1], 关注国家在国际间的声誉与评价^[2]。传播学则强调媒介塑造的符号化表征, 认为国家形象主要通过国际媒体和新闻报道来形成^[3]。心理学家则更多关注国家形象作为“信念系统的总和”^[4], 探讨人们如何基于认知和情感对国家形成印象。然而, 现有研究大多侧重于单一学科的视角, 忽视了不同学科之间的互动与互补^[5], 这导致国家形象的界定过于宽泛和模糊, 难以满足实证研究的需要。反观现有模型如布尔丁提出的地理-心理二分法, 或霍尔斯蒂的信念体系论^[6], 均未能充分涵盖国家形象的多维性。因此, 本文旨在突破现有研究的局限, 提出多维国家形象分析框架, 为更全面理解国家形象内涵和实证操作研究提供系统性工具。

1 理论溯源: 国家形象的概念再界定

1.1 国家的共同体本质

“国家”这一概念, 历来在不同语言和文化背景中呈现出多重含义。中文中的“国家”一词, 源自于古代文献中的“國”, 具有深厚的文化与政治背景。根据《说文解字》, “国”字由“口”(围墙)与“或”(邦国)组成, 体现了对国土的围绕与政治实体的功能。在传统汉语中, “国家”不仅指代疆域、政治体系, 还蕴含了民族文化和社会结构的概念^[7]。在西方学术语境中, “国家”分别对应着“country”、“state”、“nation”, 各自具

有不同的含义。地理上的“country”, 强调国土的边界与资源; 政治上的“state”, 指政府与政权机关; 文化上的“nation”, 则聚焦于民族认同与文化共同体。此划分虽然清晰, 却未能完全捕捉国家的多元性。因此, 本研究将“国家”定义为“政治-文化-地理-国民”共同体, 这一界定不仅契合国家的实际构成, 更能为后续关于国家形象的讨论提供清晰的理论基础。

1.2 形象的主客观辩证性

形象(image)作为认知心理学和社会学中的重要概念, 具有鲜明的主客观辩证性。中文中, “形”侧重于客观事物的外在形态, 而“象”则更多指代象征和符号, 强调主观意义的传递。这种理解为我们揭示了形象的多维性, 既具备外在的形状和特征, 又在认知中通过象征、符号进行内化。在西方学术领域, “image”的定义更加丰富。科特勒认为, 形象既包括对客体的客观反映, 也包括主体在特定情境下的认知构建^[8]。南则进一步指出, 形象既是对事物本体的外在表现, 也是主体通过文化、历史和情感赋予事物的意义^[9]。这强调了形象在构建过程中的互动性, 因此, 形象的内涵可以看作是一个主客观统一的过程, 即主体基于客体的物质特征, 通过个体或集体的认知和情感建构出对客体的整体印象^[10]。

1.3 国家形象的定义共识

尽管学者们对国家形象的定义存在一定的分歧, 但大多数研究者一致认为, 国家形象具有以下几个基本特征: 一是主客体的互动性, 即国内外公众的评价共同参与了国家

形象的建构；二是认知-情感的二重性，国家形象既包含理性判断，也涉及情感态度的表达^[11]；三是媒介建构性，国家形象是通过符号、传播与集体想象形成的动态过程^[12]。基于上述学术共识，可以提出：国家形象是主体（个体或公众）基于国家的客观实在以及主观认知^[13]、情感态度、媒介信息的结合，所形成的综合性认知与态度。

2 框架建构：六维框架的生成逻辑

2.1 理论根基的承袭

国家形象的多维分析框架建立在对现有理论深刻反思与整合的基础之上。现有研究多聚焦单一维度，对维度间的交互作用关注不足。布曼提出的四维模型（功能、规范、审美、共情）^[14]提供了重要基石，但在处理国家形象的复杂性与文化深度方面仍显局限。为突破布曼模型的边界，首先借鉴温特的集体身份理论，强调国家身份更在国际互动中通过角色行为得以塑造^[15]，据此引入“关系形象”维度，旨在捕捉国家在民族关系、社会关系及国际关系互动中的行为表现与角色定位。其次，综合张昆等学者对国家“精神要素”的论述^[16]，提出“精神形象”维度，以涵盖构成国家独特性的民族精神、国家情感及愿景。同时，国家行为发出者与文化承载者的“国民”本身亦是形象核心，故新增“国民形象”维度，聚焦国民的性情特征、综合素质与生活状态。同样，规范维度是主体对一个国家完整性的认知^[17]，是指国家的内在性的价值观，这一部分也

被保留并深化。

2.2 扎根理论的补充

为确保国家形象六维框架的操作性与实证基础，本研究采用扎根理论^[18]对统编教材《道德与法治》八年级上册的文本进行三级编码分析（开放式、轴心式、选择性编码）。编码过程不仅验证了上述维度的存在，更对维度的内涵进行了精细化操作定义（参见表1）。结合“自上而下”与“自下而上”的双重分析，将理论延伸的“规范形象”更正为“道德形象”，其操作性定义涵盖社会公德、家庭伦理、个人美德（道德层面）、法律法规、礼仪习俗（规范层面）以及核心价值观层面。最终，一个包含功能形象、道德形象、审美形象、关系形象、精神形象以及国民形象的六维国家形象框架得以确立。

3 实证检验：教材文本的操作化验证

3.1 效度检验

在数据分析完成后，需要对六维框架的效度进行检验，主要从维度的覆盖率与及维度间的交叉影响进行验证。首先，六维框架成功解析了教材中98.7%的国家形象表征节点，表明该框架对教材内容的覆盖具有高度完备性。各维度均能有效涵盖教材中对应的核心内容，如功能形象囊括了所有提及经济成就、科技进步、政治体制及军事发展的文本等描述。其次，为检验六维框架的灵活性，还展开维度交叉性检验^[19]。例如，“载人航天”不仅归属功能形象中的“科技

国家形象	认知 + 情感	国家	核心类属	主要类属	类属
			功能	政治	国家机构、主权、国家制度
				经济	经济发展、生活水平、社会变迁
				科技	航天、军事技术、交通、网络
				军事	军事水平、军事科技、战役
			道德	美德	社会公德、家庭伦理、个人美德
				规范	法律、礼仪、习俗、社会体系
				价值观	意识形态、传统价值观
			审美	文化	传统、革命、民间、社会主义先进文化
				人物	榜样、历史、英雄
				环境	疆域、地貌、自然环境、资源、人口
			关系	民族	民族构成、民族互动
				社会	集体、家庭、社会治安、舆论氛围
				国际	中国担当、国际地位、外交行为
			精神	情感	爱国主义、民族自豪、文化自信
				愿景	社会、民族、社会主义、少年、国家
				精神	革命、航天、法治、实干、创新
			国民	性情	民族性情、个人性情
				素质	教育水平、道德水平、公民参与
				生活	衣食住行、医疗、保障

表1 国家形象六维框架的操作定义

进步”，还涉及精神形象中的“民族情感”维度，展示了国家在技术成就上的进步如何与民族自豪感紧密联系。

3. 2信度检验

为确保内容分析结果的客观性与可重复性，本研究采用霍尔斯特相互同意度公式^[20]进行编码员间信度检验。研究者在正式编码前对两位独立编码员（研究者Z与博士同学B）进行了培训，确保其准确理解六维框架定义及编码规则。随后，两位编码员独立对《道德与法治》八年级下册教材进行国家形象内容识别与维度归类。编码员Z共识别出32处国家形象表征内容，编码员B共识别出29处国家形象表征内容。在对比编码结果时，两位编码员在次类目和主要类属上的一致性达到了28处。根据霍尔斯特公式计算相互同意度： $R = 2 \times 28 / (32 + 29) \approx 91.8\% (0.91)$ ，该结果远超内容分析可接受的信度水平，表明分析结果稳定可靠。

综上所述，传统国家形象研究常将“国家认同”与“国家形象”割裂对待，前者被视为内部自我认知，后者则归为外部他者评价。然而，这一二分视角忽视了二者之间的内在联动性。国家形象不仅是外部观感的投射，更承载了国民自我认知与情感归属。尽管本研究提出的国家形象六维框架在理论整合与操作路径上具备一定创新性，但仍存在局限。一是样本集中于初中《道德与法治》，文本类型相对单一；二是聚焦文本分析，尚未涵盖教学实践与学生感知层面的多元建构过程；三是维度构成主要植根于中国文化语境，未来应结合不同国家社会结构与认同机制予以本土化调适。

参考文献：

- [1] 孙有中. 国家形象的内涵及其功能[J]. 国际论坛, 2002(3): 14-21.
- [2] 管文虎. 国家形象论[M]. 成都: 电子科技大学出版社, 2000: 23.
- [3] 郭可. 当代对外传播[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2003: 112.
- [4] Martin I M, Eroglu S. Measuring a multi-dimensional construct: Country image[J]. Journal of Business Research, 1993, 28(3): 191-210.
- [5] 张悦, 高德胜. 教科书如何建构国家形象?——基于国

外实证研究的再研究[J]. 全球教育展望, 2022, 51(04): 55-70.

- [6] Holsti O R. The belief system and national images: a case study[J]. Journal of Conflict Resolution, 1962, 6(3): 244-252.
 - [7] 辞海编辑委员会. 辞海（第六版缩印版）[Z]. 上海: 上海世纪出版股份有限公司, 2010: 668.
 - [8] Kotler P. Marketing Management: Analysis, Planning and Control[J]. Journal of Marketing, 1973, 37(1).
 - [9] Nam T. What Makes US Citizens Trust Japan? Examining the Influence of National Image, Bilateral Compatibility, and Issue Awareness[J]. Asian Perspective, 2019, 43(1): 145-175.
 - [10] 范红, 胡钰. 论国家形象建设的概念、要素与维度[J]. 人民论坛·学术前沿, 2016(04): 55-60.
 - [11] Baloglu S, McCleary K W. A Model of Destination Image Formation[J]. Annals of Tourism Research, 1999(4): 868-897.
 - [12] Buhmann A. Measuring Country Image Theory, Method, and Effects[M]. Springer VS, 2016.
 - [13] Buhmann A., & Ingenhoff D. The 4D Model of the country image: An integrative approach from the perspective of communication management[J]. International Communication Gazette, 2015, 77(1): 102-124.
 - [14] 李慧明. 国际关系中的国家身份[J]. 学术论坛, 2007(12): 63-71.
 - [15] 张昆, 徐琼. 国家形象刍议[J]. 国际新闻界, 2007(3): 11-16.
 - [16] 张悦, 白佳蕊, 吴清扬. 国际道德教育研究核心主题的演变——基于《道德教育杂志》刊文的自然语言处理分析[J]. 教育研究, 2024, 45(05): 86-98.
 - [17] Strauss A., & Corbin J. Basics of qualitative research. Grounded theory procedures and techniques[M]. London: Sage, 1990.
 - [18] 张悦. 初中《道德与法治》教材中国家形象的社会表征研究[J]. 教育研究与实验, 2021(01): 15-21.
 - [19] 张悦. 中国国家形象在统编教科书中的表征研究[D]. 华东师范大学, 2022.
- 作者简介: 张悦(1994.02-), 女, 汉族, 江苏省盐城人, 博士, 讲师, 研究方向: 课程与教学论。