

新冠疫情背景下澳大利亚主流媒体 中的中国经济形象研究

——以澳大利亚《悉尼先驱晨报》为例

翁浩文 周诗雨

华东理工大学，上海

摘要 | 新型冠状病毒肺炎在全球范围内的流行对国际关系和地区局势产生深远影响。期间，中国成功抗击疫情并在全球经济形势普遍严峻的情况下，逆流而上，取得无出其右的成果，在世界范围内获得极高的舆论关注度。本文以新冠疫情为切入点，通过整理和分析澳大利亚《悉尼先驱晨报》2020年1月至2021年3月的相关报道，聚焦报道呈现出的中国经济形象，以期对促进中国对外传播提供参考。

关键词 | 经济形象；新闻话语；新冠疫情；《悉尼先驱晨报》

Copyright © 2023 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 研究背景

国家形象是国家内部公众和外部公众对该国政治、经济、社会、文化与地理等方面状况的认识与评价^[1]，形成后具有长期稳定、难以短时改变的特点。

基金项目：华东理工大学“大学生创新创业训练计划”项目（项目编号：X202210251366）。

作者简介：翁浩文，华东理工大学外国语学院2020级本科生，研究方向：跨文化传播；周诗雨，华东理工大学外国语学院2020级本科生，研究方向：跨文化传播。

文章引用：翁浩文，周诗雨. 新冠疫情背景下澳大利亚主流媒体中的中国经济形象研究——以澳大利亚《悉尼先驱晨报》为例[J]. 社会科学进展, 2023, 5(5): 409–417.

<https://doi.org/10.35534/pss.0505037>

国家经济形象是国家形象的重要组成部分,涉及国家经济总量、金融市场、国际贸易等方面,对国家形象塑造起到基础性与决定性作用。

全球化浪潮下,中国经济飞速发展,在世界经济舞台上占有举足轻重的地位。当前中国经济对世界经济的贡献率约 30%,是世界经济增长的最大引擎,已经成为国际社会不可忽视的重要力量。因此,国际媒体对中国经济越发关注。构建正面、积极的国家经济形象有助于维护国家形象,建立国家威信,从而在国际社会中有效掌握话语权。新冠病毒肺炎疫情自 2019 年底暴发以来,在世界范围内造成重大经济和社会影响。中国作为疫情的主要发生地之一,在全球抗击疫情中发挥先锋作用。中国经济逆流而上,远高于其他发达经济体的经济增速预期。包括澳大利亚媒体在内的世界舆论高度关注中国角色、中国举措、中国形象和中国经济发展,这为中国国家形象的对外传播研究提供了新的契机。

澳大利亚是亚太地区的重要国家之一,也是国际事务的重要参与者。作为一个在地缘政治和地缘经济上割裂的国家,澳大利亚需要在国际社会努力达到一种政治、经济等方面的平衡^[2]。本研究关注澳大利亚主流媒体中的涉华经济报道,结合新冠肺炎疫情这一历史节点,以期探讨在其主流媒体中的中国经济形象。

2022 年,全澳每月约有 2060 万人会阅读报纸,占到 14 周岁以上总人口的 97%^[3]。《悉尼先驱晨报》是澳大利亚主流纸媒之一,是目前澳洲最大的报纸发行商,报纸发行具有覆盖面广、时效性强的特点,至今仍在澳大利亚具有较强影响力。

2 研究方法 with 主要数据分析

本研究主要运用话语分析方法,在《悉尼先驱晨报》(后称《晨报》)在线资料库中采集 2020 年 1 月至 2021 年 3 月间关于中国的新闻报道。检索过程中先以“China”(中国)为关键词,总计查询到 1,906 篇文本,体裁涵盖简讯、专题、报道和评论等。为进一步聚焦中国经济形象问题,本研究参考新闻传播学关于媒介效果研究的一般性原则,再以“China”(中国)、“Econom*”(经济相关词汇)为关键词进行二次检索,经人工阅读筛选,得到共计 182 篇以“中

国 + 经济 + 新冠疫情”为主题的典型文本，并利用新闻报道的一般性结构特征将上述文本中的新闻标题、导语、正文按照时间顺序，整合组建成文本库进行分析。

本研究采用经过词形还原后的文本组建对象语料库（合计 148,495 个词符），以布朗语料库（Brown Corpus）为平衡语料库，运用语料库分析工具 AntConc 进行具体分析。根据目前语料库研究的通行原则，将 [5L, 5R] 设定为跨距，即在节点词语左右各 5 个词语范围内进行统计，再根据 T 值计算的搭配强度归纳节点词语最常见的搭配词^[4]。经统计和人工删去虚词后，得到《晨报》中对中国经济形象报道的主要高频词如表 1 所示。

表 1 《悉尼先驱晨报》新冠疫情期间涉华经济类报道高频词

Table 1 High-frequency terms in economic reports related to China during the COVID-19 pandemic in *The Sydney Morning Herald*

词语	词义	词频（词）	词语	词义	词频（词）
China	中国	2406	Australia	澳大利亚	642
Trade	贸易	734	U.S.	美国	969
Trump	特朗普	262	Company	公司	344
Economy	经济	327	Coal	煤	282
Pandemic	新冠疫情	199	Export	出口	210
Tariff	关税	145	Wine	酒	178
Huawei	华为	109	Market	市场	144
Barley	大麦	95	Growth	增长	189
Import	进口	99	Largest	最大的	125
Iron	铁	124	Taiwan	中国台湾	80
Investment	投资	108	Currency	货币	83

3 中国经济形象的新闻话语动态建构

本研究关注时间范围内，经人工筛选，以“中国 + 经济 + 新冠疫情”为主题的典型文本占报道总数的 9.5%。从图 1 可以看出，涉华报道数量随时间呈现出“激增缓降”趋势。其中，2020 年 2 月报道总数最多，其次是同年 5 月，随后在同年 12 月又出现一个小高峰，其余时间对中国的关注度呈缓慢下降的趋势。2020 年 2 月出现涉华报道总数的第一次激增，原因在于新冠肺炎病毒于 2020 年

1月正式进入全球视野,得到国际社会广泛关注。1月23日,武汉发布第1号通告,宣布暂时关闭离汉通道。2月,春节临近,返乡客流叠加假期出行客流,导致大量人口流动,给病毒传播创造条件。在这一时期,《晨报》极为关注中国防疫措施,在2月涉华报道总数达到232篇。在随后几个月内,中国疫情得到有效控制,而全球疫情形势逐渐严峻,《晨报》关注对象分散。涉华报道中经济类报道数量略有波动,但起伏不显著,只在2020年11月、12月有明显增量,出现峰值。原因在于“中澳经贸冲突”的升温,中澳采取相互制裁政策,引发澳大利亚主流媒体关注解读中澳经贸关系,导致期间涉华经济类报道增多。

通过时间线上的涉华报道总数变化,可以看出在新冠疫情期间《晨报》对华关注度主要随疫情形势发展而有明显涨跌,而其对中国经济的关注度较为平稳,起伏较小,没有发生明显变化。本研究根据澳大利亚新冠疫情发展趋势,将其划分成四个阶段,分别对时间段内的《晨报》涉华经济类报道进行分析:疫情初期(2020年1—2月)、第一轮疫情期(2020年3—4月)、第二轮疫情期(2020年6—10月)、缓和期(2020年11月—2021年3月)。

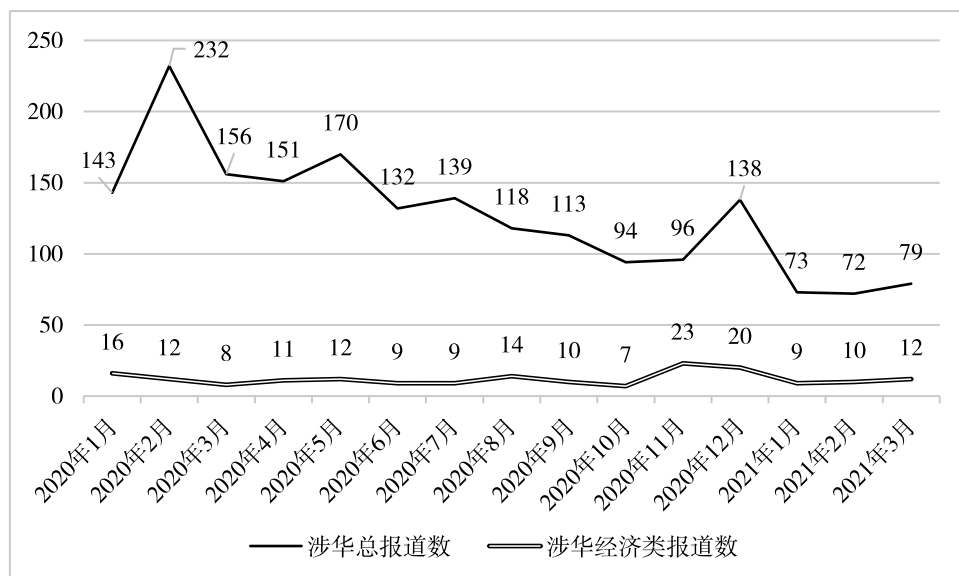


图1 《悉尼先驱晨报》新冠疫情期间涉华报道数量分布统计

Figure 1 Statistical distribution of China-related reports in *The Sydney Morning Herald* during the COVID-19 pandemic

3.1 澳大利亚疫情初期

2020 年 1 月, 新冠肺炎疫情在中国境内逐渐蔓延, 形势严峻。澳大利亚作为位于南半球的亚太国家, 对中国疫情的发展表现出担忧态势。经使用 AntConc 关键度分析, 在 1—2 月总计 18, 792 词符中, “暴发” (Outbreak) 在《晨报》报道中关键度较高, 与之搭配的高频词为“脆弱” (Vulnerable)、“非典” (SARS)。新冠疫情发展初期, 澳媒多次回顾 2002 年暴发的非典疫情, 折射出对新冠疫情蔓延和发展走向的密切关注和高度警觉。

此外, “华为” (Huawei) 成为经济类报道中的高频词, 与之搭配的高频词为“禁用” (Ban)。2020 年 1 月下旬, 英国政府宣布允许华为参与其 5G 网络建设, 澳大利亚对此表示强烈抗议和反对, 甚至通过曝光私密会谈、取消访问计划等对英国施压, 英澳紧张关系升级。澳大利亚此番举措表现出其对快速发展的中国企业存在零和博弈的心理, 这与其自身奉行的自由经济和自由竞争的原则相矛盾。

2020 年 1 月 30 日题为《新冠疫情暴发考验世界对中国的依赖程度》和 2020 年 2 月 27 日题为《中国“打喷嚏”时, 我们的经济就会颤抖》两篇报道, 客观讨论了中国的“停滞”将如何影响世界范围内的经贸发展, 强调中国作为“世界第二大经济体”的巨大体量和重要性, 并多次将中国与作为“世界第一大经济体”的美国对照。报道还指出中国的崛起已成为“澳大利亚经济发展和人民生活水平提高的最大推动力”, 提醒人们应该认识到澳大利亚在经济层面上高度依赖中国的现实, 和进一步正视中澳维持和发展良好经贸关系的必要性。

3.2 澳大利亚第一轮疫情期

2020 年 3 月起, 中国国内疫情得到控制, 但全球疫情形势恶化, 澳大利亚疫情达到第一轮高峰。这一阶段涉华经济类报道中, 《晨报》对中国经济发展持消极态度。尽管有报道指出中国经济与全球其他国家相比更加积极乐观, 但大部分报道认为经济萎缩将会持续下去。《晨报》3 月 2 日报道题为《“数据惊人”: 中国揭示了冠状病毒对其经济的沉重打击》, 3 月 17 日报道题为《中国经济非但没有反弹, 反而出现萎缩》, 表明媒体认为中国经济状况前景堪忧。

同时,在涉华报道中,《晨报》受西方社会意识形态影响,偏向站在中国的对立面。这一点可以体现在报纸对中国国际援助以及野生动物贸易的报道上。在题为《中国愿意与贫困国家就冠状病毒债务挑战进行谈判》(4月9日)报道中,作者将中国的国际人道主义援助行为解读成一种“政治作秀”,并认为中国借此“争夺全球领导地位”,表明对中国的警惕。4月14日的报道严词批判所谓的野生动物湿货市场(Wildlife Wet Market),谴责中国政府实际上并不反感野生动物贸易。报道以中国国家卫生健康委员会发布的《新型冠状病毒肺炎诊疗方案(试行第七版)》中推荐的中医治疗方法为例,介绍以熊胆粉和山羊角作为中成药成分给重症病人服用的做法,试图给中国贴上“支持杀害野生动物以入药”的标签。显然,该报道是从西方价值体系出发,在不够了解中华民族传统医学的前提下,曲解中医文化,并将“农贸市场”与“湿货市场”混淆,狭隘地关注中成药的部分成分,带有一定政治意图。因此,这一阶段报纸塑造的中国经济形象是片面且带有政治色彩的。

3.3 澳大利亚第二轮疫情期

澳大利亚第二轮疫情期以2020年6月20日维多利亚州政府重新收紧聚会限制为起始。通过关键度检索,“大麦”(Barley)成为《晨报》关注的重点,与之搭配的高频词为“打击”(Strike)。在2020年5月,作为反制措施,中方认为澳大利亚大麦出口存在反倾销、反垄断行为,宣布随即加征80%关税,中澳贸易摩擦随之升级。澳大利亚的大麦适时将在三个月内成熟收割,而失去中国这一主要大麦出口国,大麦的严重滞销将给澳大利亚带来惨重损失。

2020年8月23日题为《无论贸易摩擦如何,我们必须学会与中国共存》的评论,从尼克松总统正式承认中华人民共和国,介绍到中国的脱贫壮举,评论较为客观,真实地给澳大利亚读者展示了正面的、积极的中国形象,这在西方媒体一片反华风潮中独树一帜。分析可知,这篇评论的刊发,旨在中澳关系陷入新的冰点时,提醒人们关注中澳经贸关系的不可替代性,也再次反映出澳大利亚当局“反复无常”的对华态度。

3.4 澳大利亚疫情缓和期

2020年11月澳大利亚已是春末夏初,进入为期5个月的疫情缓和期。中国2020年整体经济向好,这一点吸引了澳媒关注。《晨报》中多次将中国描述为“2020年唯一实现正增长的主要经济体”,肯定中国一年来疫情防控措施并积极发展经济的成就。

新闻文本中,“贸易战”(Trade War)、“自由贸易协定”(Free Trade Agreement)频繁出现。通过对“经济”一词的语境检索发现,负面词“胁迫、高压政治”(Coercion)成为其高频搭配词。此外,常与“经济”这一词搭配的还有“地缘政治”(Geopolitical)。

从整体上看,中美贸易深受澳媒的关注,是《晨报》涉华经济类报道中的一大热点话题。通过 AntConc 软件中的索引定位功能,以“America*”(美国相关词汇)为检索词,分析发现涉华经济类报道中有关中美关系的新闻文本,其分布横跨疫情发展各个阶段。相关报道主要聚焦中美贸易战等。澳媒高度关注这些在经济贸易层面上可能对中澳经贸关系产生影响的事件,体现出中国作为有着广阔市场的世界第二大经济体,在澳大利亚的对外贸易中有着不可被替代的重要性。

4 结语

总体来看,《悉尼先驱晨报》在新冠疫情期间涉及中国经济形象报道是复杂多变的。尽管部分报道能够相对客观公正地评价新冠疫情背景下的中国经贸状况,但受长期西方意识形态偏见影响,这种客观性、公正性尚有提高的空间。

作为大洋洲的主要大国,澳大利亚因其特殊地理位置和历史环境,形成地缘政治和地缘经济上的割裂。经济上,中国早已成为澳大利亚最大的贸易伙伴和主要投资来源国之一,这是澳政府不能忽视的事实和现状。澳大利亚政府需要明晰自身发展需求,并从客观角度认识中国发展,不能一味盲目跟从,要独立、自主、正确地对待中澳关系,才是一个独立主权国家应作出的选择。

为优化中国对外传播策略,本研究认为可以从以下三方面提升中国形象。

一是国家广泛传播共同体观念。通过传递“人类命运共同体”理念，在农贸、投资、能源、服务业，以及可持续发展等领域与国际社会开展各类合作，在互联互通中实现合作双赢。同时，合作逐步向教育、科技、文化等方面扩展，借助人文交流增进国际理解。二是媒体注重传播策略，主动建设中国话语体系，同时更客观、全面地讲述中国故事。以统计数据为依据，介绍中国经济成就，传递可靠的国家经济形象。三是企业承担海外社会责任，做好企业文化和当地文化的融合交流，在开放合作中共享共赢，全面提升中国企业形象。通过切实加强中国对外传播，达到让世界认识真实中国的效果，有效拓展外交空间，提升国家软实力。

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] 任长胜. 澳大利亚主流媒体中的中国国家形象变迁研究 [D]. 北京: 北京外国语大学, 2021.
- [3] The Sydney Morning Herald. The Sydney Morning Herald is the most-read masthead in the country [EB/OL]. [2023-09-13]. <https://www.smh.com.au/business/companies/the-sydney-morning-herald-is-the-most-read-masthead-in-the-country-20221118-p5bzif.html>, 2022.
- [4] 卫乃兴. 基于语料库和语料库驱动的词词语搭配研究 [J]. 当代语言学, 2002 (2): 101-114, 157.

A News-based Discourse Analysis of China's Economic Image in Australian Mainstream Media in the Context of COVID-19 —The Case Study of *Sydney Morning Herald*

Weng Haowen Zhou Shiyu

East China University of Science and Technology, Shanghai

Abstract: The global outbreak of the novel coronavirus pandemic has had profound implications on international relations and regional dynamics. During this period, China successfully combated the pandemic and achieved remarkable results despite the prevailing economic challenges worldwide, garnering significant international attention. This paper, using the COVID-19 pandemic as a starting point, seeks to provide insights into the portrayal of China's economic image by analyzing relevant reports from the Australian newspaper "The Sydney Morning Herald" from January 2020 to March 2021. The aim is to offer insights that may contribute to enhancing China's external communication efforts.

Key words: Economic image; Discourse analysis; COVID-19 pandemic; *Sydney Morning Herald*