

# “全球本土化”与海外华文报纸

## ——以《星岛日报》澳洲版和《澳洲新报》为例

刘康杰

(汕头大学 新闻学院, 广东 汕头 515063)

**【摘要】**本文以“全球本土化”为角度、用定量研究方法对海外华文报纸的作用进行从微观到宏观的分析。论文以澳洲两大主要华文日报《星岛日报》澳洲版和《澳洲新报》为例,用“内容分析法”,先量化两报2008年奥运会和2007年澳洲大选报道的作用。研究结果表明,两报在奥运会报道中,有关澳洲华人的相关报道仅有1篇短消息,在澳洲大选报道中则没有澳洲华人报道。研究又从宏观的角度,量化分析两报在这两年的头版新闻并总结其作用。两报这两年平均对澳洲华人的报道仅5%左右。与美国华文报纸的比较研究表明,不少海外华文报纸对当地华人的新闻报道不仅数量少,而且质量差一原创新闻少、深度报道少。由于海外华文报纸是生存在西方世界与华人社区的双重社会结构中,只有大力加强“全球本土化”,扎根当地社区,增加对当地华人报道的质和量,发挥为华人代言的作用,“登陆”新媒体,海外华文报纸才能更好地生存。

**【关键词】**海外华文传媒;全球化;全球本土化;海外华人报道;报纸功能

**【中图分类号】**G212

**【文献标识码】**A

### 一、全球化与全球本土化

近年来,新闻传播研究的本土化成为中国传播学者的关心话题。学者们都希望通过批判、吸收不同的理论、方法、体系,创造出独特的中华传播文化。新闻与传播研究的本土化历来有不同角度、思路的论争。在这里,本论文尝试用一个全新的角度去阐述本土化:海外华文传媒的全球本土化,即:海外华文传媒是否能扎根于西方社会与华人社区的多重社会结构之中,既凸现“中国—西方”的全球本土化背景,又体现为海外华人代言的作用。

全球化理论是传播学对人类社会的贡献之一。早在1964年,加拿大学者马歇尔·麦克卢汉(McLuhan, 1964)就天才地预见,传播技术的不断发展,最终会将世界各国联系在一起,世界将成为“global village”——地球村。后来,媒体的发展一日千里,果然应验了麦克卢汉的预言。1994年,英国社会学家罗兰·罗伯逊(Roland Robertson)对全球化理论提出新观点。他认为全球化是似是而非的,没有真正的“全球化”,不同的国家、地区在吸收外来文化与思想的同时,总是会根据自身情况,进行选择与转化,因此,全球化是以一种“全球本土化”(glocalization)的形式表现出来的(Robertson, 1994)。

“全球本土化”理念的提出,是对全球化认识的深入,也在一定程度上启发了传播学研究,包括对海外华文传媒的研究。作为华文传媒的延伸,海外华文传媒是政治经济传播学中“空间化”的最高形式——全球化的体现(Mosco, 1995 & Zhao, 2008)。大量的海外华文传媒是生存在

**【作者简介】**刘康杰,博士,汕头大学新闻学院副教授

西方国家中的<sup>[1]</sup>，特别是美、欧、澳等西方国家。然而华文传媒的语言与文化却来自东方——中国，代表与中国人的文化在内容和形式上都毫不相同的东方文化。因此，海外华文传媒，特别是遍地开花的华文报纸（程曼丽，2001，2009），是华文全球化传播的最好例子之一。

需要指出的是，全球本土化在本论文中，有特殊的含义。中国人的“本土”——中国，已经随着全球化的浪潮，被带到世界的许多角落。本土与全球，已经成为辩证统一的关系，而华文传媒的全球传播是中国参与全球化重要体现之一，特别是海外华文报纸的繁荣（程曼丽，2001）。因此，“本土”在这篇论文中，特指澳洲等海外华文媒体生存的西方国家。全球化，既有Robertson的含义，还包括中文在全球的扩散。海外华文传媒与全球本土化息息相关。不能本土化，不能适应当地政治、经济、文化社会环境，不能扎根当地华人社区，海外华文传媒就生存得非常艰难，甚至灭亡。

在全球化日益加深、中国日益走向世界、海外华文传媒日益繁荣的今天，海外华文传媒呼唤新的角度、新的思维、新的方法。从另一方面来说，在21世纪的今天，海外华文报纸又能发挥什么样的作用？本文尝试采用宏观与微观的结合、定量为主的研究方法，用内容分析法，以澳大利亚两大主流华文日报——《澳洲新报》和《星岛日报》澳洲版为例，再比较美国华文报纸，剖析全球本土化背景中海外华文报纸的作用。

## 二、研究背景与方法

从19世纪中期以来，澳洲华文报纸在国际传播中就独树一帜。早在1856年，在墨尔本就诞生了世界最早的中英文双语报纸——《唐人新闻纸》（Wang & Ryder, 1999）。从1894年起，澳洲华文报纸开始了第一个高潮，报纸如雨后天春笋般出现，种类占澳洲除英文报纸外的第一位。可是，由于读者市场的缩小和报纸的本土化不足等原因，1957年后所有华文报纸都销声匿迹了。直到1982年，《星岛日报》澳洲版的创刊，开始了当代澳洲华文传媒的先河。后来，与香港《新报》有密切联系的《澳洲新报》也于1987年在悉尼创刊，这两份报纸，从上世纪80年代以来，在发行、广告、影响力方面，均执澳洲华文传媒之牛耳。它们有鲜明的“全球化背景”、既与香港、大陆有密切联系，又在当地经营了几十年（程曼丽，2001；Liu, 2012）。因此，它们是研究海外华媒的作用及全球本土化的合适例子。

本文采用微观与宏观、定量与定性结合的思路。本文选择了2007年和2008年的报纸为研究样本，因为这两年发生的两件重大事件——2007年的澳洲大选和2008年奥运会，无论在全球，还是中国、澳洲都有重要影响。其中，2007年澳洲大选决定国家元首和政府班子，既对澳洲社会生活各方面，也对华人的生存和发展都有重要影响至今。还有北京奥运会也是一全球性的事件，不仅如此，这届奥运会是在华文报纸的故乡——中国举行的。两大报纸是怎样报道这一发生在中国的全球性事件？又体现出什么作用？

因此本论文选取了这两件重大事件，用内容分析法，以“澳洲新闻”、“中国新闻”、“澳洲华人新闻”、“消息”、“通讯”、“评论”、“社论”为项目，剖析《星岛日报》澳洲版及《澳洲新报》在重大事件及全球化背景中发挥了怎样的作用。同时，本文宏观与微观结合，通过抽取2007年和2008年1、4、7、10月的头版新闻，从宏观上探讨这些报纸在全球本土化背景中的作用。

关于海外华文传媒的作用。综合程曼丽（2001）、彭伟步（2007）、赵月枝（2008）以及美国移民传播学者Robert Park（1922）、社区传媒学者Stamm（1985）等的观点，海外华文传媒主要有三个作用：“联系家乡”、“融入主流社会”、“为华人代言”功能。首先，不少相关研究都已经论述了“联系家乡”这个移民媒体的基本功能，如美国的移民学研究者Martin认为，移民媒体就是移民与家乡的纽带（Martin, 1980）。“融入主流社会”功能，就是移民媒体能够帮助移民们适应、溶入当地主流社会。移民传播学鼻祖帕克（Park, 1922）是最早持这一观点的学者。

他观察了美国30多份移民报刊，发现它们能够帮助移民们更好地了解、融入美国主流社会。后来的澳大利亚研究者Gilson 和 Zubrzycki（1965）查阅了20种语言的澳大利亚移民报纸，也都证实了这些报纸发挥了“Integrative role”——社会融入功能。

“为华人代言”功能，则是海外华文媒体最重要的功能之一，指的是海外华文媒体必须深入华人社区，为华人服务，为他们发声，深刻反映他们的现实生活。海外华文媒体是生活在华人社区之中的。美国的社区传媒学者Stamm(1985)总结社区和社区媒体的九种关系，认为只有处理好这些关系，社区媒体才能生存和发展。在海外的华文传媒，除了传递家乡的声音，帮助他们融入主流社会外，还应该多报道社区成员，诉说他们的酸甜苦辣，维护他们的利益。这样华文传媒才起到其他媒体起不到的作用，在与其他媒体的竞争中获胜（Liu， 2011）。海外华文报纸，特别是澳洲的两大主流华文媒体能否发挥这些作用呢？本文将在以下部份通过数据进行论述。

三、研究结果

2008年奥运会报道

本研究用“内容分析法”，共查核了2008年8月8日至23日的《星岛日报》澳洲版419篇及《澳洲新报》262篇奥运会的报道，项目有“消息”、“通讯”、“评论”、“社论”、“中国报道”、“澳洲报道”、“澳洲华人报道”，研究情况总结见表1、表2。从结果可以看出，两报发挥了“联系家乡”、“融入主流社会”的作用，但是没有起到“为华人代言”作用——在419篇

表1 《星岛日报》澳洲版2008年奥运会报道（2008年8月9日至24日）

日期	版面	消息	通讯	评论	社论	中国报道	澳洲报道	澳洲华人报道
9/10[2]	7	35	0	0	0	20	1	0
11	7	47	25	0	0	12	0	0
12	6	40	6	0	0	22	2	0
13	6	39	8	0	0	28	0	0
14	6	47	5	0	0	19	1	1
15	6	35	8	0	0	12	0	0
16/17	7	37	4	4	0	20	1	0
18	6	40	4	3	0	26	1	0
19	6	35	4	4	0	19	0	0
20	6	35	2	2	0	18	3	0
21	5	37	8	1	0	20	1	0
22	6	31	4	2	0	19	0	0
23/24	7	22	1	1	0	11	0	0
总数	81版 409篇	320	79	10	0	253	10	1

和262篇奥运会报道中，仅有一篇有关澳洲华人的报道，而且还是短消息。具体分析如下。

表1数据显示，《星岛日报》澳洲版大篇幅地报道了北京奥运会，每天均在6至7个版，共有419篇报道，其中消息最多，达到320条（占76%），还有79条通讯和10篇评论。而通讯则每天都有，主要详细报道开幕式及重大赛事、刘翔退赛、美国游泳名将菲利普（Michael Phelps）等著名运动员。有10篇评论对具体赛事发表了意见。另外，

有10篇消息报道了澳洲运动员获奖情况。有关中国的报道，达253篇，占60%。然而，巨大的反差是，仅有一篇报道是有关澳洲华人的短讯：澳洲华裔伍丽群（Melissa Wu）获得奥运会女子跳水银牌。

《澳洲新报》2008年奥运会报道与《星岛日报》澳洲版类似。该报用4个版报道这一世界性事件，一共刊发了262篇稿件，包括238篇新闻，18篇通讯和6篇评论。其中，

表2 《澳洲新报》2008年奥运会报道（2008年8月9日至24日）

日期	版面	新闻	通讯	评论	社论	中国报道	澳洲报道	澳洲华人报道
9/10	4	19	2	3	0	10	0	0
11	4	13	1	0	0	7	1	0
12	4	19	3	0	0	11	0	0
13	4	17	2	0	0	9	2	0
14	4	19	2	0	0	10	1	1
15	4	20	1	0	0	12	1	0
16/17	4	20	1	0	0	13	0	0
18	4	23	2	0	0	9	0	0
19	4	19	2	0	0	12	0	0
20	4	19	0	1	0	15	1	0
21	4	22	0	1	0	12	1	0
22	4	26	2	1	0	13	0	0
23/24	4	24	0	0	0	12	0	0
总数	52版 262篇	238	18	6	0	136	7	1



对中国的报道有“飞人刘翔”退赛（大篇幅报道），开幕式、闭幕式等。其他通讯包括美国运动员菲利普获得8枚游泳金牌等。另外，从表2中可以看到，该报对家乡（中国大陆）的报道是最多的，达136篇，也占总数的60%。对澳洲的报道有7篇，集中在运动员方面。而对澳洲华人的报道也仅有区区一篇概述伍丽群获得女子跳水银牌的简讯。

从以上分析可看到，两报均起到了联系家乡的功能，但是却没有起到“为华人代言”的作用，深刻反映当地的华人社区。首先，从读者研究的角度看，两报并没有通过奥运会反映华人的现实生活。这包括，第一，是澳洲华人对奥运会的关注程度。因为他们已经在澳洲生活，是否更加关心身边的事情，从而减少了对家乡事件的关注？还是虽然他们已经定居澳洲，把澳洲当成家，但还是心系家乡，特别关注奥运会？第二是澳洲华人对奥运会的支持程度。澳洲华人是否支持奥运会？奥运会是世界级盛事，这一盛会能够在历经百年衰落战乱后崛起的中国举行，是许许多多中国人的渴望。澳洲华人是否持同样观点？从另一方面来说，中国作为发展中国家，贫穷、腐败、高房价、环境污染等问题广泛存在，澳洲华人是否认为举行北京奥运会的时机并未成熟？可惜这些问题在两个星期的奥运会报道，没有得到体现。

另外，从新闻学角度来说，两报也并没有从奥运会中反映华人状况。伍丽群既是海外华人的杰出代表，也华人新闻报道的好题材。她的父亲是中国人，母亲是缅甸人，她在澳洲出生，参加奥运会当年只有13岁。伍丽群在学习之余，努力练习跳水，以中国人特有的灵巧，在世界大赛取得良好成绩。奥运会前，她既接受澳洲教练的教育，又接受中国教练的培训。她在奥运大赛上取得佳绩，是中国和澳洲的成功，也是华人的骄傲。<sup>[3]</sup>其实，不少澳洲华人还在职业的发展中苦苦挣扎，伍丽群的成功对他们来说，是一个鼓励。然而，有关她的报道，仅限于一条动态消息。因此，两份报纸在奥运会事件报道中均没有发挥“为华人代言”作用。

## 2007年大选报道

本论文用“内容分析法”，核查了2007年澳洲大选中《星岛日报》澳洲版及《澳洲新报》2007年11月1日至22日的头版有关报道（大选于24日结束）。结果显示与奥运会报道有相同的特点，就是当地华人新闻报道的极度缺乏。在大选这一重要事件之中，没有一篇是报道澳洲华人的。研究结果见表3、4。

从上述数据中可看到，《星岛日报》澳洲版及《澳洲新报》均发挥了“社区融入”功能，全方位、多角度报道澳洲大选。两报分别发表了99篇（《星岛日报》澳洲版）和76篇（《澳洲新报》）相关报道。其中一个相同点是，两报均倾向于由陆克文领导的工党。《星岛日报》澳洲版刊发了10篇有关工党的正面报道，是负面新闻报道（仅4篇）的2倍。比如，在竞选的最后时刻——11月22日，该报在头版头条用通栏红色大标题报导：“工党上台澳洲可加速发展”，并配上了陆克文的照片。而对于由霍华德领导的联盟党，该报刊登了13篇负面报

表3《星岛日报》澳洲版2007年11月澳洲两党大选报道

时间	工 党 (正)[4]	工 党 (负)	工 党 (中)	联盟党 (正)	联盟党 (负)	联盟党 (中)	一 般	评 论	澳 洲 华 人	总 计
1	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
2	0	0	0	0	1	0	3	0	0	4
3/4	3	2	0	0	0	0	3	0	0	8
5	1	1	0	1	1	0	1	0	0	5
6	1	0	0	0	0	0	5	0	0	6
7	1	0	0	0	0	0	2	0	0	3
8	0	0	0	0	1	0	7	0	0	8
9	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
10/11	0	0	0	0	1	0	3	0	0	4
12	0	0	1	0	1	2	2	0	0	6
13	1	0	0	0	2	0	5	0	0	8
14	0	0	0	1	2	0	0	0	0	3
15	0	0	4	0	0	0	0	1	0	5
16	1	0	1	0	1	1	3	0	0	7
17/18	0	0	0	0	2	0	4	0	0	6
19	1	0	0	0	0	0	5	0	0	6
20	0	0	0	0	1	0	2	0	0	3
21	0	1	0	0	0	0	1	0	0	2
22	1	0	3	0	0	2	2	0	0	8
总数	10	4	9	2	13	5	55	1	0	99

表4《澳洲新报》2007年11月澳洲两党大选报道

时间	工党 (正) <sup>[5]</sup>	工党 (负)	工党 (中)	联盟党 (正)	联盟党 (负)	联盟党 (中)	一 般	评 论	澳 洲 华 人	总 计
1	0	0	3	0	2	2	0	0	0	7
2	3	0	2	0	0	2	0	0	0	7
3/4	0	2	1	1	0	1	0	0	0	5
5	2	0	1	0	0	2	0	0	0	5
6	1	0	1	1	1	0	0	0	0	4
7	0	2	0	0	1	2	0	0	0	5
8	2	1	0	0	2	1	0	0	0	6
9	3	1	0	0	0	0	0	0	0	4
10/11	1	0	0	1	1	1	0	0	0	4
12	0	3	1	0	0	0	1	0	0	5
13	0	0	1	0	2	0	0	0	0	3
14	1	0	0	0	0	2	0	0	0	3
15	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
16	0	0	1	0	0	0	2	0	0	3
17/18	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
19	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
20	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
21	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
22	2	0	3	0	2	0	0	0	0	7
23	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
总数	15	9	15	3	11	14	9	0	0	76

道，仅2篇正面报道。《新报》的情况类似，特别是对于联盟党，刊登了11篇负面报道，仅有3篇正面报道。另外，该报对工党的正面报道，比《星岛》还多，达到15篇。比如，该报11月5日也用通栏大标题介绍工党政策：“工党设首置者储蓄特殊帐户”。由于房屋买卖在澳洲牵动了千家万户，这样的报道有利于树立工党的良好形象。

两大主流华文媒体的这些报道，全方位、多角度介绍了澳洲的基本政治制度一大选，给读者提供了选举制度的运作与过程的各种信息，特别是两个主要政党工党和联盟党的政策思路、执政重点的不同，以及政党领导竞选技巧等。这些各种各样的大选信息，有助于当地华人深入了解澳洲的政治、经济、社会

状况，尽快溶入当地社会，因此，两报在这一事件中发挥了“融入主流社会功能”。

然而，两报道都是以消息为主，在近一个月的时间，没有任何评论。一个致命的弱点更是，在22天的澳洲大选报道中，竟然没有一篇有关澳洲华人的报道，没有通过这一事件去深刻反映澳洲华人的情况。这包括两个方面，第一是澳洲华人的政治倾向性，如澳洲大陆背景和香港背景的华人，居住了5年以内和5年以上华人，倾向于哪个政党？第二是澳洲大选、少数民族政策与华人的生存问题。澳洲大选决定总理、内阁和政府部门。新的国家领导集团将制定一系列政策，对国家政治、经济、外交、居民生活、就业等产生重要影响。这其中，新政府对华态度如何？新政府对移民（特别是中国背景移民）是怎样的态度和政策？这些都对澳洲华人生活、工作、福利等有直接的正面或负面作用。

因此，华文传媒必须在大选期间为华人代言，维护华人利益，反映他们的政治要求和对未来生活的愿望。然而两报却没有任何的相关报道。或者说，其实华人读者在这22天读到的新闻，与在其他主流英文媒体中读到的，只是语言形式上的不同，而不是内容上的不同。因此，两份报纸均没有发挥“为华人代言”作用。

#### 2008年及2007年总体情况

上述研究以北京奥运会和澳洲大选为案例，深入探讨澳洲两主流华文报纸在报道重大全球及本土事件中的作用。然而，这些研究只代表个案，总体情况是否与这些案例一样？本文从点到面，全面剖析两报的总体情况。为避免与奥运会和大选时间上的重复，本论文选取2007年2008年1、4、7、10月两报的头版新闻，进行宏观上研究。研究以“澳洲新闻”、“中国新闻”、及“澳洲华人”、“其他新闻”作为大项，分别研究两报的“融入主流社会”、“联系家乡”及“华人代言”功能。为了深入了解报纸，“澳洲新闻”条目下分政治、经济与社会生活子项目，“中国新闻”及“澳洲华人”项目下分正面、负面和中性报道。研究数据与奥运会和大选的结果具有一些共性，最重要的一点是两报极度缺乏当地华人的深度报道和独家新闻。

《星岛日报》2007年1、4、7、10月的头版共发表了485篇报道，其中430篇是澳洲新闻，占89%，20篇是中国新闻，占4%，澳洲华人报道只有27篇，占5%。2008年新闻报道的总体数量增加到593篇，另外中国新闻及澳洲华人新闻报道的比例均有增加，特别是中国新闻增长了近3倍，增长到11%。然而，虽然澳洲华人报道有所增长，却仅有7%，41篇，是三大项中最少的。

《澳洲新报》的情况与《星岛日报》澳洲版既有相同也有不同。相异之处第一版《澳洲新

表5 《星岛日报》澳洲版2008年、2007年1、4、7、10月头版新闻

项目	澳洲新闻				中国新闻			澳洲华人新闻			其它	总数
子项目	政治	经济	社会	其它	正面	负面	中性	正面	负面	中性		
2007年, 子项目总数	174	106	135	15	6	8	6	0	22	5	8	485
当年全部篇数	430				20			27			8	485
百分比, 子项	36%	22%	28%	3%	1%	2%	1%	0%	3%	2%	2%	100%
百分比, 总数	89%				4%			5%			2%	100%
2008年, 子项目总数	191	136	143	7	3	10	52	6	27	8	10	593
当年全部篇数	477				65			41			10	593
百分比, 子项	32%	23%	24%	1%	1%	2%	8%	1%	5%	1%	2%	100%
百分比, 总数	80%				11%			7%			2%	100%

再深入查阅这些新闻, 这两份报纸均重点报导了当地政治、社会生活, 如表5所示, 2007年《星岛日报》澳洲版有36%和28%的头版新闻是与澳洲政治和社会生活有关的。同样, 2007年的《澳洲新报》, 当地政治与社会生活的稿件也排在前两位, 占37%和30%。同时, 两报在总体上也实现了“联络家乡”功能, 有一定数量的中国报道。然而, 这些中国报道负面较多。深入查阅这些负面的家乡新闻, 主要是中国的刑事报道、社会问题例如环保、食品安全等。部份政治问题则没有涉及, 如法轮功等。

值得一提的是, 两报的华人新闻中, 不仅数量少, 深度报道、独家新闻也少, 而且负面新闻占大部份。在2007年的《星岛日报》和2008年的《澳洲新报》的当地华人新闻中, 没有一篇正面报道。这些负面新闻到底报道了什么? 深入查阅这些新闻, 相当一部份是报道华人意外、犯罪、纠纷等方面的。如, 两报2008年10月, 均有7篇(星岛)和8篇(新报)报道中国女留学生魏寥被性侵后坠楼身亡的事件。

从另一方面来说, 其实, 除了负面新闻, 澳洲华人还有许许多多生动、深刻的题材。澳洲的华人们, 背景不同、生活各异, 从大陆、港澳台、东南亚等地来到这里, 经历了两种截然不同文化的碰撞, 两种完全不同生活方式的交集, 在澳洲这片新土地上, 他们有许多希望, 许多梦想, 也有许多失败和失落 (Wu, 2003)。无论是他们成功的喜悦, 失败的泪水、还是落寞的目光, 都是华文报纸的深度报道和独家新闻的好题材。因此, 对当地华人新闻的忽略成了澳洲华文报纸的最大问题之一 (Liu, 2011)。

通过2007年和2008年总体情况及这两年发生的典型事件奥运会和澳洲大选的比较研究可以概括两报的总体特点, 发挥了联系家乡、融入社区功能作用, 然而, 量小质差的当地华人新闻, 也

报》的新闻比后者多, 1、4、7、10月共发表773篇(2007年)和660篇(2008年)报道。相同点是澳洲新闻也占了绝大部分, 两年里每年均达到88%。2007年中国报道有3%, 2008年猛增至6.5%。然而, 澳洲华人新闻却下降了近一半, 从2007年的6%下降到2008年的3%。

从这两年的总体情况可以看到, 两报发挥了“融入社区功能”, 澳洲的新闻占了80%以上。

表6 《澳洲新报》2008年、2007年1、4、7、10月头版新闻

项目	澳洲新闻				中国新闻			澳洲华人新闻			其它	总数
子项目	政治	经济	社会	其它	正面	负面	中性	正面	负面	中性		
2007年, 子项目总数	286	147	224	23	3	7	17	8	26	10	22	773
当年全部篇数	680				27			44			22	773
百分比, 子项	37%	19%	30%	3%	0%	1%	2%	1%	3.5%	1.5%	3%	100%
百分比, 总数	88%				3%			6%			3%	100%
2008年, 子项目总数	223	138	204	15	8	16	21	0	13	8	14	660
当年全部篇数	580				45			21			14	660
百分比, 子项	34%	21%	31%	2%	1%	2.5%	3%	0%	2%	1%	3%	100%
百分比, 总数	88%				6.5%			3%			2.5%	100%



很明显的凸现了两报的弱点，“华人代言功能”的严重缺乏。

#### 四、表面繁荣背后的危机

从全球眼光来看，在全球主要移民传媒——中文、西班牙文、法文、希伯来文等移民媒体，中文媒体随着21世纪以来中国的崛起，在全世界遍地开花。仅参加2009年华文传媒论坛的华文报纸就共有225家华文报纸，可谓蔚为壮观。然而，这种繁荣的背后，隐藏着深刻的危机，全球本土化中从内容到形式的危机。

对比研究表明，不少美国的华文报纸并未深入当地社区，充分发挥“为社区代言、为华人代言”作用。一直以来，不少美国华文报纸就因为缺乏对华人的深度报道和独家新闻而受到学者批评，如McCue（1975）、Chen（1992）、Yang（2008）等。Lin（2004）对此作了新的调查，情况依然如此。她调阅了南加利福尼亚的华文报纸，发现绝大多数的报道都是转载美国主流媒体和中国媒体的中国新闻，而有关中国移民的、发生在县、社区、邻里范围的新闻，分别只有0.3%，4.5%，2.8%，这说明对美国华人的报道不仅数量少，原创新闻、独家新闻也极为少见。还有，在2007年的世界华文传媒论坛和2009年华文传媒论坛中，不少华文报纸也都揭露了报道雷同、浮于表面、没有深入、扎根社区等类似情况。

对《星岛日报》澳洲版和《澳洲新报》的研究，以及与美国华文报纸的对比表明，虽然华文报纸发稿量大，却很少、甚至没有关华人最关心的、他们自己的新闻。其实，海外华文媒体的读者就是当地华人，媒体对读者的忽略，最终会造成读者对媒体的摒弃。另一方面，报纸的本地新闻与当地主流媒体的内容类似，中国新闻则与中国国内的新闻重叠。这样，在网络高度发达的今天，这些报纸与主流媒体、中国媒体的竞争已经丧失先机。美国的社区与移民媒体学者Lauterer（2006）强调地方性对社区媒体的极端重要性。他甚至将自己的书的副标题定作：“绝对的本地”（“ruthless local”）。<sup>[6]</sup>他在书中详细考察了美国加利福尼亚等地区的少数民族报纸，特别是西班牙语报纸。他指出，只有扎根于当地社区，报纸才能发掘到最适合当地读者的新闻线索，留住当地读者，保证发行量，获得稳定的广告源。这样，移民社区才能在与主流媒体的竞争中生存下去。因此，海外华文报纸必须进行内容上的“全球本土化”，“为社区代言、为华人代言”，大力加强华人新闻报道数量，同时大力深度报道、独家报道，只有这样，才能在残酷的媒体竞争中获胜。

在海外华文传媒力求内容上的全球本土化的同时，也要加强形式上的全球化。当代网络技术与移动通讯的发展，使得它们成为“朝阳媒介”。与作为传统媒体的报纸相比，网络和移动传媒时效性强，覆盖面大，使用方便，因而远胜于平面媒体。所以，海外华文媒体必须也实行形式上的“全球化”，“登陆”新媒体，实行媒体融合，纸媒与电子媒体的结合。如果海外华文报纸在内容实行“全球本土化”，大力加强当地华人报道，获得华人大力支持，又在形式上实行“全球化”，中华全球传播必将出现新景象。

#### 注释：

[1] 海外华文传媒遍及五大洲，但本文主要着眼于西方国家的华文传媒，特别是美、欧、澳的海外华文报纸。

[2] 9、10日是周六、周日，只有一份周末版。下同。

[3] 有关伍丽群的情况作者综合其他媒体信息。

[4] 工党（正）：正面的工党新闻报道，工党（负）：负面的工党新闻报道，工党（中）：中立的工党新闻报道。有关联盟党的表达相同。“一般”指一般性的、无偏向的新闻报道，“评论”指新闻评论。“澳洲华人”指的是有关澳洲华人的报道。

[5] 工党（正）：对工党的正面报道，与表3同。

[6] “Ruthless Local”直译作“无情的地区”。这是作者的比喻用法，表达对本土新闻报道的重要性。本文意译作“绝对的本地”。

（下转第69页）

#### 注释:

- [1] 张宏程,全锐. 社会工程视角下的西安曲江模式[J]. 西北农林科技大学学报(社科版), 2013, (2):98-103.
- [2] 向勇,陈娴颖. 文化产业园区理想模型与“曲江模式”分析[J]. 东岳论丛, 2010, 31(12):139-143.
- [3] 向勇,陈娴颖. 文化产业园区理想模型与“曲江模式”分析[J]. 东岳论丛, 2010, 31(12):139-143.
- [4] 笔者在CNKI与万方数据以“曲江模式”为关键词检索到相关论文37篇,经过梳理,筛选出对该模式持积极肯定评价的论文33篇。除本文所引论文外,代表性研究成果还有:金青梅发表于2010年第4期《改革与战略》的“西安曲江文化产业集群发展模式分析”,仲从利、李晓发表于2012年7月《中国经贸导刊》的“曲江新区城市运营模式的启示”,倪明涛发表于《西安建筑科技大学学报》的“基于‘曲江模式’的地产开发企业战略创新体系研究”等。
- [5] 王进富,魏珍,刘西民. 文化遗址开发保护模式及实践路径探索——以西安“曲江模式”为例[J]. 理论导刊, 2011, (9):67-69.
- [6] 张宏程,全锐. 社会工程视角下的西安曲江模式[J]. 西北农林科技大学学报(社科版), 2013, (2):98-103.
- [7] 张宏程. 西安曲江模式及其对全面建成小康社会的意义[J]. 沿海企业与科技, 2012, (151)12:51-54.
- [8] 刘婵君. 曲江模式对文化传播的启迪与警示[J]. 新西部, 2012, (23): 48-50.
- [9] 宋小萌. 妖魔化的媒体因素及其思考[J]. 中国科技信息, 2005, (20): 149.
- [10] 于兵兵等. 文化搭台助推地价十年涨十倍,兴教寺拆迁事件拷问曲江模式[N]. 上海证券报:2013-4-16(6).
- [11] 于兵兵等. 文化搭台助推地价十年涨十倍,兴教寺拆迁事件拷问曲江模式[N]. 上海证券报:2013-4-16(6).
- [12] 参见台湾学者臧国仁(1979,34)观点,转引自方博:新闻框架与社会图景建构,中国科学技术大学新闻学硕士学位论文,P7,下文关于“低层次框架”出处相同,不再赘附。
- [13] 同上
- [14] 陈绚. 大众传播伦理案例教程[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2010:78.
- [15] 方田. 从圆明园兽首拍卖报道看主流媒体的民族主义话语建构[J]. 现代传播, 2009, (161)6:56-57.
- [16] 方田. 从圆明园兽首拍卖报道看主流媒体的民族主义话语建构[J]. 现代传播, 2009, (161)6:56-57.

#### 参考文献:

- [1] 孙彩芹. 框架理论发展35年文献综述一兼述内地框架理论发展11年的问题和建议[J]. 国际新闻界, 2010, (9): 18-24.
- [2] 邓惟佳. 试论建构理论在新闻传播学的运用[J]. 国际新闻界, 2008, (3): 14-17.
- [3] 张洪忠. 大众传播学的议程设置理论与框架理论关系探讨[J]. 西南民族学院学报, 2001, (22) 10: 88-91.
- [4] 方博. 新闻框架与社会图景建构[D]. 北京:中国科学技术大学新闻学, 2011

~~~~~  
(上接第15页)

#### 参考文献:

- [1] 程曼丽. 海外华文传媒在危机中发展的契机与生机[J]. 对外传播, 2009, (11): 5-7.
- [2] 程曼丽. 海外华文传媒研究[M]. 北京: 新华出版社, 2001.
- [3] 彭伟步. 海外华文传媒概论[M]. 广州: 暨南大学出版社, 2007.
- [4] 王士谷. 海外华文报刊的量化分析[J]. 国际新闻界, 2000, (6): 38-39.
- [5] Chen, X. Y. (1992). *Chinese immigrant readers of the World Journal: A preliminary study*. Unpublished Master thesis, The University of Tennessee.
- [6] Gilson, M., & Zubrzycki, J. (1967). *The foreign language press in Australia*. Canberra: Australian National University.
- [7] Lauterer, J. (2006). *Community journalism: relentlessly local* (3rd ed.). Chapel Hill (CA): The University of North Carolina.
- [8] Lin, W. Y. (2004). *Communication and community building: the role of ethnic media in the Chinese immigrant community of Los Angeles*. University of Southern California.
- [9] Liu, K. J. (2012). Australian Chinese Daily not for Australian Chinese. *China Media Research*, 8(3), 102-125.
- [10] Liu, K. J. (2011). Diasporic Chinese Newspapers Not for Diasporic Chinese? A Case Study on Sing Tao Daily Australian Edition. *Journal of Global Mass Communication*, 4(1), 88-110.
- [11] Martin, L. M. (1980). Images, immigrants, and their press. In B. Robin (Ed.), *Small voice and great trumpets: minority and the media*. (pp. 217-247). NY: Praeger.
- [12] McCue, A. (1975, Summer). Evolving Chinese language dailies serve immigrants in New York city. *Journalism Quarterly*, 52, 272-276.
- [13] McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: the extensions of Man*. London: Routledge, 2002.
- [14] Mosco, V. (1996). *The political economy of communication*. Los Angeles: SAGE.
- [15] Park, R. (1922). *The immigrant press and its control*. Westport: Greenwood Press.
- [16] Robertson, R. (1995). Glocalization: time-space and homogeneity-heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash & R. Robertson (Eds.), *Global Modernities* (pp. 25-45). London: SAGE.
- [17] Stamm, K. R. (1985). *Newspaper use and community ties: toward a dynamic theory*. Norwood (NJ): Ablex.
- [18] Wang, Y. W., & Ryder, J. (1999). An 'Eccentric' Paper Edited for the Unwelcome Aliens *The Chinese Advertiser*. *Australian Academic & Research Libraries*, 30(4).
- [19] Wu, C.-T. (2003). New middle-class Chinese settlers in Australia and the spatial transformation of settlement in Sydney. In L. J. C. Ma & C. Cartier (Eds.), *The Chinese diaspora: space, place, mobility, and identity* (pp. 359-379). Lanham: Rowman & Littlefield.
- [20] Yang, T. (2008). *Documenting immigrant experiences: A study of the Chinese-language newspapers published in North America*. Paper presented at the 74th World library and information congress.
- [21] Zhao, Y. Z. (2008). *Communication in China: Political Economy, Power and Conflict* (State and Society in East Asia), Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.