

新时代以来《中国日报》对外报道的农民形象塑造

王琦 田学珏 宋梦雅 孙圣非

安徽科技学院 安徽滁州 233100

摘要: 本文依据批评话语分析理论,检索高频词和索引行搭配,分析《中国日报》英文报道塑造出的农民形象,并结合其传播过程分析其语言运用的不足,为我国媒体农民形象的对外传播提供策略建议。研究表明,《中国日报》客观真实地再现了农民的社会形象,反映了中国农民勤劳肯干、积极乐观、智慧致富的形象。

关键词: 中国日报; 话语分析; 语料库; 农村形象

1 引言

形象是指“人们所持有的关于某一事物的信念、观念与印象”(Kotler, 2001)。农民形象是指与农业生产活动相关的人群的外观、性格和行为特征,不仅是人与人之间的主观感受,也能够反映一个国家的农业发展情况。新时代以来,党和国家一直在落实贯彻“三农”政策。作为我国国家形象的重要组成要素,农民形象的对外立体化媒介呈现能够向世界展示我国“三农”工作的真实成就。然而,当前农民形象的对外传播现状研究并未受到重视。因此,本研究将借助语料库对新时代以来《中国日报》英文报道进行话语分析,探讨其塑造出的对外农民形象,并结合其传播过程分析其语言运用的不足,进而为我国媒体农民形象的对外传播提供策略建议。

2 文献回顾

农民是社会的基本组成部分,他们生活和命运直接关系到社会的稳定和发展。随着中国国际形象受到的关注不断增加,有关中国农民形象塑造的研究也日益增加。毛梦杰(2021)^[1]指出,近年来短视频平台的迅速发展,为农民表达自我、展现形象提供了重要的传播平台,构建了新的农民形象。但在农民形象的建构过程中,也出现了建构主体的媒介素养不足、建构内容的文化观念落后以及建构形式单一粗陋等问题。毛玉荣(2022)^[2]通过对新时代以来乡村纪录片中塑造的农民形象进行梳理,总结乡村纪录片中农民形象的建构现状。何燕青(2023)^[3]讨论了新农民形象的构建对于新中国成立与构建爱国统一战线的巨大意义。武亦文(2023)^[4]介绍电视媒体所构建的农民形象在农村发展中的重要作用,结合具体电视栏目,指出电视媒体要及时解读和宣传最新的涉

农政策,真正发挥电视媒体服务农民的职责。王怡菲,袁哈颖(2024)^[5]以10家主流媒体的公众号文章为例,报道突出了乡村振兴和脱贫攻坚背景下,党和政府的政策扶持对农民生活的明显改善。

通过上述研究不难看出,部分报纸、电视、短视频对于农民形象的塑造局限于特定农民群体不全面,且对外形象传播研究较少,不利于国外受众形成对于中国农民形象的正确认知。为此,我们通过语料库文本定量分析,通过高频词、关键词和索引行提取等功能分析《中国日报》英文报道塑造出的农民形象,并分析其成因,预期为中国农民形象的对外传播提供参考。

3 研究设计

3.1 研究语料

《中国日报》是一个国际影响力的国家级英文日报,同时也是国家重点新闻网站和综合性新闻媒体,是目前我国被境外转载最高的媒体,被公认为中国最具权威的英文刊物,其反映的中国农民形象最具代表性。因此,本文选取《中国日报》(China Daily)2012年到2023年的有关“农民”的新闻报道,共272篇,作为研究语料,考察其所塑造的中国农民形象与背后的原因。

3.2 理论框架

批评话语分析(Critical Discourse Analysis, CDA)是一种研究话语事件和社会政治、文化因素之间关系的社会学方法,强调理解语言运用中的价值观。批评性话语分析关注社会问题,以社会的、文化的实践和结构为出发点,把焦点对准语言,不是为语言而语言。此外,对话语结构不仅仅是描述性的,它更是解释性的。^[6]话语不仅体现了意识形态的制

约,而且反过来对于包括人们的信念、观念和印象等在内的意识形态产生反作用,成为介入社会过程的力量。从这个意义上讲,《中国日报》报道中的“农民”话语不仅受制于当今所处社会的意识形态,而且直接参与建构中国农民形象。本研究旨在依据批评话语分析理论,探讨《中国日报》三农报道话语所塑造的中国农民形象及其背后的意识形态原因。

3.3 研究步骤与方法

研究步骤包括语料库建设与语料的话语分析两个过程。首先以“farmer”“villager”和“rural residents”为关键词在China Daily网站搜集2012年到2023年间关于农民的英文报道,建立语料库,进而利用AntConc软件对语料进行分析,提取分析高频实词及索引行方面的语言特征,揭示《中国日报》农民报道话语所塑造的中国农民形象,并结合社会文化语境分析其成因。

4 结果与讨论

4.1 高频实词

高频实词的反复使用可形成读者经由思考整合形成的关于中国农民的整体形象。提取语料中位居前20的高频实词,对其进行分析发现可以大致分为两类:第一类主要涉及农民的收入问题,即政策、科技、信息等能否给农民团体带来可观的收入。新闻中大量出现“income”(第13)“yuan”(第10)等高频词,说明经济收入对农民群体来说是至关重要的一环,也国家农民工作的首要目标。习近平总书记强调,各级党委要把“三农”工作摆到重中之重的位置,促进实现全体人民共同富裕。第二类主要参透对农政策方面。对于农民来说,真正可以促进农业发展的方法只有政府的支持,“development”(第13)“updated”(第18)“government”(第19)体现出农业的坚实发展根本离不开好的政策支撑,从党中央“强国必先强农,农强方能国强”的战略部署就可以看出。

4.2 索引行分析

检索提取《中国日报》农民相关报道中排名前十的高频搭配实词(见下表),结合索引行进行分析,探讨其搭配关系形成的中国农民形象。

farmer 搭配的高频实词

序号	高频实词	频率	序号	高频实词	频率
1	smallholder	2890	6	interests	940
2	rights	2540	7	increase	590
3	raising	2140	8	income	310
4	people	1610	9	help	290
5	land	1610	10	better	100

结合索引行内容分析发现,“smallholder”“rights”“land”等词说明土地仍是农业最重要的生产资料,是农民赖以生存和发展的最基础的物质条件。更好的保护农民对土地享有的合法权力,使农民在土地上享有稳定的使用;并且反映出国家对小农及农民土地权利问题的重视,关注农民的权力和利益保护,提高农民在国民经济中的地位。

“raising”“people”“help”等词展示出政府的为民情怀,扶持推动农村产业结构调整,扩宽农民增收渠道。不断加强基础设施建设,完善社会保障体系,改善农民生活条件,展现出农民的受惠者形象。

“interests”“increase”“income”“better”等词展示出农民利益与权利不断提高,收入的增加等等大幅改善农民的生活。索引行的分析发现,这些词语主要体现出国家永远把人民对美好生活的向往作为奋斗目标,贯彻以人民为中心的发展思想。农民的权利和地位的提高及收入的不断增加,这不仅体现了国家对“三农”问题的高度重视,也展现了农村全面小康社会的美好景象。

综上所述,《中国日报》在报道中突出显示了对农民权利、土地问题、经济发展、社会支持、政府帮助、以及人民体验等方面的关注,不仅向世界传播中国农民形象,也展示了国家在农业政策和农民权益保护方面的努力。

5 中国日报中的中国农民形象成因

分析结果可知,《中国日报》对农民报道大多集中在农民权益、农民收入、经济发展、政策支持、农民福利上,反映出《中国日报》对农民的重视。《中国日报》反应了中国农民勤劳肯干、积极乐观、智慧致富的形象。《中国日报》中农民形象成因有以下几方面:

第一,国家三农政策的支持。从主题高频词“reform”“system”可以看出国家对三农政策的重视与扶持。三农政策主要目标是提高农业生产水平、促进农村发展、

保障农民福利。三农政策对农民的好处主要包括以下几个方面：推动农业现代化。通过引进先进的农业技术和管理方法，提高农业生产效率和农产品质量，为农民创造更多的经济收益和就业机会。改善基础设施。政府加大对农村基础设施建设的投入，促进农村经济发展。根据李小夏、赵秀凤^[7]的研究，乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商模式是农村发展新模式，鼓励农民发展新型经营主体，有助于推动农村产业结构调整和经济转型升级。

第二，农民收入的提高。从高频主题词的分析中，“income” “increase” “raising” 等多次出现。其说明农业得到重视，农民收入也稳步提高。政府提供财政资金和政策支持，促进乡村产业发展和农民增收。农村发展前景变好，农民也有了更多的发展空间。农民积极乐观投身于农村建设，带动农村发展。

第三，中国农民形象的另外一个成因是受农民福利水平提高的影响。从高频主题词“better” “interests”，我们可以分析看出对改善农民生活条件和保障农民利益的关切。这反映了《人民日报》对农民生活质量和幸福感的关注。

最后，《中国日报》记者的策略、方法、态度的应用对于中国农民形象有着直接影响。新闻记者负责将第一时间、第一手的资料和信息客观、及时、有效地传递给受众，保证公众的知情权。在公众舆论中起到引导作用，传递真实客观、及时有效的新闻信息，引导公众舆论发展方向。从语料库关键词研究收集来看，《中国日报》有关农民报道用词准确，客观。农村不断进步发展，记者积极投入农村相关报道，真实反映农民形象。

6 结语

本文采用语料库方法，从高频词、主题词、索引行分析的应用，对《中国日报》所塑造的农民形象进行分析研究。研究发现，《中国日报》中农民形象主要表现为勤劳、积极、

朴实、智慧。这一形象的形成不仅与中国三农政策和中华文化价值观有关，而且也与记者报道语言应用相关。需指出的是，本研究仅从语料库层面的语言特征角度探讨了《中国日报》英文报道所塑造的中国农民对外形象。未来中国农民形象研究还可从《中国日报》文本中具体句法结构应用、叙事策略和语义韵等角度切入。

参考文献：

- [1] 毛梦杰. “三农”短视频的农民形象建构研究[D]. 湖南理工学院, 2021.
- [2] 毛玉荣. 中国乡村题材纪录片农民形象建构研究[D]. 山东师范大学, 2022.
- [3] 何燕青. 新中国成立初期新农民形象建构的统战价值[J]. 广东省社会主义学院学报, 2023,(02):32-37.
- [4] 武亦文. “三农”栏目中农民形象的电视构建探析[J]. 新闻研究导刊, 2023,14(12):144-146.
- [5] 王怡菲, 袁晗颖. 主流媒体报道中的农民形象分析——以10家主流媒体的公众号文章为例[J]. 大众文艺, 2024,(13):80-82.
- [6] 胡开宝, 田绪军. 中国外交话语英译中的中国外交形象研究——一项基于语料库的研究[J]. 中国外语, 2018,15(06):79-88.
- [7] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农：乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J]. 商业经济研究, 2020,(19):131-134.

基金项目：

安徽省级大学生创新项目“新时代以来《中国日报》涉农报道中的农村形象研究”（S202310879254）；安徽省高等学校科学研究项目“十八大以来《中国日报》“三农”形象的对外话语构建研究”（2024AH052392）。