

# 中文媒体与华人移民的文化身份构建： 澳大利亚的经验

陈 弘

(华东师范大学澳大利亚研究中心, 上海 200241)

**摘 要:** 随着澳大利亚的华人移民群体的发展, 澳大利亚的中文媒体也获得了很大的发展。时至今日, 澳大利亚中文媒体不但对当地华人的文化身份和社区意识的确立, 对华人在多元文化政策主导下的和谐生存和发展起了重要作用; 同时, 也为连接新老移民间的文化和社会关系, 为维系和弘扬中华文化发挥了难以替代的作用。在澳大利亚, 中文媒体已经成为汉语国际传播最重要的渠道, 而澳大利亚中文媒体中的中国各地地方媒体的合作版, 更为“中国声音”的即时传播和华人乡土认同的维系提供了有效的经验。

**关键词:** 澳大利亚; 中文媒体; 华人移民; 社区语言; 汉语国际传播; 乡土认同

在全球化日益发展的今天, 华人的海外游学、经商乃至移民日益增长, 汉语的国际传播也正在越来越有力地展开。不过, 华人的海外移民并不意味着从此就放弃了汉语, 而汉语的国际传播也不仅仅意味着孔子学院。汉语已经越来越多地成为中国以外很多国家的“社区语言”而非“外语”, 同样, 中文媒体也日益成为海外华人社区语言生活中的一个重要组成。

本文谨就澳大利亚中文媒体与澳大利亚华人生活的关系做一评析。

根据澳大利亚国家统计局 2011 年人口普查的数据, 澳大利亚当年常住人口为 21 507 700, 其中 24.6% 出生在海外, 分别来自英国、新西兰、中国和印度。中文(普通话)已成为仅次于英语的第二大语言, 被 1.6% 的人口(350 000)所使用。在奉行多元文化主义的澳大利亚, 华人移民给澳大利亚传媒带来了丰富多彩的新图景。文化多样性的传媒一方面有助于移民保持与中国文化的联系, 延续本民族文化的传承, 另一方面, 也有助于新老华人移民了解和接纳澳大利亚文化。

## 一 澳大利亚华人语言生活中的中文纸质媒体

19 世纪 50 年代, 在澳大利亚维多利亚地区发现金矿之后, 大批华人来到澳洲金矿淘金。1855 年, 维多利亚地区的华人人数为 16 000 人, 而到了 1857 年则骤升至 26 000 人。在淘金热鼎盛时期, 在维多利亚和新南威尔士两大殖民地的华人人口占当时澳大利亚总人口的 4%<sup>①</sup>。为因应华人群体的各种需求, 加强华人与殖民地当局相关管理部门的联系, 面向华人社区的公报开始出现。1856 年, 英国人罗伯特·贝尔(Robert Bell)在墨尔本附近的金矿区巴拉腊特(Ballarat)创办《唐人新文纸》(*The Chinese Advertiser*), 后改称《番唐人新文纸》, 之后又更名为《英唐招贴》<sup>②</sup>。该报每周六发行, 每次印数达 400 份, 1858 年停刊<sup>③</sup>。之后较有影响的中文报纸是《广益华报》(*The Chinese Austral-*

① Sinclair, J. & Cunningham, S. 2001. "Diasporas and the media". In Sinclair, J & Cunningham, S( ed.) *Floating Lives: The Media and Asian Diasporas*. Brisbane: University of Queensland Press. pp. 1—34.

② 黄成威《澳大利亚中文媒体发展综述》, 北京: 世界中文传媒年鉴社, 2009 年。

③ Kuo, M. F( 郭美芬). 2008. *The Making of a Diasporic Identity: The Case of the Sydney Chinese Commercial Elite, 1890s—1900s*. Ph. D. thesis. La Trobe University.

ia Herald) ,于 1894 年在悉尼创办,这是第一份在澳大利亚全国发行的中文报纸。另一份全国中文报纸《东华报》(后改名《东华时报》) 1898 年也于悉尼创办。同时期其他的大报还包括墨尔本的《爱国报》(Patriotic News)、《警东新报》(Arouse the Orient News)、《平报》(The Harmony)、《民报》(Civic News) 等。事实上,中文报纸是当时在澳大利亚的报刊数量最多、发行量最大、历时最久的非英语报纸。这些报纸的主要版面大多为各种广告,同时也刊登政府公告,以及对澳大利亚当地有关法规、社情的解释。值得注意的是,中文报纸也成为宣传各种政治主张的管道。《东华报》就大力支持国内的光绪变法,参与保皇会的活动,并于 1899 年末成立了“澳洲乌修威省<sup>①</sup>保救大清光绪皇帝会”。此外,随着华人侨民在澳大利亚安居立业下来,各种具有商会、行会背景的报纸也应运而生,如《商报》(The Commerce)、《公报》(The Bulletin) 和《澳洲雪梨公报》(Chinese World's News)。

1901 年,澳大利亚联邦成立,联邦议会通过了限制移民法,正式实行所谓的“白澳政策”。华人移民的人口骤降,一方面进入澳大利亚的华人新移民几乎为零,另一方面,尤其在辛亥革命后,大批华人对中国的未来充满希望,纷纷回到中国。不过,尽管在澳华人在数量上有所减少,一些中文媒体仍在坚持。直到 20 世纪 50、60 年代,《公报》、《澳洲新报周刊》(The Australian Chinese News Weekly)、《亚洲人》(Asian Monthly) 和《侨声》(Qiaosheng Monthly) 仍然活跃在华人社区,但是其发行量十分有限。

1951 年,澳大利亚推出“科伦坡计划”(Colombo Plan),允许东南亚学生赴澳留学,其中包括了大量华裔学生。1972 年,澳大利亚与中华人民共和国正式建交。1974 年,澳大利亚正式废止了歧视性的“白澳政策”,推出倡导多民族共荣共存的多元文化政策。此后,来自香港、台湾地区的商业移民,以及来自越南、柬埔寨的大批华侨难民来到澳大利亚,当地的华人人口在经历较长期的停滞增长后终于开始上升。在这一阶段,由于华人移民来源地的多元化,也使得中文媒体发生背景、倾向、风格上的分化。当时的华人报社大多为香港、台湾背景。如《星岛日报》(Sing Tao Daily)、《澳洲新报》(The Australian Chinese Daily)、《澳洲日报》(The Chinese Herald)、《自立快报》(The Independence Daily)。其中,《星岛日报》于 1982 年创办,《澳洲新报》于 1987 年创办。《华声报》于 1986 年创刊后,又转手更名为《澳洲日报》。在当时,香港、台湾以及东南亚华侨背景的报社具有较雄厚的经济实力,而诸如《星岛日报》这样的大型中文报业集团也为其在澳洲的分支带来了重要的经验和必要的技术。

20 世纪 80 年代中期,澳大利亚开始实行教育出口路线,向包括中国大陆在内的海外学生开放英语强化课程(English Language Intensive Courses for Overseas Students,简称 ELICOS)。从 20 世纪 80 年代中期到 90 年代初,成千上万的中国大陆留学生赴澳勤工俭学,其中 4 万余人获得了永久居留权。这批留学生的到来充实了澳大利亚的华人社会,仅悉尼一地,1994 年的华人人口就达到了 115 000 人<sup>②</sup>。同时,他们也改变了澳大利亚华人人群的构成,大大增加了中国大陆背景的新移民的比重。而中国大陆背景的留学生创办的报纸也如雨后春笋般涌现出来。1992 年,在悉尼出现《新移民》(New Migrants) 和《华联时报》(The United Chinese Times),1993 年在墨尔本出版《大洋时报》(Pacific Times) 和《华夏周报》(The Chinese Weekly)。此外,还有大约 20 种周刊、双周刊和月刊出版。这些报刊杂志极大地丰富了中国留学生的文化生活,同时也促进了澳大利亚华人社群的转型。它们成为留学生维系与祖国大陆的文化联系、描述他们在他乡异国艰苦创业过程、展现中国文化的渠道。不少中国留学生开始进入中文媒体的主流,担任包括《星岛大都会周刊》(Sing Tao Cosmo Chinese Weekly)、《澳洲日报》、《澳洲新报》等报刊的主编等要职。

此外,由于来源不同,因此不同背景的华人群体所编报刊的风格也各自不同。例如,《星岛日报》为香港背景,无论是所使用的繁体汉字,还是版面编排都明显港味十足。事实上,该报的副刊完全是将香

① 乌修威省,即当时的新南威尔士殖民地(New South Wales)。

② Jakubowicz, A. & Senewiratne, K. 1996. *Ethnic Conflict and the Australian Media: a Research Report with the Asian Mass Communication Research and Information Centre*, Singapore. Sydney: University of Technology Press. p. 29.

港版传真到澳洲照排。同时期的《澳洲新报》则采用简体字,版面设计接近大陆习惯,还专门辟出“中国新闻”板块,以适应大陆留学生和新移民的需要。

从20世纪90年代到21世纪,澳大利亚继续积极招收中国留学生,吸纳中国移民。1996年,有343 523名澳大利亚居民认为自己说“汉语的某个种类”(the Chinese varieties)<sup>①</sup>。10年后,这一数字就骤升至500 000人,而同时669 900人声称为华裔<sup>②</sup>。华裔群体的增长主要是因为中国大陆移民数量的激增。

目前,在悉尼、墨尔本等大城市,大致有5、6种主要中文报刊,此外还有较多的周刊和报刊周末版。这些报刊的一个特点是,它们大多是纯商业性媒体,其收入基本不靠发行,而几乎完全依赖广告。中文的日报一般售价在1澳元左右,而周刊则大多免费,往往刊登大量面向华人消费者的商品和服务广告。目前,澳大利亚的主要中文日报包括《星岛日报》、《澳洲新报》、《澳洲日报》、《澳华时报》(The Australian Chinese Times)、《新快报》(New Express)、《墨尔本日报》(Chinese Melbourne Daily)等,而周刊则有《海潮报》(The Tide Chinese Newspaper)、《大洋时报》(Pacific Times)、《华夏周报》(The Chinese Weekly)<sup>③</sup>、《大华时报》(Australian Chinese News)、《澳洲侨报》(21st Century Chinese News)等。

澳大利亚主要中文纸质媒体的发行量

报 刊	发 行 量	说 明
《星岛日报》(澳洲版)	202 000	发行量高居中文日报首席,也是主流英文报纸外所有其他民族报刊发行量最高的报纸
《澳洲新报》	17 000 至逾 20 000	
《侨报》	18 000	
《澳洲日报》	15 000—18 000	
《墨尔本日报》	15 000—18 000	
《昆士兰日报》	10 000	

在此背景下,目前,我国在澳大利亚合作开办有13所孔子学院和10处孔子课堂,数量不可谓不多,分布不可谓不广。但是,就对于语言生活的影响来说,中文媒体显然起着更为重要的作用。

二 澳大利亚中文新媒体的崛起

1. 电视

1972年,白澳政策被正式废止;1978年,澳大利亚联邦议会便通过了对《1942年广播电视法》的修订,成立了“澳大利亚特种广播公司”(the Special Broadcasting Service,简称SBS),开始用民族语言进行广播。1979年,SBS开始试播外语电视节目,1980年开始全天播放。

SBS开创了澳大利亚多民族语言文化广播(或称“窄播”,narrowcasting)的先河,它从实际意义上第一次从迫使大众融入盎格鲁—撒克逊的、英语的单一文化“主流”,转向以政府渠道鼓励和倡导多民族、多语言共同繁荣的多元文化。

就中文内容而言,SBS每天都有定时的普通话和广东话新闻节目,同时还播放大中华区域的影视作品。其《世界观察》(World Watch)节目与中国中央电视台国际频道(CCTV4)合作,每天晚间通过泛美卫星系统(Pan Am Sat)采编中国电视新闻内容,在次日早晨播放。同时,SBS还同样采编香港亚视(ATV)

① Clyne, M& Kipp, S. 1999. *Pluricentric Languages in an Immigrant Context: Spanish, Arabic and Chinese*. Berlin: Mouton de Gruyter.  
② 根据澳大利亚统计局2007年人口普查数据(www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/mf/2914.0.55.002)。  
③ 含《华夏商报》(The Chinese Commercial Weekly)和《华夏地产》(The Chinese Weekly Property)。

新闻内容,向澳大利亚广大的广东话华人群体传送香港新闻。这一定向、定时、免费的窄播充分发挥了SBS作为多元文化传播机构的功能,尤其在家庭卫星接收和有线电视尚未普及的20世纪90年代和21世纪初期,它满足了澳大利亚越来越多的华人的需求。目前,SBS向全澳进行68种语言的广播和电视节目传送。

与SBS这种多语种发散式的传播方式不同的是,收费的有线电视频道则固定传送某一地区、语言、文化的节目。1994年,银河付费电视(Galaxy)的新世界电视公司(New World TV)购买香港传讯电视网络有限公司(Chinese Television Network, CTN)、香港无线电视国际频道(Television Broadcasts International, TVBI)和台湾无线卫星新闻台(Television Broadcasts Superchannel-Newsnet, TVBS-N)的节目,内容包括新闻、财经、电影、娱乐节目。不过,1998年,银河付费电视(Galaxy)倒闭,之后就再没有一家直接到户(DTH, direct-to-home)的澳洲本土中文收费频道了。

香港无线电视台是一家非常活跃的中文电视广播公司,从20世纪70年代开始就向包括澳大利亚和北美的亚太地区和欧洲的华侨提供电视节目。香港无线电视台在澳大利亚的分支是电视广播(澳洲)有限公司(TVB Australia Pty. Ltd, 简称TVBA)。该公司提供14个普通话和广东话的新闻与娱乐频道,包括TVB系的港台新闻、娱乐、教育台,中国中央电视台国际频道(CCTV4),上海东方卫视和凤凰卫视的两个电影台。

和TVB并驾齐驱的是中国中央电视台,可通过卫星接收设备接收中央电视台和国内省市卫视。不少华人用户通过卫星安装公司自行安装卫星接收器,以和国内同步收看电视节目。

此外,设立在墨尔本丹迪农山上的“31频道”(Channel 31, 简称C31)是一个非盈利的多元文化社区电视台。C31不受政府资助,目前以19种语言进行节目制作和传送。自2005年以来,C31开始播送澳大利亚全国和维多利亚地区内容的中文节目。

## 2. 广播电台

早期的华人移民社区受到人口构成、经济条件等制约,缺乏设立电台和电视台的能力。尤其是早期华人移民来自不同的方言区,各自为政,而节目本身受语言限制,不为另外方言区的听众所接受。

然而,早期的华人移民文化程度有限,阅读书报的能力不高,这样也就存在着对广播节目的需求。澳大利亚的中文电台主要是在20世纪80年代兴起的,包括布里斯班的昆士兰民族社区电台4EB(Queensland Ethnic Community Radio 4EB, 1980年)、阿德莱德的南澳华声电台(South Australia Hua Sheng Radio, 1986年)、墨尔本的3ZZZ民族社区电台(3ZZZ Ethnic Community Radio, 1989年)、珀斯的6EB民族社区电台(6EB Ethnic Community Radio, 1990年)以及悉尼的SBS中文电台(1992年)。这些电台都得到了联邦政府全部或部分的经费支持。90年代的新移民为商业电台带来了新活力,这些移民主要来自大陆,不少人有大学或大专学历,大多能说普通话,澳大利亚中文电台自此发生了重要的转变。1994年9月在悉尼成立的2CR澳洲中文广播电台是全澳第一个24小时广播的中文电台,次年在新南威尔士州和维多利亚州联播,现在以普通话和广东话进行播报。1995年,在悉尼启播的2AC澳洲华人电台设有普通话和广东话双语频道。该电台主打澳洲、中国大陆、中国香港和中国台湾,以及国际时事新闻的深度报道,号称可以媲美澳大利亚本地的英文电台。1999年,墨尔本成立3CW澳大利亚中文电台。该电台以普通话、广东话、客家话广播,除采播本地新闻外,还与英国BBC和中国国际广播电台联播节目,目前在维多利亚地区拥有听众200 000到250 000人,在塔斯马尼亚、新南威尔士州南部和南澳大利亚州北部拥有听众50 000人以上<sup>①</sup>。

澳大利亚的中文电台的经费来源是根据其性质而定的。国立的SBS电台和众多社区电台经费是来自政府拨款。社区电台由政府提供经费,购置设备,租赁场地,进行运作。它们不能播广告,但是可以接

<sup>①</sup> “Radio-activated business and power: a case study of 3CW Melbourne Chinese Radio”. in Waning Sun( ed. ) *Media and the Chinese Diaspora: Community, Communications and Commerce*. London: Routledge, 2006: 155.

受第三方的资助。这些电台往往只对本州广播,节目多元,包括新闻、娱乐、社区活动和政府公告。名人采访和专家访谈类的谈话节目往往接受听众电话提问。这些电台大多数的工作人员包括主持人多为志愿者,人员往往不稳定。另一类为商业性电台,完全自筹经费,主要依靠广告收入。前述的位于悉尼的2AC、2CR和墨尔本的3CW就是典型的商业性中文电台。

与电视节目相比,电台广播内更容易接收。对文化水平不高的老一代移民来说,电台是最方便接受信息的来源。而根据2012年的数据,澳大利亚的汽车总量为167万辆(含摩托车),平均每1000人拥有745辆机动车<sup>①</sup>,驱车行驶往往是收听电台的最佳时间。

新技术虽然对传统媒体产生了挑战,但是对于电台来说也提供了新的平台。目前,中文电台如SBS、2AC、2CR、4EB和3CW都有自己的网站和在线广播节目。

总之,中文广播电台已成为澳大利亚华人社区的一个不可或缺的媒体形式。政府主办和资助的电台为移民提供了长期服务,而商业电台则在澳大利亚华人社会中产生着越来越大的影响力。

### 3. 互联网

在非地域化的趋势下,互联网已经成为人类生活的重要空间之一。澳大利亚中文网站主要包括传统媒体(纸质媒体、广播电台、电视台)的网站、中文门户网站和社交论坛类网站。

前述的主要中文报刊基本上均有网站。有些网站仅是一个报纸宣传的窗口,简单罗列报纸历史、广告洽谈方式等;有的网站则选载一部分纸质报刊的内容,吸引读者转而购买纸质版;而有的报刊网站则成功转型,成为颇具特色的新闻门户网站。“新快网”是《新快报》旗下的网站,网站布局与新闻门户网站相似,既采用了纸质媒体的大量材料,又有诸如照片、视频等新媒体的特色内容,还提供每期报纸和相关刊物的部分版面供预览。从内容上看,网站主要提供澳大利亚新闻,尤其侧重于与华侨、留学生、新移民相关的新闻资讯内容,俨然成为与纸质报纸争辉的姐妹版。“澳华网”是《悉尼日报》旗下网站,相对“新快网”而言,“澳华网”集新闻网站、论坛、广告平台为一体,功能多元。拥有《墨尔本日报》、《澳洲日报》、《昆士兰日报》的“澳洲中文报业集团”办有“1688网”,由于该三大报纸所处的优越地理位置,同时拥有实力较为强大的记者和采编团队,因此得以及时在一个网站上反映和展现澳大利亚,尤其是东部三大州的新闻事件,组织热点问题的深入探访,直面澳大利亚华人的各种问题和需求。

## 三 澳大利亚华人媒体面临的挑战和机会

在今天的澳大利亚,中文纸质印刷媒体、广播电台、电视台和电视频道、网站等已经塑造了全新的澳大利亚中文媒体版图,极大地丰富了澳大利亚华侨和华人留学生的语言生活。

澳大利亚政府在1973年确立了多元文化政策作为国策之后,尽管工党和自由党交替执政,但这一文化政策不仅一直得到了延续,而且不断演变、不断发展,从最初单纯的对多民族的包容,发展到之后的文化多样性和多产性。多元文化政策的一个重要部分,就是鼓励第二语言的使用、学习和推广。随着亚洲,尤其是中国政治、经济实力的腾飞,澳大利亚政府更开始倡导“了解亚洲”(Asia Literacy),鼓励学校开设以中文为首的亚洲语言的教学,这也就为中文媒体的生存和发展提供了良好有利的条件。

当然,尽管澳大利亚的中文媒体受众人数逐年增加,与国内合作日益加强,目前的中文媒体还是面临着种种挑战。据《澳洲侨报》社长金凯平分析,澳大利亚中文媒体面对的困难和特点主要包括:数量多、规模小、广告便宜、生存困难大、新闻采编力量弱,但生命力强<sup>②</sup>。墨尔本中文资深报人王晓雨估计,“从主流社会之外的属于少数民族的中文传媒中获取母语资讯和娱乐的人士,估计在二十万人左右”。而“全澳各城市至少有三十家中文报纸……按墨尔本六万阅读人口来计算,平均不到三千人就分配到

<sup>①</sup> 澳大利亚统计局: <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/mf/9309.0/> (2013年3月18日)。

<sup>②</sup> 金凯平《试论中文媒体跨国经营——澳中中文媒体合作探讨》(<http://medianet.qianlong.com/7692/2003/09/23/33@1609066.htm>)。

一家报纸”。市场竞争如此激烈,“大量的新报纸面孔出现,读者总数并不增加,于是广告市场就出现白热化竞争”<sup>①</sup>,迫使不少报纸如匆匆过客般很快消失,但是它们留下的空间又很快被新报纸填补。不少报纸的质量也颇堪忧。有的中文报纸甚至存在“三无现象”,即“无记者、无文字编辑(美术排版编辑不算)、无主编(按传媒行业职责分类的主编)状态”<sup>②</sup>。

事实上,澳大利亚的中文媒体,包括纸质媒体和电视电台都面临着一系列的问题。在新技术、全球化、多元文化的时代,如何为自己作明确的定位,如何因应具有不同文化背景的中文受众的需求,如何扩大拓展市场,如何在不牺牲质量的前提下增加广告收入,如何从小规模经营转型为集团化运作?这些都是当代中文媒体为求生存、谋发展所必须解决的问题。

传统媒体报道较具深度,水准较高,但是互联网和新数字媒体则具有不可超越的时效性、互动性等优势。对于中文媒体来说,需要应对种种挑战,对制作和业务策略进行合理调整,以期长远发展。

澳大利亚中文媒体认识到:首先,必须加强新闻的本土化,扩大目标市场。即使在华人英文水平普遍较高的今天,由于英文媒体的重点和目标不同,中文媒体依然起着不可替代的作用,能够为华人读者,尤其是留学生、新移民们乃至华语游客提供针对性、时效性强的当地政经新闻和娱乐体育资讯。

第二,需要提升质量,加强采编人员的职业化。为降低成本,澳大利亚的不少中文媒体聘请不少业余的采编和记者。这些人员中虽然不乏一些自由职业的资深媒体人,但是总体上不利于可持续性的长足发展。一些媒体已经开始精简人员,提高采编和记者的入职水准,外包相关业务,以及采取远程化、无纸化办公等手段提高工作效率。《新快报》还开始聘用英语背景的高级编辑人员,以更好地提高媒体质量。<sup>③</sup>

第三,迫切需要加强对广告客户的服务和互动,无论纸质媒体还是电台、电视、互联网,吸引和保留广告客户已经成为生存、发展和提高的重要途径。

第四,迫切需要加强和中国大陆媒体的合作。大陆媒体向澳大利亚中文媒体提供覆盖面广、质量较高的稿源,带来实力较强、较具忠诚度的广告客户,提供职业水平较高的兼职编辑和记者,从而大大提升了这些媒体的形象和质量。

第五,集团化经营渐渐成为澳大利亚中文媒体发展的新方向。3CW的母公司——澳星媒体集团旗下拥有8家报刊和3家电台,这样的规模经营自然便于充分利用和整合集团资源,极大地拓展了生存和发展空间。

第六,新媒体新技术的诞生也为中文媒体带来了新的机遇。不少有远见的中文媒体设立网站、开发手机、平板电脑应用,充分利用澳大利亚发展已较成熟的3G网络,开拓了媒体的新疆界。

最后,销售渠道的转型也十分重要。中文报刊长期以来只在唐人街或其他华人较集中的地区的华人店铺销售,或者摆放在中国餐馆免费取阅,这自然局限了中文媒体的销售面。近来,各大居民住宅区中的华人越来越多,《大洋报》系的报纸开始进入澳大利亚最大的超市——伍尔沃斯超市(Woolworth)销售,这标志着中文媒体进入了主流的销售渠道。

#### 四 澳大利亚中文媒体与中国大陆媒体的合作

在发展的困境面前,澳大利亚中文媒体近来获得了一种新的发展动力,这就是与中国大陆的媒体尤其是各地方媒体的深入合作。

就纸质报纸而言,早在2002年,《星岛日报》集团就与上海《新民晚报》合作,合作创办了《新民

①② 王晓雨《华人在澳大利亚失落的证明——海外中文报业扫描》,《同路人》([http://www.sameway.com.au/2009/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2182&Itemid=122](http://www.sameway.com.au/2009/index.php?option=com_content&task=view&id=2182&Itemid=122))。

③ Sun, W. et al., 2011. “The Chinese-language press in Australia: a preliminary scoping study”. *Media International Australia, Incorporating Culture & Policy*: 146.

晚报·澳洲专版》,每天在澳大利亚发行的《星岛日报》上有一个整版的《新民晚报》综合新闻。《新民晚报·澳洲专版》以上海社区新闻和娱乐、体育等新闻为主,版面编排富有中国传统文化和海派特色,专版的创办使当地华人更好地了解上海,也进一步提升上海在澳洲的知名度。继此之后,《星岛日报》与《广州日报》合作,于2003年《星岛日报》上开设《广州日报·澳洲专版》,开拓澳洲读者市场。该版也是每周6期,每期一个大版,每期发行量为近6万份,内容以广东特别是广州的社会生活新闻及经济新闻为主。2010年,该报进一步与《重庆日报》合作,创办《重庆日报·澳洲专版》,隔周周五出版一个整版。除此之外,与澳洲《星岛日报》合作发行专版的还有江苏省侨办委托中新社江苏分社制作的《今日江苏》和《福建侨报》澳洲专版。2004年侨鑫传媒(澳洲)有限公司出版、广州《新快报》协办的《澳洲新快报》创刊,现4开出版,除当地新闻外,其主要版面均由广州制作。近期,上海《新闻晨报》和《澳洲日报》、苏州《城市商报》和《澳洲侨报》等也开始了新闻互刊等多种合作。

在广播电视方面,2010年,中国电视长城(澳大利亚)平台于29日正式开播。该平台运营方为中国国际电视总公司与合作伙伴澳大利亚 Fetch TV。该平台是中国电视长城系列平台之一,集成了中国中央电视台频道在内的16个频道,包括CCTV-4、CCTV-NEWS、CCTV-娱乐、中国电影频道、北京电视台、上海东方卫视、湖南卫视国际频道、福建海峡卫视和凤凰资讯台等。2011年8月,中国中央电视台(CCTV)与澳大利亚天空新闻台(Sky News)签署了价值2.23亿美元的节目合作协议。根据此协议,天空新闻台的主要新闻事件将在CCTV4和CCTV英语新闻频道播出,中国的主要新闻事件也将通过天空新闻全国频道(Sky News National)和天空新闻商业频道(Sky News Business Channel)实现直播。

新的数字技术和非地域化趋势(de-territorializing)促进了国际媒体合作的进一步发展。澳大利亚的一些中文电台借助于新传输技术与国内广播电台建立合作,如3CW于2007年同中国国际广播电台签订合作协议。3CW的母公司,澳星媒体集团(Austar Media Group)与中国国际广播电台合作,在珀斯、堪培拉和布里斯班播放其新闻和时事、艺术与专题报道节目。

如前所述,目前在澳大利亚各类中文网站如雨后春笋般不断涌现,涉及新闻、财经、旅游、房地产和侨界等各种领域,这些网站大多周期较短,往往开办一段时间后由于财力、人力等种种条件的制约而关闭。相对而言,有一定背景,包括和中国大陆有关机构、组织有合作关系的网站则能维持较长时间。

澳大利亚中文媒体与中国国内媒体的合作不但极大地丰富了澳大利亚中文媒体的内容,提升了媒体的采编水平,一些报社通过这种合作还得到了重要的经费支持;更为重要的是,大量的中国大陆地方报刊的版面“借道”直接进入澳大利亚华人社区,有效地维系并不断强化了华人的家乡认同。由于华人移民的政治倾向各不相同,“家乡认同”的强化既意味着国家认同的可能,也弱化了国家认同中的意识形态紧张。

澳大利亚的中文媒体的发展,可以看到:其一,只有使用中的语言才是有生命的语言,海外的中文媒体有效地提高了汉语在当地的实际使用率,促进了汉语的国际传播;其二,语言是文化最重要的载体,语言认同是文化认同最自然的路径,海外的中文媒体可以帮助华人新移民降低“文化休克”的发生,帮助海外华人构建一种新的文化身份和社区意识,促进华人在多元文化政策主语境下的和谐生存和发展;其三,家乡认同是海外华人最容易坚持的文化认同,中文媒体中的中国各地地方媒体的合作版,为“中国声音”的即时传播和华人家乡认同的不断维系提供了有效的经验,为跨地域跨国界的“情感沟通”<sup>①</sup>提供了最直接的媒介。

(责任编辑 刘晓虹;实习编辑 周 萍)

<sup>①</sup> 胡范铸、刘毓民、胡玉华《汉语国际教育的根本目标和核心理念——基于“情感地缘政治”和“国际理解教育”的重新分析》,《华东师范大学学报(哲学社会科学版)》2014年第2期。

companies in Shenzhen Stock Exchange from 2008 to 2011 are selected to analyze the relationship among external governance environment , financial leverage and over-investment. Through the empirical research , we find that financial leverage has inhibitory effect on over-investment. And there is a negative correlation between over-investment and local product market competition , information disclosure quality , local degree of marketization , while a positive correlation between over-investment and local government intervention.

**Keywords:** external governance , financial leverage , over-investment

## Analysis of Annual Earnings Preannouncement

( by LI Jing)

**Abstract:** This paper investigates the effects of internal and external governance mechanism on annual earnings preannouncement and its characteristics. Using analyst number following to measure the entity's supervision from outside , and ownership nature , equity restriction degree and earnings management to measure internal efficiency of governance , empirical results show that analyst following promotes the disclosure of annual earnings preannouncement , thus increasing information transparency. The less analyst following is , the later annual earnings preannouncement is disclosed and the more bad news presents. Relative to SOEs , non-SOEs prefer to preannounce yearly earnings , but the precision is lower and good news is predominant. The higher the degree of equity restriction among top five shareholders , the less annual earnings preannouncement is , but when it is disclosed , precision is higher and date is later. We also find that the behavior of annual earnings preannouncement does have continuity. In general , effective external supervision and internal governance mechanism do influence annual earnings preannouncement and its characteristics.

**Keywords:** annual earnings preannouncement , governance mechanism , information characteristics

## The Predicament of “Changing the Background”: On Beidao's Poetry Creation after His Immigration Oversea

( by LIANG Yan)

**Abstract:** The study on Beidao's poetry creation after his immigration overseas shows that Beidao does not understand and even repels the present era. Meanwhile , he reflects on the background of the past age , which makes Beidao face more grief nowadays. We can perceive today's Beidao and previous Beidao , and the tension in his mind when he faces today's Beijing and Beijing in the past. In fact , this demonstrates that he hovers between poetry creation and real background , poetry and reality , the reality in the poet's imagination and the actual reality. The entanglement of life at present and in the past pushes Beidao to reflect on the past and the current. Hence , “changing the background” becomes the most important imagery in Beidao's poetry creation overseas.

**Keywords:** Beidao , contemporary poetry , *Today* , *Reply* , *Background* , *Go Home* , imagery , modernity

## Chinese-language Media and the Construction of Cultural Identity of Chinese Immigrants: A Case Study on Australia

( by CHEN Hong)

**Abstract:** Along with the increase of Chinese immigrants in Australia , the Chinese-language media in Australia have been developed. Up to now , the Chinese-language media in Australia have played an important role in the establishment of the cultural identity and community consciousness of Australian Chinese , as well as in the harmonious life and development of overseas Chinese under the guidance of multi-culture policy. Meanwhile , they have played an irreplaceable role in the cultural and social ties of new and old immigrants , and in inheriting and developing Chinese culture. In Australia , the Chinese-language media have become the most important channel to propagate Chinese language internationally. The cooperation between local media across China and the Chinese-language media in Australia provides realtime broadcasting of “Chinese voice” and consequently forms a stronger identity of hometown for overseas Chinese.

**Keywords:** Australia , Chinese-language media , Chinese immigrants