

Estudio sobre la construcción discursiva de la imagen de China en los medios de comunicación principales de Perú: Un análisis basado en la cobertura sobre el Covid-19

Chén Zhǐ 陈芷

Catedrática de la Facultad de Estudios Europeos y Latinoamericanos e investigadora del Instituto de Ciencia del Lenguaje de la Universidad de Estudios Internacionales de Shanghai. Área de investigación: Lingüística comparada, Lingüística de corpus, traductología 上海外国语大学西方语系教授、语言科学研究院双聘研究员, 研究方向: 对比语言学、语料库语言学、翻译学 ✉

Cài Hàowén 蔡浩雯

Posgraduada en la Facultad de Estudios Europeos y Latinoamericanos, Universidad de Estudios Internacionales de Shanghai, área de investigación: teoría y práctica de la traducción entre chino y español 上海外国语大学西方语系硕士, 研究方向: 西汉翻译理论与实践 ✉

<https://dx.doi.org/10.5209/ECAO.100150>

Recibido: 27/09/2022 • Evaluado: 22/11/2022 • Aceptado: 25/10/2023

秘鲁主流媒体中的中国形象话语建构研究——以对Covid-19的报道为例

Resumen: En los últimos años, la investigación sobre la imagen de China en el extranjero ha recibido una creciente atención en el ámbito académico. La cobertura mediática internacional sobre el COVID-19 ha tenido un significado particularmente relevante para la construcción de la imagen nacional de China en la actualidad. Basado en la teoría del análisis crítico del discurso y empleando método de lingüística de corpus, este artículo describe y analiza la cobertura sobre el COVID-19 en China publicada por dos de los principales medios de comunicación de Perú, seleccionando el listado de palabras de alta frecuencia, las palabras clave y los verbos modales. El objetivo de la investigación ha sido explorar qué imagen de China se construye en el discurso periodístico y cuáles son las razones subyacentes. Los resultados han indicado que, aunque con enfoques ligeramente diferentes, ambos medios peruanos construyeron una imagen positiva y favorable de China. Consideramos que esta imagen se debe a la afinidad cultural entre Perú y China, a su profunda interdependencia económica y a la confianza política mutua entre ambos países.

Palabras clave: imagen nacional de China; medios de comunicación de Perú; Covid-19; análisis crítico del discurso

摘要: 境外中国形象研究近来备受学界瞩目, 海外媒体对新冠疫情的报道对于中国国家形象的构建在当下极具现实意义。本文依据批评话语分析理论, 采用语料库方法, 从高频词、关键词、情态动词的应用, 描述并分析秘鲁两大主流媒体对中国新冠疫情的报道, 旨在探究新闻报道话语体系中构建了怎样的中国形象及其背后的原因。研究表明, 秘鲁两大主流媒体在报道时虽然侧重点略有不同, 均塑造了正面、积极的中国形象。我们认为, 以上形象的形成在于秘鲁与中国在文化上的亲和性, 在经济上与中国深度绑定以及两国间的政治互信。

关键词: 中国国家形象; 秘鲁媒体; 新冠疫情; 批评话语分析

Abstract: In recent years, the study of China's image abroad has garnered significant academic attention. International media coverage of the COVID-19 holds particular relevance for the construction of China's national image in the current context. Based on critical discourse analysis theory and employing corpus linguistics methods, this paper describes and analyzes the coverage of China's COVID-19 situation by two major Peruvian media outlets, focusing on the list of high-frequency words, keywords, and modal verbs. The aim is to explore what image of China is constructed within the news discourse and the underlying reasons. The findings reveal that, although with slightly different emphases, both Peruvian media outlets portrayed a positive and favorable image of China. We argue that this image stems from Peru's cultural affinity with China, its deep economic ties with the country, and the mutual political trust that characterizes their bilateral relations.

Keywords: national image of China; main-stream media in Peru; COVID-19; critical discourse analysis

Cómo citar: Zhǐ, C. (2025). "Estudio sobre la construcción discursiva de la imagen de China en los medios de comunicación principales de Perú: Un análisis basado en la cobertura sobre el Covid-19". *Estudios Complutenses de Asia Oriental* 1(1), e100150. <https://dx.doi.org/10.5209/ECAO.100150>

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”¹。国家形象是国家文化软实力的重要组成部分，在全球化时代，各国都希望以良好的形象出现在世界舞台。昆奇克²将国家形象定义为一个人对某个国家的描述，对该国及其人民的真实想法。谢莉、王银泉³认为国家形象与政治、经济、军事、科技、教育、文化等一起成为综合国力的决定因素。程曼丽⁴认为国家形象聚焦国家或民族精神气质中的闪光点。刘小燕⁵认为国家形象是指国家的客观状态在公众舆论中的投影，也就是社会公众对国家的印象、看法、态度、评价的综合反映，是公众对国家所具有的情感和意志的总和。国家形象的构建分为“自塑”与“他塑”两种：前者指本国公民、媒介、组织和政府通过符号塑造的形象，后者指他国公民、媒介、组织和政府通过符号塑造的形象⁶。国家形象的构造与新闻媒体息息相关，大众传媒的报道在国家形象的生成过程中起到了决定性的作用，毕竟大部分人无法亲临现场，无法实地感受事件的发生，因此，国际受众对于一个国家事务的了解以及对其国家形象的认知往往是媒体“投射”的结果。就中国国家形象的塑造而言，媒体的话语建构将会影响大部分民众对于中国的认知，中国的国际形象在很大程度上是由媒体的语言符号塑造而成。因此，对海外媒体的涉华报道进行话语分析，深入研究其特点与倾向，总结并分析新闻中建构的中国形象及其背后原因，将有助于中国提升国际话语权及国际形象。

2020年，新冠疫情爆发，拉美地区尤为严重，截至2022年2月2日，巴西有2500万例确诊病例，阿根廷838万例，墨西哥494万例，秘鲁322万例⁷。新闻媒体对Covid-19的报道一定会影响拉美民众对中国的认知。秘鲁与中国的文化交流源远流长。早在明朝万历年间，即16世纪后期至17世纪初，中国与秘鲁、墨西哥等拉美国家就通过“海上丝绸之路”（Ruta Marítima de Seda）和“马尼拉大帆船”（Galeón de Manila）即“中国之船”（Nao de China）开始贸易、文化和人员往来。2010年中国同秘鲁签订了自由贸易协定，2013年两国关系提升为全面战略伙伴关系，2014年中秘建立了经济合作战略对话机制，上述三种双边机制在中国外交中占有至关重要的地位，秘鲁也是拉丁美洲唯一一个同中国同时签有三种双边机制的国家，因此研究秘鲁主流媒体“他塑”的中国形象话语建构具有十分重要的意义。本文收集秘鲁两大报纸（《商报》和《共和国报》）对新冠疫情报道共378篇，自建语料库作为研究平台，依据Fairclough⁸的批评话语分析理论及其三维话语分析模型，从高频实词、关键词和情态动词的应用等角度，分析并解读秘鲁媒体构建的中国国家形象，探讨其呈现方式及背后的成因。

2. 文献回顾

目前相关研究多聚焦欧美国家：黄蕾⁹研究了美国主流媒体对“新冠疫情”的报道，钟海燕¹⁰的硕士论文聚焦CNN对疫情的报道，江逸¹¹的研究对象是《纽约时报》，蒋帅¹²研究了德国《明镜周刊》视角下的中国形象，李星、刘巍¹³则以法国《世界报》为研究语料，研究疫情下的中国形象建构。与西班牙语国家有关的研究相对较少：宁振江、何晓静¹⁴从系统功能语言学角度对新冠肺炎疫情期间西班牙主流媒体《国家报》涉华报道标题进行了分析；傅羽寒¹⁵的硕士论文研究了新冠疫情期间西班牙主流媒体报道中的中国形象；刘颖¹⁶分析了拉美媒体关于中国疫苗的报道。上述研究多以主观描述为主，鲜有使用定量分析增加研究的客观性和科学性，多从国际关系或文化传播视角出发进行论述，少从政治话语分析视角进行阐述，本文希望在语料库辅助的三维话语分析框架下，深入到秘鲁主流媒体涉华疫情报道的微观话语层面，定量、定性相结合地解构其通过特定话语机制建构出的具体鲜活的中国形象，并在宏观层面对建构动因作出解释。我们认为拉美各国是中国在世界上的重要合作伙伴，而秘鲁在中国拉美战略中扮演重要角色，研究该国对于中国形象的认知，不仅有助于我国在拉美地区整体传播策略的建构，也可完善在该地区主要国家的形象塑造，“牵一发而动全身”，国家形象的构建非一日之功，从点滴入手，从每个国家入手，方为良策。

3. 研究设计

本章我们将阐述本研究的总体设计，包括语料来源、理论框架以及研究步骤三个方面。

3.1. 研究语料

我们首先从Factiva数据库中以“China、Beijing、Wuhan、Covid-19、coronavirus（新冠病毒）、pandemia（大流行病）、epidemia（流行病）”为关键词，以秘鲁两大报纸（《商报》和《共和国报》）为对象，搜索相关报道，自建语料库，时间跨度为2020年1月23日（武汉封城日）至2021年12月1日（本研究开始日）。

- ¹ Kotler, 2001
- ² Kunczik, 2016.
- ³ 谢莉 & 王银泉, 2018: 7-11.
- ⁴ 程曼丽, 2007: 5-10.
- ⁵ 刘小燕, 2002: 61-66.
- ⁶ 胡开宝 & 田绪军, 2018: 79-88.
- ⁷ 数据来源于 <https://ourworldindata.org/>
- ⁸ Fairclough N, 1992.
- ⁹ 黄蕾, 2021: 85-96.
- ¹⁰ 钟海燕, 2021.
- ¹¹ 江逸, 2021: 80-86.
- ¹² 蒋帅, 2021: 113-114.
- ¹³ 李星 & 刘巍, 2021:101-112.
- ¹⁴ 宁振江 & 何晓静, 2020: 21-29.
- ¹⁵ 傅羽寒, 2020: 59-62.
- ¹⁶ 刘颖, 2021: 77-80.

表1: 秘鲁两大报纸（《商报》和《共和国报》）语料库信息表

研究语料	搜索结果	有效文章	形符总数	总计
《商报》 <i>El Comercio</i>	131	64	33217	185014
《共和国报》 <i>La República</i>	1200	314	151797	

秘鲁最大也最有影响力的报纸《商报》发行量大约为28万份¹⁷，于1839年创刊，至今已有183年的历史，是西班牙语世界历史最悠久的报纸之一，在意识形态上属于中右翼。《共和国报》创刊于1981年，发行量大约为15万份，在意识形态上属于中左翼，是《商报》的主要竞争对手。本文以这两份报纸为研究对象，可以较为全面的观察描写该国主流媒体中所塑造的中国国家形象，并且从不同的意识形态入手，分析其成因。我们从最初的搜索结果中，剔除与中国新冠疫情报道或评论无关的文章，获得有效文章，题材与体裁相同，时间跨度相同，两者具有较为理想的可比性。虽然两类语料的形符总数不同，但本研究关于词汇或句式结构应用频率的分析均以每百词为单位，保证了相关数据的可比性。

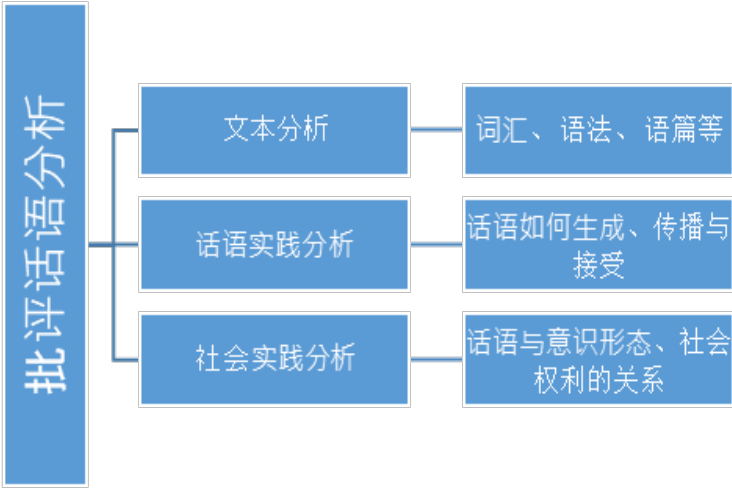
3.2. 理论框架

本研究旨在依据 Fairclough 的批评话语分析理论，采用他提出的三维话语分析模型，以秘鲁两大报纸（《商报》和《共和国报》）针对中国新冠疫情的报道为研究对象，进行比较分析，试图回答以下三个问题：1）秘鲁主流媒体通过新闻报道构建了怎样的中国形象？2）构建这样的形象采取了怎样的话语？3）形成这样的形象其内在原因是什么？也就是说，我们试图探讨这个与中国远隔重洋却在文化上与中国有千丝万缕联系的国家，面对发生在中国的疫情，“说了什么”，“怎么说”，“为什么这么说”，以期阐释话语意义生成机制，从而揭示其背后的意识形态。

批评话语分析（critical discourse analysis）也称为批评语言学（critical linguistics）始于上世纪80年代，是现代语言学研究的新兴分支。1979年Fowler等合著的《语言与控制》（*Language and Control*）以及 Kress 与Hodge合著的《作为意识形态的语言》（*Language as Ideology*）拉开了CDA研究的序幕。与传统语言学研究不同的是，批评话语分析主张语言是一种社会实践，对语言结构的分析不能仅仅止步于语言本身，而是要阐明语言所表达的社会含义，揭示语言符号中所蕴含的意识形态，以及统治阶级如何运用语言符号来实施意识形态的控制，以维护自己的权利地位。也就是说，语言与其所处的历史、社会、文化的大背景息息相关，须臾不可分离。语言是反映社会现实的工具，也是介入社会现实，助其生成的力量。批评话语分析的研究对象是更宏大背景下的语言现实，深入到语言、权利、意识形态之间纵横交错、相互缠绕、相互成就的复杂关系中。

Fairclough将社会理论与话语分析相结合，创建了将话语与社会文化因素分析融为一体的三维话语分析模型。我们以下图表示：

图1：三维话语分析模型¹⁸



上世纪90年代后批评话语分析与新闻传播学的跨学科协作日益密切。Van Dijk¹⁹撰写的《作为话语的新闻》（*News as Discourse*）和Fairclough (1992) 的《话语与社会变迁》（*Discourse and Social Change*）为这一跨学科研究提供了学理依据。

新闻话语是新闻传播活动的内容载体，但是在信息爆炸的今天，新闻媒体面对大量的信息内容，必然要经过精挑细选，在有限的版面内“生产”出最能抓眼球也最能体现统治阶级意识形态的“新闻”，这些内容之所以能成为新闻，往往并不取决于其客观属性，而是其所能带来的商业与政治利益所决定。因此通过批评话语分析，我

¹⁷ 外交部网站：秘鲁国家概况 https://www.mfa.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/nmz_680924/1206_680998/1206x0_681000/
¹⁸ 胡开宝 & 盛丹丹, 2020: 94-106.
¹⁹ Dijk,1988.

们可以精准还原新闻内容的投射过程，更直观、更客观的反映语篇操控者的意图及其背后的意识形态，帮助中国有的放矢的完善国际形象的建构。

3.3. 研究步骤

本文根据Fairclough 的三维话语分析模型，从文本、话语实践和社会实践等层面分析秘鲁两大报纸（《商报》和《共和国报》）针对中国新冠疫情的报道所塑造的中国形象及其背后的意识形态因素。

首先，我们以高频实词、关键词和情态动词为考察对象，对两份报纸的语言呈现方式进行比较，揭示两份报纸所塑造的中国形象有何异同。其中，高频实词分为高频动词和高频名词，动词可以反映说话主体的思想、言语与行为；名词则反映说话主体关注的对象，两者皆可直接应用于说话主体形象的构建。我们以两份报纸的语料互为参照库，提取关键词，观察库中出现频率相对参照库较高的词称为正关键词，反映了说话主体高度关注的话题，映射说话主体的思想，通过关键词的分析，我们可以看出两种意识形态的报纸，在构建中国形象的过程中，在关注焦点上是否有异同。情态动词是说话者意愿与情绪的外化符号，通过情态动词使用的分析，可以建构说话主体对其所说命题的态度，在新闻语篇中，情态动词的使用可以是操控者的一种语言策略，传递其隐含的意识形态和政治意图。我们还随机提取并分析包含高频词的索引行，进一步分析秘鲁两大报纸中的中国形象。

接下来，我们对两份报纸中的话语实践进行分析，分析文本中的信息来源和转述方式，阐释文本的生成、传播和接受过程。

最后，我们从社会实践的角度分析两份报纸的语料，探讨其背后的社会文化因素，揭示中国形象构建背后的意识形态因素。

4. 结果与讨论

本章我们将按照Fairclough (1992)三维分析模型，从文本分析、话语实践和社会实践三个角度对秘鲁主流媒体中的中国国家形象进行分析。

4.1. 秘鲁两大报纸针对中国新冠疫情报道的文本分析

在文本分析层面，我们将提取报道中所使用的高频动词、高频名词、关键词和情态动词并分析高频词索引行来对秘鲁主流媒体中所体现的中国形象进行微观层面的分析。

4.1.1. 高频动词与中国形象

我们应用AntConc 4.0.3 分别制作了秘鲁两大报纸（《商报》和《共和国报》）的词表，并选取前20位的高频动词进行分析，具体情况如表2所示。

表2:《商报》和《共和国报》有关Covid-19 报道中位居前20位的高频动词表

序号	《商报》 <i>El Comercio</i>			《共和国报》 <i>La República</i>		
	高频动词	频次	频率 (%) 每百词	高频动词	频次	频率 (%) 每百词
1	es	269	0.81	es	824	0.543
2	está	56	0.169	fue	272	0.179
3	son	49	0.148	está	228	0.15
4	fue	45	0.135	ser	217	0.143
5	ser	39	0.117	hay	188	0.124
6	están	38	0.114	son	185	0.122
7	hay	30	0.09	dijo	182	0.12
8	tiene	28	0.084	están	147	0.097
9	dijo	27	0.081	tiene	125	0.082
10	había	21	0.063	había	111	0.073
11	hace	21	0.063	fueron	102	0.067
12	estar	20	0.06	hace	85	0.056
13	hacer	20	0.06	indicó	85	0.056
14	evitar	19	0.057	anunció	82	0.054
15	tienen	19	0.057	era	80	0.053
16	estamos	18	0.054	informó	75	0.049
17	haber	18	0.054	señaló	74	0.049
18	señaló	18	0.054	estamos	70	0.046
19	anunció	16	0.048	aseguró	68	0.045
20	habían	16	0.048	evitar	65	0.043

由上表可知，两家报纸前三位的高频动词都是西班牙语中的系动词ser（是）和 estar（在、存在）不同人称、不同时态的变位，其中es（ser 陈述式现在时第三人称单数变位）和está（estar陈述式现在时第三人称单数变

位) 是两家报纸共同使用的高频动词。通过查找索引行, 我们发现: 1) 两家报纸中, **es** 的主语多为 **el virus** (病毒)、**la coronavirus** (新冠病毒)、**China** (中国)、**el mercado de Wuhan** (武汉市场)、**Wuhan** 等, 可见在疫情爆发之初, 媒体最为关心的话题是我们面对的病毒到底是什么, 有何特性。而中国、武汉作为最初记录病毒的地方, 自然成为媒体追逐的焦点。2) 值得注意的是, 通过查找索引行, 我们发现 **es** 在《商报》中的主语更为多样, 除了上述提到的这些单词, 还有 **2020**、**SARS**、**el problema actual** (现在的问题)、**el peor de los casos** (最糟的情况)、**el sistema innato** (自然免疫) 等, 而在《共和国报》中 **es** 的主语更多是 **la vacuna** (疫苗), 与其搭配的形容词多为: **segura** (安全的)、**eficaz** (有效的)、**bastante eficaz** (相当有效) 等、定语从句为 **que funciona** (有用的)。3) 两家报纸对于中国的态度都是友好的、积极的。《商报》(2020年1月30日) 援引了世卫组织总干事谭德塞的话: “**Es el momento de solidaridad, no del estigma hacia China.**” (现在是团结的时刻, 而不应对中国污名化。)) 《共和国报》(2020年3月15日) 报道了中国武汉9名医生携带31吨抗疫物资驰援意大利时, 援引了意大利外长路易吉·迪马约 (Luigi Di Maio) 的话: “**Esto es lo que llamamos solidaridad y estoy seguro de que llegará más. No estamos solos. Hay personas en el mundo que quieren ayudar a Italia.**” (我们把这称之为团结, 我相信 (更多的帮助) 将会来到。我们并不孤独。世界上还是有人愿意帮助意大利。))

在 **está** 的使用方面, 两家报纸也呈现了不同的特点。通过分析索引行, 我们发现: 1) 《商报》使用更丰富的主语来搭配 **está**, 如 **la economía global** (世界经济)、**el sistema inmune adquirido** (获得性免疫)、**el sistema innato** (自然免疫)、**la coronavirus** (冠状病毒)、**el virus** (病毒)、**la pandemia** (疫情)。而《共和国报》则更多聚焦于 **China** (中国)。我们来看以下例句:

例1: **China está en un momento clave para prevenir y controlar el brote de coronavirus.** (2020年1月26日) (现在中国处于预防和控制疫情爆发的关键时间点。)

例2: **Asimismo, añadió que China está dispuesta a compartir lo aprendido con el resto del mundo.** (2020年3月15日) (与此同时, 他²⁰还补充说中国愿意与全世界分享自己的 (抗疫) 经验。)

例3: **Martín Vizcarra anuncia que China está dispuesta a coordinar para luchar contra el COVID-19.** (2020年3月31日) (马丁·比斯卡拉²¹说中国愿意与秘鲁协同抗疫。)

例4: **Esto representa una novedad en China, que está en una carrera global para desarrollar vacunas rentables para frenar la pandemia de COVID-19.** (2020年8月23日) (这代表了中国一项新的举措, 正和全世界一起开发一款能够有效抑制新冠疫情蔓延的疫苗。)

例5: **China está en el punto de mira de varios países occidentales, empezando por Estados Unidos, que la acusan de haber reaccionado demasiado tarde tras el descubrimiento del nuevo coronavirus en la ciudad china de Wuhan (centro) en diciembre del 2019.** (2020年9月7日) (现在好几个西方国家对中国虎视眈眈, 以美国为首, 指责中国2019年12月在武汉发现新型冠状病毒后反应太慢。)

例6: **China está trabajando duramente en las tareas de prevención de la COVID-19, pero todavía está superando dificultades para acelerar los preparativos.** (2021年1月9日) (中国正努力开展新型冠状病毒的预防工作, 还需要克服困难加速准备工作的完成。)

例7: **China está dispuesta a colaborar estrechamente con la OMS y los expertos internacionales para hacer una aportación en este ámbito.** (2021年1月11日) (中方愿与世卫组织和国际专家密切合作, 在这方面作出贡献。)

从 **está** 的使用与搭配来看, 《商报》更多关注与疾病相关的主题, 如病毒、疫情以及疫情对于世界经济的影响, 而《共和国报》则更多关注中国, 中国如何抗疫, 如何与秘鲁进行合作, 在世界范围内的处境等。

4.1.2. 高频名词与中国形象

我们依据《商报》和《共和国报》的词表, 选取位居前20位的高频名词进行分析。具体情况如表3所示。

表3: 《商报》和《共和国报》有关Covid-19报道中位居前20位的高频名词表

	《商报》 <i>El Comercio</i>			《共和国报》 <i>La República</i>		
序号	高频名词	频次	频率 (%) 每百词	高频名词	频次	频率 (%) 每百词
1	China	277	0.834	China	1440	0.949
2	comercio	225	0.677	coronavirus	910	0.599
3	coronavirus	115	0.346	covid	596	0.393
4	virus	102	0.307	Perú	590	0.389
5	países	89	0.268	Wuhan	526	0.347
6	pandemia	82	0.247	vacuna	440	0.29
7	casos	76	0.229	virus	418	0.275
8	grupo	76	0.229	salud	415	0.273
9	país	76	0.229	país	379	0.25
10	mundo	74	0.223	república	347	0.229
11	Wuhan	74	0.223	personas	337	0.222
12	derechos	67	0.202	derechos	331	0.218
13	salud	58	0.175	casos	294	0.194
14	covid	56	0.169	pandemia	290	0.191

²⁰ 根据报道, 此处指中国驻意大利大使李瑞宇。

²¹ 秘鲁前总统 (2018年3月23日至2020年11月9日在任)。

	《商报》 <i>El Comercio</i>			《共和国报》 <i>La República</i>		
15	millones	56	0.169	millones	261	0.172
16	personas	55	0.166	ciudad	247	0.163
17	vacuna	55	0.166	vacunas	236	0.155
18	ciudad	54	0.163	países	228	0.15
19	estados	51	0.154	dosis	223	0.147
20	gobierno	48	0.145	mundo	218	0.144

由上表可知，秘鲁两大报纸（《商报》和《共和国报》）均高频使用了China（中国）、coronavirus（冠状病毒）、covid、virus（病毒）、vacuna（疫苗）、salud（健康）等名词，可见在疫情报道中，这些名词无可避免，而且两家报纸前20位的高频名词多有重叠。但与此同时，我们也发现《商报》的高频名词表中，分列第19和20位的estados (州)和gobierno (政府)在《共和国报》的列表中并未出现，而《共和国报》列表中位列第19位的dosis（剂量）也未在《商报》的列表中出现。在搜索相应索引行之后，我们发现，estados 这个单词无一例外与unidos（联合的）这个形容词并列出现，而西班牙语中，Estados Unidos即指“美国”。我们随机提取了以下例句：

例8: Acosada por muchos otros riesgos, incluida la guerra comercial aún sin resolver entre **Estados Unidos y China**, la economía global no está en una buena posición como para lidiar con un impacto prolongado, dijo Georgieva en el blog del organismo. (2020年2月20日)（格奥尔基耶娃²²在该机构²³的博客上表示，受到许多其他风险的困扰，包括美国和中国之间悬而未决的贸易战，全球经济无法应对长期冲击。）

例9: Los países del este de Asia han logrado controlar la pandemia del COVID-19 mejor que **Estados Unidos y Europa**, pese a que el brote comenzó en China, país con el que la región tiene un intenso intercambio comercial y de viajeros. **Estados Unidos y Europa** deben aprender lo antes posible acerca de los métodos del este de Asia. Eso podría salvar numerosas vidas. (2020年4月12日)（东亚国家在控制COVID-19疫情方面比美国和欧洲做得更好，尽管疫情最初爆发于中国，而东亚地区与中国有着密切的贸易和人员往来。美国和欧洲应尽快学习东亚的方法，这可能会挽救无数生命。）

例10: A esto se suma que la población del este de Asia es más consciente de las precauciones necesarias. El uso de mascarillas es común, al menos desde el SARS. Las autoridades occidentales, en cambio, le dijeron a la gente que no las usara, en parte para reservar a los trabajadores sanitarios el limitado suministro, y en parte porque los funcionarios subestimaron su eficacia para reducir nuevos contagios. Además, el alcohol en gel, mantener más distancia entre las personas y saludarse sin apretón de manos son elementos cotidianos en el este asiático. Finalmente, las autoridades del este de Asia incrementaron drásticamente la búsqueda de síntomas en transeúntes en áreas públicas, oficinas y otros sitios concurridos. En muchas empresas es común tomar la temperatura a todos los trabajadores al entrar. También se controla la temperatura en nodos de tránsito como aeropuertos y estaciones de tren. Esta práctica todavía es casi inexistente en **Estados Unidos y Europa**. (2020年4月12日)（另外，东亚国家的民众更有意识的采取各类防范措施。自从SARS以来，戴口罩就十分普遍。而西方国家的政府却告诉民众不要佩戴口罩，一方面，他们要为医护人员储备本来就供应不足的口罩，而另一方面，他们根本不相信口罩可以有效的减缓感染。另外，在东亚，使用酒精凝胶、保持社交距离、见面不握手也是日常习惯。最后，东亚各国政府严格进行公共场所、办公室及人群密集地区的症状筛查。在很多公司，所有人员进出都需要测量体温。在机场、火车站等人员密集之地，也进行体温测量。这些措施在美国和欧洲几乎不存在。）

例11: China desbancará a **Estados Unidos** en la cúspide global en la próxima década, según los cálculos más conservadores, y a Washington le urge retrasar lo inexorable con campañas diplomáticas, económicas y militares. (2020年11月14日)（根据最保守的计算，中国将在未来十年取代美国登上世界之巅，华盛顿迫切需要通过外交、经济和军事行动来推迟这一势不可挡的局面。）

从上述例句可见《商报》对于中国乃至东亚各国的抗疫措施表示欣赏与赞誉，不仅详细介绍了抗疫举措，并且呼吁美国及欧洲学习东亚的抗疫经验，以拯救苍生。同时也十分关注中美贸易摩擦，以及在后疫情时代，全球经济走向，认为中国一定会取代美国，一针见血的指出目前的中美摩擦及争议是美国迫切挽回颓势之举。

《商报》使用的另外一个高频名词gobierno（政府）出现了48次，我们搜索了其所有索引行，发现其搭配的形容词均为国家，因此我们制作了下表4：

表4：《商报》中高频名词gobierno所涉及的国家

地区	搭配的形容词或短语	频次
亚洲	chino /de China（中国）	18
	de Wuhan（武汉）	2
	de Corea del Sur（韩国）	1
	de Corea del Norte（朝鲜）	2
	indio（印度）	1

²² 国际货币基金组织总裁，塔利娜·格奥尔基耶娃（Kristalina Georgieva）。

²³ 指国际货币基金组织。

地区	搭配的形容词或短语	频次
美洲	estadounidense/de Estados Unidos (美国)	10
	peronista (阿根廷)	1
	peruano (秘鲁)	6
	de Costa Rica (哥斯达黎加)	1
欧洲	alemán (德国)	2
	portugués (葡萄牙)	1
	del país nórdico (北方国家, 此处指冰岛)	1
	cualquier/el (泛指任何政府)	2
总计		48

由上表可知,《商报》十分关注世界各国政府的抗疫措施,尤其关注中国与美国。其中中国政府被提及18次,武汉政府2次,美国政府被提及10次,而其本国政府仅被提及6次。我们随机提取一些例句,看其如何塑造中国形象:

例12: Mientras la ciudadanía toma todas sus precauciones, **el Gobierno Chino** continúa trabajando contra el reloj para evitar más contagios. (2020年1月26日) (在全体民众采取一切预防措施的同时,中国政府继续争分夺秒地防止进一步传染。)

例13: Virrueta²⁴ se muestra confiado del accionar de las autoridades políticas y sanitarias del gigante asiático. “Estamos hablando de un **gobierno** que enfrentó otra crisis de una enfermedad respiratoria, el SARS.” (2020年1月30日) (皮鲁埃塔对于中国政府和卫生部门的举措非常有信心,“我们在说一个曾经面对SARS,另一个流行性呼吸疾病的政府。”) (2020年1月30日)

例14: Algunos de ellos, a último minuto, no pudieron viajar a China, añadió el experto etíope, quien durante más de un año había elogiado al **Gobierno Chino** por su colaboración en la pandemia. (2021年1月6日) (他们中的一些人,到最后一刻,无法前往中国,这位埃塞俄比亚专家²⁵说道,他在一年多的时间内,一直在赞扬中国政府在疫情中的合作精神。)

例15: La ciudad industrial no había reportado contagios locales desde mediados de mayo del año pasado, gracias a la intensa campaña del **Gobierno Chino** que mitigó la pandemia a través de rápidas y estrictas cuarentenas y pruebas masivas para aislar a las personas infectadas. (2021年8月4日) (这个工业城市(武汉)自去年五月中旬开始就没有报告过本地确诊病例,这要归功于中国政府快速而严格的隔离措施以及大规模的核酸检测以隔离感染人员。)

由以上例句可知,《商报》对于中国政府的抗疫举措十分肯定,塑造了敢于担当、乐于合作、行动力极强的中国政府形象。

4.1.3. 关键词与中国形象

关键词是指“与参照库相比,出现频率远超常态的词汇。”²⁶。关键词是研究文本内容和文本语言特征差异的重要手段,关键词分析能帮助探究话语轨迹从而更好地理解话语的特征。在关键词研究中,需要建立“观察语料库”和“参照语料库”,与参照库相比,在观察库中出现频率显著偏高的词称为正关键词,体现说话主题高度关注的话题,是其关注焦点的突出反映。我们以秘鲁两大报纸(《商报》和《共和国报》)的语料内容互为观察库与参照库,制作了相应的关键词表,如表5所示。

表5:《商报》和《共和国报》关键词表

序号	El Comercio 《商报》 关键词表		La República 《共和国报》 关键词表	
	以La República为参照		以El Comercio为参照	
	关键词	关键性	关键词	关键性
1	el comercio	216.487	Perú	233.92
2	grupo	89.977	república	127.206
3	ayer	56.333	republica	111.703
4	el	42.749	covid	46.393
5	corea	33.625	coronavirus	35.611
6	coincide	31.297	Pekín	33.604

²⁴ 此处指一位在华中科技大学攻读硕士的秘鲁留学生Christian Virrueta Montalvo。

²⁵ 此处指世卫组织总干事谭德塞。

²⁶ Scott & Tribble, 2006.

7	articulistas	30.915	foto	26.918
8	norcoreanos	30.915	video	26.126
9	respeta	30.915	dosis	25.812
10	es	30.421	laboratorio	25.394

从上表中我们可以观察到，在《商报》中，“corea”“norcoreanos（朝鲜人）”“incertidumbre（不确定性）”“interés（利益）”等词的关键性都较高，而《共和国报》中，“Perú（秘鲁）”“dosis（剂量）”“laboratorio（实验室）”等词的关键性较高。在西班牙语中，Corea del Sur 指“韩国”，而Corea del Norte 指“朝鲜”，通过搜索索引行，我们发现《商报》十分关注东亚各国的疫情确诊人数和死亡人数，在多篇报道中，连续跟踪韩国、朝鲜、新加坡、日本等国的疫情发展情况以及采取的措施。“incertidumbre（不确定性）”大致应用在两方面的语境中，一方面指疫情本身的“不确定性”，另一方面指疫情导致的全球贸易与经济走向的“不确定性”。与“interés（利益）”搭配的形容词多为“común（共同的）”，“público（公共的）”，这表示了《商报》面对疫情的态度，认为应该搁置争议，寻求共同、公共利益。与《商报》相比，《共和国报》更关注秘鲁本国内部的局势，并且聚焦在疫情的解决方案——疫苗。在多篇报道中，都详细报道了疫苗的研发过程，各个品牌疫苗的异同，各个制药公司送达秘鲁的疫苗数量等。

通过对以上关键词的比较，我们可以观察到《商报》比较关注全球各国疫情的发展情况及其采取的策略，而且对于疫情之下的全球政治、经济的走势较为重视。而《共和国报》则关注于秘鲁本身的民生福祉。从关键词角度分析，两份报纸都以客观中立的视角塑造了中国形象。

4.1.4. 情态动词应用与中国形象

Lyons²⁷ 认为情态动词表现了说话者对句子中表达的命题或命题所描述的情况的观点或态度。Palmer²⁸ 认为情态动词是说话者主观意见或态度的语法化。根据情态强度划分²⁹，西班牙语中的情态动词可分为高量值情态动词，如tener que, deber陈述式现在时/过去时变位（tiene que³⁰, debe等）；中量值情态动词，如tener que, deber 陈述式条件时变位（tendría que, debería等）；低量值情态动词，如poder 陈述式变位（puede, podría等）。高量值情态动词一般显示说话者的主观取向和决心，传达强硬的态度，低量值情态动词语气委婉，礼貌亲切，意在拉近与听话人之间的距离，而中量值情态动词则表现了中庸之道，不卑不亢，即对说话人施加一定的压力又不失礼貌亲切。

我们分析了秘鲁两大报纸（《商报》和《共和国报》）中情态动词的应用，请见下表6。

表6: 《商报》和《共和国报》中情态动词统计表

	El Comercio 《商报》			La República 《共和国报》		
	情态动词	频次	频率(%) 每百词	情态动词	频次	频率(%) 每百词
低量值	podría	27	0.081	puede	109	0.072
	puede	23	0.069	podría	94	0.062
	poder	19	0.057	pueden	65	0.043
	pueden	17	0.051	poder	35	0.023
	puedes	6	0.018	pudo	32	0.021
	podríamos	4	0.012	pueda	26	0.017
	podía	4	0.012	podrían	23	0.015
	podrá	2	0.006	puedan	18	0.012
	podrán	2	0.006	podemos	15	0.01
	pueda	2	0.006	podrá	14	0.009
	puedan	2	0.006	podrán	13	0.009
				podía	13	0.009
				puedes	13	0.009
				puedo	13	0.009
中量值	小计	108	0.324	podieron	12	0.008
	debería	6	0.018		495	0.328
	deberíamos	2	0.006	debería	17	0.011
	deberían	4	0.012	deberían	11	0.007

²⁷ Lyons, 1977.

²⁸ Palmer, 2001.

²⁹ Halliday & Matthiessen, 2008.

³⁰ 西班牙语中动词要依据不同时态与人称进行变位，此处仅以现在时第三人称单数举例。

	小计	12	0.036		28	0.018
高量值	debe	10	0.03	debe	51	0.034
	deberá	5	0.015	debemos	11	0.007
	deberán	3	0.009	deberán	9	0.006
	debemos	4	0.012	tuvo que	9	0.006
	deben	4	0.012	tiene que	4	0.003
	tendrán que	2	0.006	tienen que	4	0.003
	tiene que	2	0.006			
	小计	30	0.09		88	0.059
	总计	150	0.45		611	0.405

从上表中我们看到两份报纸使用情态动词的频率十分相近,《商报》为每百词0.45次,《共和国报》为每百词0.405次。而两份报纸使用低量值情态动词的频次与频率均远远高于其他两类情态动词,《商报》的应用频次为108次,频率为每百词0.324次,而《共和国报》的应用频次为495次,频率为每百词0.328次,与《商报》接近。使用低量值情态动词说明两份报纸在表达意愿和决心方面趋于委婉,这也是情有可原的,在疫情压境之下,秘鲁社会和民众都承受着巨大的精神和物质双重压力,感染人数节节攀升,人均死亡率全球首位³¹。在这样一触即发的态势之下,媒体也只能以委婉协商的口气与民众交流。

为了更好的研究两份报纸情态动词的使用与中国形象构建之间的关系,我们在上表基础上,以China为主语,又进行了二次搜索,结果如下表7所示。

表7:《商报》和《共和国报》中以China为主语的情态动词统计表

	El Comercio 《商报》		La República 《共和国报》	
	情态动词	频次	情态动词	频次
低量值	podría	2	podría	5
中量值			debe	2
			deberá	1

从表7中我们看到两份报纸在以China为主语时,均未使用高量值情态动词,《商报》仅使用了2次低量值情态动词podría,《共和国报》使用了5次低量值情态动词podría,2次中量值情态动词debe,以及1次deber的将来时变位deberá。我们来看一些例句:

例16: Si eso parece impensable, vale la pena recordar que los últimos años han traído eventos que pocos anticiparon. ¿Quién predijo, por ejemplo, que un magnate inmobiliario estadounidense se enfrentaría a un príncipe chino en una rivalidad de superpotencias que sacudiría el planeta, o que China **podría** reemplazar a Estados Unidos como un defensor de la globalización? (《商报》, 2020年2月23日) (如果这让人觉得不可思议,那么我们应该想一想最近几年发生了哪些令人无法预料的事情。比如,谁又能料想到一个美国的房地产大亨会和一位中国王子对峙,引发撼动世界的超级大国之间的竞争,抑或中国可能取代美国成为全球化的拥护者?)

例17: Horas después, Trump insistió en que China **podría** haber detenido el coronavirus antes de que se expandiera por el mundo y reveló que su gobierno está llevando a cabo “investigaciones serias” sobre lo sucedido. (《商报》, 2020年4月28日) (几个小时之后,特朗普坚持认为中国应该在疫情扩散到全球之前就遏制住新冠病毒,并且表示其政府正在“严肃调查”本次事件。)

例18: En China, se está saliendo más rápido de la crisis, al menos la peor parte. China **podría** tener ventaja por una recuperación económica pronta. (《共和国报》, 2020年4月2日) (中国正更快地从危机中脱身,至少已经不是最坏的情况了。中国有可能从快速的经济恢复中获益。)

例19: China **podría** tener una vacuna para uso de los trabajadores sanitarios en una “situación de emergencia” por el nuevo coronavirus el próximo septiembre. (《共和国报》, 2020年4月24日) (9月,中国可能有一种疫苗供卫生工作者在新型冠状病毒“紧急情况”下使用。)

例20: Este próximo 18 de enero, el Gobierno de China **deberá** brindar los resultados en cuanto a la cifra de crecimiento anual del 2020. (《共和国报》, 2021年1月15日) (即将到来的1月18日,中国政府必须提供有关2020年年度增长数据的报告。)

例21: “Exigimos indemnizaciones del Partido Comunista de China. China **debe** pagar”, declaró Trump al intervenir en una convención republicana en la ciudad de Greenville, en el estado de Carolina del Norte. (《共和国报》, 2021年6月6日) (我们要求中国共产党赔偿。中国必须付出代价。”特朗普在北卡罗来纳州格林维尔市举行的共和党大会上发表讲话时宣称。)

由上述例句我们可以观察到,《商报》和《共和国报》在以China为主语时,均未使用高量值情态动词,也就是说均未表达强硬决绝的态度,《商报》只使用了两次低量值情态动词podría,一次表达了自己对于中美博

³¹ 《新京报》2021年1月6日报道。<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1701361917104109743&wfr=spider&for=pc>

弈结果的猜测，即中国有可能取代美国，成为全球化的拥护者，一次援引了时任美国总统特朗普的话。《共和国报》也援引了特朗普的话，使用了中量值情态动词**debe**，另一次使用是关注中国的经济发展指数，因为2020年1月18日，是中国国家统计局发布经济发展数据的日子。使用低量值情态动词**podría**的语境皆为猜测，一是猜测中国相关疫苗何时会研发出来，一是猜测中国经济复苏前景良好。综上，通过研究分析《商报》和《共和国报》以**China**为主语的情态动词使用情况，我们可以看到，两份报纸均对中国采取积极友好的态度，看好中国的发展前景，相信中国阻击疫情的能力。

4.1.5. 高频词索引行分析与中国形象

我们以**tiene** (有)、**dijo** (说)、**había** (存在，助动词构成复合时态)、**estamos** (我们在)等高频动词为检索项，随机提取《商报》和《共和国报》的相关索引行，进一步探讨中国形象的构建。具体情况请见下表8和表9。

表8:《商报》部分高频动词的索引行

1	El actual coronavirus es el séptimo miembro de esta familia,	tiene	un período de incubación de 1 a 14 días y se contagia de persona a persona, incluso antes de presentar síntomas.
当前的冠状病毒是该家族的第七个成员，它的潜伏期为 1 至 14 天，甚至在出现症状之前就已在于人与人之间传播。			
2	pese a que el brote comenzó en China, país con el que la región	tiene	un intenso intercambio comercial y de viajeros.
尽管疫情始于中国，本地区与其有着密切的贸易和人员往来。			
3	Virrueta también manifestó que, entre ellos, nadie	tiene	la idea de abandonar Wuhan.
皮鲁埃塔 ³² 同时表示，他们中无人想离开武汉。			
4	“Debido a que no han realizado las reformas solicitadas y muy necesarias, terminaremos nuestra relación con la Organización Mundial de la Salud y rediregiremos esos fondos a otras necesidades de salud pública mundial urgentes y globales”,	dijo	Trump a la prensa.
“因为他们没有进行必要而急需的改革，我们将终止与世界卫生组织的关系，并将这些资金重新用于其他紧急的全球公共卫生需求。”特朗普告诉记者。			
5	Fernando Mejía, médico investigador que ha participado en los ensayos clínicos de Sinopharm en el Perú, le	dijo	a este Diario que los efectos adversos [de la vacuna] han sido pocos.
费尔南多·梅希亚，医学研究人员，曾参加国药集团在秘鲁的临床试验，告诉本报（疫苗）的副作用很小。			
6	El director de la SNI ³³	dijo	que algunos de los principales productos de exportación pesquera no tradicional, como los langostinos y jureles, también se perjudicarían.
（秘鲁）国家工业协会会长表示，一些主要的非传统渔业出口产品，如对虾和竹荚鱼，也将受到影响。			
7	Washington	había	acusado al Instituto de Virología de Wuhan, que dirige las investigaciones sobre patógenos muy peligrosos, de haber dejado escapar el SARS-CoV-2, voluntariamente o no.
华盛顿指责武汉病毒研究所——该研究所领导对极危险病原体的研究，导致SARS-CoV-2 泄漏，无论是有意还是无意。			
8	Impuso el confinamiento cuando apenas	había	seis casos confirmados de contagio en el país, prohibió la entrada de extranjeros y obligó a los neozelandeses que regresaban al país a aislarse por catorce días.
（新西兰总理）在该国只有6例确诊病例时就实施了封锁隔离，禁止外国人入境，并迫使返回该国的新西兰人自我隔离14天。			
9	Cuando el 23 de enero se puso en cuarentena la ciudad de Wuhan, ya	había	375 casos confirmados en la provincia de Hubei (a la que pertenece Wuhan) y probablemente muchos más casos sin confirmar (síntomáticos a los que no se les hizo el test o asintomáticos).
当1月23日武汉封城后，湖北省（武汉所属）已有375例确诊病例，可能还有更多未确诊病例（有症状但未检测或无症状）。			

³² 此人与注释24中的秘鲁留学生为同一人，当时武汉封城，秘鲁共有7名留学生滞留华中科技大学。

³³ SNI, Sociedad Nacional de Industrias, 国家工业协会

10	Por nuestra seguridad	estamos	pasando los días en nuestras habitaciones.
为了确保我们自身安全，我们现在自己房间隔离。			
11	Lo que	estamos	viendo es que encontramos una presencia creciente de servicios y de bienes de alta tecnología de origen chino en nuestro entorno.
我们所看到的是，在我们的环境中越来越多地出现源自中国的高科技产品和服务。			
12	Pero por más grave que sea el asunto en el Viejo Continente,	estamos	ante países con excelentes sistemas de salud.
但无论旧大陆的问题有多严重，他们都是卫生系统及其完善的国家。			

表9: 《共和国报》部分高频动词的索引行

1	Todos los datos disponibles sugieren que el SARS-CoV-2	tiene	un origen animal, y probablemente en el murciélago, y “no es un virus creado en laboratorio”, aclara la OMS.
所有可用数据表明，SARS-CoV-2 起源于动物，可能来自蝙蝠，“它不是实验室制造的病毒”，世卫组织澄清道。			
2	Lo importante es que la gente ya	tiene	acceso a más servicios a un costo justo.
最重要的是人们已经可以一个正当的价格获得更多的服务。			
3	El Perú	tiene	un acuerdo para la compra de 38 millones de vacunas, una cifra menor considerando que el presidente de Sinopharm, Liu Jingzhen, dijo el mes pasado que están en condiciones de producir más de 1,000 millones de vacunas, solo este año, en todas sus plantas y que ya tienen pedidos de “docenas de países”.
秘鲁签署了购买 3800 万支疫苗的协议，这个数字比较小，因为国药集团总裁刘景珍上个月表示，仅今年一年，他们所有工厂就有能力生产超过 10 亿支疫苗，而且他们已经收到了来自“数十个国家”的订单。			
4	El presidente de Estados Unidos, Donald Trump,	dijo	este domingo estar “un poco enojado” por la actitud de China sobre la pandemia del coronavirus (COVID-19), y acusó una vez más a Pekín de escatimar información crucial sobre el brote.
美国总统唐纳德·特朗普周日表示，他对中国对于冠状病毒（COVID-19）大流行的态度“有点生气”，再次指责北京隐瞒有关疫情的重要信息。			
5	Zhao Lijian, portavoz del Ministerio de Relaciones Exteriores de China,	dijo	que el mundo debería prestar más atención a los esfuerzos de China para controlar el brote.
中国外交部新闻发言人赵立坚表示，世界应更加关注中国控制疫情的努力。			
6	Hace cinco días, la Academia de Ciencias Militares	dijo	que los científicos chinos habían “logrado un gran avance en el estudio de los nuevos anticuerpos contra el coronavirus”.
五天前，军事科学院表示，中国科学家“在研究新型冠状病毒抗体方面取得了突破”。			
7	“Más de 10 millones fueron analizados en dos semanas, no	había	ejemplo en el mundo para eso.”
（Hu Ke ³⁴ ）说：“在两周内超过1千万人接受了检测，这在世界上还未有先例。”			
8	La anterior	había	sido en enero, durante los festejos del Año Nuevo lunar en los que el país se vio obligado a permanecer encerrado en sus casas puesto que coincidió con los primeros compases de la pandemia de coronavirus.
上一次节日是在 1 月，正值中国农历新年，由于恰逢新冠病毒大流行，大家都被迫留在家中。			
9	Una mujer denunció a las autoridades sanitarias de la Shangrao, al extremo este de ese país, por matar a su perro mientras ella	había	sido enviada a un hotel a pasar su cuarentena tras haber dado positivo a COVID-19.
一名妇女向位于中国东部的上饶卫生当局报告，她的狗，在其 COVID-19 检测阳性被送往酒店隔离期间被杀死。			

³⁴ 一名接受埃菲社采访的武汉肺科医生。他表示在武汉解封之前，政府在两周内给所有武汉市民（超过1千万）进行了核酸检测。

10	“Nos ha llegado ayer, de parte de la Embajada de China en Perú, la respuesta de la carta. El presidente nos dice que reconoce los esfuerzos que	estamos	haciendo y que pone su disposición para hacer la colaboración entre lo que podamos conciliar entre países”, mencionó aquella vez el mandatario.
“昨天从中国大使馆寄来了习主席的回信，他表示承认我们正在做出的努力，并愿意与我们进行国家之间的合作。”（秘鲁）总统 ³⁵ 当时说。			
11	Hoy en la mañana estuve con los especialistas viendo los índices de contagio y	estamos	decreciendo.
今天早上我 ³⁶ 和专家们在一起看染疫人数，数字正在减少。			
12	Ahora ya no	estamos	en una meseta, estamos en un franco descenso.
我们已经不在感染高峰期了，我们的（感染人数）正显著下降。			

Tiene (有)、dijo (说)、había (存在，助动词构成复合时态)、estamos (我们在)这些动词均是两份报纸中出现的高频动词。这些动词表示了一种状态、处境，也体现了信息的传递，我们认为通过分析检索这些动词使用时的前后搭配，可以很好的再现报纸对于疫情的态度，以及中国形象如何得以展示。通过交叉比对 **tiene** 在两份报纸中的使用情况，我们发现《商报》和《共和国报》在疫情之初，都比较关心病毒到底是什么，病毒从哪里来这些问题，随着疫情发展，《商报》较为关心与中国的经贸及人员往来是否受到影响，以及身在秘鲁的生活情况，《共和国报》则把视线投向了秘鲁本土民众的医疗及疫苗情况。在 **dijo** 的使用情况中，我们发现一个有趣的现象，即两份报纸都提到了时任美国总统特朗普，通过再次审视高频名词表，我们发现《商报》一共33次提到特朗普，每百词频率是0.099，而《共和国报》提到此人共128次，每百词频率是0.084，可见《商报》更关心当时的美国总统说了什么，毕竟他的一言一行可以深刻影响世界政治态势和经济走势。除了特朗普，《商报》还是比较关注秘鲁本国经济是否受到疫情影响，援引了本国药品研发人员和本国工业协会会长的话。而《共和国报》则报道了中国外交部赵立坚以及我国科学家的发言，塑造了积极抗疫、日以继夜研发疫苗的中国形象。在 **había** 的交叉比对过程中，我们发现《共和国报》报道了一条中国的好消息，即武汉在两周内，为超过1千万市民进行了核酸检测，这在世界上史无前例，但同时又报道了一名上饶妇女在被隔离期间，其宠物狗被防疫人员打死的事件。文章以冷静客观的笔调陈述了整个事件，也引用了微博网友的一些评论。通过比对 **estamos** 的使用情况，我们发现在两份报纸中，这个动词经常与疫情波动的数字相关，或者与防疫的努力（如居家隔离）相关，《商报》提到了中国的高科技产业，在这篇报道中，《商报》明确指出疫情将使得中国的高科技公司如阿里巴巴、华为等重新考虑投资方向，而拉丁美洲是一片蓝海，可以提供互利双赢的投资环境。综上，两份报纸对华态度友好，都承认中国为抗疫所做的努力与牺牲，展现了中国积极抗疫、勇于承担的大国形象。《商报》尤其关注中国与秘鲁的经贸往来，积极探索如何减少疫情期间的国际贸易损失，以及疫情之后如何更多吸引中国高科技产业的投资。《共和国报》在报道上饶宠物狗被打死事件时，也未过分渲染中国防疫人员的过失，只是以第三者视角客观报道。

4.2. 《商报》和《共和国报》的话语实践分析

Fairclough 认为语言使用是一种社会实践，与社会的方方面面有着辩证关系。其三维话语分析模式中，文本分析是在语言本体层面开展特征描述，而话语实践分析则是中间载体，将文本分析与社会实践分析串联起来。不同于文本分析的静态性，话语实践分析着重研究文本与话语的动态关系，即阐释话语如何生成、传播与接受。在这一阶段，互文性研究必不可少，它可以揭示权力主体如何通过语篇的相互吸收与转换来改变话语秩序，将意识形态与权力关系隐藏于新闻报道中³⁷。

而在互文性研究中，消息来源是一个重要组成部分。根据表2高频动词表，我们逐一检索了《商报》和《共和国报》与“表述”相关动词的主语，《商报》：**dijo**（说），**señaló**（指出），**anunció**（宣布）；《共和国报》：**dijo**（说），**indicó**（表明，指出），**anunció**（宣布），**informó**（通知），**señaló**（指出），**aseguró**（肯定）。通过人工搜索，我们发现主语可以分为政府高层、专家团队或个人、新闻媒体等六大类，每个大类又分为中方和外方两个小类，需要说明的是，这里的外方是指非中国的，因此秘鲁本国的政府或者专家发言都属于外方。另外西班牙语还有无人称句，这些都在下表10中有所标注。

由表10我们可以看到，无论是《商报》还是《共和国报》都使用了中性或偏积极的动词来表示“表述”这个意向，其中 **anunció**（宣布），**informó**（通知）都带有官方口气，**aseguró**（肯定）更是表达了一种十分肯定的语气，因此新闻报道显得客观、真实、具有权威性。

从新闻来源来看，两家报纸都是更多引用了“外方”政府高层的话语，当然其中很大一部分是其本国总统、卫生部长、外贸与旅游部长等政府高层的发言，其中多次提到与中国的合作，以及中国对于秘鲁及其他国家的援助。在专家观点方面，《商报》更多引用了外方观点，即其本国卫生专家及经济贸易方面的专家。《共和国报》则多次提到了钟南山、陈薇的团队。在新闻媒体方面，《商报》引用了一则李文亮医生生前工作的医院所发布的关于其去世的微博。《共和国报》引用的国外媒体主要为英美的，如BBC、CNN、The Sun、The Guardian、New York Times以及西班牙的EFE（埃菲社）。主要是引用美国、英国及其他欧洲国家领导人对于疫情的发言，中国媒体来源比较广泛如CCTV、People's Daily、Beijing Youth Daily、South China Morning Post、Global Times、The Paper、QQ 等。主要用来转引中国领导人发言、中国民众采访、中国各级卫健委

³⁵ 指时任秘鲁总统Martín Vizcarra。2018年3月23日-2020年11月9日在位。

³⁶ 此处指秘鲁首都利马市市长Jorge Muñoz。

³⁷ Bucholtz & Hall, 2005: 585-614.

的通报、中国疫苗研制的实时跟踪以及中国政府为拉动经济复苏的各项举措等。在官方机构方面，两家报纸都大量直接或间接引用OMS（世界卫生组织）的消息。在公司方面，《商报》未提及任何公司，而《共和国报》多次提到中国开发疫苗的几家公司Sinopharm、Sinovac、CanSino Biologics。在民众方面，我们注意到一个有趣的现象，《商报》不是太在意普通民众的想法，只提到了两次秘鲁留学生滞留武汉，用直接引语转述了他们的想法。而《共和国报》搜罗了一些在海外生活的中国人在疫情期间的遭遇，比如一个在加拿大学习的中国人，一个在新西兰从事色情行业中国女性等，也表现了在中国生活的各类普通人，如从事动物养殖业的Liu Tanqun，在武汉生活的Yan Cheng等，通过一个个小故事，让我们看到，历史的一片小小尘埃落在个人头上，就是一场大风暴。报道这些普通人的故事，其目的并不在于诋毁中国，更多的在于展现这场国际性的灾难对每个人的影响，媒体是从一种人文关怀的角度来记录这个瞬间，来展现中国百姓的隐忍、坚强，以及中国为抗疫所做出的巨大牺牲。综上，我们认为，通过对两家报纸新闻来源、转述方式的分析，其所塑造的中国形象是：1）积极应对疫情的勇者；2）无私援助各方的善者；3）迅速调动力量的强者；4）技术驱动创新的智者；5）维护世界秩序的仁者；6）推动经济复苏的能者。

表10:《商报》和《共和国报》消息来源频数分布表

《商报》中依据高频动词搜索的消息来源分布													
动词频数	消息来源	政府高层		专家团队或个人		新闻媒体		官方机构或代表		公司代表		普通民众	无人称
		中	外	中	外	中	外	中	外	中	外	中	外
dijo		3	10	0	4	0	0	1	8	0	0	0	1
señaló		2	3	0	4	1	0	0	7	0	0	0	1
anunció		2	5	0	1	0	0	2	5	0	0	0	0
总计		7	18	0	9	1	0	3	20	0	0	0	2
《共和国报》中依据高频动词搜索的消息来源分布													
动词频数	消息来源	政府高层		专家团队或个人		新闻媒体		官方机构或代表		公司代表		普通民众	无人称
		中	外	中	外	中	外	中	外	中	外	中	外
dijo		24	60	22	21	0	0	5	20	8	4	14	4
indicó		18	24	8	9	3	4	7	10	2	0	0	0
anunció		23	33	1	1	1	4	8	1	6	1	1	0
informó		17	13	4	3	10	15	2	4	5	0	0	0
señaló		14	12	10	11	1	3	5	10	2	1	4	1
aseguró		15	15	16	5	1	3	0	6	5	0	2	0
总计		111	157	61	50	16	29	27	51	28	6	21	5

4.3.《商报》和《共和国报》的社会实践分析

根据Fairclough 的三维话语分析框架，批评话语分析视域下的文本分析与话语实践分析都是为社会实践服务的，旨在揭示对话语生产和阐释过程产生影响的社会实践因素。也就是说，社会实践分析将话语置于更为宏观和广阔的社会背景中，探究其形成的底层逻辑。我们将从文化、经济、政治这三个社会结构的重要向度进行探究。

4.3.1. 文化向度

秘鲁是历史悠久的文明古国，是美洲三大古文明之一的印加文明的发祥地。据考证，印第安人不仅外貌上与中国十分相像，而且在心理特征和人类基因方面也与中国人相仿，因此容易互相接纳³⁸。在秘鲁莫切卡文化和安第斯山地文化的遗迹中有很多中国元素的体现，这正是秘鲁区别于其他拉美国家的优势所在。早在1849年，第一批中国移民就到达秘鲁，到目前为止，秘鲁是拉丁美洲拥有最大华人社群的国家，在西半球也位居第二。一代又一代的华工和华侨把中华民族的优秀传统、习俗和文化带到秘鲁。在秘鲁到处都有中餐馆，而中餐馆就叫“Chifa(吃饭)”，在利马就有3000多家。秘鲁人吃大米的习惯就是受中国人的影响。他们对炒饭、馄饨、春卷、葱、蒜、姜等的叫法，同中国人一样。绝大多数秘鲁人都爱吃中国饭，并且不少人自己会做 (Ibid, 94)。秘鲁前驻华大使哈罗德·佛塞斯认为，“秘鲁受到中国文化的影响难以计量。大约有8%或10%的秘鲁人有一个直系的中国祖先”，在秘鲁“大约有几百万人”有中国血统³⁹。因此，文化上的认同感和亲和力使得秘鲁两大报纸在报道有关中国问题的时候，倾向于保持客观、公正的态度，最大限度反映事件的原貌。在论及中美博弈时，《商

³⁸ 朱祥忠, 2017.
³⁹ 徐世澄, 2017.

报》毫不避讳的表现出对中国的喜好，认为中国经济一定会在短时间内复苏。当 Sinopharm 宣布疫苗研制成功时，《共和国报》立即发了一条新闻，说总统 Martín Vizcarra 已经与习主席通过电话，将尽一切努力使秘鲁成为第一批获得该疫苗的国家之一。这样的报道真实、有效，在秘鲁民众中塑造了一个正面积极的中国形象。

4.3.2. 经济向度

正如前文所述，中国与秘鲁的交往始于16世纪末、17世纪初。当时西班牙的马尼拉大帆船从西班牙南部港口塞维利亚出发，途径马尼拉，穿越浩瀚的太平洋，抵达墨西哥的阿卡普尔科 (Acapulco) 港口，其中一些帆船会南下抵达利马附近的卡亚俄 (Callao) 港。中国的丝绸和瓷器就是这样到达了秘鲁。

在拉美和加勒比地区，秘鲁一直是经济发展最具活力的国家之一。2008年中国与秘鲁建立战略伙伴关系，2010年中国同秘鲁签订了自由贸易协定，2013年两国关系提升为全面战略伙伴关系，2014年中秘又建立了经济合作战略对话机制，秘鲁成为拉美唯一一个与中国建立上述三种双边机制的国家。中国对于秘鲁的经济发展至关重要，中国是秘鲁全球第一大贸易伙伴、第一大出口市场和第一大进口来源国。2020年，虽然受到疫情影响，中国依然保持秘鲁第一大贸易伙伴地位，双边贸易额207.51亿美元，其中中方出口额96.36亿美元，同比下降1.5%，进口额111.15亿美元，同比下降18.2%⁴⁰。中国公司赴秘鲁投资，主要集中在铁矿开采、石油开发、农业机械出口、水利水电开发、医药保健品贸易、通信设施、粮油食品进出口等领域。仅在矿产领域，中国在秘鲁拥有34%的矿产投资，是最大投资国。如此巨大的经济利益的绑定，使得秘鲁媒体不会也不愿意破坏与中国良好的关系，不会像某些西方媒体那样肆意抹黑造谣，污名化中国。

4.3.3. 政治向度

1971年11月，秘鲁同我国建立外交关系，是南美洲第二个与中国建交的国家。新世纪以来，中拉关系跨越式发展，在此框架下，中秘关系欣欣向荣、一片大好。这样的外交关系是满足各自国家发展需要的。一方面，秘鲁自然资源丰富，能够为中国的经济发展提供初级产品和原材料。另一方面，秘鲁政治较为稳定，潜在消费市场巨大，是中国企业“走出去”的重要目的地。从长期发展的战略眼光来看，中国和平崛起，中国与世界的关系正在发生深刻的变革。2012年，温家宝总理在拉美经委会演讲时提出“中拉整体合作”的理念。在这样的大背景下，同为不结盟运动、太平洋经济合作理事会、亚太经合组织等多边国家组织的成员国，秘鲁扮演着非常重要的角色。与此同时，秘鲁国内的政治和经济生态也在发生悄悄的变化，对外政策更加积极、正面。历届政府秉持务实态度，强调外交为经济发展服务，大力实施外交关系多元化，把发展中秘关系作为一种战略选择。

综上，从文化、经济、政治三个维度来分析，秘鲁同中国在感情上源远流长，在经济上深度绑定，在政治上互相支持，其媒体对中国的报道就是其对华战略的一种话语实践，塑造了4.2中所提到的“六个者”的中国形象。

5. 结语

本文以秘鲁两大报纸《商报》和《共和国报》2020年1月23日至2021年12月1日的涉华疫情报道自建语料库为研究平台，依据Fairclough 的三维话语分析框架，分析了两大报纸的语言特征，揭示了其所构建的中国形象及其背后的社会文化因素。研究表明，两大报纸虽然意识形态不尽相同，但在涉华问题上，均能以客观、冷静、真实的第三方视角进行报道，其塑造的中国形象为：1) 积极应对疫情的勇者；2) 无私援助各方的善者；3) 迅速调动力量的强者；4) 技术驱动创新的智者；5) 维护世界秩序的仁者；6) 推动经济复苏的能者。这样的形象构建主要取决于秘鲁与中国在文化上的亲和性，秘鲁在经济上与中国深度绑定以及两国间的政治互信。本文拓宽了现有疫情下中国形象研究的国别边界，将眼光投向拉美，并且运用语料库技术，进行定性和定量研究。本质上本文是一种他塑形象研究，未来还可扩展至更多拉美国家，以期助力后疫情时代的中国国家形象建构研究。

Bibliografía

- Fairclough N. (1989). *Language and power*. Longman.
- Fairclough N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge University Press.
- Fairclough, N. & R. Wodak. Critical Discourse Analysis. In Van Dijk, T. A. (Ed.). (2011). *Discourse studies: A multidisciplinary introduction*. Sage.
- Dijk, T. A. V. (1988). *News as discourse*. University of Groningen.
- Scott, M., & Tribble, C. (2006). *Textual patterns: Key words and corpus analysis in language education* (Vol. 22). John Benjamins Publishing.
- Lyons, J. (1977). *Semantics* (Vol. 1). Cambridge University Press.
- Palmer, F. R. (2001). *Mood and modality*. Cambridge University Press.
- Halliday, M. A. K., & Matthiessen, C. M. (2008). *An introduction to functional grammar*. Foreign Language Teaching and Research.
- Press, Kotler P. (2001). *A framework for marketing management*. Prentice Hall.
- Bucholtz, M., & Hall, K. (2005). Identity and interaction: A sociocultural linguistic approach. *Discourse studies*, 7(4-5), 585-614.
- Kunczik, M. (2016). *Images of nations and international public relations*. Routledge.
- Juan Carlos Capuñay & Tang, Mingxin 汤铭新(ed.). (2017). *Antología para conmemorar el 45° aniversario del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre China y Perú: las dos civilizaciones milenarias*. Editorial de Ciencias Sociales de China.
- Cao, Wei 曹韦 & Zhao, Yuanyuan 赵媛媛. (2019). La imagen de China en los principales medios de comunicación de Argentina: un análisis crítico del discurso basado en la cobertura del XIX Congreso Nacional del

⁴⁰ 数据来源于中华人民共和国商务部网站。http://pe.mofcom.gov.cn/article/ztdy/202103/20210303042211.shtml

- Partido Comunista de China. *Periódico Escolar de la Universidad de Estudios Internacionales de Xi'an* (3), 37-42. doi:10.16362/j.cnki.cn61-1457/h.2019.03.008.
- Cheng, Manli 程曼丽. (2020). La difusión de la imagen nacional en la lucha contra la «epidemia». *Periodistas Chinos* (04), 87-90.
- Cheng, Manli 程曼丽. (2007). Medios de comunicación masiva y construcción de la imagen nacional. *Prensa Internacional* (3), 5-10.
- Fu, Yuhán 傅羽寒. (2020). La imagen de China en los medios principales de comunicación latinoamericanos: Caso de estudio de los reportajes sobre el 70° aniversario de la fundación de la República Popular China. *Noticias de Hoy* (12), 59-62.
- Gao, Jinping 高金萍 & Gao, Yuan 高媛. (2020). Estudio de la cobertura de los medios de comunicación alemanes sobre la pandemia del Covid-19 en China. *Comunicación Internacional* (05), 53-64.
- Hu, Kaibao 胡开宝 & Sheng, Dandan 盛丹丹. (2020). Estudio sobre la imagen corporativa de Huawei a través de la traducción al inglés del informe sobre el desarrollo sostenible. *Periódico Escolar de la Universidad de Estudios Internacionales de Shanghai* (6), 94-106.
- Hu, Kaibao 胡开宝 & Tian, Xujun 田绪军. (2018). Estudio sobre la imagen diplomática de China a través de la traducción al inglés del discurso diplomático chino basado en corpus. *Lenguas Extranjeras en China* (6), 79-88. doi:10.13564/j.cnki.issn.1672-9382.2018.06.012.
- Hu, Xiaobin 胡晓斌. (2021). Estudio comparativo de la construcción de la imagen nacional de China por los medios de comunicación chinos y estadounidenses bajo la pandemia del Covid-19: Análisis tridimensional del discurso basado en corpus. *Periódico Escolar de la Universidad de Estudios Internacionales de Tian Jin* (04), 74-86.
- Huang, Qiang 黄蔷. (2021). Sesgo discursivo hacia la imagen de China en los principales medios de comunicación estadounidenses: Caso de estudio de la cobertura de la epidemia del coronavirus. *Lenguas Extranjeras y Literatura* (4), 85-96.
- Jiang, Yi 江逸. (2021). Análisis crítico del discurso de noticias en inglés desde la perspectiva del modelo de análisis tridimensional de Fairclough: Caso de estudio de la cobertura de *New York Times* sobre la pandemia del Covid-19 en China. *Periódico Escolar de la Universidad de Zhao Tong* (03), 80-86.
- Jiang, Shuai 蒋帅. (2021). La imagen de China desde la perspectiva de la revista alemana *Der Spiegel*. *Periodistas Jóvenes* (18), 113-114. doi:10.15997/j.cnki.qnjz.2021.18.056.
- Li, Xing 李星 & Liu, Wei 刘巍. (2021). La imagen de China construida por el periódico francés *Le Monde* bajo la pandemia del Covid-19. *Estudios Franceses* (01), 101-112.
- Liu, Xiaoyan 刘小燕. (2002). Reflexiones sobre la imagen construida por los medios de comunicación. *Periodismo Internacional* (02), 61-66.
- Liu, Ying 刘颖. (2021). La imagen de China bajo la perspectiva de los medios de comunicación latinoamericanos: un análisis basado en la cobertura de vacunas de China. *Comunicaciones Internacionales* (7): 77-80.
- Ning, Zhenjiang 宁振江 & He, Xiaojing 何晓静. (2020). Análisis de la transitividad de los títulos de los reportajes relacionados con China en el diario español *El País* durante el periodo de la pandemia. *Periódico Escolar de la Universidad de Estudios Internacionales de Zhe Jiang* (6), 21-29.
- Xie, Li 谢莉 & Wang, Yinquan 王银泉. (2018). Estudio sobre la traducción del discurso político desde la perspectiva de la construcción de la imagen internacional de China. *Enseñanza de Lenguas Extranjeras* (05), 7-11. doi:10.16362/j.cnki.cn61-1023/h.2018.05.002.
- Xin, Bin 辛斌. (2005). *Lingüística Crítica: teoría y aplicaciones*. Editorial de Enseñanza de Lenguas Extranjeras de Shanghai.
- Xu, Shichen 徐世澄. 中国与秘鲁的文化交流横贯长空. Larga historia de intercambios culturales entre China y Perú. En Juan Carlos Capuñay & Tang, Mingxin 汤铭新 (ed.). (2017). *Antología para conmemorar el 45° aniversario del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre China y Perú: las dos civilizaciones milenarias*. Editorial de Ciencias Sociales de China.
- Xu, Xiaoge 徐小鸽. (1996). Imagen nacional en los medios de comunicación internacionales. *Periodismo y Comunicación* 3(2), 36-46.
- Yang, Huizhong 杨惠中. (2002). *Introducción a la lingüística de corpus*. Editorial de Enseñanza de Lenguas Extranjeras de Shanghai.
- Zhang, Ying 张颖 & Zhang, Liang 张亮. (2021). Hacia los reportajes relacionados con China en los periódicos principales latinoamericanos: características y sus implicaciones. *Comunicaciones Internacionales* (4), 51-64.
- Zhong, Haiyan 钟海燕. (2021). Estudio de la imagen de China construida por CNN. (TFG de la Universidad Normal de Guang Xi) <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFDTEMP&filename=1021616734.nh>.
- Zhu, Xiangzhong 朱祥忠. Estudio sobre las relaciones milenarias entre China y Perú. En Juan Carlos Capuñay & Tang, Mingxin 汤铭新 (ed.). (2017). *Antología para conmemorar el 45° aniversario del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre China y Perú: las dos civilizaciones milenarias*. Editorial de Ciencias Sociales de China.

