

# 非洲视野中的浙江形象

## ——基于与西方报道框架的对比研究

曾海芳

**摘要：**在中非关系升级的背景下，浙江以其与非洲国家之间经济、文化和学术的紧密联系成为中非交往的重要平台。文章采用内容分析的方法，对比研究了过去5年来非洲10家报纸和作为西方主流媒体代表的《纽约时报》对浙江的报道，以考察在浙江形象的建构上西方报道框架对非洲框架的影响。研究发现，浙江形象的建构离不开中国的语境。在对浙江的政治主题报道中，《纽约时报》通过框限和架构的引导对非洲媒体产生较大的影响；而在经济、社会和文化主题报道中，《纽约时报》对非洲媒体的影响较小，双方呈现出不同的报道框架。对此，在中非交流与合作由国家层面拓展到区域之间的当下，浙江省应当抓住非洲国际新闻报道的“时间差”掌握话语主动权，并扩大与非洲记者的民间外交，从而推动国家之间的良性交往。

**关键词：**非洲媒体；《纽约时报》；浙江形象；报道框架

**作者简介：**曾海芳，女，讲师，传播学博士。（浙江传媒学院 新闻与传播学院，浙江 杭州，310018）

**中图分类号：**G212

**文献标识码：**A

**文章编号：**1008-6552 (2017) 02-0030-08

全球化进程的推进增强了区域之间的合作，区域经济的发展受到越来越多的关注，区域形象更成为国家形象的重要组成部分和基础。<sup>[1]</sup>尤其随着 G20 杭州峰会的圆满落幕，浙江这一区域名片已走上世界舞台。近年来，在中非关系持续升温的背景下，浙江与非洲的合作不断加强，两个看似遥远的地方建立起了经济、文化和学术的紧密联系。一方面，非洲已成为浙江企业海外投资的主要目的地之一；另一方面，浙江义乌也成为许多非洲商人的第二故乡。<sup>①</sup>经贸往来的频繁推动了双方文化和学术的交流。自 2010 年以来，浙江出版、浙江影视剧和浙江文化节先后走进非洲，开启了非洲大陆了解浙江的文化窗口。学术层面，成立于 2007 年的浙江师范大学非洲研究院不仅是中国高校首个综合性、实体性的非洲研究院，更是服务国家非洲事务的舆论引导与公共外交中心。此外，2015 年 5 月和 12 月相继成立的浙江师范大学非洲体育研究中心和非洲影视研究中心，也为中非的体育交流和影视合作搭建了沟通的桥梁。由此可见，浙江已成为中国与非洲建立友好关系的重要平台，浙江在非洲的形象建构不仅关系着浙江省自身对外传播能力的建设，还对塑造中国在非洲的负责任大国形象具有重要的现实意义和战略意义。

既有的研究表明，媒体在反映现实、传播信息、设置议程进而促成舆论方面具有重要的作用。<sup>[2]</sup>新闻媒体以其“框架”的建构引导受众关注某个事件或事件的某一方面，并影响受众对具体符号的解读和思考。在国际层面，尽管全球化带来了多向的横向媒体流，但以美国为核心的西方媒体信息的传播仍然主导着“全球媒体流”的方向。<sup>[3]</sup>先进的通讯设备、发达的传播网络、成熟的制作经验以及商业化

**基金项目：**本文系浙江省哲学社会科学重点研究基地（传播与文化产业研究中心）课题“非洲的浙江镜像与浙江省对外传播策略研究”（15JDCB04YB）及浙江省社会科学界联合会研究课题“浙江在非洲的区域形象与影响力研究”（2016N48Y）的成果。

① 据义乌市出入境管理局统计，2015 年常驻义乌的非洲商人有三千多人，临时入境来义探亲、旅游、经商的有 8.11 万人次。

媒体的外壳和英语的通用优势,使得西方媒介产品在全球广受青睐,其携带的意识形态和价值观也由此影响着国际受众。因此,作为意义的形象塑造和传播也免不了受到西方框架的影响。事实上,西方媒介在设置中国的国家形象时充满了“固定的成见”<sup>[4]</sup>,尤其在中非关系上,西方政府与其媒体联手炮制了“新殖民主义论”、“掠夺能源论”、“漠视人权论”、“破坏环境论”<sup>[5]</sup>等多种破坏中国形象的论调。遗憾的是,非洲国家由于受西方殖民侵略的长期影响,其媒体也偏向西方的框架和立场,在报道中国时或引用西方的信源,或直接“拿来主义”刊登西方的报道成品。西方媒体既建构了非洲人对中国的认知结构,也建构了非洲人对中国的认知屏障。<sup>[6]</sup>而在西方媒体中,又以美国的媒体影响最为巨大,正如美国卡内基国际和平基金会的资深高级研究员、曾任美国《外交》杂志主编长达14年的莫伊西斯·纳伊姆博士所言:“近五年来几乎所有能引起全球性关注和辩论的主张和思想均产生于美国,而不是美国之外。”<sup>[7]</sup>鉴于《纽约时报》在美国及全球的影响力,本文在探讨非洲媒体对浙江形象建构的同时,选择《纽约时报》对浙江的报道作为参照,希望通过两者报道框架的对比分析,着重回答以下几个问题:(1)非洲主流媒体展现了怎样的浙江形象?(2)非洲媒体呈现的浙江形象与以《纽约时报》为代表的西方媒体是否相同?(3)在报道浙江时,西方媒体的报道框架对非洲框架产生了怎样的影响?

## 一、研究方法

本文以内容分析的定量研究方法为主,结合定性分析,综合考察非洲媒体中的浙江形象。众所周知,非洲大陆通常划分为5个地区,包含五十多个国家,不同国家的文化背景、经济发展态势、与中国的关系和官方语言均呈现多样性。相比之下,区域间的差异则相对较小。因此,为了能全面地展示整个非洲大陆对浙江的报道,公正客观地反映浙江在非洲的形象,本文选取了东非、南非、西非、北非、中非每个区域各两个国家构成代表样本,考虑到不同国家在其区域的重要性和其媒体的影响力,在兼顾可操作性的同时,最终选取了东非肯尼亚的《民族日报》和乌干达的《新视野报》、南非津巴布韦的《先驱报》和南非的《星报》、西非尼日利亚的《先锋报》和加纳的《每日写真报》、北非埃及的《金字塔报》和阿尔及利亚的《言论报》、中非喀麦隆的《论坛报》和刚果(金)的《潜力报》共10家报纸。其中《潜力报》《论坛报》《言论报》和《金字塔报》为法语报纸,其余则为英语媒体。在研究时段的定位上,受部分非洲媒体网站资料存储的限制,<sup>①</sup>本文最终选择将研究时段设定在2012年1月1日至2016年9月30日(即G20杭州峰会结束近一个月)。

由于报道的对象是“浙江”,文章数量有限,因此采用了目的性样本的抽样方案。抽样过程包括检索和筛选两个阶段。本文首先通过网络在上述10家报纸网站搜索“Zhejiang”和“Hangzhou”,得出共165篇相关报道。同理,通过对lexisnexis数据库的搜索和对《纽约时报》官网的复核,得到2012年至2016年9月30日期间《纽约时报》对浙江的报道共28篇,其中4篇因文章标题和内容均只字未提浙江,只有图片与浙江有关,因而只作为参考而不计入样本,最终得到《纽约时报》的样本24篇。在深入阅读了这些文章的基础上,根据实际研究需要,构建了一系列变量,主要包括:所刊登媒体,媒体所属国家,发表时间,所在版块,是否配图(1/0),图片是否与浙江有关(1/0),文章主题(1=政治,2=经济,3=文化,4=社会,5=科教,6=灾难,7=环境,8=宗教,9=人物,10=其他),文章篇幅(1=短篇,2=中篇,3=长篇),文章体裁(1=报道,2=言论),报道倾向(1=正面,2=负面,3=中性),文章来源(1=该媒体自己原创,2=转载西方通讯社的报道,3=转载西方其他媒体的报道,4=与西方通讯社合作供稿,5=转载中国媒体的报道,6=其他),报道中涉及的信源(1=非洲信源,2=西方信源,3=中国信源,4=模糊信源),以及报道是否涉及浙江信源(1/0),报道是否涉及浙江媒体信源(1/0)。在正式编码前,研究者同两位编码员进行了充分的讨论,并随机选取15篇样本各自独立编

<sup>①</sup> 笔者在搜索样本过程中发现,不少非洲报纸网站信息保存时间都不长。如《先驱报》《先锋报》《每日写真报》都只能搜到2011年5月或2012年以后的报道。

码。之后,运用霍尔斯特(Holsti)公式进行信度检验,结果发现两位编码员的信度系数为0.7,分歧主要出现在文章主题、报道倾向和信源的分类几个类目上。于是,研究者和编码员再次就这几个变量的操作展开详细讨论,同时随机抽取另15篇样本进行第二次编码和信度检验,此次检验编码员之间的信度达到了0.9。

## 二、研究数据

### (一) 非洲媒体与《纽约时报》对浙江的报道数量与篇幅

总体来说,非洲媒体对浙江的报道年度分布基本均衡。除了2012年的报道相对较少,仅有15篇以外,2013年至2016年的报道量均在30篇以上。相比之下,《纽约时报》对浙江的年度报道数量则有所变化。其中在2012年和2013年,《纽约时报》对浙江的关注较少,每年均只有一篇报道。到2014年,报道数量陡增到9篇,之后的2015年和2016年的9个月,报道量则保持在6篇左右。

非洲媒体对浙江报道的增多源于2013年,此后一直呈现稳定的报道态势,这与中国领导人访非,中非关系升级密不可分。事实上,本研究选取的非洲10个国家,由于其与浙江及中国交往程度不同,以及媒体发达程度和性质不同,它们各自对浙江的报道数量差别也较大。例如,非洲南部地区如南非和津巴布韦对浙江的关注相对较多,而刚果(金)和埃及则关注较少。

在报道篇幅上,非洲媒体的报道以500字以下的短篇报道为主,165篇文章中短篇报道有101篇,占比61.2%。500—1000字的中篇报道数量位居第二,有47篇,占28.5%,1000字以上的长篇报道最少,只有17篇,占10.3%。与之相比,《纽约时报》对浙江的报道则大多以中篇为主,有18篇,短篇和长篇各有3篇。作为世界范围内具有影响力的百年大报,《纽约时报》素来以深度报道见长,因此,它对浙江的报道也以中长篇为主。《纽约时报》往往通过其深度报道和评论来传播美国的意识形态和价值观。相比之下,非洲媒体的深度报道数量欠缺,而以短平快的消息居多,符合大众媒体的监测环境、传播信息的基本功能。

### (二) 非洲媒体与《纽约时报》对浙江的报道主题与倾向

综合来看,非洲媒体对浙江的报道主题较《纽约时报》更加多元化。除了经济、社会、灾难几个报道数量最多的主题之外,非洲媒体还对浙江的政治、宗教、文化、环境、旅游、医疗、学术、科技、人物等给予了关注。而《纽约时报》的报道主题则主要集中在宗教和经济两方面。此外,也有少量报道涉及了浙江的文化和与浙江有关的人物。由此可见,西方媒体对浙江的关注更多地还是在意识形态上,其次才是经济方面,这与其对中国的报道聚焦基本保持一致。

在报道倾向上,《纽约时报》对浙江的报道以负面为主,占报道总数的42.9%,其主要集中在政治与宗教领域。中性报道的数量次之,占33.3%,最后才是正面报道,占23.8%。通常来说,正面报道的焦点集中在社会积极的部分或光明的一面,强调平衡、和睦和稳定;负面报道则聚焦于与现行社会秩序和道德标准相冲突的事件和反常现象,政治上的表现是挑剔、批评当局的政策;中性报道居于两者之间,不提倡什么也不暗示什么,直话直说。<sup>[8]</sup>相比之下,非洲媒体在报道倾向上以中性报道为最多,占报道总数的44.8%。其次是正面报道,占28.5%,再次是负面报道,占26.7%。不过,非洲媒体的正、负面报道比例相差较小,正面报道仅比负面报道多1.8%。

### (三) 非洲媒体与《纽约时报》对浙江的报道来源与报道配图情况

许多非洲国家由于其信息采集能力有限,因此经常转载西方通讯社或西方主流媒体的报道。尽管非洲也有泛非通讯社(PANA)和诸如南非通讯社(SAPA)这样的通讯机构,但其影响实则很小。泛非通讯社成立于1979年,其初衷是为了抗衡东西和南北信息流流向的不平衡,提升非洲在世界的话语权,因此当时有48个非洲国家先后加入了泛非通讯社的新闻交换网。然而,如今现实的情况是,本文中10个非洲国家的145篇样本中,没有一篇是泛非通讯社的稿件。而在非洲的国家级通讯社中,成立

于1938年的南非通讯社实力相对较强，是非洲南部地区的新闻中转站。但即便如此，其许多稿件也是与西方通讯社合作完成的。<sup>①</sup>2015年4月，该通讯社以无法以非营利性机构模式继续运营为缘由，宣布关闭其所有业务。

通过分析样本可以看出，非洲媒体刊登的报道一半以上（51.3%）转载自西方媒体，这还不包括与西方通讯社合作供稿的11篇报道（约占7.6%）。而相比之下，转载自中国媒体的报道数量仅占6.9%。更让人意想不到的，这6.9%的转载量都来自同一个非洲媒体，即津巴布韦的《先驱报》。也就是说，除了《先驱报》之外，其他非洲媒体都没有转载中国媒体报道的习惯，由此可见，在关于浙江的报道上，西方媒体实际上占据了绝对的主导权。

在配图方面，作为非语言符号的一种，新闻图片不仅能传递信息，还能增加可信度和视觉冲击力。因此，观察媒体在报道中的图片选择，可以更好地解读不同媒体想要表达的内涵。经过统计，《纽约时报》的24篇报道中有18篇配有图片，其中只有7篇的图片与浙江有关。而非洲媒体的165篇报道中有76篇配有图片，其中与浙江有关的共41篇。

#### （四）非洲媒体和《纽约时报》对浙江报道中涉及的信息

尽管真实、客观、公正是新闻报道的基本要求，但在实际操作过程中，完全客观的新闻并不存在。表面上看，记者在报道新闻的过程中不能夹带自己的观点，其职责应为镜子似地再现事件的原貌。但作为新闻采集阶段的守门人，记者仍然可以通过信息的筛选、信源的选择、符码的组合巧妙地展现自己的价值观和报道立场。正如塔奇曼所认为的，新闻是一张网，一方面它永远不可能事无巨细，尽可裹挟在内；另一方面，如何结网，网结锁在何处，网眼多大，网撒向何方等等，也都大有讲究。<sup>[9]</sup>因此，本文还考察了《纽约时报》和非洲媒体报道的样本中涉及的信息源，尤其是浙江信源和浙江媒体信源，以检视浙江本土媒体在国际的影响力。研究发现，《纽约时报》的报道共涉及94个信源，其中来自浙江的信源47个，这当中又有4处是直接引用了浙江本地媒体的报道。而非洲媒体的报道则涉及信源330个，其中浙江信源有117个，浙江媒体信源为19个。

也就是说，《纽约时报》和非洲媒体在浙江报道中都引用了一半以上的中国信源，其中《纽约时报》的浙江信源引用量还大于非洲媒体。而浙江本地媒体（如《钱江晚报》《浙江日报》等）的报道被引量都相对较小。

### 三、研究发现

#### （一）非洲视野中的浙江形象

根据前面对非洲媒体报道主题的统计，本研究将从政治、经济、社会、文化四个方面分析非洲视野中的浙江形象。分析过程中借助了梵·迪克的语言—文本结构分析理论，通过语言微观结构、上层结构和主题宏观结构三个层次对浙江在非洲媒体中的形象展开综合考察。

##### 1. 政治主题呈现出的浙江形象

关于浙江的政治主题报道在非洲10家媒体中篇幅并不多，共有14篇，占报道总数的8.48%。细览这14篇文章，不难发现政治主题下的浙江与中国、中国领导人和中非关系紧密相连。例如，有4篇文章在报道中国领导人换届、介绍新任国家主席习近平时，都提到了他在浙江的任职经历。尤其是津巴布韦的《先驱报》（2013）详细谈到了习近平在浙江任职时的各项工作进展，指出他在任期间特别强调浙江在公共安全、环境、文化、法制和海洋经济领域的发展，从侧面展现了浙江与习近平主席之间的深厚关系。此外，“中非智库论坛”也是政治主题下的关键词。《民族日报》（2015）的专栏报道《中

<sup>①</sup> 在南非《星报》和《邮卫报》等诸多媒体的报道中，经常可见其结尾处特别标出的 Sapa-AFP 或 Sapa-AP 字样，表明该文是南非通讯社与法新社或与美联社合作供稿。



国正利用知识来加固其在非洲的影响》认为,在中非关系受到“掠夺论”指责的背景下,中国积极调整了对非策略,采取了“权力/知识”模式以赢得非洲知识精英和政府及地区权力掌控者的青睐。其中的一种方式就是举办中非合作论坛,包括中非智库论坛。浙江师范大学作为中非智库论坛的提出者和主办方/合办方,<sup>①</sup>在中非关系中扮演着重要的角色。而在对G20杭州峰会的报道中,可以看到国家角色的强化和地方角色的弱化,地方形象和国家形象在此融为一体。同样,对浙江的政治负面报道亦离不开中国的语境。例如,《先驱报》2012年6月1日的文章《公众对官员强奸少女感到愤怒》在评价中国的个别官员利用手中的权力做违法的事的同时,提到浙江也出现过官员性骚扰幼女的案件。

## 2. 经济主题呈现出的浙江形象

经济主题的报道是非洲媒体对浙江报道中数量最多的,占报道总量的33.79%,这与浙江作为经济强省的地位相符,也与中国目前经济发展进入快车道有关。从前人的研究可以看到,非洲多数媒体对中国的经济形象基本持正面肯定态度,<sup>[10]</sup>本文发现其对浙江也是如此。在非洲媒体的视野中,浙江被塑造为“电子商务之都”和“世界小商品中心”,同时也是中国金融改革的试点和中国经济新活力的代表。这里靠近沿海,有钱人和生意人多,生意人精明且灵活,他们中也有通过出售假货和不法代理移民业务谋利之人。在这49篇经济主题的报道中,“阿里巴巴”、“电子商务”、“义乌”都是出现频率相对较高的词。例如,《星报》从2014年7月开始连续报道了阿里巴巴集团在美国上市的各种新闻和其面临的挑战,以及阿里集团在中国国内对影视、体育业务的扩展,报道基本以正面和中性为主。《先驱报》的文章《津巴布韦邮政拥抱物流生意》(2015)在讲述中国圆通快递和津巴布韦邮政在杭州签订合作《谅解备忘录》的同时,认为杭州作为全球电子商务巨头阿里巴巴的所在地,通常被视为是中国的电子商务之都。《论坛报》(2016)则详细介绍了浙江的义乌小商品市场,并高度评价了其在中国经济总收入和中国经济外向型转型过程中的作用。《每日写真报》则分别刊文介绍了义乌小商品市场里的加纳店铺(2014),以及温州与库马西(加纳第二大城市)的姊妹合作关系(2016)。在正面和中性报道之余,也有少数负面的声音,如乌干达的《新视野报》(2014)报道了浙江籍商人在乌干达因贩卖假冒商品被捕的消息,暗示浙江存在假货。

## 3. 社会主题呈现的浙江形象

非洲媒体在重点关注浙江的经济之外,也用了大量报道来展现发生在浙江的各类社会现象,尤其是一些匪夷所思的奇闻异事,<sup>②</sup>如:男孩在火化前“复活”,未成年女排运动员在比赛中途产子,女子疑男友有外遇在其车上贴满卫生巾,男子用888万现金下聘,藏獒被“天价”售出等。与其他主题报道不同的是,社会主题的报道在不同的非洲国家媒体中重复率很高,这一方面是新闻的冲突性、反常性使然,另一方面也说明非洲人民对中国这个遥远的国度充满了好奇和想象。在这些奇闻异事的报道中,非洲媒体呈现出的浙江是一个既开放、又保守,既富裕、又爱展现其富裕的地方。它的开放体现在未婚产子现象时有发生,体现在人们不再羞涩于避孕套、卫生巾等私密物品,还体现在宁波奉化有一家生产性玩具的塑料玩具厂;而它的保守又体现在诸如“童子尿鸡蛋”这种封建迷信思想依然残留,以及在男女关系上,女方对男方外遇的“零容忍”。事实上,这种开放和保守的二元共存也正是整个中国社会的缩影。浙江的富裕在经济主题报道中已然可见,但社会主题的报道更多地呈现了浙江人如何展示他们的财富,比如:用20万元人民币折成纸玫瑰求婚,用888万现金给女方下聘,用200万美金购买一条藏獒,以及在小区里仿建高达108米的埃菲尔铁塔。这些无疑会增强非洲人民对浙江的向往,进一步激起他们的中国淘金梦。当然,中国社会普遍存在的问题浙江也有。例如,在中国的食品、环境与医患矛盾等问题凸显的大背景下,非洲媒体也报道了2013年的嘉兴死猪事件和2014年杭州人抗

① 中非智库论坛由浙江师范大学于2011年创立。该论坛每年举办一次,由中国和非洲国家轮流举办。在中国举办时,通常由浙江师范大学主办;在非洲举办时,浙江师范大学则作为合办方参与。

② 以下报道主题均来自非洲报纸的网站。

议建垃圾焚烧炉事件及温岭的病人刺死医生的事件。<sup>①</sup>

#### 4. 文化主题呈现的浙江形象

文化是传播中国形象的重要名片。中华文化博大精深，浙江更被誉为“文化之邦”，“最忆是杭州”的G20杭州峰会文艺演出让世人感受到了中国文化的魅力。遗憾的是，非洲媒体对浙江文化的关注并不多，只有8篇，占有报道比重的4.8%。不过，仅有的8篇文章有7篇为正面报道，且呈现出了浙江文化的丰厚底蕴，如南非《星报》（2015）的文章《中国节给斯特坎普带来色彩》，盛赞了在2015南非中国年之浙江文化节上浙江艺术家带来的精彩演出，他们现场展示的平阳木偶戏表演、黄杨木雕和杭绣等非物质文化遗产，和带有浙江柔美韵味的文艺演出得到了非洲观众的一致好评。津巴布韦《先驱报》（2014）对中国美食文化节的报道和加纳《每日写真报》（2016）对西湖美景和地名文化的介绍，则向非洲人民展现了浙江的历史和人文。此外，浙江师范大学还架起了现代中非文化交流的桥梁。阿尔及利亚《言论报》（2013）的文章《中法在非洲视听市场的竞争》以中性的视角指出，浙江师范大学非洲影视研究中心的成立，目的就是加强中非在影视方面的了解和合作，以增加中国在非洲视听业的影响力。在文化形象的建构上，浙江师范大学无疑扮演了重要的角色。一方面，浙师大非洲研究院的各类非洲研究中心的建立及其举办的研讨会经常会进入非洲媒体的报道视线，另一方面，它与非洲学校合办的孔子学院及各种夏令营活动也得到不少非洲媒体的肯定。

#### （二）以《纽约时报》为代表的西方报道框架对非洲框架的影响

建构主义认为，一个国家或地区的形象不是客观既定或自我设计的结果，而是一种社会或集体实践的产物。<sup>[11]</sup>因此，浙江在非洲的形象并非固定不变的实体，它在双方高层互动、经贸合作、民间往来，以及西方报道框架的影响之下“社会地”建构起来。在国外媒体对浙江形象的建构中，本文发现，以《纽约时报》为代表的西方媒体在浙江的政治主题报道中对非洲媒体产生了较大的影响，而在经济、社会以及文化主题报道中影响则相对较小。

##### 1. 在对浙江的政治形象建构上对非洲媒体影响较大

政治问题属于意识形态范畴，也是西方媒体“妖魔化”中国的焦点。《纽约时报》在对浙江的报道中，这一主题下的文章数量最多，报道比重高达36%。作为世界知名媒体，《纽约时报》无论在新闻敏感性上还是反应速度上都比非洲媒体敏锐得多，因此无论是在对中国领导人换届的关注上，还是G20杭州峰会的报道上，《纽约时报》都比非洲媒体要快。时效性为其设置国际议程提供了条件。最终，在对浙江的政治报道中，《纽约时报》通过“框限”和“架构”<sup>[12]</sup>两个层次引导了非洲媒体的报道框架。

框限的引导主要体现在主题事件的选择上。以对G20杭州峰会的报道为例，《纽约时报》对G20杭州峰会中展示的富有魅力的中华文化和众志成城迎峰会的团结精神只字未提，对G20杭州峰会取得的重大成果亦关注较少，却更多地把报道的重心放在了G20杭州峰会的安保工作上，以负面为主的基调评价了峰会的安保过于严苛。无独有偶，非洲也有不少媒体在报道中提及了G20峰会安保的严格，并配上了路透社拍摄的安保现场的照片，其切入点与《纽约时报》基本一致。架构的影响则体现在报道方式和意识形态的设定上。例如，在报道习近平当选中国国家主席时，《纽约时报》和非洲媒体都运用了插叙的方式提到了他在浙江任职的背景。在报道温州拆除违建教堂时，双方媒体也都通过猜测、引申和联想的报道手法将一件本是常规的拆除违章建筑的事件赋予复杂的政治意义，由此设定其报道的意识形态。

##### 2. 在对浙江的经济、社会、文化形象建构上对非洲媒体影响较小

近年来，中国的经济发展取得了巨大的成就，浙江的民企也在中国企业“走出去”战略的鼓励下展开跨国经营的步伐。因此，《纽约时报》和非洲媒体都对浙江的经济发展给予了不少关注，诸如浙江

① 对这三个主题的关注分别来自肯尼亚《民族日报》和埃及《金字塔报》。

知名企业吉利集团和阿里巴巴集团都不止一次出现在双方的报道中。与政治宗教主题不同的是,《纽约时报》和非洲媒体在经济主题的报道中更多地从本国的视角出发,或报道浙江企业的动态与发展,或在中国经济大发展中提到浙江的特色。

对于美国这个世界经济强国来说,中国是正在崛起的新经济体,因而被其视为长远头号对手。这一角色设定反映在媒体的报道中,即《纽约时报》更倾向于将阿里巴巴与Ebay、Facebook进行比较,<sup>[13]</sup>更侧重于分析中国制造的沃尔沃汽车对美国汽车销售市场的影响,<sup>[14]</sup>更重点关注美国商务部对中国太阳能电池板的反倾销调查<sup>[15]</sup>等。可以说,《纽约时报》对浙江及中国经济的报道主要立足于威胁与挑战的框架。相比之下,非洲国家由于其经济发展相对落后,因而更关注中国的经济发展模式,以期探寻可供本国借鉴的经验。鉴于此,非洲媒体大量报道了中国的金融改革、中国经济发展的“新常态”、出让土地使用权政策、电子商务及物流的发展情况,以及中国和浙江的对非投资和援助发展项目等等内容。因此,非洲媒体对浙江及中国经济的报道主要是立足于合作与借鉴的框架。

此外,定位与层次的不同决定了《纽约时报》与非洲媒体在社会新闻上的不同报道框架。《纽约时报》自誉为“历史的忠实记录者”和“政治精英的内部刊物”,它的言论和观点甚至可能成为美国国会政策制定的参考。因此,其定位决定了它在社会新闻取材上的严肃性,类似“汽车被贴满卫生巾”这样的奇闻异事基本不太可能出现在《纽约时报》的报道中。而非洲媒体多为大众化定位,且受其采编能力的制约,高质量的深度报道相对较少,尤其在社会新闻的选择上,更倾向于从新闻的冲突性、反常性出发,选择一些能吸引眼球的事件进行报道。当然,并非所有非洲媒体都热衷报道奇闻异事,在本文所选取的10家非洲媒体中,非洲北部和中部国家的报纸对此类事件报道较少,而东部和南部国家的报纸则相对多一些。相较于政治和经济主题,对浙江文化的关注双方都显得欠缺。《纽约时报》仅有的一篇与文化有关的报道还是聚焦于一个热衷说唱音乐的美国黑人,讲述其在绍兴生活和传播说唱音乐的经历。报道数量的欠缺意味着话语的缺失,因此在文化主题的报道中,非洲媒体基本没有受到西方框架的影响,而呈现出了自己的非洲特色。

#### 四、思考与建议

随着中非关系进入全面发展的快车道,中非的交流与合作由国家层面拓展至区域之间。温州与库马西结成姐妹城市,义乌成为许多非洲商人的第二故乡,G20峰会在杭州的胜利召开,都使得浙江逐渐进入非洲媒体的视野。浙江形象作为中国形象的一个组成部分,与中国的国家形象紧密相连。在研究过程中,笔者还发现,无论是《纽约时报》还是非洲媒体,它们对浙江的报道倾向与对中国的报道倾向基本一致。因此,提升区域形象和区域媒体的对外传播能力就是塑造良好的中国国家形象,增强中国话语权的重要途径之一。对此,笔者认为可以抓住非洲媒体的特点,对其展开适当的引导,以减弱西方话语对其的影响力,增强中国的非洲声音。

第一,利用非洲媒体报道的“时间差”,把握话语主动权。笔者在研究中发现,非洲媒体在国际新闻报道,尤其是与本国无关的国际新闻报道中反应相对滞后。这主要受其采编能力的限制。一方面,非洲的媒体从业人员在新闻视野和新闻敏感上不如西方记者;另一方面他们通常也无法亲临采访现场,因此不能在第一时间发出声音。在对一些中国国内事件的报道中,非洲媒体与其他发达国家的媒体相比存在着少则几天,多则数月的“时间差”,这一“时间差”为中国话语的适时介入和引导提供了契机。目前,中国在非洲的媒体数量不断增加:2006年中国国际广播电台(CRI)在内罗毕落地,建立了第一个国外调频网络电台;2011年新华社的非洲总分社增加了6个驻地机构,这使得其在非洲的分社数量达到了23个;2012年《中国日报》在内罗毕和约翰内斯堡发布了非洲版周报;同年,中央电视台非洲分台开播。这些举措部分地削弱了西方话语的绝对主导地位,提升了中国在非洲的影响力。然而,对于诸如浙江这样的区域而言,在非洲开设传统媒体显然不切实际,但通过无国界的移动互联网



寻求突破却是经济、可行的途径之一。据互联网数据统计网站的最新统计，截至2016年6月，非洲互联网用户数量达到3.4亿，占非洲总人口的28.7%，占全球网民数量的9.4%，其中Facebook的用户数达1.46亿，占Facebook总用户数的8.7%。因此，将互联网作为传播浙江和中国最美故事的突破口，利用互联网的特性打造符合非洲需求的新闻产品，不仅能有效地抓住“时间差”，在第一时间发出自己的声音，还能通过网络互动增进与非洲人民的友谊。

第二，寻求与非洲记者的民间外交机会。人们常说距离产生美，但有的时候距离不仅不能产生美，反而会引发误解，而消除误解的最好方式就是相互了解。自2001年起，中国国新办和商务部开始经常性地向非洲新闻界和媒体官员的研讨会和培训班，分享中国在经济发展和建设方面取得的成就。学员们在经过两周的参观和体验之后，都对中国的有了新的了解。<sup>[16]</sup>Nassanga和Makara的研究也发现，到过中国的非洲记者对中国的报道更为正面，且大部分非洲记者也承认现实的中国比他们想象中的更加开放、包容和有活力。<sup>[17]</sup>因此，中国之行改变了他们对中国的印象，继而影响到了他们对中国的报道基调。记者，在一个国家掌握着更多的话语权，因而担负着意见领袖的重要角色。而相对发达的经济体往往在本区域内拥有更大的话语权和影响力，因而地区性大国可能影响该地区对中国形象的认知。<sup>[18]</sup>鉴于此，笔者认为，浙江可以依托浙江师范大学与非洲建立的良好关系，邀请非洲记者，尤其是非洲三大经济体尼日利亚、埃及、南非的记者来浙江展开交流，与浙江卫视和浙江日报集团的同行进行对话，通过民间外交的方式展示浙江的传媒软实力和历史文化。继而通过其意见领袖的作用，将浙江良好形象的传播从人际传播扩展至大众传播层面。正如习总书记在多次演讲中强调的“国之交在于民相亲，民相亲在于心相通”，交流是交心的基础，民间的交流有利于推动国家的良性交往。

## 参考文献：

- [1] 赵启正．要高度重视区域形象报道在树立国家形象中的作用[J]．中国记者，2000（10）：14-16.
- [2] Flook, A. C. The emotional revolution through digital media: The internet as a virtual social reality [J] . *The Review of Communication*, 2006（6）：52-61.
- [3] 达亚·屠苏．全球传媒产品流通研究[A]．洪俊浩．传播学新趋势（上）[C]．北京：清华大学出版社，2014：125.
- [4] 程曼丽．论“议程设置”在国家形象塑造中的舆论导向作用[J]．北京大学学报（哲学社会科学版），2008（3）：162-168.
- [5] 李安山．为中国正名：中国的非洲战略与国家形象[J]．世界经济与政治，2008（4）：6-15.
- [6] 龙小农．中国对非传播情况调查及建议——基于对12个非洲国家17名学生的访谈[J]．对外传播，2014（6）：42-44.
- [7] 贺文萍．不必盲从美国智库的忽悠[EB/OL]．www.huanqiu.com, 2011-07-15.
- [8] 张威．中西比较：正面报道和负面报道[J]．国际新闻界，1999（1）：48-56.
- [9] 黄旦．导读：新闻与社会现实[A]．盖伊·塔奇曼．做新闻[M]．麻争旗，刘笑盈，徐扬译．北京：华夏出版社，2008：3.
- [10] 孙晓萌．挑战与策略：非洲本土报刊视阈下的中国国家形象传播[J]．现代传播，2014（2）：53-56.
- [11] 李智．中国国家形象：全球传播时代建构主义的解读[M]．北京：新华出版社，2011：5.
- [12] W. A. Gamson & A. Modigliani. Media Discourse and Public Opinion on the Nuclear Power: A Constructionist Approach [J]. *American Journal of Sociology*, 1989（95）：1-37.
- [13] Paul Mozur. Alibaba Earnings Strong in Report After Offering [N] . *The New York Times*, 2014-11-05（3）.
- [14] Jack Ewing. Volvo Unveils Its First Auto Made Under Chinese Owners [N] . *The New York Times*, 2014-08-27（7）.
- [15] William Hong. China Condemns U. S. in Solar Trade Battle [N] . *The New York Times*, 2014-07-29（8）.
- [16] Li & Ronning, Reporting Africa: Soft Power, Media & Civic Engagement [J] . *China Media Report Overseas*, 2013, 9（3）：43-55.
- [17] Goretti L. Nassanga & Sabiti Makara. Perceptions of Chinese presence in Africa as reflected in the African media: case study of Uganda [J] . *Chinese Journal of Communication*, 2016（9）：21-37.
- [18] 胡锦涛．非洲的中国形象[M]．北京：人民出版社，2010：4.



# **Images of Zhejiang in African Media: A Comparative Study with the Reporting Framework of Western Media**

Zeng Haifang

As Sino-African relations are being taken to a new height, Zhejiang province has set up a close tie with several African countries. This article uses content analysis to carry out a comparison between images of Zhejiang in ten African newspapers and in The New York Times, in order to explore the influence of Western frameworks on African frameworks. The results show that the construction of images of Zhejiang is closely tied with China's context. The New York Times has a great influence on African media's coverage of political news, while it appears that The New York Times and African media use different reporting frameworks when covering economic, social and cultural topics.