

· 专题研究 ·

中非媒介交往：理念、范式与特征*

冉继军

内容提要 随着中非双边关系和中国对非洲公共外交的迅速发展，中国与非洲在媒介领域内的交往逐渐引起学界的关注。自1956年新中国与埃及建交以来，中非双方的媒介交往经历了开创、调整到快速发展的3个阶段，逐步由服务于意识形态的单向媒介援助向双向、平等、制度化的媒介交流发展。中非媒介交往的演进路径反映了中国积极调整对非战略、不断提升中非双方国际话语权和中国国际影响力的动态过程。中国应以“大外交、大外宣”的战略部署为契机，以中非合作论坛为机制，以平等交流为原则，以增强非洲媒介的发展能力为目标，以新的传媒技术为突破，进一步加强中非的媒介交往，从而创造更加有利于中非关系发展的国际舆论环境。

关键词 中非关系 媒介交往 新华社 中国国际广播电台 中央电视台

作者简介 冉继军，外交学院英语与国际问题研究系副教授（北京100024）。

随着中非关系的深入发展，中国对非洲公共外交持续升温，中国与非洲之间的媒介交往也日渐引起国内外学术界的关注。国外学界对中非媒介交往有两种不同的解读框架：一种将中非媒介交往界定为中国对非洲的“媒介介入”，通过分析中国国有媒介机构在非洲的存在来探讨中非媒介交往对于非洲

* 本文为国家社科基金青年项目“中国在非洲的国家形象形成机制与演变规律研究”（12CXW038）、北京市哲学社会科学规划项目“中非关系视野中的中国对非洲传播战略”（11KDC031），以及中国博士后科学基金第五十一批面上资助项目“中国在非洲的国家形象”（2012M510503）的阶段成果。

各国媒介发展的影响。有学者认为,中国的国有媒体自2000年开始大举进入非洲,强化了对非洲的媒介介入,在提升非洲新闻本土化的同时提升了中国的全球话语权。^①另一种观点认为,中非媒介交往是中国对非洲的“媒介干涉”:中国通过向非洲提供硬件援助和记者培训在非洲各国进行意识形态宣传,进而扩大中国在非洲的影响,并与西方国家抗衡。有国外研究分析了新华社对非洲进行媒介输出的主要形式(建立分社、为非洲受众定制新闻产品、中非新闻交换、对非提供媒介技术支持以及媒介从业者培训等),指出这些手段有效地降低了非洲受众对新华社新闻产品意识形态的关注。^②班达(Banda)重点分析了中国对非洲媒介输出的三大指导思想,即基础设施去西方化、援助去意识形态化、文化再生产化,他认为三大理念揭示出中国对非媒介输出的主要目的在于清除西方在非洲的影响。^③加利亚尔多恩(Gagliardone)等详细比较了中国各对外宣传机构在非洲的活动,提出媒介领域内的交流将对中非双方带来双赢的结果。^④

国内学者把中非之间在媒介领域内的互动置于一个更加平等的框架下进行研究,以媒介交流的视角解读中非媒介交往。李安山认为面对西方掌握话语霸权的国际格局,与非洲国家进行有效的媒介交流,加强对非洲的正面宣传,将有利于改变中国在非洲的国家形象。^⑤贺文萍以中国在非洲的软实力建设为出发点,提出要重视发挥非洲媒体的作用,非洲媒体宣传中国要胜于中国进行自我宣传,而非洲媒体对西方谬论的驳斥也更加有说服力。^⑥王南和李新烽梳理了中非新闻界之间的交往历史,指出双方在政治经济领域内的合作广泛,中非媒体交流与合作也已具备一定的基础和条件,但仍有些滞后,在

① Yushan Wu, “The Rise of China’s State – Led Media Dynasty in Africa”, *SAIIA Occasional Paper*, No. 117, 2012, pp. 5 – 31.

② Xin Xin, “Xinhua News Agency in Africa”, *Journal of African Media Studies*, No. 3, 2009, pp. 363 – 377.

③ Fackson Banda, “China in the African Mediascape”, *Journal of African Media Studies*, No. 3, 2009, pp. 343 – 361.

④ Iginio Gagliardone, Nicole Stremlau & Maria Repnikova, “China in Africa: A New Approach to Media Development”, Working Paper published by the Programme in Comparative Media Law and Policy (PCMLP). Oxford: University of Oxford, 2010.

⑤ 李安山:《为中国正名:中国的非洲战略与国家形象》,载《世界经济与政治》2008年第4期,第6~15页。

⑥ 贺文萍:《推倒高墙:论中非关系中的软实力建设》,载《西亚非洲》2009年第7期,第5~12页。

未来的一段时间将有很大的发展空间。^①

中外学界从不同的视角出发研究中非媒体之间的交往，媒介干涉和媒介介入强调意识形态属性，媒介交流则更强调中非双方的平等互动。为了明晰概念，本文使用“媒介交往”这个中性词来描述中非双方在媒介硬件、软件、理念等方面所进行的一系列互动，并使用“媒介援助”和“媒介交流”以区分中非媒介交往过程中两种不同的媒介交往形式。从中非近60年交往的历史来看，中国对非洲的媒介交往经历了由带有单向性的媒介援助逐渐过渡到强调互动的媒介交往，然后到双方平等基础上的多渠道、多层次的媒介交流。在此过程中，两种形式互有交叉，在不同的历史阶段呈现出不同的侧重。

中非媒介交往是中国外交战略的有机组成部分，其变迁轨迹展现了中国政府积极调整对外战略以应对变动不安的国际局势，提高自身在国际社会的话语权和扩大中国国际影响力的动态过程。

中非媒介交往的开创阶段（1956～1978年）

新中国成立之初，在国际传播领域，以美、英、法等国家为后盾的西方媒体凭借其领先的传播技术和遍布各国的记者网络，主导了世界新闻的生产、流通和消费模式，而广大的发展中国家则无法发出自己的声音。占据新闻流通秩序制高点的西方媒体从自身的角度出发解释国际事件，并对西方国家的霸权主义行径进行美化宣传，对世界舆论产生了极大的影响。在此背景下，毛泽东提出要把新华社建成世界性通讯社，向世界传达第三世界的声音，“把地球管起来”。^②以新华社为代表的中国媒体逐渐发展壮大，并向第三世界国家的媒介建设提供援助，不仅可以对西方国家的新闻垄断和霸权进行制衡，而且有助于发展中国家在取得民族独立后抵御西方国家的文化侵袭。

非洲各国大多为法国、葡萄牙和英国的前殖民地，法、葡在殖民地长期实施家长制管理，压制本土媒体的发展；英国虽然允许私人媒体和本土媒体的成长，但在占据主导地位的西方媒体的挤压下，本土媒体同样无法得到正常培育。因而，大部分非洲国家在建国之初无力建立自己独立的新闻生产体

^① 王南、李新峰：《关于中非媒体的交流与合作》，载《亚非纵横》2010年第3期，第47～54页。

^② 马胜荣：《走向世界：新华社国际报道70年》，新华出版社，2001年版，第3页。

系,不能进行一线的采编,只能依靠诸如路透社、法新社、美联社以及塔斯社等国际新闻生产机构来获取新闻素材。^① 在南非等国,白人阶层在独立后仍然垄断着各种资源,在媒体发展的道路上移植了西方的自由主义媒体制度,媒介设施和新闻标准都照搬西方模式。然而,肯尼亚、加纳等多数非洲国家独立后选择了去西方化、去殖民化的媒体建设道路,对原宗主国遗留的新闻体系进行改造,努力进行新闻基础设施建设,建立国有化的新闻体制,以提升民族意识、树立新生政权的正面形象,完成民族和国家建构的使命。^②

新中国成立后,中央政府着手建设社会主义性质的新闻事业,调整与充实在革命战争中发展起来的新闻媒体。至1953年,中国基本完成了对私营媒体的社会主义改造,并在此基础上不断发展和完善,形成了比较完备的社会主义新闻传播网络,其中涉及对非洲媒介交往的有:(1)北京电视台(1978年5月1日更名为中央电视台);(2)新华社;(3)北京电台(1978年正式更名为中国国际广播电台);(4)以国际书店为主体的对外发行机构。至此,我国的国际传播的整体格局基本成型,为开展国际传播打下了坚实的物质基础。

中华人民共和国成立后,努力探索民族解放和经济建设的发展道路。这对于刚刚取得民族独立以及正在进行国家建设的非洲来说,中国的发展道路具有一定的借鉴意义,其新闻建设的经验教训也有助于一些非洲国家建立适合自身特点的媒介体系。此外,独立之初的许多非洲国家和中国在新闻机构和国家建设的关系上具有高度共识,新闻制度上的共同选择是双方进行媒介交往的基础。^③ 1956年,中国与埃及正式建交。同年12月,新华社驻埃及分社正式成立,这是中非建交之后,新中国在非洲大陆建立的第一家媒介分支机构,中非媒介交往由此展开。

总体看来,开创时期的中非媒介交往以中国对非媒介援助为主要形态,其特征包括以下几点:

(一) 通过媒介援助,协助非洲建立去西方化的媒介制度

这一阶段,面对美苏争霸的国际局势,中国政府主张联合亚非拉等同属

^① 柯林·斯帕克斯著;吴长伟译:《不断进行有价值的探索与努力——国际传播与信息新秩序漫谈》,载《中国记者》2011年第8期,第42~45页。

^② 朱振明:《非洲新闻传播事业的发展逻辑》,载《国际新闻界》2011年第3期,第122~128页。

^③ Iginio Gagliardone, Nicole Stremlau & Daniel Nkrumah, "Partner, Prototype or Persuader? China's Renewed Media Engagement with Ghana", *Communication, Politics and Culture*, Vol. 45, 2012, pp. 174-196.

“第三世界”的国家，以实现在国际政治领域的突围。被殖民主义掠夺的相似历史遭遇、在独立后共同的发展使命以及在国际问题上的相同或相似看法，将中非紧密联系在一起。中非关系的基调以双方在政治领域的合作为主，中国以“不干涉他国内政”为原则，帮助非洲国家实现独立和民族自决。1963年，周恩来出访非洲十国，并在“和平共处五项原则”的基础上提出中国同非洲和阿拉伯国家的关系的五项原则，确立了中国处理中非外交关系的指导性原则。非洲国家则支持中国的统一大业，1972年，在众多非洲国家的支持下，中国成功地恢复了在联合国的席位。

刚刚摆脱殖民统治的非洲国家国内政局复杂，派系林立，新生政权一方面要摆脱前宗主国留下的殖民媒介遗产，另一方面也面临着建立新兴的独立媒介体系的重任。中国和大多数非洲国家具有类似或相同的媒介理念，认同媒介的重要功能是维护国家稳定。更重要的是，中国在对非援助中奉行“不干涉他国内政”的外交政策，在饱受前宗主国有条件援助之害的非洲国家眼里，中国无疑是其真正的盟友，因而，接受中国的援助符合非洲国家的政治诉求。^①

这一阶段的中非媒介交往具有为政治目标和双方外交整体战略服务的特点。1951年，外交部与新闻总署联合发出《关于新华社国外分社、记者同我国驻外大使馆关系的规定》，指出“新华社派驻国外分社、记者除直接受新华社总社的领导外，今后同时受驻在国外我使馆或使团的领导。各使馆或使团应将领导驻在地新华社分社或记者的工作作为经常性任务之一”。^② 1957年，新华社总社明确提出驻外记者的职责包括以下两项：一是准确、迅速地报道驻在国发生的一切对于国内和国际具有意义的新闻；二是不断深入了解和研究驻在国情况，经常发回内部参考材料。^③ 这一阶段，驻非洲分社的主要任务除了报道驻在国的新闻之外，还需要承担“消息总汇”的作用，为国家搜集有关驻在国的政治经济方面的公开信息，为我国的外交政策服务。

随着中非关系的发展以及对非援助工作的开展，对非援助的机制逐步建立和健全，援助项目管理力度不断加强。在对非媒介援助的初期，对外经济贸易合作部（2003年更名为商务部）作为政府对非援助的主管部门，负责制

^① Iginio Gagliardone, op. cit.

^② 新华社大事记编写组：《新华社大事记1931-1985（修改稿）》，新华出版社，1986年版，第65页。

^③ 同上书，第67页。

定相关政策,审批各类援助项目并对项目进行全程管理。中国驻外使(领)馆承担媒介援助项目在驻在国的一线协调和管理工作。财政部负责对非媒介援助的预算编制和财政拨款事宜。在这一体系中,外交部门是协调受援国政府与我国对应部门的直接联络方,而在各驻外使领馆开展具体业务的过程中,大使作为总协调人,负责总体统筹各部委驻外机构的对非洲媒介援助活动。^①

(二) 对非提供无偿媒介援助与培训,寻求建立中非媒体的伙伴关系

鉴于中国和非洲国家利益在很多层面高度一致,中国在对非洲国家进行媒介援助时,提供了无偿的、不带附加任何条件的帮助。中国政府向部分非洲国家无偿提供媒介基础设施,如1966年向坦桑尼亚援助广播电台短波广播发射台^②,1973年援建赞比亚外交电台和赤道几内亚无线电台等。^③中方人员不仅提供免费的设备安装,而且承担设施的维护、保养和更新工作,并为受援国提供相关技术培训。^④这些培训帮助非洲国家培养了大批技术和管理人员,不但保证了非洲本土技术人员可以对中国所提供的系统设备进行操作和维护,也提高了非洲国家对其信息主权的保护。1963年4月24日,中华全国新闻工作者协会召集43个亚非国家的新闻工作者,成立亚非新闻工作者协会。在此框架下,中国开办亚非记者培训班,向亚非国家的记者传授新闻报道的知识和技能,并以此为平台宣传我国的政治经济建设成就,以争取亚非新闻界人士对我国社会主义事业的理解和支持。^⑤此外,新华社驻非分社也通过和驻在国通讯社签订新闻互换协议的方式,向非洲各国用户提供免费新闻服务。^⑥

(三) 传递新中国的声音,提升中非媒体在国际传播秩序中的话语权

独立伊始的非洲国家,新闻来源几乎完全依赖美欧新闻机构,面对西方充满偏见的报道,非洲国家亟须找到一个迥异于西方媒体、为第三世界国家民族建设提供正面报道的新闻来源。而处于美苏对抗的国际政治体系中的新中国,由于政治原因驱逐了境内所有的西方记者,西方媒体仅凭借想象以及

① 根据笔者对我国原驻肯尼亚使馆外交官褚广友的采访。

② 《广播电视科技发展历程中的“广播”》, http://www.godeyes.cn/html/2008/04/16/google_earth_6777.html, 2013-12-10。

③ 《1970年—1979年电信发展大事记》, http://www.chinatelecom.com.cn/news/06/hh60n/60nlsjc/t20090911_53999.html, 2013-12-15。

④ Xin Xin, op. cit.

⑤ 王南、李新峰:前引文。

⑥ 新华社大事记编写组:前引书,第71页。

从香港媒体的间接报道中获取关于中国的信息，它们对中国进行了大量妖魔化的报道，极大地影响了我国的国际舆论环境。^①打破旧的国际传播秩序、建立平等的国际传播新秩序，与亚非拉国家的新闻合作与交流成为中国媒介发展的必然之选。

1963年，美国新闻署指出，“到去年年初的一年，红色中国把对非洲的广播增加一倍。”同一时期，美国的《亚洲调查》显示：“自从1956年以来，在北京争取非洲的努力中，广播愈来愈占重要的地位……到1962年，据称北京电台对撒哈拉沙漠以南的非洲的广播比美国之音要清楚得多，这对于美国真是遗憾的事情。”英国《每日电讯报》则表示在刚果东部“收听北京电台的广播毫无困难，听起来总是像打铃一样清楚。”^②

建立新闻媒体的驻外分支机构也是一国积极介入国际新闻秩序、扩大话语权的重要途径。截至1976年，新华社在非洲的分社超过了20家，占当年新华社驻外分社的三分之一。^③落地非洲的中国媒体与当地订户谈判协商，通过为对方建立卫星小站、提供接收器等硬件设备以及进行技术培训等措施，将新闻产品投递到对象国，向非洲国家的总统府、新闻局、新闻学院以及报纸和广播机构免费提供新闻产品。^④

（四）报道中国的政治经济与中非交往，服务于多样化的受众

在中非媒介交往的初始阶段，中国对非媒介输出的主要内容是新中国的政治经济建设成果、中非交流以及国际政治经济新闻报道等内容。广播主要面向各阶层的非洲民众，而报刊书籍则面向政府官员、媒介人士、学者等具有较高教育水平的社会精英。中国国际广播电台的前身北京电台通过英语、法语、斯瓦希里语和豪萨语等语种对非洲进行广播，不仅播出有关我国的政治经济发展情况，也通过文化艺术等节目提升对非洲传播的效果。1956至1978年间，外文局通过中国国际书店向非洲各国发行了大量书籍。六七十年代，埃塞俄比亚、加纳、马达加斯加等一批刚刚独立的非洲国家建立了社会

① 周宁著：《天朝遥远：西方的中国形象研究》，北京大学出版社，2006年版，第6页。

② 转引自胡耀亭、陈敏毅主编：《中国国际广播电台大事记第一集》，中国国际广播出版社，2011年版，第145页。

③ 马胜荣主编：前引书，第34页。

④ 吴锡俊：《看新华社新闻在坦桑尼亚怎样落地》，前新华社非洲总分社社长吴锡俊网络博客《恩刚山——非洲记忆连载之第九十》，http://blog.sina.com.cn/s/blog_591a7a510101bxj9.html，2014-01-01。

主义性质的政权，它们主动向中国学习社会主义革命和建设的经验，对毛泽东的《实践论》等书籍有巨大的需求。在埃塞俄比亚，新成立的政府新闻部号召全国向中国学习，中国向埃塞俄比亚出口的革命书籍成为畅销书。^①

总体来看，这一时期的对非洲媒介援助增进了非洲媒体新闻来源的多样性，强化了第三世界国家对非洲事务的解释视角，为提升发展中国家的话语权和非洲国家新闻事业的去西方化做出了贡献。同时，中非媒介交往促进了中非双方的相互了解，加强了非洲各国对我国的正面印象，推动了非洲各阶层人民共同反对西方霸权主义的斗争。然而，这一时期中非媒介交往内容和形式都比较单一，以援助为基础的中非媒介交往影响力也有较大的局限性。首先，宗主国多年的殖民教育在后殖民时代仍然根深蒂固，导致非洲新闻界在世界观和认识论上更加认同西方的价值体系。^② 第二，从信息流通的数量来看，西方媒体在非洲耕耘多年，实力和影响力巨大，而从硬件设施的数量和质量上来看，我国与西方大型传媒机构也有着不小差距。非洲本土传媒机构虽然有了一定程度的发展，但是仍然无法完全依靠自身所生产的内容来保证必要的报道量，因而仍然依赖西方新闻机构来获取新闻来源。最后，从人员培训角度看，非洲国家新闻机构的技术骨干和报道人才主要通过英国广播公司（BBC）或者法兰西世界电台驻各国的专家进行现场培训，或者直接到西方国家进行专门培训。我国对非洲新闻人才的培养仍是不定期新闻人才集训或技术人员岗前集训层面，成建制的学院教育和在媒介机构进行的一线培训几乎没有展开，这与西方国家相比同样不占优势。

中非媒介交往的调整阶段（1978～2000年）

20世纪70年代末、80年代初以后，世界形势发生了重大变化。在中国国内，“文化大革命”结束使国家的工作重心从阶级斗争转为经济发展。在世界范围内，东欧剧变和苏联解体使世界进入后冷战时代，原来的东西方矛盾趋向缓和，世界多极化的趋势逐渐显现，国际形势总体上出现了相对和平的发展趋势。与此同时，新技术革命和经济区域化潮流带动了全球化的迅速发展。

^① 何明星著：《新中国书刊海外发行60年》，中国书籍出版社，2010年版，第86页。

^② Ngomba, T., "Differing Paradigms of Media Systems Development in Contemporary Africa: Does the 'Chinese Model' Have a Place?", *Journal of Asian and African Studies*, Vol. 47, No. 1, 2011, pp. 52-67.

展，各国的生产、流通、投资等经济活动日益联结为一个整体，经济发展既相互依存、相互渗透，又充满了矛盾和激烈竞争，中国也开始重新融入世界经济体系。在此背景下，中非关系体现出新的特点。1983年，中国提出对非援助的新四项原则，即“平等互利、讲求实效、形式多样、共同发展”，由此，中非逐渐发展成为全天候的合作关系。

这一时期，中国开启了对媒介领域的改革，参与对非洲媒介交往的机构都在这一时期逐步开始了商业化的改革，媒介在作为党和国家的“喉舌”之外，又增加了作为市场主体的功能。1978年中央政府开始改革媒体行业，推行“事业单位，企业管理”的原则，赋予媒介机构一定的经营自主权。1979年中宣部对媒介恢复商业广告的做法给予支持，中国广告业与传媒经济由此开始得以发展。1996年经中宣部同意并由国家新闻出版总署批准，《广州日报》组建中国第一家报业集团的试点，开启了报业集团化——广电集团化——传媒产业的文化产业化的演变历程，促进了中非媒介交往由以媒介援助为主向媒介交流逐步过渡。总体而言，这一时期的中非媒介交往有以下特点：

（一）恢复或新建对非传播的分支机构，加强在非洲的媒体存在

“文化大革命”期间，中非交往受到了巨大冲击，包括对非媒介援助在内的许多项目陷于停顿。十一届三中全会以后，我国一方面恢复了被撤销的驻非洲新闻分支机构，同时设立非洲地区总社，统筹管理并协调各驻非分社的报道，提升对非洲传播的效率。1986年，国际广播电台开罗记者站成立；1986年和1999年新华社非洲总社和法语国家总社相继在内罗毕和巴黎成立，分别对新华社驻非洲地区的英语和法语国家分社进行统一管理。记者站的恢复和新建更好地解决了对非洲报道的国际新闻来源问题，而总社的成立则改善了分社间的协调问题，提高了新闻时效，加强了对非洲传播的针对性。同时，随着国际传播领域的竞争日趋激烈，驻外记者站越来越多地承担了舆论先导和舆论引导的功能，通过在第一时间赶到新闻现场抢发稿件来占领舆论制高点，并对热点新闻持续发布后续稿件，充当舆论引导者。

（二）推动中非媒体的互动与合作，探索提高对非洲传播效率的新模式

这一时期，中国新闻机构的新闻理念经历了革新，它们在原有的对外传播模式的基础上进行新的探索，鼓励驻外新闻采编人员直接走向一线，并且部分机构已开始小规模吸纳非洲本土新闻人士进入采编队伍。新华社充分利用其在全球各地的分支机构对信息进行采集和集成，并根据客户提供定

制服务,如开设新闻专线供非洲的付费用户使用。新华社在非洲总社也开始引入外籍雇员,从事一部分稿件的翻译工作。^①国际广播电台也引入非洲本土的新闻从业者,参与新闻素材的采集和编辑。定制信息服务和采编队伍的部分本土化可以更好地满足非洲新闻市场的需求,生产出符合非洲受众需求的新闻产品。中非双方新闻制作人员的共同工作经历也使双方更好地了解对方的新闻理念,双方取长补短,增加了中非新闻界的交流,改善了对非洲传播的质量,提升了中国媒体在非洲媒介谱系中的竞争力。同时,为了更好地实现我国节目在非洲的落地,新华社和国际广播电台等对非传播机构与非洲媒体积极进行互动,通过新闻交换和时段购买的方式进行合作,使我国新闻机构所生产的新闻产品能够服务于更加多样化的非洲新闻用户。

(三) 从免费提供新闻向基于市场交换过渡,内容更加丰富多样

进入调整阶段,中非媒介交往在继承原有的媒介援助基础上也逐步开启了基于平等互动的媒介合作,中国对非传播的内容已经不再是单向地介绍我国的政治经济情况,而是逐渐向中非文化交流的方向倾斜。同时,鉴于宏观国际形势在较长时间内的和平局面,中非媒介交往中的政治利益和意识形态层面的考虑逐渐向经济层面的平等交流过渡。进入80年代末期,中国驻非分社向非洲国家主流媒体免费提供新闻的机制逐渐被一种付费机制所取代。如果非洲媒体有足够的经济实力需要向新华社的新闻服务支付费用;如果媒体无力支付,新华社仍然会为其提供新闻与技术服务。^②同期,在对非洲书刊发行过程中,中国国际书店整合了贸易与非贸易发行两条渠道,实现了发行由“计划经济”向“市场经济”的过渡,这种在国际市场上以贸易方式发行书刊的经营活动得到了中央的大力支持。^③

在中非媒介交往的调整阶段,中国和非洲之间的关系逐渐呈现平等互利、双向交流的特点,中非媒介交往在巩固第一阶段成果的基础上进行调整。双方交往的出发点从支援非洲国家的民族解放运动和独立逐渐向促进双方的媒介事业共同发展的方向转化,不仅中国对非媒介援助的形式和内容更加丰富多样,而且逐步由中国对非单向援助向双方的媒介合作过渡。中国对非传播

^① Xin Xin, op. cit.

^② Ibid.

^③ 钟馨:《1976年至2001年中国对外传播史研究》,武汉大学2007级博士研究生学位论文,2010年6月,第25页。

机构在新时期开始探索在非洲的本土化道路和多样化的传播模式，展现了更高的专业化诉求，体现了中国媒体增强对非传播贴近性的主动意识。

中非媒介交往的快速发展阶段（2000年至今）

进入新世纪，随着中国国际影响力逐渐增强，但仍坚持其一贯的和平发展理念。建立中非新型战略伙伴关系，符合和谐世界的要求，并将有助于推动全球范围内和谐世界的建设。自2000年始，中非双方以中非合作论坛为平台，着力打造以“友谊、和平、合作、发展”为特色的中非合作模式。2006年中国政府发表《中国对非政策文件》，明确提出“和平与发展仍是当今世界的主题”，并指出新时期中国应“坚定不移地继承和发扬中非友好的传统，从中国人民和非洲人民的根本利益出发，与非洲国家建立和发展政治上平等互信、经济上合作共赢、文化上交流互鉴的新型战略伙伴关系。”

在世界传播领域，“西强我弱”的世界舆论格局并未得到根本改变，新闻舆论竞争愈加激烈。在相互尊重的前提下，中非媒介交流和合作得到进一步的发展。一方面，非洲各国亟须中国媒体加大在非洲的存在，在新闻的生产和流通等诸环节上与西方媒体形成抗衡，从而使得国际新闻流通体系中与非洲相关的新闻变得更加平衡。^①另一方面，随着中国的和平崛起，中国迫切需提高其在国际传播秩序中的话语权，为国家的进一步发展创造良好的国际舆论环境。《中国对非洲政策文件》确定了中非媒介交往的主要原则：“鼓励双方新闻媒体开展多层次、多形式的交流与合作，增进相互了解，全面、客观报道对方情况。加强双方相关政府部门的联系与沟通，就处理与国内外传媒的关系交流经验，为媒体交流提供指导和便利”。^②

此外，数字新媒体技术的发展为以互联网为依托的国际传播提供了契机，大大提升了中国对非洲传播的精准度和传播效率。而此时，受金融危机的影

^① 参见中国媒体代表团访问非洲各国报告，如蒋安全：《中非合作扎实推进 媒体交流急需加强》，http://news.xinhuanet.com/zg/jx/2007-11/06/content_7019329.html，2014-01-02；杨蕾：《中南新闻交流急需加强》，http://news.xinhuanet.com/zg/jx/2008-01/08/content_7383737.html，2014-01-03；张业亮：《中国新闻代表团访非调查报告》，http://news.xinhuanet.com/zg/jx/2012-12/12/c_132036048.html，2014-01-03。

^② 参见《中国对非洲政策文件》，http://news.xinhuanet.com/world/2006-01/12/content_4042333.html，2014-01-05。

响，西方各大传媒集团纷纷调整其战略重心，裁减海外分支机构或减少外派记者，路透社、美国有线新闻网（CNN）等西方传媒机构都缩减了在非洲的部分业务。我国对外传播机构抓住机遇，整合对外传播资源，加强对非洲的传播力量，以提升国际竞争力。自 2008 年开始，新华社、中央电视台、人民日报和国际广播电台都通过拓展对非洲传播的途径，更新传播理念，充实了自身的传播实力，成为对非洲传播的重要平台。

（一）推动中非媒介交流与合作向制度化发展

新时期的中非媒介进一步向合作、交流的方向发展，中国对非媒介援助仍旧是双方媒介交往的重要内容，但援助逐渐呈制度化发展。2000 年之后，中国应非洲国家邀请，在 30 多个非洲国家承建了 50 多项广播及电视专业工程项目，完成了 30 多项中短波发射中心、电视和调频发射中心以及广播电视转播系统的设计、安装和调试项目，并为项目管理和运营培训技术人员。^①

中非双方新闻界的交流也达到了高潮，中国所有的中央级媒体都与非洲国家的媒体建立了紧密的联系。^② 2000 年 12 月 25 日，为了具体落实中非论坛各项决议，中非合作计划北京峰会后续委员会成立，以统一协调中非之间的双向交流。以此为平台，中非之间加大了双方相关人士的互访力度。除了继续推动非洲传媒人士来华进行交流和沟通之外，中国媒体也大力推动新闻人士“走出去”，到非洲国家交流访问。2004 年以来，中国记协定期组织代表团访问非洲各国。2014 年，中国外交部设立“中非新闻交流中心”，以加强非洲国家对华报道的力度，进一步推动双方新闻媒体人员交流互访。^③

中非合作论坛之前，中国对非洲记者的培训以讲解中方所提供设施的使用为主要内容；中非论坛成立之后，该项培训转向邀请非洲国家的新闻官员和从业人员到中国接受培训。2004 年，非洲 23 个国家的 42 名记者到北京接受培训，内容涵盖中非关系、中国对非洲的政策、中国经验、经济改革成果、国家总体发展现状、台湾问题、中国媒体观点等诸多方面。^④ 国务院新闻办自

① 黄泽全：《中非广电市场广阔》，载《西亚非洲》2002 年第 5 期，第 57～64 页。

② 王南、李新烽：前引文。

③ 有关中非新闻交流中心活动的情况，参见《中非新闻交流中心首批记者访问我局》，http://www.cipg.org.cn/xwzx/gzyw/201404/t20140402_800027988.html，2014-03-05。

④ Farah, D. & Mosher, A., “Winds From the East: How the People’s Republic of China Seeks to Influence the Media in Africa, Latin America, and Southeast Asia”, Report for Center for International Media Assistance, http://cima.ned.org/sites/default/files/CIMA-China-Report_1.pdf, 2013-05-06。

2004年起开设针对非洲国家新闻界人士的研修班，并邀请中国的媒体人员与非洲同行进行交流沟通。由于收效良好，该项研修班已成为长期化、正规化的中非媒体交流机制，每年举办一次。2010年以后，以中国传媒大学为依托的发展中国家国际新闻硕士班也开创了我国对非洲传媒人才进行正规化、长期化培养的模式。在2012年的中非媒体合作论坛上，中非双方进一步将这种针对非洲媒介人员的培训拓宽并制度化，中方邀请非洲国家的媒体高层管理人员以及广播电视记者来华采访和制作节目，为其提供相关培训，并在媒体管理、节目制作、技术交流等方面进行合作交流。^①

中国陆续与非洲多个国家的新闻主管部门建立了良好的联系沟通机制，中非媒体之间的合作也通过伙伴关系的方式加以正规化，新华社与南通社、泛非社以及肯尼亚的《国家报》等非洲媒体建立了友好合作关系，为双方在新闻产品生产和传播领域内的合作奠定了基础。2009年5月中国国际广播电台非洲总站与肯尼亚国家广播公司签署《CRI与KBC联合数字节目机房合作协议》，共同启动联合数字节目机房，在数字节目制作领域进行深度合作。^②截至2013年1月，中央电视台先后与埃及广播电视联盟、马拉维国家电视台、肯尼亚广播公司、南非广播公司、刚果（布）国家电视台、津巴布韦国家台、阿尔及利亚国家电视台、苏丹电视台、卢旺达广播信息局、莫桑比克电视台、毛里求斯国家台、塞舌尔广播公司、赞比亚国家广播公司、塞内加尔广播电视台等先后签署了新闻合作协议或框架合作协议。^③

（二）推动对非本土化和精细化传播，增强对非报道力度

2004年新华社将驻非洲的各分社进行重新布局，取消原来驻巴黎的法语国家总分社，将其迁至肯尼亚的内罗毕。调整后的非洲总社涵盖了英语、法语和葡语3种语种，加强了语种配置，进一步加强非洲总分社的传播力量和协调功能。^④国际广播电台通过自建、租用、合作办台、商业购台、参股办台、节目交换等方式，扩大了中国媒体在非洲的落地效率。2006年1月，国际广播电台在肯尼亚首都内罗毕开设的调频广播电台开播，实现了整频广播

① 魏文利、王雪枫：《中非媒体合作论坛发表“北京宣言”》，http://www.qstheory.cn/gj/gjzx/201208/20120827_177888.html，2014-02-04。

② 胡耀亭、陈敏毅主编：《中国国际广播电台大事记第三集》，中国国际广播出版社，2011年版，第240页。

③ 李舒东主编：《中国中央电视台对外传播史1958-2012》，人民出版社，2013年版，第181页。

④ Xin Xin, op. cit. .

电台在境外的首次落地。至2009年,就使用语种规模和播出时间而言,国际台已经跻身世界三大电台,与英国广播公司和美国之音并列,日益成为中国对外传播无可替代的主力军。^①2010年,中央电视台在肯尼亚首都内罗毕成立非洲中心记者站,使其成为非洲区域的报道、播出平台及调度中心,负责整个非洲区域新闻的报道、制作和播出,指挥协调非洲区域重大、突发事件的报道,并对下辖记者站实行日常管理。以非洲中心站为依托,央视驻非洲记者站迅速由此前的4家增长至17家,布局同样涵盖了肯尼亚、尼日利亚和加纳等重要国家。2012年1月,中央电视台将非洲中心记者站升级为非洲分台并在内罗毕正式开播,成为央视第一家海外分台,该台每天从内罗毕发回1小时的直播节目,通过央视《非洲频道》播放。该节目是第一档在非洲大陆进行日播的非洲专题节目(英国广播公司等西方电视台的非洲节目基本为周播),随后又增加了《非洲论坛》和《非洲面孔》两档专栏节目。^②2012年12月14日,《中国日报(非洲版)》在肯尼亚创刊,这是中国在非洲发行的首份英文报纸,其发行范围覆盖了肯尼亚、南非、尼日利亚、埃塞俄比亚、坦桑尼亚、加纳等国家。该报期均发行量6万份,面向非洲政府机构、工商界人士、重要智库、重点大学、在非国际组织与跨国公司、驻非外交人员等,报纸内容以中非经贸合作信息以及中非社会文化交流为主。^③

中央电视台非洲分台的全部100多名员工中,2/3以上都是肯尼亚当地人。^④本土化的制作团队以更加符合非洲本土受众的观看习惯和问题视角进行精准传播,提高了传播的针对性,也取得了更好的效果。肯尼亚著名报纸《星报》(The Star)在2012年5月的一篇报道中指出:“由于中央电视台的报道,全球170个国家的观众将能通过一个24小时播出的新闻频道看到非洲的真实景象了。”肯尼亚广播公司总裁瓦恩亚表示:“在其他媒体以往的报道中,非洲往往充满疾病、腐败和冲突,中央电视台非洲分台的报道,却像一股清

① 王庚年:《中国国际广播电台增强国际传播能力建设的十大突破点》,载《中国广播电视学刊》2010年第10期,第8~10页。

② 颜颖颖:《中国官媒悄然布局非洲》,凤凰网: <http://phoenixweekly.blog.163.com/blog/static/1266293020129201150854/>, 2014-03-05。

③ 详情请参见《中国日报》官方网站, http://www.chinadaily.com.cn/static_c/gyzgrbwz.html, 2014-03-06。

④ 杨冉:《建设非洲分台打造一流国际媒体——从CCTV-AFRICA看央视海外扩张》,载《新闻传播》2012年第8期,第39~40页。

新的空气，使国际媒体对非洲有了新的、更客观公正的报道来源。”^①

（三）充分利用数字技术，实现对非洲的全方位媒介沟通

新时期中非媒介交流开始呈现出全球传播的时代特征。国际广播电台推出国际在线，将广电媒体的内容上线，同时开发基于网络的传播内容，提升了对非洲传播的覆盖面，同时也建立了语种广泛的在线和移动广播，涵盖了非洲国家的所有语种。中国日报网也同步开设非洲版子网，除了将纸媒内容上线之外还开辟了新的交流平台，使非洲读者能更加贴近地了解中国。新华社各驻非分社也积极进行技术创新，通过利用数字传播技术加强了传播的效率，非洲国家媒体对新华社新闻产品的采用率大大提升。^② 2010年12月，中央电视台成立了央视国际视频通讯有限公司（国际视通），专门向全球媒体提供央视视频新闻产品和服务。国际视通与非洲10余个国家的媒体签署了合作协议，双方将在视频新闻内容供应等方面进一步加强合作，国际视通将为非洲开辟一条视频传输的专线，为非洲国家提供更多有针对性的新闻。^③

另外，随着数字新技术的不断扩散和深入，信息通讯技术（ICT）传播成为全球传播的主要形式之一。根据某国际电信研究机构（InformaTeleco）的市场数据，非洲在2011年第二、第三季度分别超过了西欧市场和北美市场，成为全球第二大移动通信市场。^④ 与此同时，中国两大移动设备生产商中兴和华为在尼日利亚、南非和肯尼亚等非洲人口大国已经成为最大的两个生产商。2011年，新华社联合华为公司与肯尼亚最大的移动通信运营商萨法利（Safari）共同推出手机报，通过华为公司的技术平台，新华社直接向萨法利1700万手机终端用户提供及时新闻信息服务。^⑤

（四）中非媒介交往向全方位、多层次的深度合作发展

在中非媒介交往的初期阶段，双边合作的形式和内容以中国对非洲进行器物层面的设施援助为主、宣传中国理念为辅，第二阶段则逐渐转为以平等

① 李舒东主编：前引书，第244页。

② 杨蕾：《中南新闻交流急需加强》，http://news.xinhuanet.com/zg/jx/2008-01/08/content_7383737.html，2013-04-05。

③ 杨雯：《中国电视加快走进非洲》，<http://www.donews.com/media/201311/2650119.html>，2014-04-06。

④ 林靖东：《GSMA称非洲是全球增长速度最快的移动市场》，<http://tech.qq.com/a/20111109/000487.html>，2014-04-07。

⑤ 王雅楠、谭晶晶：《新华社“新华手机报”在肯尼亚开通》，http://news.xinhuanet.com/world/2011-04/19/c_121324363.html，2014-04-06。

交流的姿态向非洲媒体传播中国的媒介理念。进入新时期,伴随着双方媒介体制的发展和中非关系的变化,中非媒介交流的宣传色彩进一步淡化,双方交往日益体现出文化交流和双方理念平等互动的特点。2006年,中非双方在北京召开“中非广播电视媒体合作论坛”,加强双方在广电领域内的集体对话与友好合作。2012年中国推出“新闻出版走出去”工程,全方位加强我国与国外媒体的交流与合作。同年8月,中国与42个非洲国家及相关国际组织的200多位媒体界代表在北京聚会并且发表了《北京宣言》,就加强中非影视节目交流,包括电视剧、动画片、纪录片和电影的双向交流,达成一致。^①

以媒介为主要载体的对非公共外交也在这一时期取得了突破性进展,以无线广播和在线广播为载体的“孔子学院空中课堂”等交流形式在非洲获得了巨大的成功。2008年10月,“2008非洲文化聚焦”活动在中国深圳成功举行;2009年4月至10月中方在20余个非洲国家举行“2009非洲文化聚焦”活动。这一系列活动多角度、全方位展示了双方文化和文化交流成果,有力推动了中非文化交流的发展和繁荣,拓宽了中非媒介交往的内容和形式,国际广播电台全程参与了这一系列活动,为最大限度拓展其影响力起到了巨大的作用。

结 语

中非媒介交往经历了从初期强调意识形态诉求的单项援助向平等互利的双边交流的过渡,交往形式遵循了从器物(硬件设施)到制度(新闻理念)再到文化(媒介文化)层面的进化,整个进程中这三种交往形式互相交叉,不同时期体现不同的侧重。中非媒介交往作为中非双方互相沟通的有效途径,对于打破西方媒介对国际新闻体系的垄断、提升中非双方在国际政治领域内的话语权方面起到了重要的作用。

纵观60年中非媒介交往的历史,在双方的共同努力下,交往的内容、形式、途径和理念等各方面均取得了巨大的发展和进步。然而,其中也存在一些尚待改进的地方。首先,尽管近年来中非在媒介理念上的交往有所增强,但是其服务于政治和外交政策的主要导向易受到国外学界和政界的诟病。其

^① 魏文利、王雪枫:前引文。

次，中国媒介扩大了在非洲的存在并不意味着非洲各国一定会接受我国的媒介制度和理念，尤其是在那些西方媒介思想影响较大的非洲国家。有学者详细分析了非洲媒介场域内各种范式之争，其结论是与西方媒介制度相比，中国的媒介模式及理念难以在部分非洲国家扎根。^① 再次，中非媒介交往改善了中国在非洲的媒介话语权，但是目前国际传播秩序中的“西强东弱”现象仍然严重，中非仍然面临着共同打破西方媒介霸权的重要历史任务。2012年8月，李长春在新华社有关上报材料上批示“新华社以非洲为突破口，增强话语权，扩大国际影响力，取得了重要进展。望继续努力，在打破非洲地区‘西强我弱’舆论格局方面迈出更大的步伐”。^② 最后，西方政治家炮制出“新殖民主义”的论调，试图抹黑中国在非洲的形象，该论调在西方媒体的炒作和部分非洲媒体的配合下在非洲仍有一定的市场，打破这种不利局面需要中国媒体与支持、认可中国媒介理念的非洲媒体共同努力，以真正提高我国在非洲乃至世界范围内的媒介话语权。

为了进一步加强中非媒介交往，并在此过程中逐步解决双方交往中一些深层次的矛盾和不足，我国应着力从以下几个方面入手：第一，以中国的“大外交、大外宣”的战略部署为契机，在巩固现有的成果的基础上加强以非政府交流为特色的媒介外交，推动中非媒介间多渠道、多层次的合作与交流，减少中国对非传播的宣传因素，增强中国媒介的吸引力，并以此带动中国在非洲的软实力建设。第二，以中非合作论坛机制为平台，进一步推进中非媒介交往的制度化发展。在制度的框架内，中非媒介交往可以系统地展开，从而保证双方交流的长期稳定发展。第三，中非媒介交往一定要坚持“求同存异”、“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”的原则。在双方的媒介交往中，应避免强加于人，在尊重各自独特性的基础上寻求双方的共同点，推动中非媒介交往长久、健康地发展。第四，中非媒介交往要以增加非洲媒体自身的造血功能、促进非洲传媒产业的全面发展为目标，提升媒介交流的层次。中非媒介在硬件设施和整体理念上仍有巨大的交流空间，中国的媒介理念和媒介产业化发展的经验都可以帮助非洲媒介更快地成长。只有中非媒介都强大了才能够真正抗衡西方媒介对国际新闻体系的垄断，为拓展双方的

^① Ngomba, op. cit.

^② 刘滢、周瑜：《非洲：中国媒体国际传播的重要突破口》，载《中国记者》2010年第10期，第24～25页。

国际话语空间提供支持。最后，充分利用互联网和移动通信技术所带来的巨大的发展机遇，加强双方在网络和移动传播领域内的合作与交流。非洲已逐渐成为网络和手机的重要市场，其用户主要是非洲的年轻一代，他们的认同将进一步推动中非媒介交往和中非双边关系的发展。

Media Interactions between China and Africa: Concepts, Paradigms and Features

Ran Jijun

Abstract: With the sound development of Sino - African relations and Africa's prominence in China's public diplomatic landscape, media interactions between China and Africa have begun to attract the attention of international academia. Since the establishment of official bilateral relation between China and Egypt in 1956, China has been deeply involved in media communications with Africa countries, witnessing an evolution from media assistance to media exchange. From the kick-off to the readjustment, and then to swift development of Sino - Africa media interactions, this evolution is a reflection of China's constant efforts to adjust its policy towards Africa so as to improve the discourse power and enhance the influence of China and Africa. Within the framework defined by the Forum on China - Africa Cooperation, China should further strengthen the media exchanges with Africa by utilizing the new media technologies and promoting exchanges on an equal footing so that an international media order conducive to the Sino - Africa relations can be established.

Key Words: Sino - Africa Relations; Media Interactions; Xinhua News Agency; CIR; CCTV

(责任编辑:詹世明 责任校对:樊小红)