

## 西非国家主流媒体对“一带一路”的报道及其分析

王 珩 朱伟铭

**【内容提要】**近年来,我国与西非国家共建“一带一路”取得重要成就,引起当地媒体的关注,西非主流媒体通过对“一带一路”的报道展现了良好的中国形象。但出于历史、现实原因,中国对非洲传播工作仍面临挑战。本文以 2017~2021 年西非国家主流媒体关于“一带一路”倡议的报道为样本进行研究,总结西非主流媒体相关报道的状况与特点,分析中国国家形象在西非传播的优势与挑战,并探讨未来我国依托“一带一路”倡议提升在非国家形象的实践路径。

**【关键词】**中国国家形象;西非主流媒体;“一带一路”倡议

**【作者简介】**王珩,博士,浙江师范大学非洲研究院副院长,教授,博士生导师,主要研究方向为中非人文交流;朱伟铭,浙江师范大学非洲研究院 2021 级硕士研究生,主要研究方向为中非人文交流(金华,321004)。

非洲是“一带一路”建设的历史和自然延伸,是重要参与方,几乎所有同中国建交的非洲国家都同中国签署了共建“一带一路”合作文件。<sup>①</sup>一份对全球 22 个国家民众进行的调查显示:世界各国对中国整体

---

① 中华人民共和国国务院新闻办公室:《新时代的中非合作》,中国政府网,2021 年 11 月 26 日, [http://www.gov.cn/zhengce/2021-11/26/content\\_5653540.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2021-11/26/content_5653540.htm), 最后访问时间:2021-03-05。

形象好感度持续上升,认为中国全球治理表现亮眼,“一带一路”倡议在世界范围的认知度不断上升,是海外认可度最高的中国理念。<sup>①</sup>非洲民调机构“非洲晴雨表”2021年11月发布的调研报告显示,在非洲有63%的受访者认为,中国对本国政治经济具有积极影响;66%的受访者认为,中国对非洲的政治经济影响是正面的,中国在非洲的影响力排名第一。<sup>②</sup>

西非地区包括尼日利亚、加纳、科特迪瓦、塞内加尔等15个国家,<sup>③</sup>2020年该地区总人口约占撒哈拉以南非洲总人口的35%,地区生产总值约占撒哈拉以南非洲的40.5%,<sup>④</sup>是撒哈拉以南非洲总体发展程度较高、经济潜力较大的地区,其中尼日利亚更是非洲第一大经济体和人口第一大国。2018年7月21日,塞内加尔成为首个加入“一带一路”倡议的西非国家。2021年11月底,布基纳法索加入“一带一路”倡议,标志着全部西非国家都加入了“一带一路”合作大家庭。

随着中国和西非国家共建“一带一路”不断深入,这一倡议本身也引起了当地媒体的关注。在“一带一路”倡议提出十周年,“一带一路”建设进入西非五周年之际,分析西非国家主流媒体对“一带一路”倡议的相关报道,有助于深入了解西非国家对“一带一路”倡议的舆情态势和民众态度,有利于发现总结中国在西非的国家形象建构与传播的内在特点、问题挑战和成功经验,对树立中国在非国家形象、构建高水平中非命运共同体、助力中非关系行稳致远具有重要意义。

## 一 西非主流媒体报道概况及特点

本文选取西非地区人口和经济总量最高的国家,分别是尼日利亚、加纳、科特迪瓦、尼日尔、布基纳法索、马里、塞内加尔、几内亚、贝宁、

① 当代中国与世界研究院课题组:《中国国家形象全球调查分析报告(2019)》,《人民论坛·学术前沿》2020年第20期,第90~95页。

② 《2021年11月22日外交部发言人赵立坚主持例行记者会》,中华人民共和国外交部,2021年11月22日, [https://www.mfa.gov.cn/web/wjdt\\_674879/fyrbt\\_674889/202111/t20211122\\_10451497.shtml](https://www.mfa.gov.cn/web/wjdt_674879/fyrbt_674889/202111/t20211122_10451497.shtml), 最后访问时间:2021-12-02。

③ African Union, [https://au.int/en/member\\_states/countryprofiles2](https://au.int/en/member_states/countryprofiles2). Accessed 2022-03-05.

④ The World Bank, World Bank Open Data, <https://data.worldbank.org/>. Accessed 2021-11-17.

多哥共 10 个国家作为研究的对象国。由于无法完整收集到马里、几内亚主流媒体相关报道,而布基纳法索加入“一带一路”倡议时间较短,因此选择尼日利亚《今日报》(THISDAY)、加纳《每日写真报》(Graphic)、科特迪瓦《博爱晨报》(Frat Mat)、尼日尔《萨赫勒报》(Le Sahel)、塞内加尔《太阳报》(Le Soleil)、贝宁《民族报》(La Nation)、多哥《多哥新闻报》(Togo Presse)共 7 个国家的代表性媒体作为样本(见表 1),以“一带一路”倡议相关报道作为具体研究对象。所选取样本报刊均为西非地区具有巨大影响力的重要刊物,具有较强的代表性。如尼日利亚《今日报》是尼日利亚发行量最大的国民报纸之一,从发行第一年开始连续三年获得“年度报刊”奖项。其余 6 家媒体分别是各国官方媒体,或发行量最大、最具社会影响力的报纸,能够通过议程设置对国内舆论进行引导。

表 1 西非国家主流媒体基本信息概况

国别	报刊名	是否为官方报刊	是否为西非国有报社联盟成员	年发行量(万份)	影响力、特征
尼日利亚	《今日报》	×	×	792.123	尼主流媒体,发行量最大的全国性报纸之一,“一带一路”新闻合作联盟成员,内容丰富全面,影响广泛
加纳	《每日写真报》	√	×	3650	该国最大的全国性日报,发行量是第二名的两倍,每日读者数约为 150 万人。1998 年开始采用新华社消息
科特迪瓦	《博爱晨报》	√	√	3650	执政党和政府的喉舌,法语非洲规模最大的报纸之一
尼日尔	《萨赫勒报》	√	√	182.5	全国唯一日报,创刊于 1974 年,每周一至周五出日报,周五出周末版《萨赫勒星期日报》
塞内加尔	《太阳报》	√	√	2372.5	国内最大的官方法文日报
贝宁	《民族报》	√	√	182.5	已发行 3000 多期。陶卫光、彭惊涛等大使多次访问该报社,在该报上多次发表署名文章
多哥	《多哥新闻报》	√	√	219	前大使刘豫锡曾会见该报社长与总编,其媒体代表团曾访问中国非洲研究院

资料来源:笔者根据中国驻各国大使馆官网、“一带一路”新闻合作联盟官网信息整理。

以“一带一路”倡议 (The Belt and Road Initiative/One Belt and One Road/BRI/OBOR) (La Ceinture et la Route/Une Ceinture et une Route/LCR)、新丝绸之路 (La Nouvelle Route de la Soie)、丝绸之路倡议 (Initiative Route de la Soie) 为关键词,检索 Factiva 数据库自 2017 年到 2021 年共五个年份的相关报道,对检索到的报道进行二次筛选,筛除不相关和重复信息,最终得到相关报道 213 篇。下文对 213 篇报道的数量、类别、情感倾向进行量化研究,分析报道框架,探究报道呈现的中国国家形象的现状与特点。

### (一) 报道数量与趋势分析

与西非媒体涉华报道总量相比,对“一带一路”倡议的总体报道数量不多,且国别差异较大。如尼日利亚《今日报》相关报道共 116 篇,占总量的 54.5%,而多哥仅 5 篇,贝宁、塞内加尔、尼日尔等国报道数量也仅十余篇(见表 2)。

表 2 西非媒体报道的数量分布和主要内容

国家	媒体	报道数量 (篇)	主要关注内容
尼日利亚	《今日报》	116	双边关系、基础设施建设、经贸交往、疫情防控、旅游合作、债务问题、中美贸易冲突
科特迪瓦	《博爱晨报》	37	双边关系、基础设施建设、经贸交往、疫情防控
贝宁	《民族报》	16	双边关系、疫情防控
塞内加尔	《太阳报》	15	双边关系、经贸交往
尼日尔	《萨赫勒报》	14	双边关系、经贸交往
加纳	《每日写真报》	10	经贸交往、媒体交流、科技合作
多哥	《多哥新闻报》	5	双边关系、媒体合作、医疗合作

资料来源:笔者整理。

从报道数量的年度变化趋势看,2018 年、2019 年西非国家主流媒体对“一带一路”倡议的报道数量最多,占总报道量的 62.4%。2020 年、2021 年报道数量与前两年相比大幅下降(见图 1)。

其中 2018 年与 2019 年报道数量存在四个报道高峰,分别是 2018 年 7 月、2018 年 9 月、2019 年 4 月到 5 月和 2019 年 9 月(见图 2)。

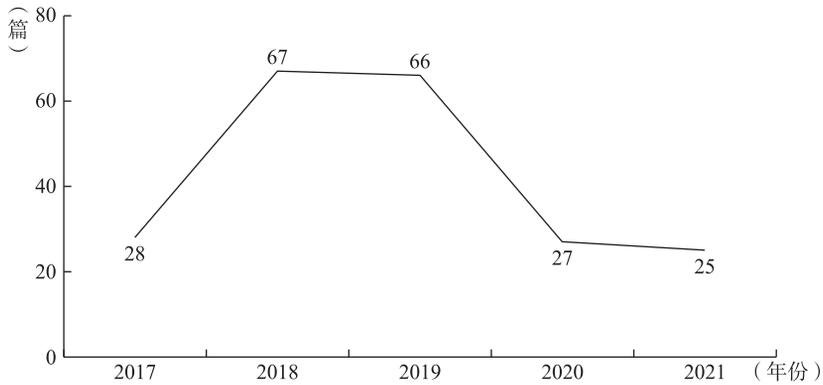


图 1 2017~2021 年西非媒体报道数量年度变化趋势

资料来源：笔者自制。

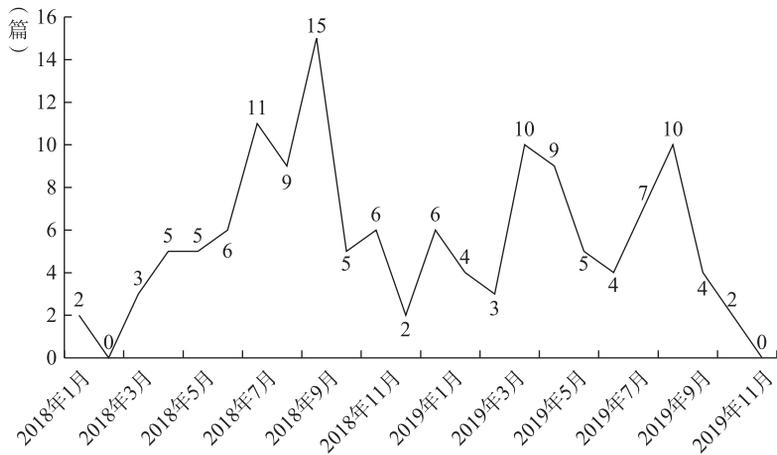


图 2 2018~2019 年西非媒体报道数量月度变化趋势

资料来源：笔者自制。

四次报道高峰正逢“一带一路”相关会议举办或重大事件发生，如中非合作论坛北京峰会、中国（北京）国际服务贸易交易会召开、中美贸易摩擦中国采取反制措施等。可见，西非媒体对“一带一路”倡议的关注度与中方推进“一带一路”倡议的积极实践、国际经贸格局的演变等具有一定相关性。全球疫情背景下，2020年、2021年报道数量较前两年大幅下降，西非各国为削弱疫情冲击采取多项防控措施，国际发展合作受阻，媒体报道注意力转移，这些因素都对“一带一路”倡议的报道与传播带来影响。

## (二) 报道类别分析

依据西非媒体对新闻报道的主流分类方法和样本具体情况,将213篇报道分为政治、经济、文化、社会、科技、卫生等主题,对于部分报道覆盖多个主题的情况,则将这些报道分别纳入不同类别进行统计。统计发现,西非媒体对“一带一路”倡议报道主要集中在政治与经济领域,分别占总数的44%和39%,对文化、社会等层面关注相对较少(见图3)。政治领域报道内容主要集中在双边关系、多边合作、国家治理、中国共产党建党百年等方面。经济领域报道主要关注基础设施合作、贸易往来、债务问题等。文化领域报道主要涉及中非媒体交流、艺术交流等。卫生领域报道主要包括中非卫生合作、疫情溯源问题等。西非媒体侧重于从政治、经济视角来论述“一带一路”倡议在非洲产生的影响,尤其是其对双边关系、经贸往来、重点领域合作等方面的促进作用。

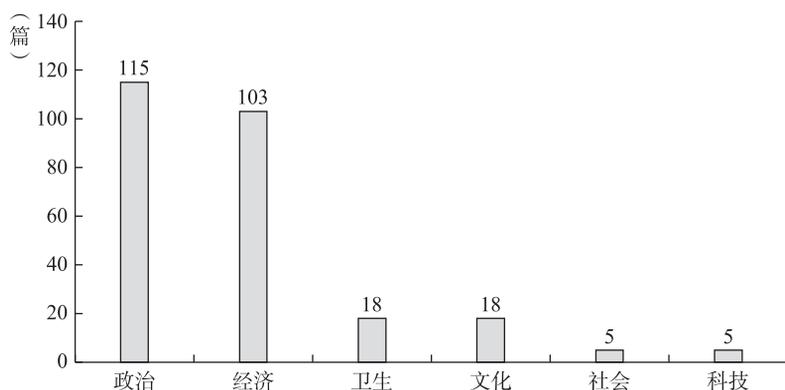


图3 西非媒体各类别报道数量一览

资料来源:笔者自制。

利用 AntConc 语料库分析软件统计五个年份的报道高频词,研究西非媒体对“一带一路”倡议报道的主题变化。将选取的报道按照年份与语言分类后进行词频统计,剔除无关字词与“中国”“非洲”“一带一路”等主题词后,将获得的统计结果翻译并汇总归纳,获得2017~2021年报道的关键词频次表(见表3)。

表 3 2017~2021 年西非媒体对“一带一路”倡议报道的关键词及频次汇总

时间	关键词 (频次)
2017 年	合作 (122)、国家 (111)、发展 (105)、经济的 (72)、广汽传祺 (70)、论坛 (67)、全球 (55)、汽车 (54)、投资 (54)、品牌 (51)、旅游业 (50)、贸易 (50)、新的 (50)、总统 (49)、游客 (40)、增长 (36)、经济 (32)、市场 (31)、商业 (30)、国际的 (30)
2018 年	合作 (248)、发展 (206)、总统 (174)、贸易 (158)、经济的 (133)、旅游业 (121)、北京 (112)、海运的 (95)、百万 (94)、峰会 (93)、贝宁 (91)、基础设施 (90)、国际的 (84)、港口 (65)、投资 (60)、中非合作论坛 (59)、增长 (56)、游客 (56)、交通 (52)、布哈里 (50)
2019 年	合作 (403)、发展 (367)、国家 (336)、总统 (234)、经济的 (153)、国际的 (129)、美国 (128)、尼日尔 (108)、关系 (108)、贸易 (99)、政府 (97)、政策 (84)、贫困 (75)、商业 (74)、新的 (74)、共和国 (73)、论坛 (70)、世界 (65)、交流 (63)、赢家 (57)
2020 年	国家 (271)、合作 (153)、世界 (136)、新冠病毒 (141)、全球 (131)、发展 (130)、反对 (103)、国际的 (84)、习近平 (81)、健康 (69)、病毒 (67)、外交 (66)、美国 (59)、共同体 (51)、斗争 (49)、关系 (49)、峰会 (48)、思想 (47)、团结一致 (47)、人类 (39)
2021 年	发展 (137)、世界 (102)、合作 (96)、人们 (92)、十亿 (84)、经济的 (71)、国家 (61)、新的 (52)、国际的 (47)、中国共产党 (46)、总统 (43)、美国 (35)、政府 (35)、南方的 (33)、贸易 (33)、北方的 (31)、塔利班 (31)、高的 (30)、阿富汗 (29)、全球 (28)

资料来源：笔者根据 AntConc 语料库分析结果整理而成。

2017~2021 年西非媒体相关报道中，“合作”与“发展”是出现频率最高的关键词，彰显了“一带一路”倡议促进合作发展的基调与主题。关键词的变化又呈现报道主题的动态聚焦。如 2018 年 9 月中非合作论坛北京峰会召开期间，“中非合作论坛”“北京”“峰会”“总统”“布哈里”等词语在报道中高频出现。在新冠病毒全球大流行的背景下，西非媒体在 2020 年集中报道了中非在“一带一路”框架下的卫生健康合作、习近平主席呼吁打造“人类卫生健康共同体”等内容，媒体大量使用“新冠病毒”“健康”“共同体”“团结一致”等词语。2021 年是中国共产党建党 100 周年，关键词“中国共产党”频率激增，各家媒体积极报道中国共产党成立 100 周年庆祝活动。中国共产党百年华诞为西非民众了解中国发展历程与中国南南合作历程，了解“一带一路”理念提供了机遇。此外，中美贸易摩擦、中国政府对外贸政策的诠释也成为外交话语的重要组成部分，“美国”“关系”“贸易”“交流”等词语使用频率较

高，中国在中美贸易摩擦背景下对“一带一路”倡议的推行与宣介再次成为西非媒体关注的重点。

### (三) 报道情感倾向分析

西非媒体对中国主要持积极正面的态度，总体呈现良好的中国国家形象。本文将报道中媒体的情感倾向分为积极、消极和中立三类。所选取的213篇报道中，积极倾向报道共有158篇，约占样本总数的74%；消极倾向报道共11篇，约占5%；中立倾向报道共有44篇，约占21%。

积极正面的情感倾向是西非媒体对“一带一路”的主流态度，报道内容主要涵盖两部分：一是介绍“一带一路”倡议建设成效，如中国与西非国家在双边贸易、基础设施、工业化建设、金融投资等多领域的合作；二是展望中国与西非国家未来关系和贸易状况，对中非关系发展和未来经贸往来持乐观态度。相关议题的设置对塑造和传播中国良好形象产生了积极作用，中国在西非媒体中呈现积极向上的形象。有44篇报道持中立态度，主要涵盖“非洲在‘一带一路’倡议中如何获得最大利益”<sup>①</sup>“中美两国签证事宜的异同”<sup>②</sup>“非洲如何在外部援助中提高自己的可持续发展能力”<sup>③</sup>等主题。这些报道大部分是强调在“一带一路”倡议背景下发挥非洲自身的积极作用，少部分报道则是对中国国家政策进行客观描述。此外，部分判断依据不是特别明显、难以界定情感倾向的文章，如《非洲国家需要中国战略》<sup>④</sup>等，也归纳在中立态度的维度内。消极倾向报道有11篇，主要来自尼日利亚《今日报》，这些报道或采纳了世界银行、西非本土智库和行业协会等信源，或是直接转载路透社、

① Olusegun Adeniyi, “Of China, BRI and the Road Ahead”, *THISDAY*, April 25, 2019, <https://www.thisdaylive.com/index.php/2019/04/25/of-china-bri-and-the-road-ahead/>. Accessed 2021 - 10 - 25.

② “Diplomacy of Passports and Visas in International Relations United States and China as a Case Study”, *THISDAY*, June 23, 2019, <https://www.thisdaylive.com/index.php/2019/06/23/diplomacy-of-passports-and-visas-in-international-relations-united-states-and-china-as-a-case-study>. Accessed 2021 - 10 - 21.

③ Adebayo Adeleke, “Adeleke: Nigeria Cannot Achieve SDGs with Foreign Aid”, *THISDAY*, November 1, 2019, <https://www.thisdaylive.com/index.php/2019/11/01/adeleke-nigeria-cannot-achieve-sdgs-with-foreign-aid/>. Accessed 2021 - 11 - 02.

④ Chukwuemeka Uwanaka, “Nigeria’s Need for a ‘China Strategy’”, *THISDAY*, January 6, 2021, <https://www.thisdaylive.com/index.php/2021/01/06/nigerias-need-for-a-china-strategy/>. Accessed 2021 - 10 - 21.

法国新闻社等媒体的文章。虽然数量不多,但这部分文章仍可能对我国国际传播工作和非洲民众对华认知造成不良影响,需要加以警惕。

结合报道数量分析,可以发现情感倾向分布具有一定的时空规律。在时间分布上,正面报道与总体报道的数量年度变化趋同,且正面报道数量会随着中国推进“一带一路”倡议的相关重大事件而增加。如 2018 年召开了中非合作论坛北京峰会,峰会期间西非媒体刊发了大量正面报道,积极介绍峰会成果,展望中非合作未来。中立报道数量呈倒 U 形分布,2019 年数量最多。当年,受中美贸易摩擦影响,西非媒体对这一事件的报道大多保持中立态度。负面报道最多的年份是 2018 年,之后随着西非各国陆续加入倡议和合作的深入推进,负面报道逐年减少。在国别分布上,负面报道主要来自尼日利亚《今日报》。中立倾向报道主要来自尼日利亚、加纳、科特迪瓦三国媒体,它们在报道国际事务时更倾向采取谨慎的态度,聚焦非洲利益的实现,强调自身能力建设对非洲可持续发展的意义和作用。

## 二 中国对西非国家形象传播的优势与面临的挑战

党的十八大以来,中国将对外话语体系与国际传播能力建设作为对外宣传工作的重点内容,随着共建“一带一路”的不断推进,中国国家形象日趋改善,外部舆论环境日趋向好,但同时也面临挑战,从而影响中国在西非国家形象的塑造与传播效能。识别并分析我国对西非国家形象传播的优势与挑战,对加强对外话语体系和国际传播能力建设,提高国际传播效能具有重要意义。

### (一) 中国对西非国家形象传播的优势

中非友谊源远流长,为中国在非洲建立积极正面的国家形象打下坚实的情感基础。近代以来,相似的历史遭遇让中非双方在反对帝国主义、殖民主义、种族主义的斗争中相互同情、相互支持,在联合国等国际组织中相互协调与配合,共同维护第三世界国家的利益。改革开放以来,中国综合国力显著上升,在和平共处五项原则、中非友好合作精神等理念指导下积极回应非洲国家诉求,开展务实有效合作,推动中非关系在传统友谊的基础上日渐深化,形成了全面战略合作伙伴关系。自“一带

一路”倡议延伸至非洲国家以来，其已成为中国同非洲国家深化务实合作、推进共同发展的重要平台。在非洲推进“一带一路”建设实践中，中国坚持立足于非洲实际和中非共同利益，秉持“真实亲诚”理念、正确义利观和共商共建共享原则，推进中非双方在各领域的合作。从结果层面来看，“一带一路”倡议在非洲长期耕耘，为非洲创造了前所未有的发展机遇，中非双方不断推动各领域合作，推动基础设施建设、疫苗援助、粮食安全合作、人文教育合作等重点、难点、亮点项目落地，并逐步探索绿色清洁能源、数字化智能化建设等新兴领域合作，为非洲经济发展注入动力、为社会发展补足短板、为国家可持续发展提供帮助，努力构建起政治互信、经济相融、民心相通的命运共同体。

为塑造良好的国家形象，中国媒体借助中非媒体合作论坛、“一带一路”新闻合作联盟等平台，推动中非媒体战略协调、资源共享、信息互通、人员往来，不断提升中国媒体的在非影响力。通过在“一带一路”倡议实施过程中积极设置议程，创造文化精品，发挥非洲企业家、学者“以外传外”的重要作用等方式，彰显我国和平、发展、负责任的大国形象。在西非媒体相关报道中，“合作”与“发展”是出现频度最高的关键词，“一带一路”倡议“以合作促发展，以发展谋共赢”的特质已成为非洲人民的共识，这有效促进了非洲人民对中国国家形象的积极认知，有利于建立积极参与全球治理、促进中非合作共赢的负责任大国形象。非洲晴雨表数据显示，2019~2021年，中国在非洲保持着良好的声誉，<sup>①</sup>德国一家咨询机构显示，非洲对“一带一路”倡议的看法较世界其他地方都更为积极。<sup>②</sup>对“一带一路”倡议的正向认知已在非洲社会中占据主流地位，为中国国家形象构建奠定了良好基础。

## （二）中国对西非国家形象传播的挑战

文化差异是影响国际传播的重要因素，不同的文化背景会孕育出各

① Josephine Appiah-Nyamekye Sanny and Edem Selormey, “Africans Welcome China’s Influence but Maintain Democratic Aspirations”, Afrobarometer, November 15, 2021, [https://www.afrobarometer.org/wp-content/uploads/2022/02/ad489-pap3-africans\\_welcome\\_chinas\\_influence\\_maintain\\_democratic\\_aspirations-afrobarometer\\_dispatch-15nov21.pdf](https://www.afrobarometer.org/wp-content/uploads/2022/02/ad489-pap3-africans_welcome_chinas_influence_maintain_democratic_aspirations-afrobarometer_dispatch-15nov21.pdf). Accessed 2023-05-14.

② “Belt and Road Initiative the View from Africa”, CMS, 2021, <https://cms.law/en/media/international/files/publications/publications/bri-view-from-africa?v=1>. Accessed 2023-05-14.

异的语言习惯、思维方式与价值判断,因此文化差异会在传播中造成信息交换的阻碍和意义理解的偏差。此外,由于非洲大陆内部文化还具有显著的差异性,<sup>①</sup>又进一步加大了中国对非传播的实施难度。

在“一带一路”合作中,双方常常因文化差异造成理解偏差,影响项目实施和传播实效。以一些大型基础设施项目为例,中国媒体积极宣传其对当代社会经济发展的贡献,而非洲媒体更偏重探讨其对自然环境可能带来的影响。从西非媒体相关报道的特点来看,其主动阐释“一带一路”倡议具体内涵的报道数量少,多数报道仅仅将“一带一路”倡议作为报道中非合作项目的政策背景简单提及。从少部分报道可以看出当地媒体严重的“认知偏差”,如将“一带一路”倡议称为满足非洲需要的新“马歇尔计划”。由于语言隔阂,中国媒体的中文报道相较于欧美媒体的英语、法语报道更难以被非洲国家采纳。而以美国为首的西方国家也出于意识形态偏见和国家利益考虑,有组织精心制造各式话语陷阱,企图阻碍中非合作、损害中非关系。非洲国家作为国际社会相对的“信息贫困国”,不可避免地会受到各种“话语陷阱”影响。肯尼亚非洲政策研究所所长彼得·卡戈万加(Peter Kagwanja)对此评价,西方及少数不明真相的非洲媒体对中非关系的批评和误解具有一定的误导作用,与中非关系的实际情况不符。<sup>②</sup>欲超越中非文化差异和西方国家破坏对我国塑造国家形象的负面影响,对非讲好中国故事,我国亟须提高国际传播能力,提升传播效果,但目前中国国际传播能力建设仍有进步空间。

现阶段,中国在西非地区还没能完全建立起具有中国特色的话语体系和国际传播体系,影响效果相对有限。在传播主体层面,中国对西非地区“一带一路”传播的主体较为单一,以政府、政党、中央媒体为主,高校、企业、地方媒体、公众等主体未能充分发挥传播效能,媒体外交、企业外交、城市外交等实践形式有待进一步开发。在传播内容层面,对“一带一路”倡议理念与实践的挖掘、阐释、创作和推介力度不够,对文化、科技、社会等领域内容供给不足,对环境保护、债务风险等当地民众热议话题的回应与跟进不够及时,引导力略显薄弱。中非双方在共建“一带一路”倡议的实践中,会遭遇全新的问题和情况,这对中非共有话语、共有知识的

① 刘鸿武:《黑非洲文化研究》,华东师范大学出版社,1997,第30页。

② 《肯尼亚非洲政策研究所所长前来中国非洲研究院交流》,中国社会科学院西亚非洲研究所网站,2019年4月24日,[http://iwaas.cass.cn/xshd/xsjl/201904/t20190424\\_4869187.shtml](http://iwaas.cass.cn/xshd/xsjl/201904/t20190424_4869187.shtml),最后访问时间:2022-01-12。

形成提出新的要求，但国内有关话语体系建设的研究相对落后于现实需求，关于“一带一路”倡议的成果数量在近两三年甚至有所减少。在传播效果层面，一项调查显示，超40%的海外受访者认为中国媒体表达方式难以理解，内容不够吸引人，节目种类少。<sup>①</sup>中国媒体在推进传播内容“乐于理解”与“易于接受”方面效果不尽如人意，导致非洲民众对中国的认知落差存在扩大趋势。话语体系与传播体系的弱势会造成非洲国家对中国的“误解”，中国需大力加强国家传播能力建设，努力形成与综合国力相符的国际话语权。

### 三 “一带一路”倡议与提升中国在非国家形象思考

研究证实，“一带一路”倡议与提升中国国家形象具有显著的正相关性。<sup>②</sup>在党的二十大胜利召开，“一带一路”倡议和“真实亲诚”对非政策理念提出十周年的背景下，中国有必要持续发挥和巩固“一带一路”倡议对中国国家形象的正面作用，改善我国在非洲地区国家形象，提升影响力。

#### （一）加强对“一带一路”倡议的阐释，弥合非洲民众认知差异

如何阐释好“一带一路”理念，不仅关乎中国在非国家形象的塑造，还关心中非关系发展和人类命运共同体的建设。首先，应通过全人类共同价值视角深入阐释“和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢”的丝路精神，深刻剖析“一带一路”倡议的宏伟愿景和具体实践，帮助非洲民众弥合对“一带一路”理念的认知差异。在政治层面，突出“一带一路”倡议在增进国家间政治互信、推动区域和平稳定、维护发展中国家利益、变革全球治理机制等方面的有益贡献；在经济层面，突出“一带一路”倡议在推进贸易自由化和投资便利化、促进全球可持续发展等方面的积极作为；在文化层面，突出“一带一路”倡议尊重文明多样性，推动思想共通、知识共享、文化共兴，助力中非民心相通的重要意义，帮助非洲民众消除对“一带一路”理念的不解与误解，让“可信、可爱、

① 余江、李文健：《新作为、新论断与新路径：新时代加强国际传播能力建设的再思考》，《求是学刊》2021年第6期，第12~19页。

② 王金波：《“一带一路”能否提升中国国家形象》，《世界经济与政治》2022年第2期，第4~31页。

可敬”的中国形象更加立体饱满。其次,应加强政治对话、文化交流以弥合认知差异。通过将“一带一路”倡议与非盟《2063年议程》、非洲各国发展战略进行联系,增强理念阐释的文化贴近性,帮助非洲国家更好了解“一带一路”理念的性质、目的和意义。通过学术交流、文化传播活动实现知识与理念的共同生产、分享、传播,构建“一带一路”自主知识体系,有效消除国际舆论场中的杂音,助力中非各国之间更好地相互理解,推进合作。

## (二) 保持战略定力,推动中非高质量共建“一带一路”

“一带一路”倡议是展示中国形象、传播中国话语的重要窗口。从取得的成果来看,“一带一路”倡议为非洲发展繁荣带来了实实在在的利益与帮助,有效提高了我国在非洲的国家形象。现阶段,“一带一路”已从“大写意”进入“工笔画”的高质量发展阶段。我国应继续努力推进“一带一路”倡议提能升级,提供高质量的公共产品,回应非洲国家的现实关切。首先,应重点关注与非洲国家在民生、脱贫、工业化、医疗、安全等领域的合作,为非洲经济社会发展补足短板,着重把握能够有效提升非洲民众生活质量的“小而美”项目,切实增强普通民众的幸福感和获得感,提升“一带一路”倡议的影响力和认可度。其次,应加强对在非洲的中国企业的监管,引导其注重社会责任,树立公共外交意识,强化品牌形象,提高产品与服务的可靠性,与当地社区保持良好关系,增强当地群众对中国的信任与好感。最后,从长远来看,“一带一路”倡议具有全球影响力,难免会遭遇外部挑战。美国与欧盟陆续提出的“重建更美好世界”(Build Back Better World,简称B3W)和“全球门户”战略,势必会对“一带一路”倡议在全球的开展造成影响,冲击中国在非洲的影响力。我们既要保持战略定力,又需以持久战心态看待“一带一路”倡议,坚持务实合作,展现出真实、立体、全面的中国。

## (三) 优化对非国际传播策略,推动多主体协同传播

为提升对非传播中国国家形象的实效,我们亟须改善现有传播策略,优化话语方式,通过多主体协同传播共同塑造中国形象。首先,在传播策略上,应根据受众国的文化背景和媒介偏好,采取分众传播,制定专属的新闻框架与话语范式,提高传播效率和影响力。在话语建构上,进一步提炼“一带一路”倡议的世界意义与文化标签,选取中非合作经典

案例将传播内容故事化、案例化，将精神内核具体化、标签化，促进非洲受众对传播内容的情感共鸣与价值认同。在观点阐释上，综合非洲媒体、西方媒体等多方信源，体现国际视角，促进国家形象自塑与他塑相结合，让报道更具亲和力、说服力。在平台选择上，顺应全球传播移动化、社交化、视频化的发展趋势，利用好“Tik Tok”“Twitter”等平台，提升对非洲青年群体的引领力。其次，积极开展公共外交，提升媒体合作水平。充分利用中非媒体领袖峰会、中非媒体合作论坛、“一带一路”新闻合作联盟和“一带一路”国际传播企业联盟等交流平台，尝试建立中非媒体合作联席会议制度，实现工作对接的常态化与机制化，推动媒体资源、信息资源的高效对接与充分共享。加强国际舆情分析，面对西方媒体的“话语陷阱”，要避免消极应对，发挥外籍专家、学者、媒体作用，联动发力驳斥“债务陷阱”“新殖民主义”等不实指控，提升对非洲民众的影响力和引导力，共同营造和维护好有利于“一带一路”建设的国际舆论环境。

#### （四）推动智库媒体融合发展，加强高素质人才队伍建设

无论是中非共建“一带一路”，还是推进对非国际传播，都需要专业智库和研究人员提供智力支持。首先，非洲研究具有复杂性，应充分发挥优势，聚合优质资源，通过设立研究基金、推动智库跨国合作研究，大力推行产学研合作等方式，提升研究水平。利用好中国非洲研究院、浙江师范大学非洲研究院、北京大学非洲研究中心、云南大学非洲研究中心等高校智库平台，立足中非合作关系现实中的紧迫与重大问题，加强非洲发展问题研究和中非关系发展研究，了解不同非洲国家的历史社会现状、经济政治格局和现实发展需求，推动中非务实合作提质增效。其次，需加强对非传播研究，利用好国内高校、智库、企业研究院等优质资源，发挥传音公司、四达时代等企业的优势，聘用非洲研究、国际传播领域领军人才，将制度优势、组织优势、人才优势、市场优势转化为传播优势，强化媒体的战略研究能力、思想传播能力、舆论引导能力、社会服务能力，助力智媒融合，打造“媒体型智库”“智库型媒体”。发挥智库服务决策作用，定期组织开展非洲各区域各国的受众倾向、传媒市场、国际传播相关研究，通过民意调查、数据分析、搭建模型等方式，描绘群体用户画像，精确洞察认知需求。搭建数据库，推出具有行业引领力、国际影响力的智库成果，为精准传播、科

学决策提供参考。最后,应打造国际传播专业团队,培养真正切合非洲发展实际与中国对外传播需求的集研究能力、语言能力、传播能力于一身的复合型人才,为“一带一路”建设和中国国际传播提供强有力的人才支持。

【责任编辑】宁彧

Chinese investor against an African country is *Zhongshan Fucheng v. Nigeria*. It reflects the quandary of Chinese investors who use ISDS mechanisms for resolving investment disputes in Nigeria. Denial of judiciary, issuance of an anti-arbitration injunction prohibiting international commercial arbitration, and challenge to investment arbitration jurisdiction by invoking the fork-in-the-road clause are all examples. It is due to the lack of knowledge with the ISDS mechanism and the local protection of the host country court. In order to resolve these issues, Chinese investors should carefully select dispute resolution methods under the existing international treaties and BIT. When it is appropriate, they can propose to the Chinese government that the China-Nigeria BIT need to be updated or that an FTA need to be signed. Finally, they can seek to establish a China-Africa Investment Dispute Resolution Center under the auspices of the Forum of China-Africa Cooperation in order to settle China-Africa investment disputes amicably.

**Keywords:** *Zhongshan Fucheng v. Nigeria*; Fork-In-The-Road Clause; Anti-arbitration Injunction; China-Nigeria ISDS

### An Analysis of Reports on the Belt and Road Initiative by Mainstream Media in West African Countries

*Wang Heng, Zhu Weiming / 204*

**Abstract:** China's joint construction of the Belt and Road Initiative with West African countries in recent years has attracted the attention of local media for its significant achievements. Through their reports on the Belt and Road Initiative, mainstream media in West Africa have demonstrated a positive image of China. Due to historical and current reasons, China's communication efforts in Africa continue to face challenges. This paper takes the reports on the Belt and Road Initiative by mainstream media in West African countries from 2017 to 2021, as an example for case analysis. It summarizes the status and characteristics of related reports by mainstream media in West Africa, analyzes the advantages and challenges of China's national image communication in West Africa, and explores practical ways for China to enhance its national image in Africa through the Belt and Road Initiative.

**Keywords:** China's National Image; Mainstream Media in West African Countries; The Belt and Road Initiative

*A Review on African Economic History: Internal Development and External Dependency*

Zhao Liangyu / 221

**Abstract:** *African Economic History: Internal Development and External Dependency*, composed by Ralph Austen, is the first comprehensive scholarly work in this field. In an attempt to display the entire landscape of African economic history, the author periodized the African history in the traditional way of pre-colonial, colonial and post-colonial, while simultaneously expounded on details in a “continental-thematic” sequence. This work unfolded before us the complexity of African economic history. It is undoubtedly worth reading because of the extensive time span, the correction of euro-centrism, distinctive theoretical analyses and profound historical materials.

**Keywords:** Africa; African Economic History; Ralph Austen