

RESEARCH ON IMAGE CONSTRUCTION OF EASTERN EUROPEAN COUNTRIES UNDER CHINESE MAINSTREAM MEDIA – CASE STUDY ON PEOPLE’S DAILY

Liu Chenyin, Shen Xin

Abstract: With the implementation of “One Belt One Road” policy, East Europe is enjoying a prominently important status among China’s foreign relations. Due to the media’s special status and influence, the mainstream media has an incompatible advantage of influencing the public’s perception of Eastern European countries. Based on the graphic database of People’s Daily, this article selected 552 reports about Eastern Europe during the past 70 years in People’s Daily from 1946 to 2015 and analyzed how this newspaper showed a national image of about Eastern Europe by using the method of content analysis. It’s noticed that when People’s Daily is covering stories regarding Eastern European countries, it tends to have a strong preference in choosing the topic, and a fixed perspective. The radical change in numbers of coverages will be closely affected by the political relation between China and Eastern European countries. The majority of positive, documentary, comprehensive coverage, and also international relation thus became a main factor determining the national image of East Europe.

Keywords: *Eastern Europe; Image Construction; People’s Daily; External Relations; Media Communication*

中国主流媒体下的东欧国家形象构建——以《人民日报》为例

刘晨音¹ 沈昕²

摘要：伴随“一带一路”战略的推行，东欧在中国的对外关系格局中地位愈加重要。由于媒体在社会生活和心理认知中的超强渗透性，人们对东欧国家形象的认知更多来源于媒体，媒体已经成为民众了解东欧国情的重要渠道，尤其是各类主流媒体。本文采用内容分析的方法，以“人民日报图文数据库”为依托，选取1946年—2015年约70年间，《人民日报》以东欧为主要报道对象的文章552篇，发现《人民日报》在建构东欧国家形象时，主题选择性强、报道视角较固定，报道数量上大起大落、极易受到中国与东欧国家对外政治关系的影响，以正面报道为主、纪实性报道占主体，报道领域全面、国际关系成为决定东欧国际形象的重要原因。

关键词：东欧；国家形象；《人民日报》；对外关系；媒体传播

一、国家形象

国家形象问题从国家诞生之日起，伴随着国家间的交往实践活动就产生了。它的产生大体可以分为四个历史阶段。分别为①1648年《威斯特伐利亚和约》宣告了国家主权体系的诞生。②十七、十八世纪的欧洲战争中，国家形象理论只是少数社会精英的思想成果。那时关于国家形象的认识尚无法产生超越国家政治边界的影响力，甚至对本国政治的影响都微不足道。^[1]③一战、二战时期，国家形象主要是通过国家在战争中的表现树立起来，战争中的传播实际上是双方所塑造的国家形象的博弈过程。④冷战时期，国家形象的研究开始运用于外交领域。肯尼斯·布尔丁(Kenneth Boulding)在其关于国家形象和国际政治关系首开先河的研究著作中强调了价值体系在国家形象形成中的重要性。

正因为是在带有意识形态倾向的价值观念下塑造国家形象，即使同一个国家，在不同媒体的“刻刀”下会形成截然不同的国际形象^[2]。所以，即使国家的形象核心在于国家的客观国情和国家实力，但在国家形

¹刘晨音(1992—)，女，河南洛阳人，中国地质大学(武汉)艺术与传媒学院新闻传播学2014级硕士研究生，主要研究方向为：新闻实务与地球科技传播。

²沈昕(1991—)，男，河南南阳人，中国地质大学(武汉)艺术与传媒学院新闻传播学2014级硕士研究生，主要研究方向为：新媒体传播、风险传播。

象的认知构建中,不同的大众传播媒介、不同的传播方式和态度会产生或积极或消极的迥异作用。大众传媒主观的叙述差异将很有可能透入媒介镜像,使受众产生或深或浅的认知差异。

截至目前,学界对国家形象的概念仍然莫衷一是。西方的研究者更倾向于国家形象研究的实践运用和操作,但态度并未能很明确。而国内学者也提出了多种定义,从检索到的文献上看,有关国家形象的研究可以分为定性和定量两类。其中,定性研究方面的代表如孙有中的《国家形象的内涵及其功能》、《全球化时代的国家形象》,多是从国家形象这一概念入手进行相关的理论构建。此外还有从对外传播的转略角度入手,对国家形象的构建提出建议和对策,如刘晓燕的《关于传媒塑造国家形象的思考》、杨磊的《中国对外传播的窘境与对策》^[3]等。

其中,中国新闻学院的徐小鸽教授是国内较早对国家形象问题进行研究的学者,他认为“国家形象是一个国家在国际新闻流动中所形成的形象,或者说是一国在他国新闻媒介的新闻言论报道中所呈现的形象。”^[4]中国传媒大学教授杨苇芬在其主编的《渗透与互动——广播电视与国际关系》中则提出:“国家形象是国际社会公众对一国相对稳定的总体评价。”^[5]而本研究所涉及的国家形象主要意指一国在他国新闻媒介的新闻和言论报道中所呈现的形象。它是国际社会对一国的整体认识和综合评价,是主权国家最为重要的无形资产。

二、研究设计与目的

本研究采取内容分析法,结合使用定性和定量两种方法,力求使研究结果更为客观、全面和准确。在目标媒体的选定上,在众多纸媒中,本文选取《人民日报》为研究对象,之所以选择《人民日报》作为本次研究的范本,是因为《人民日报》为中国第一大报,被联合国教科文组织评为世界上最具权威性、最有影响力的十大报纸之一。也是中国共产党中央委员会机关报,最能反映“中央的重大决策部署,及时传播国内外各领域的信息”。^[6]《人民日报》的主流就表现在它是中国最重要的党报,其特殊地位和其影响力不仅仅在于销售量,更在于它在政治、经济、文体、甚至是意识形态领域的绝对影响力,这也决定了它是我国对外交流的重要窗口之一,更是东欧乃至世界其他国家了解中国的重要渠道。《人民日报》所呈现出的东欧国家形象,在塑造公众对于东欧方面的认知有着巨大的影响力。

一、样本构建:本研究以《人民日报》为研究对象,选取了1946年—2015年这约70年间,《人民日报》以东欧为主要报道对象的报道552篇。入选的报道主要为有自己标题的、署名的或有来源的消息、通讯、评论、图片(包括照片、漫画和图表)等,不包括有关东欧公司或产品的广告。样本的筛选方式,是从界定时间范围内,在人民日报图文数据库进行标题检索,检索标题中带有“东欧”、“东欧国家”字样和东

欧有关的文本。本文的样本搜集主要依托人民日报图文数据库,该数据库收录了1946年《人民日报》创刊至今的所有图文报道信息,并且可以按照标题进行检索,依托该数据库可保证搜集样本的完整性和全面性。对于搜集到的每一个样本,每一个消息、评论和图片新闻都作为一个单独的样本。

二、报道主题:报道主题具体分类为:①政治报道(东欧各国国内的政策、政治选举、对外政策);②经济报道(东欧各国的国家经济状况、经济政策、公司运营情况、经济对世界经济的影响);③军事报道(东欧各国与他国的军事关系、军事行动以及与军事有关的会谈);④文体报道(东欧各国的教育发展、文化状况,跨文化交流、体育建设);⑤社会报道(东欧国家的治安、社区建设、人民日常生活)等五大类。

三、报道态度:本研究的报道态度指记者在写作时有意或无意地对报道对象流露出来的态度和表达的感情色彩。通过对文章报道内容和遣词造句的分析,可以将报道态度分为正面(肯定)报道、负面(否定)报道、纪实性报道、客观带赞赏口吻报道和客观带讽刺口吻报道等五种,其中归类的主要根据是,文章的用词、产生的语义以及语气判断。如文中常常使用诸如“合作”、“积极”、“友好”、“东欧兄弟”这样可以使读者对报道对象产生正面联想的词汇时,将文章归为正面报道;而出现“镇压”、“秘密的”、“迫害”等词汇时,容易使读者对报道对象持一种批判否定的目光,则将这类文章归为负面报道。纪实性报道则使用不带感情色彩的词汇向读者介绍新闻事实,通常比较客观。还有部分文章“看似采用客观的纪实报道,实则通过对客观事实和叙事角度的选择巧妙地表达了记者的主观价值判断”^[7],这类文章便可分为客观带赞赏口吻的报道和客观带讽刺口吻的报道。

四、报道类型:按照常规的报道类型一般分为消息、通讯、评论和图片(包括照片、漫画和图表)四大类。

五、消息来源:本研究的消息来源指“提供资讯给媒体组织用以换取新闻报道的个人与团体,如特殊利益团体、公开活动、或其他新闻媒体(如通讯社)。”《人民日报》的消息来源有自己记者撰写的文章,来自于新华社的文章和来自于其他社会途径的文章(包括预约文章)三个来源。

六、研究目的:在媒体信息高度发达的今天,媒体对东欧国家的有关报道影响着国内公众对东欧国家形象的认知。《人民日报》作为党的喉舌,在报道中有着“把关人”的优势,《人民日报》对东欧国家形象的呈现会影响受众对东欧的认知。从现有成果来看,研究媒体对东欧国家形象呈现的成果还非常少。本文用内容分析的方法对《人民日报》诞生之后近70年来《人民日报》对东欧的国家形象的呈现进行研究,从新闻传播学的角度出发,依托历史学、政治学等相关学科理论,对70年来《人民日报》对东欧国家形象的构建与呈现作内容分析,希望通过对《人民日报》中对东欧报道的分析,了解《人民日报》是如何呈现以及

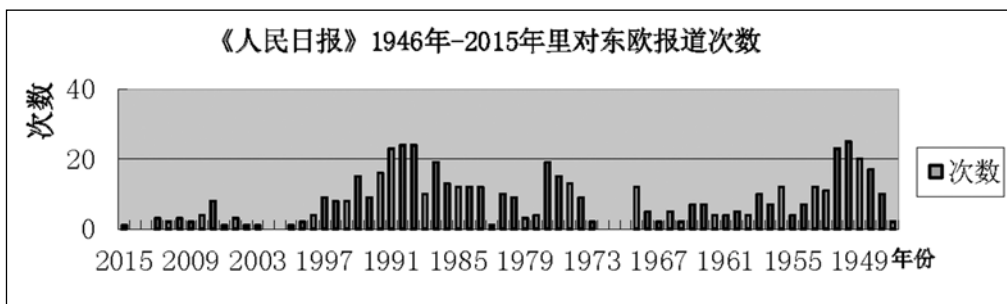
呈现了一个怎样的东欧国家形象，探讨分析影响《人民日报》呈现东欧国家形象的因素，弥补此领域研究的空白。

三、研究发现与小结

根据大众传播理论中的框架理论和议程设置理论，大众媒介在潜移默化中建构着人们大脑中的世界^[8]，因此，《人民日报》呈现给人们的并非一个完完整整的真实客观存在的东欧，而是它通过自己的媒介框架设置后的东欧国家形象。本文将通过对有关东欧国家的报道数量、时间分布等几个方面，尽可能的对搜集到的样本进行详细的统计与分析，以勾勒出《人民日报》上东欧国家形象构建的基本框架，即《人民日报》对东欧国家报道的特点。

1. 报道的主题选择性强，报道视角比较固定。报道时偏好于东欧的政治和经济方面，尤其是对外政治关系。报道范围虽然广泛，涉及到政治、经济、军事、科技、科学、气候、生活等内容，但是其中基本的报道内容和报道方向趋于一致，报道视角较为固定。报道数量上平均较少。

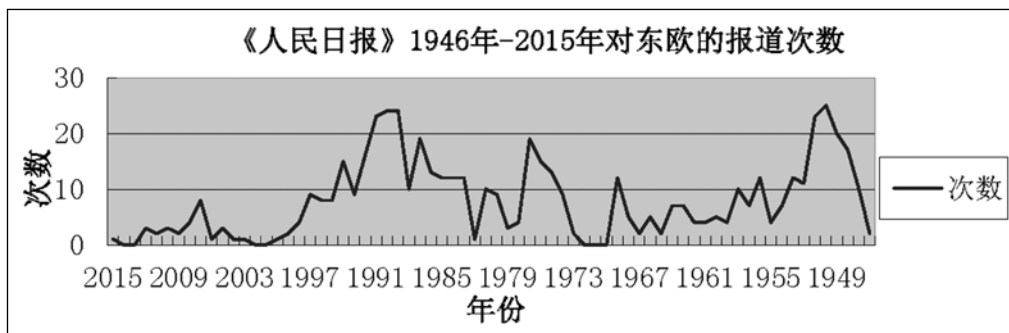
第一，1946年—2015年这70年间，《人民日报》以东欧为主要报道对象的文章为552篇，统计可得，有关东欧的报道基本上维持在一个平均水平，每年的报道数量都较少。没有较大的波动起伏。



第二，从报道主题的分布来看，《人民日报》在近七十年关于东欧的报道中，最重视东欧国家的政治类报道，约为170篇，共占全部报道总量的30.7%；其次是有关经济类的报道，一共有156篇，占报道数量的28.20%，前两者的报道主题加起来共占《人民日报》报道主题的59%，可见政治和经济是《人民日报》报道的侧重点。排在第三位的是有关文化体育的科教文体报道，共91篇，占报道总量的16.40%。后面依次是有关气候、生活的生活类报道，共有74篇，占报道总量的13.40%。军事报道，共60篇，占报道总量的10.80%。中国在和东欧国家的相处交流中，更重视非军事方面的政治、经济，而后双方的文化交流、体育竞赛等也成为报道的重要一部分。

	总计	报道主题所占报道篇幅
政治报道	170	30.70%
经济报道	156	28.20%
军事报道	60	10.80%
气候、生活报道	74	13.40%
文化、体育报道	91	16.40%

2. 报道数量上大起大落，极易受到中国与东欧国家对外政治关系的影响，且从‘《人民日报》1946年-2015年里对东欧报道次数’统计图中可以看出，近年来对东欧的报道数量严重不足。七十年中，较为明显的出现了三次报道高峰段，分别是1950年左右，1976年左右以及1990年左右。（其中1950年报道25篇，1976年19篇，1990年24篇）。第一个高峰段出现在1950年左右，主要是我国1949年10月建国之后，为了稳定新生政权，赢得国际支持，与东欧纷纷国家建交，建交国家主要有保加利亚，匈牙利、罗马尼亚等，在此时间段，中国与东欧国家关系得到了较为全面的发展，其中表现在政治上，是各国之间相互间高层领导互访不断。表现在经济上主要是同东欧各国普遍签订了贸易协定，相互间贸易额迅速增长，经济交易频繁。并且也签订了多项科技合作协定和文化合作协定，相互派遣留学生。不止于此，其他形式的经济、文化等方面的合作也在不断发展。于是在1949年后出现了第一个报道高潮期，并且此时的报道，多为双方建交，友好相处的正面报道类型。



而后，第二个高峰期出现在1976年左右，届时正值二十世纪六十年代以及七十年代，世界动荡、分化、改组、中苏分歧出现并扩大。中苏关系破裂，尤其是1976年左右，正值中苏关系恶化敌对期，中国对东欧的报道更是达到小高潮，但是内容多为敌对苏联的报道，对东欧国家多抱有支持、同情的态度，例如1976.09.17第10版《苏联加紧在军事上控

制东欧国家 把华沙条约组织变成奴役东欧、威胁西欧、同美争霸的工具》。之后的1989、1990年,《人民日报》对东欧的报道又达到了另一个报道高潮期,此时,正值东欧各国的政治体制和社会性质发生巨大变化时期,即东欧剧变,东欧政局动荡不安,《人民日报》更是集中报道东欧的政治、经济发展情况。从‘《人民日报》1946年-2015年对东欧的报道次数图表’中可以看出,这三个时间段内《人民日报》对东欧国家的报道数量较大。也可以分析出该段时间的报道内容以及次数,主要受到时政方面影响。另一方面,从1999年之后至今,对东欧国家的报道数量持续下降,数量偏小,没有大的波动。

3. 报道态度上以正面报道为主,纪实性报道占主体。报道态度上,本文将报道态度分为正面报道、负面报道、纪实性报道、客观带赞赏口吻报道和客观带讽刺口吻报道。报道中例如1956.07.09第5版《苏联和东欧兄弟国家的经济援助 对朝鲜的建设发挥了显著作用》与1956.07.14第5版《兄弟国家的关怀鼓舞着朝鲜人民 金日成谈访问苏联和东欧国家的印象》这类统归为客观带赞赏口吻报道。在552篇新闻报道中,其中持有正面态度的报道约有204篇,占全部比例的36.9%,持有负面态度的报道越有21篇,占全部报道比例的0.38%,纪实性报道共157篇,占全部报道比例的28.4%,客观带赞赏口吻报道132篇,占全部报道比例的23.9%,客观带讽刺口吻报道38篇,占全部报道比例的0.68%。其中,中国和东欧国家有合作也有亲密无间,也曾经出现过摩擦对峙,但是总体而言,相互间的合作交流占主要方面,而摩擦矛盾是次要方面,这一点在报道态度的所占比例中,可以看得非常明显。并且,在世界全球化和中国经济快速发展的环境下,中国和东欧国家的国际关系逐渐趋于好转,政治高层访问不断,经济贸易来往频繁,文化体育互动增多,皆为不争的事实,是报纸也无法加以控制与回避的,也是报纸无法改变和虚写的。因此,在这样的国内国外大环境下,《人民日报》上的东欧国家形象也就相应的表现在占主体地位的是积极、正面态度的一方。

	总计	报道主题所占报道篇幅
正面态度	204	36.90%
负面态度	21	0.38%
纪实性报道	157	28.40%
客观带赞美口吻	132	23.90%
客观带讥讽口吻	38	0.68%

4. 报道领域广泛,涉及东欧社会包括国内政治、外交、军事、经济、文化、体育、环境气候等等多个方面,其中,国际关系成为影响、构建东欧国际形象的主要方面。首先报道领域广泛,既有东欧各国政府制定的国内国外相应的宏观政策,也包含了文化、社区、生活等细致微

观领域。这种较全面的报道符合新闻报道的基本原理，一方面可以有效减少以偏概全、管中窥豹、以个体真实代替整体真实等错误，另一方面，可以开阔读者视野，使其从整体上更好地把握东欧各国真实的发展现状。与此同时，这种全面报道并非一视同仁，而是有侧重点的，从图表中可以看出，它更重视对东欧各国政治和经济领域的反映。其中，涉及中国和东欧国家政治的报道最多，这些政治报道中，各国领导人互访交流占据了很大的比例。而在决定为何报道、报道什么、怎么去报道方面，国际关系成为影响、构建东欧国际形象的重中之重。

例如，在建国初期，中国与东欧国家纷纷友好建交，总体上，在面对重大国际问题面前，中国与东欧国家都能够保持观点步调的一致性，且都在为反对帝国主义的侵略政策和战争政策，巩固社会主义阵营的团结，维护世界持久和平而共同努力。并且东欧国家在中国台湾、朝鲜半岛、印度支那等问题上都表示支持中国的立场，支持恢复中国在联合国的合法地位。因此此时中国和东欧各国关系积极、良好，相对应作为党报的《人民日报》在塑造人民关于东欧的国家形象时，更侧重于报道积极的正面的新闻，且新闻报道在用词、显意和态度的表述等方面上多为肯定，即为正面的负责的有担当的正面形象。而后20世纪60年代，中国和苏联的关系发生逆转，并进行大论战，并且，由于当时大多数东欧国家都支持、依附于苏联，中国与东欧各国的关系也日渐疏远。例如中国和保加利亚相互对立，和匈牙利合作关系受挫，和斯洛伐克关系变冷，和波兰更是出现多次外交干涉冲突。因此，不难理解，此时《人民日报》对东欧国家国际形象的构建则多为偏负面、消极的，但是70年代，由于东欧国家经济发展缓慢，随之可能受到战乱威胁。他们对对华贸易也有不同程度的依赖，并且随着中国提出了划分三个世界的正确战略。即“一条线”、“一大片”的联美反苏政策，具体而言，即团结一切可以团结的力量共同反对苏联的霸权主义，该时期的中国和东欧的外交不断取得成就，因此《人民日报》的新闻报道也多为正面积积极态度，对东欧国家形象的塑造也多为积极友好的。

众所周知，国家形象是一个国家软实力的重要体现。在全球化时代，各国都十分重视国家形象、国家品牌的塑造。在中国，作为官方主流媒体的《人民日报》对国家形象的建构就是具有代表性和官方意识形态的。本文通过对《人民日报》关于东欧近70年间的新闻报道进行统计、整理和分析，发现《人民日报》将东欧的形象的塑造和构建由以下多个方面决定。

首先，事实是本源，形象是建立在物质基础之上的，没有了物质本源，形象也就无从谈起。国家形象并非虚无的，它反映在主权国家的基本存在中，并通过主权国家的各种具体活动以及成果映射到国内外公众头脑中^[9]。一个国家的国家行为和国家本身的完善程度，是国家形象的客观基础和基本内涵。《人民日报》对东欧的报道是真实的，客观存在的，符合现实情况的，并非子虚乌有、空穴来风。其次，《人民日报》

对东欧报道中常用的写作用词和报道风格、报道态度都直接反映对待东欧国家的态度。中国是一个社会主义国家,长期以来,我国传播媒体都是作为国家方针、政策的宣传工具,媒体的报道内容与报道思想必须服从国家政府的立场,并为其服务。党性原则是中国传播媒体制度的根本原则,“喉舌论”就是一个具有代表性的观点。在写作风格上,《人民日报》严肃客观,但也是有策略地选择报道重点对读者加以引导和构建。而后,中国与生俱来的价值观和对东欧持有的历史观也是影响《人民日报》对东欧形象认知的重要因素,在《人民日报》的报道中也能够明显地反映出来。最后也是非常重要的一点,中国与东欧关系的冷暖也是媒体报道并建构东欧国家形象的重要依据,《人民日报》是中国中央级党报,它在塑造东欧国家形象时与中国政府价值观和利益观势必保持一致、立场坚定、旗帜鲜明,这是由它自身的党性原则决定的。国际大事的态度方面,媒体多会遵循国家利益至上原则,与政府的立场保持高度一致。这无疑影响着《人民日报》在国际报道中的报道角度、内容和主题的选择^[10]。

总体而言,《人民日报》新闻报道呈现出积极友好的东欧政治外交形象、繁荣稳定的经济社会形象、先进多元的科技文化形象、负责的军事安全形象。大体来说对东欧国家的报道基本上采取客观公正和积极友好的态度和视角。这种倾向性在报道涉及东欧发生的重大事件及中国和东欧两国高层领导互访的新闻事件方面显得尤为明显。

参考文献:

- [1] 傅新. 全球化时代的国家形象——兼对中国谋求和平发展的思考[J]. 国际问题研究, 2004(4).
- [2] 肖颖. 《人民日报》中美国国家形象构建的内容分析[硕士论文]. 兰州: 兰州大学, 2008.
- [3] 罗以澄, 叶晓华, 付玲. 《人民日报》(1997-2006年) 镜像下的美国国家形象建构[J]. 中外媒体研究, 2007(21).
- [4] 徐小鸽. 国际新闻传播中的国家形象问题[J]. 新闻与传播研究, 1996(02).
- [5] 杨伟芬. 渗透与互动——广播电视与国际关系[M]. 北京: 北京广播学院出版社, 2000: 25.
- [6] 人民网 <http://www.people.com.cn/GB/50142/208386/index.html>.

-
- [7] 翟铮. 中美两国在对方主要媒体中的写照——对《人民日报》和《纽约时报》1998年报道的对比分析[J]. 美国研究, 2002(3).
- [8] 张健. 美国主流媒体涉华报道分析[J]. 国际关系, 2007(1).
- [9] 张昆. 国家形象传播[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2005: 181.
- [10] 罗以澄, 叶晓华, 付玲. 《人民日报》(1997-2006年) 镜像下的美国国家形象建构[J]. 中外媒体研究, 2007 (Z1).