

学校编码: 10384

学号: 13820071152720

分类号\_\_密级\_\_

UDC\_\_

厦 门 大 学

硕士学位论文

中东媒体上的中国形象研究

The study on China's image in Middle East media

蒋启国

指导教师姓名: 范鸿达副教授

专 业 名 称: 国际政治

论文提交日期: 2010 年 5 月

论文答辩时间: 2010 年

学位授予日期: 2010 年

答辩委员会主席: \_\_

评阅人: \_\_

2010 年 5 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( 范鸿达 )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 2012 年 8 月 31 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 摘要

国家形象是国际社会及其公众对该国的整体认知和总体评价,作为国家软实力的重要组成部分,它不仅是一国综合国力的外在表现,更是国家和民族精神的象征。在全球化背景下,信息的瞬时化与信息量的暴增使大众传媒在国家形象传播与塑造上具备独特的优势。它们通过对它国源源不断的信息报道而将该国形象以符号的形式呈现在其受众面前,因而不同国家的传播媒介对同一报道对象国所构建出的国家形象几乎很难一致,但就一个相对较大的区域来讲,却又均能找出对该区域之外的国家较为一致的看法,从而使该国在本区域呈现出某种特定的形象。具体到中东与中国而言,尽管中东地域辽阔、涵盖国家众多、宗教派别繁杂;尽管她们各自对中国有这样或者那样的看法,但我们仍能从中东主流媒体的中国信息报道中探寻出对中国的较为一致的整体认知与印象,从而构成中东媒体上的中国形象,这也正是本文的研究主题。

本文以大众传媒与国家形象传播为研究开始,在充分阐述大众传媒在国家形象传播与构建中的巨大作用的基础上,概述中东媒体的现状,简要呈现中东各类大众传媒的发现状况,这不仅为阐释区域媒体对中国在中东的形象传播与塑造中的作用提供了前提,同时也为选取研究的样本媒体提供了依据。由于中东国家众多且中东各大国在语言上也不尽相同,为便于论文写作以及保证论述的一致性,本文仅以英文媒体作为样本选择的蓝本。因此,在媒体样本选取上在既坚持大国优先原则的基础上,又结合媒体影响力与语言因素,在选取六大英文新闻媒体作为研究样本后,全面、分类统计上述媒体中2008年的涉及中国的新闻报道就成为论文的有机组成。在对统计出的相关数据与内容采取定量分析的基础上,又采取定性分析的方法,深入细致地探讨样本媒体的中国信息报道的频度、偏好、价值取向等,从而为勾画样本媒体所呈现出的中国形象提供指引。然而,通过中国国家形象定位,我们发现中东媒体所呈现出的中国形象与中国理想的国家形象仍存在着一定距离,追问造成这一局面的原因以及寻找解决问题的举措从而为构建与传播良好的中国形象也就成为研究的自然延伸。

**关键词:** 中东媒体; 中国形象; 国家形象

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## Abstract

National image as a significant part of the national soft power refers to the entire cognition and reputation of the nation which the international community and public have. It's not only gives expression to the national power but also a symbol of national spirit. In the time of globalization, information explosion and the rapidity of the information transmission confirms mass media's advantage of national image's propaganda. Mass media gives much information of the nation and presents the nation's image to the public. For a certain nation, media in different nations gives different images of the country. But Mass Medias in a larger region give similar information of the nation out of the region. That establishes the image of the nation. In the Middle East, different countries and religious sects makes different attitude, but we could also find the similar image of china from the report of the main media in the region of the middle east. That is the national image of China in the mass media of the Middle East. This is the theme of the thesis.

At the beginning of the thesis, I study on the mass media and the national image. On the basis of the study that mass media definitely affects on the establishment and transmission of national's image, I sketch the media in the Middle East. That's the precondition of the explanation of China's national image from the regional media, but also gives the basis for the choice of the sample media. Since the large amount of the countries and different languages in the Middle East, and for the convenience of the study and for the consistency of the discourse, the thesis chooses the media in English. As the result, the chosen Medias are from the great power of the region, have great influence of the media and in English. I choose six Medias as the sample of my study; categorization of the report concerning China in 2008 is an important part of the thesis. On the basis of the quantitative analysis of the statistical data, qualitative analysis is also used in the frequency, preference and value orientation of the report concerning China. It's the guidelines to sketch the national image of China. However, I find out that the national image of China is far from the ideal national image. As a result, the study on the reason and the way to solve the problem, and then to establish and transmit the better national image of China is the inevitable extension of the study.

**Keywords:** Middle East Medias; Chinese image; National image.

厦门大学博硕士学位论文摘要库



# 目 录

一 前言	1
1.1 选题的目的和意义	1
1.2 国内外研究综述	2
1.3 研究内容	6
二 大众传媒与国家形象传播	9
2.1 国家形象概述	9
2.2 大众传媒与国家形象传播	11
三 中东媒体与中国	13
3.1 中东媒体与中国国家形象	13
3.2 中东媒体现状	14
3.3 中东媒体样本选择	18
四 中东媒体上的中国报道文本分析	21
4.1 信息报道的数量分析	21
4.2 信息报道的内容分布	23
4.3 信息报道的价值取向分析	30
五 中东媒体上的中国形象图谱	40
5.1 政治图谱	40
5.2 文化图谱	42
5.3 经济图谱	44
5.4 社会生活场景	45
5.5 军事图谱	47
六 重构中国在中东媒体上的形象分析	49
6.1 中国国家形象定位	49
6.2 中东媒体上的中国形象成因分析	51
6.3 重构中国在中东媒体上的形象	56

---

结 语.....	62
参 考 文 献.....	64
致 谢.....	68

厦门大学博硕士论文摘要库

# CONTENTS

<b>Chapter1 Preface</b> .....	1
1.1 The purpose of subject .....	1
1.2 Review of the literature.....	2
1.3 Content of research.....	6
<b>Chapter2 Mass media and National Image</b> .....	9
2.1 Sketch of national image.....	9
2.2 Mass Media and transmission of national image.....	11
<b>Chapter3 China and the media in the Middle East</b> .....	13
3.1 China's national image and the media in the Middle East .....	13
3.2 The actualities of the media in Middle East.....	14
3.3 The samples of the media in the Middle East.....	18
<b>Chapter4 Analysis of the text concerning China on the media of the Middle East</b> .....	21
4.1 Quantitative analysis of the news report .....	21
4.2 Contents distribution of the news report.....	23
4.3 Value orientation of the news report.....	30
<b>Chapter5 China's image on the media in Middle East</b> .....	40
5.1 Image of politics.....	40
5.2 Image of culture.....	42
5.3 Image of economics.....	44
5.4 Image of social life .....	45
5.5 Image of military.....	47
<b>Chapter6 Analysis of the reconstitution of China's national image on the media in Middle East</b> .....	49

---

<b>6.1 Orientation of China's national image</b> .....	49
<b>6.2 analysis of the forming reason of China's national image</b> .....	51
<b>6.3 Reconstitution of China's national image on the media in Middle East</b> ...	56
<b>Conclusions</b> .....	62
<b>References</b> .....	64
<b>Acknowledgement</b> .....	68

厦门大学博硕士论文摘要库

## 一 前言

### 1.1 选题的目的和意义

在人际交往中，个人形象的重要性自不待言，在国际交往中更是如此。由于通讯技术的飞跃发展、信息传播瞬间时和全球化，国家被暴露在聚光灯之下，国家形象问题引起各国的广泛关注，作为国家软权力的国家形象其价值在不断增加，它越来越成为一种独立的力量，成为国家实力的有机组成部分。“国家形象作为国家的客观状态在公众舆论中的投影”<sup>①</sup>，“它是国家的外部公众和内部公众对国家本身、国家行为、国家的各项活动及其成果所给予的总的评价和认定”<sup>②</sup>。内部公众对国家的认知和评价构成该国的国内形象，而外部公众对该国所建构起来的总认知则构成其国际形象，也就是说，国家的国际形象是国际社会对一个国家的相对稳定的总体评价和解读。尽管国际形象是外部公众对一国的抽象反应和解读，但这种相对稳定的评价和认知不仅会影响国家之间的交往，还能影响各国政府、组织以及人民之间的关系，甚至会决定国家利益的实现和国家安全。既然形象的价值和魅力是如此巨大，那么如何构建良好的国家的国际形象就成为问题的关键。

既然国家形象是国内外受众对国家的总体反应和认知，那么受众是如何获取该国的信息以及获取消息是否全面、真实就成为关注的焦点，而信息的传播从简化的方面上讲有两种渠道，其一是大众传播，另一则是人际传播。在国际交往中，由于大部分民众无法直接感知他国，而只能通过媒介所传递的信息和符号来认知，因而人们往往借助传媒所构建的符号世界来认识外部世界。在此背景下，相距遥远的国家之间所有的信息传播都被媒体化、符号化，于是媒介建构他国形象的重要作用就凸现出来。因而在国际传播中，传媒正是通过对他国源源不断的报道从而为受众构建他国的形象提供材料。换句话说，本国的国际形象并非完全是国家情况的真实观照，而是由外国媒体来塑造。由于大部分外部受众无法亲自验证其本国传播的他国的信息的真实性和准确性，人们会倾向于接受本国媒体对外

---

<sup>①</sup> 李宏著：《传媒政治》，中国传媒大学出版社，2005年版，第128页。

<sup>②</sup> 管文虎：《国家形象论》，电子科技大学出版社，1999年版，第3页。

部世界的描述，所以在国际传播中，在外部拥有巨大能量的大众传播媒介就成为塑造他国国家形象的主要力量。就中国而言，国外媒体在传播中国的消息时所采取的视角、报道方式、价值判断等就对中国的国际形象有重大的影响。分析外部世界对中国的认知，勾画外国民众头脑中的中国图景，研究外部媒体如何看待中国，如何报道中国则是必然之举。

中国与中东关系源远流长。作为链接欧、亚、非三大洲的中东不仅在地理位置上突出，而且石油、天然气资源丰富。中东是当今世界的一个战略要地和热点区域，不论从战略性物质资源还是从政治、文化等角度考量，它对和平发展中的中国有着特殊的重要性。作为传统的友好区域，了解中东人民对中国的认知以及持有的态度不仅对加强和改善双边关系提供着力点，也能为提高中国在中东的影响以及改善中国国家形象提供指引。然就中东的民众而言，中东的大众获取中国信息的主流渠道仍是当地的大众传媒，比如报刊杂志、电视、广播以及互联网等，它们履行着将从单一的来源获得的信息向受众传播的职责，这些在当地拥有巨大影响力的媒介是塑造他国国家形象的主力军，抓住这些重量级的大众传媒无疑可以窥见中东民众心中的中国图景。因而研究中东媒体都报道中国的什么样的信息、采取什么样的方式报道、其所持的态度是批评、赞成抑或中立等问题就变得至关重要。只有在历史与现实的双重审视，在多维视野中考察中东媒体对中国形象的建构，才有利于我们分析大众传播媒介、跨文化传播与国家形象构建之间的关系，这在使得我们在了解国际舆情的同时，也有利于中国重整中国的国家形象，实现国家形象的目标迁移与转变，从而为我们利用媒介建立有益中国发展的国家形象提供条件，这也正是本文的选题目的及意义所在。

## 1.2 国内外研究综述

国家形象的研究时下已成为学术界研究的热点主题，成跨学科研究的典型，它不仅涉及国际关系、传播学、文学，还涉及心理学、社会学等内容，因而取得的研究数量显著增加。对东方的浪漫想象和向往使得西方很早就关注中国，周宁认为，西方关于中国形象的描述和论述出现在1250年前后<sup>①</sup>，但对与同处于东方另一端的中东来说，双方相互研究其国家形象则处于弱势。

<sup>①</sup> 周宁：《天朝遥远—西方的中国形象研究》，北京大学出版社，2006年版，第2页

### 1.2.1 国外研究现状

国外关于中东媒体的研究中,由于笔者语言的限制,仅以搜索相关的英文文献作为本文的文献综述。从收集到的文献来看,对与中东媒体及其作用的研究占相当大比重,其中对中东媒体发展及其历程进行研究的文献有:Naomi Sakr 的《中东卫星电视及其发展》<sup>①</sup>, Bernard Bumpus 的《中东广播与受众研究》<sup>②</sup>, 以及 D. M. Adams 的《中东媒体与发展》<sup>③</sup>, 另外 Mohammed El-Nawawy 的《半岛电视台:阿拉伯自由新闻网如何把握世界的焦点和中东面临的挑战》<sup>④</sup>, 也讲述了阿拉伯的世界的声音——半岛电视台的世界媒体舞台上的崛起,而 Yahya R. Kamalipour 和 Hamid Mowlana 合编的《中东大众传媒》<sup>⑤</sup>则可以作为一本介绍中东媒体工具书,它分别描述了中东十八个国家的媒体发展状况。实际上,在对中东媒体研究的研究中,主要是侧重于媒体作用及影响的探讨。这方面的文献比较多,主要有 Marc Lynch 的《阿拉伯大众的新声音:伊拉克,半岛电视台与今日中东政治》<sup>⑥</sup>, Naomi Sakr 的《卫星的国度:跨国电视、全球化和中东》<sup>⑦</sup>, Jabbar Al-Obaidi 的《传播和民主文化:全球媒体与中东的民主化进程》<sup>⑧</sup>, Annabelle Sreberny 的《媒体、穆斯林和中东:述评随笔》<sup>⑨</sup>, Eleanor Block 的《伊斯兰、阿拉伯、中东和媒体——基于1995-2002新闻广播刊物述评》<sup>⑩</sup>, Ahmad M Atawneh 的《中东战争中的话语权:媒体报道分析》<sup>⑪</sup>, D.Shinar 的《媒体外交与和平谈判:中东和北爱尔兰》<sup>⑫</sup>, 《中东和非洲——黎巴嫩及其媒体》<sup>⑬</sup>, 另外美国学者

<sup>①</sup> Naomi Sakr, Satellite Television and Development in the Middle East, Source: Middle East Report, No. 210, Reform or Reaction? Dilemmas of Economic Development in the Middle East (Spring, 1999), pp.6-8.

<sup>②</sup> Bernard Bumpus, Broadcasting and Audience Research in the Middle East, Bulletin (British Society for Middle Eastern Studies), Vol. 6, No. 1 (1979), pp.13-23.

<sup>③</sup> D. M. Adams, Media and Development in the Middle East, Transformation. 23, No. 3, 2006: pp.170-186.

<sup>④</sup> Mohammed El-Nawawy, Al-Jazeera: How the Free Arab News Network Scooped the World and Challenged the Middle East, Westview Press, 2002.

<sup>⑤</sup> Yahya R. Kamalipour, Mass Media in the Middle East. A Comprehensive Handbook, Hamid Mowlana; Greenwood Press, 1994. P336.

<sup>⑥</sup> Voices of the New Arab Public: Iraq, Al-Jazeera and Middle East Politics Today, by Marc Lynch. New York: Columbia University Press, 2006. p251.

<sup>⑦</sup> Satellite Realms: Transnational Television, Globalization and the Middle East, by Naomi Sakr. London, UK: LB. Tauris, 2002. p208. Tables. Gloss. Notes to p. 241. Bibl. to p 251.

<sup>⑧</sup> JABBAR AL-OBAIDI, Communication and the Culture of Democracy: Global Media and Promotion of Democracy in the Middle East, SOURCE: International Journal of Instructional Media 30 No.1(2003), 97-110.

<sup>⑨</sup> Annabelle Sreberny, Media, Muslims, and the Middle East: A Critical Review Essay, Political Communication 19, No. 2 (2002): pp.273-280.

<sup>⑩</sup> Eleanor Block, Islam, Arabs, the Middle East and the Media: A Review of Recent Journalism and Broadcast Publications, 1995-2002, Communication Booknotes Quarterly 34, No. 2 (2003): pp.78-88.

<sup>⑪</sup> Ahmad M Atawneh, the discourse of war in the Middle East: Analysis of media reporting, Journal of pragmatics. 41, No. 2, (2009), p.16.

<sup>⑫</sup> D.Shinar, Media diplomacy and "peace talk": the Middle East and Northern Ireland., Sage Public Administration Abstracts 27, No. 4 (2001).

<sup>⑬</sup> Middle East and Africa - Lebanon and its media, The economist. 374, No. 8418, (2005): p.68.

组织的“中东——媒体、教育与穆斯林世界的反美主义”<sup>①</sup>的专题讨论会也探讨了媒体的威力。纵观这些论著，他们均从不同角度探讨了大众传媒对于中东乃至世界的影响，如 Jack G. Shaheen 在《媒体笼罩下的中东：感知与外交政策》<sup>②</sup>一文中就认为，由于媒体对阿拉伯人形象的扭曲以及新闻记者的误解导致以对阿拉伯的错误认知来指导决策，从而造成了错误的行动和决定，这在加剧了中东不稳定的同时，也造成了中东和西方的对立。尽管这些论著涉及中东的媒体及其影响，但它并没有将其与中国国家形象研究联系起来，而其中涉及中东的中国国家形象的论著仅有以下几篇文章。Mohamed Bin Huwaidin 在《中国在中东——阿拉伯视角》<sup>③</sup>一文中认为中国在阿拉伯世界的角色仅被限于为阿拉伯提供政治、军事和经济支持以使阿拉伯应对外部威胁，他特别提到中国是中东的主要军火市场以及中国对中东石油的大量需求等。他认为中国和印度在未来将超越欧洲和美国成为海湾投资的主要力量。在乐观预计同时，作者也提出了自己的忧虑即很多阿拉伯国家认为中国应在阿拉伯和以色列之间选择其一，而中国方面则很难超越在中东的石油优先的政策。相比之下 Chris Zambelis 与 Brandon Gentry 的《阿拉伯眼中的中国：美国在中东的影响》<sup>④</sup>则比较乐观，在对中国的崛起表示期待的同时，他们认为，尽管在可见的将来美国仍将在中东保持绝对优势，但随着中国实力与信心增强，中国将不断扩大在中东的存在。另外，Nigel Disney 的《中国与中东》<sup>⑤</sup>与 Yitzhak Shichor 的《天安门事件后的中国与中东》<sup>⑥</sup>也从历史角度再现历史进程中的中国所呈现在中东的形象，总的来说这些研究并非是从中东媒体的视角来研究中国在中东的国家形象。

### 1.2.2 国内研究现状

国内学术界对国家形象研究尽管比起步较晚，但取得的成果却颇丰，对中国形象的研究成果不仅散落于国际关系、传播学等相关学科领域，尤其在文学形象

<sup>①</sup> Symposia - Middle East - "Media, Education and Anti-Americanism in the Muslim World", The journal of economic perspectives : a journal of the American Economic Association. 18, no. 3, (2004): 117,p18.

<sup>②</sup> Jack G. Shaheen ,Media Coverage of the Middle East: Perception and Foreign Policy ,Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 482, Changing Patterns of Power in the Middle East (Nov.1985), pp.160-175.

<sup>③</sup> Mohamed Bin Huwaidin, China in the middle east perspectives from the Arab World. www.raabinsight.org.

<sup>④</sup> CHRIS ZAMBELIS and BRANDON GENTRY, China through Arab Eyes: American Influence in the Middle East, Parameters 38 No.1 Spr.2008.

<sup>⑤</sup> Nigel Disney, China and the Middle East, MERIP Reports, No. 63 Dec.1977, pp.18-22

<sup>⑥</sup> Yitzhak Shichor ,China and the Middle East Since Tiananmen, Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 519, China's Foreign Relations.Jan.1992,pp. 86-100



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库