

# 中国主流报纸媒体中的土耳其国家 形象及涉土新闻话语分析

唐青叶

**内容提要** 中国的《人民日报》、《光明日报》和《中国青年报》三大报纸在2009~2014年间有关土耳其的报道，基本展现了土耳其在中国主流媒体中的形象。中国媒体对土耳其的报道与中国政府的外交政策、行动以及土耳其发生的重大事件基本匹配，比较客观公正地构建了土耳其积极参与全球和地区事务的良好形象，凸显了其地缘位置的重要性和国际影响力。但一定程度上忽略了受众的认知状态和关切，舆论引导不够有力，进而可能加深两国人民之间的误解和不喜好程度。鉴于中土战略合作关系的重要性，中国媒体有必要重新审视和调整对土耳其报道策略。

**关键词** 新闻媒体 中国主流媒体 土耳其 国家形象

**作者简介** 上海大学外国语学院教授、上海大学全球学研究中心研究员（上海 200444）。

## 导 言

国外媒体对中国的报道及其对中国国家形象的构建已经成为学界研究热点，而学界对中国媒体的国际新闻报道研究则相对滞后，特别忽视了中国媒体对世界其他国家新闻事件的国际传播研究，以及中国媒体对他国形象的塑造。反映他国形象的国际新闻报道一直是我国受众最为欢迎和偏好的内容之一，据调查，63.2%的居民最喜爱阅读国际新闻，80.3%的居民通过电视了

解国际新闻，45.9%的居民通过报纸了解国际新闻。<sup>①</sup> 沃尔特·李普曼 (Walter Lippman) 认为，我们生活的世界存在着两种“环境”，一种是现实世界的“客观环境”，另一种是经过媒体选择、加工和传播之后的“拟态环境”，由于个人没有接触整体世界的能力，同时又受到多方面因素的制约，于是“媒体影响着我们头脑中的‘图像’”。<sup>②</sup> 人们更多地依赖于所能获得的语言和非语言符号知识来形成自己的感知体系，这意味着那些权威的、有信誉的传播主体所建构的符号世界有更大的影响力。所以，媒体议程设置会影响公众议程，“大多数时候，媒体在告诉读者该怎样想 (what to think) 时可能不成功；但是在告诉读者该想些什么 (what to think about) 时，却是惊人地成功”。<sup>③</sup> 因此，媒体成为建构公共话语和认知的主要渠道，担负着增信和释疑解惑的重任，一定程度还影响着外交决策。中国媒体的国际传播不仅包括如何向世界讲自己的故事，也包括如何向世界讲与中国相关的其他国家的故事，它折射出中国看世界的视角，反映中国媒体的国际观和价值观。同时，国际社会也需要了解中国在重大国际和地区问题上的立场和主张，了解中国参与国际和地区事务的角色和行动。中国媒体的国际新闻报道是与世界进行跨文化交流的重要途径，也是中国向世界展示文化软实力和国家形象的平台之一。

土耳其是中东、高加索和中亚地区关键性的战略国家，是伊斯兰世界的大国之一，拥有 7 400 万人口，其中 90% 以上是穆斯林，也是一个北约成员国。综合国际货币基金组织、世界银行、联合国对 2012 年世界各国名义国内生产总值统计，土耳其已是全球第十七大经济体。<sup>④</sup> 自正义与发展党上台执政后，土耳其政局趋于稳定，经济获得快速发展，迅猛的崛起势头引起国际社会的广泛关注，同时入选颇受瞩目的“展望五国 (VISTA)”和“新钻十一国 (Next-11)”两个最具发展潜力的新兴经济体榜单，因此，从发展的潜力和现实的情况看，土耳其都是值得中国重视的国家，中土关系的历史和未来都是值得我们认真研究的问题。<sup>⑤</sup> 虽然中、土两国之间不平衡的贸易发展与纺织

---

① 郭可：《中国媒体中的世界图像——中国媒体国际新闻报道研究》，复旦大学博士研究生学位论文，2004年，第13页。

② Walter Lippman, *Public Opinion*, New York: MacMillan, 1922, p. 1.

③ Bernard C. Cohen, *The Press and Foreign Policy*, New York: Princeton University Press, 1963, p. 13.

④ 刘作奎：《土耳其，在东西方向寻找平衡》，载《人民日报》2014年2月14日23版。

⑤ 丁工：《中土关系四十年：回顾与展望》，载《阿拉伯世界研究》2011年第3期，第20~28页。

等行业的激烈竞争,不断地在土耳其国内引起不安。但是,这并未改变土耳其视中国崛起为一个机遇的看法,土耳其正努力加深对中国的了解,对中国巨大的市场潜力抱有希望,在政治上,土耳其在中亚地区与中国存在互补利益,中、土两国致力于发展双赢的双边关系。<sup>①</sup>中国国家主席习近平提出了“一带一路”的构想与倡议,中国国家发展改革委、外交部、商务部于 2015 年联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,未来中土新型战略合作关系前景广阔,加强对中土关系的研究具有重要现实意义。

中国对土耳其的认知在不断演变,学界也取得了一些研究成果,特别是改革开放 30 多年来,改变了过去以意识形态为基础的认知方式,<sup>②</sup>呈现多维、历时、共时的全方位研究格局,主要涉及土耳其政治、政党、外交、宗教、经济、文化、旅游业、国家身份认同及中土双边关系,<sup>③</sup>有的议题还涉及公众舆论、认知角度的,如中国学者咎涛、刘作奎分别探讨了土耳其对中国崛起的认知以及中、土人民之间的认知;<sup>④</sup>土耳其学者乌拉斯·巴沙·盖斯金

---

① 咎涛:《中土关系及土耳其对中国崛起的看法》,载《阿拉伯世界研究》2010 年第 4 期,第 59~66 页。

② 同上文。

③ 参见丁工:《中土关系四十年:回顾与展望》,载《阿拉伯世界研究》2011 年第 3 期,第 20~28 页;丁工:《土耳其强势崛起对中东地缘政治的影响》,载《西亚非洲》2013 年第 3 期,第 93~107 页;董漫远:《中国与土耳其关系的历史与未来》,载《阿拉伯世界研究》2010 年第 4 期,第 53~58 页;郭长刚、刘义:《土耳其发展报告(2014)》,社会科学文献出版社,2014 年版;黄维民:《中土关系的历史考察及评析》,载《西亚非洲》2003 年第 5 期;刘作奎:《土耳其库尔德工人党的“欧洲化”——一种新制度主义的分析》,载《西亚非洲》2009 年第 8 期,第 33~38 页;魏敏:《土耳其旅游业浅析》,载《西亚非洲》2012 年第 3 期,第 141~152 页;肖宪、王文章:《中国与土耳其关系的演变、问题与未来》,载《外交评论》2007 年第 2 期,第 34~40 页;肖宪:《构建中国与土耳其新型战略合作关系》,载《西亚非洲》2011 年第 9 期,第 14~28 页;谢立忱:《认同视角下的土耳其对外政策》,载《西亚非洲》2011 年第 9 期,第 29~40 页;咎涛:《六十年来中国的土耳其研究》,载《西亚非洲》2010 年第 4 期,第 68~70 页;咎涛:《土耳其如何看待中国崛起》,载《文化纵横》2009 年 5 月 11 日;张铁伟:《中国和土耳其友好关系小史》,载《西亚非洲》1987 年第 6 期;朱传忠:《土耳其民族行动党的发展演变及其政治话语分析》,载《西亚非洲》2013 年第 2 期,第 100~114 页。

④ Zan Tao, “Sina - Turkish Relationship: Centering on Turkey’s Perception about the Rise of China”, in R. Kutay Karaca and Wang Li eds., *Sino - Turkey Relations: Concept, Policies and Prospects*, Istanbul Gelisim University Press, 2015, pp. 83 - 102; Liu Zuokui, “Perceptions and Misperceptions between Chinese and Turkish People——A Preliminary and Tentative Research”, in R. Kutay Karaca and Wang Li eds., *Sino - Turkey Relations: Concept, Policies and Prospects*, Istanbul Gelisim University Press, 2015, pp. 227 - 250.

(Ulas Basar Gezgin)<sup>①</sup>认为,由于中、土两国人民面对面接触的机会较少,加上媒体和电影对中国人社会表征的选择倾向性,可能导致中国人在土耳其社会表征的刻板印象,而不是真实的中国形象;另一位土耳其学者R·库塔·卡拉卡(R. Kutay Karaca)<sup>②</sup>分析了中、土人民的彼此认知,认为中土两国人民之间的喜爱度非常低。调查显示,中国民众对土耳其人持负面态度,其原因有所谓“东突厥斯坦”问题、对历史的认知、贸易不平衡以及媒体对这些问题消极敌对报道方式,其中涉疆问题是主要原因。作者还引用美国知名民意测验机构皮尤(Pew)公司的调查数据,指出土耳其人对中国的印象比印度人对中国的印象还要糟糕。在二十国集团中,土耳其最不喜欢中国。由于语言和信息沟通不畅,土耳其媒体对中国的报道以及民众对中国的了解均比较滞后,实际上,土耳其人眼中的中国形象并不完整,中国对土耳其的认知也非常有限。中国媒体对土耳其报道的相关研究很少,这种情况与近年来中土日益密切的交往极不协调,如咎涛所言,中国目前还没有意识到土耳其作为欧亚之间桥梁以及在政治上的重要性,但是,随着中国力量的日益上升,中国迟早要发展和加深与土耳其之间的关系<sup>③</sup>。在部分阿拉伯国家发生动荡后,土耳其在中东地区的重要性进一步凸显。随着中东和中亚在中国对外战略中的上升,土耳其在中国外交中的地位也会更加重要。<sup>④</sup>中国有必要加强这方面的学术研究,充分利用媒体话语和外交话语来推进这一战略。

本文在议程设置理论背景下,从国际关系和话语分析视角,通过对《人民日报》、《光明日报》和《中国青年报》三大主流媒体2009~2014年间有关土耳其的报道进行定性、定量分析,探讨中国涉土国际新闻话语的形式、特征以及在此基础上构建的土耳其国家形象,揭示这种报道形式背后的影响力量及其存在的问题,并考察这种话语策略与中国政府发展与土耳其战略合作关系的匹配性,以期对我国媒体重新审视和调整对土耳其的报道提出一些富有建设性的建议与思考。

---

<sup>①</sup> Ulas Basar Gezgin, *Social Cognition and Media Psychology Uncovered: Social Representations of Chinese on Turkish Newspapers*, 该文为在“21世纪全球化背景下的中国与土耳其”暨第二届中土论坛上的宣读论文,上海大学,2013年。

<sup>②</sup> R·库塔·卡拉卡:《土耳其与中国间的认知分析》,载《阿拉伯世界研究》2014年第2期,第101~110页。

<sup>③</sup> 咎涛:《土耳其如何看待中国崛起》,载《文化纵横》2009年5月11日。

<sup>④</sup> 肖宪:《构建中国与土耳其新型战略合作关系》,载《西亚非洲》2011年第9期,第14~28页。

## 中国主流报纸媒体中土耳其国家形象的构建 与国际新闻传播

国家形象是一国内部和外部公众对该国政治、经济、社会、文化等方面的认识与评估,是一系列信息输入和输出的结果,是一个结构十分明确的信息资本。<sup>①</sup>国家形象根本上取决于国家的综合实力,但并不能简单等同于国家的实际状态,它在某种程度上是可以被塑造的。<sup>②</sup>我们认为,国家形象顾名思义就是一个国家在国际社会中的形象,或者说是一个国家在本国或他国公众心目中的形象,即国家行为表现、性状特征、精神面貌等在公众心目中的抽象反映以及公众对国家的总体评价和解读,其基本要素包括:综合国力、社会制度、民族文化、经济模式、社会文明、政治局势、国际关系、领袖风范、公民素质等。任何一项要素在一定情况下反映或代表了国家形象,无论哪个方面不完善,都将对国家形象产生不良的影响。国家形象是一个主观概念,在构建过程中每个国家既是自我形象和他国形象的塑造者,也是被塑造的对象国。因此,根据国家形象的内在属性,可以分为本国形象和他国形象、国内形象和国际形象;从构建的主体看,可以有个人、组织和政府多个层面的国家形象;从客体看,有政治形象、社会形象、文化形象、公民形象等;从表达效果看,有真实形象和虚假形象、正面形象和负面形象、大国形象和小国形象等。国家形象的传播不仅仅是政治性、经济性的,也是语言性的、符号性的,因为任何国家行为需要用语言和非语言符号来叙述。国际新闻话语通过为国际事务提供意义解释而产生并传播,是一个国家对另一个国家的主要认知形式,是建构国家形象、公众了解该国的最有影响力的方式之一。

国际新闻传播中对他国的报道频次及其话题模式为洞察国家形象、解读国际关系和外交策略提供了基础和依据。本文以《人民日报》、《光明日报》和《中国青年报》为语料来源,因为《人民日报》和《光明日报》是中共中央的机关报和喉舌传媒,作为主流意识形态的新闻标杆,是中国最具影响力的官方新闻媒体;《中国青年报》作为团中央机关报,是以青年为读者对象的

---

<sup>①</sup> Kenneth E. Boulding, "National Images and International Systems", *Journal of Conflict Resolution*, Vol. 3, No. 2, 1959, pp. 119-131.

<sup>②</sup> 孙有中:《国家形象的内涵及其功能》,载《国际论坛》2002年第3期,第14~21页。

全国性综合日报。这三大媒体相较于其他媒体，其发行范围更广，影响力更大，舆论引导力更强，基本上都能较准确地反映中国政府和主流媒体的声音，具有一定的代表性和权威性。笔者以“土耳其”为关键词，利用《人民日报》、《光明日报》和《中国青年报》在线图文数据全文检索系统，对2009~2014年度文章的标题和正文进行检索，包括图片、图表新闻，删除重复、不相关报道，得到在该时段的两类子样本（见表1），进而对其进行全面的统计和对比分析。

表1 “土耳其”在正文和标题新闻中出现的频次

报刊	年份 频次	2009	2010	2011	2012	2013	2014
		人民日报	正文 169 标题 23	正文 261 标题 38	正文 246 标题 24	正文 315 标题 34	正文 267 标题 34
光明日报	正文 122 标题 29	正文 165 标题 33	正文 169 标题 32	正文 201 标题 37	正文 146 标题 21	正文 160 标题 28	
中国青年报	正文 95 标题 2	正文 99 标题 4	正文 118 标题 10	正文 138 标题 4	正文 94 标题 8	正文 91 标题 5	

资料来源：笔者根据《人民日报》、《光明日报》和《中国青年报》统计。

反复出现的主题提供了形象构建的基础。表1的年度对比显示，2009年至2014年这六年间，中国主流媒体对土耳其的关注度呈波状走势，特别是2012年时任中国国家副主席的习近平与土耳其总理埃尔多安互访，两国领导人达成共识，互办文化年，2012年土耳其“中国文化年”，两国关系升温，媒体报道数量上升明显，达到了峰值；2013年中国“土耳其文化年”，较上一年略有下降，而中国媒体“土耳其文化年”活动的报道数量明显少于2012年土耳其“中国文化年”活动的报道数量，这说明中国比较重视其在海外的影响，大力推进中国文化走出去，希望土耳其民众对中国有更多的了解。经过了互办文化年后，2014年的报道量又基本维持在2011年的数量。但从整体上看，土耳其在中国媒体上的曝光率略显不够。

他国形象作为形象塑造的投射对象，一方面表征了自我的主观愿望，展现了自我的友好或敌意程度；另一方面向对象国或国际社会发出对其喜好、

不满、愤怒等信息，具有认同和否定作用。表征异国形象时，形象塑造者依据本国意识形态、主流文化范式可以对他国予以反对和否定，也可以依据具有离心力的话语持肯定和认同的态度。从这三大媒体 2009 ~ 2014 年间对土耳其的报道可以看出，中国媒体对土耳其的报道是友好的，对有利于土耳其国家、政府和人民形象的消息，中国媒体根据其新闻价值进行了适量报道；对土耳其发生的重要事件报道及时、全面，比较注重事实，不夸大其词，特别是在报道骚乱等社会问题和灾难性事件时，社会形象客观真实，报道语调比较平和，大多数为中性报道。对负面新闻处理得比较低调，尽可能客观中立，维护了土耳其的利益和国家形象。整体上看，由于中国政府坚持和平发展、不干涉他国内政的外交政策，积极发展与土耳其的双边友好关系，所以土耳其在中国媒体中所呈现出来的政治形象、社会形象、外交形象、文化形象是正面和积极的，同时也展现了中国负责任的大国形象。

在埃尔多安连续 3 次当选总理、2014 年又被直选为总统期间，土耳其经济增速加快超出预期。2008 年金融危机后迅速恢复，2010 ~ 2014 年经济增速分别为 9.2%、8.5%、2.2%、3.6% 和 4%。身为美国的盟友、北约成员国的土耳其，虽然 90% 以上的国土面积都位于亚洲，但却把自己定位为“欧洲国家”，构筑“欧洲化”身份，其政治形象是“崛起中大国”和伊斯兰民主典范。从社会层面看，随着埃尔多安、正义与发展党统治的延续，土耳其会变得更加理性和有序，但其社会本质不会改变，依然是二元对立的，存在着现代与传统、西方与东方、精英与底层、宗教与世俗等诸多矛盾。土耳其的外交形象更具弹性和多元化特征，国际层面上依附于美国、北约和欧盟，但也不忽视俄罗斯、中国和伊朗，希望成为欧亚大陆、东西方文明的枢纽，甚至想扮演历史性和关键性的角色；地区层面上依托奥斯曼帝国的历史遗产和民族宗教联系，加大对高加索、中东、中亚地区的影响，希望成为地区领导者。但是，理想的完美与现实的残酷造就了土耳其灵活、多变、多元、甚至尴尬的外交形象。这种形象的建构可以从“土耳其”一词在报道中的搭配关系得以体现，下面以《人民日报》2013、2014 年报道为例，对“土耳其”一词进行全文检索，从其话题形式考察土耳其国家形象的建构。

话题是指话语陈述的对象或说话的出发点，无论语篇是微观话题或宏观话题都有主次之分，存在着主话题（main topic）、次话题（sub - topic）、次次

话题 (sub - subtopic)。<sup>①</sup> 话题搭配在一起使用, 通过搭配产生意义,<sup>②</sup> 能够隐晦地传达信息, 甚至还可以传达与明示陈述不相符的信息, 因此, 主次话题搭配模式的分析可以揭示系统的语义关联性。从话题形式以及与其他国别的搭配看, “土耳其”在 2013 年、2014 年报道中出现的频次分别为 267、242 次, 共有如下 3 种搭配模式:

其一, 作为主话题与其他国别搭配, 如: (1) 2013 年, 巴西、土耳其和泰国等国都先后发生较大规模的社会动乱。(2) 俄罗斯、伊朗、土耳其、苏丹和委内瑞拉等国已与中国商定使用人民币进行石油交易结算。(3) 不仅以色列, 沙特、土耳其等国也对美伊关系发展可能给中东地区带来的地缘政治格局变化心有芥蒂, 法国此次对伊朗表现强硬似乎具有一定代表性。(4) 南非、印度、巴西、印尼和土耳其五国货币甚至被摩根士丹利称为“脆弱五兄弟”。(5) 6 月 22 日, 由美国、法国、英国、德国、意大利、埃及、土耳其、约旦、沙特、卡塔尔、阿联酋 11 国外长 (外交大臣) 参加的“叙利亚之友”国际会议在多哈举行。(6) 埃及、伊朗和土耳其三方首脑会谈 6 日在开罗举行, 会谈就叙利亚问题持续谈了约一个半小时, 会后各方认为结果是积极的。(7) 来自德国、加拿大、希腊、俄罗斯、土耳其、日本、韩国等国家和地区的 14 部影片入围上海国际电影节主竞赛单元“金爵奖”。

其二, 作为次话题与其他国别搭配, 如: (1) 今年 6 到 8 月, 美联储退出量化宽松的预期, 导致了印度、印尼、巴西、土耳其、南非等国出现了大量资本外逃。(2) 英国发展研究所近日发布分析报告指出, 包括金砖国家、海湾国家与土耳其构成的新兴力量。(3) 座谈会上, 刘奇葆先后听取了哈萨克斯坦、以色列、俄罗斯、英国、新加坡、印度、美国、土耳其等国汉学家的发言。(4) 伊核谈判的突破开始让沙特阿拉伯、以色列、埃及、土耳其等美国传统盟友对美国的可靠性产生怀疑。(5) 28 日, 奥巴马在离开塞内加尔前往南非访问的途中也曾表示, 中国、印度、巴西、土耳其等新兴市场国家重视非洲是件好事, 这不是零和游戏, 不是冷战。

其三, 作为次次话题与其他国别搭配, 如: (1) 将引发中东跃跃欲试的核武器竞赛, 其中最有能力参与这场竞赛的国家就有埃及、沙特阿拉伯和土

<sup>①</sup> 唐青叶:《语篇语言学》, 上海大学出版社, 2009 年版, 第 19 页。

<sup>②</sup> John Sinclair, *Corpus, Concordance, Collocation*, Oxford: Oxford University Press, 1991, p. 29.

耳其。(2) 据称,在占领该参谋部后,“伊斯兰阵线”从“自由军”手中接过了对叙利亚与土耳其边境胡维口岸的控制权。(3) 美国在中东地区有不少盟友,但盟友们尚未掌握这一地区的控制权,而且盟友之中也有一些不受控制的国家,例如土耳其。

以上搭配模式显示,作为中东地缘政治力量和新兴市场国家,土耳其引起了中国主流媒体的广泛关注,作为主话题与其他国别搭配的频率较高,但出现的位置往往靠后,作为次次话题与其他国别搭配的频率则相对较少。土耳其频繁出现在许多大国和小国各种活动中,活跃于动荡区域中的多个外交舞台,积极参与国际事务,重视发展与中国、巴西、印度、南非等发展中国家的合作关系,反映其地区和全球参与的深度和广度。“土耳其”一词在地区冲突和危机中反复出现,反映其在伊朗核问题、叙利亚危机、埃及乱局中所发挥的作用,特别是叙利亚危机的“溢出效应”影响着土耳其,从某种意义上说明土耳其在中东地区事务中的介入程度较深,发出强有力的声音,已经成为左右该地区走势和平衡格局演变的关键力量之一,其国际地位以及地缘政治意义日益凸显,在维护地区稳定方面起着建设性作用。这证明了土耳其在国际舞台上的影响力与其政治、经济和军事力量相称,能触动多国关切,它不只是对危机做出反应的国家,而且是能在危机发生之前积极进行干预、维持周边地区秩序的国家。这一搭配话语策略构建了土耳其较为积极正面的政治形象。

## 中国主流报纸媒体涉土新闻报道的话语分析

话语是人们在一定社会文化历史语境下发生的言语交际行为,是一种社会实践,它不仅记录了社会关系及其变迁,而且一定程度上成为社会机构、政党、新闻媒体参与社会变革的手段,具有参与社会实践、再现社会现实、构建社会关系和意识形态的功能。在众多话语体裁中,新闻话语特别是国际新闻话语越来越受到重视和关注,因为它能反映媒体应该报道什么,不应该报道什么,如何报道等问题。在具体新闻中,词汇语法、话语主体、话语内容、话语呈现方式、刻板印象用语、消息来源、新闻图式结构等都是构成新闻框架的重要因素。尽管国际新闻话语追求客观、真实、公正、全面,但是新闻话语本身和话语背后都隐藏着一种文化意义和意识形态,各媒体意识形态的差异构成不同的新闻图式,新闻记者借用新闻图式,依照主流论调来进

行相关的国际新闻报道，其传播效果必然会左右国际受众对客观事实的理解。在此，我们以2013年、2014年三大报纸涉土新闻为语料，对其话题、主题、消息来源、报道倾向性等进行话语分析，以进一步揭示中国媒体中的土耳其国家形象和中土关系。

### （一）新闻话题、主题与土耳其发生的重大事件相匹配

标题是新闻话语总体意义和内容要点的突出表述，对新闻内容有着直接的引导和强调作用，其语言特征能揭示报刊在特定时段赋予某个事件的相对重要性。笔者利用《人民日报》、《光明日报》和《中国青年报》在线图文数据全文检索系统，以“土耳其”为关键词，对2013、2014年度文章的标题进行检索，发现三大报纸报道的话题包括政治、社会灾难骚乱、文化、军事、暴力袭击、经济、体育、天气等，其分布如表2所示。

表2 以“土耳其”为标题的新闻分类

话题 \ 数量	人民日报		光明日报		中国青年报	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
政治	9	13	5	9	2	4
灾难骚乱	8	10	4	4	2	0
文化	5	2	5	9	2	0
军事	4	5	1	1	1	1
暴力袭击	4	0	2	0	0	0
经济	3	5	3	5	1	0
体育	1	2	0	0	0	0
天气	0	0	1	0	0	0
总计	34	37	21	28	8	5

资料来源：笔者根据《人民日报》、《光明日报》和《中国青年报》统计。

从表2可以看出，中国媒体对重大事件的关注符合国际新闻报道中重大事件才有新闻价值的常规取舍惯性。中国媒体对土耳其报道的话题较为集中，侧重政府、官方层面，大量报道的是政治、外交、经济、难民、骚乱、军事、体育、文化等等，从报道内容看，中国媒体对土耳其的国家形象塑造以政治形象为主，涉及中土官方高层之间的互访，说明两国之间的外交关系随着政治关系的改善而改善。也由于互办文化年，双方文化交往频繁，2014年土耳

其骚乱平息，政局稳定，但发生了一些引人关注的灾难事件，如矿难、枪击事件等。但值得注意的是，从报道数量看，《人民日报》和《光明日报》对土耳其的报道较多，《中国青年报》偏少。三大媒体主题报道的重点如下：

第一是中土文化年、中国高铁与“一带一路”。2013 年报道着眼文化年，《人民日报》的报道以土耳其文化在中国的宣传为主，《光明日报》更倾向于中国文化在土耳其的展出，《中国青年报》只报道了土耳其电影周以及土耳其文化年在北京的开幕概况。2014 年则发生了转向，以中国在土耳其的高铁通车、“一带一路”为重点，报道数量分别为 17 篇、30 篇。“丝绸之路”把中土两国人民紧紧联系在一起，随着双方领导人的互访，文化年的互办，“新丝绸之路”的构建，两国文化交流得以拓展，两国的地缘政治关系开始复兴。

第二是土耳其申请加入欧盟。2013 年三大报纸对土耳其入盟进程都表示关注，共有 7 篇报道，不同程度地涉及其身份认同困境。土耳其加入欧盟体现了土耳其强烈的亲西方定位：把进入西方体系、融入欧美社会、成为欧盟成员列为最高行为准则。<sup>①</sup>

第三是叙利亚危机、难民、“伊斯兰国”问题。叙利亚危机导致目前百万计的难民在土耳其生活，“伊斯兰国”自 2014 年 9 月起导致至少数 10 万难民逃往土耳其。三大媒体对此共有 20 篇报道。

第四是示威游行和选举。2013 年有 15 篇关于土耳其示威游行的报道，2014 年土耳其选举是三大报纸关注的焦点。三大媒体共有 15 篇报道。

我们由此可以看出，三大媒体对土耳其报道的议程设置受政府行为的影响较大，对公众议程关注不够，对中土关系中的敏感问题、两国人民之间的相互认知缺乏理性解读和舆论引导。

## （二）消息来源确切可信

消息来源指当引用他人的观点或评论时，报道者通常交代被转述话语的来源即话语发出者。消息来源必须在报道中点明，除非有压倒一切的理由不这样做，<sup>②</sup> 可分为三类：<sup>③</sup>（1）具体确切的消息来源：报道者有名有姓地交代

① 丁工：《土耳其强势崛起对中东地缘政治的影响》，载《西亚非洲》2013 年第 3 期，第 103 页。

② Douglas A. Anderson and Bruce D. Itule, *Contemporary News Reporting*, New York: Random House, 1984, p. 66.

③ 辛斌：《〈中国日报〉和〈纽约时报〉中转述方式和消息来源的比较分析》，载《外语与外语教学》2006 年第 3 期，第 1~4 页。

引语的发出者，如：秘书长卡赫拉曼说，土学者穆拉特认为，埃及《消息报》评论说。(2) 含蓄不露的消息来源：报道者不直接点明引语的发出者，而只是用一些不具体的词语来间接地加以暗示，如：洛加尔省的警官表示，美国政府1日确认。(3) 似真非真、模糊不清的消息来源：报道者或者对消息来源不清楚，或者觉得不重要不提及或者故意隐瞒，如：有媒体分析认为，据称，据悉。后两种都属于不点明消息来源的报道方式。2013、2014年三大媒体对以“土耳其”为标题的新闻报道消息来源分布如表3。

表3 三大报纸的消息来源分布

报刊	具体确切	含蓄不露	模糊不清
人民日报	94	18	26
光明日报	46	12	14
中国青年报	52	12	18

资料来源：笔者根据《人民日报》、《光明日报》和《中国青年报》统计。

消息来源的选择在某种程度上折射媒体报道立场和倾向性。通过前后文对比，如果前后文对信息来源的事实陈述表达认可，对其发表的评论表示赞成，即为“正面”；如果对引言或信息来源不带倾向性评价和主观判断，则为“中立”，如果有或隐或显的负面评价，或者提供反面信息，则为“负面”。表3显示，中国三大媒体一般都点明消息的确切来源，而且大多采用官方新闻来源以增强其重要性和可信度，多方引述、多角度呈现，坚持客观公正、不介入等原则，很少对信息来源和引言评头品足，即使有评论，也非常温和谨慎。《人民日报》、《光明日报》以事实报道为主，不加评论，在报道社会骚乱这类冲突事件和敏感性的消极新闻时，大量引用官方权威人士的话语或其他可靠的信息来源，平衡采用多方信源，显示了报道的公正与客观，如：埃及金字塔研究中心研究员伍斯玛在接受本报记者采访时认为、示威的重要组织者“塔克西姆平台”秘书长卡赫拉曼说、塞利克14日重申了埃尔多安的立场、土耳其经济学家艾尔马利指出，等等。

三大报纸也使用了少量的不确切或含糊的消息来源。如：有分析称、据土耳其当地媒体报道、分析人士认为、外界有分析称、中东媒体并不认同埃尔多安的乐观观点、据报道、民众认为、一些人认为、此间舆论认为、中东一些媒体认为、观察人士普遍认为。不确切或模糊的消息来源使作者与信源

保持适当的距离,规避了话语责任,但容易使读者对其重要性和可信度产生疑问,难以把握媒体的态度和立场,当需要对事件发表评论时,采用模糊信息来源会影响新闻的专业化程度和媒体传播能力。如下例中的“分析人士普遍认为”一定程度上体现了媒体预借此表达式规避话语责任,但有可能导致无立场:不过,分析人士普遍认为,埃尔多安对政府和国家的控制力较强,仅靠反腐案推翻埃尔多安政府的可能性并不大(《土耳其总理摊上事儿了》,载《光明日报》2013年12月31日)。

### (三) 报道倾向于正面,客观中立

对热点敏感问题的关注折射出媒体的报道倾向性。报道倾向性分为正面报道、中性报道、负面报道。如果新闻报道的内容和用词是赞扬的,属于正面报道,批评性则是负面报道,可能对受众在其形象认识上造成明显障碍、曲解或误解,其他客观且不带任何褒贬色彩的事实陈述属中性报道。三大报纸在有利于中土关系的前提下,本着实事求是的态度全面、客观地报道土耳其。骚乱对土耳其国际形象是有损害的,但中国坚守不干涉他国内政的外交政策,没有把这类事件报道成负面新闻,通常引用各方言论,不直接发表看法,不夸大事实,也不暗示、警醒或暴露,偏向正面和积极,在发表观点时语气非常委婉、温和。如“被”字句式在语法上策略性地隐去了施事者,凸显了中国媒体对土耳其的严重关切:土耳其社会在被撕裂(《人民日报》2013年6月18日)、土耳其内阁近半部长被更换(《人民日报》2013年12月27日),把2013年土耳其发生的大规模游行事件称为“骚乱”、“乱局”,用低情态词如“可以”、“或”把社会骚乱对总理埃尔多安的影响看成是“麻烦”、“不小的考验”。在标题措辞上,《人民日报》和《光明日报》比《中国青年报》客观,《中国青年报》更注重感性、个性化,其基调评价性突出,弱化概念意义,较多地植入人际意义,稳中有活,如“强拆”(土耳其“强拆”引发多地大规模示威活动,2013年6月3日)、“绝非”(《土耳其骚乱绝非“阿拉伯之春”再版》2013年6月5日)、“远未到站”(《土耳其:“民主火车”远未到站》,2013年6月15日)、“永远”(《土耳其也许永远不入欧盟》,2013年9月23日)、“有人欢喜有人忧”(《土耳其选择中国导弹,有人欢喜有人忧》,2013年10月25日)、“不满”(《在土耳其,越来越多的人对埃尔多安不满》,2014年4月19日),这些词汇表达了媒体作者与受众特别是青年群体之间的互动和协商,迎合其阅读趣味。

在报道土耳其骚乱、街头政治时,《人民日报》以评论和综述为主,对政治制度进行反思,以期对同样处于转型期的中国现实问题、发展道路提供借鉴,如《不完善体制助长民粹主义》(2013年12月21日)一文,以2013年土耳其和其他国家如巴西、泰国的社会动乱为引子,对当今全球性的政治制度问题进行反思。在2014年报道中,三大报纸有很多观点性的表述,在一些有影响力的事件中能发出权威的声音,如:《外交想象与身份构筑》(《人民日报》2014年2月14日)、《土耳其,又一正视历史的榜样:埃尔多安总理就“亚美尼亚事件”首次向亚美尼亚人民表示哀悼》(《光明日报》2014年4月26日)、《在土耳其,越来越多的人对埃尔多安不满》(《中国青年报》2014年4月19日)、《透视“政治大秀场”上的民粹主义》(《人民日报》2014年8月12日)。这些对社会问题背后的深度剖析有助于加深公众对全球背景下社会问题的理解和认知。

## 结论、启示与建议

国际新闻报道是我们了解世界、认识世界,提升文化软实力和国际传播能力的重要载体。受众通过国际新闻获得信息,形成对某一特定国家的知识和形象,并以此来理解和判断这个国家的行为。本文以中国三大主流报纸的涉土国际新闻话语为语料考察土耳其在中国主流媒体中的形象构建,并剖析形象构建的影响因素,研究表明:中国主流媒体对土耳其的报道内容比较真实丰富,涉及题材较为广泛,且报道方式客观、公正、中立,罕见偏见和歪曲,这是因为中国政府比较重视与土耳其的政治、经济、军事和文化交往,特别关注土耳其在中东地区冲突和争端中的作为和影响。

本研究也发现报道中的不足之处。首先,媒体议程与公众议程存在差距,媒体对公众关注的议题缺乏充分和有效的信息输出,是中国涉土报道面临的重大问题,我们有必要重点解决如何报道土耳其以配合中土国际关系发展的问题。其次,中国三大主流媒体对土耳其的报道反映了官方的态度,但需避免只有政府一种声音,注重官方态度和民间态度的平衡,加入大众视角,回应目标受众的关切,尽可能不要回避敏感问题。再者,对一些涉土的国际性事件未能提供足够的背景材料,未能发出自己的声音,缺乏可靠的信息来源、可证的画面、可参照和对比的数据等。目前影响中土关系的主要因素是经济摩擦问题、东突问题以及地缘竞争问题,中国与土耳其关系的未来走向将在

很大程度上取决于以下三方面的因素,即:政治领域的互信、经贸关系的互利以及安全利益的互惠。<sup>①</sup>但中国媒体很少对两国关系中的东突问题、贸易不平衡及安全问题等进行深度报道和讨论,相关学者的研究证明,中土民众之间错误认识较深,相互不喜好程度较高,但媒体议程未能回应这一公众议程,对于中土两国关系中最根本的问题——涉疆问题缺乏舆论引导,对此很少报道或不报道,忽视了民众的认知状态和关切,这一定程度上有碍于受众了解土耳其整体形象以及中土关系的重要性,也很容易使受众对土耳其产生片面的倾向性认识,甚至偏见。因此,媒体需要承担起引导受众的责任,形成对土耳其多民族、多语言、多宗教、多文明长期冲突又融合特点的全面认知。

除报道那些严肃、事件性、有时间性的、题材重大的硬新闻外,有必要加大对软新闻的报道。受国际化程度的影响,国际新闻选题越来越注重软新闻。软新闻指特写与人类共同感兴趣的新闻故事,可以用多姿多彩的风格来写,更多地使用奇闻逸事。<sup>②</sup>三大媒体涉土报道中硬新闻多、严肃话题多,软新闻少、轻松话题少,感性和形象性的描写更少。对土耳其文化报道比较分散,缺乏对其独特文化和背景的细节剖析。由于中国受众对土耳其文化缺少了解,因此,有必要关注微观层面的当代土耳其文化和生活,挖掘其历史性和文化性。土耳其的崛起及其强国梦与中国有诸多相似性,又有其历史文化传统的独特性,有必要呈现中土文化差异,尽可能将多元文化、多方视角融入报道中,采取灵活有效、受众喜欢的方式,淡化政治宣传色彩。双方应在对方国家积极开展旅游宣传,增加文化交流、科学研究以及国际合作方面的报道。这样有利于建构多姿多彩的魅力文化形象,提高双方受众对对方国家的社会认知,增强其对异域文化的了解与包容。

从两国关系和受众需求看,中国媒体今后需要从意识形态领域的政治、经济、军事转向国民生活领域的环境、旅游、文化教育,加强报道的深度和事件的立场呈现,进一步完善国家形象塑造中的媒体策略。媒体的报道影响公众的认知,中国和土耳其媒体亦有责任教育、引导其民众对两国共同关注的问题加强沟通和理解,受众对土耳其的认知和建构从媒体汲取意象和意蕴,报纸的报道并非能代表公众的态度和认知,也不意味着公众对土耳其的国家形象亦是如此,受众以各种方式抑或迥异的方式诠释媒体报道的内容。本研

① 丁工:《中土关系四十年:回顾与展望》,载《阿拉伯世界研究》2011年第3期,第26页。

② 唐艾华、徐琴媛:《中国市场化报纸国际新闻现状调查报告》,载蔡帼芬、刘笑盈:《事实与建构:国际新闻的理论与实践》,中国传媒大学出版社,2008年版,第8页。

究对三大主流媒体的涉土新闻进行了详细分析，体现了政府的声音，但也存在一定的局限性。未来的研究还可多元化、多方位，可以聚焦非主流的、都市类或地方媒体，因为这类媒体与普通人的日常生活更接近，可能更能影响民众对一个国家的认知。除报纸外，书籍、教育体系、社会交往和其他媒介如广播、电视、杂志和网络媒体也都以不同方式构建并传播着一个国家的形象，将来我们对土耳其的报道研究还可加深和拓宽，发出更多的中国声音，提供更多的中国智慧，有效地增进中土两国人民之间的理解、互信与友谊。

## The Image Construction of Turkey in Chinese Mainstream Newspapers and Discourse Analysis on Reports about Turkey

Tang Qingye

**Abstract:** Based on Turkey – related reports of three Chinese mainstream newspapers *People's Daily*, *Guangmin Daily* and *China Youth Daily* from 2009 to 2014, this paper, under the framework of international relations and discourse analysis, adopts the quantitative and qualitative approaches to carry out the linguistic and content analysis. It demonstrates that reports on Turkey match well with China's diplomatic policies and actions as well as major events occurred in Turkey. These newspapers construct a positive image of Turkey in international and regional affairs, and highlight its geo – political significance and international influence. However, to a certain degree, they ignore the cognitive concerns of the general public due to the distance in the public agenda – setting and the lack of proper opinion leading on the key issues of the two countries. To avoid the misunderstanding and misperception of the two countries, this paper offers suggestions on how Chinese media report Turkey for the promising Sino – Turkey strategic cooperation.

**Key Words:** News Media; Chinese Mainstream Newspapers; Turkey; National Image

(责任编辑：詹世明 责任校对：樊小红)