

# 非洲媒体发展态势及中非媒体合作路径探析

李玉洁

(中国社会科学院 西亚非洲研究所 北京 100101)

**摘要:** 媒体交流是中非合作的重要组成部分。当前,非洲媒体正处于转型变革的关键时期,传统媒体呈两极分化发展态势,数字媒体快速崛起,非洲媒体格局得以重塑。非洲媒体面临资金短缺、媒体专业人才培养不足、数字鸿沟扩大、外部环境不稳定等挑战及其引发的连锁问题。为助力非洲媒体更好地适应新媒体技术,共同讲好新时代中非故事,文章在总结中非媒体以往合作成效与不足的基础上,提出新的合作路径:一是加强媒体内容共享,打破西方负面叙事范式,发出全球南方强音;二是加大中非媒体人才培养合作力度,助力非洲培养新一代媒体人才,推动非洲媒体融合发展;三是助力非洲弥合数字鸿沟,增进中非对彼此传播制度和理念的相互了解,促使非洲媒体在国家建设中发挥更大作用。

**关键词:** 媒体; 中非合作; 媒体融合; 交流互鉴

**中图分类号:** G219 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-5035(2024)05-0001-11

国之交在于民相亲。媒体架设了中非民心相通的桥梁,夯实了中非关系发展的基础,媒体交流已成为中非合作的重要组成部分。正如习近平主席在向第五届中非媒体合作论坛致贺信中所言,中国和非洲国家是休戚与共的命运共同体,中非媒体在增进互信合作、维护世界和平、促进全球发展等方面肩负着重要责任。<sup>[1]</sup>为更好地推进中非媒体合作,共同讲好新时代中非故事,中非媒体应增进对彼此发展态势的了解,并在此基础上深化合作。与世界其他地区一样,随着信息与通信技术的快速发展,非洲媒体也正经历着重大转型变革,但我们对非洲本土媒体格局的发展现状、变动态势、面临挑战等情况还知之甚少,因而加强对非洲媒体的分析研究是深化中非媒体合作的题中应有之义。媒体在非洲大陆扮演着重要的角色,特别是在促进非洲经济增长、区域一体化、维护社会稳定、提升国家治理能力等方面的重要性日益凸显。加强对非洲媒体发展态势的研究,创新中非媒体合作路径,具有重要的现实意义。

## 一、非洲媒体的发展态势

相较于世界其他地区,非洲国家的媒体变革相对滞后,究其缘由在于其面临着资金、技术、人才等方面的制约和挑战,从而阻碍了媒体的发展。近年来随着非洲国家数字媒体的快速崛起,媒体融合进程加速,形成了传统媒体和数字媒体高度竞争的动态发展态势。与此同时,非洲媒体还在积极寻求与外部的合作,拓展发展空间,特别重视与中国媒体的合作,以期摆脱对西方媒体的依赖,构建非洲独立自主的媒体业。要理解非洲媒体发展的全景图,首先应对非洲不同媒体的发展态势予以分析。

收稿日期: 2024-01-09

作者简介: 李玉洁(1983—),女,重庆巫溪人,中国社会科学院西亚非洲研究所副研究员,文学博士。

基金项目: 国家社科基金一般项目“中非命运共同体视域下我国对非国际传播的话语实践创新研究”(22BXW027)

### (一) 非洲传统媒体呈两极分化的发展趋势

从全球范围看,随着数字媒体的兴起,报纸、广播、电视等传统媒体面临严峻挑战,逐步走向衰落。但非洲大陆传统媒体的发展却呈现出不同的图景。在非洲,广播和电视仍然是占主导地位的大众媒体,呈现蓬勃发展态势;报纸等传统印刷出版物的发行量持续下降,呈现消亡态势,导致传统媒体出现了两极分化局面。2024年非洲晴雨表(Afrobarometer)发布的对39个非洲国家的调查数据显示,65%的受访者称每周至少收听几次广播节目,其中41%的人每天都会收听;54%的受访者称每周至少会收看几次电视节目,其中39%的人每天都会收看;只有14%的受访者称每周会看几次报纸,其中每天看报纸的人的比例仅为6%。<sup>[2]</sup>可见,广播和电视仍然是非洲民众最常用的大众媒体。

广播成为非洲大陆占主导地位的大众媒体,这与非洲国家的现实国情密切相关。由于非洲特别是撒哈拉以南非洲的人们识字率低、互联网和通信基础设施薄弱、数据接入和移动宽带费用高昂,加上广播具有促进多种本土语言交流、渗透社区的特性,这为广播在非洲尤其是非洲广大农村地区的收听提供了有利条件,使得广播成为非洲人最为信赖且性价比高的媒体。如,在肯尼亚,广播是最受欢迎的媒体,拥有超过180个持牌广播电台;在埃塞俄比亚,广播是使用最多的媒体,拥有25个公有的国家和地区广播电台,10个商业实体用的广播电台,31个社区广播电台;在坦桑尼亚,近一半人口将广播作为日常新闻来源,五分之四的坦桑尼亚人每月至少收听一次广播;在乌干达,广播是比电视、报纸和数字媒体更受欢迎的媒体,拥有近300个持牌广播电台和80多个免费电视台,为4400万人口提供服务。<sup>[3]</sup>即使在经济发达、通信和数字技术产业发展较好的南非,也有约80%的人仍在收听广播,其中绝大多数仍使用传统收音机收听。南非目前有40个商业和公共广播电台以及284个社区电台。<sup>[4]</sup>据预测,南非的广播听众还会持续增长。

同样,电视在非洲也广受欢迎。截至2023年底,非洲付费电视订户为4300万户,其中尼日利亚的用户数量处于领先地位,2020年已超过南非,达到了1000万户。据预测,2023—2029年,非洲付费电视用户总数将达1.3亿户。<sup>[5]</sup>关于电视内容偏好方面,2022年对尼日利亚、肯尼亚、坦桑尼亚、加纳、埃塞俄比亚和南非等六国的电视市场调查得知,观众平均观看电视的时间每天从3.5小时到4.6小时不等,他们更喜欢收看电影、娱乐、新闻、体育和宗教节目。<sup>[6]</sup>可见,收看电视在非洲仍是一种刚需娱乐,观众对电视的黏度较高且有着多样化的节目需求。

相对广播和电视在非洲的积极发展态势,纸质报纸却逐渐走向消亡,大量报纸品种被合并、停刊,记者被裁员或减薪。以南非为例,2011—2021年,南非报纸的发行量出现灾难性的下降。如,南非最大的周末报纸《星期日泰晤士报》(*Sunday Times*)发行量在这十年中下跌了75%,最大的日报《每日太阳报》(*Daily Sun*)发行量也骤降89%,而《星报》(*The Star*)、《邮政卫报》(*Mail & Guardian*)、《索韦托人报》(*Sowetan*)等主要报纸都未能幸免,大都下降70%—90%。<sup>[7]</sup>

### (二) 非洲数字媒体快速崛起

与传统媒体的两极分化发展态势不同,非洲数字媒体正在快速崛起。社交媒体和在线新闻门户网站等数字媒体的兴起,不但改变了非洲民众消费信息和新闻的方式,开创了信息传播的新时代,也加速了传统媒体与新媒体的融合进程,正在重塑非洲传媒格局。2024年非洲晴雨表发布的对39个非洲国家的调查报告显示,分别有45%和41%的受访者称每周至少几次使用社交媒体和互联网获取信息,这一数据在2014—2023年不到十年的时间里翻了一番。<sup>[2]</sup>2022年非洲大陆互联网用户规模约为5.7亿

人,比 2015 年增长一倍多,其中尼日利亚用户超过 1 亿人,其次是埃及和南非。预计到 2029 年,非洲互联网用户数量将达到 11 亿人的历史新高。<sup>[8]</sup>

非洲国家的社交媒体用户持续增长,且影响力不断扩大。据统计,非洲目前有超过 3.84 亿活跃社交媒体用户,这一数字是 2010 年的三倍多。据 2024 年 5 月的统计数据显示,非洲的主要社交媒体及其占比分别为:脸书(73.4%)、油管(9.75%)、照片墙(7.7%)、推特(4.9%)、拼趣(3.15%)、领英(0.66%)。<sup>[9]</sup> 社交媒体成为非洲民众特别是年轻人加强社会联系、获取信息、开展商业活动,尤其是参与政治的重要工具。因此,社交媒体在非洲各国的影响力与日俱增,成为推动非洲社会变革的重要工具。

数字媒体的快速发展创造了一个高度竞争的媒介环境,也推动了传统媒体的转型融合。广播、电视和印刷媒体纷纷拥抱数字技术,特别是在新冠疫情期间,非洲各类数字新闻平台激增。非洲传统媒体的数字化转型扩大了传播范围,增加了收入来源,其中一些媒体,如广播,媒介融合得较为成功。正如南非传媒学者弗兰茨·克鲁格(Franz Kruger)所言,尽管数字产品越来越多,非洲人民仍然喜欢广播;虽然社交媒体在增长,但广播几乎没有失去听众。<sup>[10]</sup> 非洲民众爱听广播的习惯并未改变,只是收听广播的方式有所改变,增加了通过网络收听的方式。同时,大量纸质读者纷纷转为网络读者,使非洲在线出版物快速增长。比如,南非最受欢迎的商业科技网站的网上读者出现了爆炸式的上涨,已从 2012 年的 6.2 万人增长至 2024 年的 800 多万人,其已成为南非最大的商业新闻网站;2012—2022 年,《时报即时消息》(Times Live)的网络读者增长了 982%,News24 新闻网的读者增加了 527%。<sup>[7]</sup> 南非还迎合社交媒体的特点,设计出版《非洲大陆》(The Continent)这一泛非数字报,通过 WhatsApp、Singal 发行,得以在非洲大陆层面覆盖更加多样化的读者群,目前已成为非洲发行量最大的报纸。<sup>[11]</sup> 同样,非洲观众也越来越习惯于使用互联网观看流媒体视频。如非洲本土的流媒体 Showmax 已经超过 Netflix,成为非洲最受欢迎的流媒体平台,几乎可在非洲大陆所有国家/地区使用,订阅用户达到 210 万户,其以价格实惠以及用多种非洲语言制作本土节目的特点赢得了非洲观众的信赖。<sup>[12]</sup>

### (三) 媒体发展的差异性显著

非洲媒体发展的差异不仅体现在不同媒介形态的发展走向上,也体现在不同区域、国别、语言媒体的发展程度上,这些差异在数字媒体时代愈加明显。一是非洲媒体区域性发展不平衡。以互联网与社交媒体为例。截至 2023 年 1 月,南部非洲和北非人口的互联网普及率分别为 71% 和 66%;相较之下,中非和东非的普及率明显较低,分别为 28% 和 23%。同样,北部和南部非洲国家的社交媒体用户数量也远超其他区域。在北非,约 40.4% 的人口使用社交媒体,南部非洲这一数字为 41.6%。而在中部非洲,只有近 10% 的人使用社交媒体,这是整个非洲社交媒体使用率最低的地区,也是全球最低的地区。<sup>[13]</sup> 二是非洲城市和农村地区的媒体发展差异显著。据 2024 年非洲晴雨表发布的对 39 个非洲国家的调查报告显示,非洲城市和农村地区受访者在收听广播方面没有差异,都有 65% 的受访者称每天或每周收听几次广播,但在使用电视、社交媒体、互联网和报纸获取信息方面存在较大差异,城市用户分别比农村用户高 38%、35%、35% 和 12%。<sup>[2]</sup> 导致这一差异的主要原因是非洲城市和农村地区仍存在较大的数字鸿沟。2022 年,63% 的非洲城市居民使用互联网,而农村地区仅为 23%,城乡比为 2.8。但这个比值跟 2019 年的 4.0 相比,已有所下降。<sup>[14]</sup> 三是,使用英语的非洲国家与使用法语的非洲国家的媒体也存在差异。从结构上看,使用英语的非洲国家以大型传媒集团为主,汇集广播、电视等多种媒介形

式。使用法语的非洲国家结构较为分散,传媒企业一般仅发展单一媒介形态,少数涵盖多项业务的传媒集团公司发展相对缓慢。在资金来源上,使用英语的非洲国家媒体与商业领域联系密切,以收益利润为运行导向,而使用法语的非洲国家媒体的运转多依靠政府和国际组织的资助支持。<sup>[15]</sup>

## 二、非洲媒体发展面临的挑战

纵观非洲媒体发展的态势,尽管其在区域、国别、语言等方面体现出明显的差异性,但整体而言,非洲媒体发展面临着一些共同的挑战,正是这些挑战及其引发的连锁问题阻碍着独立自主的非洲媒体业的形成,限制了媒体在非洲国家政治经济中作用的发挥。因而,在了解非洲媒体发展态势的基础上,进一步深入分析非洲媒体当前面临的挑战是研究非洲媒体的必要环节。

### (一) 资金短缺制约非洲传媒业的独立自主性

不论是传统媒体,还是新兴的数字媒体,资金短缺是非洲媒体面临的头号难题。2023年对7个北非国家的媒体调查发现,埃及、利比亚、突尼斯、摩洛哥等国媒体从业者都认为缺乏资金和政府财政支持是遏制媒体发展的最大因素。<sup>[16]</sup>同样,东非、西非、南部非洲等其他区域的媒体也同样面临着资金短缺问题,制约了传媒业的发展。

对报纸、广播、电视等传统媒体来说,政府资助减少和广告营收下降导致其经营愈发困难。媒体从业人员的薪酬低廉,行业很容易受到腐败的侵害,个人或组织通过付费、贿赂记者发表正面报道的“棕色信封新闻”在非洲各国已司空见惯。资金匮乏不但使非洲传统媒体的顶尖记者人才外流,还导致非洲传统媒体自采内容少,严重依赖西方媒体信源,且在叙事范式上深受西方媒体的影响。由此引发非洲各界的感叹:非洲媒体的一大问题就是不能讲述自己的故事,非洲新闻的议程是由伦敦、巴黎、华盛顿这些遥远的西方首都决定的,并由那些不了解当地复杂性的外国记者以笼统的、误导性的叙事来撰写。<sup>[17]</sup>一项对15个非洲国家60家最有影响力的传统媒体的调查显示,几乎所有编辑部都表示,其报道的最大制约因素是资金,63%的受访媒体称它们在其他非洲国家没有派驻记者;35%的报道来自非洲以外的信源,其中法新社和英国广播公司分别占14%和9%;路透社和半岛电视台分别占4%和2%;其他新闻机构还包括新华社和中国环球电视网,分别占4%和1%。一半的受访者认为他们发表的文章存在刻板印象,观点大多跟随西方对非洲的看法,对非洲的报道多以冲突、犯罪、争议等负面报道为主,而关于非洲成功、创新和发展的报道几乎不存在。<sup>[18]</sup>

非洲数字媒体的发展同样面临资金不足问题。对于一些正在进行数字化转型的传统媒体而言,面临后续资金支持不足而无法最终完成数字化转型的困境;对于那些已完成数字化转型的数字媒体,又面临着实现盈利难的挑战。免费一直是数字媒体的流量密码,但能否以内容吸引广告商实现盈利却是决定其生存的关键。现实是,非洲数字媒体进退维谷,面临着数字化却没有货币化的尴尬处境,大多数还未探索出网络赚钱之道。<sup>[19]</sup>为了节省内容生产的费用,大量文章转载自互联网上的西方媒体,无法真正讲好非洲故事。特别是非洲的社交媒体几乎被西方社交媒体所垄断,非洲尚没有能在全全球独立表达非洲声音、挑战西方主流叙事范式的有国际影响力的社交媒体。以至于有学者称,数字技术的兴起反而催生了新的依赖和不平等,西方通过社交媒体等新殖民主义工具来操纵非洲,这些“新”平台与西方的“旧”媒体之间几乎没有区别。<sup>[20]</sup>因而,打破西方媒体的信息垄断、改变西方负面定义非洲的局面、提升非洲本土新闻报道的数量和质量、追求新闻业的独立自主发展便成为非洲传媒业的呼声。

## (二) 非洲媒体从业人员的专业培训亟待加强

非洲传媒业发展面临的另一难题是大多数媒体从业人员的专业培训不够。在资金不足的情况下,大多数非洲媒体缺乏对员工的专业培训,编辑记者缺乏从业所需的专业知识和职业道德。非洲媒体倡议(African Media Initiative)首席执行官埃里克·尚耶(Eric Chinje)称,非洲记者面临的最大挑战是缺乏有效开展工作的能力,他们中的许多人缺乏解释复杂信息的能力,包括熟练解释数据的能力。<sup>[21]</sup>据一项对北非地区的媒体调查得知,摩洛哥媒体从业人员表示急需培训机会,特别是在事实核查、自我监管、人工智能使用等领域的培训;埃及记者渴望获得高级人工智能培训;利比亚记者渴望获得数字新闻方面的培训;阿尔及利亚受访者认为,记者不仅要参与各种媒体和传播领域的专业培训,还要参加其他相关领域的高水平培训,以开阔国际视野,提升专业知识。<sup>[16]</sup>

可见,加强专业培训,特别是新媒体技术的培训,已成为非洲媒体从业人员的共同呼声。这对于从事数字媒体工作的编辑记者而言,更是不可或缺。在当前复杂且快速变化的数字新媒体环境下,如果没有掌握人工智能、数据处理、视频剪辑等技能,就无法很好驾驭新媒体工作。更为严重的后果是,由于数字媒体的从业门槛较低,把关人缺失,如果不具备专业素养,缺乏对所发布与分享信息的充分核实与鉴别能力,就很有可能为了盈利而传播耸人听闻的头条新闻、错误信息、虚假新闻等,从而导致不专业和不道德的媒体行为泛滥。而这些信息如果被更多媒体复制粘贴,在网络空间广泛扩散,则会致使非洲民众失去对媒体的信任,引发仇恨言论,加剧部族不和,从而影响到非洲国家的稳定。可以说,错误信息和虚假新闻已成为影响社会稳定和发展的一大因素,同样也是非洲媒体面临的一大挑战。如 2023 年在对南部非洲 10 个国家的调查中发现,分别有 54.3%和 52.2%的受访者认为错误信息和虚假新闻是该地区大多数国家媒体面临的挑战。<sup>[22]</sup>因而,如何提升非洲媒体从业人员的新媒介素养,逐步消除错误信息、虚假新闻给非洲社会带来的负面影响,已成为非洲政府、媒体、智库等各界迫切需要应对的重要议题。

## (三) 不确定的外部环境因素掣肘非洲媒体发展

非洲媒体发展除受资金短缺、能力不足等内部因素制约,还深受充满风险与不确定的外部环境因素制约。一方面,非洲媒体发展受数字鸿沟的制约。“接入沟”作为数字鸿沟的第一层,其以能否接入互联网、拥有上网设备作为判断标准。非洲国家因通信基础设施薄弱、电力供应紧张、手机和电脑拥有量不足等原因,导致不同地区、不同人群之间存在明显的“接入沟”。如非洲国家的城市居民、年轻人、男性等接入互联网的比例明显高于农村居民、老年人、女性,前者也更能够从互联网上获得相关信息并产生收益。有报告显示,在埃塞俄比亚 1.28 亿人口中,近一半人(46%)不知道可以通过手机访问互联网,这一现象在占该国四分之三以上人口的农村地区尤为突出。<sup>[23]</sup>

另一方面,非洲媒体发展还深受充满风险与不确定的外部环境影响。自 2020 年以来,整个非洲大陆的冲突事件、军事政变等不稳定因素呈明显上升趋势。2023 年,撒哈拉以南非洲地区因恐怖主义导致的死亡人数占全球的 48%,萨赫勒地区已成为恐怖主义中心。<sup>[24]</sup>非洲大陆此起彼伏的冲突,加剧了地区贫困和体制的脆弱性,反过来又削弱了其复原力,令和平前景黯淡。非洲大陆的这一外部大环境也掣肘非洲媒体的发展,造成整个媒体行业发展困难。过去二十多年整个非洲大陆的政治变革将媒体推到了社会政治格局的最前沿,媒体扮演了民主化工具、监督者的角色,在国家政治生活中发挥了越来越重要的监督作用。随着完全由非洲国家主导的媒体市场的逐步放开,大量私营媒体涌现,也进一步加剧了政府与媒体之间的紧张关系。在一些非洲国家,政府对媒体的严格管控已成常态,特别是在选举、冲突等敏

感时期。在此背景下,记者的从业风险也日益增加,一些非洲国家的记者时常面临审查、威胁、暴力、恐吓、拘禁等风险。以至于有记者得出“非洲新闻业似乎是一项危险的事业,很少有人愿意尝试”的结论。<sup>[25]</sup>非洲媒体及其从业者面临的这一局面制约了其在维护和平、治理国家、发展经济等方面作用的发挥。

### 三、转型中的非洲媒体亟须加强中非合作

针对非洲媒体转型中遇到的内外部挑战,非洲媒体界正联合起来积极寻求解决方案。2024年5月8日至10日,全非洲媒体领袖峰会(AllAfrica Media Leaders Summit)在肯尼亚召开,会议以“在关键转型时期重新设计非洲媒体”为题,汇集了300多名非洲媒体领袖、政府官员、企业领导人、学者等各界人士,共同探讨数字时代非洲媒体业的发展及其如何在塑造非洲未来中发挥作用的议题。峰会议程围绕六大关键领域展开,包括非洲经济转型、人工智能、科技与数字化、区域一体化与和平建设、错误信息和虚假新闻治理、标准和能力建设、创建可持续的商业模式。<sup>[26]</sup>非洲联盟提出了《2063年议程》,该议程提出了七大愿景,描绘了2063年非洲的宏伟蓝图,旨在实现非洲包容性增长和可持续发展。非洲媒体要适应急剧变化的新媒体技术发展,在实现《2063年议程》愿景中发挥关键作用,不仅需要实现内部的改革,也亟须加强外部合作,借助外部力量应对传媒业面临的困境。目前中非合作达到了前所未有的高度和广度,2024年中非合作论坛峰会更是将中非关系整体定位提升至全天候中非命运共同体,中非关系更加密切,中非合作成为带动非洲经济社会发展的重要力量。加强中非媒体合作,助力非洲媒体实现转型也是中非合作的重要组成部分。作为发展中国家、“全球南方”的一员,中国媒体与非洲国家媒体面临着诸多相似的问题,加强中非媒体合作,有利于提升中非媒体的国际话语权。

#### (一) 中非媒体合作的成效与不足

中非媒体合作由来已久,取得了显著的成效。早在20世纪50年代中期,新华社就走进非洲,在开罗设立分社,迄今已在非洲建立肯尼亚总分社以及29个分社。中央广播电视总台、《中国日报》《人民日报》《经济日报》等媒体也都已在非积极开展传播业务。此外,中国广电行业的民营企业也大力发展在非业务,如四达时代就在非洲30多个国家注册成立公司并开展数字电视和互联网视频运营,发展数字电视及互联网视频用户超过4000万户,成为非洲重要的视频流量拥有者和家庭视频流量入口。<sup>[27]</sup>中国媒体和企业积极走进非洲,搭建起中非沟通的重要桥梁,向世界讲好非洲以及中非合作的故事,取得了良好的成效。

在内容制作方面,中非双方鼓励联合开发制作,创作了许多讲述非洲故事、中非友好故事的作品。如,中央广播电视总台与非洲广播联盟、非洲多家主流媒体签署备忘录,建立常态化合作,在新闻交换、节目交流、人员互访、技术合作,以及新闻节目素材共享、品牌推广等领域广泛开展合作。在人才培养方面,通过中非新闻交流中心、中非媒体合作论坛、商务部、中国国际新闻交流中心、中国传媒大学等机构和平台,中国为非洲国家媒体管理人员和从业人员提供培训和研修,推动双方媒体管理人员和从业人员交流。2012—2022年,中国为非洲国家举办了80多个媒体研修班,3000余名非洲国家政府主管部门和主流媒体机构部长级官员、中高层管理者、编辑记者和技术人员通过线上或线下方式参加了在北京开办的研修班。<sup>[28]</sup>在交流机制方面,中非共同举办了中非媒体领袖峰会、中非媒体合作论坛等大型交流峰会,55家非洲媒体加入“一带一路”新闻合作联盟,42个非洲国家参加“一带一路”媒体合作论坛。<sup>[29]</sup>中非通过上述平台就深化新闻合作、网络空间管理、媒体关系处理等方面不断加强对话与交流,发布了相

关的媒体合作共同宣言。在广播影视方面,中国支持非洲广播影视产业发展,积极落实“为非洲 1 万个村落实收看卫星电视项目”,支持在非洲农村和偏远郊区开展“大篷车”等户外放映活动,覆盖 12 个非洲国家 70 多个村庄和地区,惠及非洲 16 万余名观众。近年来,中国对约 200 部中国优秀视听作品进行面向非洲的多语种译制,在 10 余个非洲国家举办中国电影展映展播活动。另外,每年也有一定数量的非洲影片在中国电影节上展映。<sup>[30]</sup>

中非媒体的合作卓有成效,但仍然存在一些不足。比如,在内容制作方面,中非媒体合作的深度还不够,中国媒体尚未成为非洲媒体的主要信源,落地效果也有待加强;在人才培养方面,媒体专业人才培养的质和量都还有待提高,特别是非洲所需的新一代媒体人才培养方面还有广阔空间;在交流机制方面,如何利用现有的高水平媒体交流平台,推动双方从媒体业务交流提升到更高层次的传媒制度和理念交流,以增进对彼此的了解和认同,也成为摆在中非双方面前的问题;在广播影视合作方面,当前主要聚焦传统的广播电视技术、设备、作品等方面的合作,而更为紧迫的广播电视数字化转型、通信技术合作、新媒体合作等还需要强化。

## (二) 创新中非媒体合作的新路径

《中非合作 2035 年愿景》指出,要推动中非新闻交流更加深入,包括加强中非在新闻报道、视听节目内容创作、媒体从业人员培训等方面合作,帮助非洲传媒业提高信息生产和传播能力,促进“智慧非洲”建设和媒体融合发展。<sup>[31]</sup>可见,中非媒体合作一直被视为中非人文交流的重要内容,特别是在非洲媒体转型升级的关键时期,探索中非媒体合作新路径以提升合作质效,意义重大。

第一,加强中非媒体的内容共享,打破西方负面叙事范式,发出“全球南方”强音。针对非洲媒体因资金缺乏的营生困难,导致自采新闻较少、多源信源缺乏、过度依赖西方媒体的现状,加上中国媒体在非洲的落地效果也还需提升,因此,中国对非传播的主流媒体在已有对非合作基础之上,可通过签署内容共享协议、合作备忘录、创制付费专题、赞助等多种形式深化与非洲媒体的合作。此举不仅能丰富非洲媒体的报道来源,打破西方媒体的信源垄断,还能适当增加非洲媒体的营收。加强中非媒体的内容共享,也能丰富中国媒体有关非洲的信息来源,让中国观众更加了解非洲大陆。

中非媒体不仅要实现内容共享,还要加强联合内容生产,共同讲好中非故事,这也是中非传媒界共同的呼声。非洲广播联盟总干事格雷瓜尔·贾卡曾称赞说,中非媒体合作是迄今为止对非洲很有益处的合作之一,中非应该支持双方媒体合作,鼓励中非媒体互联互通,提高新闻报道能力,因为这是讲好中非故事、讲好真实非洲故事的关键所在。<sup>[32]</sup>目前中非关系处于历史好时期,中非合作成果遍布非洲大地。中非合作不仅促进了非洲经济社会的发展,给双方人民带来了实实在在的好处,也为中非媒体携手讲好中非友好故事提供了鲜活的素材。为了共同讲好中非的故事,可以南非、尼日利亚、埃及、肯尼亚、塞内加尔等非洲国家为试点,推进中非联合采访中心项目建设,帮助这些国家在中国设立记者站,直接报道中国与中非合作议题,从而丰富非洲国家媒体的信息来源。

中非媒体合作,通过积极、建设性的新视角报道非洲,有助于消除西方媒体对非洲负面叙事的影响,帮助非洲人民实现重塑非洲叙事范式的愿景。西方的负面叙事普遍关注非洲的贫困、冲突、腐败、疾病等议题,忽略了非洲人民的创造力、能动性以及非洲活力。因而,非洲各界强烈要求改变西方媒体对非洲的过时负面叙事。有学者提出,只有强调非洲与其他地方的联系,将非洲置于更广阔的世界中,才能将人们的注意力从西方想象的非洲特殊形象中转移。<sup>[33]</sup>加强中非媒体合作,将非洲与中国联系起来,以

非洲为出发点来讲述充满活力的非洲故事,以中国媒体的积极、建设性视角来讲述有别于西方叙事范式下的非洲故事与中非友好故事,发出“全球南方”国家更大的声音,有利于推动构建更加公平合理的国际政治经济新秩序。

第二,加大中非媒体人才培训合作力度,助力培养非洲新一代媒体人才,推动非洲媒体融合发展。针对非洲媒体人才缺乏以及现有媒体从业人员专业培训不足的情况,中非要继续加大媒体人才培训的合作力度。中国在利用好已有的对非媒体人才培训平台的基础上,可挑选一批国内新闻传播学专业的知名院校,加大对非洲媒体人员的培训力度。特别是针对非洲急需的新一代媒体人才,中国可侧重为其提供数字技术、数据新闻、人工智能等专题培训,并为他们提供相关的分析工具和资源,帮助他们掌握利用数据集、视频库等制作适合数字媒体播放内容的技术。

针对错误信息、虚假新闻充斥非洲网络空间的情况,中非双方应加强网络空间治理的经验交流,构建中非网络空间命运共同体。中非双方可加强事实核查、谎言识别、职业道德提升等方面的经验分享交流,帮助非洲媒体从业人员提升鉴别与核查事实的能力,强化网络空间的自我监管能力,促使他们以更专业更负责任的方式使用人工智能等新技术。英国广播公司、路透社等西方媒体也高度重视对非洲媒体从业人员的事实核查培训,针对识别虚假新闻开发了多个项目,如英国广播公司专门为非洲青年记者制作了识别虚假新闻的视频,路透社也制作了数字新闻课程、操纵媒体(Manipulated Media)课程等,帮助非洲媒体从业者识别虚假新闻以及深度伪造视频以操纵媒体的情况。<sup>[34]</sup>但是,英国广播公司与路透社之所以重视对非洲记者识别虚假新闻能力的培训,实质上是试图通过传播其识别“虚假新闻”的标准来扩散西方的立场与思想。

中非要加强识别与应对虚假新闻方面的交流分享。中央广播电视总台等主流媒体可针对非洲媒体从业人员制作多个非洲本土语言的在线数字新闻课程,帮助他们提升新媒体技能,增强识别虚假新闻的能力;中非新闻界、智库可通过联合研究、研讨会等方式共同探讨界定虚假新闻、仇恨言论的标准及应对举措;中国媒体机构还可与已有的非洲事实核查(Africa Check)等机构开展合作,共同揭露西方媒体对非洲以及中非关系的不实报道。此外,针对非洲媒体的数字化转型需求,中非媒体还应加强技术合作,推动非洲数字媒体发展。非洲的广播、电视正处在数字化转型阶段,中国可为其提供力所能及的技术支持,助力非洲媒体实现快速融合发展。中非双方还可围绕加强移动互联网、5G、大数据、云计算、人工智能等新技术在媒体领域的应用开展交流合作,分享发展经验,探索全媒体背景下的有效传播路径、新型服务模式,促进双方媒体业共同繁荣发展。

第三,助力非洲国家弥合数字鸿沟,增进中非对彼此传播制度和理念的相互了解,促使非洲媒体在国家建设中发挥更大作用。实现通信和互联网的普遍接入、努力消除数字鸿沟是非洲各国的共同愿望。近年来,在中非合作论坛机制及共建“一带一路”框架下,中国积极帮助非洲国家缩小数字鸿沟,从中国企业帮助非洲国家建设数字基础设施,改善信息通信技术环境,到被誉为“非洲手机之王”的传音品牌为广大非洲民众提供智能手机,再到中国电商企业为非洲提供有益的电商经验,等等,中国用实际行动推进了非洲数字化转型的步伐。在未来,中国企业将继续帮助非洲国家加强通信基础设施建设,扩大网络的承载性与可接纳性,降低互联网进入门槛,增加非洲网民数量;同时为非洲民众提供更多质优价廉的智能手机,让更多人用得起智能手机,逐步消除显著的数字鸿沟,为非洲数字媒体的发展奠定坚实基础。

针对非洲媒体及其从业人员面临的外部环境风险,非洲国家正在探索新理念与新举措,以期改变政府与媒体的紧张关系,更好地发挥媒体在国家建设中的积极作用。中国媒体助力中国式现代化进程中,在引领社会主流思想舆论、传承中华优秀传统文化、提高国家治理效能、对外讲好中国故事等方面发挥了积极作用,是中国式现代化不可或缺的参与者与推动者。这对非洲媒体在维护国家发展与稳定中更好地发挥“推动者”角色也有一定的启发意义。

因而,一方面,中非新闻界、智库等可就加强媒体管理、处理政府与媒体关系、改善媒体从业人员的就业环境等议题进行交流对话;另一方面,中非双方应加强新闻传播理念的交流互鉴,打破西方“新闻专业主义”迷思,构建真正符合中非发展实际的新闻理念。非洲媒体因历史原因深受西方新闻价值观影响,但西方媒体竭力标榜“中立”“客观”的大量监督式报道、揭黑负面报道并未能推进非洲民主向纵深发展与制度化建设,反而造就了政府与媒体的紧张关系,引发了新的治理矛盾。而具有中国特色的新闻理念包括正面宣传为主、正确舆论导向、自由责任统一等,虽然根植于中国实践,但对于求发展求稳定的非洲国家来说也具有一定的借鉴意义。在对一些非洲国家的调研中发现,中国特色新闻理念越来越得到非洲民众的认可,一些受访者认为中国以解决问题为导向的积极正面报道对非洲同样适用,在非中国媒体倡导的新闻价值观对非洲民众也有一定的亲和力,这为未来与中国媒体进行更深入的接触奠定了基础。<sup>[35]</sup>为应对普遍存在的负面叙事,非洲新闻界甚至提出了“好新闻法”(Good News Law)的概念并展开广泛讨论,即通过立法要求所有媒体将一定比例的内容分配给正面报道,此举旨在促进平衡正负面叙事,重塑全球背景下的非洲叙事范式。<sup>[36]</sup>可见,非洲民众对于加强中非媒体交流互鉴,并基于非洲实践参考借鉴中国特色的新闻理念,以逐步改变非洲新闻业的固有价值范式也抱有期待。

## 结 语

当前,中非媒体虽然处于不同的发展阶段,但都面临着相同的挑战,诸如传统媒体的融合转型、网络空间的治理、媒介伦理与职业道德的提升等。加强中非媒体交流合作,有助于共享经验、共应挑战,推动双方传媒业的健康发展。在国际秩序正在加速演变、“全球南方”国家崛起、西方加大对中非合作舆论攻势的背景下,中非媒体加强合作,具有更深的意蕴。中非媒体秉持中非友好合作精神,将成为全球公平正义的守望者、全球繁荣发展的促进者、全球文明交流互鉴的推动者。中非媒体合作,通过共同讲好新时代中非故事,向世界发出属于发展中国家的更大声音。中非媒体合作,打破了西方强势话语霸权,传播了全人类共同价值,为共筑新时代全天候中非命运共同体、推动建立更加公正合理的国际政治经济新秩序作出了巨大的贡献。

## 参考文献:

- [1] 习近平向第五届中非媒体合作论坛致贺信[EB/OL]. [2022-08-25]. [https://www.gov.cn/xinwen/2022-08/25/content\\_5706806.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2022-08/25/content_5706806.htm).
- [2] Africa's shifting media landscapes: digital media use grows, but so do demographic divides[EB/OL]. [2024-03-30]. <https://www.afrobarometer.org/wp-content/uploads/2024/04/AD800-PAP14-Digital-media-use-grows-across-Africa%5ELJ-but-so-do-demographic-divides-Afrobarometer-29april24.pdf>.
- [3] SHARON W. African media landscape regional study report: the case of east Africa[EB/OL]. [2024-01-16]. <https://africachinareporting.com/african-media-landscape-regional-study-report-the-case-of-east-africa/>.
- [4] Radio is thriving in South Africa: 80% are tuning in[EB/OL]. [2022-02-11]. <https://theconversation.com/radio-is-thriving-in-south-africa->

- 80-are-tuning-in-176846.
- [5] Africa to add 12 million pay TV subs [EB/OL]. [2024-01-08]. <https://www.broadbandtvnews.com/2024/01/08/africa-to-add-12-million-pay-tv-subs/>.
- [6] ASUNLOYE A. Intelsat 20: viewing audience growing in sub-saharan Africa [EB/OL]. [2022-09-07]. <https://africanews.space/intelsat-20-viewing-udience-growing-in-sub-saharan-africa/>.
- [7] Death of newspapers in South Africa—and the rise of online [EB/OL]. [2024-01-16]. <https://mybroadband.co.za/news/business/436868-death-of-newspapers-in-south-africa-and-the-rise-of-online.html>.
- [8] Internet usage in Africa: statistics & facts [EB/OL]. [2024-03-22]. <https://www.statista.com/topics/9813/internet-usage-in-africa/#topic-Overview>.
- [9] Social media stats Africa Feb 2023—Feb 2024 [EB/OL]. [2024-05-20]. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/africa>.
- [10] WILHELM J ,LORGERIE P. Radio-Africa's prime medium [EB/OL]. [2020-02-13]. <https://www.dw.com/en/worldradioday-why-radio-is-still-going-strong-in-africa/a-52355828>.
- [11] The continent: changing the game in African media [EB/OL]. [2023-05-04]. <https://deepdishonglobalaffairs.libsyn.com/the-continent-changing-the-game-in-african-media>.
- [12] How an African streaming service dethroned Netflix? [EB/OL]. [2024-02-14]. <https://restofworld.org/2024/showmax-subscription-africa-netflix/>.
- [13] Social media penetration in Africa in 2024 ,by region [EB/OL]. [2024-03-22]. <https://www.statista.com/statistics/1190628/social-media-penetration-in-africa-by-region/>.
- [14] Measuring digital development facts and figures 2022 [EB/OL]. [2022-11-30]. [https://www.itu.int/dms\\_pub/itu-d/opb/ind/d-ind-ict\\_mdd-2022-pdf-e.pdf](https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/d-ind-ict_mdd-2022-pdf-e.pdf).
- [15] 孟瑾. 当代非洲媒体特点及在国家治理中的作用 [EB/OL]. [2019-08-22]. <http://www.nopss.gov.cn/n1/2019/0822/c219470-31310045.html>.
- [16] HENDAWY M. African media landscape regional study report: the case of north Africa [EB/OL]. [2024-01-16]. <https://africachinareporting.com/african-media-landscape-regional-study-report-the-case-of-north-africa/>.
- [17] African journalism is being stifled by a lack of resources [EB/OL]. [2013-03-01]. <https://www.theguardian.com/world/2013/mar/01/african-journalism-stifled-lack-resources>.
- [18] Research: how African media covers Africa [EB/OL]. [2022-06-08]. <https://africanofilter.org/research-how-african-media-covers-africa>.
- [19] Digitization without monetization: African news media stuck between a rock and a hard place [EB/OL]. [2020-08-06]. <https://corporate.dw.com/en/digitization-without-monetization-african-news-media-stuck-between-a-rock-and-a-hard-place/a-54470345>.
- [20] USACHEVA V. Paradise of lies: how the West manipulates Africa through neocolonial media [EB/OL]. [2024-05-10]. <https://www.rt.com/africa/597218-african-media-west-control/>.
- [21] Africa renewal anew era for African media [EB/OL]. [2016-11-16]. <https://www.un.org/africarenewal/magazine/august-2016/new-era-african-media>.
- [22] CHIYANGWA D. African media landscape regional study report: the case of southern Africa [EB/OL]. [2024-01-16]. <https://africachinareporting.com/african-media-landscape-regional-study-report-the-case-of-southern-africa/>.
- [23] Internet use in 2024 [EB/OL]. [2024-01-31]. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-the-state-of-internet-adoption>.
- [24] VINES. What's at stake for Africa in 2024 [EB/OL]. [2024-01-10]. <https://www.chathamhouse.org/2024/01/whats-stake-africa-2024>.
- [25] PLAUT M. The hazards of journalism in Africa [EB/OL]. [2022-03-04]. <https://commonwealth-opinion.blogs.sas.ac.uk/2022/the-hazards-of-journalism-in-africa/>.
- [26] AllAfrica media leaders summit [EB/OL]. [2024-05-10]. <https://allafricamediasummit.africa/>.
- [27] 四达时代官网 [EB/OL]. [2024-06-10]. <https://www.startimes.com.cn/about/#E9%9B%86%E5%9B%A2%E4%BB%8B%E7%BB%8D>.
- [28] 深化互学互鉴: 打造文化“走出去”北京方阵 [EB/OL]. [2022-08-23]. <https://gdj.beijing.gov.cn/phone/hyjj/hwj1/202208/>

- t20220823\_2798774.html.
- [29] 中国—非洲国家共建“一带一路”发展报告 [EB/OL]. [2023-12-15]. <https://www.yidaiyilu.gov.cn/a/icmp/2023/12/15/20231215179983118/bcb251af3c01496eb5f1cf47c7557171.pdf>.
- [30] 新时代的中非合作白皮书 [EB/OL]. [2021-11-26]. [https://www.gov.cn/zhengce/2021-11/26/content\\_5653540.htm](https://www.gov.cn/zhengce/2021-11/26/content_5653540.htm).
- [31] 中非合作 2035 年愿景 [EB/OL]. [2021-12-08]. [http://www.focac.org/zywx/zywj/202112/t20211208\\_10464357.htm](http://www.focac.org/zywx/zywj/202112/t20211208_10464357.htm).
- [32] 非洲广播联盟总干事格雷瓜尔·贾卡在第五届中非媒体合作论坛开幕式上的致辞 [EB/OL]. [2022-08-30]. <https://www.tvoao.com/a/212173.aspx>.
- [33] MBEMBE A ,NUTTALL S. Writing the world from an African metropolis [J]. *Public culture* 2004 ,16( 3) : 347-372.
- [34] BAKER H. Introducing the reuters guide to manipulated media ,in association with the Facebook journalism project [EB/OL]. [2019-12-30]. <https://www.reuters.com/article/idUSKBN1YY142/>.
- [35] WASSERMAN H ,MADRID-MORALES D. How influential are Chinese media in Africa? an audience analysis in Kenya and South Africa [J]. *International journal of communication* ,2018( 12) : 2212-2231.
- [36] Programme: the future of media in Africa [EB/OL]. [2024-02-14]. [https://au.int/sites/default/files/newsevents/programmes/43483-PG-AUMF-The\\_Future\\_of\\_Media\\_in\\_Africa-PROGRAMME-v12.pdf](https://au.int/sites/default/files/newsevents/programmes/43483-PG-AUMF-The_Future_of_Media_in_Africa-PROGRAMME-v12.pdf).

## Exploring the media development in Africa and paths for China–Africa media cooperation

LI Yujie

( *Institute of West Asian and African Studies , Chinese Academy of Social Sciences , Beijing 100101 , China* )

**Abstract:** Media exchange is a crucial part of China–Africa cooperation. Currently , African media is undergoing a critical transformation , with traditional media developing in a polarized manner and digital media rapidly rising , reshaping the media landscape in Africa. At the same time , African media faces challenges such as funding shortages , insufficient training for media professionals , an expanding digital divide , and an unstable external environment , along with the chain reactions these issues cause. To help African media better adapt to new media technologies and effectively tell the China–Africa story in the new era , this paper proposes new cooperation paths based on a summary of past achievements and shortcomings in China–Africa media collaboration: first , strengthen content sharing among media to break the negative narrative paradigm from the West and amplify the voices of the Global South; second , enhance cooperation in training media talents to help Africa cultivate a new generation of media professionals and promote the development of media convergence in Africa; third , assist Africa in bridging the digital divide , enhance the mutual understanding of each other’s communication systems and concepts , and enable African media to play a more constructive role in national development.

**Key words:** media; China–Africa cooperation; media convergence; exchange and mutual learning

( 责任编辑 吴月芽 )