

中国对非传播 70 年:演进特点与时代价值

李玉洁

摘要:自 1956 年中埃建交、新华社在开罗建立分社以来,中国对非传播已走过 70 年历程。与中非关系同频共振,中国对非传播经历了初步发展期、调整转型期、系统布局期和战略愿景期四个阶段,书写了从“亚非团结”“反帝反殖”到“平等互利”“共同发展”,再到“伙伴关系”与“讲好中国故事”,以及“命运共同体”“全球南方”的对非叙事,彰显了重要的时代价值。中国对非传播 70 年,始终服务中国外交战略全局,不但拓展了中国的国际政治和经济发展空间,为中非合作营造了良好的国际舆论环境,而且其突破西方主导的国际传播体系,以中非合作视角打造国际传播中的非西方知识,推动构建一个更加合理公正均衡的国际传播体系。更为重要的是,在反帝反殖反霸的全球历史进程中,中国对非传播超越民族国家,建构了从“亚非团结”到“全球南方”的中非共同体,以打破不平等的世界旧秩序,为塑造世界新秩序贡献中非力量。同时,受到非洲媒体生态、西方在非话语主导地位以及中国对非传播的固有范式等的限制,中国对非传播也面临多重现实挑战,从“走出去”到真正“走进”以实现面向非洲的精准传播,仍是未来需要持续探索的课题。

关键词:对非传播;亚非团结;“全球南方”;国际传播体系;世界秩序

中图分类号:G219 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2026)04-0052-13

基金项目:国家社会科学基金一般项目(22BXW027)

自 1956 年中国与埃及正式建交至 2026 年,中非开启外交关系已 70 周年。2026 年也被确定为“中非人文交流年”,将举办系列人文交流活动,推动中非文明交流互鉴与民心相通。当前中非关系正处于历史最好时期,70 年来,双方从反帝反殖、争取民族解放斗争中的相互支持,到谋求发展振兴、共逐现代化之梦的携手同行,结下了同呼吸共命运的深厚友谊。这 70 年的中非关系史也是一部中国对非传播的媒介发展史^①,中国对非传播不仅是“中非时间”的记录者,更以技术迭代、叙事更新和理念演进为着力点,持续为中非关系赋形、赋意、赋能,展现了顺应历史大势不断探索发展的中非关系时代景观。研究将媒介置于这段历史的中央,研究 70 年来中国媒体的对非传播历程,探寻其实践和理念如何紧扣时代脉搏不断演进,彰显出新的传播特点,以服务对非外交战略全局,推动中非关系的跨越式发展。在此基础上,本研究从国际传播体系和世界秩序建构等宏观维度探讨中国对非传播 70 年所彰显的时代价值,并思考其面临的现实挑战,力求全景式呈现这一历史进程及其意义。

与中非关系发展进程高度契合,中国对非传播自 1956 年以来经历了渐进式发展。2000 年中非合作论坛成立后,随着中非关系不断加深,对非传播进入蓬勃发展期。在中非开启外交关系 70 周年之际,系统总结中国对非传播的历程具有重要现实意义。当前,非洲已成为对华负面论调的发源地与主战场,西方炒作的“负面框架”影响中非人民对彼此的认知,甚至干扰了常态化的中非关系。但与火热的中非合作相比,中国学者有关对非传播的研究仍较局限,亟待提炼有竞争力的中国自主话语与框架,以应对西方舆论攻势。此外,中国对非传播 70 年在服务中国外交战略全局、推动新型的

^①传播是一个涵盖多元主体(如政府、媒体、企业等)和多种渠道(如人际、组织、大众等)的宽泛概念。本文所探讨的“传播”主要属于大众传播范畴,其核心研究对象主要限定为媒体。

国际传播体系及公正合理的世界秩序建构等方面积累了宝贵的经验,但尚未得到深入发掘。基于此,本文系统梳理中国对非传播 70 年的演进特点,评估其历史价值并批判性审视对非传播效果。为系统考察中国对非传播的历史演进,本研究以中非关系的发展演变为主线,同时综合考量中国对非外交战略与在非传播机构建设的协同变化,将自 1956 年中国与埃及建交以来的实践历程划分为四个阶段:初步发展期(1956—1978)、调整转型期(1979—1999)、系统布局期(2000—2012)与战略愿景期(2013 年至今)。这一划分参考了官方对中非关系发展阶段的界定。据外交部划分,新中国成立至 1999 年的中非关系可分为前期(1949—1979)与后期(1979—1999)两个时期^[1]。2000 年中非合作论坛的成立,标志中非关系步入机制化合作的新阶段,而 2013 年习近平担任国家主席后首访非洲,首次提出真实亲诚对非政策理念和正确义利观,中非友好的新时代篇章由此起笔^[2]。以此为界,21 世纪以来的中非关系亦可进一步划分为两个时期。需要说明的是,上述四个阶段并非截然分割,而是呈现出相互作用的动态演进关系。

一、初步发展期(1956—1978)

1955 年召开的万隆会议,共有 29 个亚非国家和地区的代表参加,这是亚非国家和地区第一次在没有殖民国家参加的情况下自主召开的大型国际会议,对亚非历史乃至世界格局产生了深远影响。正是在这次会议上,中国与来自非洲地区的代表团进行了难得的“面对面”接触,从而为新中国对该地区的外交打下了基础。1956 年 5 月,中国与埃及正式建交,埃及成为首个与新中国建交的非洲国家和阿拉伯国家。此举不仅有力突破了西方对新中国的孤立与封锁,同时开启了中非媒体交往的新篇章。

(一)实践轨迹:机构初创与渠道开拓

这一时期是中国对非传播的开拓期。1956 年 4 月,在中埃建交前签订的《中埃文化合作协定》规定:双方将进行新闻、广播事业方面的合作,互派新闻工作者代表团赴对方访问^{[3]172-173}。同年 12 月,埃及新闻工作者代表团访华,与新华社签订了关于交换新闻和图片的合同^{[4]195}。中埃媒体界的交流,拉开了中国对非传播的序幕。在机构建设方面,新华社成为开拓非洲的主力军。1955 年毛泽东指示新华社应“把地球管起来,让全世界都能听到我们的声音”^{[5]101}。周恩来提出建设世界通讯社,要“先亚非,后欧美”^{[6]28}。1956 年新华社在埃及建立分社,中国媒体首次进入非洲。1958 年,新华社记者王殊到撒哈拉以南非洲开展工作,不到两年就在加纳、几内亚和马里等国建立了分社,记者王纬则在突尼斯、阿尔及利亚建立分社^{[6]187}。

在渠道拓展方面,广播因低成本、不受国界限制成为这一时期对非传播的主要媒介。20 世纪五六十年代,中国对非广播语种迅速增加。1957 年中央人民广播电台对外广播部阿拉伯语开播,1958 年法语开播,1961 年斯瓦希里语开播,1963 年豪萨语开播^{[7]66,71,110,127}。斯瓦希里和豪萨这两种非洲本土语言广播的开办,提升了对非传播的针对性。由于当时国内无人懂这两种语言,还需要依靠非洲专家协助创办。除直接广播外,寄送节目也成为交往的主要形式^{[7]107}。1963 年马里国家广播电台台长拉西恩·卡内访华,中央广播事业局与马里国家广播电台签订广播合作协定,规定双方交换和使用各种材料都不向对方收取任何费用^{[7]130}。卡内台长回国后,还在马里电台开办“北京电台之声”节目。截至 1965 年 4 月,中央广播事业局与非洲的 12 个国家电台建立了定期节目寄送关系^{[3]200}。

在内容特征方面,对非传播呈现解释性与政治性并重。解释性体现在介绍中国建设和人民生活情况,节目多命名为《今日中国》《中国面貌》等;政治性则体现在声援非洲国家反帝反殖斗争。除广播外,书刊、电影等多种形式也被采用。外文出版社出版的政治性书刊在非洲广受欢迎,如 1964 年在当时人口仅 700 余万人的加纳,中国书刊发行量达 50 万册,其中毛泽东著作就有 4.3 万册。1975 年前中国向埃塞俄比亚累计发行政治性书刊 97 万册。^[8]《北京周报》《人民画报》等刊物也在非洲得以传播,《人民画报》还有专门的斯瓦希里语版本。电影方面,自 1955 年起,中国电影发行放映公司

陆续在埃及、阿尔及利亚等国设立了驻外代表处或常驻代表。《小兵张嘎》《白毛女》等影片在非洲深受欢迎。1963年,新影厂还派出摄影师在几内亚、马里和加纳三国拍摄独立的非洲人民新生活,《非洲之角》《不屈的阿尔及利亚》获得非洲电影节最高奖^{[6]42}。这一时期,中国对非广播的影响不断扩大,也引发西方媒体的关注。如美国《纽约先驱论坛报》称:“在非洲大陆,不论在偏僻的森林,或者在遥远的村庄里,都可以清晰地听到北京的广播。”^{[9]351}1967年至1971年受国内形势影响,对非传播一度中断,1972年后逐步恢复,大概在1975、1976年,对非豪萨语广播每年收到非洲来信最多时达7300多封^{[9]239}。

(二) 理念演进:亚非团结与反帝反殖

这一时期中国对外宣传始终围绕两条主线展开:一是让世界了解中国,二是建立国际统一战线。20世纪五六十年代,新中国尚不为世界多数国家所知,让世界了解中国就成为对外宣传的基本任务。特别是1953年抗美援朝的胜利和1954年日内瓦会议、1955年万隆会议的成功,让毛泽东、周恩来等领导人认识到必须走出去。在美苏争霸的背景下,中国将包括非洲在内的亚非拉国家作为重要战略依托,主张在世界范围内建立反帝反殖统一战线。这一时期,毛泽东在接见亚非拉来访者的谈话中,多次强调“美帝国主义是全世界人民最凶恶的敌人”^{[10]354},号召亚非拉人民团结起来斗争。1957年底,亚非团结大会在开罗召开,中国派团参加^[11];1963—1964年周恩来总理出访非洲十国,提出“中国处理同阿拉伯国家和非洲国家关系的五项原则”和“对外经济技术援助八项原则”^[12],确定了中国开展对非合作的基本方针;1974年毛泽东在会见赞比亚总统卡翁达时,第一次完整提出“三个世界”划分思想,“我看美国、苏联是第一世界。中间派,日本、欧洲、澳大利亚、加拿大,是第二世界。咱们是第三世界”“亚洲除了日本,都是第三世界。整个非洲都是第三世界,拉丁美洲是第三世界”^{[13]600-601},从而明确了包含非洲在内的第三世界在国际体系中的联盟地位。

基于这两条主线,中国对非传播确立了亚非团结与反帝反殖的核心理念。如1963年中央人民广播电台开办的豪萨语节目的宣传方针是:增进非洲人民对我国的了解和中非友好;支持和鼓舞非洲人民反对帝国主义和殖民主义,争取民族独立的斗争;传播马列主义、毛泽东思想^{[9]237-238}。对非斯瓦希里语广播宣传方针也大致相同。可见,这一时期的对非传播工作不仅是信息传递,更是反对帝国主义的“革命”,具有较强的政治导向。值得注意的是,这一时期的对非传播已开始关注传播策略问题。1965年中央广播事业局副局长金照就对非寄送节目批示:“一般不宜正面、直接谈政治,可以多谈友谊、文化方面的动态和珍闻、新中国人民生活中的有意义的趣事……。不谈政治而达到了我们的政治目的;我们大谈政治,其结果与我们的政治目的相悖。”^{[7]148}这表明早期对非传播已意识到单纯政治宣介的局限,开始探索更为有效的传播方式。

(三) 传播特点:政治动员型传播的实践主导

从传播实践来看,这一时期中国对非传播呈现出鲜明的“政治动员型传播”特征。这一特征既根植于冷战格局与亚非拉民族解放运动的时代背景,也与新中国争取国际承认、构建反帝反殖统一战线的外交战略密切契合。在这一框架下,中国对非传播的早期实践,并非单纯的信息活动,而是被纳入国家整体外交战略之中,其核心功能在于服务政治,争取非洲国家对中国的理解与支持,共同形成对美苏霸权格局的制衡力量。从传播主体上看,以新华社、中央人民广播电台等为代表的官方机构承担了对非传播的主要任务,特别是广播发挥了重要作用。从传播内容上看,其具有鲜明的政治动员色彩。这一时期在毛泽东等领导人的亲自指引和号召下,中国媒体积极声援非洲国家反帝反殖、争取民族独立的斗争,对阿尔及利亚争取独立的斗争、对刚果(利)反对美国侵略的斗争等都进行了充分的报道。这一时期传播实践已开始关注效果与策略问题,然而受限于技术条件和外交环境,对非传播更多体现为“单向输出”,很难兼顾非洲的信息需求,受众反馈主要来自广播听众的零散信息。整体而言,这一时期对非传播实践,在促进“亚非团结”、建构“第三世界”共同身份、争取国际认同等方面取得了重要成果,但也呈现出政治动员功能强、受众覆盖面有限、交互性不足的特点。

二、调整转型期(1979—1999)

20 世纪 80 年代初至 90 年代末,中国对非传播进入调整转型期。这一转型的根本动因,在于中国国家发展战略与对非外交思想的整体性转向。1978 年党的十一届三中全会确立了对内搞活经济、对外经济开放的政策^{[14]77},这一将国家工作重心彻底转移到经济建设上来的战略抉择,内生地要求对外传播从“革命外交”转向“经济外交”。1982 年底至 1983 年初,中国领导人访问非洲 11 国,提出了新时期中国与非洲国家开展经济技术合作的四原则,即“平等互利、讲究实效、形式多样、共同发展”^{[15]196}。这四项原则的提出,不仅标志中非关系进入新阶段,更深刻反映了中国对非传播逻辑的根本转换,其逐渐从政治性援助、单向对非传播为主,转向追求互惠合作共赢,彰显出更为强烈的务实和对等风格。

(一)实践轨迹:调整转型与对等合作

在机构建设方面,1986 年新华社非洲总分社在内罗毕成立,负责撒哈拉以南非洲地区 47 个国家的新闻报道工作^[16]。这一时期,中非媒体界的交往更加频繁,鼓励基于互惠对等原则交换代表团、记者组和广播电视节目。1983 年,中国广播电视部与塞舌尔教育和新闻部签署了《交换电视节目议定书》,规定了双方免费交换电视节目的类型与时长等具体信息,如交换每年进行二至三次,所交换节目约两百分钟;交换节目所需要的运输和制作费用由提供一方支付^[17]。这是中国与非洲国家之间,就电视节目交换签订的一份较早的官方文件。这也与中国电视对外传播的国家战略同步,1983 年中央电视台(以下简称“央视”)成立对外部,专门制作、翻译和发行对外节目,开启中国电视对外传播的序幕。1985 年,中国广播电视代表团访问埃及、突尼斯和阿尔及利亚,这也是中国广播电视代表团 20 年来第一次访问北非三国,签订了广播电视合作的系列协定^{[3]153}。1986 年,埃及、几内亚、坦桑尼亚、尼日利亚等国派遣代表团来访或者电视摄影组来华采访,尼日利亚电视摄影组拍摄的 7 个电视节目在其电视台晚间新闻播出,受到了当地观众的好评^{[3]387}。1987 年,中国广播电视代表团访问几内亚、塞内加尔和摩洛哥三国,商讨节目交换、人员培训等业务合作,与塞内加尔签订了《广播电视合作协定书》^{[3]409-410}。出版合作方面,中国外文局探索对非合作新模式。1986 年外文出版社在坦桑尼亚设立常驻办事处,与坦桑尼亚出版社等机构合作,出版有关中国选题的斯瓦希里语书籍。截至 1988 年,三年多的时间就已出版 25 本,平均每 54 天一本书,每本书的最低印数为 5000 册,这种合作出版方式被外文局归纳为“用最经济的手段去求得最好的社会效益”^{[18]159-165}。1988 年《中国与非洲》期刊创办,这是一本专门针对非洲的刊物,编辑方针为“以谈中国为主,兼谈非洲,也谈国际共性问题”^{[18]299},将其打成一个宣传对非政策、服务对非工作的“窗口”。

在传播效果方面,这一时期开始重视调查研究。以中国国际广播电台为例,其利用斯瓦希里语开播 25 和 30 周年、豪萨语开播 25 和 30 周年、法语开播 30 周年等节点,开展一系列调查与座谈活动,以提升对非传播广播节目的效果。如 1988 年中国国际广播电台同埃及、利比亚等阿拉伯国家外交使团在京开展座谈,就改进阿拉伯语广播、加强同各国电台的节目交流和合作交换意见^{[7]375}。为了让广播落地效果更佳,中国国际广播电台还加强与非洲国家电台的转播合作。1987 年同马里巴马科电台达成协议,其每天转播国际台的 11 种语言节目,共 15 个小时,服务地区包括东非、南非、西非、西北非、东欧和北美东西部。据收测,效果良好。^{[7]369}

需要指出的是,20 世纪 80 年代末 90 年代初,受国际形势变化影响,中国对非传播有所降温。东欧剧变和苏联解体后,世界多极化趋势逐渐显现,而 1989 年政治风波以后,以美国为首的西方国家对我国进行无理制裁。对此,中国外交战略有所调整,对外传播多以周边为主。1992 年中国广播电视电影部与国外影视机构共签订 8 个广播电视合作协议,其中 6 个是与周边国家的协议。而 1992 年坦桑尼亚新闻广播部部长一行来华访问,是当时中国广播影视部接待的第一个来自非洲国家的高级代表团。^{[3]529-531}此外,20 世纪 90 年代中国对外传播的很大精力也放在逐步恢复与西方国家媒体

的交流合作上。与非洲国家的媒体交往较之 80 年代保持了常规态势,与马里、埃及、坦桑尼亚等在广播影视技术、节目交换、人员交流等方面展开合作,如 1993 年与马里签订了《中马关于租用短波广播发射机的协议书》和《关于实施广播工程和技术协助的合同》^{[3]566},后又进行多次续签。值得关注的是 1997 年,央视与南非米拉德媒体集团(MIH)签署了通过其直播卫星电视平台(DSTV)转播央视中文国际频道(CCTV-4)的合作协议,就此拉开了中国电视媒体直接对非洲传播的序幕^[19]。

(二) 理念演进:平等互利与共同发展

贯穿 20 世纪 80 和 90 年代,“平等互利”与“共同发展”成为指导中非关系发展的基本原则。对中国来说,这一时期中国对非援助方式开始多样化,中非经贸合作的内容也更加丰富。以对非承包工程和劳务合作业务为例,从 1979 年至 1995 年,中国在非洲对外承包工程和劳务合作的数量达 5494 份,总金额达 696325 万美元^[20]。对非洲而言,20 世纪 80 年代被称为“失去的十年”,大多数非洲国家都被迫执行了世界银行和国际货币基金组织制定的结构调整方案,但忽视国情、试图用西方经济发展模式改造非洲经济的方式难以奏效,经济出现了大衰退^[21]。1981 年至 1990 年间,撒哈拉以南非洲地区 GDP 的年均增长率为 1.7%。这期间非洲国家外债也急剧增加,从 1980 年的 840 亿美元猛增到 1990 年的 1900 亿美元^{[22]160,163}。到了 90 年代,非洲经济增长仍然缓慢。改变经济停滞、谋求发展成为非洲最为重要的任务。

在此背景下,中国对非传播更多呈现出经济导向下的“平等互利”和“共同发展”理念。如国家广播电视总局在评估 1986 年尼日利亚、坦桑尼亚电视摄影组来华采访的协拍节目效果时称:“实践证明,与第三世界在广播电视界的业务合作,以对等互惠原则交换代表团、记者组和广播电视节目,是行之有效的办法。这样做,一可以使双方扩大报道面,二可以使双方节约有限的外汇,三便于更多地同第三世界国家开展业务合作。”^{[3]387-388}中国对非传播的内容除了展示中国的国家形象外,开始回归新闻本质,突出信息沟通功能,增加了更多的时事类节目,关注中非消息和世界要闻,并对非洲领导人来华访问等开展采访报道。

(三) 传播特点:发展导向的传播范式转型

这一时期,中国对非传播可被理解为从“政治动员型”向“发展导向”传播范式的转型。所谓“发展导向”,并非严格意义上的发展传播学,而是指一种以务实合作为核心目标的传播实践形态。这种务实转型体现在:第一,传播目标从政治宣传逐步转向服务经济建设。中非关系的指导原则从早期政治性援助转向平等互利与共同发展,对非传播目标也随之调整:内容从政策声明、领导人讲话等,扩展至影视合作、信息沟通等与经济发展相关的领域。第二,传播关系从单向输出转向对等合作。此前的对非传播多是从中国向非洲的单向传输,而这一时期,中国开始以“对等互惠”原则开展与非洲国家的媒体交往,特别是探索新兴的电视合作。不过,广播仍是对非传播的核心角色,电视还处于探索交流和零星节目交换阶段,尚未实现对非洲的规模化覆盖。第三,传播主体开始兼顾受众需求,体现了效果意识与对传播规律的尊重。然而,受限于 20 世纪 90 年代初期国际形势变化,中国对非传播的热度有所波动,反映出传播实践受外交战略调整的影响,尚未形成相对独立的运作逻辑。因此,这一时期的转型更多呈现为一种有限度的、工具性的务实转向,而非系统性的范式更替。

三、系统布局期(2000—2012)

2000 年中非合作论坛成立,中非关系进入机制化发展的新阶段。随着 2004 年中国提出媒体“走出去”战略,2005 年提出要以一社(新华社)、两台(中央电视台和中国国际广播电台)、两报(《中国日报》和《人民日报》(海外版))为主体,形成若干具有国家竞争力和影响力的媒体或媒体集团,建构全方位、多层次、宽领域的“大外宣格局”^{[23]397}。在这一指导思想下,中国对非传播也从在非洲的有限存在出发,加大力度“走出去”,进入系统化布局的时期。

(一) 实践轨迹:机制化建设与系统布局

机制建设方面,媒体合作逐步被纳入中非关系总体框架。2007 年首届中非媒体研讨会举办。

2009 年国务院新闻办公室和外交部共同主办“中非合作论坛—新闻研讨会 2009”。中非媒体合作论坛作为在中非合作论坛框架下设立的机制性活动,2012 年召开首届论坛,来自中国和 42 个非洲国家的 200 多名代表参加会议,围绕广播电视媒体政策、广播电视交流合作等进行研讨交流,签署了 10 项合作协议,^[24]从而为中非媒体合作提供了制度化渠道。

媒体格局方面,中国媒体加快在非洲落地,逐步形成对非传播的“大外宣”格局。2006 年,中国国际广播电台首家海外调频电台在内罗毕开播,每天播出 19 个小时英语、斯瓦希里语和汉语普通话节目^[25]。新华社在非洲的分社网络持续扩展,2006 年将法文编辑部从巴黎迁往内罗毕非洲总分社,整合非洲报道资源,以提高非洲总分社指挥地区报道的能力^[26]⁸⁹。新华社业务还扩展到电视和新媒体领域。2011 年 1 月 1 日起,中国新华新闻电视网(CNC)旗下的新华社英语电视台通过米瑞德公司的电视播出网络覆盖非洲大陆,并通过家用电视机顶盒进入 400 万非洲家庭^[27]。新华社非洲总分社编制的“新华手机报”“新华短信”也在多个非洲国家开通。2012 年央视非洲分台在内罗毕正式开播,其聚焦非洲新闻,推出《非洲直播室》《非洲论坛》和《非洲面孔》等代表性新闻信息类和专题节目;联合启动“东非野生动物大迁徙”直播特别报道,通过非洲覆盖面最广的电视运营商 DSTV 向整个非洲提供直播公共信号,西欧、北美等地区的国家转播了经典直播段落,有效扩展了中国对非传播的全球影响力^[28]。非洲分台员工规模达到 100 人,并突破性地以本地雇员为主要力量,形成了“在非洲报道非洲”“让非洲人报道非洲”“客观、正面报道非洲”的独特风格。2012 年非洲分台的建成和中国网络电视台“我爱非洲”手机电视在肯尼亚开播,标志着央视已建成覆盖非洲大陆的电视报道网络。^[29]

此外,2011 年人民网在南非成立分公司。2012 年《中国日报非洲版》在肯尼亚创刊,成为在非洲发行的首份中国英文报纸,其“旨在向非洲发出中国声音,全面、真实、生动地讲述中国故事,全面介绍中非各方面交流情况,突出展现中非经贸合作进展,积极、有效地服务国家对非工作大局。”中国日报网非洲子网也同步推出。^[30]中国企业也开始探索非洲市场,如四达时代 2002 年开始进军非洲市场,截至 2012 年 5 月已在 14 个非洲国家拥有超过 120 万用户,还建立了内容涵盖广泛的平台,包括 CCTV、CNC、凤凰卫视等多个中国主流媒体频道^[31]。

(二) 理念演进:“伙伴关系”与“讲好中国故事”

进入 21 世纪,中非面临着推动建立国际政治经济新秩序和在新形势下进一步加强经贸合作的任务,2000 年中非合作论坛第一届部长级会议提出建立“长期稳定、平等互利的新型伙伴关系”,2006 年北京峰会暨第三届部长级会议又提出建立和发展“政治上平等互信、经济上合作共赢、文化上交流互鉴的中非新型战略伙伴关系”。2009 年和 2012 年的中非合作论坛又分别围绕“深化中非新型战略伙伴关系”“开创中非新型战略伙伴关系新局面”主题推进。^[32]因此,“伙伴关系”成为这一时期引领中国对非传播的重要理念,推动中非在政治上平等互信、经济上合作共赢、文化上交流互鉴、国际上互相支持,成为这一阶段中国建构对非话语的主要驱动力。

自中非合作论坛成立以来,中非关系的快速发展开始进入西方媒体视野并引起其高度警惕。西方媒体开始炒作所谓“中国威胁论”“新殖民主义”等论调,对中非伙伴关系构成舆论冲击。2008 年是西方媒体系统化炒作这些负面言论的关键年份,如 2008 年 3 月英国《经济学人》杂志推出题为《新殖民主义者》的封面文章,专门讨论所谓“中国的资源饥渴”^[33]。同年 4 月,欧洲议会通过报告强烈批评中国对非洲政策,有些议员称“中国在非洲实行的是一种新的殖民”^[34];美国国家公共电台(NPR)也推出五集系列报道《中国在非洲的崛起》^[35],讨论中国在非洲的争议性角色。因此,在国际舆论场中批驳西方对中非关系的负面论调,对非“讲好中国故事”,以掌握话语主动权,也成为这一时期的重要任务。

(三) 传播特点:软实力建设的话语权之争

这一时期,中国对非传播从有限存在转向系统化布局,呈现出软实力建设的话语权之争的特征。

有学者称,如果说中国对非话语建构付诸的实践在20世纪主要是提供物质产品的话,那么进入新世纪、深度融入国际体系后,中国则开始向为非洲提供国际公共产品转变^[36]。在“大外宣”格局与中非合作论坛机制化推动下,传播目标从政治动员、信息沟通等,扩展为提升文化软实力、塑造国家形象、应对国际舆论挑战的综合战略。传播主体向全媒体、多层次格局迈进,除新华社、央视等传统主力外,《中国日报》、人民网、四达时代等进入非洲,调频电台、电视、手机报、网络平台等多元渠道并行。这一时期,机制化建设也取得突破,中非媒体合作论坛的成立将媒体合作纳入中非关系总框架。传播理念与内容上,“伙伴关系”成为核心话语,强调平等互信、合作共赢。面对2008年前后西方媒体系统化炒作所谓“新殖民主义”“中国威胁论”等负面论调,对非传播还承担起“讲好中国故事”“向世界说明中国”的任务,以驳斥西方话语,争夺国际话语权。因此这一时期以央视非洲分台为代表的中国媒体,注重本土化运作,制作播出非洲相关新闻节目,向世界介绍非洲以及真实的中非关系,展现独特的中国视角。但从效果看,相关传播实践仍带有较强的“单向输出”与“危机应对”色彩,尚未形成系统性的战略传播体系,对非洲本土叙事体系和传播需求的回应也显不足。

四、战略愿景期(2013年至今)

2013年习近平主席访问非洲,首次提出真实亲诚对非政策理念和正确义利观,强调“中非从来都是命运共同体”^[2],为新时期中非关系发展指明方向,也指引中国对非传播进入新阶段。这一时期转型的动因在于:国际层面,西方在非洲的话语攻势加剧,中国亟须构建自主话语体系对冲所谓“新殖民主义”等负面论调;中非关系层面,中非贸易蓬勃发展,2013年中非贸易额达2100亿美元,是2000年的21倍^[37],人员往来更为密切,规模化增长倒逼中国对非传播升级;战略层面,中国从融入国际体系转向参与塑造国际体系,提出一系列关涉非洲和全球发展与治理的倡议,这也要求在对非传播中形成配套的话语支撑。在此驱动下,中国对非传播逐步建立起多层次、多形式的系统化机制,进入立体化传播与矩阵建设的新阶段。

(一)实践轨迹:立体化传播与矩阵建设

机制建设上,以中非媒体合作论坛为旗舰,双方不仅打造了覆盖广泛、层级多元的双边交流机制,还深度融入“全球南方”“一带一路”等多边合作框架。中非媒体合作论坛已举办6届,2024年的“第六届中非媒体合作论坛暨中非智库高端对话”,首次引入智库力量,拓展参与主体与议题范围。除这一机制外,双方还建立了多个专项对话平台:2015年在南非开普敦举行的中非媒体领袖峰会,习近平主席和南非总统祖马分别致贺信,会议围绕“共创中非媒体合作共赢新时代”主题达成广泛共识^[38];2025年约翰内斯堡举办“全球南方”媒体智库高端论坛中非伙伴大会,聚焦“全球治理体系变革:中非合作的新角色与新使命”主题,启动《同心·同路·同行——2026中非伙伴赋能行动计划》^[39]。此外,截至2024年,62家非洲媒体加入“一带一路”新闻合作联盟,50家非洲媒体加入“非洲伙伴”媒体朋友圈合作机制,8家非洲主流媒体及影视机构加入“丝绸之路电视共同体”^[40]。人才交流和培养方面,通过中非新闻交流中心等项目,邀请非洲多国记者来华参访;2012—2022年十年间,中国为非洲国家举办了80多个媒体研修班,培训了3000多名各类人才^[41]。

媒体格局上,中国已构建起官方媒体、地方媒体、企业、智库等协作的立体化对非传播矩阵。新华社在非洲设有肯尼亚总分社及30个分社。2021年,中央广播电视总台(以下简称“总台”)在肯尼亚内罗毕设立非洲总站。截至2024年8月,中国电视节目已覆盖全部53个建交非洲国家,实现了从单一节目播出到常态化规模化播出、从电视传播到与新媒体融合传播、从赠播到联合制作的重大突破。总台与20多个非洲国家的媒体签署节目播出合作协议,开辟“电视中国剧场”等栏目,2022年,中国发行到非洲的节目金额达1207.41万美元。^[42]中国积极支持非洲广电产业发展,推动视听节目在非洲长期规模化和常态化播出,同时持续开展本土化运营。如积极落实“为非洲1万个村落实施收看卫星电视项目”,开展等“大篷车”户外放映活动,覆盖12个非洲国家70多个村庄和地

区。^[43]自 2021 年起,总台推出五季“中非情缘”中国节目展播活动,播出 130 多部中国优秀影视作品,累计触达近 5 亿非洲受众。^[44]北京市广播电视局自 2014 年开始举办“北京优秀影视剧非洲展播季”,已落地 12 个非洲国家,132 部优秀中国影视剧用 7 种语言在非播出。中国视听节目特别是本土化语言译制的电视剧传播效果最好,如《创业时代》《金太狼的幸福生活》等成为非洲现象级作品。^[43]

中国企业和地方广电也纷纷“出海”非洲。四达时代已在 30 多个非洲国家注册成立公司开展数字电视和互联网视频运营,用户超 4000 万,为非洲用户提供 11 种语言、600 多个频道的节目资源^[46]。2023 年,湖南广播电视台和西非黄金数字电视台共同创办的加纳金芒果卫星频道开播,覆盖西非、中非 23 国近 5 亿人口。湖南台为加纳金芒果频道提供了时长约 2000 小时、译配为英语的优质电视节目。芒果 TV 国际版在非洲累计下载量近 800 万次。^[42]新媒体在非洲也迅速发展,传易旗下短视频平台 Vskit、抖音国际版 TikTok 和快手旗下短视频平台 Kwai 等先后进军非洲。DramaBox、FreeReel 等中国视频软件在非洲多国手机应用下载榜中领先,中国微短剧深受年轻人的喜欢^[47]。此外,中国非洲研究院、浙江师范大学等智库和高校,也成为对非传播矩阵中的重要力量。

(二) 理念演进:“命运共同体”与“全球南方”

中非命运共同体是提出最早、基础最牢、涵盖最广的区域命运共同体,彰显了中非双方深厚的战略互信和理念认同。同时,面对近年来变乱交织的国际形势,中非更多被置于“全球南方”的框架下考量,被视作“全球南方”发展振兴的主力军与构建公正合理的全球治理体系的同盟军。“命运共同体”与“全球南方”等战略话语的提出,也指引中国对非传播实践进入新的历史时期。这一时期,中国对非传播具有较强的战略愿景色彩,在话语争夺、理念诠释和经验分享等方面的责任增加。其一,面对中国在非影响力不断扩大,西方媒体加大了对非洲的话语权之争。中国对非传播加大了对西方话语的驳斥,通过分享中非合作取得的全方位成就,以阐释好中非命运共同体的深刻内涵。其二,中国提出了一系列构建全球、地区及中非双边格局的重大理念和倡议,包括“人类命运共同体”“一带一路”倡议、“四大全球倡议”“中非命运共同体”“支持非洲现代化合作倡议”等,这些倡议事关非洲大陆的发展与安全,引发非洲各界的广泛关注,加强这些倡议的对非宣介也成为这一时期的重要工作。其三,治国理政经验成为对非传播的重点之一。随着中非全方位深入交往的推进,治国理政经验交流成为中非合作转型升级的亮点和新的“增长点”。

(三) 传播特点:南南合作框架下的替代性叙事努力

这一时期,中国对非传播呈现出“替代性叙事”建构的特征。在“命运共同体”与“全球南方”等愿景下,对非传播的核心任务是在全球信息秩序中提供一种区别于西方、基于南南合作经验的差异化叙事。传播主体上,中国对非传播形成了传统媒体、新媒体、企业、智库等多元主体协作的立体化传播矩阵。传播内容以影视剧等视听节目为主,传播任务从形象塑造升级为话语争夺、理念诠释与经验分享等复合责任。以中非媒体合作论坛为旗舰的机制化合作持续深化,双方不仅成功打造了多层次对话平台,更深度融入“全球南方”“一带一路”等全球性框架,成为更大国际合作格局中彼此赋能的有机整体。传播效果上,中国视听节目已广泛覆盖非洲国家,影视剧虽取得较好反响,但仍存在政策目标升级与传播模式转型滞缓并存的张力。一方面,“命运共同体”“全球南方”等愿景,更多是从中国出发对中非关系及国际秩序的美好憧憬,其落地仍面临超越“以我为主”的单向宣介、实现“双向对话”的挑战;另一方面,西方媒体在非洲的渠道、语言和品牌优势依然显著,所谓“新殖民主义”“债务陷阱”等话语框架时有出现。中国对非传播在突破结构性壁垒方面仍面临挑战,落地效果和影响力有待提升。

五、中国对非传播 70 年的价值思考

中国对非传播 70 年来始终服务于国家外交大局,并紧跟国际形势演变,形成了以特定理念驱动传播内容和方式协同升级的发展逻辑,彰显了重要的时代价值。然而,受制于历史与现实的阶段性局

限,其发展进程亦面临诸多挑战。在此背景下,对中国对非传播的价值进行系统思考显得尤为必要。

(一)服务国家外交战略为中非关系营造良好舆论环境

纵观中国对非传播70年历程,其服务中国国家外交战略的应用导向突出,每个阶段始终以国家外交政策特别是对非政策为指引,传播内容与中非关系发展进程高度契合,以为中国现代化建设与中非关系营造良好的国际舆论环境为重要目标。

自20世纪五六十年代以来,毛泽东等老一辈领导人高瞻远瞩、胸怀全局,在世界革命观指引下把非洲的民族解放运动与中国革命和建设的外部环境联系起来,全力声援非洲的反帝反殖斗争。因而加大同非洲国家建立和发展外交关系的力度,支持非洲国家的反帝反殖斗争就成为中国对非传播的重点。至20世纪70年代,随着中美关系打开局面以及中国恢复在联合国的合法席位,中国与非洲国家出现又一轮建交高潮,中国进一步加强了同包括非洲在内的第三世界的团结,支持其反帝反殖斗争以及争取建立国际新秩序的努力。20世纪80年代,随着中国工作重点转移到现代化建设上来,中国外交的总任务也转向为经济建设争取有利的国际和平环境。中国对非传播与时俱进,从政治声援非洲、建立反帝反殖联盟调整为寻求对等的互惠合作以谋求共同发展。到了20世纪90年代,在新的国际形势下中国对非传播更是服务于建立团结合作、共同发展的中非关系。进入21世纪,随着全球格局的急剧变化与中非关系深入发展,中国提出了一系列重大的对非外交政策理念,对非传播紧紧围绕中国对非政策的升级,与时俱进更新以服务构建中非命运共同体的战略目标,同时有力驳斥西方对中非关系的负面抹黑,对非“讲好中国故事”和讲好“中非合作故事”。

需要指出的是,对非传播紧密服务于国家外交战略,在增强政策协同性的同时,也可能带来一定局限。当传播内容高度依附于外交政策表述时,容易忽视非洲本土受众的信息需求和接受习惯,导致“传播”与“接收”的错位。如何更好地将服务国家战略与尊重传播规律进行有机结合,仍是需要持续探索的课题。

(二)助力构建更加合理公正均衡的国际传播体系

自国际传播体系建立之初,西方发达国家凭借先发优势,通过设立国际通讯社、开办近代报业和广播电视等方式,占据国际传播体系中信息分发的主导地位。而包括中非在内的广大发展中国家和地区,长期处于信息被动接受者甚至失语者的位置,这种失衡的国际传播秩序时至今日仍未消失。

在此意义上,中国对非传播联通中非,以中非合作视角打造了国际传播中的非西方知识,构建有别于西方的替代性叙事,为构建更加合理公正均衡的国际传播体系提供了更具包容性的路径。如在20世纪五六十年代,中非直接往来还较少,中国对非传播开拓了中非交流的新渠道,不但向非洲国家介绍新中国的革命与建设情况,而且走进非洲报道如火如荼的独立运动,让国内民众了解到非洲的革命情况,从而突破了西方的信息封锁。如王殊回忆1960年前往突尼斯报道非洲人民大会,“许多代表找我们介绍他们国家的情况和愿望,把他们的发言稿和决议草案送给我们,希望我们多做报道。许多代表还邀请我们到他们国家去参加独立的盛典和到他们家乡去访问。我们对他们的信任感到兴奋和光荣,但也感到有些内疚和惭愧。我们对他们的问题知道得极少,有些甚至连常识也没有。”^{[48]78}这反映出当时中非迫切希望了解对方,而中国对非传播打开了一扇了解彼此的新窗户。

进入21世纪,中非媒体之间通过内容共享、叙事更新、平台共建等方式,在一定程度上突破西方信息垄断,为非洲和国际受众提供了不同于西方媒体的叙事视角。相较于中国媒体重点讲述中非友好故事,西方媒体更多演绎所谓“中非对立冲突”的“故事版本”。中国对非传播正以新的中非知识塑造国际传播场景,推动构建更加合理公正均衡的国际传播体系。然而,中非媒体要真正改变信息从西方单向输入非洲的旧有格局,仍面临结构性挑战。西方媒体在非洲深耕多年仍具有较强影响力,而非洲媒体生态本身存在资源匮乏、人才流失等问题。在非洲主流媒体中,涉华报道仍大量转载西方媒体稿件,负面框架时有出现,中非携手推动构建更加合理公正均衡的国际传播体系的任务仍然艰巨。

(三) 推动塑造平等合作的世界新秩序

从全球视野考查中国对非传播的 70 年,其在反帝反殖反霸的全球历史进程中,超越民族国家,从推动“亚非团结”到助力“全球南方”合作,不但拓展了中国的国际政治和发展空间,更是在反抗西方中心主义的国际秩序中,逐步形成了中非的政治主体性,共同推动塑造一个更加平等合作的世界新秩序。

1956 年中埃建交后,正处于亚非团结合作的万隆时代。从 1955 年至 1969 年,亚非地区的独立国家由 29 个增至 73 个,特别是在非洲,仅 1960 年就有 17 个国家获得独立,被称为“非洲年”^[49]。数十个亚非国家的独立,有力地终结了西方殖民者几百年来建立的殖民体系,极大改变了长期以来不平等的世界秩序。万隆时代的亚非合作展现了弱小民族对新世界平等秩序的想象与追求,而第三世界独立与团结的历史意义在于,它首次提出了以平等为基础的和平秩序^{[50]4-5}。中国对非传播正是在此背景下滥觞,其旨在促进中非的信息互通与平等互助,推动各自实现政治独立与经济发展。以中国对非广播的创建为例,不仅受到毛泽东等领导人的亲自关心,而且也得到非洲国家的积极支持。如 1961 年尼日尔萨瓦巴党总书记巴卡里来华,了解到豪萨语节目的筹备情况时,感慨道:“这是一场革命(指我台办豪萨语节目)^①,帝国主义要扼杀我们的语言,到处强迫人民学法语,北京电台却办豪萨语广播,以后我估计尼日尔全国将会有 70% 的人收听。”^{[9]236-237} 针对缺少豪萨语专家的情况,他还亲自推荐高水平专家来华帮助筹备^{[9]237},从而得以保证豪萨语节目在 1963 年顺利开播。

进入 21 世纪,国际形势复杂严峻,强权政治、单边霸权逆流横行,扰乱世界安宁,少数西方国家仍掌控国际规则制定权,导致包括中非在内的“全球南方”国家在国际经济利益格局中处于不利地位,不公正不合理的世界秩序仍然存在。在此背景下,中国对非传播全方位阐释推进全球治理体系变革的“中非方案”,分享交流“中国式现代化”的成功经验,彰显了以中非为代表的“全球南方”团结合作的力量,有助于推动构建一个更加公平、包容的世界新秩序。

(四) 多维透视中国对非传播的现实挑战

回顾 70 年历程,中国对非传播取得了值得肯定的成就,但受非洲媒体生态、固有传播范式等因素制约,当前仍面临多重挑战。

一是非洲传媒业发展受限,西方媒体在非洲的影响力仍占主导。非洲传媒业虽处于变革之中,但整体滞后:广播仍是最主要的大众媒介,且面临资金短缺、人员专业能力不足、外部环境掣肘等挑战,导致其自采能力弱,严重依赖西方媒体信源^[51]。西方媒体在非洲舆论场仍占据主导地位,特别是大国在非博弈加剧,西方媒体加大对中非关系的舆论攻势,中国对非传播面临着更复杂的话语博弈格局。西方反复炒作的负面言论,在部分非洲资源民族主义者、反对派等群体中颇有市场,经非洲媒体二次传播后,进一步压缩了中国对非传播的话语空间。

二是中非叙事范式存在差异,传播理念与实践之间存在张力。受西方媒体影响,非洲媒体多以负面报道为主,中国媒体对非传播的内容与叙事方式有些并不太符合非洲民众的口味,过多正面报道甚至引发对其可信度的质疑。中国对非传播内容仍多“以我为主”,涉及非洲本土的内容较少,对非洲受众的心理与文化习惯考量不足,导致传播理念与实践之间存在张力,影响传播实效。这要求中国转变对非传播的话语与叙事方式,从非洲受众的实际需求出发,以更具接受度的方式开展传播。

三是中国对非传播仍存在泛化问题,精准传播力度有待加强。对非传播常将非洲视为一个整体,但 54 个非洲国家在语言文化、政治经济以及对华合作诉求等方面差异显著。2024 年《全球媒体非洲指数》指出,新华社、CGTN、CNN 等全球 20 家知名媒体仍将非洲作为整体报道,呼吁扩大报道的非洲国家范围,消除将非洲视为一个同质整体的刻板成见^[52]。这对中国对非传播提出了更高的要求:传统的整体性话语策略是否适配不同非洲国家的接收习惯,统一的媒体合作方案能否满足多样化需求,如何从对非泛化传播转向次区域传播乃至“一国一策”的精准传播,都成为提升对非传播效

^①引文中的“我台”指中央人民广播电台对外广播部,呼号“北京广播电台”,后改名为中国国际广播电台。

能需要考量的事项。

六、结语

纵观中国对非传播 70 年历程,始终与中非关系发展同频共振,大致经历了初步发展期、调整转型期、系统布局期、战略愿景期这四个阶段,构建了“亚非团结”“平等互利”“伙伴关系”“全球南方”等具有阶段性特征的对非话语体系,推动中非合作不断提质升级,也为构建合理公正均衡的国际传播体系与平等合作的世界新秩序贡献了中非力量。然而,中国对非传播仍面临西方话语霸权、非洲媒体生态受限、对非传播话语范式亟待更新等多重挑战。如何从“走出去”到真正“走进来”,如何从“自我宣介”彻底转向“共同叙事”,仍是未来需要持续探索的课题。

习近平主席在向第五届中非媒体合作论坛所致贺信中指出:“希望中非媒体继续秉持中非友好合作精神,努力做人文交流的推动者、公平正义的守望者、全球发展的促进者,共同讲好新时代中非故事,传播全人类共同价值,为推动构建人类命运共同体贡献智慧和力量。”^[53]当前,世界秩序正处于发生重大变化的“关键时刻”,在国际格局中一直处于较弱地位的“全球南方”正在努力争取自身应有的话语权和决策权。随着“全球南方”群体性崛起,一个多中心世界的出现将打破西方主导的世界秩序,中国和非洲作为“全球南方”重要力量,将为维护“全球南方”共同利益和正当权利作出重要贡献,而媒体作为话语塑造者始终走在最前列。从此意义上理解中国对非传播,就更能理解其在促进中非互信合作、促进全球发展、建构世界新秩序等方面的重要意义。

参考文献:

- [1] 中国与非洲各国长期稳定、全面合作的国家关系. [2026-05-20]. https://www.mfa.gov.cn/web/ziliao_674904/wjs_674919/2159_674923/200011/t20001107_7950068.shtml.
- [2] 闫亮. 特稿:厚植中非友谊 续写合作新篇——写在习近平主席提出对非真实亲诚理念五周年之际. (2018-03-25) [2026-05-20]. https://www.xinhuanet.com/politics/2018-03/25/c_1122587602.htm.
- [3] 国家广播电影电视总局外事司. 传诵友谊:中国广播电视的对外合作与交流. 北京:中国广播电视出版社,1998.
- [4] 李新峰,李玉洁,等. 新时代中非文明交流互鉴. 北京:社会科学文献出版社,2023.
- [5] 新华通讯社. 新华社 80 年辉煌历程. 北京:新华出版社,2011.
- [6] 习少颖. 1949—1966 年中国对外宣传史研究. 武汉:华中科技大学出版社,2010.
- [7] 胡耀亭,崔永昌,黄达强. 中国国际广播大事记. 北京:中国国际广播出版社,1996.
- [8] 胡正荣,景嘉伊. 从“争取中间地带”到“对话乌班图”:中非传播交往的范式、情境与版图. 宁夏社会科学,2025(1):186-197.
- [9] 黄达强,崔永昌,胡耀亭. 中国国际广播回忆录. 北京:中国国际广播出版社,1996.
- [10] 中共中央文献研究室. 毛泽东文集:第八卷. 北京:人民出版社,1996.
- [11] 亚非人民大团结万岁. 人民日报,1957-12-25(1).
- [12] 廖心文. 开启和发展中非关系的两个里程碑兼谈周恩来的历史贡献. 党的文献,2013(2):39-49.
- [13] 中华人民共和国外交部,中共中央文献研究室. 毛泽东外交文选. 北京:中央文献出版社,世界知识出版社,1994.
- [14] 邓小平. 邓小平文选:第三卷. 北京:人民出版社,1993.
- [15] 秦正为. 中国特色社会主义国家利益观. 北京:人民出版社,2013.
- [16] 新华社非洲总分社. [2026-06-02]. https://www.news.cn/newmedia/xhs80/photo_zxsj.html.
- [17] 中华人民共和国广播电视部和塞舌尔共和国教育和新闻部交换电视节目议定书. (1983-09-22) [2026-05-02]. <https://treaty.mfa.gov.cn/tykfiles/20180718/1531876576977.pdf>.
- [18] 中国外文局五十年:书刊对外宣传的理论与实践. 北京:新星出版社,1999.
- [19] 闫成胜. 中国电视对非洲传播的现状、特点与思考. 传媒,2015(10):42-44.
- [20] 李新峰. 百年中国共产党与非洲革命和建设. 马克思主义研究,2021(3):32-44.
- [21] 潘泓好,黄雨婕,孙禧斌,等. 波澜起伏的非洲经济史. (2020-10-19) [2026-06-02]. <https://www.essra.org.cn/?>

- news/1330.
- [22] AJAYI S. I, KHAN M. S. External debt and capital flight in Sub-Saharan Africa. Washington, DC: International Monetary Fund, 2000.
- [23] 姚遥. 新中国对外宣传史:建构现代中国的国际话语权. 北京:清华大学出版社, 2014.
- [24] 韩秀. “中非媒体合作论坛”签署多项合作协议. (2012-08-26) [2026-03-25]. https://china.cnr.cn/news/201208/t20120826_510679245.shtml.
- [25] 梁涛. 中国国际广播电台首家海外调频电台开播. (2006-02-28) [2025-10-05]. <https://news.sina.com.cn/c/2006-02-28/09388322595s.shtml>.
- [26] 中国新闻年鉴社. 中国新闻年鉴:2007. 北京:中国新闻年鉴社, 2007.
- [27] 幸培瑜. 新华社英语电视台将于明年元旦在非洲入户播出. (2010-12-10) [2026-03-18]. <https://news.sohu.com/20101210/n278223458.shtml>.
- [28] 孙宝国. 央视非洲分台简论. (2014-08-12) [2026-05-02]. <http://media.people.com.cn/n/2014/0812/c387572-25451908.html>.
- [29] 张宁, 杨志斌. 中央电视台非洲分台及“我爱非洲”手机电视正式开播. (2012-01-12) [2026-03-18]. https://news.cntv.cn/china/20120112/103685_print.shtml.
- [30] 《中国日报非洲版》创刊发行. 经济日报, 2012-12-15(2).
- [31] 赵仁伟. 北京四达时代公司:让每个非洲家庭都看上数字电视. (2012-05-20) [2026-05-03]. <https://jingji.cntv.cn/20120520/107492.shtml>.
- [32] 中非合作论坛. [2026-06-02]. <http://www.focac.org/ltjj/ltjz/>.
- [33] The Economist. The new colonialists. (2008-03-13) [2026-06-03]. <https://www.economist.com/leaders/2008/03/13/the-new-colonialists>.
- [34] 施科菲尔德. 欧洲议会强烈批评中国对非洲政策. (2008-04-22) [2026-03-25]. http://news.bbc.co.uk/chinese/simp/hi/newsid_7360000/newsid_7361800/7361870.stm.
- [35] SCHANCHE D. Series overview: China's rising power in Africa. (2008-07-28) [2026-06-03]. <https://www.npr.org/2008/07/28/92977882/series-overview-chinas-rising-power-in-africa>.
- [36] 龙小农. 从“兄弟”到“命运共同体”——中国建构对非洲话语体系的理念与实践. 现代传播(中国传媒大学学报), 2016(1): 75-81.
- [37] 外交部副部长张明:中非合作论坛引领中非合作取得累累硕果. (2014-12-10) [2026-05-20]. https://www.mfa.gov.cn/gjhdq_676201/gjhdqzz_681964/zfhzlt_682902/xgxw_682908/201412/t20141210_9387330.shtml.
- [38] 蒋安全, 倪涛. 中非媒体领袖峰会在开普敦举行. (2015-12-02) [2026-05-03]. <https://world.people.com.cn/n/2015/1202/c1002-27878273.html>.
- [39] 林晶, 靳博文. “全球南方”媒体智库高端论坛中非伙伴大会聚焦全球治理中的中非合作新使命. (2025-11-13) [2026-05-04]. <https://www.news.cn/world/20251113/708a4375d20f411a8e1ee8682fb26e79/c.html>.
- [40] 推进“一带一路”建设工作领导小组办公室, 国家发展和改革委员会. 中国—非洲国家共建“一带一路”发展报告. (2024-09-29) [2025-10-02]. <https://www.yidaiyilu.gov.cn/a/icmp/2024/09/29/20240929179983118/b06ef6d7cbd74179ad662723a8616605.pdf>.
- [41] 深化互学互鉴:打造文化“走出去”北京方阵. (2022-08-23) [2026-05-03]. <https://www.peopleapp.com/rmharticle/30029976776>.
- [42] 苗春. 广电视听架起中非友谊之桥. 人民日报(海外版), 2024-09-10(8).
- [43] 中华人民共和国国务院新闻办公室. 新时代的中非合作. (2021-11-26) [2026-05-03]. <http://www.scio.gov.cn/gxzt/dtzt/2021/xsddzfzhbps/>.
- [44] 谢博韬. 中国机遇世界共享!“春天里的中国”全球对话会埃塞俄比亚专场在亚的斯亚贝巴举行. (2025-03-12) [2026-05-05]. <https://www.cctv.com/2025/03/12/ARTIPzF9iTpaw254JOBJeJSp250312.shtml>.
- [45] 视听作品节目交流架起中非友谊之桥. (2022-08-22) [2026-05-04]. https://gdj.beijing.gov.cn/hyjj/hwj11/202208/t20220822_2797715.html.
- [46] 关于我们:四达时代. [2026-05-05]. <https://www.startimes.com.cn/about>.
- [47] 阿尔梅拉斯. 法媒:更多非洲年轻人迷上中国微短剧. 吕克, 译. (2026-02-24) [2026-05-06]. <https://3w.huanqiu>.

com/a/de583b/4QUlzy1g94z.

- [48] 王殊. 十五年驻外记者生涯. 北京: 新华出版社, 1988.
- [49] 罗建波. 改变世界历史发展进程的万隆会议. 学习时报, 2025-04-18(8).
- [50] 殷之光. 新世界: 亚非团结的中国实践与渊源. 北京: 当代世界出版社, 2022.
- [51] 李玉洁. 非洲媒体发展态势及中非媒体合作路径探析. 浙江师范大学学报(社会科学版), 2024(5): 1-11.
- [52] New global media index measures how 20 of the world's most influential and leading news providers cover Africa. (2024-05-23) [2026-03-25]. <https://africanofilter.org/evidence/media/global-media-index-for-africa/>.
- [53] 新华社. 习近平向第五届中非媒体合作论坛致贺信. (2022-08-25) [2025-12-10]. https://www.gov.cn/xinwen/2022-08/25/content_5706806.htm.

Characteristics and Value of China's Seventy-Year Communication to Africa

Li Yujie (Chinese Academy of Social Sciences)

Abstract: Since the establishment of diplomatic relations between China and Egypt in 1956, along with the opening of a Xinhua News Agency branch in Cairo, China's communication to Africa has traversed a 70-year history. Resonating with the development of China-Africa relations, China's media engagement with Africa has gone through four stages: the initial development stage, the adjustment and transformation stage, the systematic layout stage, and the strategic vision stage. It has written a narrative that progresses from "Asia-Africa solidarity" and "league against imperialism and colonialism" to "equality, mutual benefit" and "common development", to "partnership" and "telling China's stories well", and further to "a community of shared future" and "Global South", demonstrating significant contemporary value. For 70 years, China's communication to Africa has consistently served the overall strategic interests of China's diplomacy. It has not only expanded China's political and economic space and created a favorable international public opinion environment for China-Africa cooperation, but also broken through the Western-dominated international communication system, cultivating non-Western knowledge from the China-Africa perspective, and promoting the construction of a more just, reasonable and balanced international communication system. More importantly, in the global historical process of anti-imperialism, anti-colonialism, and anti-hegemony, China's communication to Africa transcends nation-states, constructing a China-Africa community from "Afro-Asian solidarity" to "Global South", breaking the old unequal world order and promoting the construction of a new world order of equality and cooperation. At the same time, China's communication with Africa faces multiple challenges such as the African media landscape, the West's dominant discourse in Africa, and China's inherent paradigm for communication with Africa. Moving from "Going Out" to truly "Integrating In" to achieve precise communication with Africa remains a topic that needs to be continuously explored in the future.

Key words: China's communication to Africa; Afro-Asian solidarity; global south; international communication system; world order

■ 收稿日期: 2025-12-22

■ 作者单位: 李玉洁, 中国社会科学院西亚非洲研究所; 北京 100710

■ 责任编辑: 肖劲草