

中亚国家主流媒体对“一带一路”倡议的认知分析

程静

石河子大学

DOI:10.12238/jief.v7i6.15006

[摘要] “一带一路”倡议作为中国推动区域合作与全球治理的重要方案,其在中亚地区的认知与接受度直接影响倡议的实施效果。本文基于对中亚五国(哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦、吉尔吉斯斯坦、土库曼斯坦)主流媒体报道的系统分析,探讨中亚主流媒体对“一带一路”倡议的认知现状、差异原因,并提出相应策略建议。中亚主流媒体报道整体呈现较高认同、积极支持的基调,视其为促进区域发展、实现国家现代化的重要机遇;报道核心聚焦于倡议带来的经济红利、基础设施互联互通、发展战略对接及区域一体化提升。

[关键词] 一带一路; 中亚五国; 主流媒体; 认知现状; 差异与挑战

中图分类号: TP316.5 **文献标识码:** A

Cognitive Perception of the Belt and Road Initiative in Central Asian Mainstream Media

Jing Cheng

Shihezi University

[Abstract] As a significant framework proposed by China to promote regional cooperation and global governance, the perception and acceptance of the Belt and Road Initiative (BRI) in Central Asia directly influence its implementation effectiveness. Based on systematic analysis of mainstream media reports from five Central Asian countries (Kazakhstan, Uzbekistan, Tajikistan, Kyrgyzstan, and Turkmenistan) and relevant academic literature, this paper examines the cognitive status of BRI in Central Asian mainstream media. Findings indicate that Central Asian media predominantly express high recognition and active support, viewing the BRI as a vital opportunity for regional development and national modernization. Reporting focuses on the economic dividends, infrastructure connectivity, strategic alignment of development priorities, and enhanced regional integration brought by the Initiative.

[Key words] Belt and Road Initiative; Five Central Asian Countries; Mainstream Media; Cognitive Perception; Differences and Challenges

引言

中亚地区地处欧亚大陆腹地,是“一带一路”倡议互联互通的关键枢纽和首倡之地。自2013年倡议提出以来,中亚五国(哈、乌、塔、吉、土)积极参与,其主流媒体作为塑造公众认知和政策解读的重要载体,对倡议的报道立场与叙事框架深刻影响着区域内的舆论环境。现有研究多聚焦于“一带一路”在中亚的经济合作与地缘政治影响,对媒体认知的系统性分析相对薄弱。本文以中亚五国主流媒体的公开报道文本为基础,旨在厘清其对“一带一路”倡议的核心认知特征、驱动因素及潜在挑战,为促进中国与中亚国家间的高质量合作提供认知层面的参考依据。

1 中亚主流媒体报道基调: 认知共识与战略互信

中亚五国积极探索发展路径,普遍面临经济结构单一、基础设施落后、出海口受限等挑战。“一带一路”倡议所强调的“五

通”(政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通)契合了中亚国家的发展诉求,成为其寻求外部合作与区域融入的重要平台。

中亚五国主流媒体对“一带一路”倡议的报道,主要围绕一个核心命题展开: 倡议如何赋能本国现代化转型与区域崛起。这种认知建构并非抽象的政治宣示,而是根植于对共同发展需求的深刻体认。

哈萨克斯坦媒体将中哈合作描述为“命运共同体的历史性实践”,其报道逻辑紧扣“光明之路”与“一带一路”的战略对接实效。当哈总理马西莫夫以中文引用“友谊无价”的中国谚语时,其传递的不仅是外交礼仪,更是对两国经济融合深度的认可——中国作为哈第二大贸易伙伴与最大信贷来源国,累计提供超过500亿美元的融资支持,直接推动了哈国从内陆国向欧亚枢纽的

蜕变。2017年, 穿越哈萨克斯坦的中欧班列开行量激增50%, 货物总值达1.2亿美元, 这一数据被哈媒反复援引为“过境潜力变现”的实证, 其报道视角始终聚焦于国家核心利益的实现路径。

乌兹别克斯坦的报道则彰显了对工业化突破的迫切期待。在乌总统将中吉乌铁路纳入“一带一路运输走廊网络”的战略构想背后, 是鹏盛工业园从荒芜之地升级为国家级经贸合作区的现实案例。该园区引进中国电子、建材等优质产能, 使乌兹别克斯坦从棉花原料出口国转向加工制造, 媒体将其誉为“产业跃升的孵化器”。这种叙事将基础设施互联与产业升级紧密结合, 形成“通道—产业—就业”的闭环逻辑。正如乌经济学者在卫星新闻网所指出的: “铁路钢轨延伸的方向, 就是乌兹别克斯坦融入全球产业链的方向。”

吉尔吉斯斯坦报道的独特贡献在于为倡议注入“全球治理”的维度。吉总统将本国定位为“欧亚经济联盟与中国之间的桥梁”, 其报道不仅关注中企修建的公路如何改善山区交通, 更将北京“一带一路”高峰论坛塑造为新型国际关系的试验场。吉媒援引主席在达沃斯“中国贡献全球30%增长”的宣言, 将中国角色诠释为“负责任的发展引领者”, 这一认知超越了简单的项目合作, 触及国际秩序重构的深层命题。当吉尔吉斯斯坦前总理断言倡议“最终造福人类”时, 其话语本质是对西方主导体系的含蓄批判, 也是其国家借势提升话语权的战略投射。

土库曼斯坦与塔吉克斯坦的报道则凸显资源型国家对主权保障的敏感。土总统别尔德穆哈梅多夫强调“复兴丝绸之路与一带一路哲学一致”, 意在天然气管道合作中维系战略自主性。塔总统拉赫蒙在签署首个备忘录后, 通过24小时新闻网宣告“倡议符合中亚根本利益”, 实则以政治背书化解社会对债务风险的忧虑。两国媒体有意淡化具体数据, 转而突出元首共识的象征意义——这种“高层定调、项目跟进”的报道模式, 反映出威权体制下舆论建构的特殊逻辑。

2 中亚主流媒体对“一带一路”倡议的积极认知特征

通过对报道文本高频词汇(如“经济”、“发展”、“丝绸之路”、“基础设施”、“机会”、“战略伙伴”、“共赢”、“互联互通”)及核心议题的分析, 中亚主流媒体对“一带一路”的积极认知主要体现在:

2.1 战略机遇论: 国家发展与现代化的关键引擎。媒体普遍将“一带一路”视为本国融入全球经济、实现经济多元化与现代化转型的历史性机遇。哈媒强调倡议有助于提升其作为欧亚“中转枢纽”的地位, 将其“光明之路”新经济政策与“一带一路”对接视为互利共赢的典范, 并高度评价其对基础设施(如中欧班列过境运输能力提升一半以上)和经济实力提升的贡献。吉媒援引前总理观点, 认为倡议“带动国家间协作, 促进科技发展, 改善国际关系, 最终造福人类”。乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦、土库曼斯坦媒体均强调倡议在对接国家发展战略(如乌兹别克斯坦国家发展规划、塔吉克斯坦2030战略、土库曼斯坦“复兴丝绸之路”构想)、创造就业(如哈媒报道称创造20多万个新就业机会)、吸引外资、促进能源(如中土天然气管道)、交通(如安

格连-帕普铁路隧道)、通信等领域发展的显著成效。

2.2 互利共赢论: 深化区域合作与伙伴关系的基石。报道高度认同“一带一路”秉持的“共商共建共享”原则, 视其为构建“利益共同体”和“命运共同体”的重要途径。中哈关系被描述为“提升至新的历史高度”, 中乌合作被赞誉为“典范”, 中塔合作被视为“双边区域合作的典范”。媒体频繁引用各国元首和高级官员的积极表态, 如哈萨克斯坦前总理马西莫夫引用中国谚语强调中哈友谊, 乌兹别克斯坦总统提出将中吉乌铁路纳入“一带一路”网络, 塔吉克斯坦总统拉赫蒙强调倡议“符合中亚国家利益”, 土库曼斯坦总统别尔德穆哈梅多夫指出其“复兴丝绸之路”构想与“一带一路”在哲学和地缘经济学上一致。吉媒则强调倡议对“维护全球稳定, 推动世界多极化发展”的贡献。

2.3 互联互通核心论: 基础设施赋能区域一体化。媒体对基础设施互联互通项目给予极高关注, 认为这是“一带一路”最直接、最可见的成果, 并将从根本上改变中亚的地缘经济格局。铁路(中欧班列、中吉乌铁路规划)、公路、能源管道(中国-中亚天然气管道)、跨境光缆、工业园区(如乌兹别克斯坦鹏盛工业园)等项目被广泛报道。媒体认为这些项目不仅改善了国内基础设施条件(如缩短货物运输时间), 更重要的是打通了中亚通往国际市场的通道, 使其从“陆锁国”向“陆联国”转变, 提升了区域一体化水平。

2.4 全球治理新方案论: 对现有国际秩序的补充。部分报道, 特别是吉媒, 将“一带一路”视为一种新型全球治理模式。其援引主席在达沃斯的讲话及北京“一带一路”国际合作高峰论坛的举办, 认为倡议展现了中国“倡导共同开发市场、愿意承担责任”的形象, 为欧亚大陆乃至全球发展提供了新思路和新平台。媒体也注意到倡议与欧亚经济联盟、上合组织等区域机制的兼容性。

3 报道认知中的差异与挑战

尽管正面报道占据主流, 中亚媒体对“一带一路”倡议的报道也并非全然一致, 存在一些认知偏差和疑虑, 主要表现在:

3.1 “债务陷阱论”与经济依赖担忧。部分报道反映出对项目融资可持续性和潜在债务风险的关切。哈媒提及“交易条款缺乏透明性”及“中国的债务束缚是对中亚国家的真正压力”。这与西方媒体渲染的“债务陷阱”叙事有一定关联, 也与中亚国家自身财政状况和对主权债务的敏感性有关。尽管亚投行等机构提供资金, 但吉媒提到“信贷额度存在限制”及一些国家“令人惊愕的外债额度”。

3.2 “就业竞争论”与社会融入问题。一个突出的本地化关切是倡议对当地就业市场的影响。媒体指出, 部分项目由中国公司实施, 主要使用中国工人, 导致当地劳动力市场竞争加剧, “使当地居民在‘一带一路’倡议项目中的工作机会存在更多竞争”, 甚至“引起了中亚当地工人和居民的紧张感”。这源于对中国投资和人员涌入的担忧, 以及部分中国企业在本地化用工策略上的不足。

3.3 “资源掠夺论”与战略意图误读。部分民众和少数报道(常被归结为受“西方代表”或“地方精英政客”影响)存在误解, 认为中国意在将中亚变为“原材料和自然资源的产地”, 甚

至恶意散布中国寻求“利用中亚的土地来解决中国人口过剩的问题”或“加强成员国对中国政治和经济的依赖”等错误信息。

4 认知差异的形成因素分析

中亚媒体对“一带一路”认知的复杂性与差异性源于多重因素的相互作用:

国家利益与发展需求差异: 各国国情不同, 对“一带一路”的优先诉求各异(如哈侧重枢纽地位, 塔吉急需基建投资, 土库曼聚焦能源出口), 影响其媒体报道侧重点。

信息不对称与倡议精神理解不足: 部分报道偏差源于对倡议内涵、原则(如共商共建共享)、具体项目细节(如融资结构、用工政策)了解不够深入。中亚本土对倡议的系统性研究相对滞后。

西方话语与地缘政治博弈的影响: 西方媒体对“债务陷阱”、“新殖民主义”等标签的塑造, 通过特定渠道(如部分智库、政客)渗透到中亚舆论场, 放大了本地关切。

项目实施过程中的本土化挑战: 部分中资企业在文化沟通、本地用工、环保标准、社区关系处理上的不足, 导致负面观感的滋生, 被媒体或特定群体捕捉放大。

5 优化认知的策略建议

基于上述认知现状分析, 为促进中亚国家更全面、客观、积极地理解“一带一路”倡议, 提出以下建议:

(1) 深化媒体交流与合作: 建立常态化的中国-中亚媒体交流机制(如联合采访、论坛、培训), 鼓励两国记者互访, 支持中亚媒体更深入地报道中国及“一带一路”项目进展, 减少信息隔阂。中国媒体应更主动地向中亚媒体提供较权威、较详细的项目信息。

(2) 提升项目透明度与本地化水平: 中方需在项目规划、融资、招标、环保评估、社会影响评估等环节提高透明度, 主动回应社会关切。鼓励中资企业提高本地用工比例(尤其在非技术岗位), 加强员工跨文化培训, 积极履行社会责任。

(3) 加强学术研究与知识共享: 鼓励和支持中国与中亚智库、高校合作开展关于“一带一路”的联合研究, 特别是对经济影响(就业、增长、债务可持续性)、社会效应、环境影响等的实证研究, 用客观数据说话。共同举办高质量学术论坛。

(4) 精准对接各国发展战略: 在项目选择和设计中, 更精准地对接各国的发展优先事项(如吉国的出海通道、塔国的能源独立、乌国的工业化), 突出项目的“造血”功能, 助力其产业升级。

(5) 创新公共外交与人文交流: 利用孔子学院、文化中心、旅游合作、青年交流等多种渠道, 增进中亚民众对当代中国的了解, 消解刻板印象和误解。讲好“一带一路”惠及当地普通民众的故事。

6 结语

中亚五国主流媒体对“一带一路”倡议的认知呈现显著的二元特征: 整体而言呈现较高认同度与较好支持度, 将其视为推动国家发展、深化区域合作、融入全球体系的重要战略机遇; 同时, 也存在基于本土利益关切、信息不对称以及受外部干扰而产生的对债务风险、就业影响、战略意图的疑虑和误读。这种

认知现状是多重因素(国家利益、信息流、西方话语、项目实施本土化程度、历史心理)共同作用的结果。

“一带一路”倡议在中亚的认知基础总体是积极正面的、支持态度明确, 这为倡议的持续深化提供了重要的社会舆论支撑。然而, 不能忽视潜在的风险点。消除认知偏差、巩固合作共识的关键在于: 持续提升项目的透明度与本地化水平, 切实回应中亚国家的核心关切(就业、产业升级、债务可持续); 大力深化包括媒体、智库、人文交流在内的全方位沟通, 构建更为畅通、互信的信息传播渠道; 有效应对西方负面叙事的干扰, 与合作伙伴共同塑造基于共赢事实的“一带一路”话语体系。

[课题]

本文系石河子大学中亚教育及人文交流研究中心课题: 中亚国家主流媒体对“一带一路”倡议的认知研究(ZYJY2022008)阶段性成果。

[注释]

本文研究数据主要来自中亚五国主流媒体网站(俄文版)。因关于主流媒体的定义, 目前学界尚无确切的概念, 关于中亚国家主流媒体的界定, 主要从媒体的权威性、影响力、发行量等三方面进行考察, 选取以下中亚五国主流媒体(附网址): 哈萨克斯坦《真理报》(<https://kazpravda.kz/>)、国际通讯社(<https://www.inform.kz/cn>)

塔吉克斯坦国家通讯社(<https://khovar.tj/rus/>)、总统府官网(<http://www.president.tj>)

吉尔吉斯斯坦24小时通讯社(<http://www.24.kg/>)、言论报(<https://slovo.kg/>)

乌兹别克斯坦国家通讯社(<https://www.uza.uz/uz/>)、东方真理报(<https://yuz.uz/ru>)

土库曼斯坦国家通讯(<https://tdh.gov.tm/ru/>)、中立的土库曼斯坦(<https://www.turkmenistan.ru/ru/>)

[参考文献]

[1]范晓玲. 哈萨克斯坦主流网络媒体中的中国形象——以网络版《哈萨克斯坦快报》和《哈萨克斯坦真理报》为研究对象[J]. 新疆社科论坛, 2016(05): 88-91.

[2]加米拉(UMAROVA JAMILA). 乌兹别克斯坦主流网路媒体中的中国国家形象——以乌兹别克斯坦民族新闻社网站为例[D]. 上海外国语大学, 2017.

[3]李琰, 马静. 中亚报纸媒体对中国的经济形象建构研究——以塔吉克斯坦《亚洲之声》和《杜尚别晚报》为例[J]. 新疆教育学院学报, 2016(01): 116-120.

[4]刘韶华. 哈萨克斯坦主流网络媒体涉华新闻评述呈现的中国形象研究[D]. 华东师范大学, 2018.

[5]闫新艳. 哈萨克斯坦《快报》中的中国形象[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2017(05): 139-145.

[6]燕勤, 曹昆. “一带一路”中哈智库媒体人文交流论坛举行[N]. 人民日报, 2018-09-09(03).

作者简介:

程静(1985—), 女, 汉族, 河北人, 研究生, 石河子大学副教授, 研究方向: 俄语语言、中亚国情文化。