

国际主流媒体关于中国雾霾问题的新闻框架研究： 以《纽约时报》为例

胡 鹏¹，刘 立²

(1. 清华大学社会科学学院，北京 100084；

2. 清华大学马克思主义学院，北京 100084)

摘 要：进入21世纪以来，中国环境保护事业的发展进入了有计划、全面推进的新阶段，西方媒体也开始关注中国环境发展所带来的全球性影响。但是，一些西方媒体在特定的议题设置和政治框架下报道中国雾霾问题带有明显的偏见。本文以《纽约时报》2011年1月初至2016年12月底有关中国雾霾的新闻报道作为样本，运用内容分析法归纳其报道特征：《纽约时报》对中国雾霾的报道按照固定的新闻框架展开，内容倾向以负面为主，带有明显的“妖魔化中国”特征。

关键词：国际主流媒体；《纽约时报》；新闻框架研究；雾霾

中图分类号：G321 **文献标识码：**A **DOI：**10.3772/j.issn.1009-8623.2017.11-12.013

1 研究背景与意义

近10年来，在中国经济高速增长、社会快速发展的同时，包括空气环境在内的生态环境开始面临极其严重的考验^[1]。2011年，一场雾霾入侵北京，PM_{2.5}在网络媒体上迅速成为热搜词汇，随着传统媒体的介入报道，由PM_{2.5}事件引发的雾霾问题第一次进入公众的视野^[2]。雾霾天气频发，不仅在国内引起强烈反响，也得到国际舆论的持续关注，以《纽约时报》为主的国际主流媒体开始对中国雾霾事件进行报道^[3]。当代社会，环境问题在新闻和言论中所呈现出的国家发展形象，直接影响着与世界其他国家的政治外交与经济来往^[4]。因此，研究西方主流媒体如何解读中国雾霾问题，不仅有助于政府利用环境事件报道在外媒上展示国家形象，也将有助于外宣部门更有效地制定针对环境事件的对外传播策略。

2 文献综述

本部分将作为本研究的理论支持，从框架理论、涉华媒体报道研究、国际传播和形象研究的角度进行文献的梳理和研究。

2.1 框架理论和框架分析

美国社会学者欧文·戈夫曼(Erving Goffman)认为，框架(Frame)指人们将社会真实转化为主观思想的重要凭据，也即个人或组织(包括新闻媒介)对社会事件的主观解释和思考结构^[5]。因而框架分析“是一个关于人们如何建构社会现实的研究领域”，用以考察话语、议题与意义如何准确地建构、组织并得以展开^[6]。研究表明，新闻框架是记者在处理信息和意义时必然有的整体性的思考基模，或中心意义的组构方式。新闻工作者在新闻生产中总是选择一些信息而排除另一些信息，从而影响公众舆论与受众对特定事件或问题的理解^[6]。

第一作者简介：胡鹏(1982—)，男，北京大学博士，清华大学博士后，主要研究方向为国际传播、科普传播。

项目来源：中国环境科学学会“环保公益性行业科研专项”(201509078)。

收稿日期：2017-11-05

2.2 国际涉华媒体报道研究

在框架分析视角层面,潘志高^[7]认为冷战后的国际形势以及美国人长期以来形成的对中国的偏见决定了20世纪90年代美国人对中国的看法不好。吴霞^[8]指出“中国威胁论”论调很大程度上是美国媒体及其民众乃至政府对华思维框架的反映。邱林川^[9]认为美国主流媒体对华裔的刻板印象进行了定型化处理。朱怡岚^[10]强调《纽约时报》受美国国家利益的驱使,刻意迎合美国对中国的刻板印象。

具体到经济议题上,马建国^[11]通过具体事例探讨了英美国家经济新闻中对华报道的“政治倾向”:媒体的“怀疑一切”在中国经济报道上集中表现在中国经济发展对环境的影响、中国制造构成的所谓“倾销”。孙笑天^[12]认为外国媒体“唯中国是问”,在报道标题、内容上明显体现了“中国威胁论”。

2.3 国际传播和形象研究

刘继南和何辉^[13]通过考察世界主流媒体对中国和中国人的报道,描绘了中国国家形象的“自塑”过程以及中国国际传播机制、战略和策略。王秀丽等^[14]通过梳理美国4家主流媒体30年来对“中国制造”的报道,分析了报道的新闻框架,探讨了“中国制造”与国家形象传播的关系。

许多研究结合具体事件或案例,如奥运会^[15,16]、世博会^[17]、危机事件^[18]、影视^[19]、城市形象^[20]等,探讨中国国家形象传播问题。李安山^[21]结合中国的非洲战略,讨论诸如“近年扩张论”“新殖民主义论”“掠夺能源论”“援助方式危害论”“破坏环境论”等西方无端指责给中国形象带来的负面影响。王珏^[22]认为美国对中国国家性质的判断和固有心理定位扭曲了对中国崛起的主观认知。全球金融危机爆发以来,伴随着中国国有企业的集体崛起,对国有企业海外项目的批评指责之声纷至沓来。究其原因,还是国有企业的海外崛起令西方政府感受到了威胁^[23]。

2.4 研究问题的提出

综上所述,学界对于美国主流涉华报道和国家

形象问题的看法已经具有相当的共同点:一是美国主流媒体涉华报道遵循固定的新闻框架展开;二是政治、经济以及意识形态等方面的因素对新闻框架的形成有重要影响;三是在特定的议题设置和政治框架下的媒体报道框架带有明显的偏见。

此外,大多数论文都是从涉华媒体报道和国家形象建构的角度进行研究的,而关于国际主流媒体对中国环境新闻报道的研究不多,关于中国环保新闻的国家形象建构和对外传播策略的应用性研究论文鲜有出现。

因此,本文研究的问题是:在以《纽约时报》为代表的国际主流媒体眼中,中国的环境发展现状是什么样的?它们在报道中国雾霾事件时是否遵循某种特定的框架?它们在中国环保事业的对外传播过程中扮演着一个什么样的角色?

3 研究方法

本研究以国际主流媒体《纽约时报》关于中国环境的新闻报道框架作为研究对象,使用的电子报纸数据库是美国的Lexis Nexis^①。

本文以Smog、PM_{2.5}、Air Pollution、Haze、China、Beijing等英文单词为关键词,在检索结果中选取了《纽约时报》2011年1月1日至2016年12月31日与中国雾霾事件有关的报道作为样本,同时删除了包含上述关键词但与中国雾霾新闻无关的一些内容(比如讣告、天气预报等),最终获得《纽约时报》对中国雾霾报道的有效样本共161份。

本项研究共设置了7个变量对《纽约时报》对中国雾霾的报道进行内容分析。

(1) 报道时间:记录年份。

(2) 报道版面:政治版、海外版、其他版。

(3) 报道长度:分别进行准确数字和区间范围的统计。

(4) 图表:报道是否配有照片、图表。

(5) 报道类型:分为消息、通讯、专题、评论、读者来信、摘要。

(6) 报道涉及的消息源:官方(国外政府机构及官员)、学者(国外专家学者)、国际组织(国

① Lexis Nexis 是世界著名的数据库,其数据库内容涉及新闻、法律、政府出版物、商业信息及社会信息等,共选自5300种出版物的内容,主要包括全球范围内的最新时事消息,也可追溯20年前的信息。

际非政府组织)、媒体机构、无明确来源和其他。

(7) 报道的内容向度^①: 分为正面、中性、负面^②。

4 数据分析和讨论

4.1 报道数量

报道数量是显示媒体关注度的首要指标。《纽约时报》对中国雾霾的报道数量在整体上呈现上升趋势。2011、2012、2013年的报道数量分别占6年雾霾新闻报道总数的10%、13%、22%; 其中, 2013年达到报道数量的最高值, 为35篇(见图1)。究其原因, 是因为2013年中国出现多次全国范围

的雾霾过程, 30个省的多个城市PM_{2.5}指数“爆表”。其中, 2013年1月13日, 北京市大部分区域空气质量指数(AQI)全部达到极值500, 达到严重污染中的“最高级”, 北京市气象台也在当天发布了气象史上首个雾霾橙色预警^[24]。对于这种持续时间长、影响范围广、强度高的雾霾过程^[4], 国外媒体进行了大规模的密集的媒体报道, 《纽约时报》在2013年的报道量也随之到达顶峰。随着中国政府对于治理雾霾力度的增加, 重大雾霾“事故”出现频率骤降, 《纽约时报》关于中国雾霾的报道在2014—2016年间没有之前那么频繁, 整体呈现出平稳的态势。

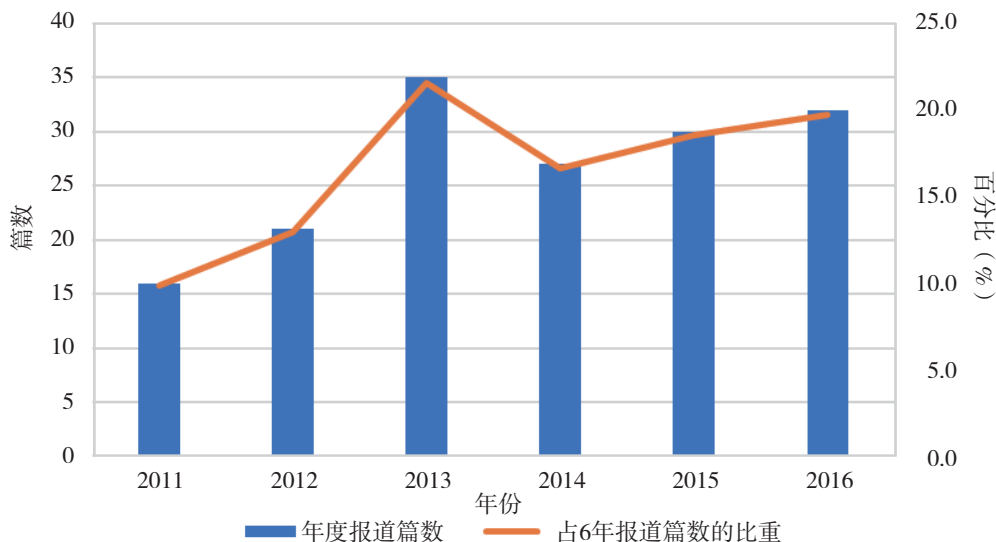


图1 《纽约时报》关于雾霾新闻报道的数量和占比

4.2 报道类型

新闻类型是体现新闻显度的重要表征。如图2所示, 《纽约时报》更倾向于使用消息这一体裁, 共51篇, 占该报6年报道数量的32%; 其次是

通讯(49篇)和评论(39篇), 后两者占比超过50%。从新闻类型的变化看, 《纽约时报》在报道类型呈现出“由少到多”和“由浅入深”两个递进的趋势。

① 新闻报道的内容向度是报道者在报道新闻事实时所表现出来的一种倾向, 可以是肯定(或正面)、否定(或负面)或者是不表态(或中性), 即呈现中立的立场。一般而言, 报道者总是对正面事件持肯定态度, 而对负面事件持否定态度, 但由于政治、文化、价值观等多种因素的影响, 也有报道者对正面事件持否定态度, 对负面事件持肯定态度的情况, 不过这类情况较少。

② 本项研究对内容向度的考察是在精细阅读上综合衡量的结果, 主要考察报道内容在总体上呈现的倾向、语气和基调, 正面包含肯定、鼓励、符合愿望等内容, 以及令人愉悦的氛围等; 负面包括失败、毁坏、怪异等给人不良感受的语气; 中性是指正面和负面的报道语气混杂在一起, 并且程度相当, 没有明显差异, 或是纯客观的不带有语气色彩的新闻信息。此外, 还将文本使用的关键词, 特别是带有感情色彩的实词和形容词纳入衡量因素。

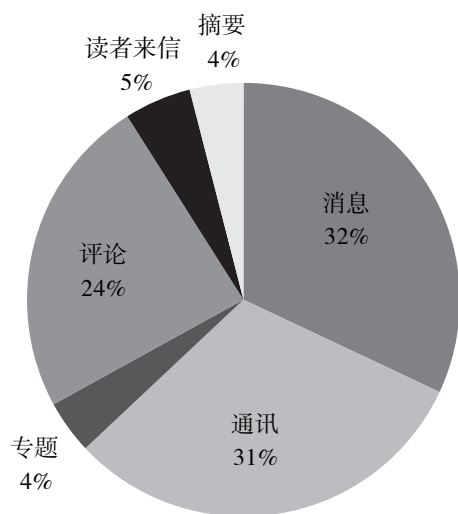


图2 不同新闻体裁在《纽约时报》6年报道数量中的占比

表1显示，2011—2013年关于中国雾霾的报道中，《纽约时报》主要采用篇幅较小的消息，文字简洁，时效强，主要为了传达信息，消息数量在2013年到达顶峰13篇，尔后开始略微减少；在2013年之后，《纽约时报》开始增加报道中国

雾霾的通讯的数量，尤其是最近两年都用超过10篇的通讯报道“再现”雾霾新闻中的事件与人物，用叙述、描写、抒情以及夸张的修辞向外国公众“还原”雾霾中的中国与民众。此外，关于雾霾的新闻评论的数量在6年间也是稳步上升，从2011年的4篇上升至2016年的10篇，增幅达150%，这反映出该报开始重视对中国环境新闻事件强调自己的立场与观点。

新闻图片是一种极具冲击力的视觉符号，可以让受众用“读图”的方式来理解媒体所传达的主题和价值理念^[25]。《纽约时报》在通讯配图上的变化反映了其对雾霾事件这一特定语境建构的重视程度。如表2所示，《纽约时报》在2011—2013年涉及中国雾霾新闻的通讯报道中，年度配图（表）的数量并不高（年均值约为3）。但2014年以后，关于雾霾通讯报道使用配图（表）的数量大幅度提升（2014—2016年年均值约为9），几乎每篇通讯都有专门的配图（表）。这充分反映了《纽约时报》对中国雾霾新闻的关注度有逐渐提升的趋势：除了

表1 《纽约时报》关于雾霾的报道类型分析

年份	消息	通讯	专题	评论	读者来信	摘要
2011年	7	4	0	4	0	1
2012年	8	6	1	4	2	0
2013年	13	9	2	6	3	2
2014年	9	9	2	6	0	1
2015年	8	10	1	9	1	1
2016年	6	11	1	10	2	2

表2 《纽约时报》通讯中配图（表）逐年数量变化

年份	无图表	有图表
2011年	3	1
2012年	4	2
2013年	4	5
2014年	1	8
2015年	0	10
2016年	0	11

长篇幅的文字描述,还倾向于使用更加直观、有冲击力的图片或数据翔实的表格来吸引受众关注中国环境问题。

4.3 报道字数

字数篇幅是体现媒体关注度的重要指标。通过统计《纽约时报》6年来关于中国雾霾报道的字数发现,6年间消息累计字数为1.5万字,通讯累计为3.9万字,评论累计为1.9万字。如果看年度平均字数,《纽约时报》关于中国雾霾新闻的报道每年平

均为12 333字(见表3)。进一步做出2011—2016年《纽约时报》年度报道字数的时序图(见图3),可以发现数据没有明显的规律,只是在1.2万字附近振荡,在某个数值附近无规律的振荡是平稳时序的特征,因此,可以判断《纽约时报》每年关于中国雾霾新闻的文章总字数是呈现平稳时间序列的。这一字数篇幅的变化特点也佐证了该报新闻报道的整体趋势:《纽约时报》倾向于持续地关注中国雾霾事件并用额定的篇幅进行报道。

表3 《纽约时报》涉及雾霾报道的年度字数统计

年份	字数
2011	7 300
2012	9 200
2013	14 100
2014	12 900
2015	14 900
2016	15 600
平均	12 333

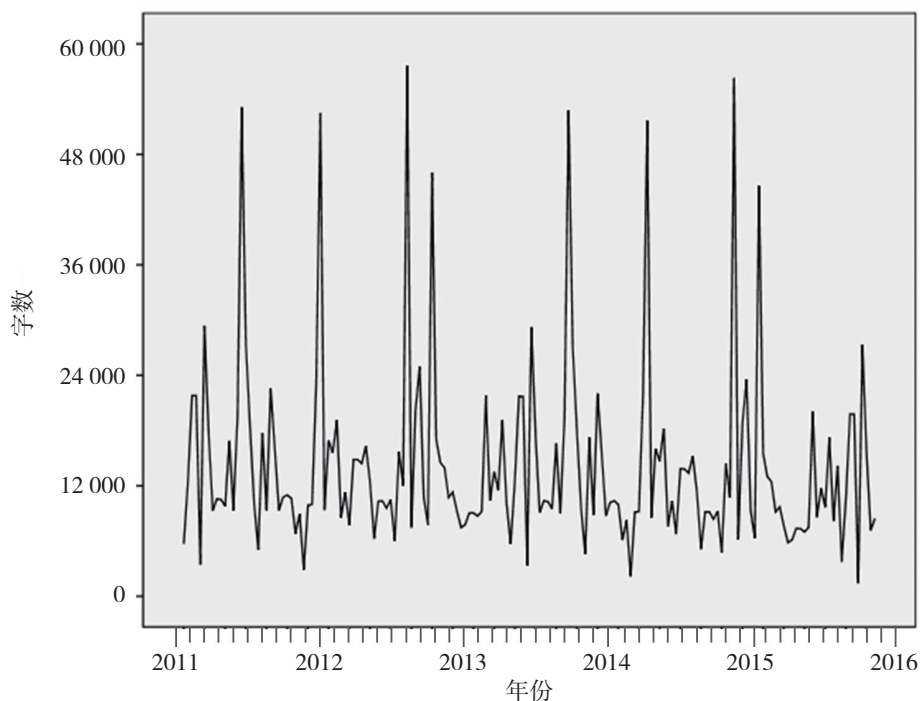


图3 《纽约时报》关于雾霾报道年度字数的时序图

4.4 新闻信源

从新闻信源来看,《纽约时报》在报道中国雾霾事件时引用的新闻信源前3位为国外专家学者、国外政府机构、国际非政府组织,由这3类新闻信源采访得来的新闻占到了雾霾新闻总数的24.8%、22.4%和19.9%(3者合计占比将近70%,如表4所示)。对比援引中国政府官方信源报道数量(占比11.8%),《纽约时报》针对国内外的信源选择是有差异和偏向的——更倾向于外国政治家和特殊利益团体的观点与立场。原因有二:其一,不相信中国官方报道的可信度,认为一些关键数据(如PM_{2.5}指数)存在虚假“水分”;其二,外国政客或专家更喜欢在评论中利用讽刺意味的隐喻字眼或看似“中性”的词语来“客观”评论中国雾霾的成因与治理措施。一些政客或专家——基于已有的认知和文化价值——认为中国既是可怕的“能源消耗大国”,又是恐怖的“环境污染大国”,绝对不可能走出先污染后治理的

“环境怪圈”。《纽约时报》持续援引这些“中立”的消息源而生产的“客观”新闻,在对外传播中构建了中国环境形势“继续恶化”的负面形象框架,不断在对外传播中加深“妖魔化中国”^①的刻板印象。

4.5 报道倾向

本文通过建立正面、负面、中立3种类目,来研究《纽约时报》关于中国雾霾新闻的报道理念和价值倾向。从2011年开始,《纽约时报》对中国雾霾的正面报道从少到多,数量稳步增加,2013年达到顶峰。这与中国政府和媒体开始坦诚面对雾霾问题有密切关系^[4],信息越透明,报道中揣测与扭曲的噪音就越少,正面、积极、建设性的内容就越多。总体而言,关于中国雾霾新闻的媒体报道内容倾向以负面为主,中性倾向偏多。如表5所示,正面倾向的报道共有26篇,占总数的16%;负面倾向的报道共有81篇,占总数的50%;中性倾向的报道共有54篇,占总数的34%。

表4 新闻信源分布

	国外政府机构官员	国外专家学者	国际非政府组织	媒体机构	中国官方	无明确来源
2011年	4	4	3	2	2	1
2012年	5	8	3	3	1	1
2013年	8	6	8	6	4	3
2014年	7	6	5	4	3	2
2015年	5	8	7	5	4	1
2016年	7	8	6	4	5	2
合计	36	40	32	24	19	10
占比(%)	22.4	24.8	19.9	14.9	11.8	6.2

虽然从总体上《纽约时报》关于中国雾霾新闻的媒体报道趋于理性,但是也要看到,正面倾向报道的数量不到两成,相比而言,负面倾向报道偏多(占比50%)。同时需要指出的是,中性倾向的新闻与评论虽然占比相对较高,但是其中不乏负面

情绪。

如图4所示,本文对近6年来《纽约时报》的负面用词进行了统计,发现频次最高前5个词语分别是:airpocalypse(空气末日),出现35次;toxic(有毒),出现了32次;scary(可怕的),

① “妖魔化中国”理论是关于西方主流报纸涉华报道的研究中影响最大的一个理论。该理论产生于1996年,时为新华社对外部主任记者的李希光等人所著的《“妖魔化中国”的背后:美国记者是如何讲政治的》一书中,首次提出了以美国为首的西方媒体在如何“妖魔化中国”。“妖魔化中国”的提法在国内外学术界和业界都引起了巨大反响,很长一段时间成为国内外学术界和业界讨论的热点话题。

出现了 27 次; nightmare (噩梦), 出现了 26 次; death (死亡), 出现了 24 次。这其中一些单词和比喻都是为描述中国雾霾的现状而“量身打造”的。比如,《纽约时报》在关于北京雾霾的报道里,经常会出现一个单词“airpocalypse”^[26],这个单词是 air+apocalypse (空气+世界末日)复合而成,字面意思就是“空气的世界末日”,这是专门为描述中国雾霾严重程度而硬生生合成的一个单词。再比如,《纽约时报》有的新闻形容人站在“肮脏的”(filthy)雾霾天看起来像个“幽灵”(ghost)^[27],还把北京比作“煤矿场”(coal mine),甚至直言不讳地指出北京是“不合适人类居住的”(uninhabitable),

中国就是一个“中毒的国家”(toxic country)^[28]。显然,这些用词要么偏颇夸大,要么危言耸听。甚至连看似客观的新闻导语中,都会出现一些讽刺或夸张的词语。比如在一段短短 25 个单词的新闻导语中^①,就出现了“notorious”(臭名昭著的)、“disaster”(灾难)、“antibiotic-resistant”(抗生素耐药性)、“pathogens”(病原体)这样的单词^[29]。我们将《纽约时报》近 6 年涉及雾霾的带有负面情感的词语进行了统计,绘制了关键词云图(见图 5),图 5 非常直观地展示了《纽约时报》如何带着“有色眼镜”,用极其夸张甚至耸人听闻的词语形容中国雾霾新闻,我们很难想象这样的用

表 5 关于雾霾报道内容向度的频次与占比

内容向度	频次	占比(%)
正面	26	16
负面	81	50
中性	54	34
合计	161	100

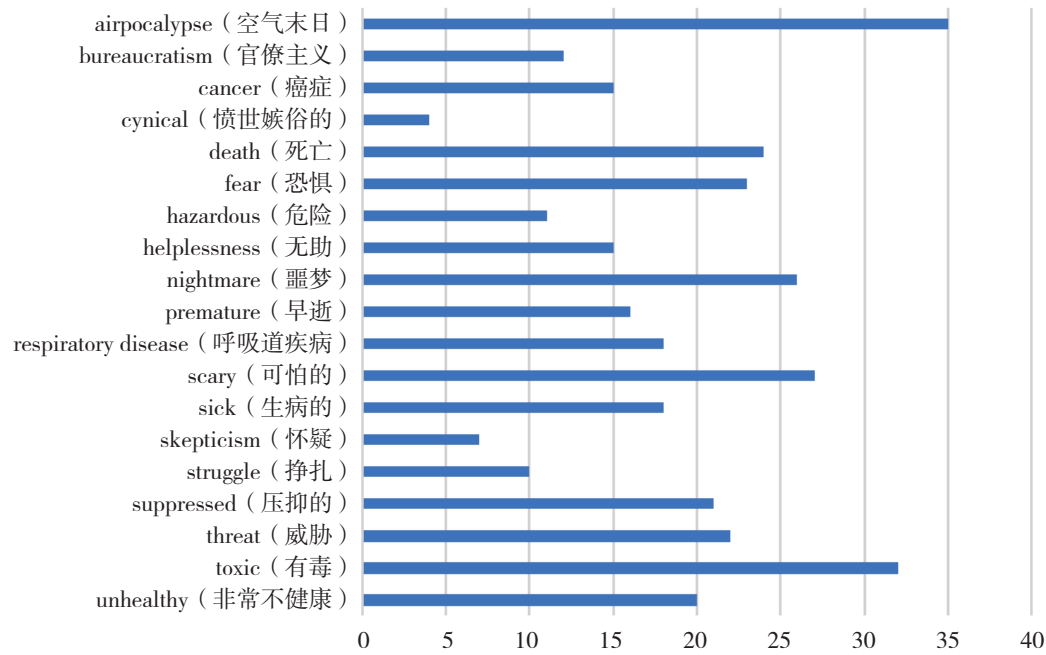


图 4 2011—2016 年《纽约时报》涉及中国雾霾报道的负面用词频次统计

① 原文中的导语是: BEIJING — A report that Beijing's already notorious smog contained bacteria with antibiotic-resistant genes spread through the city last week like pathogens in a pandemic disaster movie.



图5 《纽约时报》关于中国雾霾报道的负面词云图

词手法是出自一个自诩为“客观”“公正”的世界级大报之手。

5 结论和建议

通过以上实证研究可以看出：第一，《纽约时报》对中国雾霾的报道按照固定的新闻框架展开，报道数量在整体上呈现上升趋势，倾向于持续使用篇幅短小的消息进行雾霾新闻的报道；第二：关于雾霾的报道以负面为主，其报道带有明显的“妖魔化中国”倾向。进一步分析如下：

(1) 随着中国综合国力的增强,美国主流媒体对中国环保活动越来越关注,报道数量和规模都呈现增长态势。《纽约时报》近几年关于中国雾霾的报道类型由短消息逐渐变化为通讯报道的形式,报道深度增强,而且配图也有所增加,这些都充分反映了该报关注中国雾霾和环境新闻的显度不断增强。

(2) 议程框架遵循一般的政治和意识形态逻辑,媒体在报道中进一步强化既有的框架^[30]。作为社会主义制度下的发展中国家,中国的国家形象在国际舆论中的反映,有时会遭受不公正的待遇甚至是被“歧视”^[31]——某些西方媒体对中国的新闻报道往往充斥着傲慢与偏见。同样的,一些境外媒体在看待中国环境问题的时候,由于对中国的意识形态、经济社会制度、文化偏见存在“刻板印象”^[32],

经常带着“有色眼镜”看待中国雾霾的成因与现状，选择性地忽略了中国政府在治理大气污染问题上的决心以及治理的快速发展和进步。

(3) 媒体报道是“以国家利益为出发点展开的,是国家利益在国际传播中的延伸”^[33]。西方主流媒体对中国重大事件的新闻态度与其政府对中国政治制度的态度有千丝万缕的联系^[34]。这就使得西方媒体在涉华环境问题上很难站在完全客观中立的立场上进行报道,其意识形态和政治化倾向明显^[35]。从内容向度上看,以《纽约时报》为主的美国主流媒体对中国雾霾的报道以负面为主。由于受意识形态的影响,对于中国环境问题的报道还是难以逃出“妖魔化中国”的框架。这也从一个侧面充分证实了“新闻并不是事件的镜子”^[36],所谓的中国“雾霾问题”很大程度上是被西方媒体扩大和夸张的结果。

中国环境保护事业的发展吸引了越来越多国际媒体的关注,我国政府应重视但不夸大国际主流媒体在环境问题上的影响。中国环境保护和生态文明建设事业的对外传播形象,很大程度上代表着国家的整体形象。国际媒体的主流观点应当引起重视,因为媒体将这种影响力扩散到公众中,会推动对中国印象的公共舆论的形成。从国际传播的角度,在国际主流涉华环境报道的政策性和操作性层面上,

本文提出如下建议:

第一, 以我为主, 占得先机。我国新闻工作者要努力通过《人民日报》(海外版)、中国国际广播电台、中央电视台国际频道、《中国日报》等涉外媒体的英文报道, 争取让中国官方媒体率先在国际上“发声”, 正面地报道中国生态文明建设和环境保护事业所取得的成就, 比如近 5 年来我国尤其是京津冀地区由于“人努力, 天帮忙”(包括“煤改气”供暖措施)而出现的雾霾整体下降。同时, 要在有国际媒体参与的有关中国环境新闻报道中, 保证我国媒体的报道速度和报道质量, 抢得话语权, 占领舆论高地, 第一时间将相关事件的真实情况通过我国媒体渠道传播出去。

第二, 主动沟通, 加强协调。环保部及具有国际影响力的大都市的环保局等政府机构, 要积极主动依托具有国际影响力的媒体。一方面, 要加强与国际媒体的交流合作, 让对方更多地了解中国环保领域的发展现状和特殊国情, 在重大环境问题上表达中国立场。面对国际社会和媒体的质询与关注, 要进行及时的沟通和了解, 让对方知晓中国雾霾问题的成因与现状; 另一方面, 要为国际媒体搭建一个信息平台, 通过官方权威机构来解读中国环保政策、传播环保典型经验, 尽可能让国际媒体的记者从官方平台上获得相关环保信息, 进而获得舆论主动权。

第三, 创新方式, 多管齐下。要更多地让中国环保发展情况通过脸书、推特、Instagram 等国际互联网媒体平台“走出去”, 吸引国外主流受众关注中国环保事业, 用通俗易懂的语言和喜闻乐见的方式向国外民众讲清楚中国环境问题的长期性、复杂性和艰巨性, 争取国外公众对中国环保工作的理解和支持。海外华文媒体拥有丰富的媒体资源, 是中国政府与华侨沟通和交流的最主要渠道。要充分发挥海外华文媒体的桥梁纽带作用, 在中国环保机构和海外华文媒体之间建立战略合作伙伴关系, 使用海外华文媒体受众乐于接受的方式, 增强中国环境新闻报道的吸引力和感染力。■

参考文献:

- [1] 中国环境保护部. 中国环境发展报告(2013) [R/OL]. (2013-08-21) [2017-08-10]. http://news.xinhuanet.com/politics/2013-08/21/c_11703856.htm.

- [2] 侯雅璐. 《南方周末》和《纽约时报》对中国雾霾问题的新闻框架比较研究 [D]. 兰州: 兰州大学, 2016.
- [3] 侯晓素. 《纽约时报》对中国雾霾的报道特点及外宣应对 [J]. 对外传播, 2014 (7): 37-38.
- [4] 姚荣华. 框架建构下美媒对中国雾霾的报道研究——以美国纸媒对中国雾霾报道为例 [J]. 新闻研究导刊, 2014, 5 (6): 224-225.
- [5] 程曼丽, 王维佳. 对外传播及其效果研究 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2011: 124.
- [6] 夏倩芳, 张明新. 新闻框架与固定成见: 1979—2005 年中国大陆主流报纸新闻中的党员形象与精英形象 [J]. 新闻与传播研究, 2007 (2): 29-41.
- [7] 潘志高. 《纽约时报》上的中国形象: 政治、历史及文化成因 [M]. 河南: 河南大学出版社, 2003: 35.
- [8] 吴霞. 是“强势威胁”还是“和平崛起”分析美国媒体视野中的“中国发展” [EB/OL]. (2006-11-17) [2017-08-10]. <http://www.ilf.cn/Theo/110223.html>.
- [9] 邱林川. 多重现实: 美国三大报对李文和的定型与争辩 [J]. 新闻与传播研究, 2002 (1): 63-74.
- [10] 朱怡岚. 《纽约时报》如何报道中国——以《纽约时报》对“神舟五号”成功发射的报道为例 [J]. 当代传播, 2004 (4): 58-61.
- [11] 马建国. 英国经济新闻中的“政治倾向” [J]. 中国记者, 2008 (10): 30-31.
- [12] 孙笑天. 国外媒体怎样报道物价——以国外通讯社的价格报道为例 [J]. 中国记者, 2008 (1): 88-89.
- [13] 刘继南, 何辉. 中国国家形象的国际传播现状与对策 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2006: 88.
- [14] 王秀丽, 韩纲. “中国制造”与国家形象传播——美国主流媒体报道 30 年内容分析 [J]. 国际新闻界, 2010, 32 (9): 49-55.
- [15] 涂光晋, 宫贺. 北京奥运与国家形象传播中的议程建构 [J]. 中国广播电视学刊, 2008 (7): 6-7.
- [16] 张莉, 南普随. 北京奥运会后的中国国际形象分析 [J]. 国际关系学院学报, 2009 (1): 44-50.
- [17] 郭可, 吴瑛. 世博会对提升中国国家形象的作用——基于多语种国际舆情的研究 [J]. 外交评论 (外交学院学报), 2010, 27 (6): 76-90.
- [18] 欧阳炜. 重大事件报道的快速透明有利于塑造国家形象——以“3·14 拉萨事件”和“5·12 汶川大地震”为例 [J]. 新闻知识, 2009 (5): 46-47.

- [19] 徐春玲. 电影文化软实力的提升与国家形象传播 [J]. 新闻界, 2012 (1): 54-56.
- [20] 何国平. 城市形象传播: 框架与策略 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2010 (8): 13-17.
- [21] 李安山. 为中国正名: 中国的非洲战略与国家形象 [J]. 世界经济与政治, 2008 (4): 6-15.
- [22] 王珏. “中国经济威胁论”及其国家形象悖论 [J]. 国际观察, 2007 (3): 53-57.
- [23] 马勇. 拓展外宣领域 提升传播品质——央视中文国际频道《国企在海外》战略思考 [J]. 电视研究, 2012 (10): 17-18.
- [24] 新华网. 北京: 严重污染继续将分区启动极重污染日应急措施 [EB/OL]. (2013-01-13) [2017-08-10]. http://news.ifeng.com/mainland/special/kongqizhiliang/content-3/detail_2013_01/13/21137728_0.shtml.
- [25] 魏世传. 浅析《纽约时报》中国雾霾报道的特点和启示 [J]. 今传媒, 2014, 22 (9): 36-37.
- [26] Austin Ramzy. Air pollution shrouds eastern China [EB/OL]. (2013-12-06) [2017-09-10]. <https://www.nytimes.com/china/20131206/c06pollution/dual/>.
- [27] Chris Buckley. Smog grips China, but exam goes on outdoors [EB/OL]. (2016-12-22) [2017-08-10]. <https://www.nytimes.com/china/20161222/china-smog-exam-pupils/dual/>.
- [28] Erin McCann. Life in China, smothered by smog [EB/OL]. (2016-12-23) [2017-09-10]. <https://cn.nytimes.com/lens/20161223/t23smog/dual/>.
- [29] Tailow. Fear, then skepticism, over antibiotic-resistant genes in Beijing smog [EB/OL]. (2016-12-05) [2017-08-20]. <https://www.nytimes.com/china/20161205/beijing-smog-antibiotic-resistant/dual/>.
- [30] 罗以澄, 夏倩芳. 他国形象误读: 在多维视野中观察 [J]. 新闻与传播研究, 2002 (4): 14-23.
- [31] 吴秦岛. 中国国家形象构建的实证研究 [D]. 南昌: 南昌大学, 2011.
- [32] 杨怡. 西方主流媒体涉华报道研究及我们的对策 [D]. 重庆: 西南政法大学, 2009.
- [33] 程曼丽. 美、俄、日、德主要报纸涉华报道分析 [J]. 国际新闻界, 2002 (4): 22-27.
- [34] 蒋海飞. 美国媒体涉华负面报道与中方对策研究 [D]. 广州: 暨南大学, 2010.
- [35] 李媛. 《世界报》网络版涉华报道研究 (2009年—2011年) [D]. 北京: 首都师范大学, 2013.
- [36] 罗娟丽. 美国媒体对中国人权问题报道的立场分析——以美国四大精英报刊为例 [J]. 法制与社会, 2012 (36): 179-181.

The Media Frame Analysis of the Reports on China's Smog by Western Mainstream Media: Taking the New York Times as a Case

HU Peng¹, LIU Li²

(1. School of Social Sciences, Tsinghua University, Beijing 100084;

2. School of Marxism, Tsinghua University, Beijing 100084)

Abstract: In the 21st century, the cause of environmental protection in China has stepped into a new stage with planned and comprehensive development. The western media started to be concerned with the global impact brought by China's environmental development. However, some western media held apparent prejudice against China's smog issue under specific agenda setting and political framework. This paper chooses the news coverage of China's smog in New York Times from January 2011 to December 2016 as samples using the method of content analysis to analyze and summarize the characteristics of its coverage. It comes to the conclusion that the news coverage of China's smog in New York Times follows fixed news frame, of which the content tends to be mostly negative with obvious feature of “demonizing China”.

Key words: international mainstream media; New York Times; media frame analysis; smog