

YouTube 德语频道中与中国相关议题的报道视角分析

杨亚童

(中国传媒大学: yyt05117988@163.com)

摘要: 本文旨在分析德语社交媒体上知名博主在提到中国相关议题时所选取的不同视角, 选取 YouTube 频道 MrWissen2go 及 MrWissen2go Geschichte 发布的 11 个视频为研究对象, 采用文本分析的方法, 基于框架理论分析工具, 结合多模态视角, 对视频所体现出的视角进行细读和编码。研究结果显示, 其中最为突出的是冲突维度, 其次是经济维度, 人性维度和责任维度 也较为常见, 而道义维度则最为边缘。

关键词: YouTube; 德语; 报道视角; 框架理论

导言

在社交媒体时代浪潮的推动下, 国际传播的面貌彻底改变, 传统媒体昔日的垄断地位逐渐被瓦解, 而社交媒体则成为信息传播和文化交流的前沿阵地。构建中国话语和叙事体系, 要求我们讲好中国故事、传播中国声音, 展现中国可信、可爱、可敬的形象。面对这一重大国际传播要求, 我们更应认识到社交媒体在信息传播和文化交流中的关键作用, 并加以重视其应用。

相比之下, 社交媒体相较于西方传统大众媒体, 其信息传播更为自由灵活, 较少受到复杂的政治、社会、经济因素制约, 更能直接反映公众的真实声音与观点。因此, 深入剖析海外社交媒体上涉及中国的视频内容, 不仅是应对国际传播环境新变化的必要之举, 更是提升中国文化软实力、构建多维度中国形象的关键策略。当前, 虽然对于英语类社交媒体上的相关研究已初具规模, 但对其他语种社交媒体中的中国相关内容研究仍需加强, 以更全面、深入地把握国际传播的新趋势与新挑战。

鉴于此, 本文分析 YouTube 上德语知名频道发布的关于中国的视频, 应用框架理论工具, 对其在提到中国相关议题时所选取的不同视角进行分析研究, 为构建更加多元、立体的中国形象提供有价值的参考, 为优化中国国家形象传播策略提供实证依据。

1 理论背景

框架理论延承了社会学和心理学上的框架概念, 被广泛应用于媒介研究领域, 对媒体内容分析产生了深远影响。该理论强调, 媒体在报道特定事件或议题时, 并非简单地传递信息, 而是通过选择、强调、排除等方式构建一种“框架”, 这一框架不仅限定了报道的内容和形式, 还深刻影响着受众对事件或议题的理解、感知和态度, 揭示了媒体如何通过特定的叙事结构来塑造公众的认知及认知方式。

在现有的文献中, 得到广泛认可且便于应用的框架类型主要来源于霍莉·塞梅特科 (Holli Semetko) 和帕蒂·瓦尔肯堡 (Patti Valkenburg) 在 2000 年进行的新闻框架研究, 包括五种框架[1]: 冲突框架、人性框架、经济影响框架、道义框架和责任框架, 并总结出针对五种框架类型的界定依据, 见下表:

表 1 新闻报道框架界定判断依据

框架类型	判断依据
冲突框架	报道是否反映了特定对象之间的意见分歧？ 报道中是否有一方在指责或反对另外一方？ 报道是否提到了问题或议题的双方或多方？ 报道是否提到了某一事件中的成功者和失败者？
人性框架	报道是否为特定话题提供了人性化的案例？ 报道是否运用某些措辞或个人经历来引发愤怒、同情、关心或怜悯等情感？ 报道是否强调了个人和群体是如何受到某个议题或问题的影响的？ 报道是否提到了某一对象的私下生活？
经济影响框架	报道是否包含了可能产生愤怒、同情、关心的视觉信息？ 报道是否有提及现在或未来的财务现象或得失？ 报道是否有提及某事件所涉及的投入或成本？ 报道是否有提及追求或不追求某种目标的经济后果？
道义框架	报道是否提到了公序良俗维度上的内容？ 报道是否提到了宗教教义的内容？ 报道是否直接为人们的行为提供具体的一些规定和要求？
责任框架	报道是否暗示政府有能力缓解某一问题？ 报道是否暗示特定方面应当对某事或某问题负责？ 报道是否针对某问题或议题暗示出某种解决方案？ 报道是否暗示了某问题急需解决？

由于以上五种框架类型的界定是针对文字类内容产生的，将其直接应用于视频类内容分析存在局限性。因此，本文将在借鉴这些框架类型的基础上，结合视频媒体的特性，对视频内容、镜头语言、背景音乐、旁白解说等多个维度进行逐一细读，通过重新调整和构建，提出适用于本文研究目的的框架类型体系。

2 研究方法

2.1 研究对象选择

本文选择在德国具有显著影响力的 YouTube 频道 MrWissen2go 和 MrWissen2go Geschichte 中直接提及中国的视频作为分析对象，旨在探讨其视频内容中提到中国时展现出的不同视角，以及其体现出对中国的评价态度。

选择频道的首要标准是其在德国社会中的广泛影响力。博主米尔科·德罗斯特曼（Mirko Drotschmann）对于德国政治、欧洲事务乃至国际关系的独到见解，使其获得了广泛关注。两频道关注者数量均为 100 万以上，总浏览量均超过 2 亿次。其次是米尔科及其视频内容在中国对外传播中的战略价值。米尔科作为德国时政领域最具影响力的“网红”之一，其视频内容中涉及中国话题较多，为中国提供了一个了解德国公众舆论、进行文化交流与互动的重要平台。

具体而言，本研究在 2024 年 6 月 20 日对两个频道进行了系统性的视频收集后，通过搜索关键词“China”（即德语中的“中国”），筛选出直接提及中国的相关视频共计 11 条。

2.2 具体方法

在对视频框架进行逐一细读的过程中，本文采用文本分析的方法。文本分析是一种社会科学研究中常用的方法，处于定性分析和定量分析之间，通过一系列方法论对文本进行测量、评估和测评，旨在探索、调查和检验文本中呈现的态度、思想、模式和观点[2]。

在进行分析的过程中，本文遵循了传统文本分析三个阶段：文本的选择、文本的编码和编码结果的解释。在编码过程中面临的第一个问题是先入为主的认知偏差，即编码者可能因自身的预设观念而只关注那些支持自己观点的表达，而忽略与之相反的内容。这种现象在心理学上被称为“证实性偏差”。第二个问题则是由于视频信息的复杂性，单一的判断依据难以全面分析视频内容[3]。

为解决上述两个问题，本文采用多模态的视角。模态指的是基于特定感知系统传递含义的载体，其作为一个含义传递系统，涵盖了图像、书面及口头符号、手势和声音等多种感知过程。^[4]具体而言，视频主要包含视觉模态和听觉模态：视觉模态涉及文字和图像，而听觉模态则关注声音。本文所进行的视频分析需要涉及多种模态的整体作用，以共同完成对视频含义的构建。

也正是因此，传统的文本分析方法难以直接应用于多模态视角下视频内容的分析，因此我们采用了协同式的解读路径，具体措施如下：由一位研究者观看视频，并进行初步界定，当遇到不确定的情况时，三至四位具有相关专业知识的研究者将进行协同讨论，以确保对视频内容的解读尽可能全面和准确。这种协同工作有助于减少个体研究者的认知偏差，提升了研究结果的严谨性和可靠性。

基于此，本文参考前文新闻报道框架界定判断依据，结合视频具体情况，对部分相关问题进行合并和改动，提出适用于本研究的框架界定依据，见下表：

表 2 本文框架界定判断依据

框架类型	判断依据
冲突框架	视频是否强调了意见的分歧和冲突？
	视频中是否明确地表达了指责等负面的评价？
	视频是否强调了得失的对比？
人性框架	视频是否为特定话题提供了个体案例？
	视频是否运用易于引发受众情感的语言或视觉现象？
	视频是否强调个人和群体受到某个事件什么样的影响？
经济影响框架	视频是否从经济维度强调特定现象？
	视频是否从经济维度强调某种结果？
	视频是否强调特定过程中的投入回报状态？
道义框架	视频是否强调伦理道德或宗教维度的内容？
	视频是否明确提出要求或期望？
	视频是否强调特定对象的问题解决能力？
责任框架	视频是否强调特定对象在某一具体问题上应负的责任？
	视频是否针对视频所关注的问题提出解决方案？
	视频是否强调视频所关注的问题解决的迫切性？

3 研究结果

通过逐一细读所选定的 11 条视频，本文深入探讨了这些视频在讨论涉及中国的话题时所采用的具体视角。这些框架在不同程度上影响了观众对中国议题的评价和态度。

3.1 框架分析总览

研究过程中，本文采用了一种明确的编码策略：对于每个视频，若某种框架出现，则记为 1，若未出现，则记为 0。通过对所有视频的逐一细读，研究统计了每种框架的出现频次，最终形成下表：

表 3 视频框架类型出现频次

冲突框架	人性框架	经济影响框架	道义框架	责任框架
11	6	9	1	7

分析结果显示，冲突框架出现的频次最高，在每个视频中都有应用，这表明博主在报道中国相关议题时主要关注冲突维度，这可能引导观众从对立和竞争的角度理解中国议题，营造出一种中国好斗、不友善、对德国乃至世界造成威胁的认知。而经济影响框架次之，表明报道对于经济维度的关注也较为频繁，这能够促使观众了解中国在全球经济中的角色和影响。此外，对于人性和责任视角的关注也在塑造观众情感和引导责任感方面发挥了作用。提到道义维度内容的频率最低，这表明在这些视频中，伦理和宗教视角并未作为主要关注重点。

3.2 框架类型及具体表现

五种框架类型在视频中出现的频次不同，其各自体现的程度与呈现方式各异。以下是对不同框架类型及其具体表现的详细探讨。

3.2.1 冲突框架：最为突出的一类框架

冲突框架在所研究的视频中应用最为广泛。在提及中国相关话题时，视频中往往涉及中国国内不同观点、群体或中国与世界其他国家之间的对立与冲突。

例如，《中国人真的吃婴儿吗/社民党威胁“恶意收购”》中说明：“中国人吃婴儿的谣言是假的，是虚假消息，应该受到谴责。”明确地表达了对于此类虚假信息的负面评价，体现了冲突框架。

3.2.2 经济影响框架：客观分析的经济视角

经济框架在所研究的视频中出现的比例占第二位，其在涉及有关中国的话题时，主要分析中国在经济领域的表现及其对世界经济的影响，为观众提供了直观的数字信息和较为客观的视角。

例如，视频《中国有多（过于）强大？》运用明显的数字展示中国的国内生产总值，从经济维度显示中国的强大和世界第二大经济体的状态，列出了2015年的世界各国国内生产总值排名；同时也关注了中国在其他方面的经济现象，如中国企业在德国的投资金额，2009年世界出口总额的中美德三国对比等（图1、2、3、4），体现了经济框架。

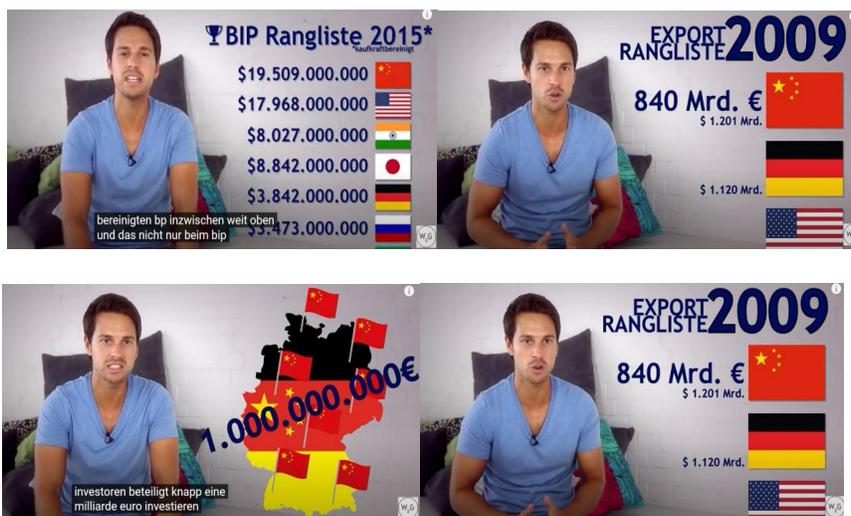


图 1、图 2、图 3、图 4 《中国有多（过于）强大？》

3.2.3 责任框架：责任归属与问题解决的探讨

责任框架侧重于探讨一些具有争议的话题当中各方应负的责任以及解决问题的能力，为观众提供了一个评估中国面对问题时的行动与态度的视角。

例如，《中国有多（过于）强大？》指出在面对贫困等问题时，中国政府正在努力改善人民的生活条件，特别是在教育和基础设施方面，以应对经济和社会发展面临的种种挑战，展现了中国政府负责任的态度和解决问题的能力，体现了责任框架。

3.2.4 人性框架：情感共鸣与个体视角的深化

人性框架也在所分析的视频中占据重要地位，但体现的程度在不同视频中存在强弱差异。其通过展示具体个体或群体的故事与经历，或运用易于引发观众情感的视觉符号和语言，激发观众的情感，使他们对视频探讨的问题有更直接的体会感受和情感共鸣。

例如，视频《中国有多（过于）强大？》通过展示中国农村的生活环境图片，讲述中国存在的贫富不均问题。虽没有具体对农民群体的故事进行详细讲述，但这些视觉符号和语言内容易于激发观众对中国弱势群体的同情与关注，体现了人性框架中的情感共鸣。

《中国：一个庞大古国的历史》中，博主选用了长城、中国书法等画面（图 6、7），配以中国风的舒缓音乐作为开头引入，以讲述的方式展现了偏中性的态度，能够较为微弱地引发人们对中国的正向感受，但不具有非常明显的情感导向，这里体现的就属于弱人性框架。



图 5、图 6 《中国：一个庞大古国的历史》

3.2.5 道义框架：宗教视野下的探讨

道义框架在所研究的视频中虽然出现频率相对较低，但依然为观众提供了一个从宗教维度认知中国议题的视角。

例如，《中国：一个庞大帝国的历史》在分析中国的古代史中，提到佛教在中国上层阶级中备受推崇，以及佛教解脱、超越生死轮回等教义和境界，展示了中国的一些佛教建筑（图 7），关注宗教的相关问题，体现了道义框架。



图 7 《中国：一个庞大古国的历史》

4 结果总结与策略启示

通过对视频内容的深入解读，研究发现德语类社交媒体中知名博主在关注中国相关议题时所采取的视角呈现出多元化的特征。具体而言，视频主要关注的是中国相关议题的冲突维度，其次是经济维度，责任维度和人性维度也较为常见，而关注频率最低的是道义维度，仅在宗教方面有所体现。

对于冲突维度的高度关注凸显了博主在探讨中国相关议题时，从群体之间的不同与差异出发，倾向于强调立场间的对立与分歧。此举虽能够吸引观众注意，却也可能无形中使公众将中国与竞争、冲突等认知相联系，对中国产生负向的看法，从而在一定程度上削弱了协同合作氛围的构建，不利于德国公众形成积极良好的中国形象。

与此同时，对经济维度的关注为观众提供了较为理性客观的视角。通过展示具体的经济数据和图表，能够帮助观众在关注中国相关议题时，更加客观地了解中国和其对国际社会的影响。这彰显了外界对中国当前经济地位与贡献的关注。然而，这一关注也伴随着对中国快速崛起所引发的国际经济格局变动的忧虑与防备心理，揭示了德国公众对中国经济实力的复杂情感。

责任维度多体现在与内政外交等议题相关的视频当中，如对国际问题解决方案上的探讨，更可能激发观众对问题解决的关注和参与意愿。而通过强调问题解决的复杂性和重要性，有助于观众进行更为全面和辩证的理解。

对人性维度的报道为观众提供了对中国议题更直观和具象感知的途径，更可能触动观众内心深处的情感，增强他们对视频所探讨问题的情感共鸣。而人性框架在视频中的程度有微弱和强烈之分，在本文所研究的视频中，博主并未利用人性框架对议题的报道进行过度渲染，仅以其丰富了视频内容的层次。

而道义框架在所选视频中的应用显得最为匮乏，属于较为边缘的框架，一定程度上表明德语社交媒体中对于中国道义维度的内容关注比较少。

综上所述，在公共外交的视野中，普通人对一个国家形象的评价和认知具有不可替代的重要性。尤其是在当代媒体变革的时代背景下，公众通过社交媒体形成的对中国议题的看法，对于塑造国家形象具有深远的影响。因此，关注并研究社交媒体中公众看待中国议题的视角具有重要的现实意义。

由此得知，中国在海外社交媒体进行宣传时，应关注所选取内容的角度，意识到不同视角对观众认知的影响。具体而言，第一，应审慎报道可能加剧冲突的内容，避免将中国置于对抗与竞争的狭隘视角之下，在与国际社会意见不同的重大话题之下，主动提供解释证据，强调协同合作和共同发展的重要性。第二，可以多强调中国与世界各国在经济方面的合作与援助，展现中国在发展自身的同时，与世界共同向好，为世界各国带来的经济机遇。第三，报道时可以积极采用责任框架和人性框架，以具体事例和个人故事展示中国负责的态度和能力，深入挖掘并展示中国社会和文化的积极面，增强观众的情感共鸣和理解，加深其对中国社会真实状况的理解与认同，实现积极的情感引导效果。第四，在海外媒体平台进行宣传时，中国也应加强对于社交媒体的重视，增强对公众的宣传，而非仅通过官方渠道进行政治宣传。通过这一系列努力，中国能够更好地向世界传递更加多元、包容的正面形象，国际社会能够更加全面、客观地认识中国。

参考文献

- [1] Semetko, H. A., Valkenburg, P. M. Framing European politics: A content analysis of press and television news[J]. *Journal of Communication*, 2000, 50(2): 93-109.
- [2] Ahuvia, A. Traditional, interpretive, and reception based content analyses: Improving the ability of content analysis to address issues of pragmatic and theoretical concern[J]. *Social Indicators Research*, 2001, 54: 139-172.
- [3] 曾忠禄, 马尔丹. 文本分析方法在竞争情报中的运用[J]. *情报理论与实践*, 2011, 34(08): 47-50.
- [4] 尹铂淳. 微视频多模态话语叙事的认知文化研究——以《路》为例[J]. *湖南社会科学*, 2023(06): 29-35.