

“印度中国亲如兄弟”：

印度传媒中的中国形象

□ [印度]苏巴尔诺·查塔尔吉 万雪梅 译

为追求经济繁荣并力图融入不断发展的全球化世界，印度政策的制定者和政治家们几乎总是提出以“西方”为范例。虽然欧洲是西方典范的一部分，但是就现代化及其效应给人们带来的所有贡献而言，其基本的样板是美国。一份最近的巴基斯坦研究中心全球民意测验（全球态度调查项目）表明，印度人对美国的态度最热情、最积极，与英国、法国、西班牙和德国的怀疑与嘲讽形成鲜明的对比。这种积极的态度显而易见地体现为在印度人们对被视为典型的美国生活方式越来越多的崇拜，其范围涉及从购物中心到标签设计，从连锁餐厅“红宝石星期二”到幽默电视剧《欲望城市》。这种对所有美国事物的迷恋反映到媒体报道，不仅包括政治、体育而且也包括从好莱坞流传出来的名人琐事。以美国为中心者还有这样一种意识，即离印度地理位置比较近的国家更接近实现美国乌托邦的梦想，也比印度更深入地融入全球贸易、经济和权力体系。20世纪50、60年代的印度人无望地羡慕日本人，80年代是亚洲四小龙揭示了印度经济的无能，现在竞争的对象和比较的标准是中国。这篇论文着眼于英语印刷媒体讨论中国的文章以及一家网站对中国总理2005年4月的对印访问做出的反应。我将仅仅着眼于2005年发表的文章。我限定时间范围以确保自己能集中于媒体报道提出的基本问题而不致被媒体报道的数量所淹没。印度媒体热衷报道的中国问题，当然不只局限于2005年，今年谈论的问题在以前发表的一些文章中也谈到过。然而，2005年在中印关系史上还是可以看作一个新纪元，主要是因为温家宝总理的访问，因此我将聚焦于此以凸显印度对中国的反应下所潜藏的某种希望与焦虑。

虽然有关中国的具体文章不计其数，但在有关印度的政治及其关心的问题等方面，强调中国作为一个永久的参照物及所起作用的程度是至关重要的。一则

有关目前的联合政府，即联合进步联盟(UPA)年度表现的两页特别报道，题为《精明志练的印度正喜交新朋友》[因德拉尼·巴克奇 (Indrani Bagchi)，《印度时报·周日版》(Sunday Times of India)，2005年5月15日第12版]，对政府的外交政策的主动性大加赞扬。这篇文章似乎认为：印度在世界政治中是一个关键的角色。“中国在讨好印度，美国也在讨好印度，日本和东盟也是如此，巴基斯坦人蜂拥而至。肯定事态进展良好。”尽管美国作为一个超级大国具有它的重要意义，这一事实已被2005年6月签署的《印美十年国防合作协议》所承认，但是巴克奇提到的国家秩序不是完全没有意义，正如她后来在这一分析中所指出的那样：“中国无疑占据显赫之位。边境问题的解决大有希望，贸易作为基础飞速发展，现在的中印关系有了相互信赖的基础。假如21世纪属于亚洲，即使都寻求支配地位，印中双方也将彼此协调。印度外交部正老练地与中国打交道，设法使战略上的竞争者变成策略上的伙伴关系。”^①这句话的极其乐观的精神，也体现在印度大多数媒体报道的一些有关问题与热望上。以两国之间最为恼人的问题为例，边境争端的解决，并非真的“只是大有希望”。这里有一种假设，作为基础的贸易将抵消竞争并抚平印度关于历史创伤的记忆，也会减少边境谈判的错综复杂性。希望并非完全没有理由，因为在过去的十多年中，中印双方一直愿意继续贸易往来、同意领土问题今后再议。的确，中国已承认锡金是印度领土的一部分，印度对待西藏问题也采取同样的姿态，这表明两国之间的关系可以得到进一步改善。尽管如此，没有轻而易举的解决方法，边境争端将依然是未来两国之间彼此信任和合作的中心议题。在印度媒体中，唯一暗示边境问题的解决至关重要是新闻杂志《前线》(Frontline)，这点我下文还会提到。巴克奇用“讨好”这个词以及此词所含的求婚之意，将印度这个不情愿的却又是强大的区域性（也可能是世界性）大国，置于引人注目的地位，对它必须不懈地追求。巴克奇还着力集中于传达一个在印度媒体报道中反复出现的主题，即印中两国既寻求彼此协调又寻求支配地位。这个主题的潜台词是两国是平等的伙伴关系，这一潜台词是大多数印度媒体颇有能力维持的幻想。

在媒体报道两国关系时，经济和经济事实是一个主要的比较点。经济改革成功与否不断依照中国模式来衡量。例如，一篇有关沃尔玛总裁兼首席执行官约

^① 在印度公众的想象里，中国的重要性也同样由时代新闻服务测评机构在11座城市的民意调查得到表现。“关于哪个方面是政府比较大的成功——维持经济增长或增进与邻国中国和巴基斯坦的联系——所作的回答是：经济居后，59%的人投票赞成与中国及巴基斯坦建立更加友好的关系。”桑克拉·拉古拉曼(Shanker Raghuraman)：“不要介意承诺，此事干得好。”《印度时报·周日版》，2005年5月15日，第12版。