



您现在的位置: 中国国际关系研究网 >> 理论研究 >> 理论概说 >> 文章正文

[用户登录](#) [新用户注册](#)

浅论我国的国家形象及其塑造

作者: 郑礼志 文章来源: 山西高等学校社会科学学报 更新时间: 2006-3-29

[摘要] 国家形象是一个国家极其重要的无形资产, 其定位和塑造直接影响对外政策的执行和国家利益的得失。国家形象及其塑造一方面与国家自身综合国力密切相关, 又离不开国际传媒和舆论的塑造。我国应该充分利用国际传媒的作用, 提高对外宣传水平, 在国际社会上树立改革开放、政治稳定、民族团结、社会和谐的内国形象, 又要高举和平、发展、合作的大旗, 树立我国爱和平、要发展、求合作的国际形象。

[关键词] 国家形象; 定位; 塑造; 对外宣传

国家形象是国家力量和民族精神的表现与象征, 是综合国力的集中体现, 是一个国家极其的无形资产。随着全球化时代的到来, 国家形象更加直接、更加有力地影响着国家的政治、经济、外交与军事等方面。因此, 无论是作为一个理论课题, 还是作为一个实践课题, 国家形象问题在许多国家已引起学术界、政府有关部门的高度重视。本文就是从国家形象这一概念入手, 论述我国国家形象的定位、塑造以及国家形象和舆论传媒的关系, 以期抛砖引玉, 推进学术界加强对这一课题的研究。

国家形象是一个较新的概念, 目前还没有统一的定义。中国传媒大学国际关系研究所杨伟芬教授将它定义为“国际社会公众对一国相对稳定的总体评价”^[1]; 李寿源教授的定义是“一个主权国家和民族在世界舞台上所展示的形状相貌及国际环境中的舆论反映。”^[2]这两种定义都从国际层面、公共舆论上对国家形象的内涵做了界定。由此可见, 一国国家形象既有国内形象、国际形象之分, 又与国外舆论、传媒塑造水乳交融、密不可分。

笔者认为, 国家形象是指国家的客观状态在公众舆论中的投影, 也就是社会公众对国际的印象、看法、评价的综合反映。一般而言, 国家形象包括一国国内公众和国外公众对该国政治(政治局势、政府信誉、外交能力与军事力量等)、经济(经济形势、财政状况、商品生产与质量、国民收入等)、社会(社会凝聚力、安全与稳定、国民士气、民族性格等)、文化(科技实力、教育水平、文化遗产、风俗习惯、价值观念等)与地理(国土面积、地理环境、自然资源、人口数量等)等方面状况的总体认识和一般评价, 是指国家的客观状态在公众舆论中的反映及公众对国家的总体评价。每一项要素在一定情况下都能反映或代表国家的整体形象, 任何一方面的缺憾都会对国家形象产生负面影响。

国家形象又可分为国内形象与国际形象。国内形象是一国国内民众和政府对自身形象的认知、定位和评价, 侧重国内性。而国际形象则侧重于国外公众、传媒和政府对该国的印象、看法和解读。从某种意义上说, 国家形象的本质更偏重于国际形象, 而不是国内形象。这两者之间往往存在很大差异。国家形象在根本上说取决于国家的综合国力, 但并不能简单地等同于国家的实际状况, 它在某种程度上是可以被塑造的。认识到这一点有助于政府在对内、对外宣传中保持清醒头脑, 采取有的放矢的策略。

良好的国家形象是一个国家极为重要的“无形资产”, 它不仅增强本国人民的自信心和凝聚力, 还可以使国家在国际事务和国际竞争中占据主动, 增强国家的外交力量和国际上的发言权, 促进国家目标和国家利益的实现; 同时对本国和外国公民产生心理、行为上的潜移默化的影响, 产生比经济、军事更加显著的效果。而相反, 不好的国家形象往往会使该国在国际交往中处处受挫, 孤立无援, 付出更多的“无形成本”。就像一个国际品牌的形象在全球市场的巨大吸引力一样, 一国的国家形象在世界舞台上也发挥着重大影响。正如刘继南所言: “国家形象看似无形实则有形; 国家‘有形’的发展, 受国家‘无

形’的促进或制约。国家形象的好坏对提高或降低一个国家的国际地位，促进或恶化其对外关系起着重要的作用。”^[3]

总之，一个国家的国际形象反映了一个国家政治、经济、物质、精神、民族和社会的综合面貌，直接关系到人心的向背。国家形象之争已经成为各国软国力竞争的重要内容。因此，世界各国无论强弱，无不致力于自身形象的设计与塑造。随着中国的和平崛起及参与国际事务的频繁，中国在世界上的形象问题已经引起了国内外的广泛关注，一个日益紧迫的课题摆到了理论界和政府部门的门前。

二

综合国力无疑是国家形象定位最直接、最根本的依据。国家形象的定位中既包含综合国力的基本要素，又与国际形势和时代的发展息息相关。因此，必须站在全局的战略高度，对国际舆论环境和我国基本国情进行全面的分析和科学的判断，在此基础上对我国的国家形象做出恰当的定位

我国领导人历来重视我国国家形象的定位。1949年10月1日，毛泽东同志庄严地宣布新中国的成立，第一次改变了旧中国积贫积弱、任人宰割的形象，中国人民从此站起来了。改革开放以来，邓小平多次强调，“无论如何要给国际上、给人民一个改革开放的形象，这十分重要。”^[4]“中国的发展是和平力量的发展，是制约战争力量的发展。现在树立我们是一个和平力量、制约战争力量的形象十分重要，我们实际上也要担当这个角色。”^[5]”邓小平根据世界形势的变化，形成了一个多层次、多方面统一的国际形象思想体系，既独立自主的民族形象、维护和平的外交形象、改革开放的发展形象、文明进步的精神形象和安定团结的政治形象。

在1999年2月召开的全国对外宣传工作会议上，江泽民同志更是明确提出了在对外宣传中要树立我国的五个形象，即“继续向世界说明我国改革和建设的伟大成就，说明邓小平同志开创的建设有中国特色社会主义道路的正确性，充分展示中国人民坚定不移地走自己的路、实现社会主义现代化的形象；继续向世界说明我国改革开放的方针政策，充分展示中国人民坚持实行改革开放的形象；继续向世界说明我国反对霸权、维护和平、支持国际正义事业的立场，充分展示中国人民爱好和平的形象；继续向世界说明我国政治稳定、经济发展、社会进步、民族团结的局势，充分展示中国人民为维护安定团结和实现繁荣富裕而不懈奋斗的形象；继续向世界说明我国社会主义民主法制建设的成就，充分展示中国人民依法治国，建设社会主义法治国家的形象。”^[6]并且强调，在要旗帜鲜明地维护国家利益、民族尊严和祖国统一。在涉及国家主权、国家利益、民族尊严的问题上，要坚持原则。

胡锦涛同志也高度重视国家形象问题。他指出“在这样复杂多变的国际形势下，我们要有力应对来自外部的各种挑战和风险，必须把国内的事情办好，始终保持国家统一、民族团结、社会稳定的局面。”、“只要我们高举和平、发展、合作的旗帜，坚持冷静观察、沉着应付的方针，牢牢掌握应对国际局势和处理国际事务的主动权，就能够营造有利于我国的战略态势，为我国现代化建设争取较长时期的良好国际环境和周边环境”^[7]既要树立国家统一、政治稳定、民族团结的国内形象，又要高举和平、发展、合作的大旗，树立我国爱和平、要发展、求合作的国际形象，把国家形象问题和我国现代化建设的战略全局紧密联系起来，把国家形象问题和当前我国外交政策、国际形势结合起来，使二者相互促进。

这是一个令中国人极为自豪和欢欣鼓舞的国家形象。应该清楚，这个形象更多地可称为中国的国内形象，是我国政府和公众对自身形象所作的自我定位和评价，是我国希望塑造的中国国际形象。但是，它同实际的中国国际形象之间可能尚存在很大的距离。众所周知，在国际媒体竞争中，中国一直处于弱势地位。冷战结束以后，以美国为首的西方国家凭借信息技术及传播设备的优势，占据了国际话语霸权，不断美化其自身国家形象，同时加强了对中国的意识形态渗透，肆意诋毁、攻击中国形象。根据很多学者的考察，中国在美国以及在国际上的形象已被严重扭曲。中国常常被描绘为“威胁美国和邻国”、“民族主义在死灰复燃”、“缺乏民主”、“侵犯人权”、“贪污腐败”如此等等，危言耸听，信口雌黄。著名学者希光认为美国等西方媒体就是利用这样“一堆零碎而又尖锐的玻璃渣”来构筑中国的形象，是妖魔化中国。据美国民意调查机构哈里斯(Harris)的调查显示，在25个调查对象国家中，在“非友好或敌对性国家”排名上，巴基斯坦名列第一，中国列第二。另据《华尔街日报》2005年9月15日报道，在25个调查对象国中，美国人认为，最大的非友好国或敌对国是巴基斯坦(18%)和中国(15%)。^[8]这不能不引起我国的警惕和反思。

有专家指出，国家形象问题对于以美国为首的西方国家已经不算什么问题，而对于那些没有崛起愿望的中小国家，似乎也并不迫切。而恰恰是对于中国这样一个迅速崛起的大国，一个意识形态和政治制度与

西方迥异的国家，一个经济不断发展、致力于民族复兴的社会主义大国，国家形象的定位和塑造问题极其关键。所以，塑造和改善我国的国家形象，可以说已经到了刻不容缓的地步。

三

从根本上讲，国家行为及国家本身是否完善，是国家形象的客观基础和基本内涵。但另一方面，“酒香还须勤吆喝”，良好的国家形象塑造离不开成功的对外宣传和国际传播。笔者认为应该提高对外宣传水平，加强改革对外宣传体制，把塑造国家形象提高到国家宣传战略的高度来认识和实施，为全面建设小康社会、实现中华民族的伟大复兴创造良好的国际环境。

建立高水平的对外宣传体制，掌握对外宣传本领，提高报道水平。对外宣传和对内宣传最大的区别在于宣传对象不同，把国内宣传的一套模式运用在对外宣传上，必然难以如愿。毛泽东在《反对党八股》一文中指出，“做宣传工作的人，对于自己的宣传对象，没有调查，没有研究，没有分析，乱讲一顿是万万不行的。”江泽民同志也指出：“对外宣传要加强针对性，力求适应不同对象的思维习惯和接受水平，使用外国人容易听得懂的语言，切忌简单生硬和口号似的和说教”。近年来，我国对外宣传的硬件设施已经有了很大改善，但对外宣传的技巧和实际效果还不很满意，主要是缺乏对国外公众缺乏深入了解和研究，有时一相情愿、强迫式地灌输自己的文本和话语，口号似的术语太多，结果事与愿违。因此，要进一步改革对外宣传体制，要根据海外受众的文化背景、价值观念、语言习惯和政治态度，选择对外宣传的内容和表现形式，切实提高传播效果。

传媒要树立服务观念，把单调程序式的政治宣传变为信息传播，变灌输性为亲和性，树立可信、可亲的形象。在形式上，要改进传播技巧，克服以往的大话、空话、套话太多的传播方式；在内容上，不要回避所谓敏感问题，要主动出击，积极引导舆论，掌握舆论发布权。要坚持适度、均衡的原则，坚持以“正面报道”为主，又不能单纯地论成绩、讲发展，只报喜不报忧。要正反结合，有凭有据，掌握正反报道的最佳契合点，既要反映我国现代化建设成就、独立自主的和平外交政策，又要表现出我国除旧布新、改革弊政的信心和勇气。只有这样，才能在未来国际舆论和信息市场竞争中占据有利地位。

定期或不定期以不同形式会见记者，作好外国传媒记者工作尤为重要。鉴于西方国家主要媒体在国际舆论和信息传播中占据主导地位，我们应当利用西方媒体对我国国家形象的传播和塑造。一方面，要通过各种形式与外国媒体及其在华机构加强沟通和交流，另一方面应有重点、有选择地邀请国外知名记者来华采访。西方新闻机构及其驻华代表在本国舆论影响较大，其涉华报道一般在其国内和国际上起着舆论先导或权威的作用。因此，要善于通过他们让“世界了解中国，让中国走向世界”，利用他们把中国的声音传达到西方的主流社会中去。对待外国记者不仅要注意管理和防范，更要为他们提供必要的方便，提高他们采访报道的积极性。我国外交部实行定期召开记者招待会的制度，每次西方各大传媒记者都争相提问，参加人数达200多人，效果很好。现在各省也都陆续建立新闻发言人制度，实行危机公关，应推而广之。这对于政府形象的塑造无疑有非常重要的意义。

总之，一个国家的国际形象塑造目的在于扩大在国际社会的影响力和号召力，是一个国家民族精神、内外政策、发展水平等在内的综合国力的表现与象征。中国本身的发展是塑造国际形象的基础。对于中国来说，如果希望国际社会看到一个改革开放不断深入、蒸蒸日上的中国，中国必须有改革开放不断深入的行动和事实；如果我们希望国际社会看到一个在国际上独立自主、伸张正义的中国，那么中国在国际事务中就必须努力做到这一点。同时，要善于打破西方媒体在制造中国国际形象方面的思想模式和话语霸权，要善于利用国内国外两种传媒资源，化不利为有利。还应该认识到，国家形象塑造不是立竿见影的事情，需要所有的参与者共同的耐心和恒心，要涓涓溪流，源源不断，要长期不懈，水滴石穿。

参考文献：

- [1] 杨伟芬：《渗透与互动——广播电视与国际关系》[M]，北京广播学院出版社，2000年版，第25页。
- [2] 李寿源：《国际关系与中国外交——大众传播的独特风景线》[M]，北京广播学院出版社，1999年版，第305页。
- [3] 刘继南，周积华，段鹏：《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》[M]，北京广播学院出版社，

2002版，第264页。

[4] 《邓小平文选》第三卷[M]，人民出版社，1993年版，第315页。

[5] 同上，第128页

[6] 《人民日报》(N)，1999年2月27日第1版。

[7] 胡锦涛：《在省部级主要领导干部提高构建社会主义和谐社会能力专题研讨班上的讲话》(N)，《人民日报》2005年6月27。

[8] <http://news.sohu.com/20050916/n226971888.shtml> .

作者简介：郑礼志 山东邹城市人，华中师范大学政治学研究院国际事务研究所

声明: 1. 本网站为纯公益性学术网站，无任何商业目的。因部分文章来源于网络，如有侵权请来邮或来电告知，本站将立即改正。
2. 刊载此文并不代表本网站同意其观点，仅为提供更多信息，以作参考。

文章录入：zheng2020 责任编辑：zheng2020

- 上一篇文章： 文化霸权者的忧虑：渐失国家特性的美国
- 下一篇文章： 国际制度的合法性与有效性

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)



网友评论：（只显示最新10条。评论内容只代表网友观点，与本站立场无关！）

[| 设为首页](#) | [| 加入收藏](#) | [| 联系站长](#) | [| 友情链接](#) | [| 版权申明](#) | [| 管理登录](#) | 