

华东政法大学65周年校庆文丛

中国形象

历史演进及跨文化传播路径

孙祥飞 / 著



科学文献出版社
SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

华东政法大学65周年校庆文丛

中国形象

历史演进及跨文化传播路径

孙祥飞 / 著

图书在版编目(CIP)数据

中国形象：历史演进及跨文化传播路径 / 孙祥飞著

— 北京：社会科学文献出版社，2017.10

(华东政法大学65周年校庆文丛)

ISBN 978-7-5201-1398-4

I. ①中… II. ①孙… III. ①国家-形象-研究-中

国 IV. ①D6

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第223985号

华东政法大学65周年校庆文丛

中国形象：历史演进及跨文化传播路径

著 者 / 孙祥飞

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 谢蕊芬 杨桂凤

责任编辑 / 谢蕊芬 赵晶华

出 版 / 社会科学文献出版社·社会学编辑部(010)59367159

地址：北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编：100029

网址：www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：15 字 数：231千字

版 次 / 2017年10月第1版 2017年10月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5201-1398-4

定 价 / 69.00元

本书如有印装质量问题，请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

崛起、奋进与辉煌

——华东政法大学 65 周年校庆文丛总序

2017 年，是华东政法大学 65 华诞。65 年来，华政人秉持着“逆境中崛起，忧患中奋进，辉煌中卓越”的精神，菁莪造士，栉朴作人。学校始终坚持将学术研究与育人、育德相结合，为全面推进依法治国做出了巨大的贡献，为国家、社会培养和输送了大量法治人才。一代代华政学子自强不息，青蓝相接，成为社会的中坚、事业的巨擘、国家的栋梁，为社会主义现代化和法治国家建设不断添砖加瓦。

65 年栉风沐雨，华政洗尽铅华，砥砺前行。1952 年，华政在原圣约翰大学、复旦大学、南京大学、东吴大学、厦门大学、沪江大学、安徽大学、上海学院、震旦大学 9 所院校的法律系、政治系和社会系的基础上组建而成。历经 65 年的沧桑变革与辛勤耕耘，华政现已发展成为一所以法学为主，兼有政治学、经济学、管理学、文学、工学等学科的办学特色鲜明的多科性大学，人才培养硕果累累，科研事业蒸蒸日上，课程教学、实践教学步步登高，国际交流与社会合作事业欣欣向荣，国家级项目、高质量论文等科研成果数量长居全国政法院校前列，被誉为法学教育的“东方明珠”。

登高望远，脚踏实地。站在新的起点上，学校进一步贯彻落实“以人为本，依法治校，质量为先，特色兴校”的办学理念，秉持“立德树人，德法兼修”的人才培养目标，努力形成“三全育人”的培养管理格局，培养更多应用型、复合型、高素质的创新人才，为全力推进法治中国建设和高等教育改革做出新的贡献！

革故鼎新，继往开来。65 周年校庆既是华东政法大学发展史上的重要



里程碑，也是迈向新征程、开创新辉煌的重要机遇。当前华政正抢抓国家“双一流”建设的战略机遇，深度聚焦学校“十三五”规划目标，紧紧围绕学校综合改革“四梁八柱”整体布局，坚持“开门办学、开放办学、创新办学”发展理念，深化“教学立校、学术兴校、人才强校”发展模式，构建“法科一流、多科融合”发展格局，深入实施“两基地（高端法律及法学相关学科人才培养基地、法学及相关学科的研究基地）、两中心（中外法律文献中心、中国法治战略研究中心）、一平台（‘互联网+法律’大数据平台）”发展战略，进一步夯实基础、深化特色、提升实力。同时，华政正着力推进“两院两部一市”共建项目，力争到本世纪中叶，把学校建设成为一所“国际知名、国内领先，法科一流、多科融合，特色鲜明、创新发展，推动法治文明进步的高水平应用研究型大学和令人向往的高雅学府”。

薪火相传，生生不息。65周年校庆既是对辉煌历史的回望、检阅，也是对崭新篇章的伏笔、铺陈。在饱览华政园风姿绰约、恢弘大气景观的同时，我们始终不会忘却风雨兼程、踏实肯干的“帐篷精神”。近些年来，学校的国家社科基金法学类课题立项数持续名列全国第一，国家社科基金重大项目和教育部重大项目取得历史性突破，主要核心期刊发文量多年位居前茅。据中国法学创新网发布的最新法学各学科的十强排名，学校在法理学和国际法学两个领域排名居全国第一。当然我们深知，办学治校犹如逆水行舟，机遇与挑战并存，雄关漫道，吾辈唯有勠力同心。

为迎接65周年校庆，进一步提升华政的学术影响力、贡献力，学校研究决定启动65周年校庆文丛出版工作，在全校范围内遴选优秀学术成果，集结成书出版。文丛不仅囊括了近年来华政法学、政治学、经济学、管理学、文学等学科的优秀学术成果，也包含了华政知名学者的个人论文集。这样的安排，既是对华政65华诞的献礼，也是向广大教职员工长期以来为学校发展做出极大贡献的致敬。

65芳华，荣耀秋菊，华茂春松，似惊鸿一瞥，更如流风回雪。衷心祝愿华政铸就更灿烂的辉煌，衷心希望华政人做出更杰出的贡献。

华东政法大学65周年校庆文丛编委会

2017年7月

用恰当的方式向世界说明中国

(代序)

孟 建*

(一)

国家形象的跨文化传播是学术界一直较为关注的话题，究其原因主要包括两个层面：一是国家形象本身是一种极为重要的战略资源，塑造良好的国家形象有助于该国在世界话语体系中拥有更为积极主动的活动空间；二是国家形象这一话题承载了文化地理学、比较文学形象学等多学科的知识脉络，是历久弥新的学术命题。马克思在《关于费尔巴哈的提纲》中说，“哲学家们只是用不同的方式解释世界，而问题在于改变世界”（马克思、恩格斯，1960：6）。从理论上探讨国家形象的跨文化传播是将国家形象作为一个问题进行学理性探讨，去解释这一问题所蕴含的理论依据与理论脉络，而从实践的角度探讨国家形象如何进行传播则是最终的目的，有助于我们建构一个客观、公正的国家形象。

中国国家形象一直存在着被塑造、被误读、被歪曲的客观现实，以至于在中国历史上的若干时刻，中国的国家形象一直在“人间天堂”和

* 孟建，复旦大学新闻学院教授，博士生导师，享受国务院特殊津贴的专家。现任国务院新闻办省部级新闻发布评估组组长、国家社科基金评审委员会委员、中国传播学会副会长、复旦大学国家文化创新研究中心主任、复旦大学国际公共关系研究中心主任、复旦大学视觉文化研究中心主任、上海市广播电视协会副会长等职。已发表学术论文百余篇，出版专著、合著、编著二十余部，主持的国家社科重大项目、国家社科重点项目以及省部级项目达十余项。



“东方地狱”两种状态中徘徊。造成这种现象的原因大体有三个：一是，世界话语体系尤其是西方世界看待中国的视角由西方现代性自我批判与自我确认的两个维度导致，宗教改革、启蒙运动、地理大发现等标志性事件，使西方确立了现代优于古代、西方优于东方、自我优于神祇的观念，以此，中国成了西方世界自我发展与自我反思的参照物，它不是客观实在的，而是由自我想象和若干带有偏见的文本构成；二是，某些境外媒体以意识形态偏见和意识形态谋略为主导，对中国进行选择性的报道，刻意放大中国某些负面问题，造成负面国际影响，或者制造一些并不符合中国具体状况的新闻事件以迎合西方世界长期以来一直存在的刻板偏见；三是，中国长期以来缺乏有效的自我表达，在世界话语体系中，中国没有以积极、主动的姿态去表明自己的身份，讲述好自己的故事，传播好自己的声音，塑造好中国形象，以至于印证了马克思的经典表述——“他们不能表述自己，他们只能被别人表述”。

1949年新中国成立以来，党和国家领导人格外重视国家形象的跨文化建构与传播，毛泽东、邓小平、江泽民、胡锦涛、习近平等几代领导人专门就国家形象做过非常详细、深入的论证。毛泽东同志强调说，“一个不是贫弱的而是富强的中国，是和一个不是殖民地半殖民地的而是独立的，不是半封建的而是自由的、民主的，不是分裂的而是统一的中国，相联结的”（毛泽东，1991：1080）；邓小平认为，“要维护我们独立自主、不信邪、不怕鬼的形象。我们绝不能示弱。你越怕，越示弱，人家劲头就越大。并不因为你软了人家就对你好一些，反倒是你软了人家看不起你”（邓小平，1993：320）；江泽民同志在1996年12月12日西安事变六十周年纪念大会上的讲话强调说，中华民族有着“酷爱自由，追求进步，维护民族尊严和国家主权”的光荣传统和民族品格。2011年初胡锦涛同志访美期间，中国国家形象宣传片亮相美国纽约时代广场，引发了学术界的高度关注，相比于宣传片所承载的信息和意义，学者们更关注这一行动本身所预示的可能性——中国在跨文化传播中以更为主动、积极的姿态建构国家形象已是大势所趋。2013年11月，习近平同志在全国宣传思想工作会议上发表重要讲话指出，“在全面对外开放的条件下做宣传思想工作，一项重要任务是引导人们更加全面客观地认识当代中国、

看待外部世界”。

从上述所摘录的若干领导同志的讲话中，可以看出：第一，党和国家领导人一直关注和重视中国的国家形象建设，重视国家形象的自我塑造以及有效的对外传播；第二，在不同的历史发展阶段，中国国家形象跨文化传播的命题、任务、策略与技巧都应该变化和调整。在已经成为世界第二大经济体的今天，中国的国际影响力空前提高，新一代领导集体正在以更加积极的姿态融入国际话语体系，与世界各个国家、各种文化圈层展开积极的对话，这不仅对于国家形象的理论研究是一个前所未有的契机，对于中国国家形象的跨文化传播实践而言也是一个鼓舞人心的历史时刻。

中国以积极的姿态进行国家形象的跨文化建构与传播让我们增强了文化自信与道路自信，因为中国正以一个“和平崛起”者的姿态成为世界话语体系中不容忽视的一支力量。但我们也应该看到，中国所面临的国际国内形势仍然极为严峻，尤其是近年来中国经济、社会等各方面的快速发展在世界话语体系中表现得极为突出，势必导致一些传统的西方大国的失落、猜忌甚至是恐慌，唯恐中国会再现西方世界“强国必霸”的历史。同时，频繁的国际交往、互动、合作使中国获得了更多的与世界话语体系进行对话的机会，却并没有从根本上扭转中国国家形象被塑造的状况，尤其是“西强我弱的国际舆论格局仍然没有发生根本改变”（张昆，2016）。此外，中国自改革开放以来取得了丰硕的成果，这些宝贵的经验不只是中国独有的财富，它应是多彩世界共同享有的伟大宝藏，中国有理由借助各类机会和平台进行积极的跨文化传播，所以，我们更应该加大力度向世界宣传中国。最后，中国如何立足现实向世界表述自己还是一个策略性和技巧性的问题，“桃李不言，下自成蹊”的时代一去不复返，“酒香也怕巷子深”的时代早已悄然来临，中国的故事、中国的精彩、中国的道路、中国的成绩应该积极地进行对外传播，并且以我们为主导进行传播。因而，习近平同志多次在重要场合强调，“讲好中国故事，传播好中国声音”，“讲中国故事是时代命题，讲好中国故事是时代使命”。



(二)

国家形象的跨文化建构与传播包括三个维度：一是对中国身份、中国历史、中国故事进行界定和解读；二是将这些界定和解读转化成国际通用语言（这里的“语言”是一个广义的范畴，不仅仅是狭义的语言表达）进行合理的表述；三是选择恰当的渠道或者路径将这些表述进行有针对性的跨文化传播。概言之，国家形象的建构与传播需要处理好两大问题：一是解决与中国身份和本土现实相关的“是什么”、“为什么”、“怎么样”的问题；二是解决国家形象对外传播过程中应该“如何做”的问题。这一切，都要以达到“有效传播”的良好效果为终极目的。

就中国形象跨文化传播的实践而言，传播路径尤为值得关注，因为它涉及国家形象应该如何建构以适应中国实践、国际环境和现今时代需要的问题。在国家形象跨文化传播研究的若干讨论中，对“怎么做”探讨较多，而对于“怎么做”的理论依据探讨较少，因为并不是一个非常具有操作性的问题就应该撇开对理论建构方面的观照，同样，也不能因为一个所关注的问题极其宏大就应该停留在书斋中。正如马克思所强调的那样，“人应该在实践中证明自己思维的真理性，即自己思维的现实性和力量，亦即自己思维的此岸性”（马克思、恩格斯，1960：4）。思维与实践的辩证关系要求我们所做的一切工作都能够以科学的理论作为指导，同样，任何科学的理论都需要在实践中得到检验。我们对跨文化传播路径的探讨不应该仅仅停留在一时脑洞大开的想象或幻想中，也不应该仅仅停留在经院哲学的纯粹思辨阶段，为此，我们需要观照不同学科脉络对国家形象跨文化传播路径进行的理论梳理，也要以中国自近现代以来若干建构和传播国家形象的尝试作为镜鉴进行深度考察——既要尊重前人研究过程中所取得的优秀的理论成果，也要注重中国本土长期以来的实践经验，更要注重特定的传播路径与不同的历史时期、国际环境与现实语境之间的勾连。

中国历代领导人就国家形象或中国形象进行过的若干论述表明，中

国在不同的发展阶段都会有对自己相应的表述以及相应的跨文化传播的实践策略。在新中国成立之前，中国在世界话语体系中一直是被忽略的他者，一个在沉默中时刻被他人表述的对象；新中国成立，中国第一次向世界发出了自己的呼声，让世界惊叹于中国自己的选择和自己的道路；改革开放更是让世界发现了一个积极与世界对话的东方大国；中国成为世界第二大经济体后又让世界看到了中国道路所散发出的魅力。在不断转型的过程中，中国一直用自己的方式来建构和传播国家形象，先是以抗争的姿态消解西方老牌资本主义国家对中国这个话语主体的漠视，进而以对话的方式来重塑中外交往、交流的主体间性。时至今日，我们逐渐从“中国可以说不”的对抗话语转变为“睦邻友好”、“积极承担国际责任”、“世界大家庭中的一员”的对话话语；并且，我们也正在以更为积极的姿态探讨中国这个基础薄弱但发展势头迅猛的“醒来之狮”如何以开放的态度向世界贡献自己的文明成果和丰富智慧。

仅以中国改革开放以来对外传播的战略表述为例。在20世纪90年代，以“和平崛起”作为对外传播的叙述话语，采用“和平”与“崛起”的组合来表明两种含义：第一，中国已经不再是世界话语体系中沉默的他者，而是以极强的主动性和主体性在世界舞台上成为举足轻重的力量，此为“崛起”；第二，中国的“崛起”不会像近现代世界史那样导致世界格局和国际秩序的严重失衡，甚至对外输出武力，是为“和平”。在跨文化传播中，这一表述引发了世界主流舆论的高度关注，媒体界、政治界和学术界人士纷纷对这一表述进行阐释和解读。尽管中国强调了“崛起”所带有的“和平”含义，但显而易见的是，在这些以自己的发展史作为参考的解读者眼中，“和平”成了点缀，“崛起”成了亮点，而对外的征服、侵略和殖民成为对中国“和平崛起”的另类内涵解读。正如库珀·雷默所分析的那样，“‘崛’字中像P的那个部分，实际上是汉语里面用来指称死人身体的一个字——尸”。因而，“中国的崛起将会将世界旧秩序之‘尸’弃之不理。太平洋两岸的个别新保守主义者不得不想办法判断中国有可能认为哪个国家会被埋葬、哪个国家将会成为掘墓人”（雷默等，2008：5）。

针对西方学者的这种分析或者认识，我们研究认为，中国进行跨文



化传播的过程理应重视将抗争作为一种表述自我身份的策略，从而消解西方话语体系对中国习以为常的刻板偏见。抗争话语是中国在长期发展过程中的必然选择，是中国以振聋发聩的声音向世界宣告“中华民族站起来了”的有效举措。但是，我们也认为，在历经了中国抗争性的崛起之后，有理由向一个基于主体间性的对等传播阶段过渡，塑造一个和平、友善、文明、民主、幸福的大国形象，并且这种国家形象不是以高高在上的姿态取代西方某些国家成为世界话语体系的领导力量，更不是以自我东方化和自我边缘化的方式迎合西方的某些优越感，而是摆脱了“污名化”和被塑造局面的大国，一个世界大家庭中不断为全人类创造智慧成果的家庭成员。尔后，我国对“和平崛起”的对外传播叙述话语进行了反思，代之以“和平发展”的叙述话语。显然，这向符合跨文化传播规律走近了一步，收到了较好的跨文化传播效果。但是，这样的叙述话语，仍然存在着跨文化传播的一些问题。

在2012年11月29日，习近平同志参加“复兴之路”展览时提出了“中国梦”的构想。我们在跟踪研究中发现，“中国梦”这一表述不仅成为以习近平同志为核心的领导集体的执政理念，甚至也成为中国形象跨文化传播实践中极为重要的自我表述方式。中国形象在跨文化传播的过程中，基于跨文化对话、协作与本国文化贡献的“中国梦”正在日益成为现今中国积极构筑国家形象，向世界讲好中国故事、传播好中国声音的基石。

党的十八大召开不久，2013年12月31日，中共中央政治局就“提高国家文化软实力”问题进行第十二次集体学习。习近平在主持学习时强调，“提高国家文化软实力，要努力提高国际话语权。要加强国际传播能力建设，精心构建对外话语体系，发挥好新兴媒体作用，增强对外话语的创造力、感召力、公信力，讲好中国故事，传播好中国声音，阐释好中国特色”。习近平在谈到我国国家形象时特别强调，“要注重塑造我国的国家形象，重点展示中国历史底蕴深厚、各民族多元一体、文化多样和谐的文明大国形象，政治清明、经济发展、文化繁荣、社会稳定、人民团结、山河秀美的东方大国形象，坚持和平发展、促进共同发展、维护国际公平正义、为人类作出贡献的负责任大国形象，对外更加开放、更加具有亲和力、充满希望、充满活力的社会主义大国形象”（习近平，

2017)。习近平对我国国家形象完整而全面的概括，绝非仅仅是对国家发展的全新定位，同时，也是符合新闻传播规律，特别是符合跨文化传播规律的独特把握。

（三）

自1995年我承担国家社科基金“面向21世纪的中国大众传播媒介结构与布局”课题至今，在国家形象跨文化传播研究这一领域已经浸淫了20多年。在国家形象研究这一领域，我所关注的内容主要包括媒体的传播力建设问题、国家软实力建构问题、国家形象跨文化传播战略问题等，承担的课题或项目有：2003年上海市哲学社会科学规划课题“2010年世博会上海对外形象传播战略研究”，2006年国家体育总局（中国奥委会）项目“2008奥运会：中国对外形象传播战略研究”，2008年复旦大学“985工程”哲学社会科学创新基地项目“媒介化社会背景下的中国软实力建构与传播战略研究”，2010年国家社科基金重点项目“我国媒体传播力的体系构建和实施路径研究”，2011年国家社科基金重大项目“国家形象建构与跨文化传播战略研究”等。这些研究反映了我跟我的团队所进行的一些思考，更为宝贵的是，它们伴随着中国“国家形象”研究从蓬勃发展到不断热化的整个过程。

2011年9月份，毕业于上海大学的山东人孙祥飞考入复旦大学新闻学院跟随我攻读博士学位，恰逢我所承担的国家社科基金重大项目“国家形象建构与跨文化传播战略研究”立项。鉴于这一国家社科基金项目的重要性和艰巨性，也鉴于孙祥飞在学术研究方面取得的突出业绩，在经过反复思考之后，我向国家社科基金委提出了增加孙祥飞为这一重大课题成员的申请，并得到了批准。在国家社科基金重大项目中，吸收一位在读博士生参加课题组并承担子课题研究，实为少见。这也足以说明孙祥飞学术能力和学术水准是相当优秀的。孙祥飞博士不仅以极大的热情投入到子课题四“国家形象跨文化传播路径研究”中，而且还成为我完成这一重大课题的重要助手（这一重大课题已经于2016年以免检通过



的优异成绩结项)。而今摆在读者面前的这本 20 多万字的书稿就是他在攻读博士学位期间的重要成果之一。作为他的博士学位论文，这部论著最初大约 14 万字。毕业之后，孙祥飞在华东政法大学从事博士后工作及在传播学院任教期间，一直与我保持着非常密切的沟通、联络，其间也就书稿的重新修改和完善问题与我进行过较多次的商讨。我十分欣慰地看到，一篇博士学位论文能够在作者已经通过学位论文答辩之后未被束之高阁，而是被作者不断地充实和完善，并达到了一本优秀专著的水平。

在《中国形象：历史演进及跨文化传播路径》这部论著中，孙祥飞博士从空间理论出发，以较为新颖的视角建构了空间、媒介与形象的关系，进而从自我与他者、本土与异域、民族性与全球化的角度构筑了国家形象跨文化传播路径的基础理论。在此基础上，作者结合大量的文献梳理、案例观察和数据分析，对中国如何以更好的方式进行国家形象的跨文化建构与传播提出了一些有益的思考。正如作者在书中所强调的那样，中国形象的跨文化建构与传播仍然是“一项未竟的事业”，学术界对这一命题的探讨也将会随着中华民族伟大复兴中国梦的征途而更加深入。我相信该书的出版能为国家形象跨文化传播理论，特别是中国形象跨文化传播实践，提供新的重要理论思考和实际运作借鉴。

孙祥飞博士一直在新闻学、传播学的学术道路上不断地探索。他在硕士、博士学习期间，就发表了一批学术论文，有的论文达到了相当高的学术水平，因而被同学们誉为“学术王子”。2013 年他出版了《新闻传播学热点专题》，迄今该书已经连续出版四本，成为新闻传播学领域不可多得的畅销书，总印数已近 5 万册。2016 年，他又出版了《基于大数据的法治话语传播研究》，受到学术界广泛关注。作为他的博士导师，我很欣慰地见证一个对传播学充满兴趣并不断攀登的青年不断成长的过程。我衷心祝贺此书能够公开出版，也祝愿孙祥飞能够在今后的学术及教学的路上走得更远，登得更高。

是为序！

孟 建

2017 年 6 月于复旦大学

导言 作为问题的国家形象	1
第一节 “国家形象”问题刍议	2
第二节 对既有研究成果的观察	9
第三节 本研究的旨趣与思路	13
第一章 形象的起源：国家形象的基本阐释	17
第一节 国家形象的定义	17
第二节 国家形象的生成	27
第三节 国家形象的认知	43
本章小结	50
第二章 形象的变迁：中国形象的演变轨迹	52
第一节 形象的膨胀：异域他者化	52
第二节 形象的衰退：本土他者化	57
第三节 形象的启蒙：抗争性崛起	63
本章小结	71
第三章 路径的谱系：形象传播的多维路径	73
第一节 实证研究视阈下的传播路径	73
第二节 比较文学形象学视阈下的传播路径	81
第三节 文化地理学视阈下的传播路径	87
本章小结	94



第四章 言说的跬步：中国形象的主体性探索	96
第一节 身份的言说：向世界表明自己	96
第二节 商品的意蕴：异域的意义载体	103
第三节 传播的面向：形象的逻辑建构	112
第四节 行动的张力：走向世界的实践	122
本章小结	133
第五章 实践的观照：“中国梦”的实证分析	135
第一节 “中国梦”的叙事话语与国家形象	135
第二节 “中国梦”的自我生产与自我想象	140
第三节 “中国梦”的海外传播与他者阐释	146
第四节 从“和平崛起”到“中国梦”的嬗变	154
本章小结	162
第六章 超越的可能：中国形象的优化路径	164
第一节 传播意识—主体意识—对话意识	164
第二节 泛中介化—去中介化—再中介化	170
第三节 商品输出—文化输出—价值贡献	176
第四节 去东方化—趋主流化—再东方化	182
本章小结	187
结语 中国形象	
——一项未竟的事业	189
参考文献	193
后 记	224

导言 作为问题的国家形象

在德国大哲人的慧眼中，中国的形象曾被推崇为处于哲人治理之下的“模范社会”，为何又被视作“一具涂了防腐香料的木乃伊”？曾被颂扬为“理性的完美体现”的文化何以又被贬损为“守旧落后的化身”？

——〔德〕夏瑞春：《德国思想家论中国》

自20世纪末及21世纪初，中国学者已经意识到一类问题，即中国的身份在世界上总是犹如“变色龙”般的存在，不断变换着自己的色彩：旧时代的中国，有时候在西方媒体及学者的眼中是一个神奇、遥远、文明且让人向往的国度，但有时候又摇身一变成为落后、腐朽和未开化的代名词；当从半封建半殖民地的社会转身为一个独立自主、改革开放的国家之后，中国在世界上的身份也依然免不了尴尬的处境，当你沉默的时候，西方国家评价你是“弱小”，当你崛起的时候，西方国家认为你是“威胁”。要想判断西方的媒体和学者在何种情况下会以积极的态度评价中国，又在何种情况下赞扬中国，并不是一件容易的事情，而更为困难的是如何找到问题的根源，真正扭转中国身份任由异域公众评说的局面。这是许多学人在不断探索的严肃命题。

实际上，以周宁等为代表的中国学者已经给出了非常深入的分析——西方现代性自我批判与自我确认的两个维度及西方国家长久以来的意识形态谋略，导致了国家形象在意识形态和“乌托邦”两个层面徘徊。如若只是找到这个问题的症结却并不能给出清晰的扭转“他塑”为主局面



的策略，则不是我们最终的目的。在此，我们需要思考的问题不再是“为何中国的身份会在世界舞台上飘忽不定”，而是“应该如何打破这种他塑为主的局面，向世界发出自己的声音”。

作为被媒体和各类文本所建构的产物，国家形象从来都不应该成为一个任由异域空间的媒体或政治人物用以捞取资本的“应然之物”，而应该以丰富的姿态展现某种无限接近于事实真相的“实然”。或者，通俗点讲，中国形象的跨文化建构与传播，应以中国的在场和主动发声为前提，不应任凭异域媒体或公众根据其诉求进行塑造。为此，中国作为已经“崛起”的大国，作为“中国形象”所指向的主体，应该积极地做点儿什么。

第一节 “国家形象”问题刍议

学界对国家形象的关注由来已久，根据对既有学术成果的简单梳理即可发现几乎每年都会有几十篇甚至数百篇学术论文及若干著作出现，从某种程度上印证了国家形象这一话题本身的重要性。迄今为止，并没有关于国家形象的约定俗成的定义，由于各个研究者的立场、视角及出发点不同，以至于不同的定义之间有着非常大的差异性。据姜可雨的分析 and 梳理，当前关于国家形象的定义大约包括基于“信息资本”的“国家实力”论、基于“公众感知”的“国家声誉”论、基于“媒介表征”的“媒介镜像”论三种。但这类界定也存在着一定的弊端，即中西方学者“虽然已经意识到国家形象建构中的主客体关系，但忽视了主体间性、文化间性在国家形象建构中的重要意义”，为此，需要采用建构主义的视角“将国家形象的建构路径放置于多元、开放与互动的语境”进行考察（姜可雨，2016：27-34）。有学者认为，“国家形象的基础是主权国家的综合国力”，“国家形象由外部行为体集体建构”，“国家形象的判定标准是国际社会的主流舆论”，“国家形象作为国家力量和民族精神的表现与特征可以塑造”（汤光鸿，2004：18-23）。本研究认为，国家形象的研究有着不同的面向，如果仅仅聚焦某一个维度或某一个面向进行思考，