

B

国家形象蓝皮书

BLUE BOOK OF NATIONAL IMAGE

No.2

中国国家形象 传播报告 (2017~2018)

主编/张昆 张明新

副主编/陈薇

ANNUAL REPORT ON NATIONAL IMAGE COMMUNICATION
OF CHINA (2017-2018)

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

2018
版



国家形象蓝皮书

BLUE BOOK OF
NATIONAL IMAGE

中国国家形象传播报告 (2017~2018)

ANNUAL REPORT ON NATIONAL IMAGE COMMUNICATION OF
CHINA (2017-2018)

主 编 / 张 昆 张明新
副主编 / 陈 薇



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

图书在版编目(CIP)数据

中国国家形象传播报告. 2017~2018 / 张昆, 张明
新主编. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2018. 12
(国家形象蓝皮书)
ISBN 978-7-5097-8086-2

I. ①中… II. ①张… ②张… III. ①国家-形象-
传播学-研究报告-中国-2017-2018 IV. ①D6 ②G206
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 291329 号

国家形象蓝皮书

中国国家形象传播报告 (2017~2018)

主 编 / 张 昆 张明新
副 主 编 / 陈 薇

出 版 人 / 谢寿光
项目统筹 / 吴 丹
责任编辑 / 吴 丹 白 云

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127
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 59367083
印 装 / 三河市龙林印务有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16
印 张: 24.25 字 数: 367 千字

版 次 / 2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月第 1 次印刷
书 号 / ISBN 978-7-5097-8086-2
定 价 / 128.00 元

皮书序列号 / PSN B-2017-605-1/1

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



权威·前沿·原创

皮书系列为

“十二五”“十三五”国家重点图书出版规划项目

华中科技大学国家传播战略研究院出品

国家社会科学基金重大项目“跨文化传播中的中国国家形象建构研究”（编号：11&ZD024）阶段性研究成果

华中科技大学人文社科自主创新基金重点课题“中美两国公众的‘世界观’比较研究：基于中国和美国的全国性民意调查”（编号：2015AE010）

中国国家形象传播报告（2017 ~ 2018）

课 题 组

主 编 张 昆 张明新

副 主 编 陈 薇

组 长 张 昆

成 员 （以姓氏拼音为序）

白 玉	常 江	常梦轩	陈欧阳	陈 薇
陈雅莉	崔汝源	方 飞	郭小平	黄允嘉
姜小凌	李华君	李慧芳	刘 辰	刘欣路
尚月丰	沈 霄	万晓红	王国华	王 薇
王中字	杨奇光	杨茜茜	游 雯	翟慧霞
张 莉	张明新	周 榕	周晓宇	朱佩玲

主要编撰者简介

张 昆 法学博士，华中科技大学国家传播战略研究院院长，新闻与信息传播学院教授、博士生导师。国务院学位委员会学科评议组新闻传播学组成员、国家社会科学基金规划评审专家、原教育部新闻传播学科教学指导委员会副主任委员、中国新闻史学会副会长、中国传播学会副会长、中国新闻传播教育史学会会长，《中国新闻传播教育年鉴》编委会主任。曾任华中科技大学新闻与信息传播学院院长、武汉大学新闻学院院长、武汉大学大众传播与知识信息管理学院副院长。入选第二批教育部跨世纪优秀人才培养计划（1999年），入选第三批国家万人计划哲学社会科学领军人才（2017年），享受国务院政府特殊津贴。主要研究新闻传播史、政治传播学、国家形象传播。主持完成国家社会科学基金、教育部人文社会科学基金、湖北省社会科学基金项目10多项。现主持国家社会科学基金重大课题“跨文化传播中的中国国家形象建构研究”。代表性著作有：《简明世界新闻通史》、《传播观念的历史考察》、《大众媒介的政治社会化功能》、《国家形象传播》、《中外新闻传播思想史导论》、《中外新闻传播史》、《政治传播与历史思维》、《旗帜报：深圳特区报史稿》、《传播观念的历史考察》（第二版）、《国家形象建构研究》等。发表研究论文、研究报告230余篇。曾获国家级教学成果奖、教育部人文社会科学成果奖及湖北省社会科学成果奖等多项奖励。

张明新 新闻学博士，华中科技大学新闻与信息传播学院院长、教授、博士生导师。华中科技大学政治传播学术前沿创新团队负责人。入选2014年度国家“万人计划”青年拔尖人才支持计划，是教育部新闻传播学科教学指导委员会委员、国家社科基金通讯评审专家、教育部博士学位论文通讯

评议专家、海内外多家学术期刊通讯评审人。主要研究兴趣为政治传播与国家传播战略、新媒体的采用与效果、传播社会学。近年来，在 *Telematics and Informatics*、*Information Research*、*Chinese Journal of Communication*、《新闻与传播研究》、《新闻学研究》、《传播与社会学刊》、《开放时代》、《公共管理学报》等学术期刊发表研究论文 100 余篇，代表性著作有：《参与型政治的崛起》《媒体竞争分析：架构、方法与实证》《转型社会的媒介景观》等。其成果多次获得湖北省社会科学优秀成果奖、中国新闻史学会“新闻传播学学会奖”等官方和民间学术奖励。

陈薇 传播学博士，华中科技大学国家传播战略研究院副院长，新闻与信息传播学院副研究员、博士生导师。主要研究方向为国家传播战略、国家品牌与跨文化传播。近年来，发表研究论文 20 余篇，主持完成国家社会科学基金青年项目、中国博士后科学基金特别资助项目、中国博士后科学基金面上项目等，参与教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目、国家社会科学基金一般项目、国家自然科学基金一般项目等。

摘要

本书是国内第一部系统研究中国国家形象传播发展状况的专业性年度报告，由华中科技大学国家传播战略研究院组织，并汇聚诸多从事国家传播战略相关领域的学界、业界和政府相关研究和管理人员通力合作而成，2017年3月出版“国家形象蓝皮书”第1本《中国国家形象传播报告（2016）》。

全书自主题报告而下，分别围绕“热点”、“国别与地区”、“专题”、“案例”和“附录”五个焦点话题，站在国家战略的高度，从热点分析、国际视野、专题考察、案例研究和调研附录的层面，就中国国家形象建构和传播的各种话题，进行比较全面而系统的呈现、论述和阐释，分析了中国国家形象传播的全景式、立体化图景，力图为中国国家形象的建设与提升给予智力层面的启发或支持。

本报告采用“2+5”的内容结构形式。其中，“2”为“主题报告”和“年度形势分析（2017）”，主题报告从文明发展的角度，对新时代、新环境下的新传播与国家形象建设进行思考。该报告指出，传播既是人类生存的手段和文化遗产的重要机制，也是决定国家行为的空间边界，还是显示国家发展程度的重要指标。该报告还论述了全球环境的变迁与中国国家形象建设面临的调整，并从内外贯通、媒体融合、官民并举、军民协同、多元表达的层面，提出了加强中国国家形象传播的相应对策。年度形势分析（2017）包括4篇子报告，从中国国家形象传播的政治、经济、文化和国民四个领域展现了当前中国国家形象建设的基本现状。

本书的主体是围绕前述中国国家形象传播的五个焦点话题构建的板块。具体而言，“热点篇”包括3篇子报告，就2017年的一些热点议题展开分析，从中透视了中国国家形象传播的图景。“国别与地区篇”包括3篇子报



告，主要从全球传播的角度，考察了中国国家形象传播的相关话题。“专题篇”包括3篇子报告，分别从纪录片传播、影视传播、海外民意调查的角度，就中国国家形象传播的相关专题展开分析。“案例篇”包括3篇子报告，分别以体育事件、中华饮食和微视频国际传播的相关案例，就国家形象传播的议题展开分析。“附录篇”包括3篇子报告，主要借助于华中科技大学国家传播战略研究院2016年度的全国性调查数据，分析了中国人心目中世界各主要国家的形象。

本报告对中国国家形象传播的现实状况与发展趋势进行了集中的考察，具有强烈的现实观照意义，涉及宏观与微观、实证与理论、现实与历史、本土与海外等多重视角，论述丰富而多元。本报告中的数据资料具有很高的权威性，能为中国国家形象的构建提供有益的借鉴和启示。

目 录



I 主题报告

B.1 新时代、新传播、新战略

——兼论新时代下中国国家形象传播的挑战与对策

..... 张 昆 / 001

II 年度形势分析 (2017)

B.2 2017年中国政治形象研究报告..... 尚月丰 张明新 / 009

B.3 2017年中国文化形象研究报告..... 常 江 杨奇光 / 030

B.4 2017年中国经济形象研究报告..... 陈欧阳 杨茜茜 / 045

B.5 2017年中国国民形象研究报告..... 游 雯 张明新 / 065

III 热点篇

B.6 领导人纪录片与国家形象的传播

——以《习近平治国方略：中国这五年》为例

..... 陈 薇 常梦轩 / 090



- B. 7** “第一夫人”传播符号与形象建构
——以彭丽媛 2017 年出席中国重大国际会议为样本
..... 李华君 朱佩玲 黄允嘉 / 105
- B. 8** “世界性公民”：东盟主流英文媒体涉“一带一路”报道之
舆情分析与中国国家身份建构..... 陈雅莉 张 昆 / 124

IV 国别与地区篇

- B. 9** 美国公众眼中的中国形象..... 江子君 张明新 / 146
- B. 10** 中国形象在英国：媒体报道和精英认知 张 莉 白 玉 / 164
- B. 11** 沙特主流媒体对北京城市形象的认知与思考
——以《利雅得报》为例 刘 辰 刘欣路 / 188

V 专题篇

- B. 12** 纪录片中的“老龄化中国”：媒介能见度与
老人形象的影像建构 郭小平 / 206
- B. 13** 《战狼2》的影像奇观与中国国家形象建构
..... 姜小凌 张 昆 / 220
- B. 14** 中国国家形象的海外民意透视
——基于 2017 年国内外机构涉华民意调查数据的分析
..... 翟慧霞 / 232

VI 案例篇

- B. 15** “中国体育形象”的媒介呈现
——基于国外主流媒体里约奥运会涉华报道文本分析
..... 万晓红 周 榕 周晓宇 / 243

- B. 16** 跨文化传播的创新实践与经验分析
——以“欢乐春节·行走的年夜饭”走进 Facebook
总部活动为例 方 飞 王 薇 / 268
- B. 17** 微视频的亲近性与国家形象建构
——以 Facebook 上“G20”系列微视频为例
..... 王国华 沈 霄 李慧芳 / 283

VII 附录篇

- B. 18** 中国人眼中的美国形象 张明新 / 301
- B. 19** 中国人眼中的欧洲主要国家形象 王中字 陈 薇 / 321
- B. 20** 中国人眼中的邻国形象 崔汝源 / 336
- Abstract / 354
- Contents / 356

皮书数据库阅读**使用指南**

主题报告



Keynote Report

B.1

新时代、新传播、新战略

——兼论新时代下中国国家形象传播的挑战与对策*

张 昆**

摘 要： 传播既是人类生存的手段和文化遗产的重要机制，也是决定国家行为的空间边界，还是显示国家发展程度的重要指标。本文从文明发展的角度，对传播的演进与社会功能进行回顾与梳理，并基于全球化、网络信息化、城市化的背景，对急剧变化的时代环境进行了思考。在此基础上，本文进一步论述了新时代、新传播与新的国家战略下，以开放、多元、融合的理念，展开创造性的传播活动的特征。并从内外贯通、媒体融合、官民并举、军民协同、多元表达的层面，提出了

* 本文系 2011 年国家社科基金重大项目“跨文化传播中的中国国家形象建构研究”（项目编号：11&ZD024）的阶段性研究成果之一。

** 张昆，华中科技大学国家传播战略研究院院长，新闻与信息传播学院教授、博士生导师。



加强中国国家形象传播的相应对策。

关键词： 文明社会 全球化 新传播 国家形象

在人类发展史上，信息传播从来就不是可有可无、可大可小的东西。尤其是在进入文明社会之后，人类共同体的延续、不同人种的繁衍、国家和社会的治理等无不仰赖于畅通的传播系统。究其原因，在于人本身是一个社会性的动物，其存在与延续不仅取决于物质资料的供给，而且受到精神力量的涵养。在大多数情况下，精神的影响甚至会超过物质的力量。20世纪轰动世界的印度狼孩事件，说明离开人类社群，离开人类的文化环境，即便在生理意义上保全了生命，也不过是一个自然人。从文明发展的角度来看传播的演进与功能，会让我们认识传播的不同视角。

一 传播的演进与社会功能

其一，信息传播是人类生存的手段，是人类生产、生活的主要工具。在人类历史的早期阶段，我们的祖先还在丛林中生存时，要应对外部不可预测的环境突变，要战胜危险的肉食动物的挑战，因此必须依靠群的力量。没有及时的信息传播、没有彼此间的有效沟通、协同，是不可能延续其生命的。进入文明社会后，生存对传播的需求似乎在淡化，但是人类生产和生活的发展对信息传播提出了更高的要求。

其二，传播是人类文化传承的重要机制。不同于一般的动物界，人类是社会动物，是文明的动物。在人类的生命世界延续的同时，还伴生着强大、复杂、深邃的精神世界。人类千百代累积下来的文明、智慧，先是通过语言的代际传递和横向传播，后来又加入了文字、图画、音频、视频。人类消化这些精神食粮，使得精神境界越来越高、知识越来越丰富、行为越来越优雅。这是一般的动物难以望其项背的。

其三，传播决定着国家行为的空间边界。古希腊哲学家亚里士多德曾在其所著《政治学》一书中，谈到国家的人口、领土问题。他的原话是这样讲的：“倘若组成一个城邦的分子太少，这在生活上就无法自给自足，而城邦的目的却在自给自足。一个城邦，如果像一个国家、民族那样，人口太多了，虽然在物质需要方面的确可以充分自给，但它既难以构成一个真正的立宪政体，也就终于不能成为一个真正的城邦。那么多的群众，谁能做他们的将领而加以统率？除了具有斯顿笃那样的嗓音，谁又能给他们传令？关于人口方面所说的‘观察所能遍及’的条件，对土地方面也一样合适。”^① 这一观点现在看来似乎很幼稚，但是作为古希腊最聪明的思想家，得出这一结论是有其原因的，那就是传播对国家行为边界的制约。为什么国家的人口不能太多也不能太少、领土不能太大也不能太小？因为太小太少不足以维持一个国家，太多太大，又是当时传播系统难以完全覆盖的。

其四，传播发展程度是显示国家发展程度的重要指标。如今，国家作为一个巨大的社会系统，包罗万象。其发展程度，也是由构成国家整体的各个子系统、各个要素所决定的。近代舆论界之骄子梁启超云：“故欲观国家之强弱，无他道焉，则于其报章之多寡良否而已矣。”^② 另一个维新派志士谭嗣同也说：“各新闻纸为绝精之测量仪器，可以测其国，兼可分策其人。国愈盛者，出报必愈多……人至极暗陋，必不阅报。”^③ 环顾世界，一个没有发达、开放的传播系统的国家，绝对不是一个文明、先进的国家；反过来，一个发达、先进的国家，肯定拥有一个繁荣、开放的传播系统。

其五，传播是阶层、族群、国家间沟通的基本渠道，是消除隔阂、误解、歧见，增进相互理解、融合的主要工具。在全球化的背景下，各阶层、族群、国家共生于一个彼此相关、无法隔绝的全球系统之中，互为伙伴，不管是愿意还是不愿意，都无法摆脱这种命运的安排。这一现实，使得每个国家的发展，都离不开其他国家，而其自身也能在一定的程度上影响到其他国

① [古希腊] 亚里士多德：《政治学》，吴寿彭译，商务印书馆，1996。

② 梁启超：《论报馆有益于国事》，《饮冰室合集·文集》第一册第三卷，中华书局，1936。

③ 蔡尚思、方行：《谭嗣同全集》增订本（上册），中华书局，1981。



家的生存。每个族群、阶层的利益也受到其他族群、阶层的影响。作为主权国家，如果拥有发达的传播系统，就有可能对外说明自己的目标和政策，争取其他国家、民族的理解、认同和支持。反之，在国家利益的驱使下，本国的真相与意图则有可能受到其他国家传播系统的歪曲、屏蔽，甚至是“妖魔化”。如果每个族群、阶层能够充分地表达自己的诉求，并进行畅通的交流，则有利于达到和谐共生的目的。

可见，传播是人类作为文明人生存和发展的必需，是文明社会的基本装备。没有传播就没有社会，就没有文明。我们生活在发达的文明社会，我们的文明、文化需要和平、安宁，需要和谐、均衡。但是具有讽刺意味的是，人类长期以来苦于冲突、矛盾和不均衡。英国早期空想社会主义者托马斯·莫尔曾经一针见血地指出：“战争是唯一适宜于野兽的活动，然而，任何一种野兽都不像人类那样频繁地进行战争。”拥有空前智慧的人类何以演变至此？其主要原因之一，恐怕在于沟通、交流的不畅。

二 全球环境的变迁与国家形象传播的挑战

如今，我们面临的又是一个急剧变动的新时代、一个躁动不安的环境。在国内、在全球范围，矛盾频出，问题丛生，民心不安。我们现在比任何时代更加需要敏锐的监测、全面的沟通和有效的协商。

当下时代环境的变化，至少有三个方面值得注意。

第一，全球化与世界权力中心的转移。自公元1500年以来，全球化的浪潮一浪高过一浪，如今，全球村已然成为现实。全球各地的政治、经济、文化联系紧密，没有一个国家、地区能够自立于全球体系之外。从16世纪至19世纪，世界权力中心一直在欧洲大陆游移。20世纪以来，北美成为新的世界权力中心。如今，世界权力结构正在悄然地发生着重大的改变，东亚在全球权力格局中迅猛崛起，有超越、取代美欧中心之势。这是500年来未有的大变局。这一变化，牵动了全球的神经，美国、澳大利亚及欧洲国家的反常举动，一些明显的遏制行为，便是对这一态势的反应。