

摘要

本文是关于新时代背景下中国国家形象传播的一项经验研究。研究的重点关切是，在新时代背景下，中国需要构建和传播怎样的国家形象，以及实现的路径选择。通过梳理和整合中国国家形象发展变迁脉络，探讨当下国际传播格局变革对中国国际传播能力和国家形象传播的现实影响；通过对中国国家形象进行解构与分析，科学评估中国国家形象现实情况；通过比较研究，发现不同国家塑造和传播国家形象的战略选择对中国的启示，不同领域、不同层面的中国形象之间的相互关联、区别与规律性特征，以及中国国家形象在对外传播过程中存在的问题、误区与不足之处；在此基础上，提出新时代背景下中国国家形象传播的目标定位与路径选择。本文沿袭了笔者以往研究中“自下而上”的研究视角，不仅研究传统的、官方层面的国家形象传播行为，而且特别关注新兴的多元的非官方力量对新时代背景下中国国家形象传播的影响。

绪论部分主要考察本项研究的提出背景、选题依据、研究现状及不足、研究方法、研究局限等方面的问题。随着中国日益走近世界舞台中央，中国国家形象塑造与传播成为新时代的重要课题，然而在既有的关于中国国家形象的研究中，存在概念界定不清、理论框架缺失、议题案例集中、对非官方层面的作用关注不够、未能及时跟进新时代研究等不足之处。本文主要采用定性与定量相结合的混合研究方法，通过参与实施全球民意调查，开展深入的文本分析、比较研究以及案例研究，探讨新时代背景下，中国需要构建和传播怎样的国家形象，以及实现的路径选择，但也存在核心概念界定与认知、理论建构、效果评估等方面的研究局限。

第一部分探讨国家形象传播的理论与实践，包括第 1、2 两章。第 1 章首先对本文涉及的核心概念进行界定和辨析，包括对“国家形象”与“国家声誉”“国家威望”“国家品牌”“国家认同”等相关概念进行内涵与外延的辨析，对“新时代”的界定与理解等；在概念界定的基础上，对国家形象传播的理论动因进行学理思考，先考察了三种理论分析模式：“全球传播”论、“跨文化传播”

论、“观念建构”论，然后尝试提出从公共外交与民间外交的角度出发研究国家形象传播的思路，但在总体上相对完整与契合的理论框架尚未搭建起来。

第 2 章从实践角度出发，首先分别考察了美国、日本、德国、俄罗斯、韩国等世界其他一些国家的国家形象传播战略，总结出各自的优势与不足；然后探讨中国国家形象传播实践的历史与现状，将 1949 年以来中国国家形象传播实践大致划分为三个阶段：1949—1978 年独立自主的社会主义国家形象时期；1978—2008 年改革开放的社会主义国家形象时期；2008 年以来日益多元的社会主义国家形象时期，总结出不同历史时期中国国家形象传播实践的主要目标和实现手段。

第二部分围绕新时代背景下的中国国家形象传播展开分析，包括第 3、4、5 三章。第 3 章重点考察国际国内形势的新变化及其对中国国家形象传播的现实影响，通过分析新媒体技术发展对国际传播主体、内容、形式、效果等全方位的影响，探讨中国面临的国际传播新格局新形势；在梳理改革开放 40 年来中国取得的发展成就基础上，探讨新时代背景下中国国际传播战略选择，并分析中国国家形象传播面临的机遇与挑战。

第 4 章对新形势下的中国国家形象进行解构与分析。在尝试构建国家形象评估指标过程中，将国家形象分为整体形象和局部形象，并将局部形象进一步细分为政治形象、经济形象、文化形象、社会形象和国民形象；同时尝试将国家形象评估指标分为认知度、关注度、认可度、参与度和信心度等五个具象的维度；在此基础上，从外国政府、海外媒体、智库和学者以及公众等不同层面的评价主体视角下，勾勒出当前中国国家形象的多元图景；再分别从传统的官方层面和新兴的民间层面，探讨中国国家形象传播主要措施。

第 5 章首先分析了当前中国国家形象传播中存在的问题与不足；然后在此基础上进一步探讨，提出新时代背景下中国国家形象传播的总目标；最后，围绕文明大国、东方大国、负责任大国、社会主义大国形象的构建，提出实现总体目标的路径选择。

最后是结论部分，在前文研究的基础上，归纳出关于新时代背景下中国国家形象传播研究的五点主要发现和结论，并对本项研究的意义、创新点与不足之处进行总结。

本项研究中通过直接参与实施全球民意调查和境外访谈而得到的丰富一手

资料，对新时代背景和民间力量的关注与研究，对构建国家形象评估框架的尝试，对国家形象研究采用的“自下而上”的视角，都使得本项研究具有一定的实证意义与创新意义，同时也为今后的中国国家形象研究抛砖引玉，奠定部分学术基础工作，帮助进行相关案例材料的整合与初步研究。

关键词：国家形象传播；中国；新时代；民间外交