

# “一带一路”背景下南亚东南亚国家的中国形象传播研究

刘静洁

云南工商学院国际教育系

**[摘要]**“一带一路”战略计划是我国在改革阶段为应对多变国际形势而提出的重大举措，这一举措具有利于推动区域经济发展，也能推动世界大环境优化。中国形象传播关乎国家发展，从“一带一路”背景下南亚东南亚国家的中国形象传播重要性入手，了解中国形象塑造方向与目标，探究中国形象传播模式，有利于向世界展现中国智慧和方案，也能与发展中国家一道共同谋求新的发展和合作。

**[关键词]**一带一路；南亚东南亚国家；中国形象

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.1627

## 引言

南亚东南亚国家与我国距离较近，属于“一带一路”沿线的重要发展区域，基于南亚东南亚国家发展需要展开“一带一路”战略计划，完善传统对外宣传模式，实现国与国的科学沟通，更能确保我国和南亚东南亚国家加强对彼此的深入认知，以此增进互信，提升各国的凝聚力。借助中国形象传播使我国与南亚东南亚国家共建命运共同体，能使发展中国家团结起来，共同迈向新的发展台阶。

## 一、“一带一路”背景下南亚东南亚国家的中国形象传播重要性

《中国国家形象全球调查报告2018》显示发展中国家对我国的印象相对较好，且近些年来中国国家形象也保持相对稳定，随着“一带一路”倡议的不断发展，海外对中国形象的认知不断加深。我国正处于改革的关键时期，这一时期中国的崛起使西方社会感到恐慌，很多西方媒体因一己私利刻意抹黑我国，损害国家形象。“一带一路”背景下在南亚东南亚国家加强中国形象传播，能改变被误读的国家形象，也能使我们始终保持警惕，在确保传播良好国家形象的同时助推经济发展，展现大国风范。感受中国形象传播的重要性，加强对南亚东南亚国家的了解，基于其文化提升传播的合理性，有利于“一带一路”战略计划的长期发展，更能使我国化解诸多挑战，迎来新的发展机遇。

## 二、“一带一路”背景下南亚东南亚国家的中国形象传播原则

“一带一路”背景下面向南亚东南亚国家传播中国形象时，需保持客观性原则向南亚东南亚国家客观展现国家实力。国家硬实力传播依赖于国家的军事力量和社会制度，以及国际关系，塑造良好的国际形象，加强中国形象传播，有利于南亚东南亚国家加强对我国的认可。例如，我国可借助民主负责的政治形象，向南亚东南亚国家展现责任大国和政治大国的责任担当，并向其展示富强健康的经济形象。互联网时代中国形象传播路径逐渐得以拓展，基于客观性原则实现跨区域的国家形象传播，能使南亚东南亚国家客观认知中国形象，也能在展现

国家强大经济实力时提升我国的影响力。

## 三、方向与目标：“一带一路”背景下南亚东南亚国家的中国形象塑造

“一带一路”背景下传播中国形象时需塑造贡献者形象，打造全新国家名片。加强国际化调研，了解我国的对外形象才能基于我国的发展特色，对南亚东南亚国家进行科学化形象传播。随着新媒体不断发展，我国针对南亚东南亚国家的中国形象塑造形势也会发生变化，助推南亚东南亚国家的中国形象传播系统性优化，有利于向南亚东南亚国家展现大国担当，也能在“一带一路”战略计划支持下提升我国核心竞争力，为我国经济发展奠定基础。

### （一）塑造贡献者形象

“一带一路”背景下中国形象的传播关乎国家发展，更关乎我国的影响力，塑造贡献者形象借助“一带一路”战略计划获得南亚东南亚国家的关注和认同，能真正在实际行动中共建命运共同体，以此使中国的贡献者形象深入人心。通过对南亚东南亚国家进行了解和认知，发现贡献者形象的塑造符合南亚东南亚国家对中国的形象预期，有利于改善国家形象，也能在国际交流过程中凸显我国的政治主张。虽然我国在快速发展中综合实力不断增强，外国舆论也无法改变中国格局，但传播良好中国形象，提升我国影响力，能使中国经济与世界经济真正紧密相连，也能向南亚东南亚国家展现负责任的大国形象，这有利于增强投资者的投资信心，更能实现国家与国家之间的友好交流。

### （二）塑造国家新名片

中国共产党在发展过程中不断塑造良好的政党形象，借助一带一路战略计划塑造国家新名片，倡导世界和平，能使南亚东南亚国家增强对我国的信心，坚定合作的决心。中国对世界经济以及和平的贡献有目共睹，“一带一路”战略计划的提出对南亚东南亚国家产生重要影响，有利于其改善民生，也能助力更多优质商品走出国门走向世界。强化中国形象传播是具有国家战略意义的重要内容，我国在自我审视中不断传承文化精髓，形成具有我国特色的创新体系和创新话语，有利于向南亚

东南亚国家展现中国形象，也能提升对外名片的稳定性。“一带一路”战略计划的出现使我国处于新的形象传播阶段，我国既要对外提升我国的影响力和南亚东南亚国家对我国的认可，也要基于南亚东南亚国家不同年龄的受众，分析其群体特点和消费倾向，构建立体化中国形象传播模式，才可塑造中国话语体系。

### （三）实现国际化调研

我国在2012年起持续性展开中国国家形象相关的全球调查，加强对不同群体的关注，了解对外国家形象，优化形象传播模式，有利于我国迈入健康可持续发展道路，也能使中国形象传播之路迈上新的发展阶段。“一带一路”背景下，南亚东南亚国家的中国形象传播是一项长期系统性工程，需要具备持续性和连贯性特点，加强对南亚东南亚国家的综合调研，了解不同国家对我国的看法，提升调研的国际化能使我国外宣决策步入新的发展阶段。故此，中国国家形象调查应凸显连续性、趋势性特征，既要为“一带一路”战略计划发展作出重要参考，也要借助国家行为以及民众行为塑造大国形象。基于“一带一路”战略计划发展构建新的中国形象传播模式，确保南亚东南亚国家正确认知我国的民族文化以及相关产品，能实现国家与国家的深入合作，更能在推动经济发展的同时，构建积极正面的中国形象，从而为华夏民族复兴梦的实现奠定坚实基础。

## 四、探索与新生：“一带一路”背景下南亚东南亚国家的中国形象传播思路

“一带一路”背景下针对南亚东南亚国家展开的中国形象传播，需借助创新南亚东南亚国家留学生教育架构，助力其成为中国形象传播主体、加强南亚东南亚相关国家中国观调查，构建特色化中国形象传播模式、尊重南亚东南亚国家文化，在和谐共生中实现中国形象的有效传播、强化与南亚东南亚国家媒体的有机合作，增强中国形象传播力度等形式，完善中国形象传播架构，才能在探索与新生过程中助推“一带一路”战略计划的系统性发展和优化，并提升我国在南亚东南亚国家的影响力，以助推我国和不同国家展开友好的文化和经济交流，实现多元国家的协同发展。

### （一）创新南亚东南亚国家留学生教育架构，助力其成为中国形象传播主体

“一带一路”背景下南亚东南亚国家到我国留学的留学生数量逐渐增多，基于中国形象传播需要，完善留学生教育架构，向其传播中国精神引导其了解中国形象，使其成为中国形象的传播主体，有利于留学生认识真正的中国，也能使其在沟通和交往过程中向世界传播真实的中国形象。我国地域辽阔，拥有56个民族，只有南亚东南亚国家的留学生到我国实际感受

文化氛围，认知不同的地方习俗和地方习惯，提升彼此间的熟悉感，才能避免以偏概全。传统留学生在不同区域进行留学，很容易将区域文化认知为中国文化。因此，在针对留学生展开教育时，可提升实践教学比例，引导其了解中国的地域辽阔，以此打破其对中国的刻板印象。例如，我国的饮食文化被很多南亚东南亚留学生所关注，可向其介绍不同区域的不同菜系，引导其了解不同地域的不同口味，从而使其感受中国饮食文化的博大精深。国际教育一直是我国重点关注的教育模式，借助留学教育增强公共外交意识，利用“一带一路”战略计划的发展使我国留学教育迈向新的发展阶段，有利于引导南亚东南亚人才了解我国文化，也能在教育内容、教学方法、教学管理改革过程中赢得南亚东南亚留学生的好感。我国在发展过程中应构建具有人情味的留学教育计划，既要在南亚东南亚留学生来华留学期间对其进行全方位服务，也要在一起毕业后展开系统性跟踪服务。依据“一带一路”沿线南亚东南亚国家留学人员的需求，为其安排不同的教育内容，助力其在了解中国的基础上感受中国文化，打破课堂教学局限，为其创造更多接触社会的机会，能使其了解更立体的中国，并成为中国形象传播的“代言人”。

### （二）加强南亚东南亚相关国家中国观调查，构建特色化中国形象传播模式

“一带一路”战略计划的出现使沿线国家成为我国经贸合作和人文交流的重要合作伙伴。强化对南亚东南亚相关国家中国观调查，以此构建特色化中国形象传播模式，有利于在沿线国家塑造良好的中国形象，更能提升我国的美誉度。首先，“一带一路”背景下南亚东南亚国家有更多了解我国的机会，而我国也有更多了解沿线国家的机会。部分南亚东南亚国家在西方媒体的误导下对我国产生负面看法。“一带一路”建设中，我国可借助项目建设改善南亚东南亚国家的民生，使其真正了解我国。为确保中国形象传播的合理性和科学性，可在“一带一路”背景下加强对南亚东南亚国家的了解，并以此与南亚东南亚国家展开人文交流，从而确保更好的发展经济，并在文化交流和教育交流过程中，使南亚东南亚国家年轻人加强对我国的客观认知，以此实现国家层面和区域层面的多层次合作。“一带一路”战略计划的出现不仅有利于南亚东南亚国家了解我国，也有利于我国参与全球治理，基于发展包容的态度共同构建新的经济体系，确保我国在全球治理中占有一定话语权，有利于国家的发展。为确保中国形象传播的科学性和合理性，我国可进一步强化对外宣效果的有效评估，既要了解南亚东南亚民众对我国的客观认知，也要基于总结了解中国形象传播中存在的不足，并通过舆情监测和民意调查等多元化手段，全方位收集中国形象传播相关数据，从而推动中国形象传播工

作进一步优化和创新,实现外宣工作的有效优化与发展。

(三) 尊重南亚东南亚国家文化,在和谐共生中实现中国形象的有效传播

“一带一路”背景下我国应在中国形象传播时尊重南亚东南亚国家文化,化解因意识形态差异而出现的误解。不同国家的发展理念和民族文化有所区别,我国在中国形象宣传时会建立属于自己的文化体系,输出中国化特色文化并反映相关的价值观。但由于意识形态差异导致部分南亚东南亚国家对我国输出的文化理解有误,不利于中国形象的传播。为确保实现科学化交流,我国在文化和国家形象传播过程中应关注南亚东南亚国家受众的实际情况,既要促进传统文化与南亚东南亚国家文化体系有机融合,也要构建更宽松的文化传播环境,才能使南亚东南亚受众接受具有中国特色的文化元素。故此,中国形象传播过程中应充分凸显传统文化的包容性,既要考虑南亚东南亚国家的受众特点,也要基于“一带一路”沿线国家发展需求创新传播体系才能提升我国文化传播的适应性。例如,中国形象传播过程中需了解南亚东南亚国家的民族习惯、文化取向,并基于其接受心理构建多层次的中国形象传播模式,引导南亚东南亚国家加强对传统文化以及中国产品的正确解读,确保其在发展过程中真正提升对中国文化的认可和认同,实现多元文化的和谐共生。中国形象传播过程中人力资源、教育资源、社会声誉都是中国形象构成的要素,了解不同要素间的关系和逻辑,实现多元文化的和谐共生有利于传播优秀传统文化,也能使南亚东南亚国家感受传统文化的包容性,并增强对传统文化的认可度。

(四) 强化与南亚东南亚国家媒体的有机合作,增强中国形象传播力度

为进一步推动中国形象传播优化和创新,我国媒体可与南亚东南亚国家媒体进行有机合作,以此增强中国形象传播力度。首先,我国在中国形象传播过程中可构建完善的传媒体系,创新合作机制。“一带一路”沿线国家和城市可构建相对完善的对外传播体系,既要积极与南亚东南亚国家媒体进行交流,也要加强资源融合。例如,可积极鼓励我国广播、电视和互联网传媒等领域与南亚东南亚国家媒体展开系统性合作,既要整合外宣工作,增强传媒力量,也要由政府统一布局和引导构建活跃的对外宣传模式。抱团取暖可集中优势资源,也能借助集团作战向南亚东南亚国家充分展示大国形象与大国担当。为确保与南亚东南亚国家媒体进行有效合作,我国应加强对媒体人才的培养。人才培养过程中既要基于“一带一路”战略发展培养亲近中国的新闻从业者,也要积极鼓励我国的新闻从业者参与南亚东南亚国家的传媒工作,并通过人才交流实现传媒界的深入合作。新媒体时代积极借助新媒体力量打破时间与

空间限制,创新传统媒体格局,能使我国的中国形象传播具备便捷性和平民化特点,有利于扩大我国的影响力和知名度。例如,云南与东南亚地区距离较近,往来也相对频繁,与此同时其民俗也相对接近,因此在中国形象传播过程中,可加强对云南地理优势的利用。强化利用实现对南亚东南亚不同国家的精准化传播,能针对南亚东南亚国家国情提升传播的科学性和合理性,也能在了解不同国家历史的基础上,构建成功的中国形象传播典范,从而进一步推动“一带一路”战略发展,确保我国与南亚东南亚国家实现多边合作。

### 五、结语

中国形象传播本身属于国家战略层面的战略规划,因此“一带一路”背景下针对南亚东南亚国家进行中国形象传播时,需树立大局观意识,既要主动在中国形象传播过程中贡献力量,也要督促传统媒体和新媒体推动传统文化走向国门,才能与南亚东南亚国家共同建立新的合作篇章。虽然我国起步较晚,但发展十分迅速。与南亚东南亚国家携手,有利于我国增强国际影响力,也能使发展中国家抱团取暖,共同构建新发展架构。

### 参考文献:

- [1] 韩飞,田维钢,刘倩. “大国工程”纪录片对当代中国形象的建构与传播[J]. 当代传播, 2021(04): 108-110.
- [2] 高宝萍,冯慧. 新媒体语境下中国国家形象跨文化传播困境与对策探究[J]. 理论导刊, 2021(06): 120-124.
- [3] 郑承军,唐恩思. 青年镜像:中国形象在海外社交媒体上的传播与塑造[J]. 中国青年社会科学, 2020, 39(06): 1-9.
- [4] 吕梁. 《中国范儿》:微视频国家形象传播的有益尝试[J]. 中国广播电视学刊, 2020(09): 93-95.
- [5] 姚志奋. 国家形象对外“转文化”传播的理论重构与实践选择——以辜鸿铭与李子柒的文化传播为例[J]. 理论导刊, 2021(10): 96-101.
- [6] 王小梅,司显柱. 中国国家形象宣传片中的国家形象嬗变考察[J]. 当代电视, 2021(02): 77-81.
- [7] 马伟林,崔彦杰. 基于语料库的中国国家形象研究:及物性视角[J]. 外语电化教学, 2020(05): 114-121+17.

**基金项目:** 课题名称: “一带一路”背景下南亚东南亚国家的中国形象传播研究

课题级别: 校级, 课题编号: YGSKY2020037

**作者简介:** 刘静洁(1991.11),女,汉族,云南个旧人,管理硕士,助教,从事留学生教学,大学生英语教学研究