

跨文化交际视域下中国国家形象研究 ——以电影《我和我的祖国》为例

张彩霞

(泰国格乐大学(中国国际语言文化学院) 汉语国际教育 10220)

摘要:随着网络世界市场经济社会全球化的迅速发展,世界各国之间的交流联系也愈发密切。在经济交流日不断加强的共同体前提下,文化交流沟通共融也成为了各国更加注重的板块。“地球村”的概念也愈发的被世界各国认可,但信息膨胀式的传播、刻板的主观意识印象、负面不客观的媒体报道也使得文化交流沟通过程中产生了国家间、受众间的一些不必要的文化误解,甚至文化冲突,国家形象因此也会受到扭曲。

为了向世界展示新时代、新中国的国家形象,诸多带有宣传国家形象的影视文化应运而生。2019年中华人民共和国成立典礼70周年,电影《我和我的祖国》是献礼祖国成立70周年的电影,该片讲述了新中国成立70年来的风雨艰辛,讲述了七个普通百姓与国家血脉相连息息相关的故事,更是一部对内激发文化自信,宣传爱国主义思想,对外刻画中国国家形象,反映我国实情的国家形象宣传电影。

关键词:国家形象; 跨文化交际; 汉语国际教育; 电影《我和我的祖国》

引言

随着世界经济全球化的迅速发展,世界各国之间的交流联系也愈发密切。在经济交流日不断加强的共同体前提下,文化交流沟通共融也成为了各国更加注重的板块。“地球村”的概念也愈发的被世界各国认可,但信息膨胀式的传播、刻板的主观意识印象、负面不客观的媒体报道也使得文化交流沟通过程中产生了国家间、受众间的一些不必要的文化误解,甚至文化冲突,国家形象因此也会受到扭曲。

中国是一个拥有五千年悠久历史的文明古国,自上世纪七十年代末实行改革开放以来,中国打开世界大门,“一带一路”不仅让中国走出去融入“地球村”,而且中国不断在世界舞台上发挥着重要的作用,积极承担大国责任,“中国决策”“中国经济”在全球命运共同体的大环境下也越来越重要。中国的迅速崛起使得一些“老牌强国”“资本主义国家”产生了危机感,加之其媒体中国的了解不够全面,传播一些负面因素的报道,导致中国形象受到了一定程度的扭曲和影响。

一、国家形象与中国的国家形象

(一) 国家形象的重要性

关于国家形象的定义,国内外众多学者分别从不同的维度进行分析研究,并且给出了不同维度的定义。在诸多研究分析中,有以下三种观点比较具有代表性:

北京广播学院国际关系研究所杨伟芬这样进行定义:“国家形象是国际社会公众对一国相对稳定的总体评价。”^①中国人民大学新闻学院刘晓燕则认为:“国家形象是指国家的客观状态在公众舆论中的投影,就是社会公众对国家的印象、看法、态度、评价的综合反映,是公众对国家所具有的情感和意志的总和。国家形象是存在于国家传播中社会公众对国家的认识和把握,是公众作为主体感受国家客体而形成的复合体,以及国家行为表现、形状特征、精神面貌等在公众心目中的抽象反映和公众对国家的总体评价和解读。”^②北京大学新闻与传播学院教授龚文库认为:“国家形象是一个国家的政体、外交、内政、领导人、官员、人民、文化、历史等诸多方面在国际上的综合形象。”^③

从上述学者的分析角度可以看出,国家形象分为对内和对外两个层面,其中对内反映了社会人群和公众对国家的整体反馈,包括主观看法、态度和评价的整体感知。对外而言,它是一个国家软实力的外部表现,代表了其他国家和其他国家人民对国家政治、经济、文化和社会多样化的看法和整体印象。由此也可以看出,在对外的部分,国际层面上其他的国家对一个国家的评价和看法也显得尤为重要。由此也可以看出,国家形象的内在塑造和外在宣传是相辅相成紧密相连的,而国家形象的内部塑造和外部宣传也会影响到全世界人民对自己感知的整体印象。

(二) 跨文化交际视域下中国国家形象现状发展影响因素

1. 跨文化交际视域下中国国家形象现状

在中国人民大学新闻学院教授钟新、潘亚楠的《中国国家形象十年回顾:基于多家权威调查的分析》一文中指出:我国近十年国家形象的整体认知、好感度有变,正负评价趋于均衡态势。这一均衡态势主要是由国家群体、经济、年份重大事件有关。其中好感度提高,青年群体更为积极,同时中国经济方面GDP的增长也与一些负面评价也有所降低有关联。

中国国家形象的主要方面也受到了褒贬不一的评价。中国经济的国际影响力得到了世界的普遍认可,中国经济的发展促进了世界经济发展的看法也得到了世界上更多的关注。但从各国的评价来看,发展中国家对中国经济影响力的认可度仍然高于发达国家。

2. 跨文化交际视域下中国国家形象发展影响因素

(1) 先入为主的刻板印象

随着通信技术的飞速发展,世界经济和文化的全球化趋势越来越明显。有很多时候我们通过新闻报道或者影视传播亦或是书籍阅读等方式都会或多或少了解一个国家或一种文化,虽然不算真正的了解其国家和文化,但在上述因素的影响下会对它产生一些大致的印象。最常见关于中国人的“大致印象”描述为:国字脸、眯眯眼;关于中国旅游文化的“大致印象”描述为:长城、故宫;关于中国法治社会的“大致印象”描述为:注重人情,不讲法制……这些“大致印象”就属于刻板印象,是因为一些不公正的角度或者审美导致的认识片面和僵化,是具有个人主义的成见的。

(2) 民族中心主义影响

民族中心主义就是受众会按照自己所处的本民族的文化观念和自己的文化标准去衡量他族文化的思想。一个人从出生开始就生在自己的文化大环境中,文化的不同影响着个人发展的不同,指导着个人的决策、思想、处事方法、行为行动,所以当人接受了另一种文化的某些东西时,他会无意识地用自己国家的文化来衡量它。

民族中心主义是带有主观主义色彩的。它对内可以激发本民族群体的团结意识,紧系本民族群体的感情纽带,但是由于主观主义色彩的影响,民族中心主义也会由于情感把握不好而带来偏激看法和保护主观主义的攻击性,这就更容易影响群体对外界事物的感知和判断,从而导致文化冲突和误解。

(3) 文化价值观的不同

价值观是人们行为行动的出发点,也是有不同观点的人的决定因素。价值观的形成是一个人从出生就开始的累计形成的,也是影响一个人文化中最深层的部分,价值观也具有相对稳定性,一经形成就很难发生改变。家庭教育、学校教育、社会教育、群体影响等都影响着个体价值观的形成。价值观影响着个体的思维模式、思考层次、认知程度、行为规范等方面。价值观的不同会导致不同个体和个体发展之间、群体和群体文化之间、个体和群体社会之间的矛盾和冲突。

二、电影《我和我的祖国》解析

(一) 影片创作内容

为了向世界展示新时代、新中国的国家形象，诸多带有宣传国家形象的影视文化应运而生。2019年中华人民共和国成立70周年，该片讲述了新中国成立70年来的风雨艰辛，讲述了七个普通百姓与国家血脉相连息息相关的故事，更是一部对内激发文化自信，宣传爱国主义思想，对外刻画中国国家形象，反映我国实情的国家形象宣传电影。该片是由陈凯歌担任总导演，张一白、管虎、薛晓路、徐峥、宁浩、文牧野联合执导，采用单元叙事的方法，用《前夜》《相遇》《夺冠》《回归》《北京你好》《白昼流星》《护航》七个故事从不同角度讲述了新中国成立后的七件大事，涉及政治、经济、文化、社会等诸多领域，以小人物见证大时代，生动传达出中国历史的发展阶段以及当今中国的发展新貌和外交理念。

影视中的故事最能引起受众的共鸣，《我和我的祖国》就是讲述建国七十多年来无数个岗位上平凡的“我”与祖国的故事。小人物，小事情体现大的家国情怀，它们对内不仅是爱国主义的教育片，对外更是向受众讲述中国见过七十多年的真实历程，让受众从小故事小人物中看到不一样的中国面貌，听一个不一样的中国故事。

(二) 影片传播特点

1. 政府主导性

献礼建国70周年的影视作品的制作和宣传投放是国家的一众公关交流方式，关乎国家形象的软实力主导者也应该是政府和国家的，所以《我和我的祖国》从某种程度上而言是政府鼓励下的一众文化宣传工作，政府从准法到审核到宣传推广，都起着至关重要的作用。《我和我的祖国》用切合本民族文化特色的创作手法，虽不是特意突出国家形象为出发点而宣传制作，但却无时无刻不向世界展示中国的人文特色、文化气息和价值观念。

2. 受众广泛性

随着现代社会互联网的迅猛发展，信息交流与文化交流日益融为一体。全球化已经不单体现在经济层面了，科技、文化、信息、人文等也在“地球村”紧密连接，人们可以通过多种途径了解各种各样的中国。以《我和我的祖国》为代表的国家形象宣传影视作品可以使受众更加多元深入的了解到中国，不仅了解人文风俗，更了解历史与彼此特有的文化理念和价值形态。

3. 多元传播性

以电视媒体为代表的大众传媒在受众中的接受程度是最高的，也是大众接受跨文化内容与信息比较直接的途径。影片就是通过剪辑手法，将图像、文字和语言音乐结合起来，形成具有艺术性的吸引力的故事。《我和我的祖国》就是利用大众传媒中的电视媒体为载体进行制作和宣传，不仅在国内的线上线下电影平台，借着文化全球化和流媒体全球化的东风登上了世界的传播平台，也的得到了很高的播放量及评论，达到了良好的宣传效果。

三、跨文化交际下国家形象宣传的方法探究

1、美美与共——坚定文化自信与文化自信。

文化自信是主体对文化的“自我觉醒、自我反思和理性审视”，文化自信则是主体对自身文化的“认同、肯定和坚守”。^④文化自信起到文化建设的总领作用，是文化发展的定位点。文化自信是对本民族文化的深厚底蕴、广博丰富而由感到自豪，只有对本民族文化持有积极自信的心态，文化建设才会焕发出更多不一样的生机与活力。习近平总书记指出，讲好中国故事，传播中国好声音，展示真实、立体、全面的中国，是加强我国国际传播能力建设的重要任务。^⑤坚定文化自信与文化自信，讲好中国故事，打造更加多元丰富且富有感情的国家形象新名片是我国国家形象宣传的一切出发点。

2、美人之美——尊重他国文化，树立文化平等意识

中国是一个地域面积广阔的国家，拥有56各民族。每一个地域都有自己风味的文化，每一个民族都有着自己丰富的文化，就是这些不同地域不同民族文化的交流碰撞与融合，共同构成了中华民族文化的多样性。而当今世界有233个国家，在经济、政治和文化等全球化背景下，各个国家之间也在不同的维度和方向上进行着文化间交流碰撞与融合创新。但是我们要意识到，每种文化都有其存在的价值与意义，每种民族和国家文化都是独立且不可重复的独立体系，各国家各民族文化是平等的。在传播自己的民族文化或接受新的民族文化时，要提高自己的跨文化交际意识，尊重他国文化，

保持文化平等的心态。

3、美美与共——改善固有观念，消除文化偏见

为了避免由于文化差异而引起的不必要的文化误解与冲突，我们就要从根源上去尽量避免一些带有主观意识色彩的偏见和固有观念。无论在对外宣传本国形象或本民族形象，还是学习了解其他国家的民族形象与文化时，都要做到怀有包容和开放的心，完善自己固有的观念，不断更新自己的认知和对待事物的看法态度，全面真实的传播文化、学习文化。

四、结语

国家形象的对内塑造与对外宣传，历来都是各个国家重视和关注的部分，是大国外交的第一张明信片。新时代中国的发展速度大步前进，综合国力不断增强，国民素质也在不断上升，新时代新面貌的中国国家形象是国家软实力的表现，亦是国家在国际舞台上的靓衣。跨文化交际既影响着国家形象的对内塑造部分，也影响着国家形象对外的宣传部分。在跨文化的视域下，能够探寻真实客观的中国形象是本文所求，让世界了解真实和谐美好的中国的存在，也是汉语国际教育从业者肩上的一份责任。

参考文献：

[1]吴瑛、史磊、阮光册(2021)。国家身份的建构与认同:中国负责任大国形象分析与反思。上海交通大学学报(哲学社会科学版),2021年第4期,第130-147页。

[2]杨杰、李隽辉(2022年2月4日)。开幕式上没有一个穿古装的人,中青网,http://news.cyol.com/gb/articles/2022-02/04/content_6B2GGTjpv.html

[3]刘小燕(2002)。关于传媒塑造国家形象的思考。国际新闻界,2002年第2期,第61-66页。

[4]刘佳慧(2021)。多模态隐喻视域下国家形象的建构探析——以《我和我的祖国》为例。新闻研究导刊,2021年20期。

[5]云国强(2021)。国际传播中的话语角力:讲好中国故事与“语言陷阱”。《东方学刊》2021年第3期,第21-27页。

[6]王洪、张斌(2021)。用多重视角的影像叙事“讲好中国故事”——以中国纪录片的国际传播为例。新闻战线2021年第17期,第54-57页。

[7]教蓉(2022年2月6日)。科技冬奥彰显开幕式独特魅力。经济日报,第5版。

[8]薛丽(2020)。跨文化视角下的中国对外话语体系建构[J]。人民论坛,2020(34):97-99。

[9]任晓燕(2005)。走出他者化的误区——萨义德的东方学在全球化语境下的文化意义[J]。内蒙古师范大学学报(哲学社会科学版),2005(03)。

[10]吴友富(2009)。对外文化传播与中国国家形象塑造。国际观察,2009(1)。

[11]关世杰(1995)。跨文化交流学。北京:北京大学出版社。

[12]陈卞知(2004)。跨文化传播研究。北京:中国传媒大学出版社。

[13]唐朝(2020)。从《我和我的祖国》看国产主旋律电影发展新阶段。电影文学,2020(8):71-76。

[14]钟雪,张海英(2020)。电影《我和我的祖国》的叙事伦理。西部广播电视,2020,41(20):133-135。

注释：

①杨伟芬主编:《渗透与互动——广播电视与国际关系》,北京:广播学院出版社,2000年版,第25页。

②刘晓燕:《关于传媒塑造国家形象的思考》,载于《国际新闻界》,2002年第2期。

③龚文库:《从形象说起——关于“对外传播”的对话》,载尹鸿、李彬主编:《全球化与大众传媒——冲突·融合·互动》,北京:清华大学出版社,2002年版,第321页。

④张友谊.从文化自觉到文化自信[N].光明日报,2017-11-29.

⑤《习近平在中共中央政治局第三十次集体学习时强调 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国》,央视网,http://tv.cctv.com/2021/06/01/VIDELKJ1uQorXzdbSxaHzSk210601.shtml,2021年6月1日