

# 新媒体变迁中我国外交形象的构建

张维佳 周俊萍 刘传庆 董星<sup>指导教师</sup>

(荆楚理工学院 湖北 荆门 448000)

**摘要:** 在全球政治、经济一体化的影响下,国与国之间的联系更加紧密。作为促进国家之间彼此了解的一项基础措施,“外交”受到了越来越多的关注。文章聚焦于新媒体发展,辅以部分新闻学、外交学、形象管理学的理论基础知识和研究方向,探究不同媒介环境下我国外交形象的表现形式。并阐明在媒体发展的各个时期中,构筑我国外交形象的类似点和不同点。继而解析在目前各种媒介呈现多功能一体化趋势的大环境下,建立国家外交良好形象的困难和解决方法。

**关键词:** 新媒体;外交形象;形象构建

中华人民共和国成立后,我国汲取了革命外交、经济外交、和谐世界外交到命运共同体外交等丰富的经验和教训。党的十八大后,中国特色大国外交全面启动,构建人类命运共同体成为新时代中国外交的新旗帜、新任务和新目标。随着网络技术发展而日益完善的新媒体外交,迅速成为各国外交的不二之选。

## 一、我国外交形象建构的理论基础

### (一) 我国外交形象的理论基础

根据外交所具有的官方性、交涉性,外交形象可以被概括为:“在一定的时期之内,一个主权国家中央政府的外交活动在国际社会中所产生的影响以及由此而获得的基本评价”<sup>[1]</sup>。根据这一界定,外交形象还兼备如下几项主要特性:主体性、限定性、客观性、时效性、稳定性、总体性、可塑性。

### (二) 我国外交形象的构成要素

在任何情况下,一国外交都不可能脱离其外交理念。目前,明确中国的外交理念,主要是做好两件事:一是要在我国的外交实践中积极予以贯彻落实,以正确的外交理念进一步推进中国外交;二是要有意识、有计划、有重点地大力予以主动传播,促使世界人民全面而准确地认识中国外交、评价中国外交<sup>[2]</sup>。

## 二、媒体中我国外交形象的呈现研究

### (一) 传统媒体对我国外交形象的呈现

#### 1. 传统媒体时期我国外交形象的传播特点

如果国家领导人的外交形象在媒介传播中得到公众的认可,那么将会提高其在国际上的声誉,从而提高国家的地位和在国际舞台上的威望<sup>[3]</sup>。在传统媒体为主的时代,国家外交形象的传播模式也反映了当时的特点:传播主体单一、受众接收信息被动、反馈渠道有限。

#### 2. 传统媒体在我国外交形象建构中的作用

报纸是以文字传播为主的媒介,阅读它不会受到时空的约束,与之后出现的传播媒介对比,如广播和电视,报纸更容易购买和保存,但对文化水平的要求较高。国家外交形象传播的另一种重要方式就是电视新闻,凭借其独特的可视化、实时性等优点和特性,第一时间它就能以“官方发言人”的身份客观地报道我国的外交活动,并且通过各种渠道展示我国的外交形象。

### (二) 新媒体对我国外交形象的呈现

#### 1. 新媒体时期我国外交形象的传播特点

新媒体时期,我国所展现出的外交形象与这新兴的传播媒介有着高度的相似性。在新媒体的传播下,我国的外交形象不再神秘,并且逐渐贴近民众生活。在各国进行外交活动时,公众能第一时间通过新媒体平台了解到外交活动的最新进展和我国在其中所呈现的外交形象,以便于公众能有参与感,使得外交形象更具有亲民性。

#### 2. 新媒体在我国外交形象建构中的作用

**信息传播:** 目前,新媒体的信息传播能力仍在得以增强和发展。由于生活的节拍日益加速,人们没有足够多的时间去在意与自身无关的事情,无法满足的求知欲促使民众更加关注网络媒体;

**舆论引导:** 将他国公众的意见引导至自己所希望的方向,在他国营造出有益于本国的舆论风向,在国际上塑造一个良好的中国形象<sup>[4]</sup>;

**文化传播:** 是向他国传播中华民族文化的途径,让他国了解中国丰富多采的文化,展现中华文明的源远流长和深厚底蕴;

**观点交流:** 当公众看到我国或他国所发布的外交信息,可以通过新媒体平台彼此交流,这样一来公众可以发表自己的观点,政府也能改进公共外交的方式方法,提高工作效率。

国家形象的构造:展示我国的综合实力和国际地位,加大对外宣传力度,将我国人民安居乐业、经济飞速发展、国力日益强盛的现状呈现于国际之上,有利于树立我国良好的形象。

## 三、新媒体时代下我国外交形象的建构

### (一) 我国外交形象的建构

#### 1. 新媒体外交构建出的我国形象

在当今传统行业与互联网相互融合的时代,大多数信息技术快速发展的国家更愿意选择通过新媒体开展本国的公共外交。新媒体比传统媒体拥有更强的包容性、互动性、便利性、跨行业性等优势。它迅速成为广大群众表达意见、互动交流、强化认同的新方式。

### (二) 新媒体外交的问题及建议

现阶段,新媒体崛起,一方面民众对信息的接收越来越碎片化,开拓了视野。但不利的是,民众不持续追踪信息的发展就无法完全了解整个事件,导致大部分人更愿意靠自己的猜测给事件定性。另一方面媒体责任意识不强,大部分媒体文章出错之后不会对舆论进行分析,而是采取冷处理。这样的处理方式不会解决问题,反而会导致舆论发酵,对国家形象的正面传播产生反作用。

在新媒体传播时代,新闻从业者要坚守工作的法律底线、道德底线,并做好信息内容的发布,坚决避免虚假新闻的出现。同时,作为专业的新闻工作者,在发现和了解新闻线索后,应该及时跟进,努力提高报道写作的质量和水平,使最终的报道具有更深刻的思想和更社会化的内容<sup>[5]</sup>。

## 四、总结和展望

本文把目光聚焦在新媒体与传统媒体的变迁上,从此方向进行深度考察,探讨媒体发展的不同时期下,传播工具对我国外交形象的呈现。研究结果显示,现阶段我国外交形象的建构和传播仍在不断创新、寻求突破。因此,以媒介的变迁为起点,综合媒体传播的特性以及我国外交所呈现的现状,提出在媒介变迁过程中我国外交形象建构的原则和方法,由此总结出我国在当今媒体融合发展的环境下如何去进行国家外交形象的建构,具有非常重要的意义。

### 参考文献:

- [1]金正昆.试论当代中国外交形象的塑造[J].国际论坛,2003(03):35-39.
- [2]秦德君.领导者公共形象管理[M].山西人民出版社,2005.
- [3]丁锐.媒体在公共外交中的角色及推进策略研究[D].广西师范学院,2013.
- [4]荣梓汀.新媒体外交:公共外交新形式[D].山西大学,2015.
- [5]宋林涛.新媒体时代如何提升主流媒体新闻传播力[J].传媒论坛,2020,3(07):37.

### 作者简介:

张维佳:女,汉族,荆楚理工学院,本科在读,研究方向为新闻传播、影视特效。

周俊萍:女,汉族,荆楚理工学院,本科在读,研究方向为新闻传播、新媒体运营。

刘传庆:男,汉族,荆楚理工学院,本科在读,研究方向为新闻传播、媒体管理。

指导老师:董星,女,汉族,荆楚理工学院讲师,研究方向数字动画与游戏设计。