

## 中东剧变、影响及其应对

## 阿拉伯媒体中的中国形象分析\*

陈杰 绽戾燕

**摘要:** 作为软实力的重要组成部分,良好的国家形象有助于促进国际交流合作和发挥国际影响力,实现自身发展利益。基于此,本文选择2010年1月至2011年1月《金字塔报》、《利雅得报》和半岛电视台这三家阿拉伯世界具有代表性的媒体,以“中国崛起”和“人民币汇率”问题为考察点,解读中国在阿拉伯媒体中的国家形象及其形成过程,并阐述其形成的原因,最后提出了中国改善和加强国家形象构建的六点建议。

**关键词:** 阿拉伯媒体; 中国与中东; 国家形象; 中东媒体; 软实力

**作者简介:** 陈杰,博士,上海外国语大学阿拉伯语系副教授(上海 200083);

绽戾燕,上海外国语大学阿拉伯语系2009级硕士研究生(上海 200083)。

**文章编号:** 1673-5161(2011)05-0054-08

**中图分类号:** G219

**文献标识码:** A

\* 本文为上海外国语大学“211”工程三期重点学科建设项目子项目“阿拉伯媒体上的中国形象的标识”(211AVCY001)的阶段性成果并受上海市重点学科B702资助。

一国的“国际形象是国际社会对一个国家政治、经济、社会、文化与自然要素的综合认识与评价,是主权国家重要的无形资产,是国际关系中的一种软国力或软权力”<sup>[1]36</sup>。作为国家在国际社会中的“名片”,良好的国际形象有助于开展与他国的政治、经济、文化等领域的交往,有助于增强该国在国际社会中的信服力和影响力,并最终实现自身发展利益的目的。从构建途径来看,国际形象通过多种途径逐步在世界受众心目中形成。信息全球化时代,构建途径中最不能忽视的就是大众传媒:一方面,它能以最快的速度、最广的普及度和最持久的影响力将相关国家信息传递给受众,从而不断填充在其脑海中形成的关于该国的形象;另一方面,大众传媒对一国国际形象的构建并非对事实的简单反映,“而是经过了意识的加工”<sup>[2]35</sup>,媒体通过选择呈现什么和如何呈现来向受众提供信息,从而进一步影响一国国际形象的构建。因此,研究大众传媒中的国际形象,不但是了解一国国际形象较为直接和现实的方法,而且也具有很重要的现实意义。

基于此,近年来国内学界很重视研究中国在西方媒体中的国际形象,也取得了很多成果。关于阿拉伯媒体中中国形象的研究,目前虽有一些成果问世,但依然不够。本文拟从两个具体话题着手,考察和分析阿拉伯传媒中的中国形象。<sup>①</sup>

① 国家形象分国内形象和国际形象两部分,本文提到的中国国家形象是指中国的国际形象。

## 一、研究方案

本文主要采用文本分析法，即选取在阿拉伯世界有广泛影响的三家媒体，在设定时间段后，通过检索关键字得到相关的新闻报道，对其筛选之后再行内容分类与研究，并提出相关建言。由于迄今仍未有比较权威和全面的阿拉伯新闻媒体资料的数据库，且鉴于对电视、纸质媒体资料进行有效收集的难度较大，本文的搜索方法为：运用所选媒体官方网站中的搜索引擎，设定时间段（起止时间点），输入关键字词，得到初步搜索结果，在对初步结果研读之后，筛选出与设置议题相关的文本资料，作为分析的样本。本文所选媒体分别是埃及的《金字塔报》、沙特阿拉伯的《利雅得报》以及卡塔尔的“半岛”电视台。《金字塔报》是阿拉伯国家中历史最为悠久的报纸之一，发行量和影响力极大，而埃及的区域大国地位决定了《金字塔报》的政治、经济观点不能忽视；考察《利雅得报》是因为沙特在阿拉伯世界拥有特殊的宗教地位以及中沙关系近年来不断升温的现实需求；“半岛”电视台作为“中东的 CNN”，自创办以来将西方化的运作模式与“来自阿拉伯世界”的背景相结合，使其在阿拉伯媒体中一枝独秀，其见解往往大胆和超前……因此，这三家媒体是阿拉伯国家中最具代表性的媒体。

随着中国的不断发展，国际社会对中国的关注度日益提升，国际媒体上与中国相关的关键词也在不断增多，如“中国崛起”、“中国制造”、“7·5 事件”、“北京奥运会”、“中国在非洲”、“中美关系”和“人民币汇率”等。本文选取其中的“中国崛起”和“人民币汇率”作为考察点，以解读上述三家媒体中的中国形象。样本抽取时间段设置为 2010 年 1 月 1 日至 2011 年 1 月 1 日，检索关键词为“中国崛起”和“人民币汇率”，选择这两个主题的样本是基于以下几点考虑：

1. 自 21 世纪以来，“中国崛起”在各国媒体中占据着越来越醒目的位置，西方国家的警惕声不绝于耳，那么，同属发展中国家的阿拉伯国家的媒体如何报道和评论这一问题，这些报道又传递给阿拉伯民众怎样一个中国形象？

2. 在国际金融危机影响下，世界经济普遍呈现出停滞甚至衰退的状况，中国经济却以最快速度修复遭受的创伤。急于摆脱危机的欧美国家无理指出人民币升值是使世界经济摆脱这场危机的关键，并对中国施压。2010 年一整年“人民币汇率”成了热门词汇。那么，阿拉伯媒体对这一热门话题是如何关注的，其自身立场又是怎样的？

3. 这两个主题都是动态性的热门话题，前者是综合性话题，后者基本上是经济议题，所以从宏观和微观两个角度研究阿拉伯媒体中的中国形象是有所裨益的。

## 二、研究内容

### （一）关于“中国崛起”

对于“中国崛起”这个主题，报道数量最多的要数“半岛”电视台、《金字塔报》及《利雅得报》相对较少。总体上看，“半岛”电视台倾向于表现“中国崛起”的新闻事实的实时性报道，兼有少量的报道则是分析和评论，而《金字塔报》则更倾向于评论和分析性报道。

从内容上看，这些新闻从政治、经济、军事和传媒等多个方面对中国崛起进行了报道，但就侧重点而言：首先，经济报道占大多数并不止一次地提到改革开放 30 多年来中国经济的飞速发展，尤其是近十年来中国出口总额的不断上升、海外投资规模的持续扩大以及在 2009 年世界金融危机中的表现和恢复速度等，这在阿拉伯媒体眼中都是值得称羨的巨大成就。因此在经济报道中，常

能捕捉到诸如“中国超过德国成为世界最大的出口国”，“中国在世界金融危机中所受到的影响比其他的大经济体要小”，“中国取代日本而成为世界第二大经济体”等语句，甚至还对中国是否能最终超越美国并且要用多长时间超越美国做出预测。从这些报道中不难看出，阿拉伯媒体对中国经济发展前景持乐观态度；其次，就对中国崛起的政治而言，阿拉伯媒体的关注点基本上集中于它对西方力量的影响上，具体包括以下几点：1. 对于一直以“世界警察”身份出现在国际舞台上的美国来说，中国崛起对其在全世界范围内各方面的利益都是不小挑战；2. 在全球化不断深入，中美双方在国际市场中相互竞争、彼此依赖的前提下，美国会有何反应及中美关系何去何从，阿拉伯媒体相信这会引导未来世界前进的方向；3. 中国在周边范围内有着举足轻重的作用，在带来亚洲繁荣的同时也引起了周边国家的忧虑，美国出于自身利益的考量不断加强与亚洲盟友的联系，以期制衡中国，但这些国家将会“形成与崛起中的中国相制衡的力量还是会选择向它集中并且加入它？”<sup>[3]</sup> 4. 近年来西方主要国家由于经济衰退以及陷入“不义”战争的泥潭，国际影响力正在下滑，而不断崛起的中国在世界舞台上却扮演着越来越重要的角色，鉴于此，原有的国际力量平衡正被逐渐打破，新的力量平衡正在酝酿之中。许多报道和评论都断言未来世界新格局的中心一定出现在不断崛起的亚洲，而引擎力量正是中国。相比较就而言，围绕“中国崛起”，军事方面的报道，不如经济和政治的多。有的报道认为中国军事实力不断增强是事实，但也不要过分夸大。有的报道对由此形成的新的中美军事力量对比表现出一定兴趣。

除了上述三方面外，也有关于中国媒体的报道，其中有一个典型样本是“中国以媒体的形式入侵全世界”<sup>[4]</sup>。文中提到当西方媒体在世界范围内收缩时，中国媒体却投入相当的资金以建立和扩大海外分支并以多语种对外传播。此外，文章还就中国媒体对本国进行宣传的内容和方法提出了自己的见解，并将其与中国国际形象构建联系起来，认为中国国际形象之所以模糊不清，与其在许多国际事务上缺乏清晰的观点不无关系。“随着中国作为世界性大国崛起，其领导人认为中国在世界上的形象不甚清晰，甚至遭到扭曲。不论是关于政治还是关于经济方面，中国应在很多事情上发表自己的看法，以此来应对西方的影响”。<sup>[4]</sup>笔者认为这一见解对于国内的决策层有一定的参考价值。

总体来看，样本报道对中国崛起这一事实持积极和正面态度，相当一部分由三家媒体自身撰稿人所写的评论认为，中国正在崛起并改变着世界格局，如发表于《利雅得报》的一篇书评，其标题就采用了该书的题目《亚洲的世纪……中国改变世界力量的平衡》<sup>[5]</sup>，从中国经济的快速发展、国际重心向亚洲转移以及中美关系等方面阐述了中国正在不断上升的国际地位；“半岛”电视台的一篇名为《觉醒的中国龙》<sup>[6]</sup>的评论认为，“西方已普遍丢弃了‘中国崛起不会太多影响世界’这样的观点”、“不同于过去两个世纪在英国、美国或是德国所发生的一切，中国在世界舞台上的出现将会是名副其实的大国回归”等等。当然，除使用如“觉醒的中国龙”、“大国回归”、“危机时刻的奇迹”之类的溢美之词外，样本中也有揭示中国的崛起中的不足或善意的提醒，如：1. 能耗较大，经济发展以牺牲环境为代价，一篇报道称“中国过去 30 年的快速工业化让其成为世界上水和空气受污染最严重的国家，环境大范围受到破坏”<sup>[7]</sup>；2. 民生问题亟需解决，一篇名为《中国成为世界第二大经济体，但是……》<sup>[8]</sup>的文章指出，中国虽在宏观经济上发展很快，但中国国内依然存在很多“棘手的问题”，如财富分配、人均收入低、东西发展不均衡等，“虽然中国的大城市可以比肩世界级大城市，但是社会状况的改善长路漫漫”。正如《金字塔报》的一篇评论所言：“在经过了 30 年改革开放政策后，中国在世界经济的版图上找到了自己新的位置，但是要成为真正有实力的大国，中国还有很长的一段路要走”<sup>[9]</sup>。

在对“中国崛起”这一主题的报道样本作分析之后，笔者发现阿拉伯媒体对中国经济方面的

报道明显多于其他方面，甚至其他方面的报道中也或多或少地牵扯经济问题。换言之，阿拉伯媒体对于“中国崛起”这一主题基本上用高速发展的经济来阐释和定位。从这一点上看，中国在阿拉伯媒体中所呈现出的形象可能更倾向于是一个经济高速腾飞，并因此而正在世界舞台上崛起的国家。阿拉伯媒体对中国经济的关心有其深厚的历史渊源和现实背景，从7世纪阿拉伯人通过“丝绸之路”来到中国开始，双方在经贸方面的交流与合作就一直延续了下来。时至今日，中阿经贸往来更是与日俱增，双方有着巨大的共同利益，各方面的互补性也很强。所以，中国经济腾飞无疑是最值得关注和期待的。相比之下，中国的政治、社会和文化面孔在阿拉伯世界却还不甚清晰，究其原因：一方面，中国对这些方面成果宣传不够，这是今后在国际上树立形象时要努力的一大方向；另一方面，对社会、政治和文化层面的展现需经过深层挖掘，不像经济报道可直接用数字说话，这就对阿拉伯新闻工作者的职业素质有了更高的要求。

## （二）关于“人民币汇率”

“人民币汇率”在2010年是世界范围内的热门话题，因为汇率不仅是一国的金融问题，还与国际金融有着密切联系，尤其是身陷金融危机泥潭的西方国家一直声称人民币升值是挽救世界经济复苏的重要环节。阿拉伯媒体对此也给予了强烈关注，从搜索结果的数量上来说，三家媒体中的报道总共超过150篇；从内容上来看，这些新闻报道的绝大多数都客观地对“人民币汇率”问题进行报道，并阐述了牵涉其中的中国和西方国家的立场。

可能是由于阿拉伯媒体新闻大多来源于西方媒体报道的缘故，因此，虽然这三家媒体的报道立场尽量趋于中立，但就问题本身所牵涉的主要双方而言，以美国为首的西方国家在报道中所呈现的态度更为强硬，而中国对自己立场的维护则显得有些薄弱。这甚至可以从新闻报道的句式和用词中看出来，如欧美国家的立场是“人民币币值被低估，所以中国的出口在面对西方国家的出口时有着不公平的优势”；“人民币升值是世界经济复苏的关键”；中国的立场是“人民币币值并没有被低估”；“中国会逐渐对货币政策进行改革”；“人民币问题并不是世界经济问题的症结，摆脱金融危机的关键在于对世界金融体系进行改革”。<sup>[10]</sup>几乎所有的样本文章都对前一立场进行了强有力的叙述，对西方国家所采取的相关措施也有追踪报道。相比较而言，中国在“人民币汇率”问题上的立场呈现相对较少，结果缺少正面解释为什么中国要顶住西方的压力而尽量维持人民币汇率的稳定的理由。

除了对主流观点的追踪报道外，阿拉伯媒体也有对“人民币汇率”问题发表了看法，如“人民币升值其实对美国经济无益，因为美国从中国进口的商品都是劳动密集型，相对于其他国家同类产品来说，中国的价格更低。如果人民币升值，就会直接影响到美国的消费”。<sup>[10]</sup>再如，“难道中国是唯一在操纵汇率的国家么？根据经济的需要上升或下调其货币汇率，也是欧美国家的货币当局所使用的手段之一”<sup>[11]</sup>。后者似乎暗含了“中国操纵汇率”的观点。

总体来说，透过三家媒体对“中国崛起”和“人民币汇率”这两个主题的相关报道和评论，我们发现，西方媒体宣扬的“中国威胁论”论调和“妖魔化”中国的手法在阿媒体中较为少见，中国在阿拉伯媒体上的形象基本是趋于正面和积极的，负面和消极之处较少但也并非没有。

## 三、结果分析

人类进入信息化时代之后，信息的获得已不能仅靠亲身体会，尤其对于距离自身较远的事物更是如此。大众传媒在这个方面扮演了重要角色，它不但将有关信息远距离传递给受众，还用自己特有的方式为受众构建出一个“媒体现实”。传媒呈现什么样的形象，受众就接受到什么样的形

象, 传媒是国家形象的重要构塑者和传播者。影响传媒对信息筛选和呈现方式的因素很多, 但从宏观上来讲, 传媒所在国的国家利益、与被呈现者的双边关系、社会心理和文化价值取向等都是左右其选择的原因, 更不消说传媒本身的属性和新闻从业者自身的情感、态度等主观因素。所以研究阿拉伯新闻媒体中中国国家形象形成的原因, 至少宏观因素是无法忽略的:

1. 从历史角度来看, 中国和阿拉伯国家之间的友谊源远流长, 双方往来和交流从一开始就以友好和平为主线。到了 20 世纪, 随着新中国的成立以及阿拉伯国家先后从殖民者的统治下得到独立, 中国和阿拉伯国家陆续建立了外交关系, 尽管双方在政治制度和发展模式上有不同选择, 但一直以来都彼此尊重对方, 求同存异, 相互支持和信任, 不断扩大和深化合作领域, 延续祖先留下的历史传统和人文积淀。所以说, 阿拉伯国家媒体持友好的态度对中国国家形象进行诠释有其深厚历史背景。

2. 从中阿双边利益来看, 用杨福昌大使的话说, 就是“政治上相互支持, 相互倚重; 经济关系持续发展, 前景广阔”<sup>[12]5-6</sup>。政治上的合作主要体现为支持对方的核心关切。中阿 2008 年的双边贸易额就已超过 1300 亿美元, 提前两年实现了 2006 年“中阿合作论坛”部长级会议确定的千亿美元的目标。2009 年虽受国际金融危机的影响, 但双边贸易额仍突破千亿美元, 这说明中阿已互为重要的贸易伙伴。从贸易前景来看, 中国对阿方石油的需求会越来越多, 阿方对中国产品的需求也会越来越丰富。应该说, 中阿利益的交汇点是很多的。

3. 从对外政策来看, “向东看”成为阿拉伯国家近年的重要选择。“国际格局的变化、美国的中东政策不得人心、阿拉伯国家因受内外部冲击而寻求合适的发展道路以及中国经济的高速发展所产生的强大吸引力, 是促使阿拉伯国家实施‘向东看’政策的四个主要原因。”<sup>[13]3</sup>阿拉伯国家对华政策用一句话来概括就是: 在保持传统友谊的基础上拓展和深化在各领域的交流与合作, 这涉及政治、经济、人文和军事等各方面。媒体立场往往配合国家政策, 因此阿拉伯国家媒体对中国国家形象的塑造也不断向加深双方了解以谋求更多更好的合作为方向。

4. 从心理层面来看, 阿拉伯世界乐见中国崛起成为一个大国: 一方面, 近年来美国在中东舞台上的所作所为让阿拉伯世界对它虽爱且恨, 而中国在中东事务中一直支持阿拉伯人民的正义事业, 中国的不断崛起让阿拉伯世界看到了一个潜在的对自己更有力量的支持者, 并希望这股支持的力量能与美国等西方国家抗衡; 另一方面, 美国的国际影响力不断滑落, 这一趋势在未来会如何发展还是未知数。一些敏锐的报道已开始忧虑, 如果美国力量衰落, 世界将何去何从的问题。从这个角度看, 阿拉伯世界希望一旦强大的美国力量成为过去, 应有一个新的力量来取代它来重新引领世界前进, 而多数报道认为这股新兴的力量在亚洲, 而亚洲的关键点就是中国。

以上是促使阿拉伯媒体对中国报道持积极立场的主要动因, 至于持消极立场的主要动因的原因, 则可能是:

1. 阿拉伯媒体报道受西方影响甚大, 也是美国学者赫伯特·席勒 (Herbert Schiller) 所提出的“媒介帝国主义”的一个体现。所谓媒介帝国主义, 指“一些国际上的传媒强国、大国特别是美国, 利用自己拥有的信息传播渠道霸权和内容生产的主导地位, 不断输出自己的传媒产品及其承载的传媒文化, 直接或间接地推销自己的政治、文化和价值观念, 从而主导国际信息的话语权力, 继而导致国际传播的话语空间缩小, 促发国际舆论的同化现象”<sup>[14]175</sup>。我们看到, 这三家媒体中的报道样本有很多都直接取材于欧美媒体, 通过编译后发稿。虽说这种报道并不直接代表阿拉伯媒体人的观点, 但受众接收到信息后所产生的效果是一样的。一些对中国的负面报道在这些阿拉伯媒体刊登后, 很多读者心目中的中国形象会受到损害。

2. 对中国缺少了解。很多阿拉伯媒体新闻工作人员都少有中国工作经历或汉语言背景, 再加

之文化差异，影响了这些新闻工作者对中国各种问题和现象的全面认识，使他们往往不能站在中国的立场上思考。

3. 少部分人对中国持有偏见，甚至持“中国威胁论”观点。《金字塔报》2010年11月初的一篇新闻涉及到中国减少对日稀土出口，作者甚至说“我们本默认中国作为经济巨人会和平、友善地崛起，但过去几周中国的表现让我们有权利对此提出质疑”<sup>[15]</sup>，作者甚至认为中国的崛起需要一个机制来使其保持在和平的框架内而不要变成一种威胁。

#### 四、关于构塑中国在阿拉伯世界国家形象的若干建言

作为国家软实力的一部分，“国家形象是国家利益的重要内容”<sup>[16]</sup>。最先提出“软实力”概念的约瑟夫·奈认为，“力量正在向‘信息密集型’转化”，“直白地说，下个世纪，信息技术很可能是最重要的力量资源”<sup>[2]33</sup>。进入21世纪，我们所看到的事实越来越证明奈的正确。由此看来，作为信息集合点和发布点之一的大众传媒，尤其是新闻媒体，将会成为国与国之间角逐的新领域。

由于信息全球化时代的到来，国际舆论界也出现了霸权主义倾向，西方国家牢牢抓住国际话语权，不断利用手中具有绝对优势的传播资源企图让世界人民看到一个被精心处理过的中国形象。所以，中国当下应凭借经济高速发展所带来的机遇，在全世界注视中国的时候，努力树立良好的形象。这些努力不仅针对西方媒体，还应针对除欧美大国外其他国家的媒体，消除西方涉华负面舆论业已造成的影响。中国的和平崛起需要相对和谐的国际环境，良好的国际形象有助于营造这种环境氛围。虽不能立刻消除国际社会对中国所持的误解和偏见，但仍要尽最大努力争取相互理解和支持的同伴。中阿间的交流历史悠久，在近代有着相似的遭遇，当前在“中阿合作论坛”的机制下共同发展，这些都是中国在阿拉伯媒体构塑良好形象的有利条件。当然，这一过程也将面临一些挑战：有来自自身的，如构塑国际形象的主动性不够，途径不够宽广；有来自阿拉伯国家的，如当地媒体的话语权时常受西方媒体的影响而“被动”误读中国形象。为了应对这些挑战，不妨从以下六个方面入手：

第一，充分认识阿拉伯媒体在促进中阿各领域交流中的作用，树立在阿拉伯媒体上塑造形象的意识。有学者认为，中国的国家公关“以北京奥运为节点，正从消极防御阶段过渡到积极防御阶段，进而转向相持、对话阶段”<sup>[17]246</sup>。阿拉伯国家不应成为中国政府进行积极国家公关的盲区。事实上，中阿双方已召开了两届“新闻合作论坛”，明确了中阿媒体“不断巩固中阿关系的政治基础”、“为中阿经贸合作营造客观友善的舆论环境”<sup>[18]</sup>的作用。从中国方面考虑，在阿拉伯媒体上树立良好形象正是时机。

第二，有效挖掘现有传播资源，以达最佳传播效果。中国部分媒体在阿拉伯国家设立了分支机构，新华通讯社、中国国际广播电台有阿拉伯语稿件和广播节目，人民网、中国网等新兴媒体都有阿拉伯语网页或频道，中央电视台开通了阿语频道。应该说，中国对阿宣传的渠道已不算少，但是数量的增加并不代表传播效果会随之上升。通过样本解读可以发现，中国在阿拉伯世界的印象除了高速腾飞的经济之外，就是古老的文明、悠久的历史、灿烂的文化等笼统表达。诚然，这和我们对外传播的内容是不无关系的，即“传统文化过度传播、现代中国形象输出不足”。也正如样本中的一篇报道中所说的：“中国的电台、电视台并没有发布有针对性的宣传，只是专注于向当地人播出一些具有中国特色的节目”<sup>[4]</sup>。除了外国人所喜爱的中国武术和戏曲之外，外宣媒体也应适度增加时政类节目和关于中国现代城市节目的数量和内容，及时把中国的新信息经由自己之口传播出去，以免使中国国际形象与现实状况脱节。

第三，选择场合发出自己的声音。国际形象的建立是一个潜移默化的过程，尤其是政治、社会、文化等各方面的形象并不是那么容易被人们全面地了解到。政府应注意在合适的国际场合表达自己的观点，拥有自己的话语。中国在处理国际事务时常从韬光养晦这一古训中汲取力量之源，现在应将韬光养晦与有所作为两者结合起来，有所作为是一个大国有国际担当的表现，一味保持沉默会形成“沉默的螺旋”，在国际话语中被不断地边缘化，最终丧失话语权。关键是要平衡好二者的关系。

第四，有针对性地寻找快速突破口。对于阿拉伯世界来说，我们不妨考虑将宣传中国的民族政策以及国内穆斯林的生存状况作为突破口。我国现有回、维吾尔、哈萨克、东乡等十个少数民族信仰伊斯兰教，中国一直坚持各民族团结平等，以此为原则来处理民族问题。将这一点作为在阿拉伯世界构建中国形象的一个快速通道，有助于拉近阿拉伯人民对中国的心理距离。

第五，树立“全球媒体”的通盘考虑意识。既然西方国家的新闻媒体是包括阿拉伯世界在内的大多数国家新闻信息的来源，我们就应重视并利用这一点，尝试借助部分欧美媒体的相对独立性，尽可能抓住每一个机会调动其资源为中国做宣传，有时可达事半功倍的效果。国新办筹拍的《中国国家形象片》率先登陆纽约时代广场大型电子显示屏并通过美国有线电视新闻网的各个频道覆盖全球播放就是一个值得肯定的尝试。

第六，“请进来”和“走出去”并举。“请进来”即向阿拉伯当地资源“借力”、“借脑”，这一点可通过官方渠道完成，如国新办曾邀请阿拉伯媒体人士访华，组织阿拉伯新闻记者研修班，邀请阿拉伯新闻机构在华设立常设机构等；亦可通过民间渠道完成，如加强中国记协和阿拉伯新闻工作者协会的交流，邀请阿拉伯记者赴华采访以亲历见证，邀请阿拉伯文艺界、新闻界、学术界人士赴华交流，需要特别注意的是要重视和引导阿拉伯国家“意见领袖”们对中国的态度和看法。“走出去”即充分利用我国阿拉伯语界名人的力量，包括资深外交官，到阿拉伯媒体上宣传中国。一个典型的例子就是“7·5事件”后北京外国语大学阿拉伯语教授薛庆国曾在阿主流媒体上撰文阐述事件真相以及伊斯兰教在中国的真实状况，取得了良好的宣传效果。此外，海外孔子学院在教授外国人中国语言文字和文化的同时，要更加注重传播中国人的思维方式和发 展理念，让外国人了解和理解中国“以人为本”、“和谐发展”的真正含义。

第七，珍惜并维护已有的正面国家形象。国家形象一旦形成就具有一定的持续性和稳定性，但不能排除因一两件事的处理不当甚至是报道不实而使业已形成的良好形象受到创伤的可能性。因此，在遇到敏感事件的时候，迅速反应和及时澄清是最好办法，保持相应的公开度和透明度。如四川汶川地震时，国外媒体驻华记者的身影时常可以看到，这一举措不仅使国民和世界清楚地了解灾情，也赢得国际舆论的赞赏和支持，为中国形象大大加分。还要特别提到一点，就是中国在阿公民应遵守当地法律和风俗习惯，否则，一经当地媒体报道，其负面影响就会被放大，直至影响中国的国家形象。

总之，国际形象的构塑往往受到过往历史和当下现实等各种因素的影响，结合当前国际环境和中国当今的发展，笔者认为，“和平崛起”和“国际责任”应当是中国努力在国际社会构塑的基本形象。这不仅是几千年中华民族“和为贵”思想的体现与传承，也是一个大国对建立世界和平所应持有的基本态度与立场。

#### [ 参考文献 ]

- [1] 管文虎. 国家的国际形象浅析[J]. 当代世界, 2006(6).

- [2] 李希光, 周庆安. 软力量与全球传播[M]. 北京: 清华大学出版社, 2005.
- [3] 中国的霸权, 美国的任务[EB/OL]. [2010-05-05].  
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/205F4B56-35F4-4E60-88DC-F1EDDA6C2E9E.htm>.
- [4] 中国以媒体的形式入侵全世界[EB/OL]. [2010-04-25].  
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/0976DFE4-E809-425E-B963-2322C22BE675.htm>.
- [5] 亚洲的世纪……中国改变世界力量的平衡[EB/OL]. [2010-11-15].  
<http://www.alriyadh.com/2010/11/15/article577219.html>.
- [6] 觉醒的中国龙[EB/OL]. [2010-01-04].  
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/295041C7-51EE-4568-9C88-8D4E33A1957F.htm>.
- [7] 中国命令关闭老厂[EB/OL]. [2010-08-09].  
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/843954EC-2FFB-4265-85C3-A6B7BB29B490.htm>.
- [8] 中国成为世界第二大经济体, 但是……[EB/OL]. [2010-08-09].  
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/883AB789-328A-4F23-AAA7-E19DEA47C02B.htm>.
- [9] 中国梦的维度[EB/OL]. [2010-09-09]. <http://www.ahram.org.eg/284/2010/09/09/11/38069/219.aspx>.
- [10] 人民币升值可能会有伤美国经济[EB/OL]. [2010-05-16].  
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/A4ADD622-F080-4446-896F-9C098CCACC5B.htm>.
- [11] 人民币危机及其经济考量[EB/OL]. [2010-06-25]. <http://www.alriyadh.com/2010/06/25/article538102.html>.
- [12] 杨福昌. 新中国外交六十年中的中阿关系[J]. 阿拉伯世界研究, 2010(1).
- [13] 安惠侯. 阿拉伯国家“向东看”政策评析[J]. 阿拉伯世界研究, 2011(1).
- [14] 刘肖. 理智与偏见——当代西方涉华国际舆论研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2010.
- [15] <http://www.ahram.org.eg/338/2010/11/02/11/46489/219.aspx>
- [16] 俞可平. 全球化时代的国家形象[N]. 学习时报, 2007-01-15(2).
- [17] 费爱华, 李程骅. 政府媒体公关[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2011.
- [18] 国新办. 推动中阿新闻合作再上新台阶[EB/OL]. [2010-08-09].  
<http://www.scio.gov.cn/wlcb/gcyl/201005/t636895.htm>.

## China's National Image in Arab Media

CHEN Jie & ZHAN Liyan

**Abstract** As an important part of soft power, a good national image of one country will help to promote international exchanges and cooperation, improve its international influence and achieve its own development interests. Based on this, three Arab representative Media, such as "Al-Ahram", "Al-Riyadh" and "Al-Jazeera" were selected. This research focuses on "China Rising" as well as "RMB exchange rate"; tries to interpret what the national image of China is in the Arab media and the reasons for its formation. Six recommendations were proposed to improve and strengthen the national image of China.

**Key Words** Arab Media; China and the Middle East; National Image; Middle East Media; Soft Power

(责任编辑: 钮 松)