



他塑视域下中国形象影像研究述评——以泰国为例 A REVIEW OF RESEARCH ON CHINESE NATIONAL IMAGE IN FILM AND TELEVISION DRAMAS FROM THE PERSPECTIVE OF OTHER SCULPTURES ——TAKE THAILAND AS AN EXAMPLE

谢娜菲¹

XIE NAFEI

华侨崇圣大学，中国学学院

College of Chinese Studies, Huachiew Chalernprakiet University

E-mail: 979455949@qq.com

李寅生²

LI YINSHENG

广西大学，文学院

Guangxi University, College of Arts

E-mail: lys3231199@sina.cn

Received: 26 February 2024 / Revised: 06 June 2024 / Accepted: 16 June 2024

摘要

随着中外文化交流的加深，影视作品中的中国形象吸引了学者的关注。本文从“他塑”视域出发，梳理总结了近 20 年有关“中国形象”的文献，并结合泰国的个案，发现影视作品中的中国形象研究取得了一定进展，学术界已初步明确研究范式，从跨文化、符号学等角度探讨中国元素、人物及语言形象，取得理论和实践成果，并运用多种研究方法推进研究。2013 年中国提出“一带一路”倡议，再次激发了学术界对“中国形象”的研究热情，学术界对该主题的研究达到高峰。然而，现有研究仍存在一些局限，如缺乏多学科融合分析视角，内容缺乏系统性和深度，理论体系仍待完善，中外的学术互动交流也略显不足。未来研究应拓展研究视野，深化研究内容，加强理论体系构建，并探索跨学科研究方法，以更好地理解和呈现中国形象。

关键词：他塑；跨文化传播；泰国影视剧；中国形象

ABSTRACT

With the deepening of cultural exchanges between China and foreign countries, the image of China in film and television works has attracted the attention of scholars. Starting from the perspective of "other sculptures", this paper combs and summarizes the literature on "Chinese image" in the past 20 years, and combines the case of Thailand to find that the research on



Chinese image in film and television works has made some progress, and the academic community has initially clarified the research paradigm, discussed Chinese elements, characters and linguistic images from the perspectives of cross-culture and semiotics, achieved theoretical and practical results, and used a variety of research methods to promote research. China's Belt and Road Initiative (BRI) initiative in 2013 has once again stimulated the academic community's enthusiasm for the study of the "image of China", and academic research on this topic has reached a peak. However, there are still some limitations in the existing research, such as the lack of multidisciplinary integration analysis perspective, the lack of systematization and depth of content, and the theoretical system still needs to be improved. Future research should expand research horizons, deepen research content, strengthen the construction of theoretical systems, and explore interdisciplinary research methods to better understand and present the image of China.

Key words: other-shaping, intercultural communication, Chinese national image, Thai film and television dramas

国家形象，是外部国际公众通过传媒报道、文学作品、影像作品等各种文化传播形式对该国软实力“形成的具有较强概括性、相对稳定性的主观印象”（吴友富，2009:4），也是建构国家话语体系的重要维度。它包含自我认知、自我宣传的形象，也包括国际社会其他国家和民族基于自身文化想象与现实观察的“他塑”形象，由“自塑”与“他塑”共同塑造。以语言学、传播学、政治学、经济学、社会学、国际关系学等多学科交叉为基础的国家形象研究，越来越受到世界各国学者的关注。尽管不同学科的学者们对该概念的阐述各有不同，但毋庸置疑，对国家形象进行学术探讨本身就是一个话语体系的建构过程（蒙象飞，2017:44）。随着“一带一路”建设不断地推进，“他塑”视域下的中国形象研究已成为国家形象研究中不可忽视的重要一环。基于此，本文在他塑视域下，对新世纪泰国影视作品研究进行分析，对中国形象影像研究进行述评。

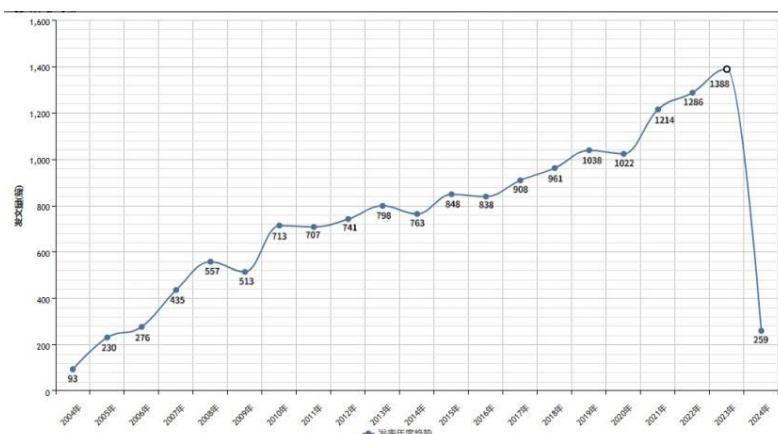
一、研究现状和研究趋势

（一）研究趋势

以“中国形象”为主题，在中国知网（CNKI）中共搜索到 10418 条文献（检索时间为 2024 年 5 月 29 日），其中中国形象他塑的相关文章亦达百余篇，详见图一。其中近 20 年公开发表的文献数量趋势显示，2008 年学术界对“中国形象”的研究呈现一个较高的热度，概因北京奥运会的举办引发学术界更多关注“中国形象”；2013 年达到峰值，当年总的文献数量为 798 篇，结合中国及国际社会发展情况可以推断，而该年中国率先提出“一带一路”倡议，再次激发了学术界的研究热情，并将研究数量推向巅峰。之后的十年，总体发文量仍呈上升趋势，仅 2023 年发文量高达



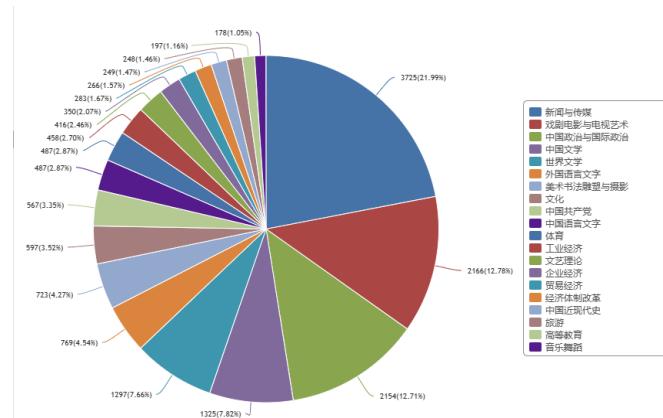
1388 篇。



图一：历年学术期刊发文量

(二) 学科分布

国家形象的研究始于国际关系与政治、传播学、文学等学科，且已形成一定的研究规模。但随着研究的深入，当“中国形象”与各行各业联系越来越紧密时，它就超出了学科边界，凝聚了更多的精神内涵。以“中国形象”为主题词，从CNKI文献中搜索到的结果发现，研究学科主要集中在文学、新闻传播、政治、影视等领域，具体占比参见图二。新闻对于国家形象的塑造与传播，在各个学科中研究数量居于首位，戏剧电影于电视艺术次之，可见，新闻传播作为国家形象宣传的主要途径，与政治学共同承担了国家战略层面话语体系构建的重任。在国际化大众媒体不够发达的时代，中国形象或建构于文学影视作品之上，或流传在口耳相传之中，在有了报纸和其他现代传媒手段以后，中国形象不管是被大众媒体所左右，还是为人际传播所建构，都是新闻传播学的讨论范畴。随着自然语言处理技术手段的广泛应用，语言学界也逐渐涉足国家形象研究，但从中国知网文献数量看，所占比例不足 3%。



图二：学科分布图



(三) 研究內容

通过考察研究“中国形象”的文献作者即研究主体可以发现，大多数来自高校和研究机构，来自传媒和政府机构参与重大研究成果数量较少。

从主要研究人员及其成果看，管文虎《国家形象论》较早对“国家形象”概念进行了界定，并详细论述国家形象理论，从学科属性看，刘继南《国际传播与国家形象》、张昆《国家形象传播》等属传播学范畴，陈世阳《战略视野下中国形象的塑造：理论、历史与实践》等为政治学领域，周宁《天朝遥远——西方的中国形象研究（上下卷）》则是历史文化研究。上述对中国形象的研究、对中国形象认知的多侧重于部分国家和地区的官方媒体数据或传统文学艺术形式。近十年来，形象学也常常进入影视研究的方法论视野，人们逐渐认识到国家形象的塑造，不只来源于政府主导的官方行为，非官方的文化推广、舞台演出、影视剧作更能有效地培养我们对异国形象的认知。学者们强调电影作为一门综合艺术，可以直观地向人们展现一个国家社会文化生活，它以生动的视听影像为依托，具有跨文化传播的天然优势。因此，构建国家文化形象方面，电影始终是特殊而重要的载体，代表性的成果有：万丽萍《影像与印象：电影里的中国形象》、战迪《中国电影与国家形象建构》、张建琴《20世纪上半叶美国电影中的中国形象》。

根据知网文献检索的结果，从研究成果的关键词及其共现矩阵来看，排名比较靠前的是“国家形象、中国形象、女性形象、中国、他者、形象构建、软实力、国际传播”等词语，而“中国”与“国家形象”的共现频次最高，相关的概念如“中国形象”与“国家形象”“中国”与“形象”等共现率也比较高；其次是“软实力”与“国家形象”共现频次，相关的还有“软实力”与“中国”“中国形象”“中国国家形象”“国际传播”“对外传播”等词语共现率较高。由此可见，国家形象及其传播的研究大部分是以国家的整体形象为切入点，具有较强的抽象性。拥有具象性特征且排名较靠前的“女性形象”一词，与之共现的词多为“中国电影”“内容分析”“建构”“塑造”等，主要是以文艺作品的形式呈现，而且大多是从审美和人文价值领域探讨中国形象。另外“他者”一词排名也比较靠前，与之共现较多的词为“中国形象”“东方主义”“西方”“美国”等。“东方主义”一词源于爱德华·萨义德 (Edward W. Said) 的《东方主义》(Orientalism)^①，这是建立在一个理论假设之上——中国是西方的文化他者——的研究。这个理论假设不仅奠定了西方的中国形象研究的基础，也深深影响了中国本土的国家形象研究，其根植于西方文化想象的他者认知，对中国形象具有一定的误读和偏差性。这种对中国形象的误读随着西方文化在世界范围的影响力提升，甚至影响到了发展中国家对中国形象的认知。

从研究对象来看，当前研究以文字资料为主要研究对象，研究范围较窄。实际上，图片、网络媒体、影像等都应作为中国形象研究的对象。所谓多模态话语是指运用听觉、视觉、触觉等多种感觉，通过语言、图像、声音、动作等多种手段和符号资源进行交际的现象，当今大众媒体语篇日趋多模态化，对多模态语篇展开研究是今后的趋势，将成为国家形象研究的重要部分，也将丰富国家形象研究。

^① 爱德华·萨义德. 东方主义，王志弘，游美惠，庄雅仲译. [M]. 台北:立绪出版社年版, 1999.



由上述分析可见，虽然关于中国形象的研究成果颇丰，但目前大多分布在新闻传播、政治学和文学艺术等领域，而且主要是以探讨自我认知，自我形象的塑造为主。中国形象的影像研究虽在近些年有了一些起色，但如[泰]Kulnapa Siridissakul所言，目前关于“中国国家形象”的研究视角可分为两种：一种是“他塑”，即国外媒体塑造传播的中国形象；另一种是“自塑”，即中国自己所塑造与传播的国家形象。学术界对“自塑”以及以西方国家为主体的“他塑”之“中国国家形象”已取得较为丰富的研究成果（[泰]Kulnapa Siridissakul, 2020: 34）。相对而言，对于亚洲各国，特别是东盟邻国所塑造的中国国家形象还普遍知之甚少，对面向东盟国家的影视研究重视不够。例如从泰国当代影视媒体（纪录片、广告片、故事片以及其他形式图像文本）的叙述表达话语方式分析“中国形象”以及受众影响，包括关于中国形象的视角选择、历史背景、传播解读方式等研究，就目前笔者所涉猎的国内外文献资料，仅见屈指可数的单篇论文。如谢美注意到第二次世界大战后五十多年来，随着泰国华人被同化程度的不断提高，华人生活和意识形态发生了巨大变化，他们越来越融入泰国社会中，对泰国的认同感也越来越强，对祖籍国的感情则越来越淡薄，汉文化对他们的影响也渐渐消失，这一现象在泰国电影青春片三代华人的形象中得到展现（谢美, 2011: 41）。

二、研究价值和意义

(一) 研究价值

尽管已有大量关于中国形象的研究，但大多聚焦于新闻传播、政治学和文学艺术等领域，且主要关注自我形象的塑造。对于通过影视媒体展现的中国形象，尤其是在泰国等东盟国家的影响和受众接受度方面的研究相对较少。自“一带一路”倡议提出以来，中国与沿线国家贸易合作不断深化。东南亚地区是“海上丝绸之路”的首倡地也是全球海外华人聚居的地区，但是以泰国为代表的东盟国家民众（包括华裔新生代）对中国的刻板印象的客观存在，给中国形象与国家话语体系建构带来了严峻挑战。面对这一地区国家政治、经济、文化、民族、宗教复杂的特点，结合信息时代媒体传播特征，中国在建构“自我认知”形象的同时，更应该主动积极探析“他塑”形象的客观面貌，才能做到“知己知彼”，全面认知。

泰国与中国地理位置接近，且具有鲜明的多元文化特点。印度文化、中华文化、伊斯兰文化和西方文化都先后在这一地区传播，加上本土泰族文化，形成了一个文化“多棱镜”。从这一多棱镜中折射出的“中国形象”受其自身的地理、历史、政治等因素影响，蕴含了其理解周边环境、分析国际问题的特殊知识和经验基础。传统的泰华移民由离散散居发展为跨国散居族群，他们不再面临迫于无奈寓居他国，可以随时回到祖籍国和出生地，并辗转其间，于是“‘离而不散’、‘回而又走’逐渐成为华人跨国散居族群的生存常态”（温明明, 2019:69）。跨国散居的海外华人不仅拥有多重文化身份，还携带了中国的传统文化记忆，跨文化传播和对话则成为一种文化需求和社会常态。泰国影视剧中有不少华人题材的作品，反映泰华社区华裔的生活，塑造



华人形象，表达移民、爱情、记忆、乡愁和文化身份等主题内容，这些影像虽无宏大的叙事和厚重的历史感，切入点细微，但其创作原则几近相同，都是在尊重史实的基础上，将历史尽可能客观、全面地投射在荧屏上。如在《跟阿公住在一起》《暹罗之恋》《荷尔蒙》等影视剧里，老一辈华人仍保留着说汉语方言的习惯，包括阿公、阿嫲这些人物称谓的保留，在着装、建筑、家居摆设样式上保持着原有中式生活特点。华二代虽很少讲中文，但在生活里少不了听中文歌曲、喝茶、祭祖等文化元素，甚至有像电视剧《血浓于水》中那种因重男轻女引发的家庭矛盾。影像构建的历史话语和文化记忆通过这种方式被记录和还原。

(二) 研究意义

在当前全球化的背景下，国家形象的塑造和传播对于国家的发展和国际地位的提升具有至关重要的作用。通过对泰国影视媒体中中国形象的深入研究，我们可以更全面地了解泰国民众对中国认知和理解，进而为中国的对外传播和形象塑造提供有针对性的建议和策略。

首先，本研究有助于增进中泰两国人民之间的相互理解和文化交流。通过对泰国影视媒体中中国形象的剖析，我们可以发现其中所蕴含的文化元素和价值观，从而更好地理解泰国人民对中国的情感和态度。影视作品作为视听兼备的大众传媒，能够提供给观众广阔的文化体验，并促进文化多元性和互相了解。同时其审美价值和人文精神也一直是创作者所推崇的。随着世界各地的“中国热”不断升温，泰国更是以影视作品塑造中国形象这一形式做出了特殊回应，在作品中更为主动地接纳并呈现丰富多元的中国元素。在此发展潮流推动下，泰国影视文化传媒开始接触、认知越来越多的中国元素符号、中国传统文化、中国题材故事，这也让中国形象不断得到加深巩固，更得到了国内外观众热切关注。如近年来在国际影视界家喻户晓的泰国功夫巨星托尼·贾所出演的《拳霸》等功夫片中，就融入了中华功夫文化元素。对此，泰国学者拉克桑·维瓦纽辛东认为泰国功夫片的成功是“对于香港武术、功夫电影的吸收和借鉴”，例如托尼·贾在功夫影片中所展示的高危险场景、高难度动作均借鉴了成龙电影里的中国传统功夫文化形象（[泰]拉克桑·维瓦纽辛东、张仲年，2011:45）。

其次，本研究可以为中国的文化传播和形象塑造提供借鉴和参考。泰国作为东盟国家之一，其影视媒体对于塑造和传播中国形象具有重要影响。通过研究泰国影视媒体中中国形象的呈现方式和受众接受度，可以总结出一些有效的传播策略和方法，为中国在其他国家和地区的文化传播和形象塑造提供有益的启示。泰国早在1950年就热衷于用泰文传播我国《射雕英雄传》等经典武侠文化作品，由于当时跨文化传播技术落后，泰国记者甚至久居香港，就为了每天以刊载形式对《射雕英雄传》进行泰文翻译，再“用广播的形式转播给全泰国人民收听”（刘高杰，2023:63）。此后，泰国先后引入或翻拍过《西游记》《还珠格格》《三生三世十里桃花》等多部中国影视艺术经典作品。通过多年的实践探索，自2020年到2023年间，出现了由泰国本土精心打造《以我的心诠释你的爱》《深宅绅士》等一批充满中国元素符号和典故素材的现象级电视剧作品，原创武侠剧《侠客剑心》中更是全部采用借鉴了中华文化元素的拍摄手法，这些剧作出海后获得



较大的反响，从他者内部去呈现他者的深层文化逻辑，不带有意识形态的宣教，片中自制的中文歌曲与人物角色的命运贴合度高，历史典故运用与故事的融合十分自然，体现了一种润物无声的人文价值表达，随之也带来较好的商业价值。

中泰影视文化的融合发展不仅彰显了“中泰文化的亲缘性、泰国文化的丰富性、中泰合作的密切性”（陈婉君，2023:241），也有利于两国影视文化产业的沟通与交流，为增进两国文明互鉴做出了独特贡献，也凸显了在此背景下展开泰国影视剧中“中国形象”问题的研究探讨的重要意义。在“一带一路”构建人类命运共同体的倡议推进下，以中国、泰国等六国为主体还推动了“澜湄影视文化共同体一体化”发展，让中国与湄公河流域各国之间建立了睦邻友好关系。通过对泰国影视媒体中的中国形象进行分析，可以揭示不同文化背景下对中国形象的认知和解读差异，进而增进对不同文化的理解和尊重。这有助于推动中泰两国在文化领域的交流与合作，促进双方文化的共同繁荣（李淼，2022: 140）。

三、研究理论逻辑

（一）跨文化传播学视角

美国人类文化学者爱德华·霍尔，他在《无声的语言》这部著作中首创了跨文化传播一词，20世纪70年代，跨文化传播学成为传播学的一个分支。跨文化传播，指处于不同文化背景的社会成员之间的人际交往与信息传播活动，也涉及各种文化要素在全球社会中迁移、扩散、变动的过程，及其对不同群体、文化、国家乃至人类共同体的影响。跨文化传播分为两类，第一，日常生活层面的跨文化传播，主要指来自不同文化背景的社会成员在日常互动过程中的矛盾、冲突与解决方式；第二，人类文化交往层面的跨文化传播，主要是指基于符号系统的差异，不同文化之间进行交往与互动的过程与影响，以及由传播过程决定的文化融合、发展与变迁（周宁、张春晓，2014:1）。影视作品的传播显然属于后者。影视传达信息与观念，向我们展现了原本并不了解的世界与生活方式。这种艺术形式有利于不同国家、民族之间的情感交流、信息传递，可以全面推动国家或地区间文化输出与交流，全面塑造国家形象。

（二）跨文化形象学视角

作为一种充满活力的比较文学研究新方法，形象学适用性极广：既可用于文学研究，亦可用于非文学研究（如史学、政治学、新闻传播学）；而作为一种大众媒介，影视作品某种程度上也可以将之看作为文学的一种表现形式，虽两者的表现手法不同，但它们在叙事、塑造人物、情感表达和社会文化背景的展现等方面都有着相似之处。

研究一国文学及文化中的异国形象及其所蕴涵的意义，通过文学、历史文化中的形象了解民族与民族之间的互相观察、互相表述和互相塑造，借助形象学研究这类形象是怎样被制作出来，又是怎样生存的，这不仅对他者有着认识意义，对主体自身的认识也具有批判性。这方面较有代表性的



成果是厦门大学周宁教授，其研究主要探索“西方的中国形象”“世界的中国形象”和“中国的自我的想象”三组课题，探讨的问题核心为跨文化对话背后所隐藏的知识与权力的关系。在西方的中国形象问题上，存在中国自我认同和西方强制解构等问题，需要从西方对异国知识文化的权力结构中解放出来，进而承担中国文化自觉使命，增强中国的文化软实力，为国际世界塑造中国形象，这也成了跨文化形象学的中国当代使命（周宁、张春晓，2014:1）。

西方的中国形象是西方文化关于‘他者’的想象性表述，也就是西方文化对东方形象的审视。跨文化形象学“东方化”的问题，也是亚洲或东方的中国形象属于新的论域与问题，如印度与日本的中国形象，发现他们表述中国的知识框架与价值立场都是“自我东方化”的，中国形象不过是“去东方化”与“彼此东方化”构筑的文化他者，目的在西方现代性世界观秩序中确认自己的文明身份，不论日本或印度，都不可能在西方中心主义话语外表述中国，也不可能在西方中心主义话语之外认同自身；亚洲不同国家的中国形象，不仅意味着该国与中国的双向文化想象关系，更重要的是意味着不同东方国家面对西方现代性进行彼此参照、自我确证的三角关系（周宁，2006：9）。

（三）符号学视角

迄今为止，符号学仍是西方最具活力的文艺理论流派之一，该理论体系分支流派庞杂。文化符号学作为塔尔图—莫斯科符号学派的重要成果，其理论内涵丰富，思想博大精深。电影符号学也成为其整个符号学理论中的一个重要组成部分。国家形象是以代表国家特征的客观存在物为基础，经过一系列建构和传播，最终以客观实在或者主观反映的形式，表现出来或者抽象出来的被受众感知的意象。国家形象可以细分为多个不同的层面，可以是客观存在的视觉形象，也可以是主观反映的抽象概念；可以说，国家形象以多种不同元素交织的形式存在，构成一个庞大的符号表意系统。而对于这个符号表意系统的阐释，需要使用符号学研究方法。

国家形象的建构包括物化层面与符号层面。所谓物化层面是指一个国家的政治体制、科技创新、经济实力、军事力量、国民素质、商品制造、自然资源以及外交活动等物化形态；而符号化层面则是指一个国家的价值取向、意识形态、媒体报道、影视与文化艺术作品、领导人的讲话以及各种国家形象的宣传与营销等。一国的国家形象建构，很大程度上是通过各种媒介和它们所传播的符号（如文字、声音、影像等）来实现的（吴飞、陈艳，2013：10）。



四、研究方法和路径

(一) 借鉴传统的文学文本细读

1. 影视作品中的华人形象研究

让-马克·莫哈指出“异国形象属于对一种文化或一个社会的想象”^②，这就说明文本文学研究超出了文学审美范畴，甚至成为人类学、历史学的研究对象。而几乎所有的文学作品都是基于这样的文化背景下所创作，因此形象学研究就必须按照跨学科的方法进行，这也让纯粹的文本文学创作者心生不满（让-马克·莫哈，2001：23）。为了扭转这种情况，比较文学形象学的研究对象开始向文化对象转移，也就是从文学中的他国形象视角实现形象学文化转向。

文学作品中华人形象可以被定义为外界对华人群体的认知和理解，是对华人在社会、文化和媒体等方面的形象建构和反映，尤其离不开强势媒体的介入和助推。华人形象不仅涉及个人层面的认知和观念，也反映了华人社群在公众舆论中的地位和影响力。通过研究文学，包括影视作品中的华人形象，可以理解华人社群的多样性和复杂性对华人形象进行研究，能够提供认识和理解华人社群所面临的挑战和机遇这一视角，为改善和塑造华人形象提供有效的指导和策略。由海外华人创作的文学被称为华人离散文学，最早是以19世纪的东南亚华人移民和20世纪欧美华裔留学生两类群体为代表。直到进入新世纪以后，由跨国散居华人创建的新移民文学成为华人离散文学时代主流，并且呈现出异军突起的发展势头，他们的文学作品具有跨文化传播效应，也因此被称为“一种建构在跨国散居美学基础上的跨界诗学”（李有成，2013：159）。

目前学术界已有不少学者关注泰华文学中华人形象研究。如塔克·查洛姆蒂亚拉纳通过华人形象在20世纪泰国文学和文本作品中的表现这一主题的探索，表明认同泰国华人的泰国身份不会削弱泰国人本身的身份，而泰国华人也不会因为接纳了泰国身份而削弱其对祖先文化的自豪感（[泰]塔克·查洛姆蒂亚拉纳，2023：79）。也许正是这种共同意识，巩固了华人融入泰国社会的基础。全莉则认为植根于泰国文化土壤中的华人题材小说，展示了华人过番的历史长卷和泰华社会斑斓多彩的民生图景（全莉，2022：119）。在“你中有我，我中有你”的华泰民族共生共融的社会关系下，逐渐形成基于华人商业形象、社会形象和传统文化形象的“中国观”。金勇研究了泰国文学中的华人形象，发现泰国华裔群体文学创作中出现了中国优秀文化传统形象学符号，如勤劳质朴。《做一个好人》展现了新时期泰国文化对中国华人群体的包容，重塑了华人在泰国文化中的形象（金勇，2021：139）。

从以上梳理，可发现在目前的“中国形象”研究领域中，国内学者更多地集中在基于文学文本的范畴及采用比较文学的研究范式进行研究，在该领域形成了一定的理论研究成果，这为更为广泛的跨文化形象学研究奠定了较丰厚的理论基础。

而在泰国高收视率的影视剧中，亦可观察到不少是根据近现代泰国文学史上的华人题材小说改

^② [法] 让-马克·莫哈. 文学形象学的研究史及方法论. [M]. 北京：北京大学出版社，2001.



编而成的。其中，华裔作家玉·布拉帕创作的泰文小说《与阿公在一起》描绘了逃难至泰国的华人所经历的一系列家庭悲欢离合的故事。该小说获得了泰国国家图书节优秀小说奖，并被选为中学课外读物。另外，喜爱关注唐人街的巴帕宋·谢成功以华人黑帮和华商为创作对象，创作了深受读者喜爱的作品《龙腾暹罗》和《新唐》，这些作品都在20世纪90年代被改编成电视剧或电影，成为广受欢迎的佳作。Sanpaothong 著写的《牡丹花尾瓣》也是一部华人题材小说，进入新世纪后，该小说也被改编成电视剧，受到观众的热烈喜爱。值得一提的是，过去小说改编成电视剧的情况已经发生了改变，现在还出现了电视剧带动小说创作的趋势。例如，华裔导演颂裕·素玛戈南受香港电视连续剧家庭矛盾冲突的启发，执导了华人题材电视剧《血浓于水》。这部剧讲述了一个华人家族发生离奇血案的故事，主角名为“吉拉阿南”（泰姓，寓意昌盛）。该剧于2018年7月播出后深受泰国观众好评，剧情跌宕起伏，人物关系错综复杂，吸引了广大观众的关注。剧作家叻泰宛·翁斯拉萨瓦是参与电视剧剧本创作的主创人之一。在泰国民意出版社的邀请下，他将剧本改编成同名小说，次年小说推出后同样引起了强烈反响。传统纸媒与现代传媒的互动和融通，为塑造华人形象和讲述泰华故事提供了更大的想象发挥空间和更多的选择和可能。这种互动和融通不仅丰富了创作者的创作素材，也为研究文学作品及大众传媒中的中国形象提供了更为丰富的素材。

与此同时，泰华形象也对中国形象“他塑”产生了复杂影响。东盟国家作为海外华人数量最多的地区，对中国形象的认知不仅存在镶嵌着各国文化投影的想象认知，还受到所在国家华人表现以及华人自身“历史认知”的影响。在此，不同文化的横向“想象认知”和曾经源于同一文化的纵向“历史认知”交织在一起，对于中国形象的动态现实塑造，就更为复杂了。华人的现实表现及其对于“祖籍国”形象的言语表达，也成为各国对中国形象“他塑”的重要参数。就目前泰国华人对中国形象的认知情况看，老一代华人依然充满着浓郁的热爱和关切，为所在国与祖籍国之间的交流不遗余力地做出贡献。而新生代华裔大多实现了由“落叶归根”向“落地生根”的角色转变，他们对于祖籍国的认知甚至比所在国的原住民更为复杂——不仅包含现居国的民族文化想象，还偶有类似西方“香蕉人”的内心挣扎，少数甚至耻于国际社会对中国形象的负面宣传而不愿承认自己是华裔。因此这些华裔新生代矛盾的态度渗透到对中国形象的“他塑”过程中，呈现一种错综复杂的怪相，需要深入辨析。

2. 影视作品中的“离散”主题研究

2012版《牛津电影研究辞典》明确指出：“离散电影是指由居住于西方的原殖民地、流亡者或者移民个体及其后代所摄制的并以呈现离散的、移民的或者后殖民体验为主要内容，探讨家庭、身份、代际冲突与联系以及关于奴隶制反思议题的电影。而离散族裔理论主要研究散居族裔的历史、身份认同、文化传承和社会影响等方面，而早期的研究历史可以追溯到20世纪60年代，当时学者们开始关注殖民主义历史和移民现象对族裔群体的影响。传统离散族裔理论存在“身份意识上的矛盾、恐慌和焦虑”（张洪凯，2014：107）、文化认同中的文化冲突和生存矛盾。

而“离散电影”则源出多头，较早脱胎于哈米德·纳菲西（Hamid Naficy）之《口音电影：流亡



与离散电影创作》(An accented cinema: exilic and diasporic filmmaking)一书中所提出的“口音电影”(accented cinema)的概念，他将后殖民时期以来，散居、流亡于西方的第三世界的电影人自20世纪60年代以来的电影创作称为有口音的电影。他认为，20世纪50年代末到70年代中期，由于世界的解殖化运动和冷战结束以后，社会主义的挫折、全球化的影响以及西方移民政策的调整助推了人口的国际大迁徙，那些因迁徙而客居他乡的导演创作的电影被称为“口音电影”，具体可以包含三类：即流亡电影、离散电影和族裔电影(Hamid Naficy, 2001: 10)。将离散电影纳入电影史讨论的则是美国著名电影史学者大卫·波德维尔及其夫人克里斯汀·汤普森所著的《世界电影史》，书中认为“随着殖民体系的崩塌和全球化的推动，由人口流动所造成的一张纵横交错的流散网，人口的迁居制造了一种‘世界电影’的形态，而关于离散和迁徙的电影形成了一种离散电影(acinema of diaspora)”(大卫·波德维尔，克里斯汀·汤普森, 2014: 941)。

而实际上，中国作为世界上最大的移民人口国之一，除了北美以及欧洲国家是中国移民的主要移居地，近代以前就有大量的东南亚移民，这些移民人群在泰国、印尼、越南及南洋地区形成庞大的离散人群，在移民史中创造衍生出了不少的离散文艺作品，其中也包含具有家园故国、原乡记忆和身份认同等特点的离散电影。相对于小说等华裔离散文学作品的关注，学界对华裔离散电影的研究力量和水平层次还显得较弱，在高度全球化的当下，人口迁徙与文明碰撞愈发频繁和激烈，同时带来的种族关系与文化差异矛盾也愈发突出，相信离散电影会为华裔电影学术研究提供了新的视角。

3. 影视叙事下中国故事在地化传播研究

“在地”的英语表述为 Site-specific，“在地”也称为“特定场域”。“在地”具有多元语义，它最初聚焦于与特定场域有关的物理空间领域，比如某些建筑与当地自然和人文环境相契合的“在地性 (In-Situ) ”；后来它又被投射于艺术生产领域，指代艺术作品与其所在地的文化和社会结构相互关联的“在地性 (Site-Specificity) ”，再后来“在地性”又拓展到了更为广泛的社会学、心理学和人类学等学科领域中(易雨潇, 2018: 61)。

对于一个民族和国家来说，故事应在建构某种可信的价值观和存在意义之上，每个民族都有自己的神话系统，这就是可识别的民族符号。中国历史源远流长，古老而丰富的中国故事和历史典故却远未充分开发。而博大精深的中华文化使得他者在讲述中国故事时，在内容上有着较大的丰富性与题材上的多变性。通过影视传播中国故事就是讲与中国有关的故事、中国人的故事。因此，何人讲，讲哪些中国故事，讲哪些中国人的故事就成为必要的区隔与取舍。中国形象在通过影像被“他塑”的过程中，如没有很好地进行“在地化”处理，那么对于缺乏中国历史文化感知的国外受众而言，接受语境的转变，在一定程度上会导致国外受众对中国故事的接受度大打折扣，形成一种显在的文化折扣。讲中国故事不仅仅是讲中国人的故事，讲中国自己的故事，也是讲多元文化相通共融的故事。影视IP在地化应呈现国外个体生活进而展现出中国故事与国外故事的交融，使多元文化在交流中消解异质性并达到互融互鉴的目的。



(一) 结合数字文本挖掘技术

研究方法需要由研究问题的性质来决定。文本内容分析法是学习大众传播媒体意见和倾向的一种常用的、高效的研究方法。美国知名学者客劳斯·克里本多夫 (Klaus Krippendorff) 认为内容分析法对大众传播媒体对大众的潜在性的影响和意识引导具有勘探和发掘的功能。文本分析法自身的科学性也体现于此 (Krippendorff Klaus, 2004: 15)。

异国的文艺创作者在打造影视 IP 的时候,有时建立中国角色是为了推动剧情发展而出现,有时候是为了营造笑点,他塑的中国人及中国文化形象总体上还是一种抽象符号,缺乏坚实的文化内涵,其形象的意义建立往往隐藏得比较深。在方法论方面,利用自然语言处理技术对文本进行数据挖掘的研究方法,有客观、高效的优势,可以让其得以具体显现。

如将影视剧本 (包括台词、字幕) 等资料作为大型语料库,根据内容分析法,进行类目构建,是根据研究目的和研究问题而创立的,比如为了解泰国影视的内容主题和中国元素符号运用的情况,可提取台词里有中国的关键词,包括中国人、各类中国传统元素等,将文本内容转化成可用来做统计分析的数据,接着对影像中的中国形象做进一步语义分析。

(三) 运用于国际中文教育

汉语文化教学中的文化不但是附着在语言当中的文化,交流沟通也是汉语文化教学的目的。汉语文化教学分为两种:文化知识教学及和语言结合更紧密的文化因素教学。为了达到沟通顺畅的目的,提倡同时学习文化因素和文化知识。包括文化形象在内的中国国家形象也是汉语学习者学习和理解中国文化和国情的重要内容。学术界对此也进行了相关的一些讨论。如王祖螺指出泰国作为中国重要的经贸和战略合作伙伴,以及“一带一路”建设的落实重点和优先方向,在当地民众心中树立良好的中国形象意义重大。调查研究发现,语言文化是中国形象的重要名片,汉语形象亦需积极规划。泰国汉语传播直接和间接影响民众的中国形象认知,反之,中国形象也会影响汉语传播 (王祖螺, 2018: 25)。

[泰]Kijthipong Arayapoonpong 通过研究揭示出汉语教学对泰国汉语学习者形成中国国家形象的态度具有提升意义;积极良好的中国国家形象有利于提高泰国民众学习汉语的需求。汉语教学法对泰国汉语学习者形成中国国家形象的态度存在相关性等 ([泰]Kijthipong Arayapoonpong, 2018: 46)。

李兰兰、顾梦颖研究探讨了影视作品在对外汉语教学中的价值,并认为在教学过程中引入影视文化是非常必要的。随着泰国等东南亚国家对汉语的热情不断增长,中国影视剧在这些国家得到了广泛传播,甚至在泰国的剧集中也开始出现各种中国文化元素。这一现象激发了泰国等东南亚地区人民对学习汉语的热情,对于泰国的对外汉语教学提供了很大的便利。研究通过对泰国色军府学校进行了影视文化传播教育调查,发现中国影视文化作品能够激发学生对汉语的认知理解能力,降低了泰国学生在汉语学习中的心理压力 (李兰兰和顾梦颖, 2021: 93)。



随着中国的崛起和中文的日益受到国际社会的关注，国际中文教育在全球范围内得到了极大的发展，传统的对外汉语教学法无法完全满足学生的多样化需求，多模态的教学模式已发展为新的趋势。

五、研究述评

综上所述，学界目前在影像他塑的中国形象研究理论范式、方法路径、价值效用等方面展开了深入研究，取得了一定的成果。经过文献梳理不难发现，对于东盟国家影视跨文化传播的研究相较于其他相关学科方向领域的研究成果仍相对较少。目前存在研究视域有待拓展、研究内容亟须深化、研究体系有待加强等问题。未来研究还需要进一步有针对性地深化该领域研究。

(一) 主要成就

1. 理论成果

随着全球化进程的加速，中国作为一个崛起的大国，其在国际舞台上的形象越来越受到关注。学界对于他塑视域下中国形象影像的研究也逐步深入，初步明晰了研究范式，为我们更好地理解和塑造中国形象提供了有益的参考。

从跨文化形象学的角度来看，学者们主要关注影视作品中中国元素的运用情况。这些元素不仅包括中国的自然景观、历史遗迹、传统文化等显性元素，还涉及中国人的思维方式、价值观念、社会习俗等隐性元素。这些元素在影视作品中的巧妙运用，不仅展示了中国的独特魅力，也加深了外国观众对中国的了解和认知。跨文化传播学也为研究中国形象影像提供了重要的视角。学者们通过分析影视作品在不同文化背景下的传播效果，探讨了中国形象在不同受众群体中的接受度和影响力。他们发现，成功的影视作品往往能够跨越文化障碍，引发观众的共鸣和思考，从而有助于提升中国形象的国际认可度。此外，符号学也为研究中国形象影像提供了有力的工具。学者们通过对影视作品中的符号进行解读和分析，揭示了中国形象的内涵和象征意义。这些符号可能是一部电影中的特定场景、一个角色的形象塑造，或者是一段台词的巧妙运用。通过对这些符号的深入研究，我们可以更加深入地理解中国形象的复杂性和多元性。

在以上研究的基础上，部分学者进一步对影视跨文化传播的价值展开了研讨。他们认为，影视作品作为一种重要的文化载体，具有跨越国界、传播文化的独特优势。通过影视作品，可以向世界展示中国的历史文化、社会风貌和人民精神，从而增强中国的文化软实力和国际影响力。同时，影视作品也可以促进不同文化之间的交流和理解，为构建人类命运共同体贡献力量。目前，学界在一些相关议题上已达成共识并取得一定成果。这些成果不仅丰富了中国国家形象的研究内容，也为未来的研究提供了宝贵的经验和启示。



2. 实践成果

在全球化的大背景下，中国形象在国际舞台上的塑造与传播显得尤为重要。学界对于他塑视域下中国形象影像研究理论与实践的深入探析，有助于我们从相关传播历史中汲取经验。随着“一带一路”倡议的深入推进，中国与沿线国家的经济文化交流日益加深，这为塑造和传播良好的中国形象提供了广阔的空间。特别是在与东盟各国的交往中，中国展现出了睦邻友好的外交姿态，赢得了国际社会的广泛赞誉。这种形象的变化，不仅体现了中国外交政策的成功，也为现今我们处理与南海邻国的关系提供了外交形象传播上的宝贵参考。这些成功的经验告诉我们，要塑造良好的中国形象，需要注重与沿线国家的多领域、多层次合作，推动文化交流与传播的深入开展。

3. 研究方法

学界近年来运用文献研究法、文本分析法、比较分析法等从传播学、符号学、形象学等学科视角推进中国形象影像的研究。研究方法的广泛运用有利于该领域研究的深化拓展。

(二) 研究局限

1. 研究视域有待拓展

在学科视角的层面，尽管已有不少学者运用传播学、符号学、形象学等多元化的研究范式对影像中的中国形象进行了深入的探讨，但这一领域仍然缺乏一个较为完善的多学科融合分析视角。目前的研究多侧重于单一学科的理论框架和方法论，未能有效地将不同学科的理论和观点进行有机整合，从而形成一个全面而深入的分析框架。

传播学视角主要关注影像作为媒介如何塑造和传播中国形象，以及这种形象对受众认知和行为的影响。符号学则侧重于解读影像中的符号和象征意义，探究这些符号如何构成和传达中国形象。形象学则更加关注影像对中国形象的建构和重塑过程，以及这种形象在不同文化和语境中的差异和变化。这些研究视角虽然各有其独特之处，但往往缺乏相互之间的沟通和融合。这就导致了在解析影像中的中国形象时，难以形成一个全面而深入的认识。

另一方面，针对影像中的中国形象这一研究领域，学界多从中国形象自塑与对外传播的角度展开。这一角度主要关注中国自身如何通过影像来塑造和传播自己的形象，以及这种形象在国际上的接受和认可程度。然而，从他者视角展开的研究仍相对薄弱。

2. 研究内容亟须深化

现有的中国形象影像研究主要聚焦在跨文化传播和文本解读方面，其研究内容上有待突破与深化。一方面，缺少了从影视传播学和形象学的理论依据、现实需要等方面系统的剖析梳理，导致对历时性研究不足，同时也尚未摆脱传统西方的“中国形象”研究的视角，造成了对东方的中国形象研究的弱化；另一方面，由于尚未形成该领域研究的学术共同体，科研机构之间缺乏紧密的联系与



合作，研究力量也存在地区发展不平衡的问题，研究内容整体存在碎片化现象，导致研究缺乏系统性，内容的深度与广度也有待合力发掘完善。

3. 研究理论体系有待加强

科学的理论体系作为学术研究的基础，对于学科研究的进一步深化具有举足轻重的支撑作用。它不仅能够为研究者提供坚实的理论基础，还能够指导研究方向，确保研究的科学性和严谨性。在中国形象影像的研究领域，科学的理论体系同样发挥着不可或缺的作用。

目前学界对于中国形象影像的研究尚处于基础研究阶段，尚未形成完善的理论体系。在已有的研究过程中，个性化的解读占据了较大比重，而学术阐释相对较少。这种现象在一定程度上限制了研究的深度和广度，使得研究结论往往缺乏足够的理论支撑和说服力。为了克服这一问题，需要尽快在宏观上构建中国形象影像的理论研究体系。在构建理论研究体系的同时，还需要注重实证研究的应用。通过收集和分析大量的数据资料，验证理论观点的正确性和适用性，进一步丰富和完善理论体系。

(三) 研究展望

纵观国内外对“中国形象”的研究，可以看出中国形象的确已经引起学界的关注，前人的研究成果为本研究提供了很好的参考价值。同时，关于他者文化中的中国形象也主要以探讨西方文艺作品为主。作为与其“类型化”“刻板”“妖魔化”的印象比较，同为发展中国家泰国眼里的中国形象可以起到参照和反观自身的作用。当代形象学基本原理在于形象总体分析与文体内部研究、“主体”分析以及“他者”与“我”二者之间互动性。以此为理论依据，在立足文本细读实证的基础之上，若能注重文本的内在解析，把握当代语境，并系统性地分析阐述了中国形象在泰国影视作品中建构的各种成因，则将使新世纪泰国影视作品中的中国形象清晰化和明朗化，同时结合族裔研究、跨文化传播研究、电影研究等跨学科多重理论和方法，探索泰国影视作品内的中国形象的样貌特征，基于文本分析深入挖掘泰国影视作品对中国形象的建构方式及其动因，也会为人们提供一个可供参考的模式和探索视角。

泰国影视作品中的中国形象本质上是基于他国视角下的“他者”想象物，是特定思维模式、话语方式或观念群的代表，形成过程漫长。而在全面形成后则具有某种普遍性，可以有效支配话语，对中国在他国的说法或看法具有一定参考价值。通过该类研究有助于通过研判泰国影视作品中的中国形象，深刻了解泰国影视作品塑造中国形象的内在因素、创作观念及方式从而进行自我文化反省。此外，对泰国影视作品中的中国形象研究也有助于我们反思在“一带一路”和中国东盟发展背景之下，中国如何借鉴泰国影视产业和文化输出经验。这对泰汉语教学教师如何讲述中国故事，输出优秀的中国文化也提供了较好的启示。



结语

随着全球化进程的加速，中国在国际舞台上的形象日益受到全球关注。在“他塑”的视域下，即从他国媒体和文化产品中构建的中国形象出发，对影像进行深入研究。这一过程不仅揭示了外界如何看待中国，也为我们反思和塑造更为全面、立体的国家形象提供了宝贵视角。

在对他国有关于中国影像作品的研究进行梳理后，我们发现了几个显著的趋势。首先，尽管存在文化差异和解读偏差，但多数作品都试图展现中国的发展成就、文化多样性和人民的精神面貌。其次，随着中国在国际事务中扮演的角色越来越重要，关于中国的影像作品也呈现出多元化的主题，从政治、经济到社会、文化，都有涉及。然而，也不可避免地存在一些刻板印象和偏见，如对中国崛起的担忧、对传统文化的误解等。研究的成果在数量和学科分布上都体现出丰富性和多样性。

在研究方法上，研究者们采用了跨学科的观察视角，结合了传播学、文化学、电影学等多个学科的理论框架，以期更全面地解读这些影像作品。同时，也注重实证研究，通过大量的案例分析和数据支撑，使研究结论更具说服力。同时，他们在研究的过程也遇到了一些挑战。例如，如何准确界定“他塑”的边界，如何客观评价影像作品中的中国形象等。

经过深入的分析和研究，得出以下结论：首先，他国媒体和文化产品中的中国形象是一个复杂多面的图景，既有积极的展示，也有消极的偏见，需要辩证分析；其次，影像作品包含视觉、听觉和语言三要素，因此，需要更加重视用跨学科的方法进行多模态地研究和分析；最后，也应反思如何更好地塑造和传播中国的国家形象，以更加积极、开放、包容的姿态展现在世界面前。展望未来，期待中外学者携手深化这一领域的研究，探索更多元化的研究方法，为中国国家形象的塑造和传播贡献更多的智慧和力量。

参考文献

- [美]大卫·波德维尔, 克里斯汀·汤普森. 世界电影史(第二版). [M]. 范倍译. 北京:北京大学出版社, 2014.
- [泰]KIJTHIPONG ARAYAPOONPONG. 泰国汉语传播对中国国家形象认知影响研究. [文学博士论文]. [D]. 北京: 中央民族大学, 2018.
- [泰]KULNAPA SIRIDISSAKUL. 泰国主流媒体中的中国国家形象(2013--2019 年). [文学博士论文]. [D]. 上海: 上海外国语大学, 2020
- [泰]拉克桑·维瓦纽辛东, 张仲年. 泰国电影研究. [M]. 北京:中国电影出版社, 2011.
- [泰]塔克·查洛姆蒂亚拉纳, 张婷. 20 世纪泰国文学作品中华人形象研究. [J]. 南洋资料译丛. 2023, (01):41-80.
- Krippendorff Klaus. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. [M]. CA:Sage, 2004.
- 陈婉君. 喜剧电影《泰囧》《唐人街探案》中的泰国形象研究. [J]. 新闻研究导刊. 2023, 14(20):241-243.



金勇. 泰国对华人群体“中国性”认识的嬗变——以泰国文学中的华人形象为例. [J]. 东南亚研究. 2021, (2) :135–152.

李兰兰, 顾梦颖. 中国影视文化传播下的对外汉语教学——以泰国色军府为例. [J]. 浙江工商职业技术学院学报. 2021, (3) :92–96.

李淼. 构建澜湄影视文化共同体的路径研究. [J]. 民族艺术研究. 2022, (2) :140–148.

李有成. 离散. [M]. 台北: 允晨文化实业股份有限公司, 2013.

刘高杰. 《射雕英雄传》海外传播启示. [J]. 书屋. 2023, (3) :62–64.

蒙象飞. 中国国家形象话语体系建构中的符号媒介考量. [J]. 昆明: 云南社会科学. 2017, (5) :44.

全莉. 泰国华人题材小说及华商形象探析. [J]. 南方文坛. 2022, (06) :117–122.

让-马克·莫哈. 文学形象学的研究史及方法论. [M]. 北京: 北京大学出版社, 2001.

沙扬. 论泰国电影美学的演进(1950年代至今). [博士学位论文]. [D]. 上海: 上海戏剧学院, 2016

王亦高, 李铁林, 黄昱璋. 符号学视角下的散居族裔身份建构——以泰国火船廊华人诗歌为例. [J]. 东南传播. 2022, (9) :93–95.

王祖嫖. 东南亚五国汉语传播与中国国家形象认知的相关性研究. [文学博士论文]. [D]. 北京: 中央民族大学, 2018

温明明. 从离散到跨国散居——论“全球化语境中的海外华文文学”. [J]. 华侨华人历史研究. 2019, (4) :66–72.

吴飞, 陈艳. 中国国家形象研究述评. [J]. 当代传播. 2013, (01) :8–11.

吴友富. 中国国家形象的塑造和传播. [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2009.

谢美. 泰国青春电影中的三代华人形象浅析. [J]. 电影评介. 2011, (2) :41–42.

易雨潇. 重新思考空间——Site-Specific Art 与在地艺术. [J]. 上海艺术评论. 2018, (05) :61–64.

张洪凯. 族裔散居理论视角下美国犹太文学中的身份困境与文化认同. [J]. 北方文学(中旬刊). 2014, (5) :107.

赵毅衡. 符号学: 原理与推演. [M]. 南京: 南京大学出版, 2016.

周宁, 张春晓. 跨文化形象学: 辩驳与猜想. [J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版). 2014, (4) :1–6.

周宁. 亚洲或东方的中国形象: 新的论域与问题. [J]. 人文杂志. 2006, (06) :1–10.



Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname (姓名) :
	XIE NAFEI
	Highest Education (最高学历) :
	Doctoral Candidate
	University or Agency (任职院校或单位) :
	College of Chinese Studies, Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域) :
	Teaching Chinese
	Address (地址) :
	88 Tripetch Road, Wang Burapapirom, Pranakorn, Bangkok, Thailand 10200

Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名) :
	LI YINSHENG
	Highest Education (最高学历) :
	Ph. D.
	University or Agency (任职院校或单位) :
	College of Chinese Literature, Guangxi University
	P.R. China Field of Expertise (专业领域) :
	- Ancient Chinese Literature
	- Teaching Chinese to the speakers of Other Language
	Address (地址) :
	No. 100Daxue Rd., Nanning, Guangxi, P. R. China. 530004