

比利时来华留学生中国形象认知发展研究

张建琴 崔文慧 阮氏草云

辽宁大学国际教育学院 辽宁沈阳 110036

摘要：国家形象是一个国家在国际社会中通过其行为、政策、文化等多方面因素所形成和展现出来的总体印象和认知。本文通过对33名比利时来华留学生进行问卷调查，分析其来华前后中国形象认知的发展情况及其影响因素。结果表明：留学生在来华后对中国的经济、社会治安、公共设施等方面的评价较来华前获得显著提升，对中国传统文化与科技发展的关注度较高并认为中国在环境保护和国际合作方面仍具改进空间。基于此，提出提高媒体传播质量、加强跨文化交流合作、完善教育服务体系等策略，为塑造立体中国形象提供参考。

关键词：中国形象；比利时；来华留学生；跨文化认知

前言

国家形象是国家“软实力”的重要组成部分，对一国的政治、经济、文化、外交等各个领域都具有深远影响。如今，世界各国都在积极塑造自己的国家形象，中国也是如此。留学生作为文化交流的桥梁和纽带，是文化传播的使者，是中国故事的讲述者，在传播中国形象方面，发挥着不可估量的作用。本研究以比利时来华留学生为研究对象，通过调查问卷和数据分析，探讨其对中国形象的认知的特征和变化情况，分析影响其认知发展的影响因素，为帮助留学生更好更全面地了解中国提供抓手，增强中国形象在国际社会的认可度和影响力。

一、研究方法与样本特征

（一）研究方法

本研究对比利时来华留学生进行问卷调查，研究其中国形象认知情况，尤其是来华前后认知的变化情况。问卷共分为五个部分，分别为个人信息、对中国的初始印象、来中国留学前后的认知对比、在中国留学期间的认知变化以及对中国形象的综合评价，共回收有效问卷

基金项目：本文系教育部中外语言交流合作中心2023年度国际中文教育研究课题（青年项目）“比利时来华留学生中国形象认知动态发展研究”，（编号：23YH71D）的研究成果。

作者简介：

张建琴，辽宁大学国际教育学院讲师；
崔文慧，辽宁大学国际教育学院硕士研究生；
阮氏草云，辽宁大学国际教育学院硕士研究生。

33份并通过Excel等工具进行数据的统计和分析。

（二）样本特征

受访者中，女生占66.67%，男生占33.33%。受访者年龄以21—30岁为主（78.79%），学习汉语的时间均在1年以上，其中，1—3年和3—5年各占45.45%，5年以上占比9.09%。受访者来华留学时长集中在1—6个月（78.79%）。另外，84.85%的受访者为非华裔，且81.82%的受访者无中国亲属。

二、研究结果

（一）对中国的初始印象

比利时来华留学生在来华前对中国的主要印象来源为网络媒体信息（75.76%），可见网络媒体是留学生了解中国的主要渠道。其次是学校教育（63.64%），通过学校教育，学生可以更为系统地了解中国。第三位是书籍、电影等文化作品（51.52%）。文化作品在中国历史、政治、经济等各个方面发挥重要的作用，影响着留学生对于中国形象的认知。除上述三种形式之外，还有传统媒体报道、与中国人接触、家人朋友介绍等方式共同塑造了比利时留学生对中国的印象，并且影响着人们对中国的认知和态度。

（二）来华前后认知对比

本次调查的核心部分是留学生来华前后的认知发展情况，通过对留学生来华前后对中国的自然景观、经济、社会治安、公共设施、中国文化、中国人的认知情况对比，全面刻画比利时留学生对中国形象认知的变化。

对中国自然景观的认知：来华后，69.7%的留学生认为中国自然景观非常美丽壮观，这一比例较来华前有明显提升。30.3%的人认为比较美丽壮观，虽较来华前

有所下降，但仍占较大比例。

对中国经济水平的认知：来华前，有33.33%的留学生认为中国经济水平非常高。来华后，这一比例下降至15.15%。来华前，33.33%的人认为中国经济水平比较高。来华后，这一比例显著上升至57.58%，成为最主流认知。另外，来华后，认为中国经济水平比较低和非常低的比例均降至0%。

对中国社会治安的认知：来华前，仅有24.24%的人认为中国非常安全，来华后，这一比例提升至69.7%，认为中国治安是比较危险和非常危险的人数下降到0.00%。显示出来华后大部分留学生对中国的治安情况的评价有所提高。

对中国公共服务设施的认知：来华前，认为中国公共基础设施完善情况一般的留学生居多（62.50%），来华后，更多人选择非常完善（24.24%）及比较完善（63.64）选项。可以看出，来华后，比利时留学生对中国公共设施的正面评价明显增加，评价更为积极。

对中国文化的认知：来华前，比利时留学生认为中国文化非常有魅力的人数为0，认为比较有魅力的人数比例为84.85%，占主体地位。来华后，认为中国文化非常有魅力的比例上升至48.48%，认为比较有魅力的比例同为48.48%。从上述数据来看，来华后，留学生对中国文化的好感度有了进一步的提升^[1]。

对中国人的认知：来华前，9.09%的人认为中国人非常友好，33.33%的人认为比较友好。来华后，评价为“非常友好”及“比较友好”的比例分别上升为27.27%和66.67%。可见，来华经历增强了留学生对中国人的友好感受。与此同时，对中国人持负面评价的人数也在来华后大幅减少。

从这一部分的调查可以看出，比利时留学生来华之后，对中国的多个方面的评价都有所提高，一些负面评价有所减少或者是消失。这表明，他们来到中国切身融入中国社会中、切实感受到中国的文化和风土人情之后，对中国的形象认知变得更加积极。

（三）留学期间认知变化

留学生认为，来华后超出预期的前三项分别是交通便利程度（96.97%）、美食丰富程度（60.61%）和城市建设（45.45%）。

对于来华后的学习生活和社会融入情况，45.45%的留学生表示很少有机会与中国学生学习交流，36.36%的选择偶尔有机会与中国学生学习交流。“经常有”选项所占的比例仅为15.15%，由此可以表明留学生来华后与中

国学生学习交流较少，这提示需要增加中国学生和留学生之间的合作交流。对与中国学生交流的态度，42.42%的留学生表示可以更加了解中国学生的学习方式和思维模式，39.39%的认为对了解中国没有太大影响。表明与中国学生学习交流是一些留学生认识中国尤其是了解中国人的重要形式，但是也有很多留学生不通过这种形式认知中国形象。

在华期间，最受留学生欢迎的娱乐场所是购物中心（84.85%）和公园（63.64%）。另外，茶馆、酒吧、电影院、博物馆、咖啡馆、篮球场、功夫馆、名胜古迹等场所均成为其娱乐选择。多元化的休闲娱乐场所在帮助留学生感受中国的生活氛围、了解中国的消费文化以及接触中国的艺术和历史方面起到了重要作用^[2]。

另外，比利时留学生来华后参加最多的中国文化活动是书法、绘画等艺术展览（63.64%），传统节日庆祝活动（54.55%）和戏曲、音乐等表演（36.36%）也占比较高。参与这些活动有利于留学生更加深入地了解中国文化也为相关主体文化活动的组织和安排提供了有益的参考。

（四）对中国形象的综合评价

关于中国在某些方面表现出色，选择最多的包括文化遗产（75.76%）、科技创新（69.7%）以及经济发展（63.64%）。关于在未来希望中国提升的方面，占据首位的是环境保护（78.79%），其次是国际交流与合作（63.64%）以及教育质量（39.39%）。反映了留学生对环境问题的重视，对中国在全球事务中发挥更大作用的期待以及对在华期间教育质量提升的愿望。当问及是否会推荐亲人朋友来中国时，60.61%的留学生表示一定会，33.33%的表示可能会，剩余6.06%的表示不确定。上述结果表明，比利时留学生在来到中国后，对中国形象持积极态度并愿意向他人传播积极的中国形象。

三、影响来华留学生中国形象认知的因素

（一）来华前：媒体主导造成刻板印象，文化差异决定认知差异

西方传统的媒体对大众了解异国形象具有导向作用，因为异国形象是超出一般人的感知之外的，人们只有通过大众媒介，才能了解到那些自己感知世界之外的东西^[3]。媒体作为信息传播的重要渠道，报道内容的角度和倾向性会直接影响受众对中国的印象。留学生在来华前，对中国形象的认知很大程度上来源于其所在国家媒体对中国的宣传与报道。这些报道直接影响留学生对中国印象甚至造成刻板印象。

文化背景对于比利时留学生对中国形象的认识也有较大的影响。中比文化差异导致比利时留学生对于中国的社会现象、价值观念和思维方式等的不同认识。例如,某些在中国被视为正常的现象或者做法,在比利时人看来可能是不符合常理的。因此,文化背景是影响比利时留学生对中国形象认知的重要原因,它影响留学生对于中国文化现象的解读与接受程度。

(二) 来华后: 亲身体验重塑多维认知, 教育干预提升文化认同

比利时留学生来到中国以后,通过亲身体验,对中国的各个方面有了更加真实的感知。他们可以看到几千年前的中国文化带给中国人的影响,感受到蓬勃发展的中国经济,也可以亲身参与到文化交流活动当中,增加与中国人的交流,培养与中国人的友谊,了解中国的风土人情,传统习俗以及价值观念。这不仅有利于他们更加直观、深刻地理解中国文化,而且可以培养他们的跨文化意识和文化敏感度,以更加开放和包容的态度去对待中国文化,消除误解和刻板印象,构建更为全面的、客观的、系统的中国形象认知。

留学生来到中国学习,学校会专门为其设置中国国情教育课程,帮助其全面了解中国的基本国情和现状,减少在来华前因为信息不足或者片面理解而形成的偏见和误解。学校还会将专业课程与文化课程相结合,帮助其在学习专业知识的同时也能了解到中国的文化和价值观念。另外,学校还会组织多种文化交流、社会实践和志愿活动,使留学生与中国人交流的同时,还能够亲身体验中国的社会现实。

四、提升比利时来华留学生对中国形象的策略

(一) 提高媒体传播质量

首先,可以通过多样化的形式,如新闻报道、专题节目、纪录片等,展示中国的历史沿革、文化习俗、社会发展现状和人民生活状况,帮助比利时来华留学生获得更加全面、客观、真实的信息。第二,可以采取生动性和趣味性更强的方式来呈现中国文化和中国故事,如短视频、动画、互动游戏等方式,提升留学生的学习兴趣,提升他们的好奇心。并且可以与比利时主流媒体和社交媒体合作,扩大中国文化的传播范围。第三,媒体可以关注国际热点和全球关注的话题,提供中国视角的分析和解读,以此帮助留学生了解中国在国际事务中的地位和作用。

(二) 加强跨文化交流合作

首先,学校可以定期开展文化交流、文化讲座和节日体验活动,邀请比利时留学生和中国学生一起参加促进文化家里,增进对彼此文化的了解和尊重。其次,鼓励比利时留学生与中国学生组成小组形式的学习伙伴关系。在日常的学习过程、工作生活和娱乐活动中,中国学生可以向比利时留学生介绍中国人的生活方式,出行习惯以及中国的公共设施建设和中国的教育方式等,帮助他们从微观的方面入手,更快地塑造中国形象,更快地融入中国生活。第三,可以设置文化角或者语言角,鼓励比利时留学生与中国学生进行语言上的学习,学习更加口语化,更加地道的汉语,从而提升中文水平,方便与其他职业和阶层的人交流,完善对中国形象的认识。

(三) 完善留学生教育和服务体系

首先,有效利用文化教育的课程,快速、集中和系统地了解中国文化,提升对中国文化的认知度。还可以在其他课程中融入中国国情内容,帮助留学生全面了解中国的发展历程、社会现状和未来发展方向。第二,鼓励教师和学生之间的交流与互动,了解到留学生最关心的事项和最困惑的问题,帮助其更好地理解和适应中国的学习和生活。第三,建立完善的管理和服务体系。在住宿、餐饮、医疗、安全等方面为留学生提供帮助与支持助力其提升跨文化适应能力。

结语

来华留学生作为跨文化交流的使者,其对中国形象的认知不仅直接影响个人对中国社会的态度与理解,还可能通过传播与反馈影响国际社会对中国的整体认知。我们应该充分发挥来华留学生“意见领袖”和“文化桥梁”的作用,塑造和传播兼具传统魅力与时代活力的更加全面、真实、立体的中国形象。

参考文献

- [1] 哈嘉莹, 尚晓燕. “一带一路”沿线国家来华留学生中国形象认知研究——基于物质文化的调查分析[J]. 对外传播, 2017.
- [2] 牟蕾, 吴勇毅, 李婷. “一带一路”国家来华留学生对中国形象的认知及传播[J]. 青年研究, 2019.
- [3] 张建琴, 寇君子. 新媒体语境下西方的中国形象[J]. 中国广播电视学刊, 2014.