

“一带一路”倡议在伊斯兰世界的传播： 战略能力与文明对话

胡 钰 景嘉伊

摘 要:伊斯兰世界与中国拥有深厚的历史交往传统,广泛的现实合作基础,是推动“一带一路”建设、共建人类命运共同体的重要战略力量。作者先后走访伊朗、阿联酋等伊斯兰国家,通过问卷调查、深度访谈、实地观察等方法,探寻“一带一路”倡议在伊斯兰世界传播中面临的挑战,研究“一带一路”倡议在伊斯兰世界传播的战略与路径。调查显示,中国与伊斯兰世界的交流中存在“双向刻板印象”问题,伊斯兰世界对中国国家形象的当代认知与未来预期存在较大反差,对中国企业在伊斯兰世界的经贸活动存在许多认识误区。在建设“一带一路”的新时代背景下加强对伊斯兰世界的传播,要着眼于构建人类新文明的战略目标,全面提升战略传播能力,加强对伊斯兰世界的认知研究,创新传播理念与手段,拓展中华文明与伊斯兰文明对话的途径。

关键词:一带一路;伊斯兰文明;战略传播;文明对话

中图分类号:G219 **文献标识码:**A **文章编号:**2096-5443(2019)02-0118-11

项目基金:国家社会科学基金重点项目(17AXW001);国家社会科学基金艺术学重大项目(18ZD21)

2013年,习近平先后在哈萨克斯坦和印度尼西亚提出共建“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的倡议。六年来,从理念到行动,从愿景到现实,全球100多个国家与国际组织积极支持并参与其中,共同打造和平之路、繁荣之路、开放之路、创新之路、文明之路。^[1]2017年和2018年,笔者先后对“一带一路”沿线的伊朗、阿联酋两个具有代表性的伊斯兰国家进行了实地调研,发放关于中国国家形象的调查问卷,^①走访当地民众、政府、企业和教育机构,重点研究在新的时代背景下,如何准确认识伊斯兰世界的历史文化、现实处境与基本诉求,提升“一带一路”倡议对伊斯兰世界的战略传播能力,促进中国与伊斯兰世界的文明对话与交往。

一、伊斯兰世界是“一带一路”建设与传播的战略区域

目前,全球共有57个国家以伊斯兰教为国教或多数居民信奉伊斯兰教,他们以伊斯兰合作组织为依托,在国际政治学范畴内被统称为“伊斯兰国家”,^[2]覆盖人口约13亿,^[3]广泛分布在东南亚、南亚、中亚、西亚和北非等地理区域。在“一带一路”重点贯通的东南亚、南亚、中亚、中东四个区域的

^① 本研究依托清华大学《全球胜任力海外实践课程》进行问卷的发放和回收。问卷主要参考中国国家外文局主持的《中国国家形象全球调查》问题设置模式,共计15题,以封闭式问题为主,配有少量开放性问题。在正式发放前根据48名清华大学在校学生的四轮试答进行修订,直至确认问卷的信度、效度良好。正式施测按照随机抽样的方法,对伊斯兰教什叶派代表国家伊朗、逊尼派代表国家阿联酋的普通民众、政府官员、企业管理人员和高校师生等群体进行现场问卷发放并及时回收。问卷发放分两次完成,第一次为2017年7月6日至7月15日,在伊朗发放波斯语和英语版本,回收有效问卷132份;第二次为2018年1月10日至19日,在阿联酋发放阿拉伯语和英语版本,回收有效问卷58份。两次共发放问卷300份,回收有效问卷190份,受访者样本覆盖18至65岁的当地居民,男女比率约各占一半,具有一定的抽样代表性,能够较好反映当地民众对中国国家形象的认知现状。

41个国家中,伊斯兰国家数量多达27个,其中更包含了印度尼西亚、巴基斯坦、哈萨克斯坦等战略支点国。^[4]中国与伊斯兰国家人口约占全球人口总数的三分之一,不论西进或南下,“一带一路”建设都与伊斯兰世界紧密关联。

伊斯兰世界是与中国共建“一带一路”的重要战略力量。从历史维度看,中国和伊斯兰世界因丝绸之路相知相交,有着天然、传统的友好关系。自张骞出使西域开辟中国与各国交往进程开始,中国对丝绸之路沿线各国的信仰和文化,包括伊斯兰信仰和文化,保持了充分的理解和尊重。在千年来的交往中,中华文化与伊斯兰文化总体保持开放交流、和谐相处的姿态。2014年,习近平在中阿合作论坛第六届部长级会议讲话中首次提出共商、共建、共享原则,并高度赞扬了中国和伊斯兰国家“坚持以开放包容心态看待对方,用对话交流代替冲突对抗,创造了不同社会制度、不同信仰、不同文化传统的国家和谐相处的典范。”^[5]2016年,习近平对沙特阿拉伯、埃及和伊朗三个伊斯兰大国进行国事访问。他强调,中国和伊斯兰国家“确立了不同文明、不同宗教、不同社会制度的相处之道,中国永远是伊斯兰国家的好朋友、好伙伴、好兄弟。中国和伊斯兰国家应该用更加宽广的眼光来看待双方合作。中方愿在‘一带一路’框架内同伊斯兰国家深化利益融合,拉紧利益纽带,相互借力,共同发展。要扩大中华文明和伊斯兰文明两大文明对话,扬正抑邪,正本清源。”^[6]

从现实维度看,中国和伊斯兰世界有着广泛的共同利益。在经济上,中国和伊斯兰国家普遍为发展中国家,近代以来长期遭受国际旧秩序盘剥,经济发展水平与发达国家差距较大。据世界银行数据显示,^[7]伊斯兰国家中仅卡塔尔居世界人均GDP排名前20位,12个国家居排名后20位。为此,谋求经济自主与快速发展的愿望普遍强烈,这与“一带一路”倡议让全球共享中国发展红利的目标高度一致。在政治上,伊斯兰世界饱受分裂与战争之苦。冷战结束后,伊斯兰世界历经海湾战争、阿富汗战争、伊拉克战争、利比亚战争四场大规模地区战争,伊拉克、阿富汗、尼日利亚、叙利亚和巴基斯坦沦为全球受恐怖主义影响最大的五国,^[8]仅叙利亚一国难民人数就高达1200万人。^[9]为此,伊斯兰世界谋求稳定发展环境的意愿普遍突出,这与中国一贯坚持的和平处理各种国际争端的主张,特别是“一带一路”构建人类命运共同体的全球治理理念高度契合。

从文化维度看,伊斯兰世界受西方价值观渗透与打击,伊斯兰文化的边缘化问题严重。特别是“9·11”事件后,美国主流话语将伊斯兰世界描述为邪恶化身,将伊斯兰文化解读为恐怖之源,凭借强大的国际传播优势,使伊斯兰文明处于撕裂和失语状态。“为配合美国提升全球反恐战争的‘正义性’,美国主流媒体一方面报道全球各类恐袭事件,另一方面致力于构建反恐文化,营造反恐舆论环境,如分析主要恐怖组织的意识形态,解读所谓的伊斯兰文化本质,以及伊斯兰世界与西方国家的关系等。‘9·11’事件后反恐的现实需求,让美国主流媒体对伊斯兰世界的报道日益政治化。”^[10]为此,重塑伊斯兰世界的文化主体性与民族自觉意识的渴望普遍增长,这与“一带一路”倡导的丝路精神、文明对话理念高度共鸣。

目前,中国和伊斯兰世界已进入全方位发展阶段,19个伊斯兰国家与中国建立战略伙伴及更高的外交关系,20个伊斯兰国家以创始成员国身份加入亚洲基础设施投资银行。这些成为中国与伊斯兰世界紧密合作的有效政治条件与经济联系。但从笔者的研究特别是实地调研情况来看,与“一带一路”建设的目标相比,中国对伊斯兰世界仍处于认知有限、报道有限、影响有限的阶段,中国的传播能力还不能为“一带一路”倡议在伊斯兰世界的发展提供有力的理论支撑、舆论环境、文化条件。

二、“一带一路”倡议的传播在伊斯兰世界面临的挑战

2013年8月,习近平在全国宣传思想工作会议的讲话中指出,新时期宣传思想工作的一项重要任务是引导人们更加全面客观地认识当代中国、看待外部世界,要讲清楚每个国家和民族的历史传统、文化积淀、基本国情不同,其发展道路必然有着自己的特色。^[11]

改革开放以来,中国学界、舆论界乃至全社会对全球化的讨论多以西方世界为圭臬,全球化等同

于欧美化甚至于美国化,对亚非拉国家的关注极为有限,对西方文化之外的多样性文化知之有限。正如汪晖所言,“至少从知识的角度说,中国的改革开放主要是向西方的开放,从而我们关于‘全球’的知识其实只是关于全球某些中心地区的知识罢了……然而,其他国家和地区的历史中包含着极为丰富的经验,那里的成就、灾难、苦痛和欢乐是现代世界的不可或缺的组成部分。任何关心当代中国和当代世界命运的人,不可能无视这一巨大而丰饶的存在。”^[12]20世纪70年代以来,受美国全球外交战略和舆论影响,伊斯兰世界受到西方关注,但总体上还是东方主义视角下的“敌视”(xenophobic)或“异域”(xenophilic)判断,仍是一种轻视、误解、虚构东方文化的思维方式和认知体系。《东方主义》作者爱德华·萨义德发现,西方舆论对伊斯兰世界的偏见严重。“不是出于某个消息不灵的或者是抱有偏见的古怪记者,而是媒体系统的普遍想法,这些误解和歪曲是系统性的,是专门针对东方,尤其是阿拉伯和伊斯兰的东方。”^[13]

长期以来,西方媒体凭借其政治经济优势,牢牢掌握对伊斯兰世界,甚至全世界的报道优势。20世纪50年代起,西方国家通过传统公共外交手段,对伊斯兰世界发动“争取心灵和头脑的战斗”,仅在1999年一年就开办了150余个电视频道。^[14]“9·11”事件直接促成了西方对伊斯兰世界研究重视度的提高与传播方法的转向,典型案例是“共同价值倡议”(the shared values initiative)的兴起。2002年,美国国务院公共事务局以生活在美国的穆斯林为主体,拍摄了系列5分钟短片,重点展示“美国与伊斯兰的价值观相通”“美国是开放包容的社会”“美国并非在对伊斯兰国家宣战”等主题,并通过互联网投放至伊斯兰世界。该运动取得了巨大成功,收视量逾2.8亿人次,系列研究^[15]显示该系列短片有效改变了伊斯兰民众对美国的敌对态度。

而我国在面向伊斯兰世界的传播领域进入晚、布局浅,人力物力投入较少。1957年中国国际广播电台首次开设阿语分支,1985年新华社成立中东地区总分社,2009年中央电视台阿语频道开播,2010年人民日报社设立中东分社,整体传播力仍有待提高。以居主导地位的卫星直播电视为例,采取“开放天空”政策的阿拉伯国家可收看来自100多个国家的600余档频道,其中既含半岛电视台、阿拉伯卫星电视台、中东广播中心等极具知名度的本土频道,也包括美国自由电视台、英国广播公司、法国24小时、德国之声、今日俄罗斯等外国电视台的下设阿语频道。根据网络电视网站FOMNY统计显示,在接近饱和的市场竞争环境中,央视阿语频道开播10个月后仅有不足百次点击量。^[16]

笔者在伊朗、阿联酋调研中,多次与当地宗教领袖、高校教师、政府官员、企业负责人等交流,对方普遍认为美国等超级大国在误导世界舆论对伊斯兰世界的认识,同时认为,中国在开展“一带一路”合作中过于重视经贸领域,忽视文化领域,中国在伊斯兰世界的国家形象是不清晰的。有美国研究机构在2010年对阿拉伯国家的民意调查显示,中国在阿拉伯世界的整体形象认可度较低,不被认为能在中东建设中发挥积极作用。^[17]笔者在2017年对伊朗的问卷调查结果显示当地公众对中国国家形象的现状与预期的强烈反差:在“国家治理良好、社会稳定”“经济发展迅速、人民生活水平高”“各民族融合发展”“倡导国际合作、对世界和平作出贡献”四项现状评价指标上,受访者普遍对中国持正面肯定态度。但在“如何看待中国未来发展”的趋势测量上,52%的受访者持不确定态度,29%的受访者认为中国将走向衰退,14%的受访者认为中国将进入低速发展期,3%的受访者认为将持续高速发展,2%的受访者认为中国将超过美国成为超级大国。见图1、图2。

同样,笔者在国内了解青年学生对于伊斯兰世界的认识,发现很大程度上也是受西方媒体误导的,对于西方媒体设置的伊斯兰世界的负面议题具有较高知晓度和认同度,甚至认为去这些国家开展实践活动是不安全的。这些“双向刻板印象”的存在会严重制约中国与“一带一路”沿线伊斯兰国家开展合作。中国面向伊斯兰世界的传播力偏弱,严重制约了中国在伊斯兰世界形成清晰、正面的国家形象。

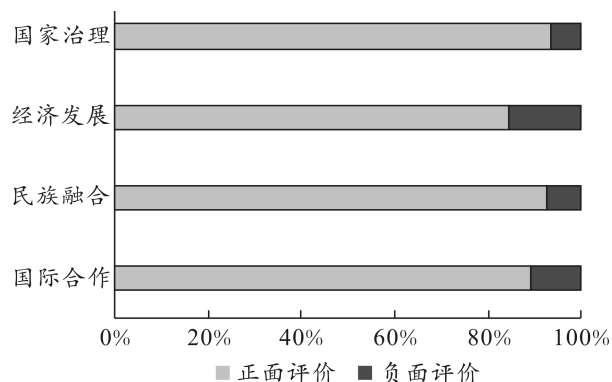


图1 伊朗民众对当前中国国家形象的认知 (N=132)

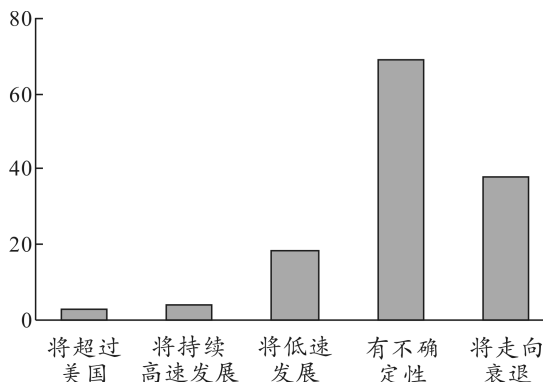


图2 伊朗民众如何看待中国未来发展 (N=132)

三、在“一带一路”建设中提升面向伊斯兰世界的战略传播能力

受制于不平衡的国际传播结构,全球信息呈现出从西方向东方、从北方向南方、从发达国家向发展中国家单向流动态势。这与世界多极化趋势、多个新兴大国崛起的现实格局相背离。借助“一带一路”重建国际舆论场规则与秩序,当务之急是大力扭转中国和广大伊斯兰国家媒体合作相对落后的发展状况,携手增强双方在国际舆论场上的表达权、话语权、传播权,在传播多元化与表达多样性的基础上,修补断裂的人类沟通之桥。^[18]

(一) 战略认知

要从战略高度认识面向伊斯兰世界传播的特殊性,增加对伊斯兰世界的研究,增加双方的熟悉感与认知度,拉近心理距离与文化认知。

与伊斯兰世界合作推进“一带一路”建设,首先,要加深对伊斯兰文明历史发展、宗教信仰和民族属性的研究。伊斯兰文明是在伊斯兰教氛围中生长发育的精神文化、物质文化和制度文化的综合体,深刻作用于穆斯林个体的身份认同、群体社会生活、国家政治体制。^[19]伊斯兰文明起源于公元7世纪的阿拉伯半岛,经四大哈里发时期、倭马亚王朝、阿拔斯王朝而日臻鼎盛。历史上,伊斯兰文明为人类发展进程做出了卓越贡献,不仅直接推动了阿拉伯分裂社会的整合统一,而且“将东西方文化熔为一炉并发扬光大,在古代科学文化向近代科学文化的发展中起到承前启后、继往开来的历史作用,对亚洲、非洲、欧洲和中国文化的发展都产生了深远的影响。”^[20]伊斯兰文明以伊斯兰教为基石与核心。伊斯兰教既是一种信仰体系、公共准则、道德律条,又是一种生活方式、文化现象,是人类企图征服自然、社会和自身而做出的一种努力。^[21]伊斯兰文明兼具统一性与多样性。统一性指的是伊斯兰文明体系内精神文化本质的趋同,是伊斯兰教传播过程中系统化、规范化和制度化的结果,表现为“认主独一”的宗教观、对《古兰经》、圣训和伊斯兰教法的遵循等。多样性指的是该文明因地区、国家、民族的差异而各具特色,它是伊斯兰教传播过程中本土化、兼收并蓄的结果。笔者在伊朗和阿联酋的调研就发现了差异较大的伊斯兰文明形态,前者以什叶派为主,后者以逊尼派为主。当然,伊斯兰文明也是动态发展的。从原始游牧特性到城居文明,从民族宗教到横跨欧亚非的世界宗教,伊斯兰文明的发展活力来源于经济的繁荣和对外扩张的成功。比如笔者在阿联酋就看到了本土性的伊斯兰宗教与多样性、国际性的世俗文化的有机融合。

其次,要加强对主要伊斯兰教派、代表国家及其间关系的认知。2010年,美国皮尤研究中心对六个伊斯兰国家进行民意调查,揭示了伊斯兰教与国家政治间的紧密关系。数据显示,54%的黎巴嫩受访者认为伊斯兰教在政治中扮演重要作用,土耳其数据达69%,印度尼西亚更高达89%。^[22]准确把握各教派与国家的权力地位,才能全面掌握伊斯兰世界结构现状。穆罕默德去世后,围绕不同政治主张和继承权争夺,伊斯兰教被分裂为两大教派。逊尼派承认伯克尔、欧麦尔、奥斯曼、阿里为合

法继承人,除《古兰经》外还根据《六大圣训集》建立了自己的学说;什叶派则只承认出生于哈西姆家族的阿里及其后裔为合法继承人,并将其首领称为受真主保佑、从不犯错的“伊玛目”。15世纪前后,逊尼派建立的奥斯曼帝国和什叶派建立的伊朗穆斯林王朝日趋极盛,强迫被征服区信仰伊斯兰教,客观上促进了横跨亚欧非的伊斯兰教文化圈的形成,并逐渐发展出阿拉伯文化圈、突厥文化圈、波斯文化圈、中亚文化圈、南亚文化圈和东南亚文化圈等不同文化圈层。

再次,要关注近当代伊斯兰世界中涌现的重大思潮和社会运动。早在2005年,美国对外关系委员会就指出,美国要在对伊斯兰国家实施经济援助与政治改革之外,理解伊斯兰国家认识世界的逻辑、珍视的宗教价值观念以及利用教义改善公共和私人领域道德与秩序的渴求。^[23]20世纪以来,伊斯兰世界出现了以下四种主要思潮,集中反映出其历史动态与未来走向:其一,“泛伊斯兰主义”,它号召广大穆斯林“用一个声音说话”,希望通过团结教徒抵抗西方物质文明威胁,坚守本民族文化特征,在此影响下出现了“世界穆斯林大会”“伊斯兰教大会”等跨国组织;其二,“伊斯兰复古主义”,它又名“原教旨主义”,是从伊斯兰教内部兴起的主张正本清源、净化与复兴信仰的社会思潮,影响最大的是20世纪70年代末的伊朗伊斯兰革命、沙特阿拉伯瓦哈比教派运动;其三,“伊斯兰社会主义”,它宣扬“真主加革命”,主张取共产主义和资本主义的中间道路,奉行公平正义、维护生产资料私有制、尊崇神灵的社会主义,^[24]如1967年巴基斯坦、1969年利比亚都据此开展革命并建立共和国;其四,“伊斯兰现代主义”,它是具有资产阶级改良性质的宗教思想运动,主张根据时代需求革新教义,建立具有西方文明特征的国家体系,具代表性的是20世纪20年代的土耳其凯末尔改革。对以上问题的了解可以加深对伊斯兰世界的理解,进而才能实现基于理解的真诚尊重。

(二) 观念变革

首先,要警惕西方报道范式的诱导,构建具有中国特色的话语体系。受文化传统、意识形态和国家利益影响,西方媒体通过“将世界截然划分为亲美与反美的强烈倾向;不愿报道政治发展;种族优越感或冷漠不关心或两者兼具的模式与价值;全然错误的信息、重复与回避细节;缺乏真诚独到的见解”五种手段,将伊斯兰民众塑造为“西方与他方”(the West and the Rest)二元对立下“制造麻烦”的“石油贩子、残酷暴民、恐怖分子”,^[25]使其整体呈现出浅薄化、单一化、标签化、污名化、妖魔化形象,助长了“伊斯兰恐惧症”(Islamophobia)的蔓延。有研究显示,“9·11”事件后,美国20家报刊以冲突视角解读伊斯兰世界的报道迅速增长了6倍,“沙里亚法”“面纱”和“圣战”等词汇被大量使用,尖锐的认同冲突被政府和媒体建构起来。^[26]伊斯兰教的宗教特征而非真正的社会问题,被西方世界“问题化”(problematized)处理了。^[27]

初入伊斯兰世界的中国媒体,仍有意或无意地大量转引西方媒体报道,模仿其意识形态框架,迎合其发布口径与表述方式,长此以往形成了对欧美的显性崇拜和对伊斯兰的隐性歧视。这既与驻外记者人数少、采编渠道受限的现实相关,也是长期遭受媒介帝国主义侵蚀的后果。有学者将其总结为新闻采集传播载体与能力、新闻信息流向、新闻报道内容的三重失衡。^[28]这不仅直接影响了中国对伊斯兰世界的认知,也影响了“一带一路”倡议在伊斯兰世界的落地。因此,在涉伊报道中,应该秉持尊重、包容、负责的态度,用现场报道和一手信息减少偏见歧视,避免盲目成为西方国家的传声筒,要让来自中国的话语成为建构伊斯兰世界媒介形象的重要力量。

其次,要避免“以我为主”“唯政治论”的宣传理念,强化合作共赢与多元文化的共识,着力打造融通中伊的新概念、新范畴、新表述。由于没有清晰形象与充分阐释,“一带一路”倡议的推进让世界处于不同程度的“影响焦虑”之下。在伊斯兰世界,“中国‘威胁’论”突出表现为其对重蹈被殖民历史覆辙的恐慌。当前,伊方舆论对中国的攻击大多集中于经济领域,如40%的受访者认为中国企业的进入会对本土产业和企业形成冲击,34%的受访者认为中国企业社会责任承担不够、将对生态环境保护产生负面影响,15%的受访者对可能产生的资源与能源掠夺表示担忧,11%的受访者认为本国原有产业链平衡将被打破。见图3。

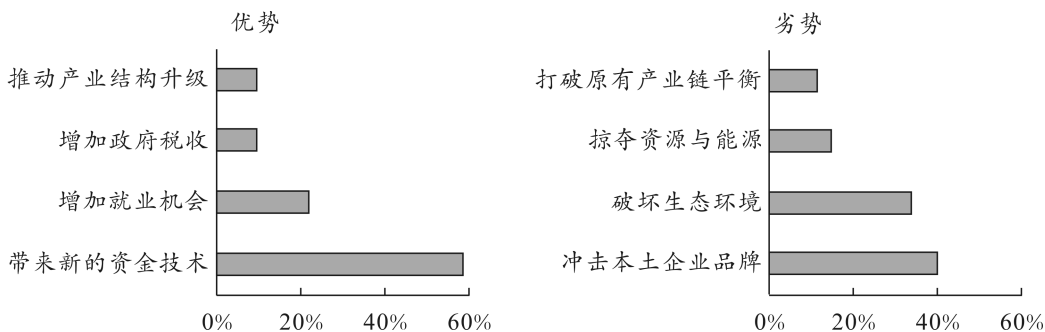


图3 伊朗民众如何看待中国企业在本国发展 (N=132)

面对国际环境和受众期待视野的改变,只有从国际政治、全球经济、人类文明发展的角度向伊斯兰民众讲清楚“一带一路”倡议的合目的性与合规律性,讲清楚中国的价值理念、发展现状、政策取向,才能打破殖民主义、冷战时期话语体系,才能消弭沟通屏障。在传播内容上,要坚持受众导向,找准受众的“兴奋点”与“痛点”,符合伊斯兰民族特色,讲好人民的情感需求和现实需要;要寻求“中国梦”和“伊斯兰梦”的共通点,以古丝绸之路历史记忆唤起当代民族间的情感共鸣,以现实合作拉近心理距离,多讲中伊互通互融的代表人物、成功案例和经验借鉴;要直面差异和矛盾,历史地、辩证地回应伊斯兰世界对中方的关切与质疑,多阐释“一带一路”的核心内涵与现实意义,讲好中伊合作对构建新型国际秩序的重要性。

(三) 方法创新

1. 掌握跨文化传播手段与方式,学会用国际表达讲好中国故事

跨文化传播指的是不同文化体系的个人、组织、国家间进行的信息传播与文化交流互动,^[29]文化间差异、交流者固有背景、经历和假定区别都会造成传播双方信息理解、反馈等编解码的不同甚至误读。^[30]中伊分属不同文化体系,为防止出现“传而不通”和“通而不受”的情况,就要以本土化战略搭建真正有效的传播途径,将新闻报道的策划编辑、制作发行向对象国前移,贴近对方的文化身份、社会观念和行为习惯,了解且满足当地受众需求。

在观看行为习惯上,据迪拜记者协会发布的《阿拉伯传媒展望 2011—2015》研究报告显示,免费电视是阿拉伯民众获取信息的主要来源,移动手机端的市场份额与日俱增。在观看内容选择上,新闻、电视剧、电影、娱乐和体育是最受欢迎的前五大节目类型。其中,本地新闻、国际新闻中阿拉伯相关部分相较于其他内容关注度更高。^[31]

作为开放程度高、市场体系完善的伊斯兰国家,阿联酋对中国文化具有较高接纳度,是打开传播窗口的优质选择。据笔者在阿联酋发放的调查问卷显示,中国产品、美食、武术、书法绘画、中医药成为最能代表中国文化形象的五大元素,特别是中国产品以 36% 的熟悉度占比排名第一,31% 的受众对中国科技表现出浓厚兴趣,除此之外,经济、文化和教育等领域也位居前列。见表 1。

基于此市场特征,在对伊斯兰世界传播过程中,就要以卫星电视为重点推广渠道,加大观点性、深度类新闻节目制作力度,编排展现中国传统文化特质和当代发展成就的精品节目,引进合情合规、喜闻乐见的中国电影、电视剧、综艺节目的译制片。值得注意的是,伊斯兰世界的宗教特征对影视作品的行为伦理尺度要求很高,影视作品的“干净程度”成为接受与否的重要评价维度,许多受访者表示之所以喜欢“韩剧”,不仅是因为其剧情,更是因为其“干净”。反之,不喜欢中国影视剧,一个重要原因是因为“不干净”。2019 年 1 月初,《纽约邮报》《环球时报》《联合早报》等媒体都报道了伊朗一家电视台因为播放成龙主演电影《新宿事件》但未删除其中“不干净”镜头,电视台负责人被解职的新闻。

笔者在阿联酋走访中阿卫视 (China Arab TV) 时了解到,作为阿拉伯国家中唯一一家中资控股的

卫星电视台,该平台用阿拉伯语面向中东传递中国信息,已覆盖22个阿拉伯国家的800多万活跃用户。中阿卫视借助影像化的表现形式、民族化的表达符号,创办了诸如《中阿访谈录》《去哪找“食游”》《一千零一句》等高端对话类、文化体验类栏目,聘请受当地青年人追捧的“网红”直播出境主持,译制并引进《红楼梦》《媳妇的美好时代》等中国电视剧,主要面向当地青年人进行中华文化推广,取得了广泛影响。

表1 阿联酋民众最感兴趣的中国文化形象和话题领域(N=58)

哪些元素能代表中国	中国产品	36%	对中国哪些领域感兴趣	科技	31%
	美食	20%		经济	12%
	武术	17%		文化	9%
	书法绘画	9%		教育	9%
	中医药	7%		政治	7%
	历法	3%		历史	7%
	自然风光	2%		军事	7%
	传统建筑	2%		体育	6%
	儒家思想	2%		娱乐	6%
	文学作品	2%		民生	6%

2. 调整传播的受众定位和思路,进行精准传播、分众传播设计

宏观层面,要考虑不同教派、民族、国家对中国的多元立场与期待,对中国话语可能产生的不同反应。如埃及、哈萨克斯坦更关注“一带一路”与本国“新苏伊士运河计划”“光明大道计划”等既有战略的对接,伊拉克、叙利亚希望寻求中国政治支持与战后重建援助。在区域间区别对待的基础上,可发挥地区大国、与中方邦交友好国家“以点带面”的联动传播能力,将关键国家与地区打造为我国面向伊斯兰世界传播的“领头羊”角色,进行舆论上的合力引导。

微观层面,要重点关注伊斯兰世界中的年轻受众和草根群体。2010年,伊斯兰青年借助高度发达的社交媒体联结动员功能,改变了传统社会运动的行动逻辑与组织形态,发起“阿拉伯之春”运动。公共表达空间稀缺、极权主义长期统治的现实促成了伊斯兰世界普遍偏高的社交媒体使用率,青年人通过新媒体扩充其言论自由与政治参与渠道。^[32]革命发生前五年,中东与北非地区互联网接入人口比例从13%增至40%,^[33]90%的互联网用户拥有社交媒体账号,70%的Facebook用户为15岁至29岁的青年人。^[34]长期以来,我国的外宣重点关注欧美精英群体和意见领袖,但受制于意识形态的根本分歧而效果有限。据美国皮尤中心、中国外文局等多家机构民意调查结果显示,亚非拉发展中国家对中国的评价多高于全球平均值,30岁以下年轻群体对中国的好感度普遍高于50岁以上人群。^[35]

笔者在伊朗和阿联酋的调研也印证发现,年轻群体对中国的熟悉度更高。这既与青年一代开放包容的心态、高频媒介使用行为相关,也与全球化背景下与中国直接接触行为增多紧密关联。在访谈中,笔者注意到,不少受访伊斯兰青年对中国有较强的熟悉感和亲近感,有伊朗青年甚至给自己起了中文名字叫“马云”,期望成为优秀的企业家。

调查问卷数据显示(表2),“使用中国产品”远超媒体传播渠道,在伊朗和阿联酋都以38%的比例位居首位,成为当代伊斯兰世界了解中国的第一大途径。“听了解中国的人介绍”“去过中国或与中国人交往”跃升为不可忽视的影响因素。而“中国在当地媒体”在伊朗、阿联酋受访者了解中国的途径中仅仅分别占4.5%和8.1%。这一方面折射出我国媒体在伊斯兰世界传播的困境,另一方

面也提示中国对伊斯兰世界的传播应该更加有针对性地结合产品推广、民间意见领袖培养、中伊人文交流来进行。

表 2 伊朗、阿联酋民众了解中国的途径 (N=132, N=58)

	使用中国产品	听了解中国的人介绍	去过中国或与中国人交往	新媒体	当地传统媒体	中国在当地媒体	其他国家媒体	其他途径
伊朗	38%	22%	16%	10%	7%	5%	1%	1%
阿联酋	38%	8%	16%	8%	14%	8%	3%	5%

在调研中,多数受访者曾听说或使用过有“中国新四大发明”之称的移动支付、网购、共享单车和高铁,将其视为当代中国创新的集中体现。但同时,上至国会议员和宗教领袖,下至普通民众,都对“中国制造”中大量出现的劣质品和山寨品颇有微词,并将其简单地等同于中国国家形象(表 3)。这两者结合起来形成的中国国家形象是互相冲突的,也导致中国国家形象在伊斯兰世界的多样与模糊。为此,在“一带一路”建设中,我国对伊斯兰世界的传播应调整传播策略,不仅要关注宏观政策、政治的传播,也要“向细看”,关注具体的中国产品、中国人,不仅要关注伊斯兰世界的精英层,也要“向下看”,关注伊斯兰世界的青年人与草根阶层,形成了解、认同中国发展理念的新意见群体。

表 3 阻碍伊朗、阿联酋民众购买中国产品的原因 (N=132, N=58)

	质量问题	山寨产品	售后服务不佳	价格过高
伊朗	50%	37%	11%	2%
阿联酋	41%	26%	30%	3%

(四) 文明对话

阿诺德·汤因比在《历史研究》中提出:“在西方社会扩张气焰嚣张之时,这些地区的本土文明遭受压制而黯然失色。现在,东南亚、印度和非洲的非西方社会也开始重申它们独立的政治和文化地位。如果再加上伊斯兰世界核心地区的民族国家,我们会清楚地看到,1945 年以后国际关系的重新组合已经提出了一个已经被搁置了 250 年的文明之间的接触问题。”^[36]此处的“250 年”指的是 17 世纪末期奥斯曼帝国攻打欧洲失败,伊斯兰文明向西方世界的最后一次进军终结。

塞缪尔·亨廷顿将世界划分为八大文明体系,认为后冷战时期的国际冲突主要源于文明体系间差异与碰撞,并让西方警惕来自伊斯兰文明和中华文明的联手对抗。尽管亨廷顿的理论颇受争议,但他提出用文明视角看待世界发展的框架和范式,并承认全球权力正由占支配地位的西方非西方各文明转移。约瑟夫·奈的软实力理论主张通过价值观念和社会制度的力量感召并吸引他国,虽立场缓和但仍以西方立场和利益为衡量基准,诱导他类文明接受并服从西方既有制度安排。

尽管西方发达国家在近代取得了经济、科技的优势地位,但从人类历史的大时间尺度看,文明间没有优劣之分,文明间的交融共处才是历史发展的主流与常态。伊斯兰文明是世界四大文明体系之一,^[37]就扩展程度和创造力而言,曾在 8 至 18 世纪长期居于世界文明主导地位,培育出大马士革、伊斯法罕等世界性经济和文化中心。^[38]彼得·弗兰科潘曾说,“在现代到来之前,世界最高级别的知识中心,如‘牛津’和‘剑桥’、‘哈佛’和‘耶鲁’,并非在欧洲和西方,而是在巴格达、巴尔克、布哈拉和撒马尔罕。”^[39]以 1798 年拿破仑远征埃及为标志,陷入停滞的伊斯兰世界开始遭受经启蒙运动、工业革命洗礼的西方势力大举入侵。20 世纪以来,两次世界大战、“冷战”和局部战争的持续发生,伊斯兰世界沦为大国争夺的主战场,内外矛盾交错直接影响了该文明体系的进步革新,最终处于欧美

主导下的国际体系的边缘位置。

多年来,在“英式全球化”“美式全球化”中均落后世界步伐的伊斯兰世界,积极推动与其他文明的平等对话。1998年,在时任伊朗总统赛义德·穆罕默德·哈塔米的倡议下,联合国宣布2001年为“文明对话年”(Year of the Dialogue among Civilizations),核心为“建立文明对话平台,突出各文明的平等尊严,彼此帮助消除对方的视角盲点,推动并深化各文明对自身核心价值的认识,导向一种和而不同的诸文明共存的和谐世界”。^[40]事实上,“一带一路”建设给当前伊斯兰世界提供了崭新的发展机遇。有学者提出,“近现代伊斯兰世界发展进程错过了两趟班车:一是文艺复兴/人文科学上;二是工业革命/自然科学上。中国提出的‘一带一路’倡议使中华文明与伊斯兰文明交融,给伊斯兰世界提供了一次文艺复兴的机会。而中国走出了一条现代化的发展道路,给伊斯兰世界提供了一次现代化的机会。”^[41]

2018年10月,习近平在对太湖世界文化论坛第五届年会的致信中强调,“文明交流互鉴是人类文明进步和世界和平发展的重要动力。人类始终在不同民族、不同文化的相遇相知中向前发展。”^[42]广大伊斯兰国家与中国同属东方文明体系,同为发展中国家,有着许多共同的文化价值观念、相通的历史交往情感、类似的历史发展遭遇、共同的振兴国家目标,双方携手对于应对现实发展困境、推动建立公正合理的国际新秩序有着关键意义。

在“一带一路”建设中积极推动中华文明与伊斯兰文明的对话,更为重要的意义在于为构建人类新文明提供平台与机遇。在一个保护主义、单边主义、霸凌主义日趋抬头的时代里,人类社会需要高扬理性、宽容、和平的人文精神,需要建立在多样性文化生态基础上的新文明,而中华文明将成为人类新文明建设的重要力量和广阔基石。如果把人类新文明比作一块新蛋糕,中华文明将以其宽阔的包容性、丰富的多样性、紧密的黏合性成为最佳的人类新文明“蛋糕坯”,承载起人类多姿多彩、口味不一的“文化奶油与花朵”,“烘焙”出最具凝聚力、吸引力的当代人类文化共同体的“新蛋糕”。“随着中华文明走向世界舞台的中央,将导致一个前所未有的现象——中华文明作为桥梁与纽带,致力于促成各文明走向彼此携手而非彼此分离和对抗,最终实现与伊斯兰文明、西方文明在全球层面上的交融,也必将诞生出引领未来世界的新生事物——追求和平的全球文明降临人间!”^[41]

提升面向伊斯兰世界传播“一带一路”倡议的战略传播能力,不仅仅是为了中国本国利益,更是着眼于构建人类新文明的战略目标。为此,要围绕加强这一战略目标的传播,构筑崭新的传播体系。在这一新的传播体系中,既要推动中华文化走出去,也要以更加积极的姿态了解、接纳伊斯兰世界的不同文化,在交流互鉴中形成中国与伊斯兰世界的文化共识、历史共识、价值观共识与发展共识。这对我国在“一带一路”建设中的国际传播力与文化软实力提出了更高要求,也为中华文明大发展提供了更多可能。

参考文献:

- [1] 新华网. 习近平在“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式上的演讲,2017-05-14. [2018-06-10] http://www.xinhuanet.com/politics/2017-05/14/c_1120969677.htm.
- [2] 羽田正.“伊斯兰世界”概念的形成. 刘丽娇,朱莉丽译. 上海:上海古籍出版社,2012:9.
- [3] 世界银行. 世界人口2016年统计数据(2017). [2018-06-15] <http://wdi.worldbank.org/table/2.1>.
- [4] 本刊编辑部. 登高望远脚踏实地——“一带一路”视角下的伊斯兰世界”研讨会综述. 经济导刊,2016,12:26.
- [5] 人民网. 弘扬丝路精神深化中阿合作——在中阿合作论坛第六届部长会议开幕式上的讲话,2014-06-05. [2018-06-20] <http://politics.people.com.cn/n/2014/0606/c1024-25110600.html>.
- [6] 人民网. 习近平会见伊斯兰合作组织秘书长伊亚德,2016-01-20. [2018-06-23] <http://politics.people.com.cn/n1/2016/0120/c1024-28068337.html>.
- [7] 世界银行. 人均GDP(现价美元)2016年统计数据(2017). [2018-06-25] <https://data.worldbank.org/cn/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?view=chart>.

- [8] Institute for Economics and Peace. Global Terrorism Index 2017. Sydney: IEP, 2017.
- [9] Fabrice Balanche. The Worst of the Syrian Refugee Crisis Is Coming for Europe, 2016-02-12. [2018-06-28] <https://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/view/the-worst-of-the-syrian-refugee-crisis-is-coming-for-europe>.
- [10] 谢许潭. 新东方主义视角下美国主流媒体对伊斯兰世界的报道. 阿拉伯世界研究, 2018, 2: 23.
- [11] 倪光辉. 习近平: 胸怀大局把握大势着眼大事努力把宣传思想工作做得更好. 人民日报, 2013-08-21.
- [12] 爱德华多·加莱亚诺. 拉丁美洲被切开的血管. 王玫译. 北京: 人民文学出版社, 2001: 1.
- [13] 塔里克·阿里. 与爱德华·萨义德谈话录. 舒云亮译. 北京: 作家出版社, 2015: 123.
- [14] 李宇. 提升阿拉伯国家传播能力——中央电视台阿语频道面临的挑战与机遇. 对外传播, 2012, 8: 22.
- [15] Tytan Gilboa. Searching for a Theory of Public Diplomacy. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 2008, 616: 66.
- [16] 刘欣路. 中国对阿拉伯国家国际传播的局限与不足. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2012, 4: 256-257.
- [17] University of Maryland, Zogby International. 2010 Arab Public Opinion Poll. Maryland: UMD, 2010.
- [18] 李从军. 构建国际舆论新秩序. 中国记者, 2011, 7: 8.
- [19] 吴云贵. 伊斯兰宗教与伊斯兰文明. 阿拉伯世界研究, 2009, 1: 3.
- [20] 中国伊斯兰百科全书编辑委员会. 中国伊斯兰百科全书. 成都: 四川辞书出版社, 1994: 689.
- [21] 秦惠彬. 伊斯兰文明. 北京: 中国社会科学出版社, 1999: 431.
- [22] Richard C. Auxier. Egypt, Democracy and Islam. 2011-01-31. [2018-07-02] <http://www.pewglobal.org/2011/01/31/egypt-democracy-and-islam/>.
- [23] Council on Foreign Relations. A New Beginning: Strategies for a More Fruitful Dialogue with the Muslim World. NY: CFR, 2005.
- [24] 张治江, 哈吉满敬恒. 伊斯兰教文化. 吉林: 长春出版社, 1992: 4-5.
- [25] 爱德华·萨义德. 报道伊斯兰——媒体与专家如何决定我们观看世界其他地方的方式. 阎纪宇译. 上海: 上海译文出版社, 2009: 9; 58.
- [26] Hutcheson J, Billeaudeaux A. U. S. National Identity, Political Elites, and a Patriotic Press Following September 11. Political Communication, 2004, 21: 27.
- [27] Elizabeth Poole. Reporting Islam: Media Representations of British Muslims. Political Communication. London: I. B. TAURIS, 2009: 15-18.
- [28] 王东迎. 中国网络媒体对外传播研究. 北京: 中国书籍出版社, 2011: 26-29.
- [29] 童兵. 试析跨文化传播中的认识误区. 新闻大学, 2004, 3: 20.
- [30] 拉里·A·萨默瓦, 理查德·E·波特. 跨文化传播. 闵惠泉译. 北京: 中国人民大学出版社, 2010: 4.
- [31] Dubai Press Club. ARAB MEDIA OUTLOOK 2011-2015. Dubai: DBC, 2012.
- [32] Gada Kadoda, Sondra Haleb. Contemporary Youth Movements and the Role of Social Media in Sudan. Canadian Journal of African Studies, 2015, 1: 215-236.
- [33] Dina Kiwan. Contesting Citizenship in the Arab Revolutions: Youth, Women, and Refugees. Democracy and Security, 2015, 2: 129-144.
- [34] Ralf Klischewski. When Virtual Reality Meets Realpolitik: Social Media Shaping the Arab Government-Citizen Relationship. Government Information Quarterly, 2014, 31: 358-364.
- [35] 史安斌. 加强和改进中国政治文明的对外传播: 框架分析与对策建议. 新闻战线, 2017, 13: 32.
- [36] 阿诺德·汤因比. 历史研究(上). 刘北成, 郭小凌译. 上海: 上海人民出版社, 2000: 351.
- [37] 季羨林. 简明东方文学史. 北京: 北京大学出版社, 1987: 5.
- [38] 弗朗西斯·鲁滨逊. 剑桥插图伊斯兰世界史. 安维华, 钱雪梅译. 北京: 世界知识出版社, 2005: 5.
- [39] 彼得·弗兰科潘. 丝绸之路: 一部全新的世界史. 邵旭东, 孙芳译. 浙江: 浙江大学出版社, 2016: 5.
- [40] 尼山世界文明论坛组委会. 世界文明对话研究报告(2002—2012年). 北京: 人民出版社, 2013: 10.
- [41] 方金英. 文明的交融——伊斯兰世界现代化的机遇. 中央社会主义学院学报, 2017, 5: 41; 42.
- [42] 新华网. 习近平向太湖世界文化论坛第五届年会致信. 2018-10-18. [2018-10-19] http://www.xinhuanet.com/2018-10/18/c_1123577442.htm.

Dialogue Between Chinese and Islamic Civilizations: How to Spread the Belt and Road Initiative Widely in Islamic World?

Hu Yu, Jing Jiayi (Tsinghua University)

Abstract: With profound historical friendship and current in-depth cooperation, the World of Islam is the strategic power to promote the Belt and Road Initiative with China. To build a community of shared future for mankind, expand cooperation and promote common development, China and Islamic states must stay together and push for dialogues, exchanges and tolerance between and among civilizations, to break the prejudice and bias from western powers, which is the call for our time. Since 2017, the writer has carried out cross-cultural communication studies twice in Iran and United Arab Emirates in succession, by means of questionnaire survey, depth interview and field observation technique. This article constructs the assessment framework model from comprehensive evaluation indexes about China and Chinese people, such as economic image, political attitude and cultural identity. This survey attempts to have a deeper insight into how people in Islamic states think about China, and how could China spread a more favorable image of the country in the Islamic world. The research objects are including but not limited to government department officials, global enterprise staff members, academic researchers, and journalists. On the basis of the data got from these two countries, this article gives some suggestions on how to build a more robust mechanism for external communication in Islamic world for China. Firstly, Chinese government and news reporters must strengthen their theoretical study, continually boosting the accomplishment of Islamic history and culture, and then a groundwork for mutual respect and understanding can be built. Secondly, adjusting and changing communication model of thinking is a long-lasting but vital process when reporting international news, especially in Islamic world. As we must keep pace with the changes of the global situations and environment and cannot just hear voice from the West. Thirdly, at the micro level, Chinese media people should change the discourse systems and expression approaches when communicate with different cultural background. Also, this article suggests that in Islamic world, the worthiest and most susceptible audience are young people. Last but not least, this article proposes that we human being should respect the harmony in diversity but not uniformity, and build a new platform beyond territory for different religions, cultures, states and nations. Only in this way, can we enhance mutual trust and finally develop a new human civilization order.

Key Words: the Belt and Road Initiative; Islamic civilization; cross-cultural communication; dialogue among civilizations

■收稿日期:2018-10-22

■作者单位:胡 钰,清华大学新闻与传播学院;北京 100084
景嘉伊,清华大学新闻与传播学院

■责任编辑:汪晓清