

探究新时代国际传播的方法论创新： 基于“全球中国”的概念透视

史安斌 盛 阳

摘要:随着传播技术的发展和经济文化全球化的不断深入,“全球中国”成为国际传播概念和理论创新的一个有效切入点。它不仅体现了当下国际地缘政治秩序和经济社会权力格局的变化,也为理解新全球化时代中国国际传播战略的转型升级提供了新的方法论。跨越民族国家和地缘政治边界的国际传播理论想象,在新的社会文化语境中不仅蕴含丰厚的历史积淀和理论价值,也具有鲜明的方法论创新意义。随着中国在世界秩序的重构中发挥着越来越重要的影响力,全面客观地评估、塑造和传播中国的国家形象,成为国际传播研究的重要议题。重塑“全球中国”新形象,亦是国际传播话语体系重构的有效路径。

关键词:全球中国;国家形象;国际传播;话语体系;文化软实力

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2021)03-0005-09

项目基金:国际关系学院国家安全高精尖学科建设科研专项(2019GA29);教育部哲学社会科学重大课题攻关项目(18JZD012)

一、研究缘起

2020年1月,牛津大学出版社推出了美国乔治·华盛顿大学教授沈大伟(David Shambaugh)主编的论文集《中国与世界》(*China and the World*),全方位盘点了新冠疫情前中国与世界关系所经历的历史性变化。该书由沈大伟联合15名中国研究专家共同完成,代表了西方学者就国际关系与中国研究的发展趋势所做出的理论判断。该书提出,“尽管世界仍运转在不确定性轨道,但中国将作为塑造全球秩序的关键因素已毋庸置疑”,中国“的确为诸多国家带来切实利益,但也成为许多国家眼中的困扰”。^[1]随着新冠肺炎疫情成为全球共同面对的首要关切,如何在国际传播工作中梳理客观、立体、全面的中国现象,在理论层面梳理中国在应对人类重大公共危机时所采用的社会治理方案和文化生态模式,成为当代中国新闻传播理论和实践者的重要命题。

随着“一带一路”倡议、亚洲基础设施投资银行、中国媒体走出去等“新全球化”方案的实施,中国在世界传播秩序的建构中日益发挥重要影响。全面客观地评估、塑造和传播中国的国家形象,成为国际传播研究和实践的重要议题。^[2]习近平总书记明确强调,新形势下宣传思想工作的使命任务是举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象。其中展形象,就是“要推进国际传播能力建设……向世界展现真实、立体、全面的中国,提高国家文化软实力和中华文化影响力”^[3]。他对加强和改进对外宣传工作提出了具体要求:“创新对外宣传方式,加强话语体系建设,着力打造融通中外的新概念新范畴新表述,讲好中国故事,传播好中国声音,增强在国际上的话语权。”^[4]其中“加强话语体系建设”“着力打造融通中外的新概念新范畴新表述”等重要论断,则是从战略性、系统性和全局性高度,对打造国家形象和提升国际传播能力擘画了系统而明晰的路线图。

本文从“全球中国”这一新兴话语、议题和视角出发,从理论、历史和现状三个层面梳理和回应中国全球化议题,并提出建构“全球中国”新形象的国际传播方案,为新时代国际传播的话语体系重构提供理论指南和实践参照。

二、图绘“全球中国”:从实践到理论

回溯近现代以来中国与世界之间的互动关系演变,大体上经历了以下三个阶段。第一个阶段肇始于1840年鸦片战争后,“中国与世界”(China and the world)一直被视为二元对立,故有中西制度与文化的“体用”“优劣”之争,一直延续到20世纪80年代初改革开放“走向世界”“接轨”的时代呼唤。第二阶段,随着中国全面融入西方主导的世界体系,“世界之中国”(China of the world)日渐成为现实,以2001年加入世界贸易组织(WTO)和2008年北京奥运会、2010年上海世博会为标志性事件。第三阶段,2010年中国成为世界第二大经济体,“中国之世界”(China as the world)的视角浮出水面,成为中国与世界互动关系新的认知视角。

在此背景下,“全球中国”(global China)成为近年来全球学术界关注的新兴议题,即从“全球研究”——而非传统“区域(东亚)研究”——的视角探讨中国的历史、现状和未来,回应“中国之世界”的新关系和新变局。2019年9月,英国牛津大学中国研究中心召开了名为“中国与全球史”的学术会议,讨论“历史的全球书写”“全球语境中的中国史叙事”“中国与变革的世界秩序”等相关议题。上海纽约大学推出的“全球中国研究”(global China studies)课程体系,从文化、社会和政治的全球视角切入中国问题的教学研究。清华大学苏世民书院则从2016年建院开始,由本文作者领衔开设“全球媒体、传播与中国”(Global Media Communication and China)课程,探讨媒介/文化全球化与“全球中国”之间的互动关系等议题。哈佛大学推出的在线课程“全球中国:从元到明”(Global China: From the Mongols to Ming),则从全球史的角度追溯当代中国的政治经济脉络。此类探索和案例可谓不胜枚举。

2017年,美国社会学者李静君(Ching Kwan Lee)的专著《全球中国的幽灵:政治、劳工与对外投资在非洲》(*The Specter of Global China: Politics, Labor, and Foreign Investment in Africa*),提出“全球中国”概念的两种内涵:一方面,“全球中国”指代一个正在形成的地缘政治和社会经济权力形态;另一方面,这也是在突破“方法论民族主义”(methodological nationalism)的意义上,跨越中国的地缘政治边界,重新想象中国与世界的的方法论创新。^[5]

英国埃克赛特(Exeter)大学“全球中国研究中心”是最早以此为主题而设立的学术机构。他们把“全球中国”界定为一种有别于欧美中心论的中国研究方法论。“只有从文化多样化和全球互动的视角,才能理解中国的快速发展及其日益拓展的国际化诉求”,“全球中国”被用以解释中国“不仅仅是一个地理意义上的区域,更重要的是一个非欧洲的认识论(non-European epistemology)”。^[6]

如果说前者突出了“全球中国”在跨区域边界条件下的社会政治经济形态,那么后者则更加明确地指出了用西方中心主义理解文化全球化以及中国问题时的局限。作为新兴的学术概念,对“全球中国”的相关探讨视角多元,观点各异。本文将从三个方面——即作为问题的全球中国,作为过程的全球中国,以及作为方法论的全球中国——对当代“全球中国”研究的主要议题和观点做出简要梳理。

(一) 复杂性议题:作为问题的“全球中国”

西方学者对“全球中国”议题的关注,首先起源于其对中国崛起日益而生的焦虑。在2014年8月出版的《中国走向全球:局部性权力》(*China Goes Global: The Partial Power*)一书中,沈大伟将当代

中国在国际舞台中日益增长的影响力命名为“局部性权力”:尽管中国不断扩张其商业触角、军事权力、文化软实力和外交能力,在全球治理体系中扮演愈发重要的角色,中国在全球的存在感只是“深远”而并不“深入”,因此仍然缺乏作为世界性霸权的影响力。^[7]

如果说上述对“全球中国”之“非挑战性”的论断在当时颇具代表性,沈大伟在自己6年后的新著《中国与世界》中则放弃了此前过于简化的分析,转而从更加审慎的态度回应这一议题:通过对中国的民族主义情绪和社会影响力,到国家经验和外交政策,再到中国与美国、俄罗斯、欧洲、亚非拉以及中东的多边关系,及其与全球经济、全球文化、全球治理和全球军事安全行动的互动现状等议题的全面梳理,该书几乎囊括了“全球中国”的每一个子命题,“中国的全球触角几乎势不可挡,事实上诸多国家正在寻求得到它的青睐”^[1]。

由此可见,“全球中国”已从静观其变的“现象”到必须严肃对待的“问题”。对作为问题的“全球中国”的焦虑,实际上隐含了两个预设前提:其一,中国是在20世纪80年代新自由主义的全球扩张中,通过接受和拥抱西方资本主义逻辑而抓住了历史机遇,从而能够在全球市场对既有秩序发起挑战;其二,中国不仅是既有世界秩序中的问题,其内部也埋伏了结构性危机。借用大卫·哈维(David Harvey)的话说,中国经济改革的时间只是“恰好与英国和美国发生的新自由主义转向一致”,因此“很难不把这视作具有世界史意义的巧合”。^[8]

在传播研究领域,这一议题已经延伸为对中国在数字资本主义之中扮演何种角色的讨论。例如,中国资本能否通过数字化战略,挑战现代西方资本主义全球秩序?^[9]“互联网+”等“去中心化”的数字经济政策能否助力中国应对全球经济冲击,完成经济改组,同时蕴含了哪些结构性挑战?^[10]如何界定全球传播产业链中的中国数字劳工^[11],等等。

这一路径敏锐地指出了“全球中国”所面临的机遇和困境,以及走向“全球中国”的过程中,中国政治经济和社会文化所面临的危机和潜能,在理论分析和实践指导方面提供了必要参照。然而,将“全球中国”定义为必然会遭遇和西方一样结构性困境的“问题”,一方面切断了中国在社会主义建设时期的工业化积淀、“群众路线”的政治基础和“独立自主、自力更生”的文化发展模式与改革开放时期经济发展之间的承接性关系,以及社会主义制度特有的整合性国家调节机制;另一方面遮蔽了中国作为社会主义国家,对突破西方宰制的世界秩序所带来的解放性意义。

正如有学者通过考察中国互联网企业的“数字丝绸之路”战略指出,作为一种“包容性全球化”(inclusive globalization)方案,中国的全球传播政策以及中国互联网企业日益提升的全球影响力,本身就为受到新自由主义全球化影响的弱势群体带来积极行动的可能性^[12]。与其将“全球中国”视为一种“问题”或“威胁”,不如将其视为一种积极而有效的平等化方案,以此抵消全球范围内由美国资本主导的发展失衡状况。

(二)建构性议题:作为过程的“全球中国”

与将“全球中国”指认为受到资本主义裹挟的现代性“问题”不同,第二种解读方法认为,“全球中国”是在与资本主义模式相抗衡的过程中发展出的另类现代性方案,因此具有建构性意义。在《全球中国的幽灵》一书中,李静君指出,从政治经济学角度看,“全球中国”可以概括为这样一种全球现象:在国家层面和全球层面过渡积累的危机语境以及并无任何可预计或可担保成果的条件下,中国为弥补资源短缺和收益瓶颈问题,从而寻求的空间和政治拓展。从微观角度看,这一整合性的空间拓展包括了境外直接投资、劳务输出以及多边金融机构的建立;从宏观角度看,“全球中国”包括了中国社会组织形式的全球化、全球媒体网络的搭建、全球高等教育的联动等全球化发展方案。^[5]

通过在非洲的实证调查,《全球中国的幽灵》提出中国的全球传播战略是一种平等赋权的积极形

式：“在赞比亚，尽管中国并没有兴趣、意图和能力挑战或取代既有的西方资本主义制度结构，中国国有企业基于独特的资本积累逻辑、生产组织和管理理念，为当地提供了更为灵活的协商空间，从而为当地有效参与和另类选择提供了政治、政策和知识空间”^[5]。

达雅·屠苏(Daya Thussu)等学者在媒介传播领域也观察到了日渐成型的“全球中国”图景：2016年，阿里云在美国、日本、澳大利亚、德国和迪拜等地建立了14个数据中心，旗下坐拥香港《南华早报》、视频分享网站优酷土豆网、社交媒体新浪微博以及阿里巴巴影业等全球传播产业，腾讯和百度也在同一年建立人工智能研究实验室^[13]。中国互联网企业的数字化经济方案，旨在“降低中国对外国企业的工业和技术依存度，同时将自身升级为全球信息与传播行业的领袖”，从而为开拓全球传播新格局打下了坚实的基础。^[14]

借用已故意大利学者、“世界体系论”奠基人之一阿瑞吉(Giovanni Arrighi)的观点，“全球中国”可以被概括为“线性的霸权转移过程”^[15]。将“全球中国”作为历史过程去理解，一方面赋予全球秩序变革以历史必然性，另一方面却容易陷入相对主义的方法论误区，而失去对特定历史结构和社会关系中行动者主体性的政治性反思。“后帝国”理论的创始人哈特(Michael Hardt)和奈格里(Antonio Negri)对阿瑞吉的“线性霸权”观做出了以下批评：“正如20世纪早期全球霸权的披风从英国转到美国肩上，如今美国之光芒已经黯淡，中国必然是下一个异军突起的第一候选人”，相反，新全球秩序的掌舵者无法由单一民族国家胜任，全球权力结构由民族国家之间的竞逐和混合形成。^[16]尽管哈特和奈格里等后现代主义论者对空间博弈的强调，不免将反霸权运动的历史解放性庸俗化，但对空间维度的强调，也有力地否定了经济决定论者简化的线性时间逻辑。

用时间代替空间，在时间线索上探讨作为过程的“全球中国”，认识论上意味着资本主义作为历史过程的必然性，必然导向对资本主义终结的不可知论，或者社会主义必然在“资本主义时刻”之后自发完成，而无须争取自身的主动权在共时的空间中展开斗争。对于第三世界和社会主义国家来说，把中国作为资本主义全球体系之后权力转移的“接棒者”，作为过程去认识，意味着对反殖民主义和国际主义在情感、逻辑、制度和方式正义性上缺乏全面而充分的解析。恰恰相反，“包括新中国在内的第三世界对战后新秩序的参与，应当被看作是一个以超越19世纪霸权秩序为目标的创造性过程”^[17]；“全球中国”不仅仅是一个过程，同时也是一个具有高度开放性和能动性的“行动主体”(agent)。

(三) 开放性议题：作为方法论的“全球中国”

如同前文所述，“全球中国”不仅是对新权力形态的现象描述，更重要的是从方法论层面突破简单化的民族国家及其所设定的地理疆界，从跨区域、跨文化和跨阶段的视角重新想象和建构中国。将“全球中国”作为开放性的议题和分析方法，首先需要打开全球史的知识视野。德国学者康拉德(Sebastian Conrad)将现代文明过程定义为“全球史中的启蒙”(enlightenment in global history)。他批评欧洲中心主义的“启蒙扩散说”，认为“启蒙”不仅仅是一种被传播到世界各地——包括亚洲在内——的欧洲现象，而是共时性的条件下，世界各地的人们共同创造的结果，受到“世界经济整合”“民族国家的出现”以及“帝国主义发展”等三方面因素的影响。^[18]杨念群指出，全球史的独特之处就在于跳脱出静止的文化相对主义壁垒，在当下的“全球史观”中，“‘文明’不是孤立成形的，一定是在不断碰撞反复交流中拓展和改变自身的处境，新的世界史叙述对文明之间的相互渗透予以了更为密集的关注即是此类视角转变的反映”^[19]。

一个富有参考价值的“全球中国”研究是中国香港学者严海蓉和沙伯力(Barry Sautman)合著的《中国在非洲：话语与现实》。该书通过大量实地调研和访谈，从历史和现实两方面建构了中国作为

行动主义者的积极形象。从历史上看,毛泽东时代中国在非洲的农业介入和援建项目不以中国经济利益,而是以增强当地自主性和自力更生能力为目的,产权为东道国所有。而在当下,中国在赞比亚等非洲国家的农业模式具有“市场导向型生产、雇佣劳动、机械化生产、寻求收益和资本积累”的特点,但同时仍在树立捍卫发展中国家利益的形象。如果中国能够继续旗帜鲜明地推动非洲农户、工人和当地消费者长远利益的发展项目,不仅将自动否定外部妖魔化的猜疑和批评,也会为第三世界的可持续发展做积极贡献。^[20]

马克思在《资本论》第一卷中对“原始积累”做出如下定义:“创造资本关系的过程,只能是劳动者和他的劳动条件的所有权分离的过程”,因此,“所谓原始积累只不过是生产者和生产资料分离的历史过程”;这个过程之所以表现为“原始的”,是因为“它形成资本及与之相适应的生产方式的前史”。^[21]在经典马克思主义理论中,资本主义的资本原始积累最重要的特征是劳动力与生产资料的分离;严海蓉和沙伯力的分析则证明了“全球中国”的政治经济方案建立在劳动力与生产资料整合、夯实生产者自主权的基础上,从而有别于西方资本主义。

上述论断在丹·席勒(Dan Schiller)对中国互联网的传播政治经济研究中也得到了积极的响应。从近年来的实践来看,信息传播领域的“全球中国”表现为以下两个方面:一是通过“引进来”政策,有限度地吸纳思科、微软、高通、IBM等外国科技公司参与中国互联网建设,通过可变利率实体和证券投资允许外国资本从中国互联网行业获利,开放成为苹果公司等跨国数字资本的最大海外市场,同时取消外资在中国互联网市场高速增长部分的准入权和支柱产业的控股权;另一方面,通过“走出去”战略,在全球整体经济停滞的情况下,聚合互联网和中国国内市场,形成全球经济两大新增长点,依赖现有网络平台,打造新型生态系统和跨平台数据共享渠道,在美国主导的多边体系中扩大自身的自主权。^[22]

“全球中国”不仅体现在政治经济的信息资源和战略整合方面,在文化全球化领域,史安斌等学者梳理总结了新中国70年国家形象建构史,并将其划分为“红色中国”(1949—1978)、“开放中国”(1979—2008)和“全球中国”(2009—2019)三个历史阶段,在传播研究中首次以“全球中国”概念对新时期国际传播进行理论提炼:在以“启蒙”和“现代性”为核心的“欧洲文化想象”(European cultural imaginary)、二战后建立起来的“美利坚秩序”(Pax Americana),以及20世纪80年代以降由西方国家主导的经济/文化全球化遭遇前所未有的挑战之时,“一带一路”倡议和“人类命运共同体”理念的推进将带来有中国引领的“新全球化”时代,我国外宣事业在内容、渠道、技术等方面进入快速提升阶段,战略重点也转移到构建以“积极、主动参与全球治理的负责任大国”为特征的“全球中国”形象。^[23]

综上所述,“全球中国”不仅是全球范围内正在形成的地缘政治和社会经济权力形态,也是理解新全球化时代中国国际传播战略的“去中心化”方法论。作为问题、过程和方法的“全球中国”叙事,从权力格局的历史形成、政治经济秩序的变革以及意识形态和方法论的多元性等不同侧面,生动展现了中国与世界在全球化过程中的曲折融合,但三个路径也各自存在相应的认识论局限。

因此,整合作为问题、过程和方法论的“全球中国”分析框架,跨越民族国家和地缘政治边界的国际传播理论想象,在新的社会文化语境中不仅蕴含深厚的历史积淀和理论价值,也具有鲜明的方法论创新意义。随着中国在世界秩序的建构中日益发挥出重要影响,全面客观地评估、塑造和传播中国的国家形象,成为国际传播研究和实践的重要议题;建构“全球中国”新形象,则是国际传播理论想象和方法论创新的有效路径。

三、建构“全球中国”:从理论想象到实践创新

根据麦肯锡全球研究所的分析,跨境数据流动在全球 GDP 的比重已经超过了商品贸易^[24]。“数字全球化”一方面重新调整了传统而古老的全球贸易模式,同时将数字信息技术整合到文化和物质交往的全球化进程。中国和数字经济成为拉动全球经济增长的“两极”。^[15]自 2006 年起,中国已经成为全球最大外汇储备国;按照购买力平价计算,中国在 2014 年超越美国成为全球最大经济体;2019 年,中国蝉联全球货物进出口第一大国,创新驱动发展跃升为国家发展全局的战略核心,对世界经济增长贡献率达 30%。^[25]

然而,现阶段中国的全球形象认可度并未与其重要的全球贡献相匹配,国际传播和国家形象塑造工作存在显著的提升潜力。本文将从国际传播话语、路径和效果三方面,提出塑造“全球中国”国际传播系统话语、构建“全球中国”国际传播联动机制,整合“全球传播”国际传播观念行动的国际传播机制,为建构“全球中国”新形象提供实践参考。

(一) 塑造“全球中国”国际传播话语体系

当前,“全球中国”不仅是一种日益形成的新型全球秩序,一套理解中国全球角色的创新方法论,也逐渐成为探索中国与世界未来格局的理论话语。从上文对“全球中国”相关分析的梳理总结可知,对中国全球角色的全面诠释,不仅依赖于学术界的知识贡献,也仰仗于国际传播话语体系的营造和整理。

可以说,当前我国的国际传播工作已经在话语体系的塑造方面取得了重要突破。例如,建构“全球中国”新形象最为醒目的标志性外宣成果《习近平谈治国理政》第一卷、第二卷持续在海外热销,以近 40 个语种发行至世界 160 多个多家,发行量突破千万。《习近平谈治国理政》以“治国理政”为核心话语,为人类共同面对的各种危机与挑战提供中国方案,贡献中国智慧。^[23]在此基础上,国际传播工作可以更进一步,以新全球化时代中国与世界的交往互动为切口,对“全球中国”国家形象深耕细作,同时有针对性地主动回应现实问题和热点焦点问题。

可行路径是强化国际传播工作中基于历史回溯的事实廓清。以当代中非关系的媒体话语建构为例。现实层面,中国早已超越美国和欧盟成为非洲最大贸易伙伴和主要投资来源国,不仅拉动了非洲近年来经济的高速发展,同时也帮助非洲在铁路、公路、桥梁、通信基站和媒体平台等基础设施建设方面打下坚实基础。中国媒体在非洲国家的影响力也在进一步加强,其所倡导的“建设性新闻”有别于西方媒体秉持的市场驱动型“冲突性新闻”理念,逐渐得到了当地学界和民众的认可。在总部位于南非的全球市场调研机构(NWwealth)2017年9月发布的对全球100家各类媒体的评估报告中,CGTN被评为2017年第二季度全球最“公正”(neutral)的媒体。

从历史层面看,在战后民族独立的宏大叙事中,非洲与中国早就形成了思想战线和行动展现的“命运共同体”。坦桑尼亚版本的社会主义理念“乌贾马”(Ujamaa)的提出者尼雷尔(Julius Nyerere)不仅是非洲民族独立和社会主义运动的领袖,同时也是中国的老朋友。他的社会政治观念,很大程度上得益于其对中国经验的观察和思考。他不仅从20世纪60年代开始就多次受到毛泽东、邓小平等中国领导人的接见,在20世纪90年代初见证深圳特区的经济崛起之后,尼雷尔更是深入地提出了两个问题:中国是如何从贫穷落后、饱受战争影响的农业国,逐渐发展出完整的工业体系,并得以抵抗北方国家?中国是否会将这一路径向南方国家输出,从而服务于自身的发展?^[26]这些问题后来被写入南方委员会报告,推动了非洲争取平等发展的政治议程,影响至今。

在国际传播中,对新闻事件和即时现象的历史性总结梳理、结构性反思和身份置换的逻辑推导,

以及在全球化语境中,重新概念化中国与世界的发展逻辑,同时系统性报道、分析和诊断社会发展过程中出现的“疑难杂症”,不仅能够有力地破解西方对“全球中国”发展的“迷思”,也能够从建构性的视角为丰富“全球中国”的内涵提供具有可操作性的方案。

(二) 构建“全球中国”的国际传播联动机制

经过十来年的努力,我国已经建立起较为完善的国际传播机制。2009年以来,中央实施了以“加强媒体国际传播能力”为目标的“媒体走出去”战略,对六大央媒投入了大量人力、物力和财力,对既有媒体资源进行优化整合,创新内容发布,拓宽传播渠道。同年,外交部成立公共外交办公室整合各类民间组织、智库、基金会等社会力量加入“大外宣”战略。2011年,国家互联网信息办公室成立,数字网络和社交媒体成为外宣工作的新增长点。在当前的国际传播领域,逐步形成并确立了“全程、全息、全员、全效”的“四全媒体”传播战略,全力落实中央提升新闻舆论的“传播力、引导力、影响力和公信力”的规划部署。在此基础上,积极吸纳世界范围内的“外脑”“外笔”“外口”,形成国际传播联动机制,可以作为构建“全球中国”新形象在传播机制方面的新突破口。由上海报业集团“澎湃新闻”运作的外宣新媒体平台“第六声”(Sixth Tone)不仅聘请来自国际主流媒体的外籍员工直接参与新闻策划与报道制作,也积极借助“外脑”“外口”讲中国故事,以多元视角提升对外传播的信度和效度。他们聘用的特约撰稿人中既有城市规划师、高校教师,也有动漫导演、外交官员,多为专业人士中的“知华派”,多从专业角度切入,报道题材广泛,在涉及中国社会存在的问题时,多采用“平视”而非“俯视”视角。基于不同立场和观点的“多音齐鸣”形成了“第六声”践行“复调传播”的典型体现,赢得了外媒的广泛关注和信赖,因而成为其涉华报道的主要信源之一。

(三) 以“全球中国”带动国家战略传播

中华人民共和国建立70年来,中国与世界之间的互动关系已经从冷战高潮时期相互隔绝、彼此割裂的“中国与世界”,到改革开放后期积极融入、发展接轨的“世界之中国”,发展为新全球化时代深度互构、相互塑造的“中国之世界”。与之相应,外宣工作也应超越“非此即彼”的冷战思维,从“对外宣传”升级为“国际传播”,再提升到“国家战略传播”的新高度。

作为新兴的世界图景,“全球中国”具有巨大而丰富的理论潜能和实践可塑性。无论是作为一种历史积淀、现实考量还是未来愿景,“全球中国”的政治经济和文化实践,能够为国际传播提供充足的话语资源;作为观念和愿景,“全球中国”理念,可以为国际传播和形象话语塑造提供清晰的规划和动力;作为路径和方法,“全球中国”的“去西方中心主义”认识论和“多元互动主义”方法论,能够为国际传播实践界定明确的行动主体。

归根结底,“全球中国”究竟是一个问题、过程还是方法论?这实质上是到底将中国定位为挑战西方秩序的东方帝国、一般性民族国家,抑或是代表第三世界,并为后发国家提供“另类现代性”出路的社会主义国家的问题。在这个意义上,进一步打破认识论、方法论和实践论壁垒,建构“全球中国”新形象,用“全球中国”话语体系指导国际传播实践,用国际传播实践提炼“全球中国”的理念内涵,具有迫切而深远的现实意义,值得学界和业界做出更为广泛而深入的探索与研究。

四、结语

早在中国现代报业诞生之初,梁启超先生就预言了国际传播的发展路径,“有一人之报,有一党之报,有一国之报,有世界之报……以全世界人类之利益为目的者,世界之报也”。从“中国与世界”,到“世界之中国”,再到如今的“中国之世界”,中国经济的高速发展和信息技术带来的全球传播新模式,不仅有力驱动了世界政治经济和文化传播秩序的深刻变化,而且召唤出超越地理文化局限

的“世界之报”新视野和新格局。

党的十九届五中全会明确提出,“以讲好中国故事为着力点,创新推进国际传播,加强对外文化交流和多层次文明对话”。建构“全球中国”的国际传播新形象,也是积极主动讲好中国故事,传播好中国声音,全面构建世界范围内“人类命运共同体”的可行路径。

随着新冠肺炎疫情成为全球共同面对、共同克服的首要关切,应对人类重大公共危机所采用的不同社会治理方案和文化生态模式亟须在国际传播层面得到沟通与碰撞^[27]。对于中国传播学者与新闻传播实践者而言,在基于民族国家和地缘政治疆界展开的国际传播理论想象对日益深入、互联互通的全球传播图景缺乏有效的解释力的历史节点,建构“全球中国”新形象,全方位、立体化、多维度塑造中国在抗疫过程中的积极形象,促进科学交往、梳理共同信念,成为接续先哲“世界之报”历史期许,夯实当代“以内容建设为根本”“内宣外宣联动”的国际传播战略目标,推动国际传播概念和理论创新的有效切入点。

参考文献:

- [1] D. Shambaugh. *China and the World*. New York: Oxford University Press, 2020: 1-16.
- [2] D. K. Thussu, H. de Burgh, A. Shi. *China's Media Go Global*. London: Routledge, 2018: 4-8.
- [3] 习近平. 举旗帜聚民心育新人兴文化展形象更好完成新形势下宣传思想工作使命任务. 人民日报, 2018-8-23 (1).
- [4] 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, 2013-8-21 (1).
- [5] C. K. Lee. *The Specter of Global China: Politics, Labor, and Foreign Investment in Africa*. Chicago: the University of Chicago Press, 2017: xiii-xiv.
- [6] 参见该中心网站首页介绍. <http://humanities.exeter.ac.uk/modernlanguages/research/centres/globalchina/>.
- [7] D. Shambaugh. *China Goes Global: the Partial Power*. New York: Oxford University Press, 2014: 1-9.
- [8] 大卫·哈维. 新自由主义简史. 王钦译. 上海: 上海译文出版社, 2010: 137.
- [9] D. Y. Jin. *The Construction of Platform Imperialism in the Globalization Era*. *Communication, Capitalism & Critique*, 2013(1).
- [10] Y. Hong. *Pivot to Internet Plus: Molding China's Digital Economy for Economic Restructuring?*. *International Journal of Communication*, 2017(11): 1-21.
- [11] C. Fuchs. *Reading Marx in the Information Age: A Media and Communication Studies Perspective on Capital Volume 1*. London: Routledge, 2016.
- [12] M. F. Vila Seoane. *Alibaba's Discourse for the Digital Silk Road: the electronic World Trade Platform and 'Inclusive Globalization'*. *Chinese Journal of Communication*, 2020, 13(1): 68-83.
- [13] D. K. Thussu, 盛阳, 史安斌. 多极化世界的全球传播重构. *全球传媒学刊*, 2019, 4: 90-100.
- [14] Y. Hong. *Networking China: The Digital Transformation of the Chinese Economy*. Chicago: University of Illinois Press, 2017.
- [15] G. Arrighi. *Adam Smith in Beijing: Lineages of the Twenty-First Century*. London: Verso, 2007: 149-172.
- [16] M. Hardt, A. Negri. *Empire, Twenty Years On*. *New Left Review*, 2019, 120(6): 67-92.
- [17] 殷之光. 作为主体的第三世界: 行动中的立法者与现代国际秩序的创造——评络德睦《法律东方主义: 中国、美国与现代法》. *人大法律评论*, 2017, 1: 85-99.
- [18] 塞巴斯蒂安·康拉德. 全球史中的启蒙: 一种历史学的批评. 熊鹰译//区域, 2014, 1: 81-101.
- [19] 杨念群. 从“世界史”到“全球史”. *读书*, 2011, 4: 47-56.
- [20] 严海蓉, 沙伯力. *中国在非洲: 话语与现实*. 北京: 社会科学文献出版社, 2017: 1-23.
- [21] 马克思. *资本论(第一卷)*. 北京: 人民出版社, 2014: 822.

- [22] 丹·席勒. 信息资本主义的兴起与扩张:网络与尼克松时代. 翟秀凤译,王维佳校译. 北京:北京大学出版社, 2018:207-217.
- [23] 史安斌,张耀钟. 新中国形象的再建构:70年对外传播理论和实践的创新路径. 全球传媒学刊,2019,2:26-38.
- [24] J. Manyika, S. Lund, J. Bughin, et al. Digital Globalization: the New Era of Global Flows. 2021-01-31. [2020-01-31] <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows>
- [25] 宁吉喆. 中国经济运行呈现十大亮点. 2021-01-15. [2020-02-01] http://www.qstheory.cn/dukan/qs/2020-02/01/c_1125497444.htm.
- [26] V. Prashad. The Poorer Nations: A Possible History of the Global South. London: Verso, 2012: 198.
- [27] 盛阳. 全球传播与政治经济学的互构与重校:一种传播思想史的理论评述. 全球传媒学刊, 2020, 4: 3-21.

Innovating China's International Communication Theory and Methodology in the New Era: a Conceptualizing Analysis Based on the "Global China"

Shi Anbin (Tsinghua University)

Sheng Yang (University of International Relations)

Abstract: With the integration of information and communication technology and also the prevailing of cultural and economy globalization, the "global China" becomes an effective scope for theorizing China's international communication ideas and social practice. It is not only a geopolitical and socio-economic power structure forging in a global setting, but also a decentralized epistemology for conceptualizing China's international communication strategy. The imagination of a new world communication order transcending the nation-state and geopolitical boundary not only appeals to the historical legacies, but also calls for a realistic practice. As China's global presence and international influence are deeper and deeper in the changing global order, the comprehensive and sound evaluation and construction of China's national image become the kernels of China's international communication project. The construction of new image of "global China" functions as a forcible trial for media and communication practices and discourse formations as well.

Key words: global China; national image; international communication; discourse system; cultural soft power

■ 收稿日期: 2021-02-20

■ 作者单位: 史安斌, 清华大学新闻与传播学院; 北京 100084

盛 阳, 国际关系学院文化与传播系; 北京 100091

■ 责任编辑: 刘金波