

制度·媒介·叙事：中国式现代化国际传播话语建构的三重逻辑

陈守湖

摘要：在中国式现代化的推进过程中，需强化中国式现代化的国际传播话语建构。基于制度逻辑阐释政治内在，要讲好中国式现代化的历史选择、当代实践与民本内涵；基于媒介逻辑建强传播体系，要应对深度媒介化、数字技术、平台媒体带来的国际舆论博弈新格局；基于叙事逻辑追求话语创新，要在叙事视角上强调我者叙事与他者叙事的互嵌，在叙事主体上注重国家叙事与民众叙事的互动，在叙事策略上体现理性叙事与感性叙事的互补，从而在全球范围内增强对中国式现代化的认同，为和平发展创造良好的国际舆论环境。

关键词：中国式现代化；话语体系；国际传播；内在逻辑

中图分类号：G206 **文献标识码：**A **文章编号：**1003-0751(2023)04-0164-07

习近平总书记在党的二十大报告中指出：“从现在起，中国共产党的中心任务就是团结带领全国各族人民全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。”^[1]加强国际传播能力建设，向世界讲好中国故事、传播好中国声音，中国式现代化的理论及实践无疑是最丰富、最生动的资源库、案例库。在国际传播中，相对于技术的迭代更新，话语体系的博弈更为关键。话语体系叠加了国家的硬实力和软实力，关乎国家核心利益的主张与维护。从中国式现代化的本质特征及国际传播的现实环境出发，探究中国式现代化国际传播的内在逻辑，推动形成与中国式现代化成就相匹配的国际话语权，为“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”提供强有力的舆论支持，具有现实性和迫切性。

一、中国式现代化国际传播话语的制度逻辑

“源自欧洲的西方现代性话语体系在世界传播

格局中的霸主地位至今仍未被打破，以盎格鲁-撒克逊主义为核心的西方发达国家在全球范围内推行自己的文明和价值观念并试图完成对其他国家，尤其是欠发达国家在意识形态领域的收编。”^[2]²⁴由于长期的西强我弱以及争取和平发展的国际环境，柔性意识形态的策略在国际传播中被强调得比较多。以软性的意识形态植入国际传播，当然不可或缺，但国际传播若缺乏政治内涵的支撑，中国主张、中国声音就不可能得到完整的传播，甚至会产生政治误读。如何阐释好中国式现代化的制度逻辑，是其国际传播不可回避的根本性主题。

1. 中国式现代化的历史选择

从封建王朝内部产生的自强运动、维新变法，到中国资产阶级政党领导的旧民主主义革命，西方现代化皆是当时救亡图存的中国精英心中的模板。毛泽东曾对此有过精妙而深刻的概括：“要救国，只有维新，要维新，只有学外国。那时的外国只有西方资本主义国家是进步的，它们成功地建设了资产阶级的现代国家。”^[3]

曾寄予着中国人强国梦想的西方资本主义制度

收稿日期：2022-12-08

基金项目：国家社会科学基金项目“中印领土争端舆论史研究（1947—2017）”（21BXW11）。

作者简介：陈守湖，男，陕西师范大学新闻与传播学院教授，博士生导师（陕西西安 710119）。

之所以被中国人民抛弃,在于它根本改变不了中国受欺凌、受屈辱、受压迫的国家和民族困境。尤其国民党政权在国家建设、国家治理、争取民族独立上的无所作为,以及西方列强对中国国家利益的肆意侵犯,更使中国人民看清了国民党政权的腐朽本质及其所追随的西方资本主义的真实面目。早在20世纪30年代,学者杨幸之即撰文指出,帝国主义和残余封建势力根本不会让中国自主自立,因而是不能实现现代化的^[4]。

中国人民选择了马克思主义武装起来的中国共产党,选择了社会主义制度,是19世纪中叶以来的中国历史逻辑所决定的。社会主义制度在曾经一盘散沙、贫穷落后的世界第一人口大国获得成功,本就重构了国际政治格局,从来皆是国际传播中大书特书的事件。因此,在中国式现代化国际传播中必须要有制度自信。绝不能畏首畏尾,回避国际舆论的政治斗争。在制度层面,对于中国式现代化国际传播来说,根本的历史逻辑就是:“各国国情不同,每个国家的政治制度都是独特的,都是由这个国家的人民决定的,都是在这个国家历史传承、文化传统、经济社会发展的基础上长期发展、渐进改进、内生性演化的结果。”^[5]

2. 中国式现代化的当代实践

“中国既然取得这样的成功,其制度、政治和治理方式必然有其门道。”^[6]许多处于现代化探索中的发展中国家,对于中国式现代化显然有制度详解的现实需求。有西方学者指出:“中国通往现代性的旅程是我们这个时代最有意义的历史事件。这个旅程的形态、时序和结果对于世界上所有的国家和人民来说都是极为重要的,中国的和平发展不仅有益于中国人民,而且有助于全球治理和全球福利。”^[7]中国的制度优势是在中国式现代化的当代实践中彰显出来的。中国式现代化需要被世界“看见”。

政治制度是抽象的,政治实践是具象的。中国式现代化的当代实践是国际传播最为丰富的“案例池”。伴随着互联网在全球的日渐普及,中国实践的“能见度”日益提升。就中国式现代化这个议题而言,国际传播话语建构重要的目标就是要为中国特色社会主义制度的实践创造良好的国际舆论环境。制度的政治内涵需要为国际社会知晓,制度的生动实践更需要丰富、全面地展现出来。

全球发展中许多共性的问题都能在中国找得到案例,中国这个发展中大国对于共性问题的破解因

此具有特别重要的价值。比如,中国告别千百年来的绝对贫困即是中国式现代化的重要成果,在全球范围具有巨大的影响。英国的《经济学人》杂志发表评论称,在减贫脱贫上,“中国堪称英雄”;世界银行行长金镛亦认为:“中国扶贫开发的经验对其他中等收入国家来说非常有借鉴意义。”^[8]这样的实践在中国式现代化国际传播话语中尤其值得重视。中国式现代化的当代实践越生动,中国式现代化的国际传播就越有说服力,就越能告别凌空蹈虚的概念传播,就越能以鲜活的中国实践与世界沟通互动。

3. 中国式现代化的民本内涵

人民至上是中国共产党执政理念的核心所在,也是中国式现代化的核心所在。尽管政治理念、制度设计不一样,但在现代政治文明的基本框架之下,对于民心的争取、对民意认同的追求,全球的政治治理皆有相似之处。基于意识形态的对抗,反华政客可以搅浑水,但民心相通则可能破除意识形态的樊篱。中国基于人类命运共同体提出的“民心相通倡议机制”,即是着力于“型构人类共通的国际社会交往新范式”,并且获得了诸多国家的认同^[9]。

回顾1949年以来的中国外交,破冰之举往往来自“人民外交”思想的贯彻。正是在“人民外交”思想的推动下,中国不仅奠定了在第三世界国家中的良好国家形象,还冲破了以美国为首的西方国家的外交封锁,赢得了外交主动。中国特色社会主义进入新时代之后,“人民外交”在经济全球化、信息全球化及和平民主进程加快的背景下,获得了更为显著的外交效果。习近平主席与美国艾奥瓦州马斯卡廷小镇一户普通人家30多年的友谊,在国际传播中就具有特别好的亲和效应。

“人民外交”的思想与成果给我们这样的启示:在国际传播中,需要把中国式现代化与普通民众的真实感受充分结合起来向世界言说。讲好中国故事,最根本的就是要讲好中国普通百姓的人情冷暖;讲好中国梦,最重要的就是讲好中国普通百姓的幸福生活。而阐释好中国式现代化道路的制度内涵,就是要把制度设计与人民幸福勾连起来,把中国式现代化这个抽象的概念与中国百姓的个体经验结合起来,充分展现民为邦本的制度内在。

二、中国式现代化国际传播话语的媒介逻辑

由于信息传播技术的迭代,全球传播政治生态

深度调整:基于认知和文化的“边界博弈”,成了大国博弈的“前线”,以往由地理空间引发的地缘博弈已经变得不那么突出,媒介意义上的传播博弈显得越来越重要^{[10]5}。在当下的国际传播话语权竞争中,谁在新技术、新媒体、新格局上拥有优势,就能占据舆论主导权、主动权。中国的现代化是引发全球关注的大事件,其国际传播须契合媒介化、数字化、平台化的互联网社会特质,方能获得更有影响力和渗透力的传播效果。

1. 深度媒介化重构社会连接

在媒介化时代,媒介这个在传统认知中作为信息传递工具的“物”,在信息技术的不断加持下越来越深入地介入社会。“媒介的影响不仅仅局限于发送者—讯息—接收者这个传播序列,其影响扩及媒介和其他社会文化领域间不断变化的关系之中。”^[11]数字媒介作为当代社会的“元媒介”,不仅改变了媒介资源构成,且重构了社会关系、社会结构、社会秩序,使社会显示出“深度媒介化”(deep mediatization)^{[12]5}的特征。“媒介与人、社会的关系拓展到一个崭新层面:媒介作为一个技术机器系统,与有机体系统、社会系统互嵌共生,成为直接驱动人类社会运作的动力和机制。”^{[13]6}

在报纸、广播、电视三大媒介主导国际传播的时代,无论是体量还是影响力上,中国的媒体资源均与西方无法抗衡。在互联网时代,西方在传媒基础设施上的垄断格局则受到了挑战。中国的互联网技术、产业、企业已经具有较强的国际竞争力,甚至在某些方面超过了西方。技术赋权使得海量的自媒体成为不容忽视的新兴力量,国际传播的传统媒体范式面临转型,原有的影响力空间亦被不断压缩。中国式现代化国际传播应契合全球范围内文化与社会媒介化这一新趋势。

其一,在国家战略主导之下,以建设“国际一流媒体”作为目标,建立具有强大影响力的国际传播新型主流媒体,使中国媒体的国际传播能力与不断强大起来的现代化中国相匹配。同时,把国际传播同外交活动、文化交流、科学研究、民间交往等渠道紧密结合起来,形成多元复合的国际传播话语体系,尽快改变“有理说不出、说了传不开”的被动局面。

其二,高度重视个体传播在国际传播中的作用。在万物皆媒、人人皆媒的泛连接的传播结构中,“个体的力量在无限连接中聚合、放大、爆发,从而为社会的相对无权者赋予话语权和行动权”^{[14]82}。国际传播看起来是宏大的国家话语表达,但最终要落

实于每一个受众个体。中国式现代化国际传播需要诉诸作为受众的“他”,以及作为媒文件的“他”,并通过“他”去关联更多的个体,不断叠加个性化的中国式现代化体验。

2. 数字技术改变国际传播格局

“技术环境与国际社会环境的耦合,形成了自‘冷战’结束以来最为复杂的国际传播环境。”^{[15]3}大数据作为既实存又虚在的一种普泛化的媒介,催生了完全不同于传统媒体的全新媒介形态——媒介即数据,数据即媒介。通过对文本、电子踪迹、社交网络行为、移动传感器等讯息的抓取与分析,大数据技术建立了一种新型的内容观、传播观、效果观,数据的生成、利用、控制也成为国际竞争的一部分。数据话语权在国际传播竞争中的权重越来越大。正是依托对海量信息的搜集、处理、分析和传播,西方国家形成了“现实传播优势”和“深层影响能力”^{[16]1}。对于中国式现代化国际传播而言,须充分利用大数据技术,使中国式现代化的传播议题有流量、有用户、有效果。

算法传播已经成为新的传播力。基于以前国际传播中目标大而化之、对象模糊难识、效果无法测定等弊端,中国式现代化国际传播要充分借助算法,了解国外受众的偏好,设定国外受众关心的议题,发挥最佳传播效果。要对国际社会讲好中国式现代化,就必须“采用贴近不同区域、不同国家、不同群体受众的精准传播方式,推进中国故事和中国声音的全球化表达、区域化表达、分众化表达”^[17]。而要实现这样的精准传播,就必须充分依靠算法,变大众传媒的“漫灌”式传播为算法时代的“滴灌”式传播。

人工智能技术正不断介入国际传播。学者的研究发现,西方反华媒体使用“机器人水军”制造反华舆论较为普遍。推特上就存在大量的“机器人水军”,它们通过多种文字发表涉疆、涉港、涉藏等内容的推文,混淆国际视听^{[18]89}。伴随5G的普及和6G时代的到来,智能媒体的使用必将越来越广泛,中国式现代化国际传播将会遇到更为复杂的技术环境和严峻的技术挑战,如何善用日新月异的智媒技术增强国际传播能力,需要有更系统、更前瞻的战略谋划。

3. 平台媒体影响地缘政治

2010年之后,全球国际传播平台发生了重大变化,社交媒体和平台型媒体超越了此前最受倚重的国际广播电视媒体,成为国际新闻传播的主要平台^{[19]11}。伴随互联网平台对于社会生活的渗透不

断加深,媒介平台的基础设施化趋势日益明显。“互联网平台提供的技术服务和设定的游戏规则,决定了平台型社会生产结构的运行及社会化生产的过程。”^[20]⁷⁴支撑平台化的数字媒介从一开始就是全球性的力量。超级互联网平台的出现深刻地改变了地缘政治的格局,平台生态系统已然成为一种强大的地缘政治力量。就国际传播新秩序的构建来说,因其强大的整合力、渗透力、辐射力,大型互联网平台的地位举足轻重。“主要由美国互联网平台主导的全球网络传播,正在将原来东西方之间不平等的国际传播结构向网络空间迁移并放大。”^[21]¹⁶中国式现代化国际传播离不开平台型媒体的支撑,必须适应国际传播从单一的、点状的信息发布模式向复合的、网状的传播生态递变的根本性变革。

一方面,要借力全球性的互联网平台。以往的外宣传播,中国往往看重西方主流媒体,采用购买专版、发布广告等形式进行宣传。这一传统操作模式在西方政客不断操弄“中国威胁论”、肆意抹黑中国的背景下显得力不从心,外宣空间越来越狭窄。异军突起的中国式现代化本来就是西方反华舆论的靶子,西方主流媒体诋毁中国式现代化亦是所谓的“政治正确”。海外互联网平台由于价值倡导、资本构成、利益追求等原因,其意识形态属性相对而言不那么外显。近年来,以央媒为代表的中国主流媒体,在西方互联网平台开设了海外账号,开展国际传播工作。一些中国公民或海外华人的私人账号也以中国社会生活作为主要题材,有些还拥有相当不错的流量和影响。尽管中国主流媒体海外账号的亲密度、融入度、传播力等有待提升,但平台化、生态化的传播拓展思维无疑是可取的,需要持之以恒的探索和掘进。只有充分借助海外平台做好“技术政治”的文章,中国式现代化国际传播才能拥有更有效的渠道。

另一方面,要建强具有自主知识产权的中国平台。在入驻西方平台媒体“借船出海”的同时,要大力扶持中国平台媒体到海外发展,以对冲西方偏见之下算法意识形态的消极影响。目前“TikTok”“WeChat”等中国互联网平台日益国际化,聚集了相当规模的海外用户。中国互联网平台在西方的立足和发展,本身就是中国式现代化的重要体现。不论是对中国式现代化的理论阐释,还是对其实践成果的具体呈现,嵌入国外民众日常社交的中国平台媒体都是最可借重的。要制定扶持平台媒体的战略规划和具体举措,充分发挥中国在大数据、云计算、物

联网、人工智能等技术快速发展的优势,做大做强中国平台媒体。

三、中国式现代化国际传播话语的叙事逻辑

“如果把现代化作为整体放在特定的历史时代的位置上来考察,那么我们可以把它大致理解为从18世纪后半期西方工业革命以后出现的一个世界性的发展进程,或称全球发展总趋势。”^[22]由于人类社会的现代化进程最是从西方源起并向外扩散的,西方现代化话语在国际传播中兼具先发性和垄断性。因此,中国式现代化不仅是物质生产意义上的现代化新模式,也是知识生产意义上的现代化新叙事。在国际传播中,中国式现代化话语并不是要去替代西方现代化话语,而是要为现代化话语体系提供中国经验和中国认知。

1. 叙事视角:我者叙事与他者叙事

伴随中国向第二个百年奋斗目标持续迈进,中国式现代化必将显示出越来越强大的影响力。信奉“国强必霸”逻辑的西方国家,对于中国式现代化的恐慌及其攻击是必然的。

从特朗普政府到拜登政府,美国对华战略日益体现出竞争、打压、对抗的特征。美国是西方现代化的“盟主”,长期主导着话语权。因而,美国外交政策的调整,必然导致对中国式现代化话语传播采取对抗策略。西方反华舆论对中国的抹黑,也影响了民众对中国现代化的认知。2021年6月,美国皮尤中心发布的调查显示,对中国持负面态度的美国民众达到了67%,相较于2018年的数据,增加了19个百分点。同时,加拿大、澳大利亚、日本、韩国等14个发达国家(地区)的民众,对中国给予负面评价的比例亦创新高^[23]。这充分说明,依靠西方模式实现现代化的国家,尽管有不同的文化和地域差异,但在现代化话语的内核上高度趋同,而且带有强烈的意识形态排斥性。

没有经过西方资本主义的过程,就不可能实现现代化,这是西方叙事中的刻板认知。中国式现代化不断地被西方话语所诋毁、攻讦,也是西方中心主义的叙事在作祟。事实上,在相当长的一段时间里,中国知识界的现代化叙事也是西方中心主义的,即以西方理论来看待中国的现代化,“自我西方化”的现代化话语颇有市场。

在话语这个层面,中国式现代化冲击了西方现

代化叙事中的西方中心主义视角。中国式现代化的知识话语也真正地确立了“我者”的自信,而西方现代化日益成为“他者”。这种叙事视角上的变化,带来了中国和西方在现代化话语上的激烈交锋。中国式现代化国际传播必然要在我者叙事与他者叙事上实现协调推进。

在我者的维度上,要将真实、全面、立体的中国式现代化呈现给世界。在西方主流媒体长期的妖魔化宣传中,它们一方面极力地渲染中国这个世界人口最多的国家实现现代化带来的所谓“中国威胁”,比如霸权、环境、气候、资源等;另一方面,不时地散布中国在发展过程中的所谓“黑幕”,如基层治理、人权、腐败等问题。相当一部分的西方媒体在使用中国媒体的成就报道时会做反向解读,以适应其看待中国式现代化的预设立场。基于此,中国式现代化国际传播须主动出击、以我为主,以“我”之视角真实讲述拥有14亿人口、面临多重挑战的复杂中国:既要自信地展示现代化的中国成就,也要自信地探讨现代化进程中的中国问题;既要讲述现代化成就带来的中国变化,又要讲述中国式现代化提供给他国的机遇与红利;既要显示中国问题的本土成因,更要展示这一问题的国际共性,尤其要立体展示这一问题得以解决的中国方案、中国行动、中国成效。在中国式现代化的我者叙事上,努力地实现中国问题与全球议题的统一。

在他者的视角下,要将可感知的中国式现代化呈现给世界。中国式现代化的实现过程,其实一直伴随着世界对于后发现代化的中国的认知过程。由“外”(他者视角)而“外”(国际传播)的叙事,应当成为中国式现代化国际传播的重要考量。由外国人士体验、讲述、传播中国式现代化,近年受到中国主流媒体的重视。曾获28届中国新闻奖国际传播奖的纪录片《中国面临的挑战》,邀请了著名的中国问题专家库恩作为主讲人,选题均与库恩商定,确定的原则就是美国受众的接受度。同时,一改单一的成就性的传统外宣模式,对一些敏感议题,比如城管、雾霾、水污染、乡村选举等,毫不回避、主动澄清。这样的叙事选择,使得该片在美国200余家电视机构播放,并获得了第39届美国“泰利奖”。

2. 叙事主体:国家叙事与民众叙事

现代化话语既是国家意识形态,又是民众的个体体验。因此,既要强化在国际传播总体战略之下的广义上的外宣机构的话语协同,也需要在中国式现代化这一核心议题的民众叙事上做足文章。

长期以来,由于国际传播的政治性、政策性都很强,官方外宣机构承担了国际传播的主要任务,经受了国际舆论斗争的多重考验,为中国式现代化国际传播奠定了坚实的基础,也积累了弥足珍贵的经验。在甚嚣尘上的“中国掠夺论”“中国新殖民”“中国不讲国际责任”等论调面前,中国式现代化国际传播注定是充满斗争性的,不必对西方自动消除成见抱有幻想,而是要有策略地展开舆论斗争。中国式现代化取得的巨大成就,为其国际传播提供了强大支撑。中国式现代化的国家叙事,需要补齐重手段轻战略、单一依靠媒体外宣、国际传播“内外有别”等认知和实践上的短板,在大外交、大外宣的框架之下,整合外交机构、主流媒体、海外中企以及对华友好机构,构建更具广度及深度的国家叙事,主动发声、及时发声、策略发声,通过国家叙事的强大体系,真实、立体、全面地传播中国式现代化,反击西方反华舆论对中国式现代化的歪曲诋毁。

在中国式现代化的国家叙事中,主要是把中国式现代化的理论、模式、特点以及对全球的贡献讲足讲深讲够。中国式现代化并不是对西方现代化的对抗,更不会向其他国家强行输出中国式现代化,而是基于人类命运共同体发展自己、惠及他国。这样的叙事输出,在外交上体现为对于国家利益的坚定维护,在外宣上体现为对于国家意志的笃定传播,而对于其他身在海外的中国机构来说,则是通过与所在国民众的日常叙事联结,传播柔性的中国国家意识形态,“进行多元主体的国际传播能力共建,形成顶层设计之下各部分的协同联动”^[24],建构起中国式现代化的国家叙事话语体系,确保国家叙事明晰的意义指向,避免国家叙事的碎片化。

民众叙事主体既指中国公民,也包括他国公民。在社交媒体时代,民众个体叙事往往有着不可替代的作用。“抽象概念应当具有明确的内涵,故事所承载的宏观命题的涵义也应有明确的界定,使之能够通过具体而微观的故事清晰地呈现出来。”^[25]⁶发挥好社交媒体中的公民叙事,就有可能形成意想不到的外宣效果。近年许多在海外生活的中国公民利用社交媒体平台开设账号,展现中国及所在国的社会风貌、民众生活,起到了很好的互动传播效果。而到中国创业、生活的他国公民为数不少,开设社交媒体账号展现在华生活的外国人比较多,协调用好这些自媒体,是中国式现代化国际传播不可忽略的部分。将中国经验转化为中国体验,才能更有效地提升话语建构的认同力。

3. 叙事策略:理性叙事与感性叙事

“现代化的本质是人的现代化。”^[26]中国式现代化的国际传播话语,既要在知识生产与传播的意义上实现中国式现代化的国际认同,又要在个体经验的意义上展现出中国式现代化的人格化。

相对于中国式现代化在实践层面创造的中国奇迹以及在全球范围内产生的震撼性影响,中国式现代化在学术层面的知识生产创新成果目前较为缺乏。西方现代化之所以具有强大的国际话语权,除了在物质意义上率先创造了人类社会发展的新阶段,其现代化理论同样为人类文明提供了新的知识体系。伴随西方现代化进程而产生的现代性理论,更是一门显学,对全球的哲学社会科学话语有深远影响。

真正的话语权一定来自基于理性建构的叙事体系。实践创新呼唤理论创新,现代化的中国是“高铁上的中国”“空间站里的中国”“美丽乡村的中国”,也应当是“哲学的中国”“政治学的中国”“社会学的中国”“经济学的中国”。中国学者须有“文化自信和知识自主,为世界性理论留下印记”^[27]²¹⁷,充分张扬理性精神,中西互参,古今互鉴,聚焦中国式现代化的历史逻辑、文化内在、现实探索,建立具有中国特色、中国风格、中国气派的现代化阐释体系。为此,既要在中国式现代化国际传播话语中体现出中国实践对于全球发展的重大贡献,更要体现出中国式现代化理论之于人类文明的重要价值。

如果说中国式现代化对外话语的理性叙事重在影响他国知识群体,体现为一种精英文化生产。那么,中国式现代化对外话语的感性叙事则重在影响他国普通民众,体现为一种大众文化植入。伴随消费主义在全球范围的弥漫,大众文化对于民众日常生活有着无孔不入的渗透。大众文化具有强烈的具身性,往往伴随着文化个体的身体经验和情感体验,隐去了意识形态色彩,更容易产生跨文化的认同。继2008年夏季奥运会之后,2022年北京又主办了冬奥会,“双奥北京”就是中国式现代化成就的最好展示。北京冬奥会既在开幕式、场馆设施、组织管理等环节体现了从古老文明走来的现代中国的国家气质,更在诸多感性的细节上展示了可信、可爱、可敬的中国形象。美国滑雪运动员特莎·莫德每天发布视频,记录她的北京冬奥时光,最后发布离别视频时感动地流下了眼泪。美国自由式滑雪U形池运动员阿伦·布隆克在新闻发布会上盛赞北京冬奥,并

批评美国媒体的假新闻。这些感性的个性化叙事,无疑是对中国式现代化国际传播的有力支持。关切人类命运共同体的中国式现代化,需要无数个体的感性叙事来消除泛意识形态、逆全球化、新冷战思维之下西方蓄意制造的对中国式现代化的不实甚至虚假议题所产生的消极影响。

结 语

习近平总书记指出:“当代中国的伟大社会变革,不是简单延续我国历史文化的母版,不是简单套用马克思主义经典作家设想的模板,不是其他国家社会主义实践的再版,也不是国外现代化发展的翻版。”^[28]中国式现代化既打破了现代化模式以西方为尊的陈旧话语体系,也超越了文明冲突、文明隔阂、文明优越等西方中心主义文明观,为实现现代化的多元探索提供了中国智慧和方案。

立足中国式现代化的社会主义本质、中华文明传统,着眼跨文化传播话语体系建构,适应深度媒介化的传播环境,中国式现代化国际传播需嵌入制度、媒介、叙事等内在逻辑,向世界阐释中国基于历史传统、基本国情、制度属性、发展基础而创造的新型现代化模式。同时,伴随新兴技术带来的对社会结构、传播格局的媒介化重构,须建强传播平台,创新叙事模式,谋求话语创新,深化对中国之路、中国之治、中国之理本质特征及文明内涵的国际传播,在以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的过程中,打好国际舆论斗争的主动仗,维护好国家和人民利益,创造有利于和平发展的国际舆论环境。

就具体的国际传播实践而言,首先,须从中国式现代化的本质要求出发,统筹国际传播话语体系建设,聚合丰富多元的现代化实践案例,融入具体可感、鲜活生动的民众体验,在人类命运共同体、文明互鉴、民心相通的视野下,诠释作为人类文明新形态的中国式现代化的中国特质与全球价值,既强调中国式现代化的民族性、特殊性,又彰显中国式现代化的世界性、普遍性,为中国式现代化的国际传播奠定广泛的认知与认同基础。其次,在媒介化、数字化、平台化的国际传播新格局中前瞻谋划、抢点布阵、主动出击,深度融入泛媒介、泛连接的全球传播新生态,准确把握日趋复杂的国际舆论博弈新态势,打造具有全球影响力的新型平台,用好算法传播、智能传播等新兴传播方式,使中国式现代化的国际传播渠道可见、平台可见、效果可见。最后,优化中国式现

代化的叙事表达,注重我者叙事与他者叙事、国家叙事与民众叙事、理性叙事与感性叙事的协同,讲好现代化的中国故事,传播好现代化的中国声音。尤其要重视中国式现代化的理论创新及知识生产,使中国式现代化不仅作为一种新发展模式为世界所瞩目,同时也在知识学意义上嵌入现代性话语体系,从而产生更为深远的影响。

参考文献

- [1] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N].人民日报,2022-10-26(2).
- [2] 张毓强,潘璟玲.主体性探询:论中国国际传播创新的方法论基点[J].新闻与写作,2020(10):23-31.
- [3] 毛泽东选集:第4卷[M].北京:人民出版社,1991:1469-1470.
- [4] 杨幸之.论中国现代化[M]//梁由之.梦想与路径:1911—2011百年文萃.北京:商务印书馆,2012:324-333.
- [5] 习近平谈治国理政:第二卷[M].北京:外文出版社,2017:286.
- [6] 傅莹.加强国际传播,更好地塑造中国形象[J].人民论坛,2021(31):6-9.
- [7] 马蒂内利.全球现代化:重思现代性事业[M].李国武,译.北京:商务印书馆,2010:1.
- [8] 精准扶贫,中国书写最伟大故事:国际社会积极评价中国脱贫攻坚成果[J].理论导报,2017(10):45-46.
- [9] 张勇锋.民心相通析论[J].现代传播,2021(9):44-48.
- [10] 姜飞.国际传播百年未有之大变“局”:利益、边界和秩序的接力[J].新闻与写作,2021(10):5-13.
- [11] 夏瓦.文化与社会的媒介化[M].刘君,李鑫,漆俊邑,译.上海:复旦大学出版社,2018:4.
- [12] 常江,何仁亿.安德烈亚斯·赫普:我们生活在“万物媒介化”的时代:媒介化理论的内涵、方法与前景[J].新闻界,2020(6):4-11.

- [13] 孙玮.媒介导航的数字化生存[J].国际新闻界,2021(11):6-22.
- [14] 喻国明,耿晓梦.“深度媒介化”:媒介业的生态格局、价值重心与核心资源[J].新闻与传播研究,2021(12):76-91.
- [15] 胡正荣.智能化背景下国际传播能力提升与人类命运共同体构建[J].国际传播,2019(6):1-8.
- [16] 陆小华.数据话语权:国际传播的战略性竞争焦点[J].现代传播,2020(10):1-6.
- [17] 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国[N].人民日报,2021-06-02(1).
- [18] 赵爽,冯浩宸.“机器人水军”发展与影响评析[J].中国信息安全,2017(11):88-89.
- [19] 高金萍.中国国际传播的故事思维转向[J].中国编辑,2022(1):10-14.
- [20] 张兆曙.虚拟整合与平台社会的来临[J].社会科学,2021(10):70-79.
- [21] 张志安,李辉.平台社会语境下中国网络国际传播的战略和路径[J].青年探索,2021(4):15-27.
- [22] 罗荣渠.现代化新论[M].北京:商务印书馆,2014:102.
- [23] Pew Research Center. Most Americans have ‘cold’ views of China. Here’s what they think about China, in their own words[EB/OL]. (2021-06-30) [2022-12-05]. <https://www.pewresearch.org/global/2021/06/30/most-americans-have-cold-views-of-china-heres-what-they-think-about-china-in-their-own-words/>.
- [24] 程曼丽.新时期的国际传播:挑战与机遇并存[J].新闻与写作,2021(10):1.
- [25] 赵欣.国际传播视野中的中国故事叙事之道:“第一主讲人”人类命运共同体意涵的国际分享[J].新闻与传播研究,2021(1):5-25.
- [26] 中共中央文献研究室编.十八大以来重要文献选编:上[M].北京:中央文献出版社,2014:594.
- [27] 李金铨.国际传播的国际化:反思以后的新起点[J].开放时代,2015(1):211-223.
- [28] 习近平.论党的宣传思想工作[M].北京:中央文献出版社,2020:335.

System, Media and Narration: Triple Logic of International Communication Discourse Construction Based on Chinese Modernization

Chen Shouhu

Abstract: In the process of promoting Chinese modernization, it is critical to strengthen the international communication discourse construction of Chinese modernization. First, the political essence should be explained based on the system logic, followed by a description of the historical decision, contemporary practice, and people-oriented connotation of Chinese modernization. Secondly, a communication system should be developed based on the media logic that is completely compatible with the new circumstances of the international public opinion game, brought by deep mediatization, digital technology, and platform media. Thirdly, discourse innovation should be pursued based on the narration logic, with an emphasis on the mutual embedding of self and otherness in the narrative perspective, the attention to the interaction between nation and people in the narrative subject, and a reflection of the complementarity of rationality and perceptivity in the narrative strategy. Based on the triple logic, the global identity of Chinese modernization could be enhanced, and a better international public opinion environment for peaceful development could be created.

Key words: Chinese modernization; discourse system; international communication; internal logic

责任编辑:沐 紫