

中国对外传播

避免话语“权力”陷阱 用好自我表达“权利”

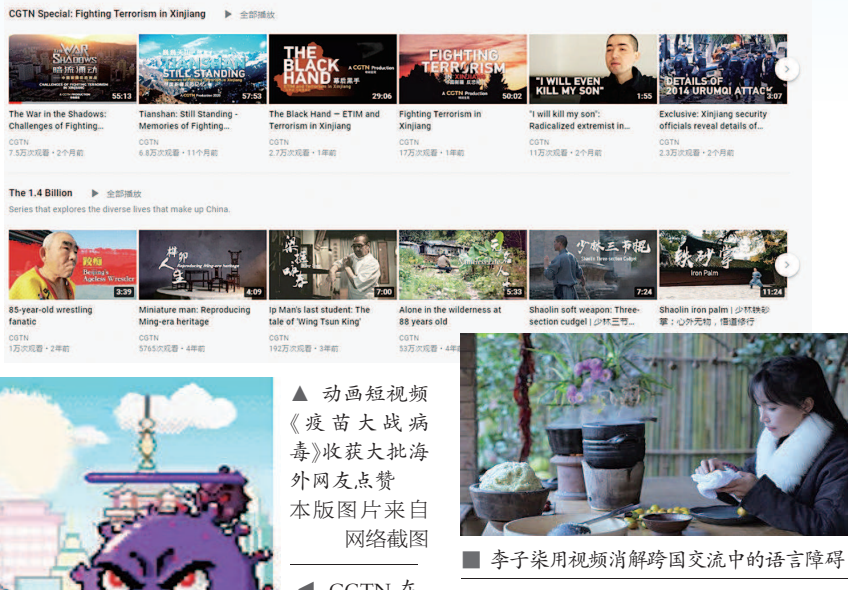
■ 李开盛(上海社会科学院国际问题研究所研究员、副所长)

习近平总书记日前强调,讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国,是加强我国国际传播能力建设的重要任务。如何讲述中国故事,构建怎样的中国话语和中国叙事体系,是当下我们亟需研究的问题。

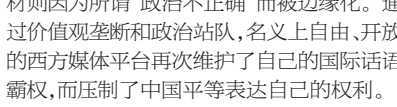


▲ 动画短视频《疫苗大战病毒》收获大批海外网友点赞 本版图片来自网络截图

◀ CGTN在海外平台发布介绍中国反恐努力等内容的视频



■ 李子柒用视频消解跨国交流中的语言障碍



一年多来的中西抗疫实践以及相关的政治斗争表明,争取国际话语权成为中国外交的当务之急。笔者注意到,许多学者、媒体在翻译“话语权”的时候,往往译成“discourse power”或“discursive power”,也就是把话语权视同一种权力,而非表达的权利。这表明,我们对话语权的认识可能还存在一些模糊的地方。而这种认识上的偏差,有可能对我们的国际话语权斗争产生深刻影响。

警惕权力话语陷阱

从最广泛的意义上讲,“权力”也可解释为“影响力”。但就本义而言,特别是在政治学与国际关系中,权力代表一种上、下位的正式或非正式的等级制关系,反映一方对另一方的支配与被支配、统治与被统治、控制与被控制,而非平等主体之间的影响与被影响关系。

学界对“权力政治”的警惕并非一种无视现实的伪善,而是反映了一种国际社会中的道德追求,即国家间应奉行平等,没有任何一个国家可以为了自己的利益而居于其他国家之上。这一理想从来没有成为普遍的现实,但却自近代以来逐渐成为国际法中的基本原则,且一再被《联合国宪章》等文件所肯定。这是因为,如果没有包括主权平等在内的国际法原则的制约,权力政治就必然发展成恶性的霸权政治,国际社会也就没有任何公平、正义可言。那种赤裸的权力主张,可能在现实的政治中仍然大行其道,但在舆论场中难以找到自己合法的空间。

国际话语权斗争恰恰是一个舆论博弈场。美国人不言自己的霸权,但很少强调自己有或要话语权。但事实上,我们知道以美欧为主体的西方政府与社会的综合体恰恰掌握着国际话语权。

这种霸权体现在很多方面,如挟资金、技术等实力,置发展中国家及其媒体于事实上的不平等地位,把西方方式的民主、自由、人权当作不容挑战的价值而否认其他文化中不同价值的合理性,利用英语霸权把其他非英语话语置于边缘地位等。也就是说,西方掌握了不平等的话语霸权,却极力把自己及其行为粉饰成为平等的典范。这反映了国际话语权斗争在话语表达上的高度敏感性。

做得好也要说得好

正因如此,有必要强调中国对国际话语权的本来理解,即作为权利而非权力,在国际政治与舆论平台上平等地传递自己声音、表达自己立场的权利。

中国反对“西风压倒东风”的话语霸权,当然也绝不会、也不应该追求一种反过来“东风压倒西风”的话语权。这不是一时的政策权宜考虑,而是植根于我们历来所倡导的外交价值观。我们主张建立相互尊重、公平正义、合作共赢的新型国际关系,推动构建共建共享、文明互鉴、开放包容的人类命运共同体,也必须反对任何形式的霸权。事实上,在中国的政策话语体系中,看不到有任何对话语(力)的渲染。习近平总书记在5月31日有关加强我国国际传播能力建设的讲话中,提出要“讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国”,强调的是要“着力提高国际传播影响力、中华文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力”。这其中一再强调的是要表达好自己,而非强制或凌驾于他者。

但在多年来的国际政治斗争特别是西方压力下,国内有一些声音对“权力”一词可能更为敏感,在对话语进行阐释时自觉或不自觉地将话语权引申为权力,在对外的英文传播中也将其译为“discourse power”或“discursive power”,这其实是对我国国际话语权主张的误读,也容易在国际上引起不良反响。事实上,作为权力的国际话语权既非中国所想,亦非中国所需。中国特别需要的是作为权利的国际话语权。这是因为,从主观上来讲,目前的中国话语并不与中国实践相匹配,还没有一套能够在全球平台上客观、有效且有影响力阐释这些实践的话语。做得好,却说不出来,已成为当前中国国际交流的最大短板。

从客观来讲,以西方为主的国际舆论平台并没有给中国实质的平等发声权利。西方的各类媒体平台看似开放,但其价值观事实上已排斥了中国式表达的作用空间。例如,在近期的所谓新疆棉花炒作中,凡是打上“强迫劳动”“人权”“种族灭绝”标签的话语,不管其是否有事实来源,仅凭“政治正确”就能在西方媒体上大行其道,而反映当前新疆稳定与人民生活幸福、中国反恐与安全利益等的问题

打造自信谦和的形象

要真正实践好作为权利的国际话语权,避免掉入权力话语的陷阱、重走西方话语霸权的老路,中国也需要做出许多主动的努力。

第一,在反对西方价值观垄断的同时,尽力探索与包括西方价值观在内的世界各文明价值观的平等沟通和多元共处之道。未来各国平等话语权的根本前提,在于各文明都承认彼此价值观与生活方式的合理性,而不是人为地划出所谓优势文明与劣势文明。对于文明间的差异,应该倡导通过平等对话、交流的方式最终实现相互借鉴。对于无法共通的部分,也要通过多元共存的方式保持文明的多样性与平等性。只有这样,基于各种文明的各国话语才有平等生存与发展的根基。

第二,在反对西方政治与话语霸权的同时,与各国共同探索和加强全球治理,在保持和优化有效治理架构的基础上,推动各国间实现真正的相互尊重、平等共处。任何话语间的平等共处离不开一个现实的平等政治结构。当前西方的话语霸权能够大行其道,一个关键原因就是西方在当前全球治理体系中的政治霸权。一些西方学者因主张全球治理的效率,而无视其中存在的“民主赤字”。但不管未来国际社会如何在治理效率与真正实现各国政治平等方面找到平衡方案,可以肯定的是,西方政治霸权并不等于有效治理。2008年后G20的兴起反映了西方独霸治理的失效,如何发挥包括中国在内的新兴发展中国家的作用,是兼顾全球治理效率与公正的重要途径。

第三,在不断做大做强自己媒体的同时,探讨一种更加自信、谦和、包容的话语表达方式,在东方优秀文化特质的基础上传递出倡导平等的中国形象。平等的话语权利不仅意味着更多、更有效的表达工具,还有赖于一种值得信任、信赖的话语内容与说话方式。

在任何沟通中,如果一个人的话语完全以自我为中心、不顾及他人感受、说话口气与方式上咄咄逼人,是很难让人相信他会平等待人的。在这方面,我们有必要向中国传统中的优秀成分学习,更多以谦谦君子的面貌示人。随着中华民族的全面伟大复兴,今天与未来的中国,会以强国形象出现在世界舞台上。在这种情况下,温和谦让的话语方式对传递自信、平等、可亲的中国形象来说就显得特别重要。

掌握「游戏规则」,提升国际传播效能

近日,凭借爆款视频《病毒往事》火遍外网的新华社主创团队再次出手,在海外社交媒体平台推出了动画短视频《疫苗大战病毒》,以大胆的创意、丰富的细节和幽默的语言,收获大批海外网友点赞。

我们可以发现,制作者充分利用了“二次元”造型有的放矢、针锋相对,对于海外媒体一些不实信息进行了有理有据、幽默讽刺的回击。虽然不是通常意义上的新闻报道,但以新闻事实说话,时效性强,堪称一种别具一格的新闻传播形式。

疫情暴发以来,美西方不断污蔑中国的抗疫工作。如何予以回击,《病毒往事》《疫苗大战病毒》等给了很好的范例。视频短小精悍,用词简洁准确,内容简单明了,不附加任何价值观或主观评判,充分运用了海外社交媒体“游戏规则”,因而这些社交媒体无法对其屏蔽。

新媒体时代,新闻的传播效率不再与其传播载体密切相关,而是取决于传播途径以及受众反馈。从这个角度看,传统的新闻构成需严格遵守新闻价值观,加之传统媒体在时效性及信息数量方面的弱势,使得机构媒体相比自媒体来说处于一定的劣势。而自媒体具有快速的发展速度,在大数据、LBS(基于位置的服务)、云媒体等技术不断推广的情况下,移动新媒体技术突破了发展瓶颈,形成了较多模式创新。

以李子柒为例,她运用图像、背景音乐、视频原声辅以及少量对话、解说,简洁唯美地呈现乡村日常和美食制作,不再用文字解说的方式来表达视频内容,从而消解了跨国交流中语言文字这一障碍。社交媒体的短视频传播方式使得文化阻隔变小,抓住了国际受众的共同文化属性,将中国的文化向外传播。

罗伯特·福特纳在《国际传播》中提出:“国际传播的简单定义是超越国界的传播,即在各民族、各国家间进行的传播”。相比过去,现在随着互联网,尤其是社交媒体在国际传播中的广泛应用,传播和受众的关系已发生明显改变。从理论上来说,只要是具备在社交媒体上发布信息条件,任何人都可以成为国际传播的主体,以及接受者。其最大的影响是,原来以国家通讯社为主要或唯一的国际传播主体,已发生明显改变,传播过程也逐渐变得动态。

在社交媒体上,任何一个人人都可以制图并转发。与此同时,脸书、推特等社交媒体凭借其垄断地位,对它们定义的“假新闻”删帖。2019年8月19日,这两家美国社交媒体巨头就借口关闭了近千个揭露香港暴徒行径的内地账号。推特随后更是以所谓保护“合理的探讨及开放的对话”为由,宣布不再接受所谓“由政府控制的媒体”提出的广告业务。这就更需要我们仔细研究新媒体,尤其是海外社交媒体上的传播规律,避免出现不利于自己的情况。

近日,推特以“违反了推特规则”为由,删除了尼日利亚总统布哈里的一则威胁要惩罚袭击政府大楼地区的分裂分子的推文。这些案例提醒我们,舆论斗争要讲究策略和艺术,很重要的一点是要充分了解海外传播的一些“游戏规则”。

提升对外发声能力,还应该充分认识到海外受众的使用习惯和规律,充分利用图片、短视频等视觉传播效果较佳的产品,提高推文的吸引力和传播效果。探寻传播路径,认识到国内外社交网站的巨大差异,尊重社交网络属性和传播规律,才能真正做到有效发声。

构建解疑答惑的互动域,形成多层次、多范围的对话,助益人们认知和理解异文化差异,进而消解文化隔阂,产生亲历中国等行为意向,并学会从海外受众的角度出发,创新完善对外传播的话语体系,把判断的权利交给受众。这种适度“留白”的传播方式,反而能在潜移默化中加深海外受众对我们的理解和认同。

■ 方翔