DOI:10. 13216/j. cnki. upcjess. 2021. 02. 0014

文化认同视野下中国梦对外传播的现状、问题及策略

任成金,王春雨
(山东科技大学 马克思主义学院,山东 青岛 266590)

摘要:“中国梦”是中国共产党执政理念的重要升华,也是中国特色社会主义话语体系的重要组成部分。独特的文化传统、历史命运和基本国情,使中国梦具有鲜明的中国特色。在当前世界各国文化交流交融交锋日益密切的形势下,在文化认同视野下研究和分析中国梦的对外传播问题,向世界准确诠释和广泛传播中国梦,这既是一个中西方文化加强对话的过程,也是一个不断消除文化误解、寻求文化认同的过程。当前国际社会对中国梦的认知度逐渐提高,但对中国梦的解读呈现出多元化的特点,不仅存在高度的肯定和赞赏,也存在一定的误读和曲解。为此,中国的理论工作者要在根本上掌握主动,通过改善中国梦的对外传播话语、增强中国梦的文化认同度、提高中国媒体的对外传播能力、实现对外传播主体多元化等,提高中国梦话语的解释力、感召力、竞争力、影响力和辐射力,进一步推动中国梦的对外传播,提高中国梦对外传播的效果。

关键词:文化认同;中国梦;对外传播;主流媒体;文化立场
中图分类号:G125;G206;D616　**文献标识码**:A　**文章编号**:1673-5595(2021)02-0101-10

2012 年底,习近平在参观“复兴之路”展览时提出了“中国梦”,从此“中国梦”成为国内和国际社会关注的重要话题。“中国梦”是具有典型中国特色的话语概念,不仅体现了中华民族的复兴理想,也展现了中国特色社会主义道路的美好愿景。做好中国梦的对外传播,既有利于回应外部世界对中国的发展关切,又有利于增进国际社会对中国道路、中国理论和中国精神的理解和认同。然而在当前背景下中国梦的对外传播并非一帆风顺,国际社会对中国梦的解读呈现出多元化的特点,不仅存在高度的肯定和赞赏,也包含一定程度的误读和曲解,这些因素都制约了中国梦的对外传播效果。因此,如何更好地促进中国梦的对外传播是当前我们亟待研究的重要课题。

一、文化认同与中国梦对外传播的理论阐释

文化认同指的是个体或群体对自己所属民族的文化在价值理念、思维模式和行为规范等方面的认可、接受与融入,是一种肯定性的文化价值判断。随着全球化的全方位展开,文化认同不仅体现为对本土文化的认同,也越来越体现为对外来文化的接纳。

文化认同内涵极其丰富,但就异质文明而言,其根本之处在于把外来文化吸收并内化为自身的价值观念,这是一个价值选择和文化重构的过程。在这一过程中,不仅有利于本土文化的创新和发展,而且对异质文化的向往与追求也会融入到各自的本土文化中,从而增强对他国的情感认同和价值观认同。在不同历史环境下,人们会对特定的文化概念、思维模式和行为规范产生文化认同,对某种特定文化的认同程度会因各种原因而发生变化,并会受到其所属文明在交往中的地位的限制。[1]在一个国家实现整体社会变迁的过程中,文化认同能够引发国民对本土文化的认同感和归属感,提升民族凝聚力,为国

收稿日期:2020-09-27
修回日期:2021-03-06
基金项目:国家社会科学基金项目(17BKS089)
作者简介:任成金(1979—),男,山东高密人,山东科技大学马克思主义学院教授,博士,研究方向为马克思主义与当代意识形态。

家发展奠定坚实的文化基础。在全球化大背景之下,信息化和网络化迅速发展,文化的交流方式越来越多样、传播范围也越来越广泛,文化认同再一次充分凸显出其不可替代的重要作用,可以进一步增进不同文化之间的交流融合,促进人类共同价值的生成,对一个国家和民族乃至世界都会产生重要的影响。美国著名学者萨缪尔·亨廷顿在《文明的冲突与世界秩序的重建》中预言:"在这个新的世界里,最普遍的、重要的和危险的冲突不是社会阶级之间、富人与穷人之间,或其他以经济来划分的集团之间的冲突,而是属于不同文化实体的人民之间的冲突。"[2] 虽然这种说法有一定的夸张性,但是文化差异导致的文化冲突并没有消解,反而变得更加突出,文明交流互鉴基础上的文化认同势必会为化解当代文化冲突提供强大的助力。

中国梦是建立在与世界各民族共商、共建、共享基础上的民族梦想,不仅是中国人民的美好梦想,而且与持久和平、共同繁荣的世界梦息息相通、高度契合。习近平指出:"实现中华民族伟大复兴,是近代以来中国人民最伟大的梦想,我们称之为'中国梦',基本内涵是实现国家富强、民族振兴、人民幸福。"[3] "中国梦"既是中国政治话语的重要创新,也是对中国特色社会主义文化的高度凝练。推动中国梦的对外传播实质就是一个不断消除文化误解、寻求文化认同的过程。向不同文化背景的国家和地区讲清楚中国梦的文化内涵和民族底蕴,阐明中国梦与各国梦、世界梦相连相通,不仅能够彰显和弘扬中华文明的吸引力和感召力,而且还能加强中国与世界各国的文明对话,推动世界各国正确认识中国文化,加强世界各国对中国梦的情感认知和文化认同。

二、文化认同视野下中国梦对外传播的现状

当前,世界各国文化交流交融交锋日益密切,"中国梦"是具有典型中国特色的话语概念,从 2012 年提出至今已经引起国际社会的广泛关注,成为国际社会关注的热点话题,并引起国际社会的多重解读和评价。

(一)国际社会对中国梦的认同呈现多元化

1. 中国梦与其他国家或地区梦想具有相通性

世界是一个普遍联系、相互依存的整体,国家前途与世界命运息息相关。每个国家或民族都有属于自己的梦想,国家梦想以尊重、惠及他国利益为前提。在提出中国梦之后,习近平多次论述"中国梦"与"世界梦"的关系,他指出"中国梦既是中国人民追求幸福的梦,也同各国人民追求幸福的梦想相通"[4]64。英国学者彼得·费迪南德认为,实现"中国梦"是中国构建人类命运共同体的目标,有利于推进实现"世界梦"。[5] 科威特大学教授穆罕默德·塞利姆指出,中国梦理念对阿拉伯世界具有深远启发意义,而且已经或正在对阿拉伯国家产生影响,促使阿拉伯梦能以不同的实现方式产生。[6] 南非国际关系学者加斯·谢尔顿认为,"中国梦"同"非洲梦"相通,中非共同的发展目标为中非实现共同梦想、实现双赢提供了新机遇。[7]

2. 中国梦能够对世界的和平发展产生积极推动作用

许多国家和地区对以实现中华民族伟大复兴为目标的"中国梦"持肯定的态度,认为随着中国综合国力的不断提升,中国将为世界经济发展、维护世界和平贡献积极力量,世界也会受益于中国的发展与繁荣。法国前总理让·皮埃尔·拉法兰曾指出中国梦是"和谐之梦、和平之梦、发展之梦"。中国国内和国际社会都希望中国在未来的全球治理中发挥重要作用。[8] 尼泊尔前总理巴布拉姆·巴特拉伊认为,"中国梦"不同于"西方梦","中国梦"将给各国人民带来自由,促进世界和平、繁荣与民主。[9] 美国纽约大学教授熊玠指出,中国求稳而非求变的政治主张,更非因要变而变,对于当前的国际秩序,中国的复兴是件好事。[10] 哈佛大学教授约瑟夫·奈认为,中国在全球的崛起是一个漫长的过程,在可以预见的未来,实现中国梦对世界秩序的完善是有益的。[11] 新加坡国立大学东亚研究所所长郑永年在《中国的文明复兴》中认为,中国梦是中国文明的复兴,是在寻求与亚洲其他文明、世界上其他文明进行对话。[12] 虽然国外许多学者对"中国梦"的认识往往会受政治立场、文化传统以及社会环境等因素的影响,但其都能够坚持从比较客观的角度看待"中国梦",肯定"中国梦"对中国及世界各国的积极意义。

3. 中国梦引起部分国家的担心与质疑

中国始终高举和平、发展、合作、共赢的旗帜,坚持并强调"不称霸"立场,以实际行动惠及世界各国发展,然而总有一部分别有用心的西方学者以意识形态和地缘政治的色彩来对中国梦进行污名化和妖魔化。美国《新闻周刊》在其网络评论文章《中国的伟大梦想》(*China's Great Dream*)中指出,对周边国家来说,中国梦是一场"噩梦"。实现中国梦会使得周边及国际紧张形势进一步升级。[13] 英国伦敦政治经济学院柯岚安教授指出,中国梦是一个以中国价值观为核心的世界,在未来,美国梦将被中国梦所

取代,西方化将被东方化所取代,这更使得中国的国际行动是一种“文明冲突”。[14] 英国学者马丁·雅克对中国梦存有一定顾虑,认为中国的崛起完全不同于西方且势不可挡,最终将会预示着一种全新的国际秩序的诞生。[15] 美国人口研究院主席史蒂芬·毛思迪认为,中国梦所遵循的世界观对美国二战以来所建立的民主自由的世界秩序是一种威胁。[16] 一些国家从冷战思维和地缘政治的角度来看待中国所提倡的“中国梦”,对中国梦的形成和内涵缺乏实事求是的理性分析,从而对中国梦的对外传播产生了一定的消极影响。

(二)国际社会对中国梦的认知度逐渐提高

尽管“中国梦”是一个崭新的话语概念,但随着中国梦对外传播的不断推进,国际社会对中国梦的认识逐渐加深,总体而言,中国梦的国际认知度在逐步提高。

在“中国梦”的对外传播初期,“中国梦”获得了较高的关注度,但从民众意向看,其整体认同程度还不足。2014 年,中国外文局对外传播研究中心对美国、英国、澳大利亚、日本、南非、印度、俄罗斯、巴西和中国 9 个国家民众进行了中国国家形象全球调查,据《中国国家形象全球调查报告(2014)》[17] 显示,在对 10 项中国理念认同程度的排名中,处于第 1 位的是“和平共处五项原则”和“亲、诚、惠、容的周边外交理念”两项中国理念,其认同程度均高达 76%;其后排序依次是“全面深化改革”(70%)、“丝绸之路经济带”(68%)、“21 世纪海上丝绸之路”(68%)、“中美新型大国关系”(66%)、“依法治国”(66%)、“中国梦”(63%)、“命运共同体”(63%)、“真、实、亲、诚的对非工作方针”(60%)。从总体上看,对于一系列中国发展理念和国际倡议,国际社会有较高的认同度。但在海外受访者对这 10 项中国理念的认同程度排名中,“中国梦”理念的认同程度仅处于第 8 位。由此可见,亟须进一步推进“中国梦”的对外传播,提高中国梦的国际认知度和认同度。

如今,中国崛起已经成为不争的事实,广泛传播“中国梦”有助于更好地将中国故事传递于世界,为中国崛起塑造一个良好的舆论氛围。从习近平首次提出“中国梦”,到国家重要会议以及国际访问,“中国梦”成为习近平公开讲话中的重要关键词。2018 年,中国外文局首次发布了《中国话语海外认知度调研报告》[18],对美国、英国、澳大利亚、南非、印度等 8 个主要英语圈国家的民众开展了 150 个中国话语词条的认知度调查。在认知度前 100 名的中国话语词条中,“中国梦”(8.2%)、“中国故事”(8.2%)、“中国道路”(7.7%)、“中国声音”(7.6%)、“中国特色社会主义”(6.7%)等中国特色政治话语登上榜单。特别是在这些中国特色政治话语词条中,“中国梦”的认知度处在前列。“中国梦”具有相对固定且规范的翻译标准,但其却以汉语拼音形式进入英语话语体系中并位列中国话语海外认知度 Top100 中。这一事实说明在中国话语对外传播过程中,“中国梦”这个独具中国特色的政治话语的吸引力和影响力逐渐凸显,国际认知度有了明显的提升。

三、文化认同视野下中国梦对外传播面临的问题及其原因

当前,国际社会对中国梦的解读呈现出多元化的特点。可以说,中国梦的对外传播是一个较为漫长且曲折的过程,我们必须理性认识所面临的各种问题,深入分析其形成原因。

(一)中国梦对外传播面临的问题

1. 中国梦对外传播体系不健全

第一,中国梦对外传播话语相对单一。现阶段,中国梦的对外传播话语还处于丰富与发展阶段,对外传播话语仍存有单一、守旧、刻板的问题以及过于概念化和抽象化的缺点,[19] 并且大部分中国媒体运用中国话语表达中国梦时,较少会主动对中国梦的对外传播话语进行创新转换。对外传播话语国际转换不足,在很大程度上影响了中国梦的中文报道转为英文报道的准确性,增加了国际受众的理解难度。同时,一些学者和媒体往往会忽视打造中国特色对外传播话语的重要性,选择使用西方话语范式表达中国理念,而西方话语带有明显的西方意识形态色彩,不能够充分讲清楚中国梦的文化内涵和民族底蕴,容易使中国梦的对外传播陷入“有理说不出”的窘迫处境。

第二,中国梦对外传播途径相对不足。在中国梦的对外传播实践活动中,国家主流新闻媒体发挥了重要作用,例如新华社、人民日报、中国国际广播电台等传统媒体,新华网、人民网等网络媒体。这些主要传统媒体和网络媒体共同承担了中国梦对外传播的重要使命。当前,随着全球互联网技术的发展,传统媒体和新兴媒体的协同传播进一步拓宽了中国梦的对外传播途径,例如人民网和人民日报共同推出“新兴媒体”版。然而,在西方媒体主导的国际传播格局中,我国主流媒体没有充分利用海外新兴媒

体资源,在 Twitter、Facebook 等国际知名媒体平台上发布有关中国梦的报道数量较少,并且我国主流媒体长期在国内发布国际新闻,缺乏与国际新闻媒体的互动与合作,致使中国梦的新闻稿件被国际知名媒体转载的数量十分有限,影响了中国梦的新闻报道的国外落地率,不利于中国梦在国际社会的广泛传播。另外,在当今全民传播时代,主要依靠政府外宣部门和国家主流媒体来推动中国梦的对外传播工作是完全不够的,政府、企业、媒体、民众等多元传播力量没有实现紧密结合,限制了中国梦的对外传播辐射力和针对性。

第三,中国梦对外传播方式不够灵活。在现阶段中国梦的对外传播工作中,我国新闻媒体坚持正面报道的方针。但部分新闻媒体没有摆脱传统传播理念的束缚,倾向于报道与中国梦有关的成功事迹,无意识地回避实现民族复兴过程中面临的各种问题,而这种现状不利于客观地从多角度传播中国梦,容易使中国梦的对外传播缺乏足够的可信度,引起国际受众对中国梦的质疑。同时,我国一些新闻媒体面向国际社会发布有关中国梦的报道时,比较偏向宏观叙事,采用口号式宣教等方式阐述理论和解读政策,使得中国梦的相关报道内容抽象且政治性较强,难以充分反映中国人民群众的现实生活和心理感受,不利于引发国际受众的情感共鸣进而增强对中国梦的情感认同。

2. 国内外主流媒体传播角度不同,外媒偏见较为严重

美国著名政论家沃尔特·李普曼注重研究媒体话语。他把新闻媒体所创造的信息环境比喻为“事实的投影”,社会公众只能透过这样的“投影”去窥探事情的真相,而媒体的权力就是能够操纵这种“投影”。[20]正因如此,媒体具有较强的舆论引导和操控能力,在掌握充足的传播权情况下能够形成一定的话语权,致使信息传播很大程度上是媒体讲什么,受众听什么。由此,在中国梦的对外传播过程中,国内外主流媒体从不同立场和角度对中国梦进行新闻报道,深刻影响了国际受众对中国梦的了解与认同程度。

在党的领导和政府的指导下,我国国内主流媒体所承担的传播使命、报道理念及模式始终遵循“以正面为主”的方针。在关于中国梦的对外报道中,国内媒体坚持官方立场,多次引用习近平讲话以及专家解读的内容,“政党”“复兴”“发展”等词语的报道频率较高,还描绘了许多实现中国梦的美好画面。[21]同时,国内媒体开设关于“中国梦”的报道专栏,邀请许多国外学者一同解读中国梦,并把在华外国人的日常生活作为中国梦的报道素材,增强了中国梦的影响力和感染力。

然而,由于国内外媒体传播理念和方式的不同,国外媒体对于我们所谓的正面或负面的新闻报道的理解与我们的传统理解有所差异。在国外主流媒体看来,新闻本身没有所谓正面和负面的区分,其衡量标准很大程度会受到媒体工作者主观情感的影响。[22]在关于中国梦的新闻报道中,国外媒体大多引用专家、相关人士甚至网友等第三方的评论,正面、负面、中性报道都有出现,“经济”“军事”等词成为报道中经常出现的关键词。另外,有部分国外媒体受比较严重的政治偏见的影响,常会使用一些比较敏感的词语去报道中国梦,将中国梦歪曲为“帝国梦”“雪耻梦”“霸权梦”,进一步上升到“中国威胁论”等。[23]这些对中国梦进行扭曲的报道,严重制约了中国梦的对外传播和话语权的构建。

3. 不同国家解读中国梦分化严重

中国梦在国际社会引发了热烈议论,各国的政要人物、专家学者以及媒体纷纷对中国梦发表了不同看法,呈现出解读两极分化的局面。

第一,周边国家从不同的立场和角度出发,对中国梦进行了解读。中亚国家如哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦等国家对中国的民族复兴是坚决支持的;俄罗斯将中国梦与强俄梦相对比,肯定中国经验对俄罗斯的借鉴作用;印度对中国梦的态度较为复杂,一方面肯定中国取得的成就,认为中国梦会影响世界,另一方面对中国的发展能否长久产生怀疑;日韩国家对中国梦持有一种比较中性、负面的态度,认为中国梦的内涵等许多方面还需要继续完善。[24]

第二,从整体上看,西方国家对中国梦的认知具有片面性,产生了比较严重的误读。关于中国梦的内涵和目标,部分西方国家过于关注“复兴”一词,将中国梦片面地理解为是一种“雪耻梦”,认为中国想要实现帝国的位置;也有部分西方国家将中国梦歪曲理解为是一种“强军梦”。关于中国梦的性质,一些西方国家把中国梦当作一种宣传口号和标语,认为其缺少丰富的内涵,并未得到社会民众的认同。关于中国梦的发展前景,西方国家往往会将中国改革与发展过程中所出现的社会问题宽泛化,有意地突出中国实现中国梦面临着非常多的问题与挑战,暗指中国梦非常脆弱并且中国不能很好地实现中国梦,从而不断地唱衰中国梦。[25]

(二)中国梦对外传播面临问题的原因

1. 中西文化差异导致对中国梦的认知出现误读

随着全球化的全方位展开,文化间交流交融交锋日益密切。中国梦的对外传播实质既是一个中西文化加强对话的过程,又是一个消除文化误解、寻求文化认同的过程。在此过程中,中西文化差异不可避免地会影响国际受众对中国梦的情感认知和文化认同,在一定程度上就成为影响中国梦对外传播效果的关键因素。在价值观方面,中国历来崇尚集体利益和个人利益相统一的集体主义价值观,中国梦就突出强调了国家梦与个人梦的统一,强调个人命运与国家命运紧密相连;而西方国家普遍提倡追求个人幸福的个人主义价值观,强调个人利益,如美国梦强调个人奋斗与成功,是最具代表性的西方国家的梦想。由此,西方民众根据本国文化传统和价值观念来理解中国梦,受国家与个人相对立的思想影响,往往认为实现中国梦会无视个人梦,因而难以对中国梦产生价值观认同。在意识形态方面,西方国家认为资本主义制度具有优越性,而社会主义制度是落后的,因而当社会主义中国日渐强大时,西方国家对中国的焦虑感和恐惧感逐渐加重,不断发出许多质疑和反对中国的声音,有意地歪曲中国梦,企图达到抵制中国发展的目的。因此,在推动中国梦的对外传播过程中,必须认识到文化差异的影响,尊重各国文化差异,选择适合国际受众的对外传播方式,进行有针对性的宣传,引导国际受众准确地理解中国梦,进一步消除对中国梦的各种错误理解。

2. 国际传播能力“西强我弱”导致中国梦话语空间受到挤压

党的十八大以来,习近平在多次重要讲话中,针对国际传播能力建设提出了一系列新理念新思想,做好中国话语的国际传播已经成为中国媒体的重要任务。目前,中国国际传播能力有了一定程度的提升,但在整体“西强我弱”的国际传播格局中,中国国际传播能力与西方国家国际传播能力之间仍存在较大差距,这大大挤压了中国梦的话语空间。一方面,西方媒体具有非常雄厚的资本和先进的传播技术与理念,在很大程度上形成了对新闻信息资源的控制权。这些西方媒体受西方意识形态和价值观念的影响,戴着有色眼镜理解并且报道中国所提出的中国梦理念,不断歪曲、误读甚至攻击中国梦,借机大力鼓吹“中国威胁论”。西方媒体的一系列缺乏事实根据、具有偏见的强势话语严重挤压了中国梦的话语空间,影响了国际社会对中国梦的准确理解。另一方面,尽管中国传媒行业数量不断增加,发展迅速,但中国仍然不是传媒强国,中国媒体国际传播能力仍显弱势。其一,我国媒体集团的规模大部分较小并且较分散,跨国媒体集团化建设进程比较缓慢,并且传统媒体与新兴媒体融合程度相对有限,亟须进一步打造“国际一流新型主流媒体”,推动中国梦更加广泛地传播到世界各地;其二,现阶段我国媒体推进中国梦的对外传播主要面向大量华人、华侨,并且有关中国梦的原创新闻、首发新闻的发布数量比较少,忽略了国外民众的需求,由此,中国媒体所形成的国际影响力和公信力有限,对扩大中国梦在国际社会的话语空间造成了一定的障碍。

3. 话语表达方式单一导致“穿透力不足”

当前,“中国梦”“中国道路”等中国特色政治话语已经逐渐成为我国对外话语建构和传播的重点,而中国话语表达方式较为单一,导致中国话语“穿透力不足”,使得中国梦的国际影响力受到一定限制。

第一,官方话语和民间话语没有实现互联互通。官方话语是一种由国家领导人、官方文献或者官方发言人发表的正式观点,是一种政治话语或一种典型的重要机构话语。[26] 官方话语的话语风格成熟稳重,能够在引导舆论方向、维护社会稳定等方面发挥重要作用,但这种话语表达方式容易形成特定模式,将话语表达束缚在单一的框架内。在中国梦的对外传播过程中,官方话语占据主要部分,大部分宣传报道倾向于政治宣传、理论阐述,过于程式化,欠缺话语风格通俗易懂、对民众影响力较大的民间话语。可以说,官方话语和民间话语之间沟通不畅,没有实现良好的互动融合,使得中国梦话语缺乏充足的说服力,削弱了中国梦话语表达对不同文化背景的国外受众的吸引力、感染力。

第二,话语表达的显性方式和隐性方式没有相辅相成。在中国梦的对外传播过程中,中国共产党通常会借助各种传统媒体向外界开门见山地阐述党的路线方针,运用理论化的宣传直接将中国梦重要理念传递给国际社会,这种话语表达的显性方式具有严肃、正式等特点,有利于公开阐释和传播中国梦的内涵等重要内容,吸引各国关注中国话语的发展。但随着网络信息技术的发展,人们获取信息的途径越来越多,单一的话语表达的显性方式显得比较生硬、感染力较低,而将重要理念、价值观渗透到广告、影片等媒介中,这种话语表达的隐性方式比显性方式更容易引起共鸣与认同。因此,为了更好地推进中国梦的对外传

播,应使话语表达的显性方式和隐性方式二者相辅相成,实现优势互补,进一步“讲透”中国梦理念,让国际受众在不知不觉中接受并认同中国梦。然而,目前我国话语表达倚重显性方式表达,忽视隐性方式表达,这就导致主流意识形态话语出现接受性难题,难以起到“春风化雨”“润物无声”的效果,从而削弱了中国梦话语的穿透力和感召力。

第三,政治话语和学术话语割裂。目前,我国政治话语、学术话语形成了相对独立的话语体系,而二者之间融合度较低,存在一定程度的割裂,大大削弱了中国话语的国际影响力。一方面,学术话语的发展落后于政治话语。如今,我国许多重要理论都是由国家领导人等政治家以政治话语的表达方式提出,然后成为学术界的研究课题。“中国梦”理念正是由习近平在重要讲话中提出并多次阐述,然后逐渐成为学术话语研究重点,而学术界的许多研究集中在对中国梦的政治话语进行直接注解和说明上,缺少学术话语的创新,这不利于为中国梦话语提供足够的学术理论支撑。[27] 另一方面,学术话语疏远政治话语。有些学者忽视政治话语和学术话语的统一,过于强调其坚持的“学术中立”,致使部分学术理论脱离实际,指导实践的作用不足。同时,我国学术话语深受西方学术话语影响,部分学者过于依赖运用西方学术话语讨论和研究中国政治话语,这不利于促进中国特色话语的积累和话语体系的发展,极大地制约了中国梦话语的对外传播。

四、文化认同视野下中国梦对外传播的策略

在全球化迅速发展的今天,推动中国梦的对外传播不可避免地会面临各种各样的困难与挑战,为此,必须积极探索促进中国梦对外传播的路径,通过改善中国梦的对外传播话语、增强中国梦的文化认同度、提高中国媒体的对外传播能力以及实现对外传播主体多元化等路径,推动世界各国正确认识中国梦,进一步提升中国梦对外传播的效果。

(一)改善中国梦的对外传播话语,提高中国梦话语的解释力、感召力

做好中国梦的对外传播工作,必须改善中国梦的对外传播话语,形成具有中国特色的中国梦对外传播话语,积极促进中国梦话语的有效转换,提高中国梦话语的解释力、感召力,推动中国梦对外传播尽快摆脱“有理说不出、说了传不开”的境地[28]。

1. 形成具有中国特色的中国梦对外传播话语体系

首先,以中国梦对外传播的实践活动为基础,形成具有中国特色的中国梦对外传播话语。习近平指出:“实践发展永无止境,解放思想永无止境,改革开放也永无止境。”[4]71 实现中国梦话语的丰富与完善也是一个永无止境的过程。要坚持以习近平重要讲话中的外宣思想为指引,积极开展中国梦的对外传播实践,在实践活动中解决新问题、总结新经验,不断积累丰富的话语素材,为中国梦的对外传播话语增添新特色。

其次,依托中华优秀传统文化,形成具有中国特色的中国梦对外传播话语。习近平指出:“优秀传统文化是一个国家、一个民族传承和发展的根本,如果丢掉了,就割断了精神命脉。”[29]313 中国梦是中国的梦,推进中国梦的对外传播必须坚守中国本土文化立场,深入挖掘中华优秀传统文化的精华,创造性地构建适合传播中国梦的话语。并要“以我们正在做的事情为中心”,结合中国发展的具体实践进行中国梦的话语创新,提高中国梦对外传播话语的说服力。总的来说,要立足中国历史、中华优秀传统文化和中国基本国情,在知常达变中提炼具有中国特色的对外传播话语,向国际社会深刻阐明中国梦的文化内涵、现实基础以及发展前景,引导国际社会充分认识中国梦,增进对中国梦的理解和认同。

2. 促进中国梦话语的有效转换

中国梦是一个具有典型中国特色的话语概念,而西方国家习惯从其政治文化背景、思维方式来理解和评判中国梦,往往导致中国梦的对外传播面临“有理说不出”的困境,由此,中国梦的对外传播不能仅仅立足于我国的民族特色和文化背景,有时候民族的并非都是世界的,要善于从外国人的思维方式和文化习惯出发来实现中国梦话语的有效转换。一方面,要选择适合的翻译性话语,做好中国梦话语的译介工作。面向国际社会传播中国梦时,不仅要转变传统的翻译方式和模式,还要注重选择多元的话语类型,避免过多使用政治话语。同时,中国梦话语的译介和传播也不能不考虑国际受众的阅读习惯和思维方式,要谨慎并准确传播中国梦话语,减少将中国梦中文报道转换为英文报道的意义偏差,保证国际受众能够全面地理解中国梦的内涵。另一方面,要将中西话语加以融合,创新与丰富中国梦的话语表达。要根据时代特征和中国发展的具体实际,注重把握国际话语发展的新特点,找到中国梦与国际话语的关键契合点,为中国梦的传统话语注入新的内容与活力,“打造易于为国际社会所理解和接

受的新概念、新范畴、新表述”[29]346。另外,为了充分实现中国梦的话语转换,必须有选择地借鉴有价值的西方思想的话语表达,借助思想的力量推进中西方的有效沟通,拉近中国与世界各国的距离。

(二)增强中国梦的文化认同度,提高中国梦话语的竞争力

中国梦“是在对中华民族 5000 多年悠久文明的传承中走出来的”[4]39-40,具有丰厚的历史底蕴和文化内涵。推动中国梦的对外传播就要将文化交流与传播作为重要途径,大力推动中国文化“走出去”,促使世界各国正确认识中国文化,增强中国梦的文化认同度,进而提高中国梦话语的竞争力。

1. 向世界提供既有中国特色,又能被世界认可的文化产品

中国独特的文化传统、独特的历史背景、独特的基本国情,使中国提出了不同于西方主流观念的“中国梦”理念,中国梦是一种具有中国特色的价值观念、发展理念、生活方式。[30]为了扩大中国梦的吸引力和影响力,要推动中国文化产业加快步伐“走出去”,不断地将具有中国特色、又能被世界认可的文化产品推广到世界各地。首先,要大力发展文化产业,激发文化产业的创造性,提升中国文化产业的整体发展水平,增强中国文化产业的国际影响力和竞争力。[31]其次,要加强文化产品的品牌建设和培育,将中国梦理念融入到文化产品的创作和生产中,打造和选择一些能蕴含人类共同价值、比较容易对外传播的文化品牌和文化机构,例如孔子学院、中国文化节、中国功夫与美食、中国品牌与产品等,推动中国梦广泛地传播到世界各地,促进各国民众“面对面”认识中国梦、了解中国梦。

2. 主动参与世界多元文化的交流

全球化的发展促进了各国不同文化的发展,打破了国家间文化发展的封闭性,促使各国文化在跨国交流的过程中相互融汇与碰撞。“文化因交流而多彩,文明因互鉴而丰富。”[4]258 推动中国梦的对外传播就要坚定文化自信,提倡世界文化的多样性,提高与不同文化长期相处共存的意识和能力,以开放包容的态度主动参与世界多元文化的交流,借鉴和吸收世界各国文化中的有益部分,在文明交流互鉴的过程中彰显中国梦的话语魅力,争取获得国际社会对中国梦更多的理解和支持。

3. 实现西方话语本土转换,减小文化差异

巧妙借用西方话语阐释中国理念,是解构西方话语霸权的重要方式。200 年前,拿破仑提出中国“睡狮论”,将中国与“威胁”相挂钩。200 年后,习近平出访欧洲期间巧妙引用拿破仑名言反驳了“中国威胁论”,宣示了中国走和平发展道路的决心和意志,阐述了“中国梦是和平的梦”,指出:“中国这头狮子已经醒了,但这是一只和平的、可亲的、文明的狮子。”[32]由于中西方国家在政治制度、意识形态、社会文化等方面有着显著差异,并且在文化传播过程中,国际受众更容易对与本土文化相接近的文化要素产生兴趣,进而增强文化认同感,因此,为了更好地推进中国梦的对外传播,必须深刻认识和把握西方国家受众在文化背景、生活习惯、思维方式等方面的特点,探寻中西方文化在价值观念方面存在的相通之处,把握中西方话语的差异与内在关联,并在中国话语和西方话语之间寻找平衡和融合点,实现西方话语本土转换,在交流与对话中以受众更能听得懂、听得进的话语传播中国梦,减少阻隔,减小文化差异[33],从而改进中国梦的对外传播效果。

(三)提升中国媒体的对外传播能力,提高中国梦话语的影响力

中国媒体既是中国了解世界的重要途径,又是世界了解中国的重要窗口。中国媒体的对外传播能力在很大程度上决定了中国话语的影响力。为了向世界充分展现一个积极、负责任的大国形象,广泛传播中国梦的理念及思想,必须提升中国媒体的对外传播能力,进一步提高中国梦话语的影响力。

1. 充分发挥新兴媒体在对外传播中的作用

随着互联网和信息技术的飞速发展,许多新兴媒体与广播、报纸、电视等传统媒体融合发展,实现了优势资源的整合与互补,成为推动现代社会发展的重要力量。近年来,新华社、人民日报等中国主流媒体积极利用新兴媒体平台和移动客户端开拓国内外市场,微博、微信、抖音等新兴媒体平台走出国门,逐渐拥有了巨大的流量资源和广泛的用户基础。据《2020 年移动报告》显示,2019 年抖音短视频海外版(Tik Tok)发展势头强劲,在全球下载量排行榜中位列第 4,成为下载量最大的应用程序之一,每月活跃用户过亿。[34]新兴媒体凭借其独特的传播优势和国际影响力,能够跨越不同文化的话语环境、弥合各国受众习惯的鸿沟,成为提升文化影响力、传播中国梦的重要平台。

在推动中国梦的对外传播过程中,要实现新旧媒体的深度融合,将各类新兴媒体作为重要载体和平台,找准中国梦对外传播的核心资源,选择最易引

起国际受众共鸣的话语内容作为切入点,利用电视、电影、微博、微信等各种传播媒介,将中国梦理念渗透到群众喜闻乐见的电视节目、电影作品、网络社交平台中,通过数字化传播和互动式传播等方式强化中国梦的话语表达,提升中国梦对外传播的效果。此外,中国新兴媒体要加强和国际知名媒体的互动与交流,充分利用国际知名媒体的国际传播力和影响力,学会转述、利用他者话语来表达自己的主张和理念,提高中国梦相关报道的国外落地率,不断在互动交流中实现"聚同化异",进一步减少因文化差异而造成的对中国梦的固有偏见与负面认知,[35] 从而提升中国梦话语的影响力、感染力。

2. 改善中国媒体的对外传播方式

一方面,中国媒体要选择恰当的传播角度,积极赢取国际受众对中国梦的认同。习近平指出:"在全面对外开放的条件下做宣传思想工作,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。"[4]155 在中国梦的对外传播过程中,中国媒体要坚持以正面报道为主,积极展现民族复兴的伟大成就,同时也要理性分析新时代中国特色社会主义建设的不足之处,全方位、多角度地报道中国梦,还要注意收集国际社会各方对中国梦的评价,选择合适的方式给予回应,既要从成绩中积累经验,又要从不足中吸取教训,提高中国梦报道的可信度和说服力,唤起国际社会对中国梦的情感共鸣,减少误读。

另一方面,中国媒体要重视和利用海外市场的传播优势,依照"外外有别"原则,采取分众化、差异化传播方式,提高中国梦对外传播的实效性。例如,面向日本、韩国、越南等周边国家传播中国梦时,要强调中国始终坚持走和平发展道路,着重传播中国梦是"和平梦";面向南非等国家,要强调中国梦以实现人民幸福为目标,中国梦是"民生梦"。要及时把握全球的发展动态和各国的实际情况,有针对性地向不同国家提供有关中国梦的信息,避免千篇一律地对外传播中国梦,进而增进世界各国对中国梦的理解和认同,使中国梦的对外传播取得更为理想的效果。

(四)实现中国梦对外传播主体多元化,提高中国梦话语的辐射力

在全民传播时代,人人都成了信息的发布者和社会舆情的引导者[36],每个中国人都应该积极成为中国梦对外传播的推动者。要充分调动政府、企业和民众等多元主体的主动性,形成政府主导、企业推动以及社会民众参与的中国梦对外传播格局,齐心合力推动中国梦走向世界。

1. 充分发挥政府在中国梦对外传播中的主导作用

在中国梦的对外传播过程中,政府发挥着重要的主导作用,这种主导作用不仅属于政府管理活动,也属于大众传播活动。[37] 要不断提高政府各部门以及工作人员对中国梦对外传播的重视程度,通过制定蕴含中国梦理念的国际外交策略,通过主流媒体向国际社会宣传中国梦,讲好中国故事。同时,我国各级政府要以实际行动积极传递中国梦理念,以各类公共外交活动作为推广中国梦理念的重要载体,继续将具有中国特色的中国梦对外传播话语渗透到重要讲话中,扩大中国梦话语的国际影响,进而推动中国梦的对外传播。

2. 发挥企业在中国梦对外传播中的推动作用

中国企业不仅是促进经济增长的重要力量,也是推动中国梦对外传播的重要力量,尤其是能够联通国内国外的跨国企业。中国各类企业在"走出去"的过程中,要树立起自觉参与中国梦对外传播的意识,结合中国梦的内涵及特点加强企业自身的文化建设,建设和传播能够体现中国梦价值的企业文化,积极主动地推动中国梦的对外传播。同时,中国企业在开拓海外市场时,要注重创造和生产蕴含中国梦理念的中国产品,借助国际贸易活动将中国梦广泛地传播到世界各地,推动世界各地对中国梦的了解和认可。

3. 发挥民众在中国梦对外传播中的补充作用

我国民众既是中国梦理念的接受者,又是中国梦理念的对外传播者。他们既能最直接地接受到中国梦理念的熏陶,又能够直接地通过自身生活行为、思维方式将中国梦传播出去。由此,要充分发挥我国民众在中国梦对外传播中的补充作用,与政府、企业等形成对外传播中国梦的强大合力。要大力加强对民众的中国梦理念以及中国价值观的教育,提高民众的中国梦对外传播意识和能力,促使我国民众"走出去"时,能够充分把中国梦的文化内涵和价值追求展示给世界各国人民,加深世界各国人民对中国梦的认识和理解。此外,要充分调动海外华人华侨以及留学生的积极性,促使他们"充分发挥自身优势,加强内引外联、牵线搭桥,当好促进中外友好交流的民间大使,多用外国民众听得到、听得懂、听得进的途径和方式,讲述好中国故事,传播好中国声音"[4]60,进一步助力中国梦的对外传播。

五、结语

中国梦不仅是中国梦想,同时也是为世界增添色彩的梦想,与世界各国人民的美好梦想互联相通。做好中国梦的对外传播,既有利于回应外部世界对中国的发展关切,又有利于增进国际社会对中国道路、中国理论和中国精神的理解和认同。然而我们必须清楚认识到,现阶段推进中国梦对外传播的过程并非一帆风顺,不仅受中国梦对外传播体系不健全的限制,还受到国内外主流媒体报道角度不同以及不同国家解读分化严重等问题的影响,这些因素在一定程度上消解了国际社会对中国梦的认同。为此,我们必须从根本上掌握主动,把握文化认同的一般规律,积极探索推动中国梦对外传播的有效路径,不断提高中国梦话语的解释力、感召力、竞争力、影响力和辐射力,加强世界各国对中国梦的情感认知和文化认同,为实现中华民族伟大复兴营造一个更加有利的国际舆论环境。

参考文献:

[1] 乔纳森·弗里德曼. 文化认同与全球性过程[M]. 郭建如,译. 北京:商务印书馆,2003:61-62.

[2] 萨缪尔·亨廷顿. 文明的冲突与世界秩序的重建[M]. 周琪,刘绯,张立平,等译. 北京:新华出版社,1998:7.

[3] 习近平. 顺应时代前进潮流 促进世界和平发展[N]. 人民日报,2013-03-24(2).

[4] 习近平. 习近平谈治国理政:第 1 卷[M]. 北京:外文出版社,2018.

[5] Peter Ferdinand. Westward ho—the China Dream and "One Belt, One Road": Chinese Foreign Policy under Xi Jinping [J]. International Affairs, 2016, 92 (4): 941-957.

[6] 穆罕默德·塞利姆. 中国梦与阿拉伯梦[N]. 解放日报,2013-12-10(6).

[7] 加斯·谢尔顿. 中国梦同非洲梦相通[N]. 人民日报,2014-04-25(3).

[8] 张海林,何琴. 新一届领导将筑中国梦四重奏:大国财富文化幸福[J]. 决策探索(上半月),2012(12):23-26.

[9] Saibal Dasgupta. Former Nepal PM Baburam Bhattarai All Praise for Chinese "Dream" [EB/OL]. (2013-05-27) [2020-06-11]. https://timesofindia. indiatimes. com/world/china/Former-Nepal-PM-Baburam-Bhattarai-all-praise-for-Chinese-dream/articleshow/20282642. cms.

[10] 熊玠. 大国复兴:中国道路为什么如此成功[M]. 李芳,译. 武汉:湖北教育出版社,2016:218.

[11] 约瑟夫·奈. 美国世纪结束了吗? [M]. 邵杜罔,译. 北京:北京联合出版公司,2016:77-78.

[12] 郑永年. 中国的文明复兴[M]. 北京:东方出版社,2018:159-160.

[13] Melnda Liu. China's Great Dream[EB/OL]. (2012-12-31) [2020-06-11]. http://www. newsweek. com/chinas-great-dream-63415.

[14] William A Callahan. China 2035: from the China Dream to the World Dream[J]. Routledge, 2016,2(3):1-12.

[15] 马丁·雅克. 大国雄心: 一个永不褪色的大国梦[M]. 孙豫宁,等译. 北京:中信出版集团,2016:前言.

[16] Steven W Mosher. Bully of Asia: Why China's Dream Is the New Threat to World Order[M]. Holland, Ohio: Dreamscape Media, LLC, 2017: 33-66.

[17] 中国外文局. 中国国家形象全球调查报告(2014)[EB/OL]. (2015-03-15)[2020-06-11]. http://cn. chinagate. cn/photonews/201503/18/content_35091383. htm.

[18] 中国外文局. 中国话语海外认知度调研报告[EB/OL]. (2018-02-17) [2020-06-11]. http://guoqing. china. com. cn/2018-02/17/content_50550737. htm.

[19] 卢衍鹏. "中国梦"的对外传播与国家形象的重建[J]. 学术论坛,2017,40(1):150-154.

[20] 郭光华,王娅姣 . 媒体"话语"何以赋"权"——西方话语权研究综述[J]. 湖南社会科学,2015(1):202-205.

[21] 赵艳明,梁嘉华. 近年来"中国梦"的对外传播效果分析[J]. 青年记者,2018(12):55-56.

[22] 程也. 外媒眼中的"中国形象"[J]. 社会观察, 2010(3):16-19.

[23] 付婷婷. "中国梦"对外传播的阶段性问题及进路[J]. 青年记者,2018(8):15-16.

[24] 吴瑛. 从周边国家舆情看"中国梦"的国际传播[J]. 国际问题研究,2013(6):113-121.

[25] 纪咏梅,张红霞. 西方国家对中国梦的误读及我国的应对策略[J]. 理论导刊,2015(9):57-61.

[26] 窦卫霖. 中美官方话语的比较研究[M]. 上海:上海外语教育出版社,2011:12-13.

[27] 秦宣. 正确处理政治话语与学术话语的关系[J]. 中国青年社会科学,2019,38(3):9-13.

[28] 中共中央文献研究室. 十八大以来重要文献选编:下[M]. 北京:中央文献出版社,2018: 329.

[29] 习近平. 习近平谈治国理政:第 2 卷[M]. 北京:外文出版社,2017.

[30] 吴琼. 中国梦传播的话语策略探析[J]. 北京交通大学学报(社会科学版),2014,13(2):111-115.

[31] 赵庆寺. 中华传统文化与中国国际话语权的建构路径[J]. 探索,2017(6):114-121.

[32] 习近平. 出席第三届核安全峰会并访问欧洲四国和联合国教科文组织总部、欧盟总部时的演讲[M]. 北京:人民出版社,2014:25.

[33] 孙绍勇,陈锡喜. 反思、转换、优化:传统文化对中国梦

国际传播的话语调适[J]. 求索,2017(5):196-201.
[34] App Annie:2020 年移动报告[EB/OL]. (2020-02-12)[2020-06-11]. http://www. 199it. com/archives/1001078. html.
[35] 张荣华,梁超. 百年来中国共产党形象建设的逻辑、历程及启示[J]. 中国石油大学学报(社会科学版),2021,37(1):78-87.
[36] 张瑞敏. 大数据时代网络意识形态治理的机遇与挑战[J]. 中国石油大学学报(社会科学版),2018,34(1):89-93.
[37] 张一. 提升当代中国价值观国际传播力的战略着眼点[J]. 理论与评论,2018(5):25-32.

责任编辑:赵 玲

The Present Situation, Problems and Countermeasures of the International Communication of the Chinese Dream from the Perspective of Cultural Identity

REN Chengjin, WANG Chunyu

(*School of Marxism*, *Shandong University of Science and Technology*, *Qingdao*, *Shandong* 266590, *China*)

Abstract: The "Chinese Dream" is not only an important sublimation of the ruling idea of the Party, but also an important part of the socialism discourse system with Chinese characteristics. With its unique cultural tradition, historical destiny and basic national conditions, the Chinese Dream has distinctive Chinese characteristics. With the increasingly close communication, fusion and clashes of different cultures in the world today, this paper studies and analyzes the international communication of the Chinese Dream from the perspective of cultural identity, so as to further accurately interpret and widely spread the Chinese Dream to the world. It is not only a process of strengthening dialogue between Chinese and Western cultures, but also a process of constantly eliminating cultural misunderstandings and seeking cultural identity. At present, the international community's awareness of the Chinese Dream is gradually increasing, but the international community's interpretation of the Chinese Dream shows a diversified feature. There is not only a high degree of recognition and appreciation, but also a certain misunderstanding and misinterpretation. Therefore, we must take the initiative fundamentally and take such measures as improving the international communication expression of the Chinese Dream, strengthening the cultural identity of the Chinese Dream, improving the international communication ability of Chinese media and realizing the diversification of international communication subjects, to improve the explanatory power, evocative power, competitive power, influencing power and emissive power of the Chinese Dream discourse. Thus, the international communication of the Chinese Dream will be promoted and the effects will be imporved.

Key words: cultural identity; the Chinese Dream; international communication; mainstream media; cultural stand