

新中国成立以来对外传播中的国家角色设定

申唯佳

(中国政法大学 光明新闻传播学院, 北京 100088)

摘要: 国家角色设定是国家领导人对国际环境、国家战略和本国特色的集中定位,是国家政治传播的出发点。国家角色设定随着不同国家各个时期的发展需要而变化,它与对外传播或影响或偏离,始终统一于国家整体利益中。新中国成立以来,我国对外传播中的角色设定历经三个阶段,这是中国应对不同国际环境时必要的战略选择,反映了不同阶段中国对外传播中的政治诉求和国际定位,折射出中国实力、国家担当以及国民心态的深刻变化,表征了国家全方位地在国际舞台上的展现与博弈。

关键词: 国家角色;对外传播;国家角色设定

中图分类号: G206.3 **文献标识码:** A

文章编号: 1000-5242(2019)01-0139-06

收稿日期: 2018-10-20

作者简介: 申唯佳(1990-),女,河南信阳人,中国政法大学光明新闻传播学院博士生。

DOI: 10.15991/j.cnki.411028.2019.01.018

“国家角色”常被视作对内与对外两种角色;对内国家角色是国家相对于国内社会和个人所扮演的角色;对外则是国家在参与国际事务时对自身身份的一种界定。^① 本文讨论的是对外角色。基于对外角色设定后的国家通常展现了多维度的形象,因此,可以说国家形象是国家角色的一种外在延伸,国家角色设定决定了国家对外传播及形象塑造的不同选择。从对外传播的角度去讨论国家角色问题,可以更好地理解国家对外传播的根源性和目的性,这也是本文尝试展开研究的新视角。

一、对外传播在国家角色设定中的应用

角色理论的创始人霍尔斯特(K. J. Holsti)从国家角色的行为来源分析认为,国家角色并非凭空具有。一方面,它必须针对国际环境、国家整体战略、国家一段时间内总体特色等客观条件的综合衡量;另一方面,它又与时任国家领导人的政治思想与主观判断息息相关,往往是政治家在特定形势中的主动选择。^② 斯蒂芬·沃克(Stephen G. Walker)则在社会交换理论和互动理论的基础上,根据“国家利益”的需求,认为国家角色往往会在交往互动中发生冲突或转变,这实际上是国家为了满足在国际体

系、国家交互过程中对国家共同期望的确立并逐渐制度化的一种维护。^③ 一个国家所扮演的角色,依赖于国家在特定现实环境中一种主动地“构筑”,这一点称之为“国家角色设定”。

纵观对国家角色设定与判断的研究来源,传统上,国家领导人的公开演讲成为国家角色类型划分的主要来源。许多学者认为,这体现出决策者对国际体系和本国特性的综合认知、公开传播与表达,它使国家角色设定更具权威性,而鉴于国家角色一旦设定并保持相对稳定后,在国际体系中国家会基于角色认知形成行为主导意识,因此,国家外交及对外政策也成了推理该国角色设定的重要依据。这直接引入了一个实践层面的现实问题,即如何对国家角色设定表达与呈现,并获得最大限度的国际承认与角色认同。

① 程蕴:《冷战后日本国家角色的转变过程分析:基于角色理论的探讨》,《日本学刊》,2016年第4期。

② Holsti K J, “National Role Conceptions in the Study of Foreign Policy”, *International Studies Quarterly*, 14(1970).

③ Walker S G, “Role Theory and the International System: A Postscript to Waltz’s Theory of International Politics?”, in Walker S G (ed.), *Role Theory and Foreign Policy Analysis*, Durham: Duke University Press, 1987, 66-79.

对外传播是利用大众媒体和公共外交等手段,向非本国地区展现国家经济、国家政治和社会文化的活动。它是国家对外交流的组成部分,是建立国家形象、奠定国家地位、实现国家利益的主要渠道,更是传播国家外部环境和国际关系的协调机制。“作为人类精神层面传播活动的国界延伸”^①,对外传播产生于国家形成且有政治目的地进行对外交往活动之时,并随着国家开疆拓土、跨国贸易的建立,不断地承担国家对外行为的解释沟通与精神支撑。或者说,在国家政治向外延伸的那一刻,对外的政治传播已经产生,甚至这种对外的国家政治行为本身就是一种传播行为。同样也是作为一种“构筑”,国家角色设定是在现实环境中构筑国家实体,传播则在信息流动中构筑观念形成,对外传播成为国家将国家角色意识与行为信仰传递到国际社会中的有意行为,可以成为国际社会对一国国家角色认知的直接来源。这种渠道随着第二次世界大战信息技术的飞速发展,逐渐成为了构建国际观念、影响国际关系的新要素。如果说设定国家角色是一个国家对外实施政治方略的基础、赋予一国对外政策更具有鲜明的倾向性与目的性的话,那么在政治信息流动的过程中,对外传播不但有意识地促进某种国家角色共识的达成,也通过国际社会对一国国家角色的舆论反馈,以完成国家角色设定的完善和调整。

本文将梳理新中国成立以来对外传播中的国家角色设定,结合当时国家的战略背景和对外政策,从对外传播相关活动中归纳分析国家角色在对外传播中的历史演变,总结经验并尝试为我国未来对外传播战略提供建议。

二、新中国成立以来对外传播中国家角色设定的演变

(一) 社会主义革命国家及对外传播实践(1949—1978)

新中国成立初期,国际上以美国为首的资本主义阵营和以苏联为首的社会主义阵营对立,剑拔弩张,美国为首的资本主义国家处处对中国孤立压制,意图封锁新中国发展的各种渠道。面对当时的国内状况和国际形势,中国一方面对内肃清残余敌对势力,稳固国家政权,重建国民经济和国家内政外交体系;另一方面在意识形态上渴望树立明确的社会主义国家形象,将意识形态引入国家的外交工作中去,并保持对外政策的独立性。20世纪60年代,国际局势发生了重大变化,中苏盟友关系逐渐恶化,苏联意欲与美国合作并称霸世界;世界各民族国家逐步建立起新兴国家政权。此时中国的对外战略逐步从

“独立自主、保家卫国”的革命意识形态斗争中脱离传来,由“一条线”转向“一大片”,^②试图在全球范围内争取亚、非、拉美等第三世界国家的支持,建立反帝反霸权的国际统一战线,以突破美苏压制。社会主义革命国家是中国国家角色的突出特征。

为了让新生国家角色得到体现,我国相应地建立起带有社会主义国家意识形态和保卫国家基调的对外传播体系。

第一,确立社会主义意识形态和反对霸权为主旨的传播框架。新中国成立后,以美国为首的资本主义国家不承认新中国的国际合法地位,将中国排斥在西方主导的国际体系之外。面对该问题,毛泽东主席坚定地表示中国将站在社会主义阵营,坚决维护新中国独立统一,反对帝国主义霸权对中国内政外交干涉。进入20世纪60年代,社会主义阵营解体,中苏关系也不断恶化,中国逐步将自己定位于一个社会主义革命国家:中国一方面以《人民日报》《解放军报》和《红旗》杂志作为阵地,与苏联在对外传播中展开激烈论战,另一方面国家领导人在国际场合阐述“三个世界”理论,强调中国属于第三世界国家,坚决把同第三世界其他国家一起为反对帝国主义、霸权主义、殖民主义而斗争看作自己神圣的国际任务。^③第二,建设对外传播渠道,形成独立有效的对外传播媒介体系。这包括取缔了国外新闻机构,并出台了一系列措施,如将新华社统一为国家通讯社,设立国际新闻局、中国新闻社,创办对外广播等;将对外传播收归国有,以统一对外新闻口径,管理对外新闻报道。新华社作为国家通讯社,在20世纪50年代掀起了一个创建海外分社的高潮,从1955年到1965年,新华社的驻外分社迅速拓展到51个,还聘请外国报道员,在外国建立了24个出稿站并同22个外国通讯社签订了相互无偿交换新闻或图片的协议。^④由此,中国打破了西方国家对新闻市场的垄断,建立了自己独立的对外传播新闻线。第三,利用国际交往扩散团结他国、爱好和平的友好

① 王海:《西方传媒对外报道策略》,北京:中国传媒大学出版社,2009年,第1页。

② “一条线”即指从中国、日本经巴基斯坦、伊朗、土耳其到欧洲再到美国这一条线上的国家联合抗苏,形成国际反霸统一战线;“一大片”即指“一条线”周围的国家,其目的是团结“一条线”和“一大片”的所有国家,共同对付苏联的扩张势头。

③ 赵良英:《中国负责任大国身份的构建:兼评西方“中国责任论”》,北京:中国财富出版社,2014年,第30页。

④ 吴冷西:《在世界性通讯社的征途上》,新华社新闻研究所编:《历史的足迹:新华社70周年回忆文选》,北京:新华出版社,2001年,第8页。

理念,争取更多的国际支持。1954年,在日内瓦会议上,中国与印度磋商起草了《中印两国总理联合声明》:“两国总理承认,在亚洲及世界各地存在着不同的社会制度和政治制度。然而,如果接受上述各项原则并按照这些原则办事,任何一国又都不干涉另一国,这些差别就不应成为和平的障碍或造成冲突。有关各国中每一国家的领土主权和互不侵犯有了保证,这些国家就能和平共处并相互友好。这就会缓和目前存在于世界上的紧张局势,并有助于创造和平的气氛。”^①引起了国际广泛关注。

“文化大革命”时期,国内对外传播事业遭到了一定程度的破坏,在国家角色设定上将“革命”“斗争”传播的更为激进,造成了中国“在一个想象的世界革命里,似乎重温了那种中国是‘世界中心’的旧梦”^②。尽管在20世纪70年代初期,中国恢复了其在联合国的合法席位,虽然从形式上不再扮演体系挑战者的角色,但是从思想深处仍然没有改变与体系为敌的身份意识。^③国内“左倾”的错误政治倾向也很大程度上限制了我国国家角色在国际社会中的进一步传播,“体系外的革命国”依旧是对外传播的主旋律。总体来讲,新中国成立初期,迫于国际局势与国内环境,中国迫切需要在国际上设定独立稳定的国家角色以巩固国家政权,打击意欲破坏国家完整统一的各方势力,因而从国家角色设定到对外传播活动都带着立场鲜明、形式单一的社会主义革命国家的角色导向。

(二) 负责任的发展中国家及对外传播发展(1978—2001)

本时期国际局势发生剧变,“两极”格局从僵持走向分裂。1978年中国共产党十一届三中全会召开,中国开始以经济建设为中心,实行改革开放政策,国家各个领域也进入了一个“调整”和“发展”的新时期。中国开始以更加现实和开放的眼光去看待国内发展和国际体系,国家战略的重点从意识形态、阶级斗争转向了改革、开放、发展问题。20世纪80年代,中国基于国家实力状况将自己定位于“我们算是一个大国,这个大国又是小国”^④。前者表明了冷战后期,中国国际地位渐有提升,后者表明从经济视角和现实国情上,中国将国家角色设定为“发展中国家”。为了发展经济,国家将外交战略也调整为独立自主和不结盟,不再参与冷战中的两极对抗,以“韬光养晦”为自身发展赢得独立稳定和平发展的环境。1992年,中国选择了社会主义市场化道路,经济得到了极大发展,综合国力逐步提升,与世界绝大部分国家建立了外交关系,加强了与国际社会各领域的

交流与合作,这极大地增强了中国国家角色发展的信心,也开始凸显大国的责任意识,这包括反对霸权、积极参与国际事务,支持发展中国家发展,推动“南北对话”和“南南合作”,倡导国际政治经济新秩序等。中国经济的蓬勃发展和国际影响力扩大,引起了世界的关注,以美国为首的西方媒体积极地打造“中国威胁论”“中国崩溃论”“中国责任论”,影响着西方国家对中国的认识。因此,设定负责任的发展中国家国家角色,成为中国在国际舆论上的着力点。

为了保证新的国家角色能够传播并引来认同,我国对外传播活动作出了如下调整:第一,重新确立传播主题,拓展对外传播渠道,以适应改革开放后国家角色转型的需要。20世纪70年代末80年代初,国家确立了对外宣传工作要“内外并重”的宣传策略。1978年,新华社召开对外报道工作会议,中央各主要对外新闻单位参加,随后一系列有关对外宣传报道的会议召开,确立了新时期对外报道工作的正确指导思想,将对外传播框架从“宣传革命”到“宣传中国”,将工作对象从“世界左派”转为“一切外国受众”。^⑤改革开放以来,我国迎来了两次驻外记者站的高潮,创办了包括《中国日报》在内的对外报刊,在对外传播的内容上增加了经济报道、重大外事活动报道,“让世界了解中国,让中国走向世界”。新闻媒体行业的积极调整对中国的对外传播来说是一次市场化的改革和思想的解放,以保守走向开放的对外传播活动适应了国家角色整体发展的需要。第二,实施“走出去”对外传播战略,对改革开放后的国家角色进一步传播。传播方向上主要凸显我国社会主义现代化建设取得的成就,展示中国人民和平友好的意愿,将我国政治稳定、社会进步、开放合作、繁荣发展的国家状态作为扩大国家角色认同的共识,中国对外传播积极的走出国门,开始在新闻传播领域寻求国际合作。在国际舞台上,中国经历了有选择地参与部分国际事务到主动加入国际社会各项事务的角色转变,加大了中国与不同国家和地区积极对话交流的公共外交,更好地适应了全球经济、信

① 《中印两国总理联合声明》,《人民日报》,1954年6月29日。

② 章百家:《改变自己 影响世界:20世纪中国外交基本线索总论》,《中国社会科学》,2002年第1期。

③ 夏建平:《认同与国际合作》,北京:世界知识出版社,2006年,第180—181页。

④ 《邓小平文选》第3卷,北京:人民出版社,1993年,第105页。

⑤ 唐佳梅:《从“对外宣传”到“公共外交”:改革开放三十年我国对外报道的思路演进》,《广东外语外贸大学学报》,2008年第6期。

息、文化的多重融合,并尝试由中国承担一些国际会议及高峰论坛,给予世界多样化的沟通平台,也给予转型国家多方位的展示平台,以提升中国在国际上的担当大国的角色分量,扩大国家角色的国际影响力。第三,利用对外传播应对负面舆论,将其舆论应对作为中国国家角色认同的一部分。面对外界质疑,中国始终认清自己的实力与能力,把自己定位为一个积极向上、勇于改革创新的发展中国家,并以此表明了发展中国家以自身发展为中心的国家战略,明确了国家基于国家实力应当承担的国际责任。在与他国的对外交往场合,中国积极主张自己“三不”“三好”的新型国家关系,宣扬自己睦邻友好的合作愿望。在亚洲金融危机时,中国国家领导人在多种国际场合公开做出“中国承诺”,以支持东南亚国家经济发展,并利用国内外媒体改变舆论风向,用实际行动表明负责任大国的国家设定。与此同时,完善相关的新闻发言人制度,打造一大批自主的对外窗口与渠道,将“在国际上形成同我国的地位和声望相称的强大宣传舆论力量”^①作为我国对外传播的发力点。

在这一时期,改革开放成为中国国家政治生态和角色转型的重大契机,借此中国对外传播思想、体制和机制也得以重新恢复或积极转型。无论是传播策略和方式的改变,还是内外传播全方位合力的形成,都可以看到中国从“宣传革命”到“传播中国”加速转变的过程。但是由于国际传播的主动权、话语权依然掌握在少数西方发达国家手中,中国在国际舆论问题上因为国际立场、传播能力等诸多原因常常呈现被动应战局面,其国家角色展现往往不能完全压制外媒的蓄意扭曲、抹黑,或是颠覆外国受众的“刻板印象”。如何把与国家角色设定相应的对外传播活动由“被动”转为“主动”,成为我国对外传播进一步发展的主题。

(三)和平发展的全球关键性大国及对外传播方向(2001年至今)

进入21世纪,和平与发展依旧是时代主题,各个国家在政治、经济、文化发展层面,互相作用和互相依赖进一步增强,多样态成为世界发展的必然趋势。此外,全球化的发展也为人类共同的生存发展带来了如全球恐怖主义、地球变暖、资源短缺等许多问题。当前中国已经成为全球关键性的大国之一,在国际经济、政治、外交、文化等方面都占有重要的地位,在维和、反恐、应对气候变化、促进金融改革等国际事务中积极承担着应有的大国责任,“前所未有地靠‘近’世界舞台中心”^②。同时,中国在自身发

展的同时,积极倡导建立“和谐世界”,并在和平发展战略基础上,提出“和而不同”的发展主张,希望与世界各国一起实现共同繁荣。^③党的十八大以来,习近平总书记为国家发展提出了几个具体的维度:文明大国、东方大国、负责任大国和社会主义大国。^④这四个维度将我国国家角色勾画得更加完整和有特色。

为了更好地呈现出中国的角色特征,我国对外传播方向也发生了重大变化。在全方位打造中国传播格局即传播主体上,除了官方通过媒体建设、公共外交等国家行为之外,充分发挥其他传播主体的作用,“促进青年、智库、议会、非政府组织、社会团体等的友好交流,增进人民了解和友谊”^⑤,上下联动;传播方式上“精心做好对外宣传工作,创新对外宣传方式,着力打造融通中外的新概念、新范畴、新表述”^⑥,提高我国的国际话语权;“精心构建对外话语体系,发挥好新兴媒体作用,增强对外话语的创造力、感召力、公信力”^⑦,即用符合世界沟通习惯的表述去说明中国国情和中国问题,让其他国家和人民既能感受到共鸣,也能领略到中国风采;传播技术上紧跟世界的前沿科技,利用互联网信息技术使对外传播以单向的、单一宣传逐渐转变为多向的沟通互联,增大国家影响力的覆盖范围和影响强度;传播内容上向世界“讲好中国故事,传播好中国声音,阐释好中国特色”,使中国角色传播更具有“国缘”,让世界“全面客观地认识中国”。

此外,中国对外传播中倡导的“和谐世界”和“人类命运共同体”等理念,凸破了西方国家发展的单一次元,凸显中国和平友好,与世界各国共同发展的大国角色,也以和平发展的角色设定,争取到更多的话语权,得到了世界的认同和欣赏。十八大以来,习近平总书记在出席国际论坛和会议时,多次为世界和平和全球治理提供“中国智慧”,贡献“中国方案”。

① 《江泽民在全国对外宣传工作会议上强调:站在更高起点上把外宣工作做得更好》,《人民日报》,1999年2月27日。

② 关铭闻:《为了中华民族的伟大复兴》,《光明日报》,2016年6月30日。

③ 齐鹏飞:《中国共产党与当代中国外交(1949—2009)》,北京:中共党史出版社,2010年,第90—93页。

④ 华益文:《厉行法治给“大国形象”加分》,《人民日报》(海外版),2014年10月27日。

⑤ 习近平:《携手建设中国—东盟命运共同体:在印度尼西亚国会的演讲》,《人民日报》,2013年10月4日。

⑥ 张峰:《习近平8.19重要讲话的八大亮点》,《人民论坛》,2013年第415期。

⑦ 习近平:《建设社会主义文化强国,着力提高国家文化软实力》,《人民日报》,2014年1月1日。

如在 2013 年提出“一带一路”设想,将“中国梦”注入世界的发展格局中;在 2014 年,习近平在布鲁日欧洲学院演讲时引入中国古代“百家诸子”及圣贤的思想理念,来展示中国博大精深的文化体系;在 2015 年,习近平在英国议会发表的讲话中联系莎士比亚和同时代中国的“东方莎士比亚”汤显祖,倡议中英两国共同纪念这两位文学巨匠,以此推动两国人民交流加深、相互理解;2016 年,习近平在 G20 峰会上将世界二十国成员以杭州的山山水水作比,将世界经济形势以西湖的风风雨雨为喻,重塑世界各国命运共同体的意识,展现中国的大国意识和大国担当;2017 年,习近平在联合国日内瓦总部的演讲中指出,“国家和,则世界安;国家斗,则世界乱。从公元前的伯罗奔尼撒战争到两次世界大战,再到延续 40 余年的冷战,教训惨痛而深刻”^①来强调中国一贯的和平发展理念……中国在对外传播中始终以国家角色为导向,坚持将平等、开放、合作、共享的全球经济治理观分享给世界,得到了许多国家的支持和肯定。

进入 21 世纪以来,中国对外传播的工作更加多样,从融入国际社会到丰富国际文化,从反击他国舆论到增进理解合作,从实现本国诉求到承担国际建设,中国的角色设定随着对外传播的全方位、多层次,更深度的有条不紊地展开,变得更加立体和丰富。中国从世界体系的“边缘者”到“融入者”再到“贡献者”,用中国话语影响世界,用“中国梦”启迪世界,是当今中国在全球的最新定位和发展坐标。

三、中国国家角色设定的对外传播规律及其实现

新中国成立以来国家角色一共经历了三个阶段的设定,构成了中国对外传播的基本条件。大部分情况下,国家角色设定是对外传播的中心轴和基本点。设定好的国家角色往往会在国家整体对外传播中反复出现,以不断强化国家的定位,传播国家价值观,也正是有了清晰的角色设定,对外传播活动才可以在预定前提下,采取与角色一致的各层面、多手段、全方位行动,使各种传播活动形成合力,加强国家角色的力度。

然而,设定的国家角色和其传播效果之间,并不存在简单的线性关系。在对外传播中,决定国家角色呈现和认同效果的因素,可以分为四个方面:第一是国家角色的理念内涵;国家角色是国家理念、政治思想、意识形态以及政治价值观的浓缩,通常以概念或话语的方式呈现。国家角色的理念内涵处于对外传播的核心,构成了对外传播的主要内容成分。第二是国家角色得以传播的框架;所谓框架,是通过某一

议题提供一种主导性的角度来影响公众对争议性议题的评价和判断,它会通过选择性描述来强调该议题的某个方面或属性,暗示该议题和什么因素相关,“以便促成人们对某一议题或问题给予定性、归因解释、道德评估或处置意见”^②。简而言之,框架决定受众思考“国家角色”这一传播议题的方式。第三是国际局势和国际舆论;国家角色一经设定,往往具有短时间内不调整改变的稳定性,而国家所处的国际环境和时局却在不断发生的国际事件中来回变化,并直接影响人们对国家角色的感知和态度。第四是媒介渠道;在全球化背景、媒介技术日益发达的信息时代,信息系统早已是国家机器中不可缺少的一部分,而处理、传播信息的能力,已经纳入国家实力的范畴。一个国家的对外传播能力,直接决定了其国家角色得以展现和被认同的程度。

为了更好地实现十八大以来中国国家角色的设定,对外传播发展应当符合以下调整与预期:首先,设定对外传播的国家角色,必须为该角色融入建设性的理念内涵。国家角色是一个国家政治现实、政治利益、政治理想和政治价值观的体现,它的存在预示着一个国家在国际社会中的特殊地位和特殊功能。这一角色是否能发挥作用,一方面取决于国力、实力,另一方面则取决于国家对自身、国际社会以及国家间关系的正确认识。先进的国家理念不仅预示着一个高度发达的政治生态和政治文明,更预示着一种从特殊个体出发的、新颖的国际政治气象。打造国家理念,必须建设好国家意识形态话语体系,一个好的话语体系,既要能够释义自身,也要能够被他国所理解,更能够引领世界议题。在改革开放之前,我国国家角色的话语有着强烈的革命韵味;改革开放后,则同时出现“与世界接轨”和“强调中西有别”的两种话语建设倾向。尽管传播效果处于不断提高的状态,但始终未能在引领世界议题、解释世界、说明世界等问题上超越西方话语而成为佼佼者。这一点为我国未来国家角色定位及其理念内涵发展、定性明确了方向。其次,对外传播中的国家角色,应当担得起扮演国际舆论主动引导者的重任。舆论是人们认知并透视一个国家的中坚力量,一个国家的形象、社会文明和政治生态究竟是什么样子,往往和舆论的“风向标”保持一致,在国际社会中,谁能抢占国际舆论的阵地,谁就能

① 习近平:《共同构建人类命运共同体:在联合国日内瓦总部的演讲》,《人民日报》,2017 年 1 月 20 日。

② 马得勇:《政治传播中的框架效应:国外研究现状及其对中国的启示》,《政治学研究》,2016 年第 4 期。

掌握国际议题的设定权、发言权和话语权,而疲于应战者即便在回应舆论时占到上风,也不能彻底扭转对国家形象造成的负面影响,如此再完美的“国家角色”也会被掏成空壳。自新中国成立以来,我国不管是“独立自主”“友好互动”“改革开放”还是“走出去”,虽然将中国现代化发展的新气象带到了世界的各个角落,在很大程度上打击了蓄意敌对、扭曲或抹黑中国的外国舆论势力,但我国始终未能在国际社会中立在话语权的的最前端。面对当今“大国”的国家角色设定,我国对外传播活动应该审时度势、把握战机,主动创造国际议题,把中国故事、中国声音努力传播出去,并不断开创积极主动的对外传播局面。再次,设定对外传播中的国家角色,要以宏观、多元的传播框架为基础。在国家角色的呈现中,框架往往处在传播效果的核心位置,能够强调国家角色在某些方面的显要性,突出其特有的性质和价值属性。在对外传播中,框架可以激发受众审视国家角色的视角,唤起他们思考该议题所需的知识概念。宏观、多元的传播框架,通常能够将一个国家的核心理念、核心价值观的各个方面展现出来。新中国成立以来,我国传播框架经历了从“宣传革命”到“宣传中国”再到“展现大国”姿态的转变。其中,“宣传革命”和“宣传中国”分别依赖“革命斗争”和“成果展示”的框架,或多或少具有单一、单调的局限。当今中国已经在国家实力和传播渠道上建成了一定规模的“传播力”,同时秉持着“中国梦”这一极具涵盖性的国家传播议题。在这种局势下,需要不断开拓创新,创造内涵、外延丰富的传播议

题和生动多元的话语模式,用宏大、多维度、多视野的方式展现“大国崛起”的雄风。最后,展现对外传播中的国家角色,要依靠新兴发展的媒介技术,开辟广阔、有效的对外传播渠道。新中国成立以来,我国极力拓展对外传播渠道,开辟对外传播空间,不断结合报纸、广播、电视、互联网的优势,形成一定规模的对外传播网络。然而,以国家、政府、政党为传播主体,以传统媒体发声为传播渠道的对外传播模式确鲜有更新。随着新媒体逐渐成为社会生活的主流,受众获取国家形象认知的渠道拓宽,新媒体很可能成为未来外国受众了解中国、认知中国的主要消息源。我国未来的对外传播活动要继续重视新媒体的开发利用,从媒介融合的角度制定国家角色的传播策略;同时更要认清新媒体“用户化”的根本属性,加强国家社会沟通和国民政治教育,鼓励民众在遵守国家法律、法规的前提下对外展现国家形象,形成国家、社会双管齐下的对外传播格局。

总之,中国每一阶段的角色设定离不开时代环境和国家战略,并折射出国家实力、国家责任以及领导策略的深刻变化。纵观对外传播中国家角色设定的历史演变,国家角色理念、传播框架、国际舆论和媒介技术这四个要素相互依赖,共同构成了对外传播活动的传播系统。一个国家如何在对外传播中进行国家角色设定,必须对以上四个要素以及相互关系有清晰的认知,如此才能够实现国家角色在国际舞台上全方位地的展现与博弈。

(责任编辑 姬建敏)

State Role Setting in International Communication since the Founding of New China

SHEN Wei-jia

(Guangming School of Journalism and Communication, China University of Political Science and Law, Beijing 100088, China)

Abstract: State role setting which bases on estimation for the present international environment, national strategy and its own characteristics by the state leader is the starting point of political communication of one country. And it always changes with national development needs in different period. The tension and interplay between state role setting and international communication are unified in the national interest. Since the founding in 1949, China's role has experienced three stages, which expressed different political demands and international orientation in international communication. And it is the necessary choice for dealing with complicated international situation in the field of nation-states' game. China has been standing in the new historical position. Its public diplomacy, public opinion environment or communication vision are all in a new field. Thus China should confirm the role of definition and construction, and open up effective method of international communication based on macroscopic and diversified communication framework.

Key words: national role; international communication; state role setting