

真实、立体、全面：我国主流媒体的国际传播与国家形象塑造^{*}

◎ 王润珏 胡正荣

摘要：主流媒体是我国国际传播和国家形象塑造的中坚力量。当前，世界秩序的持续变化使得国家对主流媒体国际传播的需求也更加迫切和多元化。同时，我国主流媒体正在智能全媒体传播体系的建设过程中受到信息技术、人工智能等新兴技术的持续赋能，从而带来国际传播能力的提升和功能的拓展。在复杂多变的国际环境和持续发展的智能化传播趋势下，我国主流媒体可尝试紧扣“真实”“立体”“全面”这三个关键词探索国际传播和塑造国家形象的方法和策略。

关键词：主流媒体 国际传播 国家形象 智能全媒体

中图分类号：G206

DOI:10.19393/j.cnki.cn11-1537/g2.2019.08.023

随着大数据、人工智能、5G等新技术的应用，智能全媒体成为媒介融合深度发展未来趋向。2019年1月25日，习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时的重要讲话中强调，我们要把握国际传播领域移动化、社交化、可视化的趋势，在构建对外传播话语体系上下功夫，在乐于接受和易于理解上下功夫，让更多国外受众听得懂、听得进、听得明白，不断提升对外传播效果。^[1]主流媒体，特别是中央级媒体是我国国际传播和国家形象塑造的中坚力量，他们在技术应用、模式创新、话语建构等方面的实践经验对全国各级、各类媒体都具有引领作用。2019年4月，中央广播电视总台成功采用“4K+5G+AI+VR”的模式对第二届“一带一路”国际合作高峰论坛进行面向全球的多语种全程报道，我国主流媒体依托的智能全媒体传播体系建构的新型国际传播模式雏形初现。

一、世界秩序的变迁与我国国际传播需求的演进

当前，世界秩序正处于冷战结束以来最为重要的变化阶段：一方面，G20机制对国际政治、经济的影响力不断提升，成为发展中国家参与全球治理的重要途径。这是世界格局由单边向多边转变的结果，也是全球治理

制度变迁的结果。另一方面，在经济全球化和区域一体化的宏观趋势下，逆全球化、单边主义、强权政治思潮涌动；大国关系、区域局势、国际格局也都正在经历重大变化。特别是美国总统特朗普上任以来，奉行“美国优先”（America First）的贸易保护主义政策，与全球多个国家和地区开展贸易战，对全球经济和国际合作关系造成负面影响。中国作为世界第二大经济体，正在全球治理和世界经济稳增长中发挥着越来越重要的角色。特别是自2013年“一带一路”倡议提出以来，中国同120多个国家和国际组织签署合作协议，共同探索世界经济可持续发展的解决方案和建构人类命运共同体的合理路径。在此背景下，国家对主流媒体国际传播的需求也更加迫切和多元化。

中国需要通过主流媒体的国际传播向世界呈现中国、解释中国。快速发展的中国需要向世界解答自己“从何处来”与“向何处去”的疑惑，解释自己的社会制度和发展理念，让世界更加全面、客观和理性地认识、理解和评价中国，更重要的是推动国际话语新体系 and 世界信息传播新秩序的建立。2013年11月发布的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中指出“加强国际传播能力和对外话语体系建设，推动中华文化走向世界”。“一带一路”倡议、人类命运共同体

^{*} 本文系中国传媒大学中央高校基本业务费专项资金资助项目“‘一带一路’对外传播话语体系建构研究”（2018CUCTJ061）成果之一。

等我国为世界贡献的、以中国历史文化底蕴为支撑世界未来发展的解决方案需要通过主流媒体的国际传播实现与其他文明或文化的相通、相融,以获得世界人民的认可、支持和参与。

中国需要通过主流媒体的国际传播展开政治对话、参与全球治理。在现代社会生活的多样性和社会文化的多元化的影响下,当今世界正处于政治派别、价值观、信仰纷繁多元且仍处于不断分化衍生的状态。政治对话是不同主权国家之间解决价值冲突、利益分歧,构建和平环境的根本途径,也是实现不同种族、群体之间沟通、理解的重要方式。在国际政治关系中,主流媒体则是国家表达政治立场、国家主张、参与全球治理的正式渠道之一。融媒体时代,主流媒体能够运用更加多元的渠道、形式,以及话语表达方式面向不同地域、不同群体直接传播,同时能通过实时互动、在线评论、弹幕等新的途径和方式开展对话,从而丰富对话的群体层次,提高对话的效果与效率。同时,互联网的普及和媒体融合进一步促进了地球村的形成,世界各国人民共享着同一个信息空间,网络空间治理亦成为全球性的共同话题。我国主流媒体在开展国际传播的过程中,通过客观信息的及时传递、国家立场的明确表述等方式积极主动开展信息传播,正面应对恶意攻击、防治谣言,主动建构天朗气清、生态良好的网络信息空间环境也是我国参与网络空间治理的工作内容。^[2]

中国需要通过主流媒体的国际传播开展公共外交,促进人文交流。随着互联网的兴起,网络外交、新媒体外交成为国家外交的重要组成部分。媒介融合在带来国际传播主体多元化的同时,也带来了新媒体外交主体多元化。融媒体环境下的网络外交体现出正式外交、公共外交与民间外交相互交织,媒体活动与外交活动界限模糊的特征。主流媒体的国际传播工作本身也就成为国家外交工作中更加重要的部分。我国已经与俄罗斯、美国、英国、欧盟、法国、印度尼西亚、南非、德国建立高级别人文交流机制,并在“一带一路”沿线国家广泛开展人文交流活动。但人文交流活动普遍存在着当地媒体可见度不高、公众关注度不足、信息传播不充分的问题,迫切需要针对相关国家的国际媒体合作、国际传播活动作为支撑。^[3]同时,由中国国际电视总公司牵头成立的丝路电视国际合作共同体本身也是“一带一路”人文交流的内容之一。

二、传播体系的重构与我国主流媒体国际传播功能的拓展

互联网、移动互联网的高速发展直接或间接地改变着以西方发达国家为主导的,以报纸、广播、电视等传统媒体为核心所建构的世界舆论格局。互联网及移动互联网平台因其用户规模、用户活跃度、用户黏性的持续增长而成为国际传播不容忽视的舆论场,从而改变着国际传播的媒介格局。自2015年我国全面进入4G时代以来,以中央电视台为代表的我国主流媒体通过设备更新改造、技术创新升级、组织结构调整、运作流程重塑、人才结构优化等方式积极开展全媒体建设。2019年1月25日,习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时的重要讲话中指出,全媒体不断发展,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,信息无处不在、无所不及、无人不用,导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化,新闻舆论工作面临新的挑战。^[4]随着媒体智能化发展进程的加速和5G技术全面商用时间的临近,我们将全面开启万物互联的传播新时代,这也意味着我国主流媒体的国际传播将步入全媒体智能化的新阶段。一个清晰的趋势是,随着智能全媒体体系建设进程的深入,我国主流媒体正受到新技术、新媒体、新方式的持续赋能,从而带来国际传播能力的提升和功能的拓展。

从国际传播能力提升的角度来看,全媒体传播体系的建设和4K、AR、VR等技术的应用极大地优化了主流媒体在国际传播过程中的信息生产效率和呈现效果;数据挖掘、智能推送技术的应用系统地提高了跨时区、多国家的信息传播精准性和有效性。中国国际电视台(CGTN)成立两年多来,以“台网并重,先网后台,移动优先”为原则,建成启用了多形式采集、同平台共享、个性化制作、多渠道多终端分发的融媒中心。截至1月17日,CGTN新媒体全球活跃粉丝超1.01亿,总阅读量超过153亿,全平台帖文累计独立用户访问量97.7亿,视频观看量逾14.1亿,总互动5.9亿。^[5]同时,主流媒体的多语种、跨文化传播能力也得到了显著提升。例如,AI合成主播已在新华社正式上岗,他们不仅能实现24小时不间断播出,满足不同时区新闻信息更新和播出需求,还能够在导入人工智能翻译技术后实现多语种随时切换播报。中央广播电视总台将以大数据、人工智能技术为5G新媒体平台建设和业务生产赋

能,形成“4K+5G+AI”的战略布局,打造自主可控、具有强大影响力的国家级新媒体新平台,努力成为国际一流新型主流媒体。

更为值得关注的是,全媒体、智能化发展还使得主流媒体可以与以往完全不同的思路开展国际传播,或者说具备在开展传统国际传播工作的同时实现更多国家需求和自身价值的渠道和空间。例如,新媒体平台能够通过点赞、评论等形式便捷地获取用户反馈,可成为了解各国公众意见、把握全球舆情态势、描摹国家海外形象的重要渠道。我国主流媒体建设的智能全媒体体系包括具备多语种、多形式内容检索、分析、生成能力的媒体资源数据库和全媒体制作平台,其中包括许多有关中国的人文、社会、经济、科技的独家信息。主流媒体可以通过媒资库和制作平台向世界主要媒体机构和个人以分级授权的方式有条件开放,从而实现由单纯媒体机构转型为兼具内容供应或生产平台运营的复合型机构。由此,不仅能够借助其他媒体机构的传播渠道、用户网络实现传播,还能实现我国主流媒体在国际话语体系中话语权和影响力的提升。

三、新形势下我国主流媒体的国际传播与国家形象塑造

2018年8月,习近平总书记在全国宣传思想工作会议上提出:“做好新形势下宣传思想工作,必须自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。”“展形象,就是要推进国际传播能力建设,讲好中国故事、传播好中国声音,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。”^[6]主流媒体对国家形象的塑造具有多重意义:其一,主流媒体的国际传播是我国进行国家形象自我塑造的首要途径;其二,主流媒体的国际传播是我国改变刻板印象,应对负面舆论的重要手段;其三,主流媒体是我国针对重大事件或涉华议题进行议程设置、舆论引导的行动主体;其四,主流媒体是我国进行话语体系建构和话语权竞争的主导力量;其五,主流媒体形象本身也是国家形象的组成部分。在复杂多变的国际环境和持续发展的智能化传播趋势下,我国主流媒体可尝试紧扣以下几个关键词开展国际传播,塑造国家形象。

第一,真实。东汉史学家荀悦曾言“君子之所以动天地、应神明、正万物而成王治者,必本乎真实而已”。保证信息的真实性是媒体公信力和影响力产生的根源。

在国际传播的语境下,媒体信息的真实性可从时效性、客观性、准确性三个维度进行理解。时效性即我国主流媒体应在国内外重大事件发生的第一时间、在不同传播平台及时发声,在事件发生发展的过程中持续发声。客观性是新闻报道的生命之源。特别是在国际舆论竞争的场景中,“让事实说话”常常比“为事实说话”更具有说服力。值得注意的是,信息的客观性常常不可避免地受到外界客观因素和从业人员主观因素的影响,机器人写作、传感器新闻等新技术、新方法的应用将有助于媒介内容客观性的保障。准确性,通常指涉媒体呈现事实的准确无误和表达方式的准确恰当。媒体在国际传播的过程中实现内容信息准确传播的复杂性和困难度都远高于国内传播,不仅面临语言修辞的跨文化表达和理解带来的“失准”,还有可能在多级传播的过程中被刻意地“曲解”或“误读”。在智能传播时代,我国主流媒体可以运用以用户画像为基础的信息推送系统,实现信息接受者与信息形态(呈现方式、话语体系、价值逻辑)、渠道的精准匹配和直接送达,从而减少信息传播的层级,提高跨文化传播时的受众信息理解的准确度。

第二,立体。受历史原因的影响,我国的国家形象在过去很长一段时期内都处于“他塑”的被动局面。掌握着国际话语权的西方媒体在其各自利益逻辑的驱使下,持续建构、塑造、强化中国在世界公众心目中的刻板印象。^[7]从而使得中国并未获得与其承担的国际责任相匹配的国际形象。“使用与满足”理论提示我们,若中国主流媒体提供的信息和服务能有效满足不同国家、不同主体有关中国的“兴趣”和“需求”时,便能够激活受众接触、选择、理解的主动性,从而提高传播效果和用户黏性。信息化进程带来的媒体资源的极大丰富,为中国形象的立体传播提供了必要条件;中国经济的高速发展引起了世界对中国的浓厚兴趣,为立体化传播目标和效果的实现提供了可能。从国际传播的角度来看,立体化的信息传播应该具有“5多”的特征,即呈现的主体多(政党、政府、企业、军队、公民等);涉及的领域多(政治、经济、民生、文化、艺术、宗教等);呈现的形式多(文字、图片、音频、视频、VR等);解读的视角多(报道、评论、调查、分析、研究等);获得的方式多(搜索、推送、社交、订阅、数据库等)。唯此,才能更好地满足世界各国不同类型受众对于了解真实、立体的中国的需求,更好地实现树立立体的国家形象的传播目标。2019年2月28日,中央广播电视总台

5G 新媒体平台成功实现 4K 超高清视频集成制作；4 月，中央广播电视总台采用“4K+5G+AI+VR”的方式对第二届“一带一路”国际合作高峰论坛进行面向全球的多语种全程报道。这正是智能传播时代我国主流媒体尝试将新闻传播专业能力与先进技术融合进行重大事件立体传播的一次成功实践。

第三，全面。在本文所探讨的话题下，“全面”有两个层面的含义：第一个层面是指我国主流媒体对国家或事件的全方位、多维度呈现。从国际话题的角度来看，多极化的世界发展趋势带来全球公众对多样化声音的期待。在重大国际事件中，公众已经不再满足于美国价值观主导下的、一边倒的舆论格局，期待通过不同国家、不同立场的媒体获得更多事件的信息和看待的视角，资本主义国家内部也出现了分歧、争论和反思。今日俄罗斯正是将对争议性国际事件提供与西方媒体的不同的信息和观点作为其获取国际话语权的重要方式。从中国话题的角度来看，中国的高速发展引发了国际社会的高度关注，其中西方媒体对中国社会转型过程中所体现的不平衡、不完善等局部问题，或突发性事件、负面事件尤为关注，互联网的普及又极大地提高了信息扩散的效率。因此，我国主流媒体在进行国际传播的过程中，应勇于正视、客观呈现我国社会发展中不够完美的一面；面对突发性事件或负面事件时，应在第一时间发出声音，把握的信息传播权和话语权，从而降低谣言生成和传播的可能性。第二个层面是指我国主流媒体对国家或事件的完整、详细呈现。对信息的“选择”和“把关”是媒体传播的必要环节，但有意地通过隐匿信息、片面报道则会造成歪曲事实、误导舆论的负面影响。“选择性传播”或“片面夸大传播”也正是西方媒体强化传统中国刻板印象时常用的手段。同时，由于社会制度、宗教信仰等方面的差异，在有关中国的许多问题上，“信息不对称”是许多国外公众产生误解和疑惑的原因，这就需要我国主流媒体在事实之外提供更多的历史文化背景信息为受众的准确理解提供辅助。智能化全媒体传播体系的建设将使我国主流媒体能够通过多渠道、多形式向世界进行完整、详细的事实呈现。舆论生态、媒体格局、传播方式发生的深刻变化，从某种程度上来说，也带来了我国主流媒体改变国际传播中信息不对称、传播资源不对称的传统格局，全面展现中国形象的历史机遇。

四、结语

西方社会不安定因素的扩散和美国贸易保护主义政策的实施让世界将多元化、全球化的期待转向了中国。与此同时，作为世界最大的发展中国家，中国已经是全球治理的重要参与者和世界责任的重要承担者，并贡献了建设“一带一路”“建设人类命运共同体”等世界各国共同应对现实问题的中国智慧和方案。在此过程中，理性看待中国发展模式，客观评价中国贡献的声音越来越多；但对中国的误解、曲解现象也仍然存在。智能技术的应用和全媒体的建设为我国主流媒体真实、立体、全面地开展国际传播、诠释中国变革提供了有效支撑；媒体格局变化与世界舆论场的分化为我国主流媒体全面参与全球话语体系建构和话语权力重新结构提供了历史机遇。2018 年 8 月，习近平总书记在全国宣传工作会议上强调，要不断提升中华文化影响力，把握大势、区分对象、精准施策，主动宣介新时代中国特色社会主义思想，主动讲好中国共产党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中国坚持和平发展合作共赢的故事，让世界更好了解中国。^[8]这是从国家层面对我国主流媒体国际传播提出的明确要求，也是主流媒体机构持续发力、不断前行的方向和目标。

参考文献

- [1][4] 习近平. 加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局 [J]. 求是, 2019 (6).
- [2] 胡正荣, 王润珏. 信息化时代网络舆论工作的新特点与新格局 [J]. 人民论坛, 2018 (13).
- [3] 王润珏, 胡正荣. 融媒体时代国际传播的新特点与新格局 [J]. 国际传播, 2017 (5).
- [5] CGTN 新媒体全球活跃粉丝过亿 创“六个第一” [EB/OL]. (2018-01-19) [2019-04-20]. <http://www.cctv.cn/2018/01/19/ARTIab0zUp7tu1KUHWNGu8Hr180119.shtml>.
- [6][8] 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 [EB/OL]. (2018-08-23) [2019-04-20]. <http://jhsjk.people.cn/article/30245212>.
- [7] 李智. 本质主义与建构主义: 国家形象研究的方法论反思 [J]. 新视野, 2015 (6).

(作者单位: 中国传媒大学国家传播创新研究中心
中国教育电视台)