

编者按:

作为传播研究中的重要一支,政治传播是一个涉及面很广但核心议题尚未清晰的研究领域。它既关心政治现象蕴含或牵涉到的传播元素,也关注传播现象背后的政治色彩与痕迹,并探究政治系统内部外部的沟通机理。以传播学为入口,从媒介、话语、互动等窗口去观察政治生活与政治社会,一系列政治问题可能会得到有别于传统政治学的阐释,而这,恰可成为政治传播研究的着力点。与此同时,全球化与国际化、新媒体与互联网、中国特有的政治历史与现实等等因素,也为当前的政治传播研究提供了语境土壤与话题资源。本期的几篇文章即是围绕政治传播所做的研究,或理论思辨,或实证检验,或历史考察,从不同侧面增益了该领域的研究。

国际政治传播中政治文明的共振机制及中国战略

荆学民

摘要

政治文明是人类各民族各国家历史悠久的政治文化中所积淀的积极因素的总和。政治文明通过各种载体外化和体现在人类的政治生活之中。由于意识形态的对立性、政治价值的层级性以及政治文化的民族性,国际间政治文明的传播与相融,需要形成“共振”才可能实现。传播中的共振是政治文明由特殊性和民族性上升到普遍性和人类性的有效通道,是政治文明中经验价值上升为普遍价值的必经桥梁。因而,认识和把握国际政治传播中的共振机制,是化解政治发展道路的“国别特色”与“人类命运共同体”意识如何相融之困境的思想杠杆。基于此,中国目前国际政治传播的基本战略应是:从立足于中国经验的“中国梦”中精准提炼出“人类命运共同体”意识的普遍价值向全世界传播;同时把立足于“人类命运共同体”意识的“一带一路”的普遍价值落实到中国经验上来,从而使中国目前的伟大事业“中国梦”和“一带一路”成为一种政治文明,让全球共享。

关键词

国际政治传播、政治文明、人类命运共同体、共振机制、中国战略

作者简介

荆学民，中国传媒大学政治传播研究所教授，博士生导师。

本文是作者主持的2011年国家社科基金重大课题《中国特色政治传播理论与策略体系研究》（批准文号：11&ZD075）的阶段性成果；中国传媒大学“优秀创新团队”研究成果。

The Resonant Mechanism and China's Strategy for Political Civilization in International Political Communication

Jing xuemin

Abstract

Political civilization is the sum of the positive elements of venerable political cultures emanate from ethics and countries all over the world. It is displayed through sorts of carriers and represents in human's political lives. Due to the opposition of ideologies, the hierarchy of political values and the nationality of political cultures, the communication and convergence of political civilization appear in international political communication cannot be reached without a "resonant mechanism". A resonant in communication is not only the path that pushes the particularity and nationality of political civilization ahead into universality and essential human nature, but also the way in which the universal political values develops from experiential ones. Therefore, sticking with a resonant mechanism in international political communication is the key of dispelling the conflict between "human common destiny" and "other countries' specialty" in political development. Consequently, the basic strategy of China's international political communication should focus on spreading a universal idea as "human common destiny" that refined and decorated by "China dream", which is, our own political experience. On the other hand, the universal value of "One Belt and One Road" strategy based on "human common destiny" should also be carried out in a more Chinese way. Only in these two ways will the great political endeavors of "China dream" and "One Belt and One Road" become a sort of political civilization and shared in the world.

Keywords

International political communication, political civilization, human common destiny, resonant mechanism, China's strategy

Author

JING xuemin is a professor and doctoral supervisor in Political Communication Institute of Communication University of China.

This article is a Periodical result of the major project supported by the National Social Science Foundation of China : “A study of Political communication Theory with Chinese characteristics and its Strategy System” (project number: 11&ZD075) It is also a result of mexcellent innovation team ”in Communication University of China.

国际政治传播本应是人类共同创造的政治文明反哺人类、不断给人类带来福祉的普惠过程。但是,由于民族地域、国家形态以及历史文化的差异性,“政治”又总是以强硬的姿态乃至“狰狞”的面目突破文明的面纱,致使政治文明在国际之间的传播总是抗拒多于接纳。很多国家非常乐于接受别的国家的所谓经济的、文化的经验,但是却似乎不大愿意接受别的国家所创造的政治文明。这就使得现在的国际政治传播总是在一种冲撞砥砺中缓缓前行,乃至很多的时候要采取所谓的“去政治化”的伪装甚至虚假的形式来传播,其效果可想而知,多数情况下是“传而不通”、“播而不果”。造成这样的结果有广泛而深刻的原因,值得我们深入而细致的研究,本文就国际政治传播中的政治文明的共振机制进行初步的探讨,并对“中国梦”和“一带一路”的国际传播提出粗浅的建议。

一、国际政治传播的几个基本概念辨析

国际政治传播中政治文明的共振机制这样的论题,当属于我们通常所说的“国际政治传播”领域之中。近几年来,由于对历史时代变迁与人类政治发展格局的认知不同,“政治传播”、“国际政治传播”、“对外传播”、“国际传播”及“全球传播”等几个重要的基本概念交织在一起,使“国际政治传播”这个领域的许多基本理论陷入“语义不确定”状态,进而不同程度地制约了理论探索所必须的明晰度。所以,我们首先需要辨析这几个概念。

所谓政治传播,其基本涵义是指政治共同体内及政治共同体间政治信息的流动、扩散、接受、认同、内化等有机系统的运行过程。我们已经多次对政治传播概念进行了深度解析(荆学民,施惠玲等,2009;2014)。与政治传播概念相一致,所谓“国际政治传播”就是以“国家”为政治共同体即传播主体的国际间的政治传播。由于现在人类政治的主要现实形态仍然是以民族国家为主体和边界,所以,在现代传播语境中,所谓国家的“对外传播”就是国际传播,这里预设的“传播主

体”是“国家”——在政党领导的国家中，政党、国家、政府往往是三位一体，成为“国际传播”的最小单位的传播主体（荆学民，苏颖，2014）。当然，当我们使用“对外传播”的时候，更多的时候是站在某一个国家的立场上，而当我们使用“国际传播”的时候，泛指所有国家而不是特定国家。

“对外传播”在更多的时候指“国际传播”，这一点大家并无太大的异议，在具体地使用和理解中也能够自然转换。现在学术界主要的争论体现在所谓“国际传播”与“全球传播”这两个概念上。在我们看来，争论的背后折射的是传播背后的政治认知和政治理念之争。一些学者认为，全球化的浪潮中，信息的传播早已突破国界，“国际传播”这个范畴已然不能解释当前整个世界的信息传播，加之人们对国际之间传播霸权和规则不公平的反感，应当摒弃“国际传播”用“全球传播”取而代之。

可以看出，这种认识基于对世界政治文明进步和技术发展给传播所带来的同步影响的判断。在我们看来，这种判断却有失偏颇。就现在世界的政治格局和政治运行机制而言，虽然“全球化”、“区域化”给“国家”带来一定的改变和挑战，但是，“国家”主宰世界政治的性质和局面并无本质性的改变。在政治学界，上世纪七八十年代前，伊斯顿的政治系统理论试图通过“高度柔塑性”的方法论把人类政治活动“去国家主体化”，但是在政治运行仍以国家为主宰的事实面前遭到了失败。所以，20世纪七八十年代政治学研究就出现了强烈的“将国家带回来”的浪潮。这种情形之下，伊斯顿自己也重新提出了“政治当局”这个概念，实际上更为强化了政治中国家的作用，他说：“系统分析概念化伊始，所谓‘国家’便担任着至关重要的角色。不过，鉴于系统整局设计的着眼点，国家未曾成为这样一个中心范畴，而是被分成了其几个组成部分，其中之一即是‘政治当局’。举凡谙熟系统分析的人都知道‘政治当局’这一概念是何等的重要，其原因特别在于：为政治系统制造并实施政治输出、充任政治系统和其他社会系统之间中介行为者的，正是政治当局。”（伊斯顿，1989：8-9）即便是从传播学角度而言，诚如有学者所认为的：

“‘全球传播’所试图传达的信息自由、平等传播的乌托邦式的图景，难以在媒体机构愈发集中和商业化的现实中得以存在。信息流通背后所依附的政治和经济权力结构在‘全球传播’的概念中难以被涉及和讨论；概因民族国家与这一结构密切相关，而‘全球传播’所倡导的‘无国界’则忽略了媒体集中和资本的全球流通带来的不同国家所掌握的话语权力的差异在民族国家之间造成的信息资本的不平等和传播能力的不平衡”（崔远航，2013）。

国际传播概念之所以还不能被取代,是因为国家作为最大的政治共同体所决定的国际传播的政治属性并没有改变。虽然国际传播还包括国际间的文化传播、经济传播甚至军事传播等等,但是,这些传播或直接或间接地承载一定的政治传播功能。关于这一点,美国传播学专家罗伯特·福特纳进行了深入的研究。他认为“政治本质”是国际传播的最主要特点之一:“从某种意义上说,所有的国际传播都具有政治性,都带有政治色彩,传播可以公开带有政治性质,也可以隐含政治色彩,或者只是受国家政治经济政策的影响。但是,国际传播的政治因素是其本质固有的。即使某些特殊组织,如国际宗教广播电台,虽然通常不以针对政权为目的,但仍有其政治性,这是因为政治因素跨越了国家和民族的界线,是因为不加控制的信息威胁到了知识垄断这一政权统治的基础”(罗伯特·福特纳,2000;8-9)。

就此而言,在一定意义上说,现在的国际传播主要还是国际政治传播,至少可以说,国际政治传播是整个国际传播的轴心,各种传播皆围绕特定政治目的和目标而旋转。

二、国际政治传播的本质及主要特征

国际政治传播与国际传播的政治属性还不完全是一回事。国际传播的政治属性所强调的是,所有国际传播或明或暗地都隐含着某种政治目的或者为某种政治服务。而“国际政治传播”被我们理解为国际之间的特定的意识形态的传播。理解国际政治传播首先需要理解国际政治传播的对象特殊性。

国际政治传播的对象,可从政治共同体内外角度分析。由于现实政治生活中,“国家”与“政党”是最稳定最有政治权力因而也是最现实可见的政治共同体,所以,政治传播对象的“内外之分”,实际上主要是所谓国内对象与国外对象或党内对象与党外对象之别。国家、(政府)、政党,作为政治传播的主体,其传播对象或受众,一个明显的特征是内外区分的,即所谓我们过去很熟识的政治宣传的“内外有别”。从内、外维度对政治传播对象的分析,即可以划分出国家的对内、对外政治传播,政党的对内、对外政治传播。从一般传播与政治传播的关系上看,现在的国际政治传播都是以“国家、(政府)、政党”这个最大的“政治共同体”来划界的,也就是说,国际政治传播是最大体量和形态的政治传播。

国际政治传播对象,其特殊性正在于它是“政治性对象”。这种政治性主要体现在:作为一种共同体间的政治传播,主要是一种政治价值的输出,是一种政治意识形态的较量。所以,国际政治传播的对象就是典型的政治意识形态受众,不论这

种政治意识形态采取什么样的形式和包装。国际政治传播的对象，一般是事先假设的、整体性的特定政治意识形态传播的对象。这里所谓的整体性，是相对于国内的意识形态教育而言的，一般的情况是，特定政治共同体（比如国家或者政党）是在这个政治共同体的特有意识形态内进行教育；而国际政治传播对象，事先设想了别的国家的意识形态的不同，进行的是两个整体的意识形态之间的传播、交流、碰撞、砥砺。当这种意识形态被冠之以“政治文明”的时候，就是不同政治文明之间的传播、交流、碰撞、砥砺、融合。所以，国内政治传播不是不同的意识形态之间的传播，其“受众”的分类也不能以意识形态为标准而划分。而国际政治传播对象其核心差异正是意识形态。这就是“国家间政治”对国际政治传播对象的制约。正如汉斯·摩根索所言：“所有类型的政治而言，不管是国内政策还是国际政策，都有一个特点，即它的基本表现往往与其本来面目——对权力的争夺——不一样。更甚者，权力因素作为一项政策所追逐的第一目标会被伦理、法律或是生物学等理由加以解释和正名。就是说，政策的真实本质被意识形态方面的辩护和文饰所掩盖。……这些就是国际政策中不可避免地带有意识形态因素的精神力量，这些精神力量还把意识形态变成国际间权力斗争的武器。一个其外交政策能够赢得本国人民知识信念和道德价值支持的政府，就获得了相对于那些在选目标时未能成功地赢得或者表面上赢得这种支持的政府无可比拟的优势。意识形态，也像所有的思想理念一样，是可以提升国民士气和国家力量的武器，并在实际的行动中降低对手的士气”（汉斯·摩根索，2008；115）。摩根索进一步认为，通过对国际政治本质的分析，可以推论出帝国主义政策实际上也是以意识形态为伪装的，而维持现状政策则更多地是以其本来面目出现的。

“特定政治意识形态受众”是国际政治传播对象的一种本质的特征。需要说明的是，这种意识形态就是政治意识形态，而不是被人们泛化的类似于“文化”的所谓“广义意识形态”。超出意识形态即“政治”范畴的传播，就可能是国际间的所谓文化传播、知识传播之类，而不是国际间的政治传播。这一点，现在学术界的认识多少有些不到位。以美国为例，美国政治学家达尔就认为：“美利坚是一个重视意识形态的民族，只是作为个人，他们通常不重视（忽视）他们的意识形态，因为他们都认同同样的意识形态，其一致程度令人吃惊”（杰里尔·罗赛蒂，1997；354）。政治意识形态背后隐藏着国际政治权力的争斗和国家利益的争夺。因此，国际政治传播的对象的选择与国际政治权力及利益紧密相关。“有利可图”、“有权可掌”成为选定对象的通俗说明。与此相应，利益大小、权力轻重，是制定政治

传播战略战术的基本依据。

国际政治传播对象的另外一个特征是“被选择”、“被教育”。造成这种情况的原因是国际政治传播主体的“帝国”心态。国际政治是一种实力政治，只有在政治上比别人“强大”、“优越”的国家，才会想着去向别人传播输出自己的政治价值观，才会以政治意识形态去劝服别人，才会是国际政治传播的“传者”。经济帝国、军事帝国、文化帝国中，最强大的还是文化帝国。文化帝国的实质是政治帝国，难怪有人称文化帝国就是政治意识形态帝国。“我们建议称之为文化帝国主义的东西是最难以把握的，并且，如果它能够独自获得成功的话，就将是最为成功的帝国主义政策。它要征服和控制的目标不是领土或经济生活，而是人的头脑，同时将其作为改变两个国家权力关系的手段”（汉斯·摩根索，2008：83）。

一般来说，国际政治传播最强调内外有别，或者说，由于政治的差异性和不通透性，才需要对特定的政治内容以内外不同的方式进行传播。而诸如文化传播、知识传播等则恰恰相反，强调传播内容、传播过程、传播载体、传播对象的一致性，强调要对政治共同体内受众的“不歧视”，可谓“所传无类”。但是，政治传播则不同，正因为知道其他政治共同体与自己的成员在政治的各个方面不尽相同，才试图通过传播而使其改变，使其在政治的各个方面理解自己、支持自己、认同自己，进而趋同自己。所谓国际政治传播就正是这样。所以，分析国际政治传播，其重点应是深入国际政治传播的对象。某种意义上说，“受众决定论”非常适合国际政治传播。现在的国际政治传播研究多少有些偏颇，往往忽略对国际政治传播对象的深度分析。原因可能在于，第一，认为与政治共同体内的对象即国内对象没有什么区别；第二，由于对外部了解条件的限制，寻找不出区别；第三，认为国内政治传播对象与国际政治传播对象就不应该区别。

毫无疑问，从人类政治文明的发展趋势看，随着人类的“类政治”的形成，作为政治传播的对象是越来越没有区别。但是，这只一种理想的目标，实现这种目标恰恰需要通过政治传播来逐步缩小共同体之间的政治差别。据此而言，要达到“内外无别”，目前尚需要的是“内外有别”。当然，进入互联网时代以来，国际政治传播的“内外有别”原则受到质疑和挑战，但是，还不能彻底放弃这一原则。我们的基本看法是：保其“战略地位”，放其“战术地位”，即从国家政治战略高度要“内外有别”，但是，具体的传播内容、传播过程、传播手段则不必刻意区分。还应该注意，强调国际政治传播对象的特殊性，并不是主张在对内政治传播与对外政治传播之间划一道鸿沟。事实上，对内政治传播与对外政治传播二者相辅

相成。政治传播学者麦克奈尔对这一点讲得非常清楚，他说：“国际关系就是一个国内问题。……在处理国际关系问题的时候，一个政府有机会登上国际舞台，在全球几亿观众面前献演。演出的好坏与否不可避免地将在国内观众中间引起反响。……整个20世纪以来，政府、商业、军队以及媒体领域的精英一直通过操纵‘敌人’这一象征符号与形象来服务于国内政治目的。‘敌人’的性质随着时间几经改变，然而这一种传播手段背后的原则却始终如一：那就是明修栈道，暗渡陈仓，利用看上去瞄准‘外国’敌人的宣传攻势来动员国内舆论支持带有国内政治目的的的运动（麦克奈尔，2005；184）。

三、国际政治传播中政治文明的价值层级与共振机理

政治文明是人类各民族各国家历史悠久的政治文化中所积淀的有益于人类的积极成果。因而，政治文明的本质特征是没有“政治冲突性”。但是，政治文明却并不据此成为远离人类生活的虚无缥缈的精神幽灵，而是通过各种载体外化和体现在人类的政治生活之中。因此，政治文明的另一个特征是“有国别而无国界”。国际政治传播中的意识形态、政治价值、政治思想、政治文化都程度不同、形态各异，地承载和传播着人类的政治文明。正是由于意识形态的对立性、政治价值的层级性以及政治文化的民族性，国际间政治文明的传播与相融，需要形成“共振”才能实现。

“共振”是借用了物理学的一个概念，共振理论的核心是不同事物之间要有共同的基础、轴心和频率才能通过共振形成共鸣。从机械原理上讲，传播就是一种共振，共振也是一种传播。从理论上讲，政治文明的核心是价值观，意识形态的本质也是一种价值观¹，那么，国际传播中政治文明的共振，实质上是一种不同民族和不同国家间，通过意识形态的砥砺与交融彼此政治价值的传播和政治价值观的融合过程。

那么，国际间的政治价值的“共振”机理是怎样的？我们曾把价值的基本形态划分为经验价值、规范价值和终极价值：经验价值来源于人们的现实行为，缺乏必要的普遍性。规范价值超越现实时空，具有相对的普遍性；终极价值以其信仰式的超越性感召和牵引着经验价值和规范价值（荆学民，1992；160）。无独有偶，美国政治学家达尔在对现代政治进行分析时也曾提出过“经验”与“规范”的价值取向问题。他说：“每一个问题代表着对世界的一个不同的取向，提出第一个问题，人们的取向是要发现一项政策。提出第二个问题，人们的取向是要寻求规范，亦即

价值或标准,去判断可供选择的政策。提出第三个问题,人们力图找出现实世界中各种因素之间的经验的关系。提出第四个问题,人们力图澄清意义”(达尔,1987;10)²研究政治价值在国际传播间的共振机制和融合过程,就需要区分和识别价值的层级性和不同的价值取向,并在此基础上弄清各种层级政治价值的可传播程度。但是,一种事物的“可传播性”,又取决于这种事物“有用性”的可扩展程度。有些事物十分有用,但是可能仅适应于其原发环境而不适宜扩展。这里仅以“经验”和“规范”两种政治价值层级和取向,对国际间政治传播的共振机制予以分析。

一般来说,经验政治价值的可传播性相对较弱,因为它受到产生这种政治价值的政治条件的严格检验,其可传播性程度直接受制于“传者”和“受者”两种政治现实之间的相似程度。所以,由于各国历史传统、宗教信仰和政治制度的差异等原因,西方的经验政治价值很难直接转移到非西方国家中去,相反也一样。我们可以将经验层面的西方或非西方的政治价值视为一种“地方性知识”(景跃进,1987)³与经验政治价值不同,规范政治价值具有较强的可传播性,这种可传播性是指首先在西方或东方社会形成的政治价值是否具有普遍性。比如,首先产生于西方社会的“民主、自由、平等、人权”等术语所体现的基本政治价值,许多东方国家也已经吸纳或逐步吸纳,已经努力使之成为自身文化的组成部分。规范政治价值不依赖经验政治的实证,它的有效性是建立在超越具体政治经验的政治信念上。

虽然经验政治价值与规范政治价值的可传播性不同,但是两者却不是割裂的。由特殊性(适应于地区政治)到普遍性(使用于所有政治)的传播和扩展,体现了人类的政治由具有巨大分歧的现实状态不断走向没有分歧的理想状态的进步过程。从价值取向上看,经验政治价值与规范政治价值也应是相辅相成的。正像达尔所说:“其一,关于政治的陈述通常包含着规范的和经验的双重成分;其二,即使是纯经验的研究或纯经验的陈述也无一例外地具有其规范的关切,从而把人们的注意力引向正在加以述说的经验世界的那个特定的部分”(达尔,2012;10)。

当然,人类的政治传播,传播的内容归根结蒂是一种政治文明。若姑且把人类的政治文明用“西方”和“东方”做最简单的形态划分(当然不是最科学的,这里的“西方”与“东方”具有空间的、地域的、文化形态的、意识形态的等综合性的意义),那么西方的政治文明发展至今,总结出了一些基本的理念和原理,同样,基于中国政治实践的中国特色政治文明也有一些基本的理念。从政治传播角度看,作为没有“政治性”的政治文明是特殊性和普遍性的统一,也是经验与规范的统

一,无论是其特殊性还是其普遍性都离不开政治传播。特殊性意味着其在特定的经验政治中生成,这种生成的过程本身就是一个扩展和传播的过程;普遍性意味着其规范价值意蕴在其生成的政治系统以外被接纳、认同,这更是一个传播和共振的过程。这就是说,无论在特定的政治系统中,还是不同的政治系统间,政治文明与政治传播都是共生共荣的。在随着传播技术迅猛发展人类政治文明不断走向深度融合的新时代中,当我们把来自于某地区某国度的政治治理成果总结升华政治文明的时候,所着力诉求的是其对于人类政治所具有的普遍指导意义,这种意义的实现所依赖的正是政治传播。进而言之,支撑中国改革开放迅猛发展几十年的中国特色的政治文明,当通过有效的政治传播惠及全世界,造福全人类。

四、中国特色政治文明在国际传播中的战略选择

改革开放几十年的中国特色社会主义政治实践正在创造着绚烂的政治文明,中国共产党领导中华民族正在努力实现的“中国梦”正在为人类的政治文明增色添彩。从现实形态上看,“中国梦”作为中国特色政治文明的核心部分并不是飘忽在中国大地上空的精神飘带,而是一场现实的需要付出艰苦卓绝努力的社会主义实践活动。从理论上讲,“中国梦”作为中华民族的政治和社会理想,是中华民族优秀的历史传承、厚重的现实展开和充实的未来理想的三位一体。在全球化时代,“中国梦”不是只关乎中国人自己的闭门想象,而是与世界各国人民在某种角度或多或少具有关联性意义的价值理想。所以,当我们扎扎实实把“中国梦”落实在现实行动时,作为在世界上具有举足轻重地位的负责任大国提出“一带一路”的伟大战略就成为一种必然。这样一来,根源于中国特色社会主义实践的“中国梦”和“一带一路”作为一种政治文明在全世界的传播就具有重大的战略意义。

置放于政治传播理论中,作为一种政治价值的“中国梦”和“一带一路”虽然都来自于中国经验,但是其逻辑起点和归宿点却不甚一样。简单地说,中国梦是具有国别性质和地域性质的更多地承载着中华民族理想的经验价值,而“一带一路”的则是超越国别和跨越地域的具有“人类命运共同体”的规范价值。据此,“中国梦”与“一带一路”的传播路径和传播机制也应是不大相同的。

前面我们已经说明,传播中的共振是政治文明在国际政治传播中由特殊性和民族性上升到普遍性和人类性的有效通道,是政治文明中经验价值上升为普遍价值的必经桥梁,是化解政治发展道路的“国别特色”与“人类命运共同体”意识如何相融之困境的思想杠杆。与此同理,反过来说,传播中的共振也是规范性的普遍价值

转化和现实化为经验价值的桥梁和通道。基于此,“中国梦”与“一带一路”作为一种政治文明在国际传播中其核心理念的诠释和信息流通过程是不一样的。对于中国梦的传播来说,是从“中国梦”精准提炼出“人类命运共同体”意识的普遍价值向全世界传播;而对于“一带一路”的传播来说,是把其中蕴含的“人类命运共同体”意识的普遍价值落实到中国以及相关各国的经验上来。二者相辅相成,使中国目前的伟大事业“中国梦”和“一带一路”成为一种政治文明让全球共享。

“中国梦”在国际政治传播中由特殊性和民族性上升到普遍性和人类性,从而与人类政治文明形成共振的着力点,是对“中国梦”所蕴含和绽放的普遍性规范价值的精准诠释与释放。在这一点上似乎我们还做得远远不够。“中国梦”虽然在形式上以中国为主体,但它全方位多维度地蕴涵着全球共享的人类价值。从政治上讲,全球化时代的“新政治”的特点是超越领土地域性质走向全球共治。中国梦作为一种“国家梦”虽然具有中国国家的属性,但是,其所诉求和实现的“国家富强”价值理想无疑是全球国家所期待的。从这个意义上讲,中国梦与美国梦是共同性多于差异性,相通性大于阻碍性。所以,就国际政治传播战略而言,大可不必大讲特讲中国梦的所谓中国特色中国气派中国风格,而应着力于中国梦的普遍价值和世界意义,从而与世界各个国家各个民族所创造的政治文明形成共振,进而聚合为全球共享的人类政治文明。从经济、文化上讲,中国梦则更具有突出鲜明的人类理想价值,面对生态环境、经济危机、精神贫瘠、可持续发展等人类性问题,“中国梦”更是一种“人民梦”,其所诉求的最终理想,是人类所共同期待的经济社会发展的新文明所带来的人民大众的福祉。从这个意义上讲,“中国梦”所蕴涵绽放的各种美好的中国故事向全世界的传播,并不能仅仅依靠国家政府来讲,人民大众、普通百姓的实实在在的生活才是最好的传者和讲授者。当然,从传播学的理论上讲,经验更多地依赖于特定条件和情景的体验从而并不十分有利于直接传播,而只有被抽象的“活的经验”即从“真实具体”中科学抽象出来的理论才能更加广泛地传播。就此而言,中国梦的国际传播战略的重心,仍然在于理论家们对中国梦中所蕴涵的具有更为广阔而久远的“精神公约数”进行精准而鲜活的理论总结,这种总结之所以须精准而鲜活,是因为它需要在不同的国家、民族和地域中“蝶化”为符合其条件和情景的具体的价值目标。

“一带一路”在“中国梦”之后提出,理论界多把“一带一路”理解为“中国梦”的具体落实或者进一步深化。因此,现在的情形是,人们把“中国梦”与“一带一路”并列在一起“打包”向全世界去宣讲。一般来说,这种认识并无不妥,但

是,从传播的角度看,还是未能做到差异化细分。“一带一路”从形式上看是一种具体的行动布局,但是,其实质却是一种“人类命运共同体”意识的价值诉求与实现。与“中国梦”不同的是,“一带一路”价值的逻辑起点,是超越中国时空的“人类命运共同体”这个普遍性价值。所以,它才能仿佛是一条强劲的纽带,跨越亚欧大陆无垠的草原,跨越印度洋潮湿的季风,跨越乞力马扎罗的雪,跨越安第斯山的云,激起了全球范围的广泛共鸣。要特别指出的是,“一带一路”虽然发端于“人类命运共同体”意识这个似乎比较抽象的哲学命题,但是,它却是具有历史必然性的价值选择。早在 160 多年前马克思和恩格斯在《共产党宣言》中就已经揭示了人类社会不仅是一个具有全球化发展趋向的社会,而且是一个社会生活的各个方面互相往来和互相依赖日益拓展、增强的社会:“过去那种地方的和民族的自给自足和闭关自守状态,被各民族的各方面的互相往来和各方面的相互依赖所代替了。物质的生产是如此,精神的生产也是如此。各民族的精神产品成了公共的财产”(马克思,恩格斯,1995:276)。

“人类命运共同体”意识作为一种理念,所着力强调的是人类在漫长历史演进过程中的“你中有我,我中有你”、“一荣俱荣,一损俱损”命运悠悠相关性。落实在现代社会发展中,其展现的基本价值观是相互依存的国际权力观、共同利益观、可持续发展观和全球治理观,意味着政治多极、经济均衡、文化多样、安全互信、环境可持续等人类社会向更高文明形态演进的新范式。正因如此,中国应该率先把这种文明的新范式落实在具体的行动上,形成“一带一路”理念的中国经验,进而为全世界提供成功而有效地示范。就此而言,“一带一路”的传播,是一个从规范到经验的价值下沉演绎过程,需要中国率先示范然后扩展至相关国家乃至全世界。

以上我们只是聚焦于“中国梦”和“一带一路”,挖掘其政治文明的价值和意义,并把其置放于国际政治传播中,来探求中国现在的战略选择。当然,中国特色的政治文明远不是“中国梦”和“一带一路”可以包含的,因而,中国特色政治文明的国际传播的内容也远不是“中国梦”和“一带一路”的传播可以代替的。诸如像民主、法制、政党领导等等重大议题和内容都值得和等待着我们置放于国际政治传播的战略高度来深入研究。我们殷殷期待中国特色政治文明在全世界绽放绚丽的光彩。

(责任编辑:李志敏)

注释 [Notes]

1. 意识形态、政治思想、政治价值、政治文化彼此之间当然是有区别和联系的，但是，跳出特定的语境与语义，他们都可以视为一种价值和价值观。事实上，在本文的语境中，特定政治价值承载和体现着政治文明，政治文明的核心也是政治价值观。
2. 这里我们之所以引用了达尔《现代政治分析》的1987年的旧版本，即“第四版”，因为达尔在此后的新版本中删去了分析政治“四种取向”的理论。但我们认为，这个理论很有价值。达尔虽然不再提了，也不等于说就否定了这个观点。
3. 景跃进先生在他主编的《政治学原理》中，借鉴了达尔的分析方法，我们这里的分析进一步借鉴了景跃进先生的分析。不过，他是用“知识的可转移性”来分析的。我们是直接分析政治价值的“可传播性”问题。景跃进先生在分析完政治“知识的可转移性”之后，针对中国，创新性地提出了“政治学国别风格”问题，很值得深入探讨。

引用文献 [Reference]

- 荆学民,施惠玲(2009).视界融合:政治传播研究的几个基本理论问题辨析.《现代传播》,(4),18-22.
- [Jing,xuemin & Shi,huilin(2009).The cConvergence of vision: aA discussion of several basic issues in political communication research. *Modern Communication*,(4),18-22]
- 荆学民,苏颖(2014).中国政治传播研究的学术路径与现实维度.《中国社会科学》,(2),79-95.
- [Jing,xuemin & Su,ying (2014).The academic paths and practical dimensions in Chinese political communication research. *Social Science in China*,(2),79-95]
- 崔远航(2013).“国际传播”与“全球传播”概念使用变迁:回应“国际传播过时论”.《国际新闻界》,(6),55-64.
- [Cui,yuanhang (2013).From “international communication” to “global communication”: a response to the “obsolescence of international communication.” *Journal of International Communication*,(6),55-64]
- 荆学民(2014).《政治传播活动论》.北京:中国社会科学出版(第1章).
- [Jing,xuemin(2014).An activity theory on political communication. Beijing: China Social Sciences Press,(Chapter one)]
- 荆学民(1992).《人类信仰论》.上海:上海文化出版社.
- [Jing,xuemin(1992).An essay on human faith. Shanghai: Shanghai Culture Press]
- 景跃进(2006).《政治学原理》.北京:中国人民大学出版社.
- [Jing,yuejin(2006).Politics: An introduction. Beijing: China Renmin University Press.]
- 伊斯顿(1989).《政治生活的系统分析》(王浦译).北京:华夏出版社(原著出版于1965年)
- [Easton,D.(1989).A system analysis of political life(Trans.). Beijing: Huaxia Publishing house. (Original work published in 1965)]

- 罗伯特·福特纳(2000).《国际传播：“地球都市”的历史、冲突与控制》(刘利群译).北京：华夏出版社（原著出版于1993年）
- [Fortner,R.(2000).*International Communication: History, conflict and control in global metropolis(Trans.)*. Beijing: Huaxia Publishing Hhouse. (Original work published in 1993)]
- 汉斯·摩根索(2008).《国家间政治》(徐昕等译).海口:海南出版社（原著出版于1993年）.
- [Morgenthau, H.(2008). *Politics aAmong nations: tThe struggle for power and peace (Trans.)*. Haikou: Hainan Publishing House. (Original work published in 1993)]
- 杰里尔·罗赛蒂(1997).《美国对外政策的政治学》(周启朋等译).北京:世界知识出版社（原著出版于1976年）
- [Rosati,J.(1997).*The Politics of United States Foreign Policy(Trans)*. Beijing: World Kknowledge Ppublishing Hhouse.(Original work published in 1996)]
- 麦克奈尔(2005).《政治传播学引论》(殷琪译).北京:新华出版社2005年版（原著出版1999年）.
- [McNair,B.(2005).*An iIntroduction to political communication(Trans)*. Beijing: Xinhua Press. (Original work published in 1999)]
- 达尔(1987).《现代政治分析》（第四版）(王沪宁等译).上海：上海译文出版社（原著出版于1984年）
- [Dalh,R.(1987).*Modern pPolitical aAnalysis(4th edition)(Trans.)*.Shanghai: Shanghai Translation Publishing House. (Original work published in 1984)]
- 达尔（2012）.《现代政治分析》（第六版）（吴勇译）北京:中国人民大学出版社（原著出版于2003年）
- [Dalh,R.(2012).*Modern pPolitical aAnalysis(6th edition)(Trans.)*. Beijing: Xinhua Press. (Original work published in 1963)]
- 马克思,恩格斯(1995).《马克思恩格斯选集》第1卷.北京:人民出版社.
- [Marx,K.& Engels,F.(1995).*Selected wWorks of Karl Marx and Friedrich Engels*.Vol.1. Beijing: People’ s Ppublishing Hhouse]