

新时代中国经济话语对外传播的困境与策略分析

王惠芬

北京印刷学院新闻与传播学院, 北京

收稿日期: 2023年8月12日; 录用日期: 2023年9月12日; 发布日期: 2023年9月21日

摘要

当前, 世界之变、时代之变使得国际政治经济秩序呈现出复杂多变的特点, 面对国际社会对中国的“认知错位”, 如何打破西方营造的“中国威胁论”, 构建中国经济话语的对外传播体系, 是新时代加强国际传播能力建设、全面提升国际传播效能的重要组成部分。本文从宏观与微观两个角度对新时代中国经济话语对外传播的现状进行分析, 探究中国经济话语对外传播面临的困境, 并提出相应策略。

关键词

经济话语, 对外传播, 中国故事

Analysis of the Dilemma and Strategy of the External Communication of China's Economic Discourse in the New Era

Huifen Wang

School of Journalism and Communication, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: Aug. 12th, 2023; accepted: Sep. 12th, 2023; published: Sep. 21st, 2023

Abstract

At present, the changes in the world and The Times have made the international political and economic order complicated and changeable. In the face of the “misperception” of China in the international community, how to break the “China threat theory” created by the West and build the external communication system of China's economic discourse is an important part of strengthening the capacity building of international communication and comprehensively improving the effectiveness of international communication in the new era. This paper analyzes the current situation of the exter-

nal communication of China's economic discourse in the new era from the macro and micro perspectives, explores the difficulties faced by the external communication of China's economic discourse, and puts forward corresponding strategies.

Keywords

Economic Discourse, External Communication, China Story

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

当今世界在百年大变局与世纪疫情的背景下,呈现出复杂多变的国际新局面,面对国际政治经济秩序的重构和中国新时代新征程的不断发展,西方社会部分国家表现出对中国制度及中国文化的不良反应,由此产生了国际社会对中国的严重“认知错位”,针对国际不良舆论环境,如何加强国际传播能力建设,增强中华文明传播力和影响力,是我们面临的一项重大时代课题。党的二十大报告中更是明确提出“加强国际传播能力建设,全面提升国际传播效能,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权”[1]的重要内容,这都为做好中国经济话语对外传播这一课题提供了重要准则。经济话语体系作为国际传播话语体系构建中必不可少的一环,如何在西方“中国威胁论”、“中国崩溃论”等经济舆论环境中突围,发挥经济话语对外传播本应具有的传播效能,为中国经济发展创造出更加有力的国际舆论环境,是新时代中国经济话语对外传播研究的重中之重。

2. 新时代中国经济话语对外传播现状分析

面对复杂的国际舆论形势,各种风险与挑战都使得“形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权”的重要性愈发凸显。“我国在积极参与全球治理的过程中亟须构建中国话语体系,适应高标准的国际经贸规则,形成与我国经济实力和国际地位相称的国际经济规则制定话语权,为推动构建人类命运共同体贡献力量”[2]。经济话语权以国家的综合经济国力为基础,以国家利益为核心,经济话语权是国家发展的软实力,在全球化竞争与合作的国际关系中,经济话语软实力在很大程度上会影响着国家的对外开放和经济发展。不断加强提升我国在国际这一范围内的经济话语权,全面参与全球经济体系治理与国际经济新秩序的重建,建设与我国综合实力相匹配的经济话语权至关重要。

2.1. 宏观报道呈现中国经济态势

每年的两会都是世界各国观望中国整体发展与经济发展趋势的重要窗口,今年是我国全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年,今年的两会更是意义非凡。中国经济社会发展的主要预期目标、宏观政策走向和政府工作的重点任务等内容都会引发世界各国的高度关注,我国各大主流媒体对此事的报道也会引发各国媒体对此内容的相应报道与反馈。中国经济正在以好于预期的速度复苏,经济复苏是世界媒体的重要关注点,3月5日的政府工作报告中指出,今年发展的主要预期目标是国内生产总值(GDP)增长5%左右。对于这一事实,我国各主流媒体均进行了客观报道与分析,如人民日报发布《中国高质量发展助力世界经济复苏》,指出中国正在以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴,实现高质量发展是中国式现代化的本质要求之一。中国将继续坚持稳中求进工作总基调,完整、准确、全面贯彻新发展理念,

加快构建新发展格局，以中国高质量发展助力世界经济复苏，以中国新发展为世界提供新机遇。CGTN发布的《中国的现代化战略：中国计划到2035年GDP翻一番》一文中对于“高质量发展”、“共同富裕”和“金融改革”都进行了详细介绍和解释；同时，在《CGTN 民调：91.07%的受访者认为中国将2023年GDP目标设定在5%左右是合理的》的报道中显示，在全球报道中，多达91.07%的受访者认为，2023年中国约5%的经济增长目标是理性和务实的，这符合中国经济发展的规则，也表明中国更加关注高质量发展，报道将25,700名受访者的评价进行展示，真实、客观地对我国两会中的经济发展进行报道。对此，国外各大主流媒体与经济学者等纷纷发表评论。美国《华尔街日报》的报道《中国经济迎来疫后反弹》称“中国经济以反弹之势拉开了农历兔年的序幕，如此开局表现提高了今年全球经济实现更强劲增长的可能性”；《华尔街如何看中国约5%的GDP增长目标》称“中国设定了一个保守的目标，寻求使今年经济增长约为5%”。美国有线电视新闻网(CNN)也认为，中国设定5%左右的经济增速目标，体现世界第二大经济体在优化调整疫情防控政策之后，希望能够稳步重振经济。英国广播公司(BBC)报道则称“从《世界商业报告》的角度来看，引起我们注意的关键公告是明年5%的增长目标，这是中国三十多年来的最低目标”。俄罗斯《消息报》援引多位专家的分析报道称，在消费增加和制造业景气面继续扩大的背景下，2023年中国发展势头良好。

除了对国家重大会议与经济决策的相关报道，有关经济行业发展的报道也是中国经济话语对外传播话语体系构建的重要支柱。在人民日报海外版《中国成立数据局以促进数字经济，促进数据处理》一文表示“中国将建立国家数据局，该局由国家发展和改革委员会(NDRC)管理，负责推进数据相关基础机构的发展，协调数据资源的整合、共享、开发和应用，推动数字中国、数字经济和数字社会等规划和建设”。在《中国扩大国际经贸合作，实现互利共赢》的报道中指出“过去五年来，中国始终致力于扩大对外开放，扩大国际经贸合作，取得互利共赢成果”、“为应对外部环境的变化，中国奉行更加积极的开放战略，努力以高水平的开放促进改革和发展”，通过“建立了152个新的跨境电子商务综合试验区，并支持建立海外仓库”、“五年来整体关税水平从9.8%下降到7.4%”、“中国与‘一带一路’沿线国家进出口年均增长13.4%”等数据，直观地表示中国坚持对外开放的基本国策，坚定奉行互利共赢的开放战略，不断以中国新发展为世界提供新机遇，推动建设开放型世界经济，更好地惠及各国人民。

2.2. 细节挖掘展示中国经济故事

各大企业是经济活动的主要参与者，也是中国经济话语对外传播的建设中必不可少的成分。人民日报海外版《华为成为孟加拉国最大软件博览会的合作伙伴》发表了有关孟加拉国最大的信息，以及通信技术(ICT)展览会上华为公司与孟加拉国软件和信息服务业协会(BASIS)建立合作的新闻，在签字仪式上，BASIS 总裁 Russell T. Ahmed 表示“华为在全球 ICT 领域取得了领先地位。我们很高兴与华为合作，华为是电信技术、产品、软件和解决方案的领导者”；在《耀眼的无人机性能折射中国经济活力》一文中一飞智控无人机科技公司(EFY-Tech)目前已在天津、杭州、太原、西安和广州等56个城市进行了30场无人机编队表演；在《中国、沙特企业在埃及开设客车总装厂》一文中表示“由中国和沙特企业共同建设的一家新的客车装配厂在埃及新苏伊士城投产”，通过“该工厂的设计年生产能力为500辆公共汽车”、“工厂占地164,000平方米，配备了先进的生产线，仓库和质量控制设施”、“沙特公司 ATM Misr 投资了1亿埃及镑(约合3万美元)用于建造工厂，而金龙则提供了技术和整车设备”等，这些都生动地呈现了中国企业与国际的合作；《中国企业蜂拥回到2023年世界移动通信大会，华为、中兴、小米将引领中国的展示》这一报道称，“2月27日至3月2日，为期四天的展会在西班牙巴塞罗那举行，是疫情后电信业的首个重大盛会，吸引了一系列中国领先企业，包括电信设备制造商华为技术有限公司和中兴通讯有限公司，智能手机供应商OPPO和小米，个人电脑制造商联想，以及电信运营商中国联通和中国电信”。通过企

业与国际的友好合作与企业成绩展示等，能够不断向世界展示中国蓬勃发展的经济环境与经济发展态势。

对于经济活动中的人的相关报道不仅能够丰富对外经济的话语体系，还能通过小人物的鲜活事迹向世界展现中国精神，讲好中国故事，提升国际传播效能。人民日报海外版《中国农村妇女致力于制作著名的辣椒酱》较为详细地介绍了老干妈创始人陶华碧的创业之路，通过对其创业理念“做生意需要务实的业务，一步一步的努力才能成就伟大的业务”的详细讲解，以及公司副总经理李鑫、公司质量工程师司华光等小人物的呈现，生动地展示了中国匠人精神，从企业家的角度向世界展示中国的微观经济的真实情况。《西北中国企业家关注增长机遇》一文中则介绍了甘肃省兰州市特色茶饮品牌“放哈奶茶”的创始人耿盛琛和“90后”创业者陈俊璋，通过介绍“放哈奶茶”的研发和选材理念以及陈俊璋以粮食作物藜麦为灵感打造的创意永生花产品，叙述个体工商户的鲜活故事。报道称“数量多、活力足的个体工商户，是稳增长稳就业的底气所在，他们正为中国经济谱写着‘韧性强、潜力大、活力足’的生动注脚”。在《中国科技公司中兴通讯CSO阐明增长战略》一文中，中国科技公司中兴通讯首席战略官(CSO)王翔在2023年世界移动通信大会(MWC)上表示：“数字化、工业化、智能转型和绿色低碳是最近的主要趋势，并将继续对行业产生重要影响”。中兴通讯目前已经服务于160多个国家和地区。

3. 中国经济话语对外传播面临的困境

百年未有之大变局和世纪疫情的叠加，使得国际政治经济格局和全球治理体系加速演变，西方社会不断升级负面议题，不遗余力地对我国进行攻击与抹黑，加剧打压我国的国际宣传，我国对外经济话语体系的建构面临着更大的压力与挑战。

3.1. 中国国际形象的刻板印象与污名化

“我国在国际舆论场中仍长期处于一个被描述、被压制的弱势地位，其根源在于我国尚未建构起与综合国力相适应的国际话语权”[3]。当前我国国际传播的话语体系当中，“西强东弱”的旧传播秩序难以打破，处于国际传播话语体系中的中国经济对外话语体系也被笼罩在“被描述、被压制”的弱势局面之下。一方面，以BBC为主要代表的西方媒体抓紧筑牢话语权壁垒，扩大在全球的话语影响力；另一方面，在“中国威胁论”的影响下，中国“走出去”对外传播活动也屡屡受到围追堵截，以CGTN为代表的国际外宣媒体成效甚微，中国国际话语权缺失的根本局面依旧没有改变，导致了国家对外经济形象“他塑”局面中主动性的缺失。我国由于一直缺失强有力的全球性主流媒体和经济媒体，因而在污名化下又难以实现自我形象重塑，多种原因导致传播隔阂越发严重，经济话语对外传播处于恶性循环之中。

3.2. 传播隔阂带来的“对抗式解读”

我国的经济话语对外传播往往以重大会议等为中心进行相对集中式的宣传。如有关我国两会的相关报道大都以高质量发展、中国的现代化战略等为主进行集中式、片段式的宣传；同时，不同于西方低语境国家的直接式地表达观点的交流方式，我国在进行语言传播过程中，较大部分信息内容与语境有着很大关联，因而在西方文化体系下对东方话语的解码过程中不可避免地会产生传播隔阂，由此进一步导致了“对抗式解读”。

4. 新时代中国经济话语对外传播的策略研究

4.1. 加强中国经济话语对外传播要坚持党性原则和马克思主义新闻观

当前我国的主流媒体报道工作和宣传与舆论工作是在遵循以党性和人民性为中心的马克思主义新闻观的要求下，针对政治与社会宣传、舆论引导、舆论监督、对外传播等做出的实践行动。党的二十大报告指出“加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论新格局”[4]。新闻舆论工作要牢牢坚持党性原则与马

克思主义新闻观，才能发挥全媒体传播体系建设的最大优势，统筹经济发展与对外传播，在复杂多变的国际局势中，明辨是非，澄清谬误。对外经济报道要始终坚持马克思主义立场、观点和方法，立足于中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局，科学地分析经济形势，准确地发布经济讯息，妥当地引导舆论，不断增强中国经济对外话语体系的科学性和权威性。

4.2. 加强中国经济话语对外传播要坚持守正创新

坚持守正创新，内容创新是创新之首。要用深入新闻现场的“脚力”了解经济形势的瞬息万变与经济社会的丰富多彩，把握经济最新趋势；要用观察的“眼力”发现经济行业中的典型，反映经济社会实况；要用思考的“脑力”把经济典型的本质与内核深度挖掘出来；同时，还要用细腻真实的“笔力”创作出精彩的新闻作品。在这个过程中还要创新宣传的报道角度和手段，要创造融合中外的表述方式，让世界听得懂、愿意听，减少中国对外话语体系和西方话语体系之间的隔阂，讲好中国经济故事，“讲故事，是国际传播的最佳方式”。

4.3. 加强中国经济话语对外传播要大力发展媒介产业

经济基础决定上层建筑，传播的话语权一定程度上也来自于媒介产业的体量。要更好地进行经济话语的对外传播，就需要让 CGTN、中国日报等海外媒体更好地发挥其传播价值。通过技术创新与形式创新，加快构建新型媒体传播平台，积极运用 5G 等新技术进行国际新闻传播，利用短视频、云直播、语音播报等多样化的新闻报道形式，打造国际受众喜闻乐见的新闻作品，增强经济报道的国际传播力和影响力，通过讲好中国式经济故事，传播好中国声音，全面提升国际传播效能和国际舆论引导力。

4.4. 加强中国经济话语对外传播要借助多元主体设置经济议题

争取经济对外话语权必须要掌握主动权，媒体在经济话语对外传播中要积极主动地设置国际经济新闻议题，客观真实地报道国际经济事件，关注海外受众共同关注的热点经济话题，提高经济话语对外传播的针对性，增强与受众之间的互动，实现精准传播。同时，改进以重大会议或新概念为中心的集中式宣传方式，寻求海外受众的情感共鸣，以人类共同情感作为传播的小切口，传播人类命运共同体的理念，讲好中国式经济故事。不仅官方主流媒体需要发挥重要作用，也应当重视非官方组织、企业以及个人的力量，多方协同，增强经济对外话语的感召力和公信力，共同讲好中国故事，向世界展示真实、立体、全面的中国，展现更加可信、可爱、可敬的中国形象。

5. 结语

当前，世界之变、时代之变、历史之变正在以前所未有的方式展开，人类社会正面临着前所未有的挑战，中国经济对外传播话语体系的构建也面临着新的机遇与挑战。“面对国际国内环境发生的深刻复杂变化，必须做到沉着冷静、保持定力，稳中求进、积极作为，团结一致、敢于斗争。”我们应牢记于心，在新时代中国经济对外传播话语体系的构建中坚守原则，勇往前行。

参考文献

- [1] 刘亚平, 庞明慧. 讲好中国体育故事, 提升国际传播效能[J]. 新闻战线, 2023(2): 58-59.
- [2] 汤霞. 在国际经济规则制定中构建中国话语体系[N]. 中国社会科学报, 2023-02-02(003).
- [3] 胡正荣. 新时代中国国际话语权建构的现状与进路[J]. 人民论坛, 2022(3): 119-122.
- [4] 胡春俊. 加强全媒体传播体系建设 塑造主流舆论新格局[J]. 城市党报研究, 2023(4): 13-16.