

中美主播“约辩”下的中国国际话语权研究

熊欣*, 郭学*

广西科技大学外国语学院, 广西 柳州
Email: 1301643470@qq.com, 845729906@qq.com

收稿日期: 2021年1月18日; 录用日期: 2021年2月13日; 发布日期: 2021年2月25日

摘要

中国事件对外报道和西方媒体报道中国事件之间长期存在着的时间差和效度差, 导致了中国在国际话语体系中不占优势。本文将以2019年中国国际电视台(CGTN)主播刘欣与美国福克斯商业新闻网(Fox Business Network)主播翠西·里根(Trish Regan)之间展开的跨洋“约辩”为蓝本, 探讨中国事件对外传播中获取国际话语权的诸要素, 研究新媒体大融合背景下如何更好地向世界发出中国的声音, 更多地占有国际话语份额。

关键词

国际话语权, 要素, 政治意识形态, Vlog传播模式

On China's International Discourse Power from the View of Sino-US Anchors' Online Debate

Xin Xiong*, Xue Guo*

School of Foreign Studies, Guangxi University of Science and Technology, Liuzhou Guangxi
Email: 1301643470@qq.com, 845729906@qq.com

Received: Jan. 18th, 2021; accepted: Feb. 13th, 2021; published: Feb. 25th, 2021

Abstract

There exists difference of time and effect between Chinese external coverage of its events and the Western news report on China's events, which leads to China's disadvantageous position in international discourse system. Based on the online debate in the year of 2019 between Liu Xin from China Global Television Network (CGTN) and Trish Regan from Fox Business Network, this article will emphasize the elements which play very important roles in obtaining China's international

*共同第一作者。

discourse power in its international communication, which will explore the methods on how to let our voice be heard in the international community and the strategies of acquiring the right of speech in the world.

Keywords

International Discourse Power, Elements, Political Ideology, Communication Model of Vlog

Copyright © 2021 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

话语是借助语言、含义、符号的形式在说话人之间进行有意义的交流。福柯认为,话语是由符号构成的,但又不仅限于这些符号的所指([1], p. 62)。话语是一系列故事或事件的显示和陈情,话语承载着权力,而权力又通过话语得以显现并控制话语本身([2], p. 260)。媒介往往通过传播特定立场的话语,建构虚拟的真实而运作;媒介再现特殊观念和意向,影响人们的思想和行动。因此,媒介被认为是能够施展话语或意识形态的力量,受众依据媒介所传递的“真相”对世界发生的事件进行判断,媒介也协助人们建立关于世界的常识,同时也协助建构人们的认同与趣味^①。

话语权是用来描述一种说话的资格和权利,通过语言来体现权力。媒体作为一国舆论的主导力,主要体现在政治、外交和文化等相关领域,目的就是为了争取更为有利的国际发展环境和最大限度的政治、经济和文化权益。中国只有通过多模态的传播途径和平台,通过显性的译语话语方式宣传自身观点和主张,传递中国的文化、价值观和意识形态,最大限度地获得他国的认同和支持,如此方能拥有更多的国际话语权,也才能让受众主动或被动地理解或接纳中国的政治主张、价值理念和宣扬的文化蕴涵([3], p. 31-32),最终维护国家的根本利益([4], p. 177-179)。在如今国际新媒体层出不穷的大环境下,新媒体为争夺本国国际话语权方面发挥的作用与日俱增。

2. 中国对外传播现象及目的

中国曾长期缺席国际舆论场,国际话语长期被西方媒体主导和掌控,这导致中国在国际舞台上‘有理说不出,说了传不开’的局面。目前,中国的国际话语权与本国的国际经济竞争实力相比而言,中国声音的对外传播力度处于一种失衡状态,传播手段及形式相对落后。相反,西方主流媒体如 *New York Times*, CNN, BBC 等,在国际舞台上非常活跃,尤其在对中国的报道上,刻意融入意识形态于其中,极力扭曲和丑化中国的国际形象,潜移默化地影响着大批西方受众,改变着他们对中国价值观的认知,严重破坏着中国的国际形象,冲击着中国的国际诉求和话语主导。根据蒋生元老师在 2018 全国大学生国际交流骨干培训班上的讲话,中国国际广播电台是全球使用语种最多的国际传播机构(同时使用了 65 种语言全天候向世界传播信息)^②,但是,由于中国在国际传媒领域里面起步较晚,国际传播的话语体系建设相对落后,尤其是传播中单一的话语方式和教条式的内容宣传。所以,相较于西方传统的主流媒体而言,中国对外传播媒体发出的声音影响力有限,传播的内容和理念无法深入西方听众内心。任何媒体在对外传播及报道活动中,必然会固守自身建立在一定经济基础和国家根本利益之上的思维方式和价值标准。正是因为政治与经济基础的差异,媒体对外报道中本应遵循的客观原则,在某些西方媒体中荡然无存,他们总喜欢戴着有色眼镜向其受众歪曲地报道中国,甚至是恶意指责。而中国人固有的中庸之道和

与人为善的思想, 被动地削弱了中国媒体第一时间主动向国际社会发出中国声音, 构建中国的国际形象的国际诉求效应。

就拿本次肆虐全球的新冠病毒的国际报道情况来看, 《纽约时报》借着自身的深远影响和拥有着的受众基础, 对中国武汉和意大利伦巴第大区的“封城”事件发表的“双标”报道: *Its campaign has come at great cost to people's livelihoods and personal liberties. (中国这是严重损害人民的生活与个人自由。); Italy is locking down Milan, Venice and much of its north, risking its economy in an effort to contain Europe's worst corona virus outbreak. (意大利封锁米兰、威尼斯和其北部绝大多数城市, 冒着损害本国经济的风险抗击欧洲疫情。)*^⑨甚至某些西方媒体将新冠病毒污名化, 如某邮报上刊登的“辱华”漫画和大量不当的辱华言论, 煽动各国对中国的偏见, 抹黑和“妖魔化”中国的国际形象。

“讲好中国故事, 传递中国文化”就是要主动利用“媒介形象”建构西方对中国形象的认知。要让西方受众真正读懂中国, 就“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。”根据西方不同的受众特点, 中国的对外话语体系需要精心构建, 话语表达方式亦需创新; 同时, 采用融通中外的概念、范畴、表述, 把我们想讲的和国外受众想听的结合起来, 增强对外话语的创造力、感召力和公信力。媒介的对外传播要学会把“陈情”和“说理”结合起来, 把“自己讲”和“别人讲”结合起来, 使故事更多为国际社会和海外受众所认同([5], p. 28-33)。我们的对外传播不是要强制性的“同化”和“零和博弈”, 而是要向国外受众充分展现我们的中国特色, 体现我们的价值体系。

3. 中美跨洋“约辩”事件分析

此次约辩的两大媒体主播刘欣和翠西·里根分别代表了中国国际电视台(又称中国环球电视网 China Global Television Network, 英文缩写为 CGTN, 是中国中央电视台在 2017 年 1 月上线的新国际传播机构)和美国被鼓吹为收视领先且在白宫政策上最具影响力的福克斯财经频道(Fox Business Network)。两者均为其国内的主流媒体, 都代表着本国政府和人民的政治立场和根本利益。

从本次约辩的文本不难看出(见表 1), 虽然中国的国际传播影响力不断增强, 但始终处于弱势的解释、说明的地位; 而西方媒体, 因为其已有的巨大受众群体和自身的语言优势, 能准确地、先入为主地将其传播意图, 即使是对客观事实的恶意毁谤和刻意歪曲, 传递给广大受众。

从上表 5 月 30 日的辩论来看, 连线伊始, 翠西就开始刻意从意识形态领域“带节奏”, 首先向观众说明 CGTN 的所有节目“*overseen by the CCP (受中国共产党监控)*”, 标榜自己“*don't speak for anyone but myself*”(不代表任何人或机构), 而介绍刘欣是“*part of the CCP*”, 影射其即将开始的辩论将是“*speak for the Communist Party of China*”(为中共发声), 从而误导广大节目受众产生抵触情绪。从此我们不难看出, 西方媒体对中国的报道中常常充斥着臆想(如刘欣的非党员身份)、歪曲(将中国多次向世界阐述的中国特色社会主义歪曲为 *state capitalism*)、污名(将中国付出了成本的世界先进科学技术学习污名为 *steal*)和失实的数据(*see some of them on the screen right now—there's evidence there that China has stolen enormous amounts of intellectual property* 证据竟然并不是一手材料, 而是一些被选择性不闻的失实报道)。辩论中, Trish 将知识侵权等问题归结为中方独有的现象时, 刘欣反驳到: *I do not deny that there are IP infringements...copyright issue...piracy or even theft of commercial secrets...in every part of the world, and...in the United States...is stilling...that kind of blanket statement is really not helpful, really not helpful.* (我不否认有知识侵权, 盗版, 甚至商业机密失窃的问题, 这也是必须要处理的问题。中国政府、中国人民, 包括我自己, 都认为: 没有知识产权的保护, 任何一个国家、任何一个人, 都无法发展壮大——这是全社会的共识。当然, 某些个人或公司去窃取的问题也不只是在中国, 全世界都很普遍, 美国公司也有这样的情况。

你不能仅仅因为这些案例就说美国在盗窃, 或者中国、中国人民在盗窃……因为如此含糊的声明无助于问题的解决^④)。意识形态驱使下的某些西方媒体, 罔顾事实, “选择性不闻”, 试图通过此种歪曲事实的话语模式来抹黑中国形象, 毁损中国的国际话语主导。

Table 1. An overseas “debate” between anchors from China and the United States

表 1. 中美主播跨洋 “约辩”

时间/人物	观点
2019.5.14 Trish Regan	1. The U.S. trade imbalance with China as “<u>weapon</u>” which the U.S. must use against China. (中美贸易不平衡是美国必须用在中国身上的“武器”) 2. China continues to prosper “<u>at our expense</u>”美国付出的代价延续了中国的持续繁荣/美国在中美贸易中是“受害者”) 3. <u>stealing</u> 600 billions from the Americans annually(中国每年从美国人那里“偷走”了数十亿美元); 4. We don't really have choice, but wage this “<u>war</u>”. (除了发起贸易战, 我们别无选择) 在 CGTN 旗下 <i>Getting To The Point</i> 《点到为止》栏目中发表题为 <i>China Won't Accept Unequal Deal</i> (《中国不接受不平等条约》) 的短视频:
2019.5.22 刘欣	1. It's all emotion and accusation-supported with little substance. (……绪化和缺少实证) with such bigotry and hostility(充满偏执和恶意) 2. The cited number estimated is only from their own mainstream. S. medias or bureaus.数据的可信性 need better research team.(嘲讽) 3. Misidentifies this figure. It's not referring to China, but the whole world combined. (乱用数据。美国知识产权遭窃委员会报告中, 并非特指中国, 而指全球)
2019.5.23 Trish Regan	Trish: China wages INFO war against the US and me 中国向美国发起信息战并有了一个新目标: 我), 推向中国女主播刘欣 “邀辩” (Let's have an HONEST debate on trade.)
2019 5.30 (辩论)	Trish Regan: 1. Trish: She's the host of a primetime English language television programme <u>overseen by the CCP</u>, the Chinese Communist Party. (……接受中共审查……) 2. <u>don't speak for anyone but myself</u> as the host of a Fox Business show. My guest however is <u>part of the CCP</u>. 我仅代表我个人, 而她是一个中共党员) 3. You can actually see some of them <u>on the screen</u> right now—there's evidence there that China has <u>stolen</u> enormous amounts of intellectual property. Hundreds of billions of dollars' worth.从荧屏中可以看到中国“窃取”了大量美国的知识产权) 4. How do American businesses operate in China if they're at risk for having their property, their ideas, their hard work <u>stolen</u>? (在中国的美国企业如何应对他们的财产、概念和成果被“盗”的风险?) 5. How do you define state capitalism?...your system of economics... have a <u>capitalist system</u> (资本主义制度) but it's state-run(国家把控的) 刘欣: 1. I am <u>not a member of the Communist Party of China (CPC)</u>...don't assume that I... and I don't speak for the Communist Party of China.(我并不是一个中共党员, 不要凭空臆想我也代表了中国共产党) <u>only speaking for myself</u> (个人观点) 2. You have to ask American businesses <u>whether they wanted to come to China, whether they ... profitable or not</u>(不妨问问你们美国的企业是否原意留在中国, 是否已经获利?) 3. U.S, President <u>Donald Trump's tariff makes it a little bit more difficult, makes the future a little uncertain</u>. (特朗普的关税政策使得美国企业的获利空间越来越小了) 4. <u>I do not deny</u> that there are IP infringements... copyright issue... piracy or even theft of commercial secrets.... <u>in every part of the world, and... in the United States</u>...is stilling... that kind of blanket statement is really <u>not helpful</u>, really nothelpful. (知识产权问题遍布世界各地, 包括美国, 诋毁中国无助于问题的解决) 5. If you <u>pay for the use</u> of this IP or high technology...so long as it's <u>not illegal</u>, ... we all prosper get better, why not? (合法支付使用费用, 互惠互利, 为什么不呢?) 6. Define it as <u>socialism with Chinese characteristics</u>, where market forces are expected to play the dominating or the deciding role in allocation of resources... 80% of Chinese employees/exports and 65% of technological innovation... <u>private enterprises or companies</u> 中国特色社会主义下的私人企业或公司为社会提供了 80%的就业机会和出口利润, 65%的科技创新都也源于私企)

中国国际电视台本次“借船出海”, 第一时间以事实为依据, 对福克斯财经频道中不实的中国报道做出了回应, 消除了西方受众因为意识形态的差异、报道时间差异、语言差异和概念的先入为主而形成的负面中国形象, 彻底粉碎了 Trish 试图污名化中国的恶意图谋。所以, 在争取国际话语权的过程中, 必须以事实为依据来抢占话语先机, 不能等到外媒报道后我们再亡羊补牢。辩论中主播刘欣所恪守的媒体

人在对外传播中以事实为依据, 用数据为准绳的基本准则, 打破了 Trish 的“双标”。

意识形态的差异体现在各种国际话语形式中, 而基于特定经济基础下的任何话语形式和话语意图必然要服务于其国家意志。因此, 在中国事件的对外传播中, 政治正确和守土有责始终都应该是中国媒体及媒体人(包括译者)坚守的底线。当然, “讲好中国故事”不能自说自话, 还得提升对外传播中的话语体系建设, 要用受众听得懂的话语形式来讲述中国的故事。本次网络平台的约辩, 引起了东西方的广泛关注, 满足了受众进一步了解中国的意愿和需求, 为中国声音赢得了较好的海外公信力 and 话语份额。

4. 国际话语权的获取要素

在国际政治、经济和文化的传播活动中, 谁掌握了话语主导, 谁就拥有了话语权力, 话语与权力紧密相连, 不可分割。那些拥有话语影响力的媒体第一时间向受众发出声音后, 受众便再难以接受其它媒体不同的声音和立场, 在话语权威膜拜思想的影响下, 很快就会形成社会舆论的共识并在长期内难以得到更改。

4.1. 对外传播的即时性

对外传播中, 我们不仅要关注传递的核心概念, 话语的贴近和受众的需求, 同时还得确保对外传播的第一时间原则, 即: 报道的即时性, 从而避免西方媒体中国事件报道中的“选择性失语”或“选择性不闻”对我国形象的损毁。2019年12月, CGTN 先后发行了 *China's Xinjiang: Fighting Terrorism in Xinjiang* (《中国新疆·反恐前沿》) 和 *The Black Hand: ETIM and Terrorism in Xinjiang* (《幕后黑手·东伊运与新疆暴恐》) 2 部英文纪录片。影片向世人展示了一个极具魅力的新疆, 同时展示了发生在新疆的暴恐事件给新疆人民带来的惨痛, 揭露了暴恐背后的那些黑恶势力及外部推手。在恐怖主义已成为当今世界公害的时候, 一贯关注各种涉疆问题的西方主流媒体却选择性“失语”, “集体沉默”^⑤。2020年6月, CGTN 又推出涉疆问题的第三部纪录片 *Tianshan Still Standing: Memories of Fighting Terrorism in Xinjiang* (《巍巍天山·中国新疆反恐记忆》), 第一时间向国际社会真实再现了恐怖主义带给爱好和平的人们的无比灾难, 让国际受众了解和切身感受到了中国政府做出的艰苦卓越的反恐努力, 彻底粉碎了某些西方媒体和少数无耻政客撒下的弥天大谎和借涉疆问题抹黑中国的企图, 如此方能从信息源上把握住话语的主导。

国内事件的对外报道应该做到即时地主动、真实报道。对个别别有用心的外媒报道中的“选择性不闻”, 中国对外传播的媒体或网站则应即时地发布一些“补充性新闻”, 为海外受众提供更多的权威信息源, 以防其一手遮天, 混淆视听。假如西方受众工作之余, 喝着咖啡饮着啤酒时也能惬意地聆听到中国第一时间主动发出的声音, 那么, 个别西方媒体人惯常性的选择性失语和选择性不闻就不攻自破了。

4.2. 传播模式的创新性

此次约辩, 开场白中, Trish 对刘欣身份及中方媒体的政治立场大肆铺垫, 实际上是有目的地提醒西方受众, 将“不可信”的标签潜移默化地烙在刘欣的身上, 令受众先入为主地对刘欣即将进行的辩论产生反感和排斥, 这是西方媒体在对中国报道时存在的不可避免的问题。笔者认为, 对外传播中, 官媒是主体, 但仍应积极鼓励更多其他非官方平台进行信息扩散, 以此扩大中国的国际影响、营造良好的国际舆论氛围。

“视频博客”和“视频网络日志”(video weblog 或 video blog, 缩写为 Vlog, 属于“blog”的变体), 是博客的一个分类^⑥。Vlog 和 TikTok 一样, 属于一种全新的传播媒体, 其主要受众群体为年轻人, 拍摄方便, 便于海外链接和传播, 且更贴近于普通受众的真实生活。TikTok 和 Vlog 的迅速“走红”得益于其可以实现受众的“心理在场”。随着时代发展, 新闻媒体报道也开始与 Vlog 相结合, 呈现出一种新型

的传播形态。2019 年的两会报道是较早将 Vlog 与政治报道相结合的案例, 主持人可以通过手机拍摄, 引领受众更为真切地走近画面, 沉浸式地获得较为强烈的在场感([6], p. 61-65)。China Daily 也相继推出小彭两会 Vlog, 在网上迅速“圈粉”, 收获年轻网友的一致好评, 同时也吸引了原来传统媒体覆盖较少的年轻群体。利用 Vlog 形式进行对外传播, 可以弱化受众对官方媒体的抵触心理, 缓解西方受众默认的针对与导向压力, 增强对外传播的亲力和吸引力。

通过新媒体或借助西方媒介宣传中国, 可能会远远强于传统媒质的传播效果。视频博主李子柒在 YouTube 上的订阅数量截止到 2020 年 6 月 30 日已超过 760 多万, 视频点击量高达数千万。视频中的李子柒身着典型的中国农村服饰, 通过日常的采茶、做饭等细节的视频制作, 向受众真实地再现了中国的农村生活和蕴含其中的饮食文化、服饰文化、茶文化及酒文化等中国文化气息, 所有视频中并未有任何中国文化的解说和夸耀, 更没有强势话语的文化植入。但视频中干着农活的她以及偶尔跟奶奶的几句四川方言, 让外媒看客更身临其境地感受“有趣好看”的中国文化, 体味中国人的生活观和价值观。此类传播形式不会令西方受众有任何的压迫感, 津津乐道中, 中国文化的对外传播水道渠成, 事半功倍。

4.3. 传播风格的自信心

文化自信是一个民族、一个国家以及一个政党对自身所禀赋和拥有的文化价值的充分肯定和积极践行, 并对其文化的生命力持有的坚定信心, 是更基础、更广泛、更深厚的自信, 是国家兴旺发达的重要支撑。^⑨核心价值观是人们认定事物、辨别是非的一种思维或价值取向, 凝结为一定的价值目标, 它一旦形成, 就会具有相对的稳定性和持久性, 在条件不变的情况下不会轻易改变, 它是人们判断事物的评价标准。价值观一致, 深层次上影响和制约着群体成员的认知和实践活动, 并形成一致的文化、政治, 甚至是家园认同感。

文化自信是一个民族最坚实的底气, 传播者要敢于在西方受众面前呈现出本民族的文化价值观和审美情趣。中国玉饰, 既属于传统的文化符号, 又是一种语言。外媒在此次约辩评论中也特别提到了刘欣佩戴的玉饰是“每个人都错过的最惊艳的部分(the most stunning part of the debate that everyone missed)”。 “美己之美”是对外传播活动中的一个基本准则。中国玉文化蕴含着的“宁为玉碎”和“化干戈为玉帛”的爱国民族气节和友爱风尚等通过此种呈现方式亦可为西方受众逐渐熟知。^⑩我们应该坚信: 随着中国国际影响力的不断提升, 西方受众想要了解中国文化的兴趣会越来越浓厚, 这将为中国故事的对外传播提供一个全新的机遇。另外, 中国媒体及媒体人应该更多一些, 走出去, 通过东西方媒体之间多方位的互动, 建立规范国际网络媒体话语体系, 增强话题度和与海外受众的互动频率。如此, 方能提升中国媒体的自信和国际知名度, 增加中国传媒人在外国媒体上的出镜率和话语份额, 辐射更多的海外受众。

中国媒体只有真正地走出去, 才能让西方受众更全面, 更客观和更真实地了解中国和接纳中国。

4.4. 对外传播中翻译人才素养的综合性

中国国际形象的树立, 国际话语主导权的争夺以及对外传播多元化趋势, 迫切需要培养更多的翻译人才。对外传播中的翻译人才不仅要具备扎实的语言基本功和文化底蕴, 还应该同时具备多学科的基础知识涵养、政治责任感和守土有责的家园意识。刘欣此次“约辩”的成功, 正是源于她扎实的语言基本功和文化修养——1995 年全国大学生英语演讲比赛冠军、1996 年国际英语演讲比赛冠军——以及她丰富的工作阅历: CCTV 国际频道担任中英节目主持人、中央电视台驻瑞士日内瓦首席记者。

对外传播翻译人才的培养应从英语语言教学着手, 培养其扎实的语言技能和通晓中西方文化内涵差异, 如此方能肩负跨文化交流的担当。译者在对外传播活动中应具备高度敏锐的政治责任感, 需从译者的思想素质培养入手, 坚定其中国特色社会主义政治立场, 树立维护国家、民族利益和构建良好国家外

部形象的使命。在传递中国文化, 第一时间向世界准确而又灵活地发出中国声音的过程中, 对外传播中的译者要拥有清醒敏锐的头脑和端正的政治立场, 明确西方受众的接受心理和话语习惯, 做到“守土有责”。所以, 在高校翻译人才的培养过程中, 要将培养译者的社会主义核心价值观全面渗透到语言文化的教育过程中, 坚定树立其中国道路自信、理论自信、制度自信和文化自信。

5. 结语

国际话语权之争说到底就是国家政治、经济、文化、科技等方面的角逐。语言表层和话语内涵之间深层次的联系是对外传播工作者需要理解的重中之重。语言的“表”和话语的“实”联系在一起, 用语言受众“听得懂”和“听得进去”的方式来“讲好中国故事”, 才能实现中国在国际话语权方面的影响力。国际社会对中国的了解不可避免在一定程度上会受到西方媒体对中国报道的左右, 造成西方受众对中国产生一种消极定势, 不利于中国声音的传播。在很长的一段时间, 媒体人都惯用“你说你的”和“我说我的”的方式进行报道, 这对中国走出去起到的作用微乎其微。此次“约辩”从语言层面交锋的背后充分揭示了西方媒体惯用的“双标”和“选择性不闻”等宣传策, 主动向国际社会发出了中国自己的声音。

注 释

- ① 2018年10月28日 九段话带你读懂福柯和他的话语理论[OL].
<http://www.yidianzixun.com/article/0KMrVG5T>
- ② 2018年12月8日 谁会讲故事, 谁就拥有世界|记2018全国大学生外宣骨干培训会[OL].
https://www.sohu.com/a/156271857_488279
- ③ 2020年3月8日《纽约时报》[OL].
<https://news.sina.com.cn/c/2020-03-12/doc-iimxyqvz9709298.shtml>
- ④ 2019年5月30日 刘欣与翠西·里根辩论[OL].
<https://m.weibo.cn/status/IAgx0jf8b?fromvsogou=1#&video>
- ⑤ 2019年12月9日 中国外交部: 对西方主流媒体选择性失语感到失望央视网[OL].
<http://tv.cctv.com/2019/12/09/VIDEEQitKerY4RVcwYO2a3mY191209.shtml>
- ⑥ Vlog 搜狗百科词条[OL].
<https://baike.sogou.com/v7755680.htm?fromTitle=vlog>
- ⑦ 如何理解文化自信的内涵及时代意义[OL].
<https://wenda.so.com/q/1495889587216641>
- ⑧ 2019年5月30日央视新闻移动网: 专门佩戴玉吊坠, 我们需要“宁可玉碎”这股劲[OL].
<https://news.163.com/19/0530/23/EGF9DK180001875N.html>

基金项目

2016年国家社科项目“对外传播中的译语话语权研究”(16BXW052)的部分研究成果。

参考文献

- [1] [法]米歇尔·福柯. 知识考古学[M]. 谢强, 马月, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1998: 62.
- [2] 高宣扬. 当代法国思想五十年[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2005: 260.
- [3] 熊欣, 陈余婧. 媒体对外报道中的译语话语权[J]. 青年记者, 2016(29): 31-32.

- [4] 黄书芳. 推进外宣翻译工作提升中国国际话语权[J]. 人民论坛, 2014(20): 177-179.
- [5] 武志军. 讲好中国故事, 传播好中国声音——习近平关于做好对外宣传工作的新思想新论断[J]. 党的文献, 2017(5): 28-33.
- [6] 孙慧英, 范艺馨. 移动短视频外交新闻叙事创新分析——以“康辉的 Vlog”报道为例[J]. 传媒观察, 2020(6): 61-65.