



Intercultural
Communication
CHINA

跨文化传播研究丛书

国家形象 与跨文化传播

NATIONAL IMAGE AND
INTERCULTURAL COMMUNICATION

单 波 刘欣雅 主编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

跨文化传播研究丛书



国家社会科学基金重点项目“国家形象建构与跨文化传播的理论创新与路径选择研究”
(12AXW006) 成果

国家形象 与跨文化传播

NATIONAL IMAGE AND
INTERCULTURAL COMMUNICATION

单 波 刘欣雅 主编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

国家形象与跨文化传播 / 单波, 刘欣雅主编. — 北京: 社会科学文献出版社, 2017.10

(跨文化传播研究丛书)

ISBN 978-7-5201-1426-4

I. ①国… II. ①单… ②刘… III. ①国家-形象-文化传播-研究 IV. ①D5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 233107 号

跨文化传播研究丛书

国家形象与跨文化传播

主 编 / 单 波 刘欣雅

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 祝得彬

责任编辑 / 刘 娟 张 萍

出 版 / 社会科学文献出版社·当代世界出版分社 (010) 59367004

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 27.75 字 数: 435 千字

版 次 / 2017 年 10 月第 1 版 2017 年 10 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5201-1426-4

定 价 / 98.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010-59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

单波 哲学博士，教育部长江学者特聘教授，武汉大学媒体发展研究中心主任，主要研究跨文化传播、比较新闻学，代表著作包括《跨文化传播的问题与可能性》、《心通九境：唐君毅哲学的精神空间》、《中西新闻比较论》（合著）、《20世纪中国新闻学和传播学·应用新闻学卷》、《跨文化传播新论》、《受众研究读本》等。

刘欣雅 博士，主要从事跨文化传播研究，代表作有《边缘人经验与跨文化传播研究》等。

跨文化传播研究丛书编委会

主 编 单 波

编 委 克利福德·克里斯琴斯 (Clifford Christians)

于格·欧梯也 (Hugues Hotier)

延斯·奥尔伍德 (Jans Allwood)

纪 莉

韩友耿 (Juergen Henze)

李少南

石义彬

孙有中

肖 琚

周树华

周一翔

总 序

全球化越发展，我们就越是怀着乡愁走向远方，在陌生人社会里遭遇“跨文化传播如何可能”之惑。

人的自由天性总是使人突破地域性的交流，即便深知交流是没有保障的冒险，尝尽思乡怀亲的痛苦，也要为拓展自由交流空间而不顾一切。在某种意义上讲，自由天性成就了人的跨文化传播实践，人因为多元文化与多元交流而具有了通向自由的可能性。工业革命带来了人类交流史的历史性转折，生产力和分工的普遍发展带来了各民族的普遍交往，并把人们推到了一种可能的历史场景之中：每一个人的需要的满足都依赖于整个世界，跨地域、跨文化的相互了解、相互交流有助于开放自我、开放社会，从而更好地实现人的需要的满足。当然，这是被资本控制的普遍交往，资本使得社会交换成为互动的普遍形式，并进一步加速社会流动和分化，以自由主义、功利主义的名义界定人与人之间的竞争关系，以“科学”的种族主义名义界定种族支配权力关系，以理性主义的名义界定社会分层，制造符合资本效益最大化的社会秩序与社会结构。在这种情况下，一方面是社会流动性增强，另一方面是种族之间、民族之间、群体之间、阶级之间的冲突频繁爆发，如何把人从交流的困境中救出就成了一个时代的问题。^①

跨文化传播作为一个过程，它使人们从文化转向跨文化，一路与后殖民主义、文化帝国主义、东方主义话语理论、文化相对主义、后现代主义等思潮相互激荡，有时也与全球化同行。

跨文化传播问题成为全球化时代的一个核心问题。这个问题被西方人类学家、语言学家、社会学家、精神分析学家、心理学家、营销学家等各路学

^① 单波：《跨文化传播的问题与可能性》，武汉大学出版社，2010，第30页。

者捕捉到，并形成了漫长的思想之流。^①这一思想之流隐含了特定的西方跨文化传播问题，可以概括为两个“霍尔”（Hall）的问题。好心的爱德华·霍尔试图帮助美国人克服傲慢与偏见，改善与其他文化群体的交流，但这种努力不仅改变不了美国霸权的实质及其灾难性的后果，相反被收编到美国全球化战略之中，以致霍尔当年的培训方法被扩展到各种商业培训，使美国人更懂得如何玩弄全球化的游戏。斯图尔特·霍尔力求指点强权范围之内和之间的缝隙，呈现文化抗争的希望，同时也通过建构去中心化的主体性，使人类能生活在互动与对话之中。可是，被全球化抛弃、压迫的人们常常是本能地选择冲突、暴力，把排斥他者作为抗拒全球化的方式，或者在文化自恋中独自疗伤，走向自我封闭；而英国政治家们则不断地以不同形式呼吁民族团结，暗中寻求办法来消除和抵制文化多元主义政治的出现。到头来，理论依然被大众与政治家的喧嚣无情地淹没。

长期以来，我们活在西方跨文化传播理论的阴影里，导入其理论与方法，可最终发现那是西方跨文化传播问题的产物，难以应对我们的问题。那么，中国的跨文化传播问题是什么呢？

中国在走向全球化的过程中缩小了与发达国家之间的差距却扩大了文化冲突，中国如何与他者交流，如何理解他者又如何被他者所理解，如何与他者进行价值观对话，如何与他者建立信任关系，如何增强跨文化传播能力，这些都成了极为迫切的问题。与此同时，中国社会内部面临更多的跨文化传播问题：发展不平衡的民族如何化解冲突，如何解决留守儿童、留守老人、新生代农民等弱势群体的“交流贫困”，如何重建群体间的信任关系，如何面对媒介化社会的“失联”现象，如何在陌生人社会里重建人的交流关系。

在跨文化传播这个亟待解决的问题上，中国与世界其他地方有着相似性：无论是崇尚自由、信奉占卜的罗姆人，还是怀着乡愁为寻找富裕之路而散落四方的中国农村人，每个拥有不同信条的群体在全球一体化的过程中被共同赋予同一个信条——财富。当财富分配不均，每个群体都会用自己的文化方式表示着抗议。中国有着跨文化的特殊性，更多地偏向以文“化”人

^① 参见单波《跨文化传播的问题与可能性》第二章，武汉大学出版社，2010。

的同化策略，失落了“和实生物”的智慧。而这种智慧的失落使多元文化群体的交流失去了内在的支撑。

这套丛书试图集中探索基于中国问题的跨文化传播，其特点在于：聚焦不同文化群体间的交流问题，并把这些问题的还原到中国人的日常生活中加以观察，呈现中国人的跨文化交流，寻找新的理论解释路径，建构中国人的跨文化传播视野。

为此，我们努力面向问题而思，面对交流而辩。

是为序。

单 波

2015 年秋于珞珈山

国家形象的危机及其跨文化转向的可能性

单 波

国家形象一直未摆脱自身的危机，深陷于各种权力体系之中。在国际关系领域，国家形象作为一种“信息资本”运作与流动，成为冷战结束后以美国为中心的全球化进程的主要推动力，国家形象的国际传播也成为西方强势国家实现全球扩张的方法。^①同时，作为全球化时代的传播策略，欧盟、北约以及各种跨国公司把国家形象纳入品牌传播领域，通过营销“国家品牌”（nation brand）强化国际影响力，而“国家品牌指数排名”作为一种国家声誉的国际评估体系，其建构主体常常是世界上政治、经济、文化影响力享有绝对优势的西方国家。同时，在各种“恶性的民族主义”（如帝国主义、殖民主义、民族中心主义）以及原教旨主义语境中，国家形象的建构陷溺于排他性、对抗性、刻板印象、情感偏向的困境。这样一来，国家形象常常沦为“一种谎言”，掩盖残酷的现实和巨大的罪恶。^②

更重要的是，国家形象的现实危机并未在理论上得到深入反思，相反，各种理论沉迷于国家形象的建构、塑造、营销模式分析，把国家形象作为一种战略资源来研究，为权力体系提供更确定、更完美的技术理性，而国家形象的技术理性路线一直植根于权力竞争与垄断的逻辑，这一逻辑贯穿于霸权主义的形象控制，内蕴于东方主义话语、他者化的形象建构，固化了“中

① Manheim, Jarol. B. and Albritton, Robert B., "Changing National Images: International Public Relations and Media Agenda Setting," *The American Political Science Review*, 78 (3), 1982, pp. 641-657.

② Boulding, K. E., "National Images and International Systems," *Journal of Conflict Resolution*, 3 (2), 1959, pp. 120-131.

心与边缘”、“西方与非西方”的形象谱系。

从某种意义上讲，国家形象的建构者们摧毁了国家形象“看”的功能：我们只看见某种确定性的指标，看不见形象的不确定性；只看见被区隔化、抽象化的“我们”与“他们”，看不见独特而感性的历史文化与国族精神；只看见等级化的排列，看不见人类基于形象感知的对话。在诸多评价体系中，西蒙·安霍特（Simon Anholt）的国家品牌指数（National Brands Index）算是比较客观的，呈现了一国国民对他国国家形象的认知结果，但我们从结果中看到的只是受喜好与厌恶左右的单向认知，最终表现的是“竞争性认同”（competitive identity）。^①

尽管国家形象深陷危机，但人类对谈论国家形象还是兴趣不减。从本性上讲，人类脱离不了形象思维与抽象思维，前者形成事物的表象、想象，后者把某种表象、想象转换成形象化的语言形式。同时，从神权与王权中走出来的现代人深深陷入对民族国家共同体的想象，按照本尼迪克特·安德森（Benedict Anderson）的说法，这种“想象的共同体”不是虚构的共同体，不是政客操纵人民的幻影，而是一种与历史文化变迁相关，根植于人类深层意识的心理建构。^②如果把名词思维（形象）转换为动词思维（想象），我们就可以看到国家形象更本质的东西，即民族国家的人民想象与被想象的方式，追寻认同之路与分享理想化的人民共同体的心理表现。由此观之，国家形象不是抽象化的指标或根据品牌指数进行塑造的东西，而是可感知的文化心理事实；不是区隔化的形象谱系，而是在多元互动中形成的认识与理解；不是由少数精英或公司设计的，而是在日常交流中形成的形象对话。

这样看来，国家形象似乎应实现从权力关系到跨文化关系的转向，但这又如何可能呢？

我们面对的首要难题是，如何化解“形象”（image）这个概念的负面意义。根据雷蒙·威廉斯（Raymond Williams）的考证，“image”早期的含

^① 参见 Simon Anholt, "The importance of National Reputation," *Engagement: Public Diplomacy in a Globalised World*, London: FCO, 2008.

^② 本尼迪克特·安德森：《想象的共同体：民族主义的起源与散布》（增订版），吴叡人译，上海人民出版社，2016，第1~11页。

义是“设想不存在的东西或明显看不见的东西”，16世纪延伸到心智层面，17世纪又指向书写或言语中的“比喻”，而在当代的用法里，其意思是“可感知的名声”，如“品牌形象”或政治家关心自己的形象，有操纵的负面意义^①。而约翰·费斯克（John Fiske）等对“image”的解释更加负面：“为了吸引公众而非复制现实，人为创造的某种人工制品或公众印象；它意味着其具有一定程度的虚妄，以致现实难同其形象相符。”^② 形象似乎天生蕴含着看与被看、引诱与被引诱的权力关系。它可能发生于对他者的凝视（gaze）中，亦发生于感觉、知觉、经验、记忆、知识的交互作用中，但这些都不是简单地看，同时也是探查和控制；它也可能来源于作为修辞的表征（represent），通过符号、图像、话语等激发听众的想象。“形象”概念史表明，人们免不了站在主体性的视角看待“形象”，设想主体能通过模仿的方式反映外部事物，或让心灵的光芒照耀在它所感知的事物身上，形成客观化、他者化的形象理念。当现代科学证明主体不可能精确而客观地认知事物之后，主体又被理解为某种社会关系的主体，如隶属于某种家庭关系的主体、民族的或文化的主体、商业化公司的主体、阶级或群体的主体等，从而成为确定与争夺“各种身份”的一种矛盾体。于是，形象因主体的建构而被赋权，亦因主体反抗而使这种赋权被负面化，消解某种不平等的权力关系。无论是赋权还是消解赋权，主体都偏向于发展印象管理技术，把“形象”（image）可以看作戈夫曼式的“日常生活中的自我呈现”，即通过它维持社会情境，相信自己所扮演的角色，展现自己的精神、力量及其他各种优良的特性，引导和控制他人对自己形成印象的方式。^③ 这样，在主体性视野内，人类获得自我、自尊、独立意识，同时又受困于封闭的自我，无法破解误解、曲解、他者化、污名化、刻板印象等难题。

然而，社会互动过程中自我表演的种种失败和种种窘迫，并不意味着人

① 参见〔英〕雷蒙·威廉斯《关键词：文化与社会的词汇》，刘建基译，生活·读书·新知三联书店，2005，第224~225页。

② 〔美〕约翰·费斯克等：《关键概念：传播与文化研究辞典》（第2版），李彬译注，复旦大学出版社，2004，第132~133页。

③ 〔美〕欧文·戈夫曼：《日常生活中的自我呈现》，冯钢译，北京大学出版社，2008，第212~214页。

只能躲进封闭的自我，相反，人只有通过社会互动才能拯救自我，趋向于完善自我意识，获得对于角色、人格、精神、价值的更为丰富的认识。因为所有的交流失败都不能否定一点：个人只有在与他人的互动中，才能作为主体凸显出来。从巴赫金的对话理论来看，每个个体在观察自己时都会存在一个盲区，就如同我们不可能看见自己的脸和后背一样，所谓独特的个体视野即每个个体都拥有的“视野剩余”，但是这个盲区可以被他者看见，“视野剩余”可以在社会互动中得到补充。^① 个体只有把自己融入一个主体间共同承担的生活世界，才能成为有语言和行为能力的主体。由此，我们可以重新建构对于“形象”的认识，即它是在主体间的互动中凸显的，是在主体间的对话中不断消解“视野剩余”而趋向于完整呈现的，是在主体间的交往中拥有开放的自我表征能力的。

现代国家最初是偏向于权力主体的想象的，是国家形象封闭性的来源。早在13世纪，意大利的政论家所用的拉丁语“status”主要涉及公民的地位，指独立政治实体的城邦的制度或状况，即统治者辖下的城邦的快乐、优越、光荣以及繁荣的状况。14世纪，拉丁语“status”连同法语“état”、意大利语“stato”、德语“staat”以及英语“state”，就通用于各种政治语境，指称统治者的身份地位，一种高贵的、威严的地位。随后，这一术语被用来指一个王国或国家的情况或状况，把一个国王好的地位与他的王国联系起来，形成一系列关于统治术的讨论。^② 到1513年马基亚维利（Niccolò di Bernardo dei Machiavelli）发表《君主论》时，一个统治者想要维持其政治地位时必须做些什么的问题，已成为政论家争论的主要话题。在马基亚维利看来，为了给一个多元政治体的行动以某种统一性，或者为了支撑国家的尊严或使得效忠聚焦在一个想象的层面，一个虚构的人格在某种程度上是必要的。^③ 这种说法给作为政治体的“国家”披上了“形象”的外衣，使国家

① [俄] 巴赫金：《陀思妥耶夫斯基诗学问题》，白春仁、顾亚铃译，生活·读书·新知三联书店，1988，第344页。

② [英] 昆廷·斯金纳：《国家》，载[美] 特伦斯·鲍尔、詹姆斯·法拉尔、拉塞尔·L. 汉森编《政治创新与概念变革》，译林出版社，2013，第91~115页。

③ [美] 彼特·斯塔西：《马基亚维利的自由国家与不自由国家》，《政治思想史》2013年第4期，第73~93页。

形象成为权力竞争与垄断的必要工具。到 1651 年，霍布斯（Hobbes）用《圣经》中凶猛的怪兽利维坦来比喻强大的国家，利维坦以人民生命财产安全等权利的维护者形象出现，其本性是邪恶的，但它实现了各种力量的均衡。这就形成了西方文明进程中的利维坦困境：一方面，如果利维坦是“必要的恶”，那就必须发展出一套说辞来掩饰这种“恶”，犹如纳粹德国通过一整套精神识别、行为识别和视觉识别系统建构第三帝国形象，用崇高的美学艺术掩饰残暴的极权主义；另一方面，如果意识到利维坦有剥夺人民权利与自由的可能性，是开放社会的敌人，就要改良其权力结构，但所谓改良也为权力体系所架构，依然不能消解这种“恶”。比如约瑟夫·奈（Joseph Nye）的“软权力”（soft power）是面向开放社会的，也试图改变美国式“胡萝卜加大棒”的单一权力向度，但“软权力”不过是升级了既有的权力体系。对于习惯于使用“胡萝卜加大棒”的政治家来说，这仅仅意味着权力使用方式的改变，从算计有多少需要制服的敌人，转向关注有多少伴我成长的盟友。

可是，追求超级权力的国家居然无法应对核子的扩散，无力面对环境污染与全球气候变暖，深陷地区性冲突和难民问题，而国家形象习惯性地消解这些“恶”，却把噩梦留给了人类。为了化解权力体系给国家形象造成的荒谬感，鲍尔丁（Boulding）把国家形象置于国际关系体系中，还原到主体间交流的复杂情境之中。在他看来，一个国家是其建构者的复杂想象，因为建构者众多，所以会出现多种形象；当一个国家的内涵越来越多时，这些建构者对于他者形象的想象就会越来越复杂；不同国家形象的不兼容性导致国际关系体系的变革，而不兼容性越强，国际体系会越来越不稳定；一国形象的建立必定会阻碍另一国形象的形成，而情境的多样性或者双方幻想的反常情境与误解，催生了双方的敌意。国家形象之所以被纳入其视野，在于它成了经济变迁中的一个重要因素，隐含在作用于经济政策的价值观、思维方式、历史认知、风俗习惯、意识与无意识之中，可以通过家庭成员的交往或朋友们面对面的交往获得，成为一种大众形象或民间形象（folk image）。^① 可是，

^① Boulding, K. E., "National Images and International Systems," *Journal of Conflict Resolution*, 3 (2), 1959, pp. 120-131.

在一个对抗的、不稳定的国际关系体系中，国家形象归属于权力体系，国家就像一个大公司一样，让国家形象从主体间交流分离出来，或成为软权力的一部分，试图以文化、意识形态和制度等抽象资源建构决定他人偏好的“软性同化式权力”（soft co-optive power），达到自身目的或者目标；或强调绝对差异以表现自我，“将个人从狭窄的自我中心主义和家庭中心主义的视角中抽离出来，超越面对面的认知和及时的体验，面对自己的责任与义务”。^① 这样，把人民的神圣感、责任感导向一套封闭的主体性话语。

与此同时，国家概念的另一个面相——民族国家（nation）带有明显的精神与价值意味。从18世纪后半叶开始，在启蒙时代与法国大革命的语境下，民族国家指涉理想化的“人民全体”或“公民全体”。19世纪80年代以后，在欧洲民族国家格局及其话语框架下，“nation”指向与国家相关联的共同体，被看成不同民族的集聚与重组。^② 在这种语境下，国家形象存在于民族间的民族国家认同不断提升的过程之中。哈贝马斯（Habermas）曾这样表述这一过程：“一个‘民族’可以从他们共同的出生、语言和历史当中找到自身的特征，这就是‘民族精神’；而一个民族的文化符号体系建立了一种多少带有想象特点的同一体，并由此让居住在一定国土范围内的民众意识到他们的共同属性，尽管这种属性一直都是抽象的，只有通过法律才能传达出来。正是一个‘民族’的符号结构使得现代国家成为民族国家。”^③ 因此，客观地讲，国家形象是由民族国家认同书写的，这种书写呈现出明显的矛盾性：它既是认知自我、建构民族国家认同的表现，又生产着排他性认同、文化偏见；它既运行于不同文化群体间认知与理解的过程中，又因传递出扭曲的文化镜像而阻截了文化间的交流；它既表现为文化间的感性互动，又常常以理性的面目示人。

多元文化主义曾试图建构开放、多元的国家形象，提供了一种跨文化转向的可能性。1971年，加拿大政府将“多元文化”（multiculturalism）列入

① Boulding, K. E., "National Images and International Systems," *Journal of Conflict Resolution*, 3 (2), 1959, pp. 120-131.

② 参见邹诗鹏《民族国家构架下的国家精神》，《哲学研究》2014年第7期。

③ [德] 哈贝马斯：《后民族结构》，曹卫东译，上海人民出版社，2002，第76页。

政府的施政大纲，明确宣称不主张同化，不主张消除文化差异，每个人都能在一个团结统一的国家中和平共处，并鼓励各民族在保证本族文化不受冲击的前提下彼此共享文化特色和价值观，使社会更加丰富多彩。这一政策由形式上的人人平等转向同时承认种族差异、文化差异平等，形成一种“承认的政治”^①，为不同文化或不同族群提供可感知的共存的政治目标；由公民的普遍性权利转向同时承认因群体差别而享有的不同权利，如自治权、多种族权、特别代表权^②，在权利对话的基础之上增强并丰富了公民对于国家的认知。尽管这一政策存在严重偏失，即强调文化群体的主体性使过度的差异和族群利益表达可能演变为偏见，削弱交流、合作和共同努力的有效程度，但它已指示了建构开放、多元的国家形象的可能性方向——文化间性(interculturality)，即如何形成文化间的互惠理解，提高每一个个体超越自身和与其他文化互动的能力，从而建构完整的国家意识。文化间性表达了一个简单的道理：文化通过自身的关系构成自己，也通过与别的关系构成自己。^③在这一语境下，国家形象放松对支配与被支配的权力的控制，不再通过单向说服和零和博弈的逻辑扼杀人类的国族想象，而是创造一种通向对话的国家形象，把国族想象与人类命运共同体想象联系起来，形成可沟通的国家形象。

不可否认，全球化使软权力大行其道，强化了国家形象的权力支配导向，可沟通的国家形象似乎只能是世界公民的梦想。但是，全球化的另一面是打破各民族的自给自足和闭关自守状态，使其通向互相往来、互相依赖的状态。现在，全球化要超越自身，必须消解权力支配体系设置的交流障碍，才能把人们带入互联网时代的互联互通的交流状态。在互联互通的语境下，国家形象指向对话性，因为只有进入“我一你”对话关系之中，国家形象

① 参见 Nathan Galzer, *We Are All Multiculturalism Now*, Harvard University Press, 1997, p. 35.

② 自治权即各种形式的政治自主权或区域管辖权，以确保各民族的利益及其文化充分且自由的发展；多种族权即自由表达种族的特性而不必担心主流社会的偏见或歧视的权利；特殊代表权即保证妇女、种族性少数群体、讲官方语言的少数群体和土著居民在国家立法机关的代表权。参见〔加拿大〕威尔·金里卡《多元文化公民权：一种有关少数族群权利的重要作用理论》，杨立峰译，上海世纪出版集团，2009，第33~44页。

③ 单波：《跨文化传播的问题与可能性》，武汉大学出版社，2010，第247~248页。

才能体现人的交流需要。纪录片《中国面临的挑战》就是一种有意味的跨文化形式，它通过美国学者库恩的视角讲述变化的中国，不回避当代中国的困难、矛盾和问题，直面外界对中国的种种“不理解”，在人性的共通点和中国的独特性的框架下，贴近中国人的遭遇和想法，使中国的问题变成可理解的全球问题。^① 尽管库恩所做的挑选可能带有个人喜好与偏向，但他所提供的西方视角无疑为中西方对话创造了可能。

在互联互通语境下，“软实力”也被中国文化思维悄然改变。2006年，中国导入“软实力”（soft power）概念，使其转变成中国语境中的“软实力”，即国家的文化所具有的凝聚力、生命力、创新力和传播能力，以及由此产生的感召力和影响力。虽然一部分中国人深陷“软实力”的话语逻辑，倾向于强化中国形象的感召力和影响力，使“软实力”变成“软实力”的翻版，但在中国文化语境中，“软实力”的内涵还是发生了改变。中国文化讲究多元和谐共存的智慧，所谓“和实生物，同则不继”（《国语》），“万物并育而不相害，道并行而不相悖”（《中庸》）。而国家文化的凝聚力、生命力、创新力和传播能力即包含这一智慧，与西方文化多元主义对接，试图改变“权力”的单一的、消极的压抑力量，让它通向多元的、积极的、具有创造性的力量，从而使“权力”回归人的创造力。通过植根于各种文化生活的创造力，人们拥有建立意义、规则、社会身份、社会经济体系的权力，建构人与人之间的权力关系，并拥有在权力关系中自由地恢复自己的力量，免于被单一的权力所支配。这样，国家形象成为政治共同体和文化共同体的创造力量的一部分，成为主体间、文化间、民族间沟通的一部分。

不可否认，全球化还在以资本主义的逻辑推行，但反（逆）全球化使其面对严峻的挑战，它一方面撩起人的自由流动的欲望，另一方面又把利益冲突与博弈演绎到极致，使人落入不平衡的世界，强化排他性认同。2015年以来愈演愈烈的欧洲难民危机表明，在维持自由流动的价值与回应民族主义的排他性认同之间，欧洲各国向后者倾斜了，媒体也失衡了，偏向于呈现

^① 辛静、单波：《建构具有对话性的中国形象——评纪录片〈中国面临的挑战〉》，《当代传播》2015年第4期。

他者化的难民形象，表达“他们”对“我们”的威胁。然而，危机也唤醒了人类命运共同体的意识。精英阶层的世界主义试图超越民族主义，强调自己属于某个民族国家，同时也是世界公民，主张与他者进行对话和交流，把眼光从民族国家扩大到区域联合体、网络社会和地球生态系统，力图与社群尤其是与道德共存。^① 世界主义突破了民族国家认同的单一性与民族国家想象的封闭性，把国家形象推向对话之境。现在，中国在国家层面提出“命运共同体”的理念，将国家形象进一步推向跨文化语境，强调建构一个你中有我、我中有你的“命运共同体”，即由诸多有差异的国家、民族组成的命运攸关、利益相连、相互依存的国家集合体。这无疑也超越“软实力”语境下的国家形象。

在备受权力关系的折磨之后，“人类如何共存”的焦虑让我们深刻意识到人类是渴望交流的，人类在形象管理中交流，在交流中进行形象管理，但是如果想占有形象管理，就会失去交流的自由。这在根本上决定国家形象的跨文化转向是符合人类平等交流本性的，只是其可能性取决于人类的意志与行动。

^① 王宁：《世界主义及其于当代中国的意义》，《山东师范大学学报》（人文社会科学版）2012年第6期。