



中外文化与国际传播
研究丛书

主编 | 唐润华 张恒军

“中国梦”作为一种国家形象的表达，核心内涵是“中华民族伟大复兴”。
西方媒体对“中国梦”的报道向受众传递着中国政府理念、
中国发展状况、建构中国形象。

国际传播视角下的 “中国梦” 德国媒体建构研究

A Study on German Media Establishment of
“The Chinese Dream”
from the Perspective of
International Communication

蔡馥谣 著

中国戏剧出版社
CHINA THEATRE PRESS

大连外国语大学 2018 年度学科建设经费资助出版

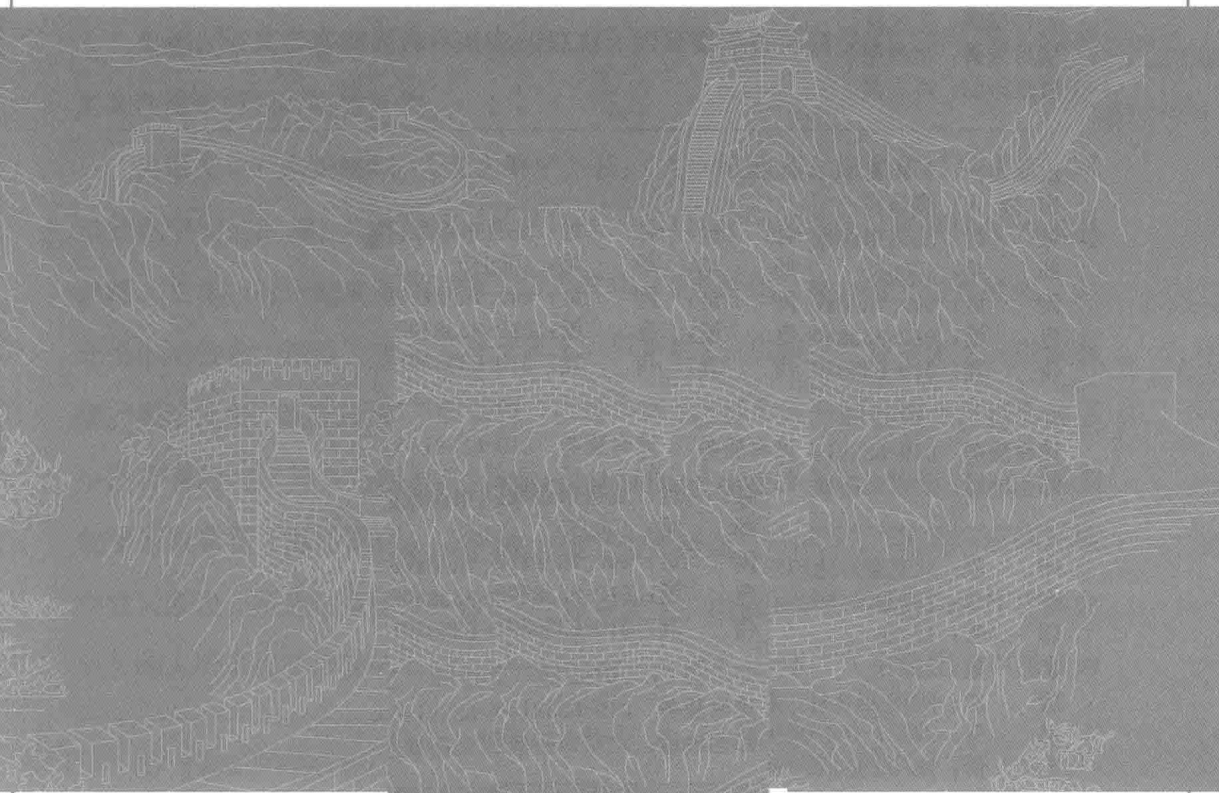
国家社科基金重大课题《一带一路背景下中国价值观的国际传播研究》

(项目批准号: 17ZDA285) 的研究成果

国际传播视角下的 “中国梦” 德国媒体建构研究

A Study on German Media Establishment of
“The Chinese Dream”
from the Perspective of
International Communication

蔡馥谣 著 ■



中国戏剧出版社
CHINA THEATRE PRESS

图书在版编目(CIP)数据

国际传播视角下的“中国梦”德国媒体建构研究 /

蔡馥遥著. — 北京: 中国戏剧出版社, 2019. 8

ISBN 978-7-104-04863-3

I. ①国… II. ①蔡… III. ①传播媒介—研究—德国

IV. ①G219.516

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第173490号

国际传播视角下的“中国梦”德国媒体建构研究

项目策划: 张恒军

责任编辑: 王松林

项目统筹: 崔晗璐

责任印制: 冯志强

出版发行: 中国戏剧出版社

出版人: 樊国宾

社址: 北京市西城区天宁寺前街2号国家音乐产业基地L座

邮编: 100055

网址: www.theatrebook.cn

电话: 010-63385980(总编室)

传真: 010-63383910(发行部)

读者服务: 010-63381560

邮购地址: 北京市西城区天宁寺前街2号国家音乐产业基地L座

印刷: 北京鑫海达印刷有限公司

开本: 787mm×1092mm 1/16

印张: 17.25

字数: 250千

版次: 2019年8月 北京第1版第1次印刷

书号: 978-7-104-04863-3

定价: 78.00元

版权所有, 违者必究; 如有质量问题, 请与出版社联系调换。

总序

唐润华 张恒军

一

文化，因其丰富性而具有迷人的魅力，因其重要性而备受关注和重视，因其复杂性而令研究者辗转反侧。

何谓文化？众说纷纭。《说文解字》云：“文，错画也，象交文。”^①“文”原指各色交错的纹理，引申成为包括文字在内的各种象征符号，又具体化为文书典籍、文章、礼乐制度等。“化”指二物相接，其一方或双方改变形态性质，由此引申出教化、迁善、感染、化育诸义。《周易·贲卦》云：“观乎天文，以察事变；观乎人文，以化成天下。”^②可见，中国先贤对“文化”的理解，已经形成了中国特有的与“神文”倾向相区别的“人文”倾向。在西方，1871年，英国文化学家泰勒在《原始文化》中为“文化”赋予了明确的定义：“就其广泛的民族学意义来说，是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”^③文化定义本身成为

① [东汉]许慎：《说文解字》，中华书局1985年版，第297页。

② [清]李道平撰：《周易正义纂疏》1994年版，第246页。

③ [英]爱德华·泰勒著：《原始文化》，连树声译，上海文艺出版社1992年版，第1页。

一个争论不休的学术现象，足以说明文化的重要价值。

文化在型构民族气质、推动国家发展和人类文明的进程中发挥着重大作用。文化是一个国家、一个民族的灵魂，是一种象征符号的系统，一个国家、一个民族在长期共同生活和社会实践中，不断地发明和运用符号，即创造文化。在以文化人的过程中，民性、民风会呈现出土风、士气，并传承后世，形成改变历史、推动民族进步的文化活力。这种文化活力将延续一个国家、一个民族的精神血脉，在薪火相传、代代守护和与时俱进、推陈出新中，保持国家和民族的生机与活力，支撑经济社会的发展。在人类文化发展的进程中，不同思想文化相互碰撞、彼此交融，又会共同推动人类文明的进步。尤其是16世纪以后，文艺复兴、工业革命、法国大革命等推动的现代文化，显著地改变了人类文明的进程。

文化是国家软实力的重要组成部分。20世纪90年代初，约瑟夫·奈提出了软实力的概念，认为软实力即国家的文化力量^①。文化确实是越来越成为一个民族凝聚力和创造力重要源泉，成为国家综合实力的重要指标。尤其是作为文化软实力灵魂的核心价值观，对外，它会展示出国家的创造力、思想的影响力、观念文化的亲和力以及文化产品的辐射力等；对内，它会表现为国家的凝聚力、民族发展的生命力、公民的创造力等。因此，习近平说：“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信。”^②文化自信是一种广普自信，是国家、民族、人类的灵魂，也是信仰、信念的底气和支撑。文化自信是国家软实力建设的关键内容。

文化是建立国与国之间良好沟通及和谐世界的重要桥梁。随着全球化时代的来临，国家、民族之间的差距在缩小，不同文化之间和谐相处是最大的利益所在。其实，不同文化的本质或精神是相通的，约翰·贝利的适应理论、特纳等人的社会认同感理论等，都是建立在此基础上的。因此，20世纪50年代，爱德

① [美] 约瑟夫·奈：《软实力》，马娟娟译，中信出版社2013年版，第1页。

② 《习近平在庆祝中国共产党成立95周年大会上的讲话》，《人民日报》2016年7月2日第1版。

华·霍尔系统研究“跨文化传播”，旨在研究来自不同文化背景的人们如何进行交流和沟通。的确，文化可以成为国与国之间良好沟通的重要桥梁，丝绸之路、宝莱坞电影、熊猫丛书等，都是跨文化传播的典型案例。

二

中华民族在 5 000 多年文明发展进程中，创造了博大精深的中国文化。及至五四新文化运动，中国文化揭开了现代转型的序幕。源于中华民族内生性的演化，当代中国最终选择了社会主义文化，实现了马克思主义、社会主义与中国传统文化的有机融合，最终形成了新时代具有中国特点、中国风格、中国气派的中国文化。

中国文化是一种一体多元文化。一体，即中国文化始终内蕴着统一的核心形态的价值理念，成为各种具体文化思想的主流规范；多元，即各民族共同创造的，故其形式呈开放辐射性，内容多源而丰富。中国文化主要有三个方面的特质：一是“和而不同”仁爱精神。“和而不同”思想将有助于建设一个人与自然、与社会、与人之间和谐的、可持续发展的美丽新世界；二是万物“共生”的生命精神。中国文化主体是以“生”为核心范畴生命本体论，强调“共生”，“天地与我并生，万物与我唯一”^①、“兼相爱，交相利”^②。“远人不服，则修文德以来之”^③、“四海之内皆兄弟也”^④、“己所不欲，勿施于人”^⑤，这些中国人的处世哲学，也是奉献给当代世界的核心价值理念。三是以人为本的人文精神。以人为本的人文精神是中国文化最根本的精神，是中华民族对人类的一项重要贡献。

① [清]王先谦：《庄子集解》，商务印书馆 1934 年影印版，第 13 页。

② [清]孙诒让：《墨子间诂》，中华书局 2001 年版，第 103 页。

③ [清]刘宝楠：《论语正义》，中华书局 1990 年版，第 649 页。

④ 同上书，第 488 页。

⑤ 同上书，第 485 页。

当代中国文化深植于中华优秀传统文化。习近平总书记在评价中华优秀传统文化时,多次用精神命脉、重要源泉、坚实根基、突出优势、最深厚的软实力等,突出其地位和作用。当代中国文化继承了中华优秀传统文化中讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同等基因。当代中国文化立足于红色革命文化。从红船精神、井冈山精神、长征精神、延安精神、西柏坡精神到当代中国特色社会主义文化的繁荣,是党领导人民在革命、建设、发展中,创造了革命文化和社会主义先进文化。

中国正处在全球化背景下实现民族复兴的关键时期。如何实现中华文明与世界文明交流互鉴,用文化自信唤醒世界对中国的新认识,确认自身文化的主体性,建立一个可持续的后现代文明,是中国的历史性机遇。所幸的是,一种新的建设性的思维方式和建设性的后现代化之路正在中国不断推进,“后现代是人与人、人与自然和谐共处的时代”^①、因而要“建设持久和平、普遍安全、共同繁荣、开放包容、清洁美丽的世界”。^②

2012年,中共十八大明确提出“要倡导人类命运共同体意识”。这一理念的建构与流变过程不仅彰显了中国与世界同呼吸共命运的发展战略与交往策略,同时也传递了源自中华民族传统文化精髓的伦理价值观。正如贝克所说,“全球化首先是人类共同命运的意识,世界所有国家和民族已经被纳入一个休戚与共、相互依存的‘风险共同体’。”^③这一理念有利于破解国家理性的自利性及国家间合作共赢格局的困境,体现了各国命运与共的根本格局对国家间合作共赢的新要求,预示着人类命运共同体意识和人类共同价值的双驱动。

① 汤一介:《当前中西文化交流与会通的一种可能趋势》,《跨文化对话》29辑,生活·读书·新知三联书店2012年版,第25页。

② 习近平:《决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利》,人民出版社2017年版,第58—59页。

③ [德]乌尔里希·贝克著,路国林译:《自由与资本主义——与著名社会学家乌尔里希·贝克对话》,浙江人民出版社2001年版,第104页。

2013年9月和10月习近平分别提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的合作倡议。“一带一路”倡议不仅造福中国人民，而且造福各沿线国家和整个人类，不仅将推动沿线国家乃至全球的经济社会发展和变化，而且将会推动中国与沿线国家乃至全球的信息交流与文化碰撞，让世界真真切切地感受中国。“一带一路”不仅是实现中华民族伟大复兴的伟大构想，也是沿线各个国家的共同事业，使经济互补、地缘毗邻、文化趋同的国家间形成紧密的合作关系。“一带一路”蓝图的设计，向世界展现了一幅横贯东西的战略布局，为未来的世界发展带来无限的生机。

与此同时，中国面临的外部环境正在发生巨大变化：传统的政治经济格局、全球治理体系不断深刻调整，尤其是世界多极化、经济全球化、文化多样化、社会信息化日益发展，国际传播的场景和模式都发生了深刻变化，文明交流互鉴面临着新机遇、新挑战，中国价值观国际传播也面临新问题、新需要。传统的全球理论、文化理论、传播理论都逐渐不适应新的时代特征，中国的对外交流和国际传播需要寻求新的理论支撑，从新理论中寻找方向指引、解释工具和应对方案。

三

人类文明千姿百态，文化千差万别。差异形成了人类文化的丰富多彩、博大精深，差异也形成了不同文明、文化间的冲突。

中国文化和西方文化作为人类社会非常重要的两大文化体系，差异性客观存在的。文化学的解释不外乎三种视角，第一是地理环境，不同民族所处的地理环境不同；第二是种族，认为种族不同，文化就不同；第三是历史，认为不同的文化在长期积淀中逐渐形成。

差异不可怕，人类历史就是各种文化互相传播、碰撞、融合和不断创新的过程。尤其是在全球化、高科技时代，各个文明相互之间的冲突，意味着所有文明

的整体毁灭。所以，亨廷顿也说，“在文化间的战争中，受损失的是文化”。因此，文化多元共存是人类可持续发展的需要。文化单一性必然导致脆弱，文化多样性产生稳定性；单一性导致极端性，多样性产生包容性；单一性容易导致文化中心主义，多样性有利于弘扬文化相对论。

文明的冲突归根到底是价值观的冲突。价值观念是指本民族共同坚守的行为道德标准，任何一个民族都希望自己的文化与价值观得到他民族的认同并影响他民族。国家价值观就是人们对自己国家存在意义的估价或最高评价，是人们判断国家存在、发展和变化的根源。每个国家都有自己的“核心价值观”。国家核心价值观是一个国家长期形成并经其成员认可的基本价值理念，集中体现了国民的价值追求和行为取向，是社会意识形态最重要的组成部分，对于增强本民族的向心力、凝聚力和软实力极其重要。西方的个人主义价值观和东方的集体主义价值观都有其优秀的一面。

与此同时，人类文明的进步需要各国人民形成并遵循一个共同价值观，而这个共同价值观不仅需要与各国的国家价值观兼容并蓄，而且需要各国价值观的滋养与贡献。吸收和消化不同文化传统中的优长以达到“会通”是人类文化发展的必由之路。正如罗素所说：“不同文明之间的交流，过去已经多次证明是人类文明发展的里程碑。”^①

20世纪以来，国际社会可谓风云激荡。随着民族意识、民族思想的崛起及其在民众间的普及与深化，第三世界国家和地区普遍寻找话语权，期待发出自己的声音。如何确立自己的文化身份，寻求走向现代化的多元模式和道路；如何有效展开主体间性，确立不同文明间的对话立场，呼应和平发展、和谐相处的时代主旋律，成为理论界、学术界探索的核心命题之一。

① [英] 罗素：《一个自由人的崇拜》，出自《中西文化之比较》，时代文艺出版社1988年版，第8页。

“9·11”后，研究者开始关注文明的冲突，关注跨文化沟通。国际传播的主体是谁？国家、国际性非政府组织、全球媒体和全球公民在哪些层面、哪些场景下互动？信息的跨国流动在不同的文化、制度下带来了哪些问题？文化间或者文明间的冲突不可避免吗？康德所构想的永久和平是否只是一个美丽的梦？

对于理论界、学术界而言，我们必须通过对人与人之间、文化与文化之间、国家与国家之间的深入研究，建设跨文化的学术共同体，通过“行动”和“一起做事”，探讨人类共同问题的解决之道。这也是国际传播研究的新趋势。

四

基于上述理解，我们决定出版这套《中外文化与国际传播研究丛书》。

本丛书的主要内容侧重于跨文化传播，尤其是文化的国际传播，既包括从学术上对文化传播的相关理论进行多视角、跨学科的探讨，也包括从应用上对文化传播的现实路径进行深入、系统的回顾与前瞻；既包括对中国传统文化和当代文化及其蕴含其中的价值理念的阐释，以及对中华文化海外传播历史与现状的检视，也包括对他国文化及其海外传播进行全面深入的案例剖析。

丛书同时作为国家社科基金重大项目《一带一路背景下中国价值观的国际传播研究》（项目批准号 17ZDA285）的阶段性研究成果和延伸性研究成果。阶段性研究成果主要由该项目课题组成员提供，这些成员包括来自中国传媒大学、华中科技大学、武汉大学、复旦大学、北京外国语大学等国内著名高校的资深学者以及来自《人民日报》、新华社、中央电视台等权威媒体的资深专家。这些成果主要关注中国价值观国际传播的环境演变与理论创新研究、“一带一路”沿线国家对中国价值观的认知与认同研究、国家价值观念国际传播的中外比较研究、人类命运共同体视阈下中国价值观的跨文化阐释研究、“一带一路”背景下中国价值观国际传播创新研究等。延伸性研究成果主要由大连外国语大学的教学与科研

骨干提供，学科领域包括新闻传播、国际关系、中国文化、比较文学、对外汉语等，主要关注跨文化传播前沿理论研究、中华文化本体研究、东西方文明与中外文化比较研究、中华文化国际传播研究等。我们希望这些学术探索对于促进全球化时代中外文化的交流互鉴、深化“一带一路”背景下中国价值观的国际传播研究等会有所裨益。

最后，感谢大连外国语大学、中国戏剧出版社对本丛书出版的大力支持。

前言

preface

“中国梦”作为一种国家形象的表达，核心内涵是“中华民族伟大复兴”。西方媒体对“中国梦”的报道向受众传递着中国政府理念、中国发展状况，建构中国形象。“中国梦”的话语表征和中国形象是密不可分的。“中国梦”是属于我们自己赋予自己的国家民族符号。随着中国的不断发展，我们逐步开始摆脱 20 世纪 90 年代后期西方视角所给予的“黄祸”“东亚病夫”以及“赤祸”等国家符号，然而又不得不开始焦头烂额地去面对西方话语体系中如“中国威胁论”“中国崩溃论”等一个个新的话语神话和形象标志，正如李普曼所说，“大众媒介的报道为我们建构了一个虚拟的现实环境，即拟态环境。而拟态环境恰好是很多人（媒体受众）借以了解现实并作出判断的参照和依据，虽然该参照和依据具有局限性，其和真实世界的同构或反差会严重影响我们的认知，但是对于现如今日趋庞大、复杂和快速变动的社会而言，大众媒介却又是我们不得不依赖的一个便捷认识世界的工具和途径……我们不得不在这个环境中活动，但又不得不在能够驾驭它之前使用比较简单的办法对它进行重构”。

解读德国媒体对“中国梦”的报道建构，研究和分析“中国梦”在国际语境下所呈现的中国形象，有助于在国际传播中进一步阐释“中国梦”，更好地传播和提升中国形象。本书以德国媒体 2012—2015 年期间与“中国梦”相关的新闻报道为研究对象，以内容分析和话语分析作为研究方法，探究其中所涉及的“中

国梦”在德国社会语境下如何进行形象及话语建构深层因素。

总体来讲,随着中国的发展,德国媒体对“中国梦”这一议题保持了较高关注度,尤其是对“中国梦”的概念解读,正在逐步走向客观。但在具体事件及议题框架设置中,从研究样本中的结果呈现来看,德国媒体对中国崛起抱有担忧、怀疑与否定的矛盾心理,其在客观报道与主观阐释中具有不确定性的“伪平衡”话语策略建构,相关负面报道仍居多数。德国媒体关于“中国梦”新闻报道的话语分析不仅是语义的解释,也是一种潜移默化渗透于媒体的意识形态与权力话语表征的规训。

本研究将内容分析与话语分析相结合,通过对德国多家媒体关于“中国梦”这一主题相关的新闻报道分析,探究德国媒体关于“中国梦”相关新闻报道的认知与话语呈现,从而分析中国政府理念之下的中国形象在德国语境中是如何被解读与建构的。本书共分为六章。

第一章概要介绍了本书的框架结构、研究问题、概念界定,梳理了“中国梦”的相关主要概念、问题意识以及研究意义,从而搭建了本书全书的研究架构。

第二章讨论了本书的理论视角、研究方法以及研究对象。以框架理论及媒介话语建构观为理论视角,通过对本书所采用的内容分析与话语分析讨论,厘清本书的理论基础与研究方法。

第三章主要就德国媒体关于“中国梦”的新闻报道进行了内容分析,通过词频、篇幅长短、主题、报道倾向等分析“中国梦”这一宏观议题是如何被德国媒体所建构的,呈现出哪些问题以及变化规律。

第四章主要通过报道话语文本分析其语言机制、话语策略和叙事逻辑如何生产“中国梦”的意义,如何建构“中国形象”。研究分别从报道中的隐喻、修辞、符号的使用以及叙事模式等方面探究说明“中国梦”在德国媒体新闻报道所表征的话语权力以及意义是如何被转换的。

第五章主要是从国家利益、历史溯源、德国价值观外交的推动、政治体制差异、偏见与定型等角度对德国媒体关于“中国梦”的报道所建构的国家形象进行寻根问源。对如何让世界了解一个更为真实全面的中国提出了相应举措。

第六章为结语，对研究的总结，论述了本研究的创新、不足之处以及未来可继续挖掘深入的研究方向。

另外，研究发现随着互联网及新媒体的发展，“中国梦”的传播研究不应只局限于媒体新闻报道的单一传播途径的研究，应当关注网络互动评论成为“中国梦”的话语传播所提供反映观点、凝聚共识空间以及修正话语偏见的巨大可能性和作用。

目录

contents

导 论.....	1
第一章 “中国梦”的相关概念及研究概述	8
第一节 “中国梦”的相关概念刍议	8
第二节 “中国梦”的相关研究梳理	22
第三节 德国媒体中的中国形象研究	35
第四节 本章小结	39
第二章 “中国梦”国际传播相关研究理论框架与方法	41
第一节 理论视角	41
第二节 研究对象	50
第三节 研究方法	60
第三章 德国媒体关于“中国梦”新闻报道的整体样态分析.....	70
第一节 报道数量分布	70
第二节 报道篇幅长短分析	73
第三节 报道主题划分	76

第四节 报道倾向性分析	84
第五节 报道体裁与消息来源分析	90
第六节 报道新闻源分析	93
第七节 本章小结	99
第四章 德国媒体关于“中国梦”报道词频分析.....	101
第一节 总样本词频分析	101
第二节 政治类议题词频分析	104
第三节 经济类议题词频分析	109
第四节 文化类议题词频分析	114
第五节 社会类议题词频分析	119
第六节 本章小结	122
第五章 德国媒体关于“中国梦”的新闻报道话语研究.....	123
第一节 政治话语与意识形态	124
第二节 “中国梦”的文本建构与话语想象	126
第三节 话语策略与使用	145
第四节 作为意义生成的对话	172
第五节 本章小结	181
第六章 德国媒体关于“中国梦”新闻报道建构原因解读及应对举措...	183
第一节 寻根问“原”	183
第二节 应对举措	198
第三节 本章小结	208

第七章 结语.....	210
第一节 内容概述	210
第二节 创新与不足	216
参 考 文 献	219
中文参考文献	219
外文参考文献	229
电子参考文献	232
附 录.....	239
附录 1	239
附录 2	240
附录 3	247
附录 4	249
附录 5	252
后 记.....	254