

## 平台世界主义视域下跨文化传播理论和实践的升维\*

◆ 史安斌 童桐\*\*

**摘 要** 新冠肺炎疫情预示着全球风险社会的到来,也加速了人类社会的平台化进程。作为当今全球传播的基础设施,平台媒体的普及推动了国际传播在理论层面上由“国族中心主义”向“平台世界主义”升维,在学科范式和实践层面则推动了由“跨文化传播”向“转文化传播”升维。本文在平台世界主义的视域下总结与反思此次疫情期间我国对外传播和公共外交的相关经验,为在全球风险社会的新形势下如何更为有效地塑造国家形象和引领对外话语权提供方向性建议。

**关键词** 世界主义;全球治理;跨文化传播;社交媒体;国际传播

---

\* 本文为教育部哲学社科重大攻关项目“新时代中华文化走出去策略研究”(项目批准号:18JZD012)的部分成果。

\*\* 史安斌,清华大学新闻与传播学院副院长,教授;童桐,清华大学新闻与传播学院博士研究生。

## **Upgrading of Intercultural Communication Theory and Practice from the Perspective of Platform Cosmopolitanism**

**Abstract** The outbreak of COVID-19 pandemic since January 2020 has turned the concept of “global risk society” predicted by Ulrich Beck into reality. This epidemic is the first global disaster facing mankind in the era of platform media and has evolved into “infodemic”. How to bridge the polarized world and build a community of shared future for the mankind demands a new logic of international and intercultural communication. This study proposes a new concept of “platform cosmopolitanism” to grapple with China’s experience and provides guidance on how to enhance China’s soft power and national image in the wake of this global epidemic. The role of intercultural communication via social media platform in global governance has become increasingly prominent and therefore needs a conceptual renovation and practical exploration in the logic of “platform cosmopolitanism”.

**Keywords** cosmopolitanism, global governance, intercultural communication, social media, international communication

2020年初爆发的新冠肺炎疫情堪称人类历史上最具代表性的“全球性危机”之一。世界各国轮番按下“暂停键”，人类的社会交往和日常生活方式发生了根本性的变化，德国社会学家乌尔里希·贝克(Ulrich Beck)预言的“全球风险社会”日渐成为人类社会的“新常态”。此次疫情是数字化时代人

类面临的首次全球性危机,平台媒体在成为抗疫基础设施的同时也改变了风险社会的交往与表达逻辑。从影响上来看,此次疫情揭示了当下全球传播的深层次矛盾,数字媒体放大了风险的非合作性,“信息疫情”(infodemic)借助平台媒体蔓延滋生,进一步侵蚀和消解了全球公共话语空间。

显而易见,国际社会并没有为此次疫情的全球合作做好准备,平台的网络结构和行为主体的分化以及由此导致的利益诉求的冲突与对立不仅加剧了国际舆论的复杂性和不确定性,而且威胁到全球危机治理中专业与科学话语应有的主导地位,为国家间的合作蒙上了阴影。以此次疫情为例,作为全球最早遭遇新冠病毒袭击的国家之一,中国从一开始便处于国际舆论的“风暴眼”。随着西方国家相继陷入新冠肺炎疫情的泥潭之中,一些别有用心政客炮制和散布的“中国起源论”“中国责任论”“中国赔偿论”三位一体的国际舆论战甚嚣尘上,成为建立和巩固全球抗疫机制的最大障碍。

后疫情时代,如何在平台化社会到来之际弥合各国分裂的话语空间,建立全球风险共同体,将主导国际传播和跨文化传播理念的转型逻辑。面对与新冠肺炎疫情同步交织的“信息疫情”的严峻挑战,本文提出,作为当今全球传播的基础设施,平台媒体的普及推动了国际传播在理论层面上由“国族中心主义”(ethnocentrism)向“平台世界主义”(platform cosmopolitanism)升维,在学科范式和实践层面则推动了由“跨文化传播”(intercultural communication)向“转文化传播”(transcultural communication)升维。本文从平台世界主义的视角出发,总结与反思此次疫情期间我国对外传播和公共外交的相关经验,为其在全球风险社会的新形势下如何更为有效地塑造国家形象和引领对外话语权提供方向性建议。

## 一、平台世界主义的现实语境

新冠肺炎疫情的爆发使得人类社会进一步融入“平台化社会”,这意味着平台不仅成为公共传播的集散地,而且成为人类生活的重要基础设施之一,在抗疫和防疫过程中发挥着重要作用。伴随着各种“黑天鹅”和“灰犀牛”事件的发生,平台在给人类带来种种便利的同时,其所具有的多元主体性及其导致的“众声喧哗”也放大了“全球风险社会”的种种弊端,这一点在尚未退去的新冠肺炎疫情中体现得尤为显著。

### (一)作为“全球媒介”的平台

传播技术的改变重塑了全球信息网络和国际信息流动空间,而在人类危机发生之时,新的传播技术则会加速新技术的产生及应用。<sup>①</sup>

此次疫情中,平台作为基础设施所扮演的角色越发重要。除了基于信息平台所搭建的公共传播体系以外,疫情期间基于平台基础设施而发展起来的数字追踪技术也对疫情的有效控制产生了广泛影响。<sup>②</sup>

作为以数据为支撑,以个人、组织与公共机构为参与主体的数字交互基础结构<sup>③</sup>,平台被称为继市场、企业之后的第三种主要资源配置与组织方式<sup>④</sup>,是名副其实的“全球媒介”(global media)。从20世纪90年代发展至

---

① 莫利.认同的空间:全球媒介、电子世界景观与文化边界[M].司艳,译.南京:南京大学出版社,2000:1-4.

② POELL T. Three challenges for media studies in the age of platforms[J].Television & new media, 2020(6):650-657.

③ 斯尔尼塞克.平台资本主义[M].程水冰,译.广州:广东人民出版社,2018:41-62.

④ 方军,程明霞,徐思彦.平台时代[M].北京:机械工业出版社,2018:36.

今,数字平台已经成为全球信息集散的中心,将信息传播与人类交往的全流程纳入平台之上。据统计,疫情期间,65个国家在实施封闭或隔离措施后,人均互联网使用时长平均上升了60%,其中多数流量都被导入至电子游戏、流媒体等平台。<sup>①</sup>不仅是平台自身的流量持续增长,关于平台的争论也成为舆论热点。

宏观来看,平台媒体在整合传播语境方面具有天然优势,在对外传播实践中所扮演的中枢神经角色越发凸显。<sup>②</sup>平台代表着一个国家的软实力,从规模和影响力来看,全球平台系统可分为两大阵营,分别是以脸书、苹果、亚马逊、奈飞、谷歌等美国互联网巨头为主导的“狼牙”(FAANG)系统和以阿里、腾讯、百度、京东等中国公司为主导的“蝙蝠”(BATJ)阵营,两者同时也是地缘权力博弈的重要空间。疫情期间,从旷日持久的Tik Tok被禁风波到脸书因在“信息疫情”治理上的不作为而受到广泛抵制,平台在改变全球传播逻辑的同时,也正在成为政治和经济权力争夺和博弈的主要场域。

微观来看,平台也为传统外宣实践带来了极大的不确定性,平台生态系统在其架构中有一套特定的规范和价值编码<sup>③</sup>,网络外部性和参与式传播模式则促进了平台规模的扩张。在这一逻辑下,平台的传播主体以网络化形式存在,其信息传播形式是混合式的“大众人际传播”(mass interpersonal communication)。换言之,平台上的网络化传播不仅可以达到与大众传播

---

① 史安斌,戴润韬.新冠肺炎疫情下的全球新闻传播:挑战与探索[J].青年记者,2020(13):80-83.

② 史安斌,童桐.全球危机与中国方案:新冠肺炎疫情下公共外交的反思[J].对外传播,2020(6):28-31.

③ 史安斌,王沛楠.传播权利的转移与互联网公共领域的“再封建化”:脸谱网进军新闻业的思考[J].新闻记者,2017(1):20-27.

比肩的广度,信息接收者同时也是事先预设的个性化受众<sup>①</sup>,是平台信息传播的“网络把关人”。在平台的去中心化规则之下,国际传播被网络中的重要节点不断地修正、重新表达和再分散。简言之,依托平台进行的国际传播是各国政府、互联网巨头、媒体机构与本地化的网络把关人之间相互整合和博弈的过程。

由于大量非精英主体参与到全球传播的网络之中,以民族国家为主体的国际传播脱离了职业外交家的束缚,不得不将公众的交往行为纳入考量。这一范式的转型过程虽然实现了传播的话语权再分配,但由于现有媒体缺乏应对全球风险事件的普遍伦理准则,所谓的公共讨论在微观上造成了“只表达,不交流”的信任困境,危机发生时甚至加剧了不同国家和群体之间的话语疏离和认知分裂。一些西方政客在疫情期间趁机散布的一系列假新闻和阴谋论通过人工智能技术加持的“计算宣传”对全球合作“战疫”带来了负面影响,这一趋势直接导致了媒体层面“对抗式话语”的盛行和比拼,在新冠肺炎疫情蔓延的当下消解了基于平台进行全球合作的“世界主义潜能”<sup>②</sup>。

## （二）平台的风险变异与“世界主义潜能”的消解

在全球风险治理中,平台媒体本应扮演提供风险信息、促进风险沟通的中枢角色<sup>③</sup>,起到界定、解释和认知风险的作用。但在此次疫情中,一方面,

---

① 韦路,秦璇. 国际新闻传播研究的新概念、新理论和新模型[J]. 当代传播, 2020(3): 11-17.

② BFREE M, MIRIAM S-D. Virtual cosmopolitanism: constructing third cultures and transmitting social and cultural capital through social media[J]. Journal of international and intercultural communication, 2011(4): 252-258.

③ 章国锋.“全球风险社会”: 困境与出路——贝克的“世界主义”构想[J]. 马克思主义与现实, 2008(2): 45-53.

传统主流媒体的公信力遭遇严峻挑战；另一方面，右翼媒体和“另类空间”崛起所导致的舆论极化愈演愈烈。在此背景下，全球信息流动进入“后真相时代”。简而言之，作为信息传播基础设施的互联网（Internet）演变为“分裂网”（splinternet），本应用来化解风险的新闻媒体本身却演变为另一种更大的风险，媒体传播的“失能”与“失范”阻碍了全球风险治理体系的建立和夯实。

按照贝克的构想，面对全球风险，建基于“国族中心主义”的国际政治规则应当向“世界主义”转型，主体间通过协商对话建立共同体。世界主义被视为激发人类共同情感的手段，这一理念与“中介”（agency）和“媒介”（media）等概念关联紧密。但世界主义并非关注媒介内容本身，而是关注新闻或媒介事件在人们身上所引发的情感反应，即媒体通过在受众和其自身情感结构之间发挥中介化的作用，激发人类的共同情感及其所具有的“世界主义潜能”。在这一过程中，媒体所激发的不应当是植根于利己主义的欲望、感官的愉悦等个体反应，也不应局限于某一族群或社群的利益形态。世界主义必须观照人类普遍的利益诉求，即追求“共同善”（common goods），才能在此基础上打造人类命运共同体。

贝克指出，世界主义的实现是一种持续的社会进程，其表现为人类的生活走向全球互联性、差异性和多样性的普遍化。平台媒体在发展过程中消解了民族国家的边界，推动人类实现由“国族中心主义”向“世界主义”的理念升维。在平台媒体勃兴之初，许多人希望这一新媒体能够促进新闻机构与受众之间的互动，促进国际传播从“独白”向“对话”模式转变。由于互联网在创建之初就内嵌了建设话语共同体的意图，其多主体包容性有利于超

越文化偏见<sup>①</sup>，成为带有鲜明世界主义色彩的新媒体。世界主义强调个体是价值、权利与义务的终极单位，这与平台为用户赋能的理念是基本一致的。同时，平台上的网络化主体针对话语权的博弈也有助于促使多元主体达成共识，实现“共同善”。

但事与愿违的是，网络平台的连接特性并不能自动转化为公共价值，平台在放大风险的同时，也消解了媒体的“世界主义潜能”。首先，平台媒体并没有打破传播壁垒，资本主导的平台媒体稀释了传统新闻业的公信力和市场份额<sup>②</sup>，传统媒体的权威性正在下降，面对风险的到来，其“无力感”越发明显。尤其是2016年以来，世界进入“后西方、后秩序、后真相”时代，“西方缺位”（Westlessness）不仅体现在其意识形态与价值观的分化上，也体现在西方国家治理能力和国际领导力的式微上。此次新冠危机便是上述颓势的缩影。随着全球风险社会的到来与传统政治规则的解体，被民粹主义所支配的国家会掀起一场“选丑/比烂竞赛”，从而转移了风险治理的重点，将政治凌驾于科学与专业话语之上。<sup>③</sup> 面对“大疫”“抗议”与“大选”的交织，面对关于“人权没了”还是“人全没了”的争论，西方政客的着力点不是如何通过有效预防和阻断疫情的传播来最大限度地拯救生命，而是如何在风险管理中追求自身政治利益的最大化，达到捞取选票的目标。

在当下平台媒体创造的“另类空间”中，这一“风险后果”被无限放大。群体极化与社交平台的“回声室”“信息茧房”“过滤气泡”效应阻断了公共领

---

① 王一戎,卢嘉.互联网环境下的“人类命运共同体”:历史理论溯源与未来展望[J].全球传媒学刊,2018(3):38-45.

② 白红义.重构传播的权力:平台新闻业的崛起、挑战与省思[J].南京社会科学,2018(2):95-104.

③ BECK U. World at risk[M]. Cambridge:Polity, 2009:11-34.

域内理性对话的可能性,社交平台也成为“假新闻”“后真相”的温床。<sup>①</sup>在“情感化真实”的传播逻辑主导下,集体智慧的缺失导致了科学与公共话语的整体陷落,加大了风险社会“选丑竞赛”的严峻程度,严重阻碍了多元观点的参与和表达。调查表明,全球网民对于社交媒体之中新闻的信任度已经降至 26%<sup>②</sup>,社交平台上有效的公共讨论已经被各类无节操、失底线、更具“眼球”效应的极端化言论所淹没直至消解。在全球风险社会以及互联网“另类空间”的双重影响下,疫情期间的全球舆论场呈现出更为分裂、复杂的局面,随之而来的污名化风险对我国与世界各国开展合作抗疫构成了挑战,网络空间已经成为大国博弈的主战场。有鉴于此,如何重新发掘平台媒体的“世界主义潜能”,以提供“全球公共品”(global public goods)的方式,按照以“共同善”为核心的媒介伦理重建全球传播共同体,以应对全球风险社会的到来,就成为“后疫情时代”和“后特朗普时代”跨文化传播理念和实践的转型方向。

## 二、平台世界主义的演进脉络

重塑平台媒体时代的世界主义需要从世界主义与媒介发展的勾连中寻找答案。自 18 世纪末德国古典哲学家康德提出“世界公民”“世界联邦”“永久和平”等一系列概念和理论框架以来,“世界主义”的构想早在平台媒体出现之前就已经在学理上形成了一整套话语体系,从国族中心主义到虚拟世

① 史安斌.“另类空间”加大美国社群极化[EB/OL]. (2019-07-15)[2021-03-01]. <https://opinion.huanqiu.com/article/9CaKrnKlwT7?w=280>.

② 史安斌,童桐.大疫·大选·大考:回眸 2020 年的全球新闻传播[J].青年记者,2020(34): 78-81.

界主义,再到平台世界主义,这条理论演进的脉络也为跨文化传播的升维提供了学理基础。通过梳理这一历史脉络,本文提出平台媒体在实现世界主义过程中的适配性,并依据数字化时代的传播特征提出践行平台世界主义理念的方向性路径。

### （一）从虚拟世界主义到平台世界主义的历史脉络

西方学界概括的平台化社会的重要特征——高度的商品化与全方位的数据化——成了诠释平台发展的标准叙事,但作为商业机构的平台与“共同善”之间并不存在必然联系。<sup>①</sup> 这一叙事理念缺乏对平台与世界主义之间所存在的历史关联的考量,也忽视了平台在发展过程中的内生性风险。作为一种感知结构,世界主义本质上是激发人类自身所具有的同理心,因此以何种“中介”实现这一进程对于理解世界主义至关重要。

在国际传播实践之中,与世界主义相对立的是“国族中心主义”。在 20 世纪 50 年代学科创立之初,跨文化传播服膺于美国的全球战略和冷战时代的地缘政治逻辑,因而不可避免地打上了“欧美中心主义”的烙印。<sup>②</sup> 在此框架下,国际新闻报道以国族中心主义的形式呈现,其背后所体现的是文化的霸权性和排他性,由此带来的新闻框架在关注文化奇观、自然灾害、金融危机和民族国家之间的竞争中表现出鲜明的同构性和连续性。<sup>③</sup> 国际传播以民族国家的竞争框架为基石,其新闻实践有意或无意地服务于地缘政治利益。跨文化传播也是建基于国族中心主义的“文化容器”模式,强调的是文

① GILLESPIE T. The politics of “platforms”[J]. *New media & society*, 2020(3):347-364.

② 史安斌,盛阳.从“跨”到“转”:新全球化时代传播研究的理论再造与路径重构[J].*当代传播*,2020(1):18-24.

③ CHEAH P. “The world is watching”: the mediatic structure of cosmopolitanism[J]. *Journalism studies*,2013(2):219-231.

化的内生异质性,例如中国文化和美国文化之间的沟通和交流。在常态化国际环境中,这种单一封闭的“文化容器”模式显示的是文化的主体性和独立性。但在全球性风险到来之时,国族中心主义显然与构建全球“共同善”的目标和平台媒体的传播理念相悖。

社交媒体兴起后,学界关注数字技术在践行世界主义理念过程中所具有的潜能,即“虚拟世界主义”(virtual cosmopolitanism)。根据这一概念和理论框架,社会网络空间是实现世界主义的主要中介空间。在这一空间内,促使不同文化产生对话潜能的社会资本通过社交媒体整合联结,从而使世界主义在跨文化传播中得以实现。Web2.0 技术的兴起为全球政治与社会由“集体性行动”(collective action)向“连接性行动”(connective action)转型提供了技术支撑<sup>①</sup>,个人可以从汇集的文化知识中共同构建新的社会系统。虚拟世界主义阐明了一个跨国多元文化群体如何利用社交平台来创建杂糅的“第三空间”,乐观主义者甚至认为,这一新的文化场域具有实现“全球公平正义”的潜力。一方面,虚拟世界主义发掘了社交媒体实现世界主义的中介化可能,却将社会资本视为进入地域文化的桥头堡,将异构文化视为社会资本的核心价值,忽视了媒介本身的多样性。另一方面,虚拟世界主义的无序性与自发性使其忽视了全球风险社会所蕴含的危机的普遍性,因而在新冠肺炎疫情和“信息疫情”的双重夹击下,虚拟世界主义失去了学理层面的合法性和解释力。

虚拟世界主义的理论缺陷在于,世界主义在实现过程中不仅仅要面对异质性的受众群体,其赖以存在的中介化空间也有着多重媒介化的结构。这种媒介结构不仅放大了文化上的差异性,而且也内嵌于作为基础设施的

---

<sup>①</sup> 班尼特,等.从集体性行动到连接性行动[J].史安斌,等译.传播与社会学刊,2014(3): 18-24.

平台结构当中,受到政治经济甚至是平台自身等多重力量的影响。有鉴于此,本文提出“平台世界主义”这一新视角,强调从平台的媒介逻辑考察世界主义的可能性(见表1)。在世界主义的中介结构中,平台自身也是一种具有能动性的主体。平台不仅通过影响个体催生出新的媒介形式,其本身也具有影响政治经济结构的潜力。2014年由脸书等互联网公司发起的“冰桶挑战”被视为践行平台世界主义理念的最早尝试。这一由精英与草根网民共同参与的公共传播模式近年来被发扬光大,成为“媒介事件”的常规形式。短视频和直播的兴起进一步扩大了“迷因”(meme)传播的空间实践,用户不仅可以目睹,而且能直接地参与内容生产。

表1 全球文化传播的发展脉络

形态	国际传播	跨文化传播	转文化传播
理念	国族中心主义	虚拟世界主义	平台世界主义
理论来源	文化帝国主义	多元文化主义	批判的转文化主义
技术手段	报刊、广播、电视等机构媒体	Web2.0、互联网和社交媒体	物联网、5G、平台媒体
目标	维护民族国家利益	推动实现全球公平正义	通过提供“全球公共品”打造“共同善”
文化模式	单一封闭的“容器”	多元开放的“调色盘”	混搭杂糅的“熔炉”
传播范式	定标(targeted)传播	本土化(glocalized)传播	定制化(tailored)+叙事化(narrative-based)传播
历史与社会语境	冷战	美式全球化	“一带一路”倡议引领的新全球化

此外,平台媒体的“世界主义潜能”也体现在其所具有的政治经济“势能”当中。2020年特朗普政府出于政治考量,发布了针对抖音海外版(TikTok)和微信海外版(WeChat)的禁制令。这在宣告美式互联网自由的“迷思”破裂的同时,也充分展示了平台媒体自身所具有的势能。面对来自白宫

的打压,上述平台的母公司一方面以法律手段进行反诉;另一方面,这些平台上的“网红”博主或普通用户也自发组织起来进行法律应对。2020年9月,美国宾夕法尼亚州地方法院裁定,用户在Tik Tok上创建的短视频是一种受法律保护的信息材料。迄今为止,白宫发布的相关禁制令或被搁置或被废止。与那些容易遭到封杀或限制的传统媒体平台相比,社交平台充分展现了其所具备的强大生命力和舆论动员力。

显而易见,平台时代的国际传播和跨文化传播已经具备了新的媒介和行动逻辑,因而获得了升维的可能性。在数字平台搭建的交往空间内,来自不同国家地区的多元主体共同参与协商,形成一致的包容性的意见,达成关乎人类命运议题的共识。从更为宏观的层面来看,平台世界主义的升维也体现了从“跨文化传播”向“转文化传播”的学科范式转型。在马克思主义文论家弗雷德里克·詹明信(Fredric Jameson)的经典著作《后现代主义:晚期资本主义的文化逻辑》的启迪之下,传播学者马尔文·克雷迪(Marwan Kraidy)富于创见地将“杂糅”(hybridity)指认为全球化时代的文化逻辑。他援引后殖民主义理论家爱德华·萨伊德(Edward Said)首创的跨文化主体“再接合”(rejoin)的分析方法,在对“文化帝国主义”(cultural imperialism)与“文化多元主义”(cultural pluralism)这两个先后于20世纪60年代到21世纪初在媒介传播研究领域“各领风骚数十年”的主流理论进行比对和辨析的基础上,提出了“批判的转文化主义”(critical transculturalism)的理论架构。这套理论架构不同于自由市场原教旨主义和基于民族国家的国际/跨文化传播的思路,需要基于跨地域和跨文化的“文本间性”(intertextuality)、“语境间性”(inter-contextuality)和实践主体以及流动性互动传播网络,对文化杂糅现象展开基于“合成视角”(synthetic view)的分析,从而勾勒出“转文化传播”的理论框架。

跨文化传播是以西方为中心的学科体系，它强调文化的异质性，以“民族国家”为基本的单位，所谓“跨”就是跨越时间和空间的限制，进行两种甚至多种文化之间的接触。但从实际效果来看，是强势文化对弱势文化的征服和吸纳。从媒介的角度而言，它所依赖的是单向传递的报纸、广播、电视和早期互联网等介质。但是，在“新全球化时代”，移动社交媒体的普及让“用户生产内容”(UGC)超越了“专业生产内容”(PGC)的模式，正是从这个意义上我们能够谈论“赋权”，原本被动接收信息的草根受众成为资讯和观点生产与传播的主体，原本处于新闻舆论场边缘的“西方以外的国家和地区”(the rest)成为全球传播不可忽视的一极，这种新型传播生态所带来的异质性的“文化杂糅”或者说“第三文化”成为全球媒介文化的主流，所以“跨”的概念已经不足以概括当下全球文化的复杂性，在两种或多种文化的交流和对话中产生了文化的转型和变异，这就是“转”。优兔(YouTube)上点击量最高的视频《江南 Style》，以及爱奇艺制作的选秀节目《中国有嘻哈》，都是文化杂糅的早期尝试。依据转文化传播的理念，我们很难用单一的国家或地区文化作为“标签”和封闭的“容器”模式来指认当下的文化传播实践，这需要学术界用一种全新的视角来重新审视不同于英美模式的“新全球化时代”媒介文化传播中“我中有你，你中有我”的新趋势。

## (二) 平台世界主义与跨文化传播的范式演变

数字时代的跨文化传播应以对象国的公众互联为抓手，以对话、参与和关系建构为目标。其所秉持的平台世界主义理念与数字传播逻辑更具有适配性。平台在重塑传播关系格局的同时，也使得媒体的新闻资源分配越发向外部需求靠拢，这就将平台导向了受众端。“定制化传播”“跨平台叙事传

播”等理念体现了国际传播的范式演变。<sup>①</sup>

“定制化传播”自 20 世纪 90 年代起进入学界的视野,其内涵为通过量身定制,充分尊重目标人群的价值观和接受习惯,并经由其所偏好的媒体渠道推送。<sup>②</sup> 平台媒体为传播者提供了点赞、回复等受众反馈机制,内容生产者可以据此了解受众喜好,为其进行量身定制的精准传播。

叙事传播是赋予受众体验意义的一种基本方式,通过制造意义结构,叙事传播将事件和人类行为组织成一个整体。<sup>③</sup> 在此基础上,传播主体可以为受众提供理解世界的“认知基模”(cognitive schema)。在数字时代“信息超载”的媒介环境下,叙事传播能够帮助受众厘清危机状态下纷乱芜杂的信息脉络,为人们开展理性思辨和讨论奠定坚实的基础。

以新冠肺炎疫情为例,世界卫生组织将中国的抗疫行动称为基于本土实践和社会文化语境的“定制化”模式。<sup>④</sup> 在此语境下,我国媒体采用了“定制化+叙事化”的传播策略。在“短视频+直播”的媒介传播模式主导的当下,受众在媒介使用过程中往往具有极强的角色代入感,在心理层面上更容易实现基于常民视角的共情传播。中央广播电视总台等外宣媒体策划推出多语种 Vlog 短视频,以常民视角为切入点,展现疫情期间武汉普通民众、外

① 史安斌,张耀钟. 数字化公共外交:理念、实践与策略的演进[J]. 青年记者, 2020(7): 78-81.

② MANOR L. The digitalization of public diplomacy[M]. New York: Palgrave Macmillan, 2019: 113-132.

③ HANCOX D. From subject to collaborator: transmedia storytelling and social research[J]. Convergence: the international journal of research into new media technologies, 2017(1): 49-60.

④ WORLD HEALTH ORGANIZATION. China shows COVID-19 responses must be tailored into the local context[EB/OL]. (2020-04-03) [2021-03-01]. <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/news/news/2020/4/china-shows-covid-19-responses-must-be-tailored-to-the-local-context>.

国在华人员的日常生活以及医护人员奋战在一线的工作实况。2020年2月28日推出的《武汉战疫纪》以及4月6日推出的《中国抗疫志》等纪录片在优兔上得到广泛传播,并相继被美国广播公司(ABC)、英国第四频道(Channel 4)、意大利 TGCOM24 电视台等国外媒体二次传播。<sup>①</sup> 英国剑桥大学高级研究员马丁·雅克(Martin Jacques)在观看该片后撰文指出,从此次疫情中各国政府的表现来看,虽然各国不会照搬中国的治理体系,但越来越多的国家“将以中国为师”。<sup>②</sup>

平台媒体的定制化传播既要考虑受众的喜好程度,又要兼顾不同平台的表达逻辑。研究表明,优兔等视频网站被认为具有更强的个人化视角,而推特、脸书等大型社交平台则被看作精英与常民之间进行交流的有效工具。有鉴于此,我国主流媒体在对外报道中引入美国前驻华大使、世卫组织专家等权威信源提供的事实,充分发挥“第三方传播”的优势,相关推文和帖文均获得了较高浏览量。精英叙事与常民叙事在不同类型的社交平台上相互配合,成为疫情期间“跨媒体叙事”理念的重要体现。由此可见,在各种假新闻和阴谋论泛滥的舆论场,外宣媒体只有牢牢把握目标受众的核心关切,充分发挥“定制化及叙事化”的内容生产优势,才能在抵御“信息疫情”的线上阻击战中占据先机,为线下的全球合作“战疫”营造良好的舆论环境。<sup>③</sup>

---

① 胡正荣,田晓.新媒体时代突发公共事件的国际传播:以新冠肺炎疫情报道为例[J].对外传播,2020(4):7-9.

② 雅克.这部中国抗疫纪录片,让我流泪了[EB/OL].(2020-05-18)[2021-03-01].[https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_7445563](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_7445563).

③ HARTLEY J. The uses of digital literacy[M]. St. Lucia: University of Queensland Press,2019:8-35.

### 三、后疫情时代平台世界主义的实践路径

新冠肺炎疫情的爆发不仅对全球化的历史进程提出了新的挑战,而且为平台世界主义和转文化传播的升维提供了历史契机。在平台世界主义框架下,以“构建人类命运共同体”为主题和以“文化杂糅”为主要形式所呈现的“中国方案”进入全球传播的话语流动之中,体现出鲜明的“转文化”特征和趋势。本文在总结相关对外传播实践经验的基础上,为后疫情时代如何践行平台世界主义勾勒方向性的路径。

首先,应认识到平台之中所具有的权力关系结构,基于平台世界主义理念对其进行关系再造,坚持不同文化主体之间的平等交流,不仅是异质文化间主体,同一文化圈层内也存在着不同的文化取向。为了主动适应草根青年网民的“期待视野”,此次疫情期间,海外传播网络的参与者中不乏英国演员“逗逗先生”、中国留学生吴芄这些在疫情期间引起国外社交媒体广泛关注的“网红”。这些活跃于国际传播网络中的“关键性意见领袖”(KOL)在发挥“饭圈”效应、提升信息的到达率和精准度上起到了重要作用。<sup>①</sup>除传播内容外,平台自身的发展逻辑也应实现由“跨文化”向“转文化”的升维。以 TikTok 在海外市场所取得的成就为例,其在中国市场外的成功消解了西方主流平台通过政治经济手段对平台社会的垄断效应,也规避了强势平台文化的渗入对本土文化的破坏,形成了“平行平台化”模式,即在尊重本土文化的基础上积极调整市场策略,主动适应全球文化市场的多样性需求。

---

<sup>①</sup> HAGEN L, KELLER T, NEELY S, et al. Crisis communications in the age of social media: a network analysis of Zika-Related Tweets[J]. Social science computer review, 2018(5):523-554.

其次,在开展跨文化传播活动过程中应突破二元结构思维和文化等级观,强调多元主体“共生共荣”。基于此,平台中的对外传播应当从“线性思维”向对话式的网络思维进行转变,弥合当今世界的“分裂网”,基于人类命运共同体价值理念,推动建立起促进人类互通互联、文明交流互鉴的全球传播体系。对于媒体自身而言,在危机管理中发挥枢纽作用也能有效提升其公信力和影响力。依据曼纽尔·卡斯特(Manuel Castells)的“网络社会”理论,风险社会的治理是网络中国家、社会组织以及个体等不同的“单元”相互博弈直至达成利益平衡的过程。因此,媒体通过新闻报道来阐明各单元之间的“链接关系”比聚焦于单元本身更具有启发意义,媒体饱和与信息超载是风险社会的重要表征。在流动的网络空间内,“可见性”是媒体增加自身议程设置能力的切入点。在定制化传播的基础上,媒体应当准确把握用户的“信息依赖”需求,提升自身在网络之中的可见性;充分发挥平台和节点优势,提升各个部门在社交平台的曝光度,在进行内容制作时重点考虑平台的内容生产及发布逻辑。多数平台媒体在设计之初,都以促进连接共享、社会资本生成和有效沟通为核心结构和设计元素,如推特更注重用户节点的相互赋能,Tik Tok等视频平台则鼓励用户进行内容生产。外宣媒体也应考虑不同平台的技术可供性,善于利用不同平台的用户增长逻辑提升自身可见性。

最后,应重视数字平台在不同文化圈层之中的广泛影响力,发挥平台“转文化”潜力。平台的外部性特征能够使其吸引更多主体参与对话,在形成平台优势的同时有助于风险治理中利益共同体的建设。疫情期间,我国媒体作为全球传播网络节点的积极联通者和推动全球抗疫合作的重要行动者,促进风险治理的全球参与,为构建“人类卫生健康共同体”提供了对话平台,在平台网络中拥有更多连接的个体,具有更大的影响力以及话语权。中

国国际电视台(CGTN)的《全球疫情会诊室》成为抗疫期间对外传播的品牌栏目,通过连线全球多个国家的专家团队,共享抗疫经验,针对不同国情与社情提供咨询服务。CGTN 倡导的媒体与专业人士的“云传播”模式成为全球风险治理的重要成果。该栏目上线 5 个月,发布的 72 场直播获 2.4 亿全球浏览量。

此外,平台媒体也为跨文化主体间的平等合作提供了重要空间。中央广播电视总台希伯来语网红工作室“小溪工作室”与以色列主流媒体合作传播百余次,实现最高收视率超 20%,在社交媒体平台成为爆款。在“向世界说明中国”的基础上,中国媒体充分利用“结构洞”的资源优势,夯实网络外部性,在全球社交媒体上有效提升了外宣媒体的国际品牌辨识度。

## 结 语

在全球性危机事件频发的今天,平台媒体所蕴含的“世界主义潜能”可以使不同国家抛弃国族偏见,建立全球风险共同体。在平台世界主义理念之下,跨文化传播在全球治理中所扮演的角色越发重要,在推动构建人类命运共同体的历史进程中必将发挥更为重要的作用。虽然在后疫情时代传统外宣机构遭到西方联手打压和封堵,面临着严峻的舆论风险和“污名化”挑战,但是我国在抗疫和防疫中所取得的硬核成果以及外宣媒体所发挥的作用逐渐被国际社会接受和广泛认可。如何基于“平台世界主义”和“转文化传播”的升维,推动我国外宣媒体纾困与突围成为当下学界和业界应当关注的重要课题。在“定制化+叙事化”理念的引导下,我们仍亟须强化国际传播的“平台思维”,在统合自身资源的基础上针对关键受众进行内容定制,进一步适配特殊时期国际受众媒介使用偏好的动态性变化,从对外传播中的

“机构角色”向“平台角色”转变。<sup>①</sup>近年来数字化平台的蓬勃兴起为我国媒体打破现有国际传播“西强我弱”的“失衡”格局提供了难得的契机，Tik Tok和李子柒等新媒体传播的成功个案值得传统媒体借鉴。在全球风险社会这一“新常态”的时代背景下，如何基于世界主义理念打造更具全球影响力的平台媒体，进一步改善和提升我国国家形象、为实现“两个一百年”的奋斗目标营造良性舆论氛围是未来我国对外传播和公共外交努力的方向。

（编辑：肖劲草）

---

<sup>①</sup> 史安斌,王沛楠.数字公共外交兴起与广电国际传播能力提升:基于“偶像”模式的分析[J].电视研究,2020(1):6-9.