

# 民族国家还是全球公共领域 ——国际公共传播研究范式分析

宋 奇

**摘 要：**通过对国际公共传播中民族国家和全球公共领域两种研究范式的分析，界定了两者不同的逻辑边界，分别对其主体、话语与渠道、存在问题等进行了辨析。理论是对现实具有解释力的抽象逻辑分析工具，研究认为，两者均是当前全球格局下有价值的分析方法，应由研究者根据研究对象、研究立场、研究价值的判断，择一使用。民族国家范式的国际公共传播，公共外交、软实力存在一定程度的重合，多元参与并不能改变一元主体的现实，应着重推动非官方政治的社会领域的参与。而全球公共领域范式对于多元主体理性对话的关注，将提供分析全球化和互联网革命有价值的理论工具，并可能推动更加民主的全球社会的形成。

**关键词：**公共传播；民族国家；全球公共领域；全球化

**作者简介：**宋奇，男，博士生。（中国传媒大学 国际传媒教育学院，北京，100024）

**中图分类号：**G206

**文献标识码：**A

**文章编号：**1008-6552 (2017) 02-0025-05

公共传播存在多种理论可能，是传播学学术创新的潜在增长点之一。但这一领域目前尚未吸引到足够的关注，尤其是既有文献对国际视野下公共传播的各个面向尚未进行梳理。美国维护本国利益时面向他国公众的传播，与全球互联网上的公共讨论有什么区别？民族国家与全球化的博弈时代，公共传播展现出何种可能？本文将对此进行分析。

## 一、概念梳理

### （一）从民族国家到全球：全球化进程中的理论更新

民族国家是当下世界政治的主要行为体，1618—1648年欧洲三十年战争以后，欧洲诸国通过威斯特伐利亚条约确立国际关系中的威斯特伐利亚体系，明确了近代国家的基本形态，以及主权不可动摇等基本原则。自17世纪以来，民族国家一直是人类政治生活的核心，也是最重要的政治权力主体。

在传播学研究中，国际传播一般被界定为是跨越民族国家边界的信息流动，最鲜明的特征是其政治性，也就是民族国家参与国际竞争过程中，以传播手段或传播工具达到其目的的过程。尤其是在冷战过程中，利用广播等大众传播手段进行的国际攻防成为这场没有硝烟的“战争”的重要组成部分，如美国之音、自由欧洲电台、苏联对外国电台的大规模干扰等。冷战结束后，因为民族国家参与国际斗争的需要，这种客观现实并未因为普世话语的散播而改变，而手段有了很大的更新。

但随着经济一体化程度的加深，尤其是冷战结束后，一种全球范围内的内在联系开始更深入地拓展到政治与社会生活的各个领域，对民族国家的三要素，也就是领土、主权与人民构成不同维度的挑战，也对学术研究提出新的课题，这就是全球化。全球化在一定程度上削弱了国家主权，产生了一种不以民族国家为基本单元，而以全球网络为基础的社会现实。国内有学者，如北京大学俞可平教授，认为全球化是有整体性影响的社会历史变迁过程。

值得说明的是，全球化并未代替民族国家在国际政治中的主要地位，两者呈现出叠加与相互影响的现状。在特定情况下，全球化甚至可能成为民族国家维护自身利益的新工具。作为对这一现状的回应出现了全球治理等理论，认为既然一种与全球化进程相适应的全球秩序已经出现，传统的国家间合

作或国际合作应该向全球治理转变。信息传播的全球化是全球化的重要动力之一，推动的原因包括传媒技术革新使得跨越国家边界的传播更为便捷、信息自由流动成为主导意识形态、跨国公司主导的信息传播格局推动“全球文化”等。这一全球传播使得全球治理、地球共同体意识的构建成为可能。

在这样一个民族国家占据主导、全球化进程仍在进行中的时代，对于国际公共传播的认识，也因之出现了侧重不同方面的理解。

(二) 公共传播的不同研究范式

和人际传播、国际传播、大众传播等传统研究分支相比，公共传播是边界相对较为模糊的学术概念，这也带来了在多个维度上进行理论创新的可能。公共传播引入国内的早期，有研究者认为，“公共传播的首要目的是说服受众，使之采取有益于自身健康和生活、有益于社会和人类的行为；引导他们积极参与公共生活和努力提高社会道德水准；指导更多的人承担并完成推动社会发展的使命。”<sup>[1]</sup>浙江大学吴飞根据布洛维的四类社会学区分，将传播学也划分为四种类型，公共传播即是其中之一，这从某种程度上突破了经典传播学研究的主流，也就是社会心理学影响下的经验功能主义流派。他认为公共传播是“基于公共社会发展的需要，积极参与各种社群实践活动，为人类的权利的平等、社会公正和民主参与社会治理提供理论支持”<sup>[2]</sup>，这就要求传播学者亲身投入社会实践，参与和卷入社区和社会公共事务，而且是可以面向学术界外的。北京大学师曾志认为，公共传播指向的是任何组织在处理和化解危机中所应有的一种思维行为模式，强调以组织所面向的现实的、潜在的公众为考虑问题的思路 and 出发点，在与这些公众利益的博弈过程中达到组织利益的最大化。<sup>[3]</sup>中国人民大学胡百精总结了公共传播的五种研究视角，即：公共关系的拓展、面向公众的传播、围绕公共议题的传播、公益传播、处于公共性维度的传播，<sup>[4]</sup>并自己提出第六种视角，即多元主体基于公共性的对话，并认为包含多元主体、公共性价值与整体性方法论、认识论三个维度。

多元主体与一元主体的区分，是公共传播学不同视角之间主要的、最具有隔离性的特征。主体的单一性决定了立场的单一性和手段的管理工具性。多元面向公共的，由交往和对话组成，主体的分散构成了新的可能性。一元主体的视角，则延续民族国家的工具管理理性。多元主体的视角，在纵向上与互联网时代的革命性变化相适应，为公共传播研究打开传播学对去中心化传播环境的适应；在横向上，就是与全球化相适应。

公共领域是为了人与人之间的沟通能达成一定共识而进行的一系列理性论辩过程所组成的沟通网络。全球公共领域（global public sphere）则是“公民个人或集体活动于其中的国际公共空间，公民们通过举办国际会议、创办报刊杂志或出版书籍、建立网站等多种形式，就他们共同关心的全球性问题或国际政策等展开自由的、理性的、批判性的对话、讨论和交流，形成全球性观念意识、文化价值和国际舆论等。”<sup>[5]</sup>

因此，这些理论流派与公共传播不同视角相结合，形成了民族国家与全球公共领域两种范式，为了便于下文作分析，分别命名为 N 型国际公共传播（Nation State Approach of International Public Communication）和 G 型国际公共传播（Global Public Sphere Approach of International Public Communication）（见下表）。

	一元主体	多元主体
工具性	民族国家（N 型）	
公共性		全球公共领域（G 型）

以下将分别对此作出分析。

二、民族国家范式

(一) 概念界定

N 型国际公共传播指通过对其他国家的公众进行组织化的信息传递，影响对象国的公共舆论，进而

影响其决策，使之作出符合自身利益的决定的传播形式。基于民族国家之间的政治性限定，这种视角下的国际公共传播，与公共外交、软实力取向的研究多有重合之处。

N型国际公共传播的参与者是多元的，但主体是单一的，也就是民族国家。维护国家利益，绝不能受限于传统视角，而要考虑时代的特征、历史的进程。这一视角下，虽然针对他国公众进行传播，但本质上仍然是为自己利益服务，常用促进公共利益、相互理解等话语。那种因为有媒体、社会组织等非官方行为体参与，就理解为多元主体的研究是错误的，因为民族国家作为单一主体，已经包含了这些机构参与之义，政府并非民族国家唯一代表，也并非政府之外的参与者就意味着多元主体。作为国家主权执行者的政府是最主要、但并非唯一的行为主体。

N型国际公共传播在政府之外还综合大众传媒、跨国公司、国际组织等多种行为体。随着现代性进程，民族国家的政治、经济和社会三个层面的区分愈发清晰，而N型国际公共传播主要是针对他国的社会层面，这决定了在形式上与传统外交有很大不同。随着各国民主化进程的加深，公民从仅仅参与投票的选民到能够影响日常决策；民主体制从公民对政府授权，到公民对政府授权+限权。对公众舆论影响能够对目标国的国家政策产生影响，这决定了国际公共传播重要性的提升，也符合国际关系中从秘密外交向公共外交的长期历史转型。

## （二）主体：一元主体与多元参与

国家是主体，政府作为主权的执行者，是最重要的实际行为方。值得一提的是，将民族国家看作最重要的行为体，在很大程度上弱化了阶级分析在国际关系中的首要地位，N型国际公共传播并不是所谓“寄望于人民”，以及通过对他国人民施加影响来改变其立场。这也是N型国际公共传播在实践中的边界所在，其工具性主要是辅助的，只有在特定时间、特定事件、特定情境下才有可能发挥主要作用，国际关系还是要通过政治性外交关系来推动。政府在N型国际公共传播中起到以下作用：

（1）确定国际公共传播的核心价值观与主要战略目标。在国际公共传播中，政府并不是所有的层面都“事必躬亲”，而是充分发挥社会层面的力量。从这个意义上说，N型国际公共传播是另一种21世纪的“总体战”，政府通过核心价值观和主要战略目标，协调相关机构，进行公共传播。

国家形象只是建构的一个中间产品。通过良好的国家形象建构，使得他国公众对本国产生好感，最后采取购买商品、消费文化产品、推动有利于外交政策的舆论等行动。要进行有效的效果评估，看是否对该国确立的战略目标有利，决不能为了树立形象而树立形象，只以形象建构评估效果。

（2）制定政策，主动参与及应对N型国际公共传播。政府可以主动制定政策，面向他国公众进行传播，比如中国国际广播电台等。也要对来自他国的N型国际公共传播采取防御措施，包括控制外国针对本国公众的传播，在冷战时期表现明显的如苏联对美国广播的干扰。在传统上控制进入本国的信息属于绝对国家主权的一部分，但随着信息自由流动意识的确立，这一控制面临着越来越多的质疑。

（3）提供经济支持，协调国内组织进行传播。政府可以通过提供经济支持，促使更广泛的国内组织参与。只有来自社会而非政治部分，才最适合进行N型国际公共传播。政府的作用应限定在各种环境性、支持性因素，是“教练员”而非“运动员”。如孔子学院由国家提供资金支持，主要内容是汉语教育、中国研究，目标包括“为世界各国提供汉语言文化的教学资源和服务，最大限度地满足海外汉语学习者的需求，为携手发展多元文化、共同建设和谐世界做贡献。”<sup>[6]</sup> 事业单位定位和灵活性过好党政机关，而如果进一步支持社会组织参与，效果有望进一步改善，如法国歌德学院、西班牙塞万提斯学院等。

## （三）话语与渠道

N型国际公共传播是一种“对我有利”的话语建构，主导思路是延续公共关系的工具理性，有鲜明的经验管理取向。但因为是面向他国公众和公共领域的，要适当采用能够被普遍接受的价值观作为话语，比如基于自由主义的国际关系话语等。以极端的方式挑战国际社会普遍接受的话语，会给国际公共传播带来极大限制。常使用的渠道和内容包括：

（1）媒体传播活动。包括政府新闻发布、媒体新闻报道，主要传播各类政治经济文化社会信息。渠道上可以是本国自有媒体的报道，也可利用对象国的媒体进行报道。本国媒体的报道多承担信源作



用,但受限于落地情况、接受习惯和政治限制,最多的还是对象国媒体的报道。在这时,有类似价值观和共享意识形态的会较为容易,反之将极大增加难度。新媒体渠道,有助于直接建立本国媒体掌控的渠道,但价值观的影响依然是决定性的,希望仅凭几家媒体就改变对象国依据系统价值观而完成“认知一致性”的态度,难度极大。从这个意义上说,N型国际公共传播同样也是价值观传播。

(2) 民间活动,包括民间的文化活动、民间的外交往来等。一方面N型国际公共传播突破了传统上仅对政治精英进行外交活动的惯例,面向更为广泛的受众。但在执行过程中依然有精英主义的影响,或者说来自传播学的舆论领袖与多级传播的影响,也即“影响有影响力的人”。各类组织活动可以很好地补充传媒渠道无法覆盖的领域,实现面对面的交流,在信息外增进情感沟通。

(3) 个人形象。如政府领导人出访、中国游客的海外形象等方面的个人形象,在N型国际公共传播中占据了越来越重要的地位,这一点体现了其政治性与社会性共存的特点。习近平总书记、李克强总理在国外媒体发表署名文章,就是发挥领袖个人角色对对象国的公众进行传播的作用。据人民网统计,2014年3月到2015年5月的14个月间,国家主席习近平已在海外发表署名文章15篇,平均每个月超过一篇。<sup>[7]</sup>

#### (四) 问题

N型国际公共传播在实践中遇到的问题,尤其值得注意的是良善理念的污名化,一些良善理念被操纵和带有利益诉求地进行操作,可能会影响对象国的国家利益。也就是强权国家“说一套、做一套”,而弱势国家因为斗争的需要,通过否认优势国家借助此类话语进行干预。但国际上的博弈,不应该成为在本国内否定良善理念的理由。要能够区分两者的边界,否则不但无法真正在国际上拥有被广泛接受的话语,使得弱势地位固定化、长期化,而且不利于国家自身的建构。

N型国际公共传播在理论上遇到的问题,是无法与公共外交、软实力研究做出非常明确的区分,三者多有重合。而如果没有新鲜的理论资源,那么无法架构为有价值的研究概念。在这一点上,公共传播真正的理论贡献实际上是被抹杀了。

### 三、全球公共领域范式

#### (一) 概念界定

G型国际公共传播不以民族国家为基本单位,而是以全球范围内相互依存的网络为基本着眼点,可以视之为全球范围内多元主体基于公共性展开的沟通过程、活动与现象,其目标是解决多主体间性中的公共性问题,处理公共事务,是全球治理的一个支撑,其核心的是多元主体。只有这样才能真正实现基于公共性的沟通,建构一个全球范围内的公共领域。

G型国际公共传播是高度基于公共价值和公共话语的对话沟通,参与者是平等的主体,由此构成合作网络。如果说存在主—客关系的话,那主体是人类社会,客体则是现代性、后现代性以来出现的新问题,如风险社会的冲击。这种变化并非绝对替代了民族国家视角,而是呈现出一种叠加作用。尤其在近期世界各国孤立主义、保守主义、民粹主义抬头的趋势下,全球公共领域有可能在全球合作中发挥更大的作用。

#### (二) 主体:多元主体的自主性

所谓多元主体,并非在传统传—受线性机制的一端增加几个行为体,比如由大众传媒发起变为由互联网等渠道发起,而是指每一个主体都可以自主决定其目标、战略、行动,而不受其他主体的控制或决定。自主性是主体的第一特征,多元主体是指每个主体可以自主决定其目标、战略、架构、成果。是否承认或许可多个自主主体的存在,是研究G型国际公共传播的关键。多元主体的特征还包括非营利性,也就是不以营利为目的,这与跨国公司等经济组织做了明确的区分;开放性是共享的,不是以封闭孤立为原则。

能够参与G型国际公共传播的主体包括:国际组织、全球公民网络、跨国社会运动、大众传媒机构、教育机构、商业机构等。在这里就体现出了国内国际一盘棋的特点:在国内对公共领域进行限制的,也无法在国际范围内有效地参与,因为国际公共传播一定是以国内组织的充分发育为基础的。制

度建设是基础性和前提性条件。

信息技术的进步为此提供了支持。以教育机构为例，麻省理工学院在二战期间承担了大量军方项目，诺伯特·维纳在研究高射炮如何瞄准飞机的课题时发明了控制论，而当下麻省理工学院，如美国工程院院士彭特兰研究可穿戴设备与联合国可持续发展项目。从由协助战争到支持可持续发展的变迁，麻省理工学院展现了教育机构在全球中从民族国家工具到公共领域治理的转变。

### （三）话语、渠道及问题

G型国际公共传播推动全球性认同的建构，超越民族国家的效忠，推动协同行动，最终实现全球治理。认同政治（identity politics）的发展是目前全球政治发展的重要趋势，在很多方面有替代利益政治（interest politics）的可能。通过在全球范围内回归人的基本关注，承认主体之间的平等对话，也就是主体间性，落脚到公共议题、公共利益，最终应对公共问题，如人权、国际安全等。不再关注具体传播内容所产生的效果（心理效果或经济效果），这是对传统主要关注进行的传播效果研究的超越。

有研究认为，互联网将通过赋权推动公共传播的发展，这在全球公共领域中尤其明显。因为地理距离、语言文化差异、政治限制、技术倾向等因素，传统大众传播渠道无力承担平等对话的重任，而互联网提供了这种可能。因为互联网的特点，受众主动地参与成为多元主体产生的主要动力，为全球公共领域的出现提供支撑。但这种方式同样也面临着诸多的问题。

G型国际公共传播作为有多重理论和实践创新意义的视角，是公共传播由模糊走向清晰的重要推动。但依然存在问题，其中最主要的是合法性问题：G型国际公共传播参与处理全球公共问题，进行全球治理。但在很多情况下国家权威的缺位乃至敌对，使其合法性受到质疑。如何使得多元主体的理性对话成果能够转化为实践政策？如何消除乃至对抗民族国家基于本体利益采用对公共话语的干预？如何向更广泛的社会空间中推广和论证自身不急于使传统国家认可的合法性？这些合法性问题将会逐渐得到解决，但目前仍然存在。

## 四、结 语

理论作为对现实具有解释力的抽象逻辑分析工具，在学术研究中具有相应的实用性。公共传播本身即包含多种可能，落到国际视野上，民族国家视角（N型）和全球公共领域视角（G型）都有其理论启示，如前者对于非官方政府的社会重视，后者对于多元主体对话机制的关注。从学术研究的立场上看，主要根据研究者对研究对象、研究立场、研究范式的选择，择一使用。但全球公共领域视角将对公共传播建设更加民主的国际社会，而非新的强权的浮现做出贡献。

### 参考文献：

- [1] 江小平. 公共传播学 [J]. 国外社会科学, 1994 (7): 46.
- [2] 吴飞. 公共传播研究的社会价值与学术价值探析 [J]. 南京社会科学, 2012 (5): 107.
- [3] 师曾志. 公共传播视野下的中国公民社会的发展以及媒体的角色——以汶川地震灾后救援重建为例 [J]. 传奇·传记文学选刊, 2009 (1): 14.
- [4] 胡百精, 杨奕. 公共传播研究的基本问题与传播学范式创新 [J]. 国际新闻界, 2016 (3): 63-65.
- [5] 何增科. 全球公民社会引论 [J]. 马克思主义与现实, 2002 (3): 32.
- [6] 国家汉办. 关于我们 [EB/OL]. <http://www.hanban.edu.cn/hb/>. 2016-12-15.
- [7] 学习路上. 习近平 15篇海外署名文章 亲民语言传递中国温度 [EB/OL]. <http://cpc.people.com.cn/n/2015/0508/c164113-26969793.html>, 2015-05-08.

[责任编辑：赵晓兰]

# **Nation State or Global Public Sphere? Two Research Paradigms of International Public Communication**

Song Qi

This paper analyses two research paradigms of international public communication, the nation-state and the global public sphere, by defining the two concepts and comparing their subjects, discourses, channels, and problems. Theory, as an abstracted logical tool, should be able to be used to analyze and explain social reality. Both paradigms, under such perspective, are useful in the current situation, and can be chosen by researchers based on their objects of research and values. This paper concludes that the nation-state paradigm, with much similarity to

public diplomacy and soft power research, still follows a single-subject model despite of multiple participation, and for a nation-state the social sector is more important than government. The global public sphere paradigm, meanwhile, puts more emphasis on multiple subjects' rational dialogue, carrying the potential to offer new analytical tools for globalization and the internet revolution, and offering the possibility to promote a more democratic earth. This research is a positive theoretical construction rather than a review of previous research, with the attempt to offer new support to public communication research from an international perspective.