

# 从特朗普“推特治国”管窥美国 政治建制派窘境

方晓恬

**摘要:**美国总统特朗普上任后,利用私人账号开启“推特治国”,在开创社交媒体执政范例的同时,也引发了世界政治的不确定性,成为一种特殊的传播现象。本研究以特朗普百日执政(1月20日至4月30日)期间所发476条推特作为研究样本,对传播内容、特点及反映出的问题进行分析,探究特朗普“推特治国”的反建制特征,“后真相政治”背后民众对建制派精英的不信任,以此为基础,思考中国如何规避问题,做好对外传播。

**关键词:**推特治国;建制派;后真相;新自由主义

**作者简介:**方晓恬,女,博士生。(北京大学 新闻与传播学院,北京,100871)

**中图分类号:**G206.2

**文献标识码:**A

**文章编号:**1008-6552(2017)06-0036-07

在2016年美国大选中,特朗普成为一匹反建制派精英的“黑马”,利用推特发表“不靠谱”言论,在备受传统主流媒体抨击的情况下当选美国总统。政治人物在总统竞选中充分利用媒体在美国历史上并不罕见,从“广播总统”罗斯福,“电视总统”肯尼迪,到“网络总统”奥巴马,很多人认为推特不过是特朗普赢得竞选的工具。但自1月20日特朗普宣誓就职以来,他将内政外交大事搬上私人推特,开启“推特治国”,成为以往任何一届美国总统不曾有过的特殊传播现象。

笔者以“特朗普”和“推特”为关键词在中国知网(CNKI)进行检索,发现对于“推特治国”这一特殊现象,当下学界的研究数量相对较少,从研究主题上看,大体可分为三类。第一类主要探究特朗普利用推特赢得总统竞选并开启治国模式的社交媒体策略,认为“推特可以实现即时发送和与粉丝的互动沟通。可以绕过对他充满敌意的传统主流媒体,既做新闻的主角又做新闻的制造者和发布者”<sup>[1]</sup>。第二类研究数量居多,主要分析“推特治国”可能引发的风险,认为“特朗普‘推特治国’突破了政治外交领域的一些基本规则,易引发政策混乱和国际政治风险”<sup>[2]</sup>。这一类研究的论调与西方传统主流媒体对特朗普“推特治国”的批评较为相似。第三类研究主要思考中国的传播应对之策,认为“要顺应新媒体时代的发展潮流,要在西方受众认可度高、互动性强的社交媒体平台上加大传播力度”<sup>[3]</sup>。也有学者通过对特朗普推特内容的梳理,提出“中国应该利用‘特朗普机遇期’打造我国对外经济话语体系”<sup>[4]</sup>。

这三种研究基本上将特朗普“推特治国”的传播特点、存在问题和应对之策阐述得十分清楚,为本研究提供了思路和启示。笔者进一步思考发现,这三类研究更多将“推特治国”视为一种社交媒体的实践范例,从传播技术和策略层面进行分析。特朗普“推特治国”并不单纯是新媒体的“胜利”或者“失败”,使用有字数限制的社交媒体谈论国家大事,甚至左右国家决策,其实反映出了美国民众对主流媒体和精英的不信任,这一问题更应放置在世界刚刚经历的整体变化中分析。2016年先后发生特朗普当选美国总统、英国“脱欧”、勒庞在法国总统大选中脱颖而出,这些并不是偶然事件,而是新自由主义主导的全球化走到一个历史拐点的象征。通过百日执政,可以管窥一位总统的执政理念,故此

笔者将特朗普宣誓就职日2017年1月20日至4月30日期间利用私人账号所发的476条推特作为研究对象，期待对“推特治国”进行“透过现象看本质”的分析，探究其传播内容反映的反建制本质，“后真相政治”时代美国社会产生的撕裂，并思考处在这样的历史拐点中，中国应该如何规避风险，做好对外传播。

## 一、“推特治国”的反建制特征

特朗普自2009年3月注册“@realDonaldTrump”个人账号以来，发布约3.49万条推特。特朗普几乎每日发推，热门推特的发布时间一般在凌晨三四点。从候任期至今，特朗普将内阁人选、外交关系、总统行程等内政外交搬上推特，开启了“推特治国”。迄今为止已经拥有约3092万粉丝的特朗普发一条推特，影响力远超其他媒体的报道，这使得推特成为特朗普绕过主流媒体、直通民意的“奇招”。

在语言和形式上，“推特治国”具有三个特点：其一是用语简单，他惯用单音节词汇，很少使用从句，曾有学者根据总统候选人所使用的词汇和句法来判定候选人谈话属于几年级水平，结果发现特朗普只达到了小学四五年级水平。其二是情绪化，分析其推特可见，特朗普常使用“太可怕了”、“太糟糕了”、“太危险了”这样的词汇嘲讽民主党人和他们的政见，使用“让美国再次伟大”这样有感染力的口号，使用“我们将带回我们的工作！我们将带回我们的边界！我们将带回我们的财富！我们将带回我们的梦想！”这样的排比句为自己宣传，并时不时采用大字号加感叹号凸显。推特发布有字数限制，本身就欠缺深入理性的分析，因此在用词和语句上发挥情感动员更容易吸引受众。其三是“简单重复”，在476条推特样本中，他36次使用“假新闻”、13次使用“失败的《纽约时报》”来抨击反对他的媒体，19次高呼“让美国再次伟大”。正所谓谎言重复一千遍就变成了真理，对简单语句的反复重复有助于强化受众记忆，更好实现宣传目的。

在“推特治国”内容方面，通过对476条推特的文本分析，研究发现，除了针对一些临时发生的事件发推特外，特朗普倾向于重点讨论三方面话题。

一是反对建制派媒体，样本中有74条推特内容为反对传统主流媒体。研究发现，特朗普36次使用“假新闻”、13次使用“失败的《纽约时报》”、5次使用“不诚实！”来攻击《纽约时报》、《华盛顿邮报》、CNN、ABC、NBC等媒体，18次称赞福克斯新闻台或表示要接受福克斯采访，7次使用“享受！”赞扬支持他的媒体。除了空喊“假新闻”口号之外，从特朗普涉及媒体问题的推特内容来看（示例详见表1），特朗普反对传统主流媒体的议题集中于移民、边境问题、奥巴马医改等，这些问题也一直是他和民主党之间的分歧。特朗普还反复宣称，这些媒体在他和他的政策问题上做“假新闻”，他们的民调也是“假民调”。特朗普通过一些例证来证明这些媒体是脱离人民的，为进一步宣传自己的主张打下基础。王维佳在《危机时代的问题单：谈国际传播秩序的转变》中指出：媒体精英本身是西方政治建制的构成部分，它并不是超然于党派性的存在。这正是提出“建制派媒体”这个称呼的缘故。<sup>[5]</sup>特朗普推特反对的媒体包括《纽约时报》、《华盛顿邮报》、CNN、ABC、NBC等，这些媒体一直支持美国建制派精英的决策，在2016年大选中也是“一边倒”支持民主党候选人希拉里。特朗普与这些建制派媒体的矛盾由来已久，当选后更直接与他们抗衡，只看好在政治立场上支持右派的福克斯新闻。与建制派媒体的对抗成为特朗普增加自己曝光率的手段，他直接跳过与主流媒体“重修于好”的环节，甚至扬言不参加白宫记者招待会，打破了将近一百年来美国总统惯例。

表 1 特朗普反对建制派媒体部分推特示例

发推特时间	推 特 译 文
1 月 28 日	“《纽约时报》和《华盛顿邮报》关于我的报道是如此虚假的、令人愤怒的，《纽约时报》已经道歉，向其不断减少的订阅者和读者道歉。他们从一开始就误解我，并且仍旧没有改过，永远都不会改！太不诚实！”
2 月 6 日	“所有对此政见不利的民调都是假新闻，就如同 CNN、ABC、NBC 在大选期间的所作所为。美国人民要的是边境安全和对入境人员严格的审查。这是我说的，很大程度上有数据支持，而且是众所周知的。这些制造假新闻的媒体，目的就是要传播谎言。”
2 月 15 日	“情报部门（国家安全局和联邦调查局）将信息非法泄露给快经营不下去的《纽约时报》和《华盛顿邮报》。”
2 月 20 日	“让公众放松一下，做假新闻的媒体试图要说，瑞典的大规模移民效果很好，不是这样的！”
2 月 25 日	“我将不参加今年的白宫记者协会晚宴，祝愿大家都有一个美好的夜晚！”
3 月 19 日	“听说做假新闻的 CNN 又在做民意调查，他们的选举调查简直是灾难，福克斯的效率明显高多了。”
4 月 1 日	“失败的《纽约时报》终于知道，在没有保险公司提供计划的地方，奥巴马医改的客户将无法利用政府补贴购买医保。换句话说，奥巴马医改陷入死循环。”
4 月 1 日	“哇，福克斯新闻刚刚报道：特朗普团队在提名前已经被监听。如果这是真的，没有比这个更大的新闻了，对美国来说，真是悲哀！”
4 月 21 日	“无论在我执政的头 100 天里完成多少事，那些媒体都会抨击。”
4 月 30 日	“主流媒体做的假新闻拒绝承认我的成就，包括签署 28 项法案，修墙和带给美国人的乐观与希望！”

二是反对民主党领导人及其决策，样本中有 70 条推特内容为抨击民主党，其中 32 条直接批评奥巴马，具体包括 14 条推特称“奥巴马医改是一个灾难”、7 条抨击奥巴马在竞选中对他“监听”，还有 7 条推特揭露希拉里非法竞选。研究发现，批评内容涉及民主党人工作效率低、执政懦弱、奥巴马医改、就业问题、移民问题、奥巴马竞选“窃听门”、希拉里非法竞选等。涉及民主党建制派精英及他们的决策时，特朗普的推特风格语言煽动性强，极尽嘲讽，他先后用“窃听门”、“麦卡锡主义”、“水门事件”暗讽奥巴马竞选时对他的“监听”，但对这一问题未提供确凿的证据。表 2 为特朗普反对民主党内容具有代表性的示例，他的推特勾勒出民主党人这样的形象：阻止美国人民就业、允许非法移民入境、给人民带来安全威胁和毒品威胁、撒谎、窃听并且与俄罗斯勾结。他批评最多的是奥巴马医改，声称其给美国人民带来了沉重的负担，这也是他为自己的医改争取可能性的一种舆论宣传。

表 2 特朗普反对民主党部分推特示例

时间	推 特 译 文
1 月 30 日	“当我们的工作机会离开我们的国家时，民主党和那些媒体的愤怒去了哪里？”
2 月 1 日	“你们相信吗？奥巴马政府曾经从澳大利亚接收数千名非法移民。为什么？我要好好研究这个愚蠢的交易。”
2 月 14 日	“奥巴马医保持续失败中，保险公司 Humana 将在 2018 年退出（奥巴马医疗保险市场），新政府出台的政策、我的医疗保健计划将挽救所有美国人！”
2 月 15 日	“克里米亚是在奥巴马执政期间被俄罗斯吞并的，是不是奥巴马对俄罗斯太软弱了？”
3 月 4 日	“太可怕了！刚刚我才知道，在我大选获胜前，奥巴马偷听我在特朗普大厦的电话，但他们没发现什么把柄。这简直是麦卡锡主义！”
3 月 27 日	“众议院情报委员会为什么不去调查那些卖给俄罗斯大量铀的比尔·克林顿、希拉里的决议、俄罗斯的演讲、俄罗斯给比尔·克林顿的演讲费、希拉里送给俄罗斯的礼物、希拉里称赞俄罗斯或是俄罗斯公司 Podesta？特朗普和俄罗斯的故事完全是个大骗局！”
4 月 27 日	“民主党在妨碍我们的军队，把他们的投资者从保险公司挽救出来。”

三是宣传“创造就业”和“移民禁令”两个话题。这两个话题不仅是特朗普赢得竞选的法宝，更成为贯穿他“推特治国”的两条主线。如果将反对建制派媒体和建制派政客作为特朗普一种“解构”策略，那么“创造就业”和“移民禁令”则是他“建构”起来的反建制政策，“解构”的目的也在于“建构”。研究样本中 29 条推特涉及就业问题，特朗普在推特上告知为推动就业而安排的各种会议、谈判等，随时公布达成的就业合作以及增加的就业岗位数目，以此证明自己的政绩。样本中 23 条推特涉及移民问题，主要表现为对西雅图联邦法院暂缓执行他签署禁止 7 个穆斯林国家公民入境的禁令表达强烈不满。从部分示例可见，他将“移民禁令”与边境安全、就业、毒品等问题联系在一起，认为民主党对他的反对会将美国置于一个不安全的境地。但这些数据，包括他“移民禁令”的支持率，都没有明确的来源。此外，特朗普经常在推特上高呼“工作岗位正在恢复，非法移民人数骤减”，并与他的经典口号“让美国再次伟大”联系在一起，使用大写字体，极尽情感煽动。

表 3 特朗普关于“创造就业”和“移民禁令”部分推特示例

时间	推 特 译 文
1 月 24 日	“早上九点要和汽车制造商讨论如何增加就业，我要在美国开新工厂，造出来的汽车在美国卖。”
2 月 4 日	“当一名法官可以阻止国土安全禁令时，我们的国家会有什么样的结果？任何人，包括心怀叵测的人都可以进入美国，‘非常坏和危险’的人可能现在正在进入美国，都是因为法官的‘可怕的’裁决。”
2 月 8 日	“移民禁令是特朗普至今最受欢迎的行政令之一（55% 的人支持这一法令）！”
3 月 6 日	“现在墨西哥湾区沿岸有 45000 个建筑与制造业工作机会，200 亿美金的投资额！我们又一次赢了，美国！”
4 月 12 日	“工作岗位正在恢复，非法移民人数骤减，法律秩序和正义得到恢复。让美国再次伟大！”
4 月 24 日	“修墙是阻止毒品流入、毒害我们青少年的强有力工具！”

除了以上三方面主要内容，笔者将特朗普百日执政中的涉华推特列举出来，详见表 4。在特朗普候任期，他曾连续发推特挑衅中国，公开宣称与蔡英文通电话，在南海无人潜航器问题上“出尔反尔”等，但并未引发过大的政治风波。在百日执政中，特朗普只发了 11 条与中国相关的推特，即便在中国国家主席习近平访美期间，也没有过多言论。主要议题集中于希望中国牵制朝鲜，也涉及到一些贸易、就业等问题。这也体现出特朗普与建制派不同的执政理念，他不过分关注中国是否会威胁到美国的世界霸权，更多将目光投放在国内经济的发展上。

表 4 特朗普涉华推特示例

时间	推 特 译 文
2 月 10 日	“失败的《纽约时报》，在关于中国的问题上做假新闻，说‘从 11 月 14 日以来习大大没有和特朗普先生说过话’，我们昨天打电话说了很长时间。”
3 月 16 日	“朝鲜表现太糟糕了，他们耍了美国很多年了，中国真是一点儿作用都没起。”
3 月 30 日	“下周和中国的会谈将会是一场攻坚战，美国不能再处于贸易赤字和失业的状态中了。美国企业也要寻找好的解决方案。”
4 月 8 日	“很荣幸接待中国国家主席习近平和夫人彭丽媛来到美国做客，（美中之间）巨大的善意和友谊已经建立，但经贸只有靠时间来告诉我们到底发展得怎么样。”
4 月 11 日	“我向中国国家主席承诺，如果他们解决了朝鲜问题，那么中国将会得到一个好得多的贸易协定。”
4 月 11 日	“朝鲜正在找麻烦。如果中国决定帮助解决这个问题，那很好。如果不帮忙，我们将会自己解决！美国！”
4 月 11 日	“昨晚和中国国家主席就朝鲜的威胁问题进行了很好的通话。”



时间	推特译文
4月13日	“我很有信心中国能够妥善处理朝鲜问题。如果他们不这样做，美国与盟友一定可以解决！美国！”
4月16日	“当中国与我们在朝鲜问题上一起合作时，为什么要把中国称为汇率操纵者？我们来看看将会发生什么！”
4月21日	“中国是朝鲜经济的命脉，当然没有什么是轻而易举的。如果他们想解决朝鲜问题，他们会的。”
4月29日	“如果朝鲜发射了导弹，他就不尊重中国的意愿，不过他们的任务失败了。糟糕透了！”

有人称特朗普是“独立候选人”，他一路从商，涉足娱乐圈，与美国政界几乎毫无交集。他能够打败有深厚政治资源的希拉里成为美国总统，一个关键因素在于反建制的理念。这一特点充分反映在他的“推特治国”上。特朗普百日执政所发的推特简洁易懂，较多使用“喊口号”式的情感煽动方式，充分迎合“红脖子”群体，即美国中下阶层白人，这一群体也是帮助特朗普当选总统的关键群体。诸如“让美国再次伟大”这样的口号利用了美国社会的民粹主义倾向，迎合在美国全球领导力下降情况下普通美国人对未来的期盼，感染力强。在推特内容上，特朗普大量设置反建制议题，批判民主党决策，反对传统媒体精英，与“红脖子”群体因生活动荡、分配不公产生的愤怒吻合，更容易争取受众，维系自己“为美国人民争取福利”的形象。在发推特策略上，煽动性强和反复的议程设置，对知识水平不高的受众是能够产生一定宣传效果的。

美国社会发展至今，“红脖子”群体成为了努力工作但得不到报偿的“受害者”，当他们发现资源和财富越来越集中于“富人”手里时，开始对做决策的建制派精英产生愤怒。他们文化水平不高，对于建制派的精英理念不屑一顾，更不在乎全球战略。与此前领导人谋求世界霸权的战略布局不同，特朗普更在乎“集中精力搞国内经济”。他此前以“为‘红脖子’创造更多就业机会”为竞选筹码，正是利用中下阶层白人对自由市场和虚伪民主的恐惧而获胜，当下的执政中，他更是坚持“对内发展美国经济，对外放弃意识形态”的“内倾”政治路线。英国公投“脱欧”事件中，“脱欧派”更多集中于相对不富裕地区，也是新自由主义引发的贫富差距的“对抗者”。可见，特朗普“推特治国”的背后，有着新自由主义走向历史拐点的历史和现实原因。但应当注意的是，特朗普的反建制和利用社交媒体“直通民意”并不意味着真正代表美国人民，其根本目的在于维系自己的统治，仍旧没脱离“传媒殖民政治”的本质。

## 二、“后真相政治”背后建制派的失败

2016年因为英国“脱欧”、特朗普赢得美国大选等一系列“黑天鹅事件”，“后真相”（Post-truth）使用频度增长了2000%。“后真相政治”时代，意味着真相不再是被扭曲或受到争议的对象，而是它本身已变得不再重要；个人有越来越多的机会围绕自己的观点或偏见来做出判断。<sup>[6]</sup>特朗普“推特治国”在三方面折射出“后真相政治”时代的特点。第一，社交媒体的运用为“后真相政治”推波助澜。推特属于私人社交，省去了传统主流媒体的层层“把关”，140字的限制使传播者很难讲清楚事实。推特形式更适合表达个人观点，不适合“客观呈现”。研究样本中，特朗普对于奥巴马“窃听门”事件、希拉里非法竞选事件，只表达了强烈的愤怒，均没有给出确凿的证据。他在推特上罗列了各种增加就业的数据，也从未说明数据来源。但他所拥有的庞大粉丝，可以利用社交媒体实现病毒式传播，充分宣传他的反建制决策，比花费较多时间精力跟建制派媒体打交道更加便捷。第二，“推特治国”的传播内容存在“情感重于事实”的特点。特朗普曾在他的《做生意的艺术》中讲到，“我做宣传的最后一把钥匙是虚张声势。我一次又一次地努力地引起人们的幻想。人们的想象力并不总是那么丰富，但在具有丰富想象力的人面前，他们也会激动起来。因此，适当的夸张是无害的。人们希望相信某种东西是最大、最好和最壮观的。我把它称为真实的夸张，这种无罪的夸大，恰恰正是一种极有效的宣传形式。”<sup>[7]</sup>而“推特治国”充分体现了他“发推特的艺术”。从研究样本可见，特朗普在宣传话语上极尽

煽情，如“我们将带回我们的工作！我们将带回我们的边界！我们将带回我们的财富！我们将带回我们的梦想！”“美国人的心性、战斗力和精神可以克服任何挑战”等，他曾19次高呼“让美国再次伟大”。当特朗普将“就业”和“移民”与重振美国光荣联系在一起的时候，对于受众，尤其是“红脖子”群体，很容易被吸引，事实自然就显得不重要了。第三，“推特治国”助长了民粹主义倾向。无论是目标受众定为“红脖子”群体，发布推特采用“利用社会矛盾”、“激起美国普通人情怀”等“情感重于事实”的策略，还是推特内容中迎合社会矛盾的各种反建制话题，特朗普的“推特治国”都很具有民粹主义倾向，而这种倾向在美国中下层白人遭遇困境的危机转折时期，最容易被激发利用。

有研究认为，特朗普“推特治国”将情感置于事实之上，伤害了新闻“客观性”，引发了“后真相政治”，问题的根源在于社交媒体泛滥，民众不理性，甚至包括特朗普个人性格上的不稳定等。回看历史，“客观性”不是新闻的天生基因。美国新闻业诞生之初，“新闻”是被“制造”出来的。在世纪之交，“讲故事”比“摆事实”更重要。经历了黄色新闻（Yellow Journalism），《纽约时报》率先摒弃“故事”模式，采用“信息”模式，坚持“力求真实，不畏不惧，不偏不倚”的原则。此后公关行业的虚假报道使新闻业更加需要“客观性”作为保证其行业“科学性”的准绳，并以此区隔专业新闻人才和业余爱好者。较为讽刺的是，在“后真相政治”时代，以“客观”、“公正”标榜自己的美国建制派媒体对美国大选的预测集体失败，还被贴上了“失败的《纽约时报》”、“假新闻”等标签，“客观性”神话的气泡似乎要被戳破。舒德森在《发掘新闻——美国报业的社会史》中谈到，新闻业的客观理想成了信仰的替代品，与其说是在作正面自我阐述，不如说是尴尬地在为自己辩护。在大众深深怀疑和无所适从的今天，新闻从业者需要一种逃避。“客观性”作为一种理想，常被用来作为权力的掩饰，有时甚至是用不诚实的方式去掩饰。<sup>[8]</sup>

标榜自己具有“客观性”这么多年的美国传统主流媒体为何会在2016年出现危机？这并非特朗普一人或者“脱欧派”的“不靠谱”可以解释。美国普通民众在经历几轮危机后发现，新自由主义主导的全球化是一个“肉食者谋之，肉食者肥之”的套路，总统竞选是不同党派之间权力的游戏，中下阶层白人努力工作也只能勉强维持生计。2016年美国大选前，皮尤研究中心在对4602名美国成年人的调查中发现，59%的受访者对大选和候选人报道感到厌倦，<sup>[9]</sup>盖洛普公司在对1020名美国成年人的调查中发现，仅有32%的受访者认为新闻媒体能够做出“全面、准确和公平”的报道。<sup>[10]</sup>特朗普正是在这种普通民众厌倦甚至对抗精英的情绪下，将自己打造成反建制的草莽英雄，在建制派媒体无法提供解决方案时，给了底层民众一种泡沫般的希望。《美国人为什么恨政治》从政治的角度为“后真相政治”提供了一种解释：20世纪60年代以来，自由主义与保守主义被各自的矛盾所困，长期陷入对立的意识形态论战，无暇推动国家前行，“解决问题的政治”衰落了。民众对政府的信心剧烈下降，负面竞选就变得越来越频繁。要吸引越来越多疏离的选民，候选人和他们的政治谋士采取了一种玩世不恭的姿态：玩弄大众对政治的愤世嫉俗的情感，借此赢得他们的选票。<sup>[11]</sup>

### 三、在对外传播中发挥中国特色

对于中国如何应对“推特治国”这一问题，有人认为特朗普“内倾性”强，无暇顾及中国；也有人认为，只要迎合他的商人思维，在利益上与美国达成共识，两国便可以和平相处。从研究样本中看，涉华言论比例的确不高，但中美两个大国的关系对世界是有一定影响的，无论是学者，还是媒体人，都不应过度简单化解读，而是要放置在全球背景与历史文化中考量，思考在欧美国家反建制风潮正盛、“后真相政治”带来诸多问题的今天，中国应该如何更好挖掘中华文化的智慧，做好具有主体性和特色的对美传播、对世界传播。

第一，实现媒体融合联动，做好“后真相政治”时代舆情应对。美国各界以及世界各国都开始正视“推特治国”的现实，很多知名媒体人每天都不再浏览新闻网站，而是直接查看特朗普推特。在“后真相政治”时代，新闻发布的碎片化、煽情化特征加大了舆情把控的难度，特朗普候任期对华的任

性言论引起的政治波动足以证明这一点。对此,中国政府应该在传播手段层面实现传统媒体与新媒体的联动融合。一方面,发挥传统媒体理性、深度的优势,在“后真相政治”时代发挥马克思主义新闻观对舆论的引导作用,坚持“实践是检验真理的唯一标准”、“根据事实来描写事实”等,制衡“后真相政治”时代可能产生的虚假新闻。另一方面,加强新媒体舆情应对,在海外多开通社交平台,如新华社在海外社交媒体平台的官方统一账号“New China”等。此外,人民日报中央厨房也是政府主导媒体融合的典范,通过资源整合实现全方位、多角度的监控舆情,开展有中国特色的“新媒体外交”。搞好对外传播的同时,积极尝试在坚守中国原则的基础上,寻找与美国可能存在的利益契合点。

第二,挖掘中国新闻传播发展史的传统和智慧,实现从单纯“反建制”到真正“为人民”。尽管特朗普每天将“美国人民”挂在嘴边,但这不过是他抗衡民主党、反对建制派的策略,作为美国权力阶层,他的“为人民”与中国共产党提出的“群众路线”是有本质区别的。习近平总书记一直提倡党的新闻舆论工作要坚持“党性和人民性的统一”,回看历史,共产党成立之初开辟展示工人自己作品的专栏,抗日战争时期建立深入基层的通讯员制度,“党管媒体”与“群众路线”一直是中国新闻发展历史中的宝贵财富。<sup>[12]</sup>在“后真相政治”时代,西方制造的“客观中立”、“自由民主”的价值神话在“黑天鹅事件”中开始被一一戳破,而中国新闻传播的优良传统将有助于抑制资本带来的言论泛滥,使新闻业真正联系人民、代表人民。

第三,讲好中国故事,在新自由主义全球化发展的拐点凸显中国特色。从特朗普“推特治国”,到英国“脱欧”,新自由主义倡导者在政策上的弱点已经随着2016年的“黑天鹅事件”暴露无遗,而中国主导的合作模式是不同于西方建制派精英倡导的“平坦的世界”的。回看历史,本着亲善友好目的下西洋的郑和与企图发掘财富发现新大陆的哥伦布是不一样的,中国的历史和文化表明,中国倡导的全球化是与西方有本质区别的。从2001年积极加入世贸组织到今天主导“一带一路”,中国对西方主导的世界经济经历了从“依赖”到“独立”的转变,开始跳出欧美“朋友圈”,通过“一带一路”、“亚投行”、“中巴经济走廊”建构自己的“朋友圈”。岁末年初,中国媒体对共产主义战士卡斯特罗、左翼作家陈映真的高调纪念,成为一个对西方价值观反思的缩影,在对外传播领域,中国应该树立文化自信,坚持主体性,讲出不同于新自由主义的中国发展模式,讲出不同于“普世价值”的中国发展理念。

## 参考文献:

- [1] 吴旭. 特朗普的“推特外交”: 中国对外传播面临的新挑战 [J]. 对外传播, 2017 (2): 56-57.
- [2] 东鸟, 任会来. 特朗普“推特治国”的未知深海 [J]. 汕头大学学报, 2017 (1): 81.
- [3] 闫亮. 特朗普上任后的世界变局与对外传播应对 [J]. 对外传播, 2017 (2): 11.
- [4] 钱晶晶. 顺势传播: “特朗普机遇期”中讲好中国经济故事 [J]. 对外传播, 2017 (3): 21.
- [5] 王维佳. 危机时代的问题单: 谈国际传播秩序的转变 [J]. 对外传播, 2017 (1): 10.
- [6] 易艳刚. “后真相时代”新闻价值的标准之变 [J]. 青年记者, 2017 (4): 17.
- [7] [美] 唐纳德·特朗普. 做生意的艺术 [M]. 张晓炎, 温琪译. 北京: 企业管理出版社, 1991: 12-13.
- [8] [美] 迈克尔·舒德森. 发掘新闻——美国报业的社会史 [M]. 陈昌凤, 常江译. 北京: 北京大学出版社, 2009: 143-145.
- [9] 民调: 近六成美国民众对总统大选感到厌倦 [EB/OL]. <http://world.huanqiu.com/hot/2016-07/9190260.html>, 2016-07-18.
- [10] 怪大选? 美国人对新闻媒体信任程度再创新低 [EB/OL]. <http://world.huanqiu.com/hot/2016-09/9447594.html>, 2016-09-16.
- [11] [美] 小尤金·约瑟夫·迪昂. 为什么美国人恨政治 [M]. 赵晓力等译. 上海: 世纪出版集团, 2011: 143-145.
- [12] 王维佳. “党管媒体”理念的历史生成与现实挑战 [J]. 经济导刊, 2016 (4): 29.