

数字化公共外交： 实践困境、理论缺陷与伦理风险

郭毅

(重庆大学新闻学院, 重庆 401331)

摘要：“数字化公共外交”是西方国家在对一百年来国际宣传和外交活动实践经验进行反思的基础上形成的，其核心是对公众和公意的发现与尊重。它反对传统公共外交的“独白模式”，提倡借助数字化的社交媒体平台并通过与公众互动和对话维持一国与其外国公众长期的和谐关系，营造有利于本国发展的外部舆论环境。然而数字化公共外交的效果不可高估，其在实践中不仅存在承诺与现实的巨大落差，也存在算法操控、虚假信息战、计算宣传等方面的伦理风险。其所崇尚的“参与式互动”终究只是一种理想化的乌托邦。

关键词：公共外交；社交媒体；算法；计算宣传；虚假信息

中图分类号：G206

文献标识码：A

文章编号：2096-8418 (2021) 05-0038-08

作为国际传播研究与实践领域的重要概念，“数字化公共外交”近年来已引起国内学界的关注。现有国内研究或是简要介绍数字化公共外交的基本理念及其西方实践，或是展望西方理念与我国国际传播实践对接的可能性。特别是新冠肺炎疫情爆发以来，国外学者对于数字化公共外交的论述更激发了国内学界对全球危机背景下我国国际传播能力建设问题的思考。^①

数字化公共外交在国外也叫作电子外交（e-diplomacy）、赛博外交（cyber diplomacy）、推特外交（twiplomacy）、脸书外交（Facebook diplomacy）、公共外交 2.0（public diplomacy 2.0）、新型公共外交（new public diplomacy）、社交媒体外交（SNS diplomacy）等。它并非新兴概念，而是一个起源于 21 世纪初并历经近 20 年实践探索的理念。然而国内学界不曾注意的是，国外数字化公共外交在长期探索中暴露出一些实践困境，反映出其理论本身的局限或缺陷。在“后真相”、大数据算法、民族主义浪潮，以及新冠肺炎疫情带来的逆全球化等背景之下，数字化公共外交更存在伦理风险。可惜现有国内文献不仅缺乏对数字化公共外交实践困境、理论缺陷和伦理风险的学理反思，还对数字化公共外交存在一些盲目崇拜。当面对一个西方概念，在译介之余对其进行严肃的学理反思是十分必要的。只有意识到其理论局限或缺陷，才算得上是对西方概念的透彻理解，才能避免陷入“概念陷阱”，进而更为有效地思考西方理论与本土实践的对接点。^[1]

基金项目：教育部人文社科基金项目“基于新史料的抗战时期西方驻华记者研究”（20YJC860009）；2020 年重庆大学中央高校基本科研业务费资助项目“当代西方新闻学术概念史研究”（2020CDJSK07PT11）；2021 年重庆大学中央高校基本科研业务费资助项目“中国特色新闻学术话语建设的探索与实践”（2021CDSKXYXW008）。

作者简介：郭毅，男，副教授，博士。

① 参见：史安斌、张耀钟《数字化公共外交：理念、实践与策略的演进》，《青年记者》2020 年第 7 期，第 78—81 页；张举玺、霍龚云《认同与合作：金砖国家对华数字公共外交研究》，《当代传播》2021 年第 2 期，第 93—96 页；张艳秋《数字公共外交与中国国际广播——以民营媒体企业为例》，《对外传播》2018 年第 10 期，第 54—57 页；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》，《对外传播》2020 年第 6 期，第 28—31 页；彭修彬《文化接近性与媒介化共情：新冠疫情中的数字公共外交探索》，《新闻大学》2020 年第 12 期，第 76—92 页。

一、发现公众：从公共外交到数字化公共外交

数字化公共外交是西方国家在对一百年来国际宣传和外交活动实践经验反思的基础上形成的，其核心是对公众和公意的发现与尊重。第一次世界大战之后，美国总统威尔逊率先提出并倡导“透明外交（open diplomacy）”理念。这种观点认为，大国之间的外交不应是少数权力精英和君主之间的寡头博弈和秘密协定。主张外交活动、外交决策的过程和结果向公众开放，接受公众的监督和评议，并在政策制定和活动实施过程中充分考虑公众舆论。^[2] 尽管在当时普通公众既对国际事务缺乏兴趣，也鲜少具备参与外交决策的必要知识和能力，致使“透明外交”只能停留在字面而成为一种高尚的理想，但“公众”的价值在外交领域终于被发现。

20世纪60年代美国提出公共外交（public diplomacy）概念，进一步强调“公众”的价值。与传统外交不同，公共外交的工作对象是海外公众，公共外交活动不是国家政府间的互动，而是一国政府与其他国家公众之间的互动行为。^[3] 公共外交的主要目的是与海外公众交换信息，消除海外公众对特定国家的偏见，在海外公众间宣传本国的外交政策、强化本国的正面形象和声誉。从这种意义上讲，公共外交是一种媒介化的外交，其与国际公关的功能相重合：外交人员通过媒体提供的信息进行外交决策，也利用大众媒体传播本国的外交主张，实现本国的国家利益。^[2] 由于突出媒体对海外公众的影响，美苏冷战结束后公共外交全面取代“心理战”和“反苏宣传”，成为国际宣传的代名词。

但作为国际宣传代名词的公共外交本质上仍是国家主导的行为。它假定社会中存在一些具有影响力的人物，并将之视作宣传的靶向。公共外交就是在政府主导之下借助大众传媒对外宣传本国主张并试图影响这些关键人物的观念和行为，进而对关键人物所属国家的外交与公共政策施加影响。^[4]

这种由政府主导的、单向传播的公共外交模式在21世纪初引起学界反思。其一，随着“全球媒体生态”的形成，大众传播媒介和信息发布的渠道不再被少数外交领域的精英所垄断，这使得公共外交信息更为多元和复杂，传播渠道也更加分散。“外交人员通过少数媒介渠道向大范围的外国公众进行宣传的日子一去不复返。”^[4] 其二，实践经验证明这种由政府主导的以“公共外交”为名义的对外强势宣传和单向传播效果不佳。特别是在提升或扭转一国国际声誉等涉及影响受众个体既有认知图式方面时，由于同时受到社会文化语境（“宏观社会变量”）和受众个体知识经验（“中介变量”）的双重制约，大众传媒（“传输机制”）更显得力不从心。^[5] 许多学者意识到信息的传递不能完全等同于传播。传播是双向的，公共外交中的国际传播活动必须意识到受众的个体经验是决定宣传内容作何阐释的关键，是受者和传者一起决定了传播的意义。因此传者必须积极地倾听受者的反馈，尊重受者的意见。^[6]

基于上述认识，学者们提出“新公共外交”（或“自由主义公共外交”）的理念。^[7] 新公共外交认为传统公共外交主要借助广播、电视、海报等大众传播媒介向外国精英群体单向传播，外国公众却没有机会回应这些公共外交信息。这种实用主义的、单向传播的、以“说服”为目标的独白模式是公共外交的最低层次。^[4] 与之不同，新公共外交强调非政府和非国家因素，认为公共外交应该是由非政府因素参与的、长期的、不以特定国家政策利益为目标的国际对话。^[6] 在新公共外交中，公众既是外交活动的客体也是主体，一国公众在使用大众传媒影响另一国公众观念与行为的同时，也被别国公众所影响。公共外交的结果是在这种以大众传媒为中介、以公众为主体和客体的互动中形塑的。^[3] 新公共外交就是要通过对话和参与式互动维持与外国公众长期的和谐关系，营造有利于国家发展的外部舆论环境。^[8]

社交媒体的蓬勃发展为新公共外交赋能。借助社交媒体平台，公共外交不再是政治精英的小圈子游戏。跨国企业、非政府组织、社会团体、围绕社会运动而组织与整合的普通公民都扮演者数字外交官的角色，参与数字化外交信息的全球传播。社交媒体平台不仅可以帮助各国外交部门精准地把信息和观点传送至“关键群体”，也为各国外交部门与公众直接对话提供了机会。这既增强了各国外交系统的海外政治影响力，也帮助其及时了解正在发生的自下而上的政治和社会运动，掌握国内外公众对于

不同议题的看法和态度，在对他国政治、社会、文化复杂性深入理解的基础上制定出更加妥当的外交政策。^[9]

“数字化公共外交”的概念随之应运而生。它作为一种“新公共外交”，是指政府与非政府人员和组织借助互联网、社交媒体平台、大数据与算法实施和参与的外交活动。其主要形式包括：通过社交媒体获取外国网友对本国外交政策的正面或负面的反馈意见；利用社交媒体宣传本国的观念、主张、政策、文化资源或在文化方面的成就；利用社交媒体和数字媒体技术强化两国之间在教育等方面的人员交流；推广本国政府外交部门在社交网站上发布的内容；外交人员在个人社交媒体账号上发布日常活动的消息，或发表观点等。^[10]

二、数字化公共外交的实践困境

自“数字化公共外交”概念提出以来，美国、英国、瑞典、德国、波兰、法国、日本、印度、乌克兰、以色列、俄罗斯、加拿大、澳大利亚等国纷纷响应。许多国家以政府文件的形式明确将数字化公共外交作为开展公共外交工作的新策略，并以专项资金和设立专门机构等形式予以制度性保障。例如美国在小布什政府时期于国务院设置了由 6 人组成的电子外交工作组（Taskforce of eDiplomacy），英国外交部则设有数字化外交办公室（Office of Digital Diplomacy）。^[11]至 2015 年，全球有高达 86% 的国家在推特上开设官方外交性质的账户，有超过 4100 位外交人员频繁更新推文。^[12]英国驻黎巴嫩大使 Tom Fletcher 甚至认为：“每个外交人员都可能在社交媒体上犯错，但如果不使用社交媒体则犯了更大的错。”^[13]美好的憧憬听起来振奋人心，但西方国家在近 20 年的实践中却发现了数字化公共外交的明显缺陷和困境。

（一）被高估的效果

在许多西方国家，外交策略制定者假定数字化公共外交会比传统公共外交取得更好的效果，然而承诺与现实状况之间却存在巨大落差。在实证数据面前，利用社交媒体开展公共外交的效果显然被高估了。

针对中东国家对美国的长期敌视情绪，美国曾在奥巴马政府时期成立了 10 人编制的国务院数字外交团队（DOT），利用社交媒体与中东国家的阿拉伯语、波斯语和乌尔都语公众交流、讨论美国外交政策。为了让传播的内容更加符合中东国家公众的阅读习惯，DOT 雇员均为阿拉伯和南亚国家后裔，且以阿拉伯语、波斯语和乌尔都语为母语。为了增加亲和力和信任感，他们公开以美国国务院公务员的身份实名与网友交流互动。然而 DOT 针对网友留言的平均回复时间达 2.77 天之久，这使得许多留言的网友在等待回复中丧失了与 DOT 交流的兴趣。不仅如此，在 DOT 介入并回复网友后，负面留言反而增加超过 30%。DOT 的数字化外交工作不仅没有达到预期，反而起到相反效果。^[14]

在 2014 年加沙战争之后，由于国际形象持续下滑，以色列投入大量资金实施被称为“公共外交 2.0”的数字化公共外交政策措施。包括在以色列高校有系统地训练大学生利用数字媒体平台塑造和推广以色列的正面形象，以洗白其在巴以冲突中对平民造成的战争罪行。但由于犹太复国主义深植于以色列文化话语之中，外界（特别是阿拉伯国家）仍然视以色列为“侵略者”，“公共外交 2.0”难收实效。^[15]

2014 年至 2017 年间，欧盟驻以色列使团频繁使用社交媒体与以色列公众互动，并向中东国家宣传和解释欧盟政策，突出欧盟国家和以色列间的“共享的价值观”以促进友好关系。为此欧盟驻以色列使团根据以色列和中东国家的文化和语言偏好、历史和政治语境量身定做了社交媒体内容，以迎合目标公众，然而以色列公众却对此持抗拒态度。欧盟在以色列开展的数字化公共外交不仅未能引起目标国家公众的共鸣，也没有吸引以色列公众参与深层次互动。

上述例证表明，积极使用社交媒体并按照社交媒体的逻辑组织内容并不能必然增强公共外交效果。正如有学者所说：“仅仅把公共外交活动移植到数字平台上无法保证达到预期效果，因为数字化的公众

可能会拒绝接受这些内容。”^[4]一旦把数字化公共外交简单理解为通过社交媒体渠道进行国际宣传，数字化公共外交的作用就更为捉襟见肘。约瑟夫·奈指出，依赖社交媒体平台的数字化公共外交仍然无法突破传统公共外交面临的国际宣传困境：“最好的广告也卖不出不受欢迎的产品。自以为是地呈现自肥自利的政策仍难以产生软实力。”^[16]这一论断呼应了沈大伟（David Shambaugh）的观点：“如果信息本身不够吸引人，在传播者身上投入多少资源都是徒劳。”^[17]换言之，传播形式和渠道的改变不意味着传播效果的必然增益。

此外，数字化公共外交的实施和效果也不是均质的。牛津大学教授 Corneliu Bjola 的研究指出，数字化公共外交能否取得良好效果取决于五个因素：（1）倾听，即“主动实时监测网上言论”；（2）有明确的目标并对近期和远期目标的实践优先级别进行排序；（3）线上和线下外交活动的配合；（4）与外国公众之间实时互动；（5）依据互动适时调整数字化外交活动。^[18]一些欧洲学者的研究则指出，一国数字化公共外交的具体实施受到本国人力资源、组织机构、经济水平、文化传统、法律体系等18种因素的影响或制约。^[19]因而有研究表明，数字化公共外交在贫困封闭的小国家使用时更为有效。^[20]

（二）缺位的“参与”和失败的“对话”

参与和对话是数字化公共外交的核心原则。“参与”意味着充分尊重海外公众的观点，充分调动海外公众参与外交政策的讨论。“对话”是对公共外交“独白模式”的改进，它要求公共外交在向外传递信息的同时也倾听外部的观点，进而修正本国的外交政策。传者与受者长期维持友善的对话关系，才能形成有利于本国发展的和平、良好的外部舆论环境。

然而在数字化公共外交的实践中，“参与”常常是缺位的，“对话”常常是失败的。有西方学者在对欧洲41个使馆的推特账户进行分析后发现，西欧国家最常采用的数字化公共外交形式仍是单向地宣传自己的主张，倾听则极为少见。^[21]在巴基斯坦和印度两个南亚主要国家，尽管两国政府都意识到社交媒体在公共外交活动中的重要性，但在社交媒体上政府部门与外国公众之间毫无“参与式对话”^[22]。而在另一些国家，数字化公共外交越来越沦为政治精英个人风采的展示平台^[23]，或是被当作一种“做给国内公众看的表演”，“他们特别急于让本国国民看到他们利用公共外交教育世界、纠正‘无知的外国人’的错误观念。他们在海外开展公共外交活动只是为了便于在国内进行宣传，让国内公众看到自己国家的强大”^[24]。

更为讽刺的是，类似的情况也发生在数字化公共外交的首倡者美国身上。1999年美国对外宣传机构美国新闻署（USIA）解散，政府内部频繁的人事更迭和政治斗争导致美国公共外交在政策方面缺乏清晰的思路，在组织机构与实践方面缺乏长远规划和连续性。直到小布什政治盟友 Karen Hughes 担任国务次卿后，国务院才从国防部手中取得了公共外交主导权，并大力推行数字化公共外交。^[25]为了在青年群体间消除极端主义意识形态，2008年国务次卿 James Glassman 提出“公共外交2.0倡议”。他在报告中写道，“我们的目标受众，特别是年轻人，不想听我们告诉他们应该去想什么，也不想听我们向他们宣传我们有多棒”，因而他主张用“对话”取代“说教”。^①

尽管如此，过去十余年里形式主义的数字化公共外交在美国十分常见。著名公共外交学者 Nicholas Cull 指出，美国国务院主导的公共外交仍然重视“向外宣传”而轻视“倾听和交流”。许多外交官员的社交媒体账户上不关注或订阅任何人，所发布的内容也无非是转发别人的推文。这些被用于数字化外交的社交媒体账户“只是用作推销信息，而不是围绕美国利益相关问题营造一个活跃的数字化社群”，真正的“对话”并不存在。^[25]

国内学者近期研究也对欧盟在中国开展的数字化公共外交提出质疑。证据表明，新冠肺炎疫情流行期间，欧盟驻华使团通过微博对中国开展的数字化公共外交只不过是“欧盟的独角戏”，并未与中国

① 参见：James Glassman. Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement, U. S. Department of State Archive, 1 December 2008. <https://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm>.

公众形成对话，也没有吸引到中国公众参与互动。社交媒体平台上开展的公共外交仍然是单向的说教，中欧双方都只是在微博上自说自话，缺乏良性的沟通。公共外交话语沦为各国“自己主导话语体系和价值观单向的反复表达”，以微博为载体的欧盟对华数字化公共外交最终失去应有的意义。^[26]

比形式主义的数字化公共外交更为令人担忧的是一些毫无意义的“伪交流”和“敌对式互动”。数字化公共外交的初衷本来是通过社交媒体拉近一国与另一国公众的关系，通过吸引海外公众参与讨论，促进双方的文化谅解，最终形成有利于本国发展的、和平的舆论环境。但在实践中，社交媒体却放大了现实中的冲突和暴力。例如，无论美国、澳大利亚、法国等西方国家驻华使馆的微博账号发布什么内容，下方留言区都充满了网民发表的与内容主题毫不相关的留言，或是讽刺、攻讦和谩骂。这些毫不相关的留言和仇恨言论，显然无法作为有效反馈以帮助上述国家制定和调适外交政策。这些“伪交流”或“敌对式互动”不仅毫无对话价值，更放大了现实之中的既有冲突。如此的“数字化公共外交”起到了完全相反的作用。

三、数字化“迷信”：数字化公共外交的理论缺陷

数字化公共外交在西方的实践困境反映出其理论本身的缺陷，而其理论缺陷的核心在于对数字化技术的过度“迷信”。社交媒体等数字化平台制造了“参与式文化”的假象，但这种参与式文化是否可能深植于公共外交实践值得怀疑。

第一，社交媒体平台为公众参与对话提供了机会，但这并不能保证在公共外交实践中形成参与式文化。例如，有以色列学者在研究中指出，以色列外交人员社交媒体账号关注者往往不太在乎账号发布的内容。利用社交媒体技术传递“和平的、强调共同价值观的信息”不会比使用广播电视发布敌对的“恐吓性信息”吸引更多海外关注者参与互动，也不会获得关注者更多点赞。这说明社交媒体虽然在技术上允许双向传播，但不必然引发良性的交流对话。事实上，“几乎没有哪个国家的数字化公共外交能够实现与海外公众之间真正的、健康的双向对话”^[27]。

第二，数字化公共外交所提倡的“参与式互动”是一种理想的乌托邦。^[28] 首先，实践证明增进理解不一定能够化解不同国家利益之间的深层次矛盾和价值观分歧。^[29] 其次，数字化公共外交归根结底是现实国际政治中权力关系的再生产，其所倡导的参与式互动无法回避国际关系中的权力不对称问题。^[30] 国际政治中的权力斗争必然要求以本国利益为中心向外施加影响，而不是反过来迎合别人、改变自己。正如英国外交专家 Carne Ross 所说，社交媒体和数字技术难以改变传统公共外交的独白模式。“社交媒体只是充当了政府对外宣传的新工具，它既不是政府之间的双向对话，也不是政府与海外受众之间的对话。它只是另一种形式的单向传播、对外宣传。政府仍然讲述他们的陈词滥调，只是把原先的载体换成了推文。”^[31] 此外，在外交实践中也不会有任何国家真的打算倾听海外网友的反馈并据此调整自身的外交政策。因为制定外交政策的依据永远是本国利益，而不是网友反馈的意见。所以数字化公共外交强调的参与式互动及其所假定的对话双方均等受益是不可能真正实现的。数字化外交充其量只是“相对来说允许一定公众参与的劝服”，它依旧不能超越国际政治中持久的单边主义。^[28]

第三，长期以来外交学界和业界对“参与式互动”这个概念的阐释存在问题。正如有学者指出，学界和业界对“参与式互动”至今缺乏明确的定义和解释。为了便于以“参与式互动”为指标衡量数字化公共外交效果，英国、美国、韩国、埃塞俄比亚、印度、以色列、日本、肯尼亚、波兰、卢旺达、索马里等国的从业者将“参与式互动”简单视为网友点赞和转发，这进一步把社交媒体和数字化公共外交等同于单向传播信息的工具。而在澳大利亚、加拿大、新西兰、瑞士等许多国家内部，外交人员对“参与式互动”的理解各不相同。^[4] 公共外交本来有两种不同的模式。现实主义的公共外交强调劝说与影响，作为国际宣传代名词的传统公共外交就属于这种模式。自由主义的公共外交是一种“关系模式”，它强调与外部世界建立良好的关系，营造适于自身发展的舆论环境。数字化公共外交作为一种新公共外交在最初被提出时属于这种自由主义的“关系模式”。^[32] 但由于对于数字化公共外交中的核

心概念“参与式互动”认识混乱，人们把两种不同的公共外交模式合二为一，进一步增加了实践中的困境。

四、数字化陷阱：数字化公共外交的伦理风险

在“后真相”、大数据算法、民族主义浪潮以及新冠肺炎疫情带来的逆全球化等背景之下，数字化公共外交的伦理风险也越发明显。^[23] 正如有学者指出，人们本来预期使用社交媒体等数字化技术吸引全球公众参与到公共外交事务对话中，可数字化公共外交“非但没有创造一种进步的、具有启蒙意味的全球公民社会，反倒在全球性的民族主义潮流中被蓄意操纵，以制造分裂和纷争”^[33]。

（一）算法操控

由于需要借助社交媒体平台开展工作，数字化公共外交的背后隐藏着大型信息基础设施提供商的技术垄断和算法操控。与仰赖广播电视等大众传媒技术的传统公共外交不同，数字化公共外交活动常常受限于社交媒体平台的算法制约（algorithmic confine），致使信息无法均质到达海外公众。例如，在2015年尼泊尔大地震之后，加拿大外交部试图通过推特对身在尼泊尔的加拿大公民提供领事保护。然而，除非直接关注加拿大外交部门的推特账号，或是用户的既有行为被算法程序甄别并判定为“对加拿大外交事务感兴趣”，否则无法接收到加拿大外交部推特账号推送的信息。因此，推特平台本身的算法过滤使得加拿大的数字化外交信息无法抵达大多数受困在尼泊尔的加拿大公民。由于算法制约在数字化公共外交活动中极为普遍，以致于许多国家默默出资在社交媒体以“广告购买”的名目进行内容推广。^[4] 不仅如此，社交媒体平台的算法程序根据个体用户的兴趣和内容偏好制造“过滤气泡”，使公众对国际形势产生误判。正如 Ilan Manor 所说：“一个登录推特账号的用户很可能在连续看到如下三条内容后误以为战争将至：特朗普总统把朝鲜称作威胁、英国首相特丽莎·梅呼吁制裁朝鲜、《纽约时报》描述朝鲜的军事演习。”^[4]

（二）虚假信息战

在民族主义浪潮和逆全球化背景下，数字化使“公共外交”和“虚假信息战”边界变得更加模糊。^[34] 与冷战时期需要在实验室花费大量时间伪造文件不同，互联网大大降低了伪造信息及其传播的成本。社交媒体在为公共外交赋能的同时，也给一些国家开展“虚假信息战”提供了方便。正如著名政治学者福山（Francis Fukuyama）在美国国务院公共外交政策委员会的咨询报告中所说，后真相社会中，社交媒体在促进更广泛的公众讨论的同时也造成了信息的武器化，“为了特定的经济和政治利益，虚假新闻满天飞；极端主义者也有了散播仇恨与谎言并免于惩罚的新平台”^[35]。

国外学界普遍注意到，近年来有些国家以数字化公共外交的名义对外开展所谓“积极举措”，有组织性地、系统性地依靠社交媒体向目标国家散播虚假、有误导性的消息或阴谋论，使目标国家的政治精英产生误判或影响国外舆论，以削弱公众对目标国家的拥护，恶化目标国家发展的国际舆论环境。^[36] 据媒体公开报道，2014年英国苏格兰独立公投期间，为了影响公投结果、制造更有利于自己的外交效果，有国家有意在 Youtube 视频网站上放虚假视频以营造多数人赞成苏格兰独立的错觉。

针对数字化公共外交畸变为新型虚假信息战的伦理问题，有学者近期指出，“在后真相时代，公共外交不再仅仅意味着与海外公众交流并塑造良好关系”，而要“积极主动反制其他国家不道德的数字化公共外交活动，以避免本国公众暴露在谎言和阴谋论中”^[37]。然而一旦把“反制”简化为“以彼之道还治彼身”，就有虚假信息过度竞争的风险。2014年在西班牙加泰罗尼亚地区举行全民独立公投期间，某国在社交媒体上专门针对这一事件面向西班牙公众发布虚假信息、宣传分裂主义。^[38] 为了防止分裂，西班牙政府也同样使用大规模散布虚假信息的方法反制加泰罗尼亚独立运动。^[39] 虚假信息战的过度竞争最终以污染信息环境为代价，泛滥的虚假信息损害了公众对真相的知情权。

（三）计算宣传

计算宣传是指由国家主导的、借助算法并使用社交机器人和网络“水军”在社交媒体平台通过传

播不实信息建构国际新闻话语、炒热话题、操纵舆论，并借此有意攻击敌对国家或塑造对敌对国家不利的虚假舆论氛围，影响国际政治格局。计算宣传也被用来转移话题，或漫骂攻击外界的客观批评，对冲或扼杀国际舆论场上的异见。^[40] 据学者估算，有超过三分之二的推特账户由社交机器人控制，而超过 10% 的推文由这些社交机器人生产。这造成近年来在阿根廷、澳大利亚、阿塞拜疆、巴西、伊朗、意大利、墨西哥、俄罗斯、英国、美国等国家出现使用计算宣传蓄意攻击他国的现象。^[41]

虚假信息战是通过制造和散布虚假信息，以干预别国政局或在国际性事件中形成有利于本国的舆论环境；计算宣传则更多的是以破坏和颠覆他国政权为根本目标。有研究揭露，2014 年克里米亚危机中有 45% 的推特账户是社交机器人，它们在乌克兰首都基辅发生欧洲广场集会时，伪装成波兰社交媒体用户攻击和侮辱网上支持乌克兰示威运动者。^[42] 2018 年因法国政府突然加征燃油税，巴黎民众走上街头抗议并很快发展成为大规模暴力示威的“黄背心”运动中，某国趁机组织了约 200 个社交机器人每天有组织地发布、转发虚假信息，故意放大暴力冲突以让民众相信法国警方正在实施暴行，煽动法国民众对政府的对立和憎恨，助长法国国内分歧。^[43]

五、结 语

数字化公共外交诚然拓宽了传统公共外交和国际传播的理论视野，其所倡导的参与和对话更是对“公众”价值的进一步发觉和尊重。然而种种实践困境证明这种“参与式互动”终究只是一种理想化的乌托邦。更不可回避的是数字化公共外交在算法操控、虚假信息战、计算宣传等方面的伦理风险。这些风险很大程度上恰恰是由数字化公共外交所崇尚的“数字化”造成的。这其实并不意外，当人们享受着数字化世界的便利时，就必然要面对“数字化世界的阴暗面”，这本就是新媒体时代的辩证哲学。^[44] 然而值得怀疑的是，当世界正在经历数字化公共外交带来的各种伦理风险和“阴暗面”时，公众可曾真的从中享受过便利？

参考文献：

- [1] 郭毅. 建设性新闻的认识误区与学理再反思 [J]. 西南民族大学学报 (人文社会科学版), 2021 (3): 155-160.
- [2] Plavsak, K. (2002). Communicative diplomacy for the 3rd millennium: Soft power of small countries like Slovenia? . *Journal of Political Marketing*, 1 (2-3): 109-122.
- [3] Zietek, A. (2016). New public diplomacy as a consequence of the information age. In Szkarlat, M. & Mojska, K. (eds.). *New technologies as a factor of international relations*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 106-111.
- [4] Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Cham: Palgrave Macmillan.
- [5] 郭毅. 国家形象对外传播中的概念混淆与实践误区 [J]. 对外传播, 2021 (3): 13-16.
- [6] Payne, G., Sevin, E. & Bruya, S. (2011). Grassroots 2.0: Public diplomacy in the digital age. *Comunicaçao Publica*, 6 (10): 45-70.
- [7] Huijgh, E. (2019). *Public diplomacy at home: Domestic dimensions*. Leiden: Brill.
- [8] Manor, I. (2016). *Are we there yet? Have MFAs realized the potential of digital diplomacy?* Leiden: Brill.
- [9] Surmacz, B. (2016). New technologies in diplomacy. In Szkarlat, M. & Mojska, K. (eds.). *New technologies as a factor of international relations*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 72-90.
- [10] Mazumdar, B. T. (2021). Digital diplomacy: Internet-based diplomacy activities or novel forms of public engagement. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17 (5): 1-20.
- [11] Bjola, C. & Homes, M. (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. London: Routledge.
- [12] Adesina, O. S. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. *Cogent Social Sciences*, 3 (1): 1-13.
- [13] Fletcher, T. (2015). Naked diplomacy. In Sandre, A. (eds.). *Digital diplomacy: conversations on innovation in foreign policy*. Lanham: Rowman & Littlefield, VI-XIII.
- [14] Khatib, L., Dutton, W. & Thelwall, M. (2012). Public diplomacy 2.0: A case study of the US digital outreach team. *Middle East Journal*, 66 (3): 453-472.
- [15] Aouragh, M. (2016). Hasbara 2.0: Israel's public diplomacy in the digital age. *Middle East Critique*, 25 (3): 271-297.
- [16] Nye, J. S. Jr. (2019). Soft power and public diplomacy revisited. *Hague Journal of Diplomacy*, 14 (1): 7-20.

- [17] Shambaugh, D. (2013). *China goes global: The partial power*. Oxford: Oxford University Press.
- [18] Bjola, C. (2016). Getting digital diplomacy right: What quantum theory can teach us about measuring impact? *Global Affairs*, 2 (3): 345–353.
- [19] Al-Muftah, H. etc. (2018). Factors influencing e-diplomacy implementation. *Government Information Quarterly*, 35 (3): 502–514.
- [20] Spry, D. (2018). Facebook diplomacy: A data-driven, user-focused approach to Facebook use by diplomatic missions. *Media International Australia*, 168 (1): 62–80.
- [21] Dodd, M. D. & Collins, S. J. (2017). Public relations message strategies and public diplomacy 2.0. *Public Relations Review*, 43 (2): 417–425.
- [22] Muhammad, I. (2019). Digital diplomacy via social networks: A cross-national analysis of governmental usage of Facebook and Twitter for digital engagement. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 18 (1): 49–69.
- [23] Manfredi-Sanchez, J. (2021). Deglobalization and public diplomacy. *International Journal of Communication*, 15 (1): 905–926.
- [24] Cull, N. J. (2019). The tightrope to tomorrow: reputational security, collective vision and the future of public diplomacy. *Hague Journal of Diplomacy*, 14 (1): 21–35.
- [25] Cull, N. J. (2013). The long road to public diplomacy 2.0: The internet in US public diplomacy. *International Studies Review*, 15 (1): 123–139.
- [26] 张莉, 崔杨臻. 新冠疫情期间欧盟形象的“自塑”[J]. 欧洲研究, 2021 (1): 49–94.
- [27] Samuel-Azran, T. & Yarchi, M. (2018). Military public diplomacy 2.0: The Arabic Facebook page of the Israel defense forces’ spokesperson. *Hague Journal of Diplomacy*, 13 (3): 323–344.
- [28] Bean, H. & Comor, E. (2012). America’s ‘engagement’ delusion: Critiquing a public diplomacy consensus. *International Communication Gazette*, 74 (3): 203–220.
- [29] 郭毅. 不可避免的冲突? ——中美博弈与对外传播中的价值观问题[J]. 对外传播, 2021 (6): 13–16.
- [30] Manor, I. & Surowiec, P. (2021). Conclusions. In Surowiec, P. & Manor, I. (eds.). *Public diplomacy and the politics of uncertainty*. Cham: Palgrave Macmillan, 329–342.
- [31] Sandre, A. (2015). *Digital diplomacy: conversations on innovation in foreign policy*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- [32] Martino, L. D. (2020). Conceptualising public diplomacy listening on social media. *Place Branding and Public Diplomacy*, 16 (2): 131–142.
- [33] Pamment, J. & Bjola, C. (2019). Conclusion. In Bjola, C. & Pamment, J. (eds.). *Countering online propaganda and extremism: The dark side of digital diplomacy*. London: Routledge, 172–180.
- [34] Nisbet, E. C. & Kamenchuk, O. (2019). The psychology of state-sponsored disinformation campaigns and implications for public diplomacy. *Hague Journal of Diplomacy*, 14 (1): 65–82.
- [35] Fukuyama, F. (2017). Forward: Public diplomacy in a post-truth society. In Powers, S. & Kounalakis, M. (eds.) *Can public diplomacy survive the internet*. Washington: Advisory Commission on Public Diplomacy, 1.
- [36] Kragh, M. & Asberg, S. (2017). Russia’s strategy for influence through public diplomacy and active measures: The Swedish case. *Journal of Strategic Studies*, 40 (6): 773–816.
- [37] Manor, I. & Bjola, C. (2021). Public diplomacy in the age of ‘post-reality’. In Surowiec, P. & Manor, I. (eds.). *Public diplomacy and the politics of uncertainty*. Cham: Palgrave Macmillan, 115–116.
- [38] Emmott, R. (2017, November 14). Spain sees Russian interference in Catalonia separatist vote. *Reuters*, Retrieved from www.reuters.com.
- [39] Strubell, M. (2021). *Lying for unity: How Spain uses fake news and disinformation to block Catalonia’s independence*. Berkeley: Cookwood Press.
- [40] Sanovich, S. (2019). Russia: The origins of digital misinformation. In Wooley, S. C. & Howard, P. N. (eds.). *Computational propaganda*. New York: Oxford University Press, 21–40.
- [41] Wooley, S. C. & Howard, P. N. (2019). Introduction. In Wooley, S. C. & Howard, P. N. (eds.). *Computational propaganda*. New York: Oxford University Press, 4–5.
- [42] Gorwa, R. (2019). Poland: Unpacking the ecosystem of social media manipulation. In Wooley, S. C. & Howard, P. N. (eds.). *Computational propaganda*. New York: Oxford University Press, 86–103.
- [43] Blakely, R. (2018, December 8). Russian accounts fuel French outrage online. *The Times*, Retrieved from www.the-times.co.uk.
- [44] Weiss, A. (2020). *The dark side of our digital world*. Lanham: Rowman & Littlefield.