

# 马克思主义新闻观的颜值、韧性和全球叙事<sup>〔\*〕</sup>

林克勤

(四川外国语大学 新闻传播学院, 重庆 400031)

〔摘要〕马克思主义新闻观作为新闻传播领域科学的理论体系,经历了百余年的发展、演变、创新,又吸纳了数字时代赋予的技术表达方式,形成了其与运行环境高度契合的话语框架。在这个与时俱进的话语框架中,马克思主义新闻观的颜值、韧性和全球叙事达成了内构的统一。马克思主义新闻观的深层颜值由其理论气质、来源国效应对世界新闻业的行为导引构成,马克思主义新闻观的韧性品质上溯至其创始人的人格魅力、悠久的历史积淀以及中国共产党的先进性和科学性,马克思主义新闻观的全球叙事则是在前二者的递延上综合了马克思主义新闻学的起点升维、政治文化的跨意识形态交流和华夏传播的全球范式的逻辑进路。

〔关键词〕马克思主义新闻观;颜值;韧性;华夏传播

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2021.11.004

马克思主义新闻观作为指导、规约、引领新闻传播事业的重要理论体系已经历了 170 多年的探索与发展。在这 170 多年里,马克思主义经典作家和中国共产党人建构、传承、创新、升维了马克思主义新闻观的精神大厦,不断与时俱进,科学阐明了新闻传播领域的客观运行规律和重要理论、概念,不仅形成了中国社会主义革命和建设时期新闻传播事业的完善管理机制,产生了大量有影响力的经验成果,而且近年来马克思主义新闻观作为一种规范性力量,也逐渐跨越文化和意识形态差异向国际社会广泛弥散,提供了具有一定普适性的中国思想和中国方案,为世界新闻传播体系的公平进步、正义运转作出了贡献。

马克思主义新闻观的当代话语承袭了马克思主义历史发展进程中的思想精髓与实践印迹,又吸纳了数字时代赋予的种种特质,构成了其启承有序、与运转环境高度契合的理论题域。在这个语篇框架中,马克思主义新闻观的颜值由其理论气质、来源国形象和其产生的社会性效果三方面构成,马克思主义新闻观的韧性机理滥觞于其创始人的人格魅力,又在历代无产阶级革命家的传承发扬中经历无数次危机的考验而迸发出强大的生命力,迭代展示并固化了其内在的危机复原力和创造力。这二者的兼容相加、交融鼓荡则为后资本逻辑下马克思主义新闻传播思想的全球叙事擘画了一种现实可能。

作者简介:林克勤,四川外国语大学新闻传播学院教授,中美后现代发展研究院特聘研究员,日本札幌大学客座教授。

〔\*〕本文系国家社科基金西部项目“马克思主义新闻观的当代阐释与对外传播”(19XXW001)的阶段性成果。

## 一、马克思主义新闻观的颜值建构:数字化时代思想的自我呈现

### (一)颜值:竞争优势识别系统的表征

“颜值”一词的出现,首先得益于视觉文化在数字时代的大肆流行和广受追捧。一个明显的事实是,视觉文化作为当代文化的一种亚文化,在巴拉兹、本雅明、海德格尔、麦克卢汉、齐美尔、德波等学者大力研究和不断发展中,已经成为现代公众获取信息、判断价值的重要认知手段。公众在经历了社交媒体海啸式的冲击后,越来越依赖于图像富裕带来的信息沟通便利,这是一种视觉中心主义的大生产配合着消费欲望的策略性观看,其目的在于炮制或聚焦重大事件、重要人物、重要景象以获得对人们核心注意力的抓取。<sup>[1]</sup>从此,“颜值”作为一种镜像本质逐渐成长为社会公众日常生活中关注的焦点。现如今,“颜值”崇尚已经成为数字化时代广大用户的自我心理主核,牢牢植根于人的本性之中,并深刻影响着人体的自知、情感、行为、意识、动机及个性,<sup>[2]</sup>决定着各种思想、理念、价值、文化在不同群体中的传播效果。

在语义生态学的视阈下,“颜值”的本意是指人的相貌美丑的程度,即俗语所说的“好看不好看”,仅指的是面容,而与身材、气质、穿衣、行为等印象元素并无关联。但随着“颜值”一词在社会上的流行范围与公众使用度越来越宽泛、频繁,它的含义逐渐发生了微妙的变化,从狭义的仅指面貌、五官的美丑延伸到了对一个人、一件物品、甚至一个抽象对象外表好坏整体看法的综合评价。这个语义内容的阐发仍然强调的是对指称对象外在形状的感知呈现,它是一种具象的模仿、一种实在的观测。“颜值”的所指在现代数字社会中得到广泛运用,其内涵几经变迁,到后来竟然嬗变为一种范畴维度的统揽,完全超越了其诞生之初只聚焦对象形状、轮廓等实在层面的意义锁定,如对中国文化、大众文化以及民族精神“颜值”的推广运用,以及对言行、态度、方

法等“颜值”的扩展演绎等,都是这方面的例证。从语用理据及外部环境来看,“颜值”一词的流行也明显受到多种外在因素及使用者心理接受模式改变后的推波助澜。有研究者认为,在现代社会的言语交往活动中实际存在着两股力量,一股力量是人类交往和表达的实际需要,一股力量是人在生理和精神上的惰性。<sup>[3]</sup>现代科技的发展给人类生活带来了极大的便利,但这种依赖于现代科技的生活复杂程度也越来越高,必须要用大量描述、定型、释义的词汇去表达社会交往中的各种丰富内容。因而,在面对不断涌现的新鲜事物的时候,我们原有的词语储备、知识结构和表意元素就显得不够用了,有可能出现一种应对海量信息的交往困境,必须要寻找一种更为简洁且覆盖面更广的表达方式。“颜值”一词的出现,就是涵盖多种语义结构、多样客观对象的对实在界、意识界、符号界等外表进行程度评价的综合性表达方式,它十分简洁实用,指向多元,包含意义也更广,既满足了语言的经济原则和使用者的惰性心理,又取得了描述与接受相互统一的传播效果。

近年来,中国经济的飞速发展在世界上取得了举世公认的成绩,赢得了国际社会的瞩目与尊重,但国际社会对中国国家形象的认知与建构却远远落后于社会主义实践所取得的伟大成果。这可能是综合性运用品牌管理、公共外交、贸易投资、旅游推介、思想交流不够协调和系统的原因。目前大多数国家都在尽可能地推广其思想文化产品和服务,建立其国家声誉,这包括旅游推介、投资活动、文化教育交流、外交政策体现、非政府组织和企业的海外运营,等等。我们把这个融合了品牌管理、贸易投资、文化交流、价值传递、旅游推广、外交宣传等内涵的举措称之为对竞争优势识别系统的建构,<sup>[4]</sup>从而与单一的国家形象建构区别开来。在这个竞争优势识别系统中,作为意识形态的马克思主义是清楚地把中国与其他国家区别开来的显著表征,因而马克思主义就是这个竞争优势识别系统的“颜值”。

国外公众及政府对中国国家品牌的认知与认同,都是首先依赖于马克思主义理论“颜值”这个认知捷径,而非持久积累、理性测评后结合多维背景的详细分析。因而,花大力气设计和完形竞争优势识别系统的表征,树立起积极、正面、进步、繁荣的国家第一印象,对于培养国际媒体、他国政府及其公众对中国的注意力与尊重度至关重要。

## (二)马克思主义新闻观“颜值”的深层构成

马克思主义新闻观的“颜值”包含了对马克思主义新闻观作为观察对象的外表描述与实存展现,也涵盖了对其内在结构、精神气质和符号魅力的广域映射。总括而言,马克思主义新闻观的深层“颜值”由以下几个方面构成:

1. 理论气质。“气质”本是一个模糊概括又饱含争议的心理学术语,从历史上看它有三大取向,即指人的中枢神经机制、情绪上的个体差异或者行为体的风格特征。<sup>[5]</sup>我们把它借用过来主要是沿用“行为体的风格特征”这一特殊内涵。马克思主义新闻观的理论气质得益于对马克思主义优秀基因的传承与发展。基因决定了物种的基本特征,也极大地影响了该物种能否在今后的成长历程中蓬勃生长、开枝散叶。马克思主义新闻观的理论气质就是其真理性,这种真理性既来自于马克思主义认识论的先进性和科学性,又经历代无产阶级革命家不断丰富和发展,标举了认识论意义上新闻传播领域的系统真理,揭示了人类社会新闻传播活动的基本规律与核心价值,为人类文明的衍化发展及阶段转向作出了宏观理论的重大贡献。这个真理性体现在:坚持了区别于其他学说的实践性立场;构建了一种理性思辨与事件探察并重的哲史对话逻辑;突出了一种万物互在、普遍联系的总体性思维立场;把对立统一规律作为马克思主义新闻观方法论的核心精髓,并以之指导新闻传播活动;强调了无产阶级新闻事业的工作性质、工作原则和工作规律都要以“人民为中心”。<sup>[6]</sup>迄今为止,马克思主义作为科学的理论体系仍然在国际社会拥有很高的

美誉度,能够广泛吸引学术界、理论界、思想界的关注与跟随,这为马克思主义新闻观的全球传播奠定了非常有利的前提条件。

2. 来源国效应。从营销学的角度看,市场上往往有这样的情况,商品来自于哪个国家基本上决定了它的受欢迎程度。许多年以来,德国经久耐用的工程技术、法国时尚的服装款式、日本精微化的产品、意大利高档的手工皮具、瑞典创新的设计方案、英国奢华的等级传统、瑞士优雅的手表等等,都为公众所着迷而追捧,这是因为这些品牌背后的国家值得信赖,营销学者把这个现象称之为“来源国效应”。<sup>[7]</sup>一种商品、一种理论是否得到国际社会的认可,其背后的国家声誉具有深刻的影响力。国家声誉被设定为一个国家的软实力,在国际上能增进国家间交易和谈判结果的良好达成。基欧汉认为,在国际交往中,良好的国家声誉具有非同寻常的意义。因为在不确定性和非集中化的条件下,政府决定和谁、以何种条件达成协议,很大程度上取决于它们对参与者信守诺言的意愿和能力的预计。而良好的声誉使得政府易于加入可从中受益的国际机制,而那些声誉不佳者则要付出难以达成协议的代价。<sup>[8]</sup>改革开放以来,中国开始融入世界体系之中,随着其经济、文化、政治的开放包容程度加大,中国国家治理能力日益提升,国家声誉逐渐增强。特别是在1997年亚洲金融危机期间,日本考虑自身利益,任由日元贬值,并从许多国家撤回资金,使情况进一步恶化。而中国则从稳定地区金融的大局出发,承受了巨大压力,作出了人民币不贬值的承诺。英国和法国高度赞扬中国在亚洲经济危机时的负责任行为,认为“北京是稳定和负责任行为的支柱,是地区经济和金融稳定的支柱。”自此,中国在这个世界上赢得了负责任大国的声誉,开启了中国与许多国家良好合作的序曲,进一步提升了中国的国际话语权。有了这个美誉度支撑,中国思想、中国理论的对外传播就拥有了可靠的国家背景,来自中国的思想产品和物质产品就戴上了充满魅力的桂冠。



3. 对全球新闻业变革的行为导引。马克思主义新闻观强调, 牢牢坚持以正面宣传为主、弘扬主旋律、传播正能量, 这是党和国家新闻舆论工作的重心和支点。新闻舆论是公众对当前社会现实的总体反映, 这里面有正面的、积极的、向上的意见, 也有负面的、消极的、悲观的声音, 但社会主义社会的主流是发展进步, 是积极乐观, 是团结向上。因而, 社会主义新闻舆论工作要坚持正面宣传为主, 真实反映经济社会健康运行的全貌, 准确擘画社会公众积极向上的心态, 有效发挥新闻传播事业在社会建设中的正面导向作用。习近平同志指出: “我们正在进行具有许多新的历史特点的伟大斗争, 面临的挑战和困难前所未有, 必须坚持巩固壮大主流思想舆论, 弘扬主旋律, 传播正能量, 激发全社会团结奋进的强大力量。”<sup>[9]</sup> 马克思主义新闻观的理论原则不仅证明在中国的新闻传播场域是有效的、正确的, 也在世界范围内掀起了一场正面报道的新闻业范式革命。从 1998 年起, 西方新闻界就开始反思其客观性新闻表达机制在社会发展中的现实困境, 从而提出了建设性新闻的新范式。这股思潮从北欧发端, 逐渐蔓延到美国、英国、日本等主要资本主义国家。建设性新闻把解决问题、倡导行动主义和正向功能作为增强新闻生产的影响力的主要理念, 是西方新闻业面临结构性危机时寻找出路的一种实践转向。<sup>[10]</sup> 建设性新闻一反西方传统新闻学所坚持的以媒介为镜客观反映发生事件的逻辑窠臼, 承认新闻媒体、新闻人在构建社会现实中的积极主动作用, 强调通过有意识的引导、避免造成负面影响、预防各种犯罪、提供力所能及的解决方案、多样化的观点和来源等形式, 为社会的稳定向善和发展进步发出声音。不难看出, 建设性新闻虽然源出于西方世界, 但其理论立场与实践抓手却和马克思主义新闻观倡导的正面报道为主等核心旨趣一脉相承, 这充分证明了马克思主义新闻观这个理论品牌的吸引力和凝聚力, 反过来, 世界范围内新闻传播业的实践变革不断从马克思主义新闻观理论体系

中汲取营养和寻找支撑, 也证明了马克思主义新闻观的颜值担当和潮流影响。

### (三) 马克思主义新闻观“颜值”的养成路径

认知传播学认为, 人类总是立足于自身的立场和现实情景来体悟生存经验和认知人生意义的, 由此就形成了人与人之间各不相同的人生观、世界观、价值观。正像海德格尔所描述的那样, 人的心灵同时兼有“诗”与“思”的波动和变换, 于是在对外界事物进行再现映射的时候, 就会引发心智对实在界的感性加工和理性加工, 也可以称之为情绪加工和认知加工。这就是人类行为与意识相互联系之间的两种工作机制。

感性加工是人的心智对外物进行摄入时的一种情绪或者情感加工, 或者说, 是一种“诗性”的发挥与延伸。情绪是人类独有的品行, 是漂浮于生活或工作空间的表层化意识, 如果管理得当, 它能够给人的生活增添色彩和趣味; 如果控制不好, 它也会给我们带来严重的负面效应。心理学家认为, 作为有意识的人类, 我们的日常生活是由情感的连续流构成的,<sup>[11]</sup> 人类无法完全禁绝情绪或者情感对自己的侵入与操纵。情绪、情感、心情都是人类体验到的一种极端自然的生理现象, 相对逻辑、知识、概念等理性的编码, 它们是一种非理性的选择, 对人类认知行为会产生非常强烈的规制和重塑作用。马克思主义新闻观作为一个理论品牌进入公众的视域时, 人们首先启动的是自然的、直接的、感性的判断, 即面对其颜值触发的第一反应是情感直觉。在这种完全依靠第一感官的性情加工中, 品牌的文字和图形设计旨在首先唤起公众的审美感受, 而与其品牌的实际功用关系不大。公众可能会因为对象的颜值吸引力而产生积极情感, 如马克思主义新闻观品牌标识的精雕细刻可能带来总体、活跃和深刻的印象, 其设计的协调、统一则可以体现平衡和对称, 与自然环境和社会环境的相互映衬则可以体现绿色、生态、环保、有机等人们乐于接受的价值取向。一般来说, 在一个标识图形中自然图形比抽象图形更受公众的青睐, 黄金比

例的图形则更容易引起人们的愉悦感,而华丽、厚重和紧凑的字体则容易令人喜欢、吸收、安心和留下深刻印象,等等。另外,品牌颜值构成的色彩也能引发人们不同的情感反应,如红色可以令人愉悦和兴奋,能提高血压和食欲;绿色和蓝色有让人平静、轻松的功效,带来一种与自然融为一体、享受闲适和优雅的感受等。经由这些表征化的情感加工路径,消费者对品牌的积极反应与心理亲近会较直接地投射到承载品牌的产品或企业,而不需要处理大量信息或付出艰苦的认知努力,因此是一种颜值建构的普适性方法。

理性加工是面对外界事物人脑产生的一种冷静状态下先验或者经验的工作和影响机制,即一种“思性”的推理和判断。它把大脑假设为一个知识储存与处理的容器,那些通过直接体验和间接体验获得的知识以符号的形式潜藏于这个容器之中。正如拉克曼等人所指出的那样,少量较为基本的符号计算操作,例如编码、比较、定位、储存以及类似的神经元行为,可能最终负责人类的智力,有能力创造知识、新奇感,或许还有对未来的一种期待与憧憬。<sup>[12]</sup>这些基本的知识符号对于进入大脑的信息会产生最初的消化、取舍、记忆、改写等等,发挥着中央处理器的作用。正是人脑中存在的这种理性思考、逻辑推判、文化投影、知识缠绕等对于外界事物的加工施效,形成了人们对于同一对象认知行为的不同表征与内涵区别。当公众接触到一个陌生的品牌时,由于尚未对其产品或者服务产生直接的体验,往往会借助品牌颜值提供的信息形成对品牌的本体认知。奥斯古德等在研究词语的内涵意义时发现,“评价、效力和活跃度”等三个方面可以影响人们对词语的看法。其中,“评价”是那些积极、向上、好的、愉快、美丽的东西,“效力”包括强壮、勇敢、粗犷等,“活跃度”意指热情、活跃、快速、精力充沛等。<sup>[13]</sup>这三重认知维度可以用来分析各种品牌颜值内隐的意义线索。公众对一个理论品牌的认知路径依赖还包括其类型和广告文案等因素,如果一个理论品牌的设计与其内

涵质量和学术水平相一致,公众可能形成对该品牌的正面认知;相反,如果表里背离,外形标识与内在价值不一致,公众可能会对该理论品牌产生困惑和怀疑,继而对其形成厌恶心理。当然,在分析品牌颜值各种设计要素的意义时,不能光依赖于评价本身,还需重视视觉冲击力和行为触发力,即要重视人的感官系统在形成认知的过程中发挥的关键作用。如可以采用移动通讯设备或网络社交媒体来打破枯燥的理论品牌认知过程,突破平面设计的局限,采用H5、长中短视频、虚拟场景等技术革命让“厚理论”“轻传播”起来,或者适当地采取一些拟人化设计,让理论动起来。因而,从交互、体验、扎根、轻叙事等方面研究公众对理论品牌颜值的认知反应,是一个值得期待的创新性突破。

品牌颜值设计影响公众意见的情感路径和理性路径是同时存在、相互渗透的,并非有先后之分、高低之别。当社会公众在衡量某个品牌颜值是否美观时,也会考虑这种表象有没有夸大、存不存在扭曲、与其本质特征是否匹配等等。这些因素与公众的个人喜好、所处环境的制约、外来力量的促进或阻碍等条件仍然有着密切的关系。在把马克思主义新闻观作为一个理论品牌,研究其在公众心中的印象或地位时,可以适当地参考视觉营销、感官营销的相关范式与市场反应体系。

## 二、马克思主义新闻观的韧性展示:危机复原力和可持续创造

### (一)马克思主义新闻观韧性的来源

“韧性”这一术语最早用于形容生态学中简单弹回(原来的状态),描述物质或机体的柔韧性与伸缩性,最直接的意思就是恢复或者弹回——即事物受到外力作用后回复或弹回到原来状态的一种特质。这里提到的事物可以是人体、系统、机制、观念等各种对象。而在社会生态系统及其相关领域中,“韧性”强调的是物自体本身的赋型、适应、抗压,即在外力压迫下不被摧

毁并迅速复原的能力。<sup>[14]</sup>马克思主义新闻观作为一种思想力量,历经百年的挑战与磨难,始终屹立不倒,并长盛常新,展现出了深厚的危机复原力。它的韧性机理来自于以下几个方面:

1. 创始人马克思恩格斯的人品与才华。奠基者的人品才华与科学理论的问世有着内在的紧密关联,没有卓越的人格品质实难产生以解放全人类为己任的伟大理论。作为马克思主义新闻观的创始人,马克思恩格斯具有无与伦比的人格魅力,他们的人品与才华是创立科学社会主义体系必不可少的主体条件和内在支撑,二者之间的联系不是偶然的,而是必然的。<sup>[15]</sup>马克思的超凡品质首先来源于他为解放无产阶级乃至全人类而历经千难万险、忍受世间折磨的超强意志和坚定信仰。马克思从来都没有放弃过解放全人类的崇高追求,在艰难的环境中不仅没有被各方反动势力击倒,反而迸发出强大的生命力和创造力。其次,马克思的卓越才华来自于他个人超凡才智的熔铸。马克思博览群书、纵横古今,其知识结构跨越政治学、经济学、哲学、文学、人类学、社会学、语言学、传播学、新闻学、统计学、心理学等多个领域。即使到了信息高度发达的今天,这样的百科全书式学者也非常罕见。第三,马克思的品行才华还来源于科学社会主义理论的预见性、权威性和真理性。马克思一生中最伟大的两个发现——唯物史观和剩余价值理论终结了历史宿命论和悲观主义哲学,给世界带来了光明的憧憬。从当今主要资本主义国家100多年发展中所带来的劳资关系、收入分配、社保政策和政治民主体制的改善中,我们都能看到其文明进步中马克思主义的巨大影响。恩格斯的超凡人格固始于他惊才绝艳的智慧。据文献记载,恩格斯本人通晓多国语言,其中可以熟练运用的就有12种之多,是公认的语言学大师。他的等身论著涵盖哲学、自然科学、经济学、军事学等诸多体系,而在军事理论研究领域尤负盛名。恩格斯的优秀品质还来自于他对马克思的深厚友谊以及无私奉献和自我牺牲的精神。他

始终站在支持、维护马克思的立场,甘居马克思的光影之后。恩格斯用他追随马克思思想和行为的一生诠释了真正为国际无产阶级事业奋斗不息的伟大信仰。

2. 悠久的历史和文化积淀。马克思主义新闻观由马克思恩格斯创立,经过列宁的继承发展,塑造了苏俄化马克思主义新闻思想,但真正形成体系则是在中国共产党人结合中国革命的伟大实践而上升为理论范畴之后。中国共产党领导的新民主主义革命以争取民族独立和人民解放、追求国家富强和人民幸福为目标旨趣,以无产阶级为革命的主力军,又联合了最广泛的社会力量组成统一战线,最终夺取了全国性政权,建立了新中国。新中国创立了中国共产党领导的多党合作制度、人民代表大会制度、政治协商会议制度,共同构成了中国特色的全过程民主形式,实行了选举民主、协商民主、运行民主、监督民主的全面结合。这一独特的民主政治模式创新,从根本上内构了中国特色社会主义政治制度的刚性和韧性,赋予了中国道路持久的生命力和强大的危机复原力,也为马克思主义新闻观的深层影响和广泛传播打下了组织基础,预伏了其机体的红色基因和强大韧性。中国特色社会主义制度诞生于中国优秀传统文化的历史土壤,既受到社会主义先进文化的熏陶与指引,又继承、吸收了中国优秀传统文化的脉络和养分。这是中国社会主义制度得民心、顺民愿、悦民意的根本原因。中国特色社会主义文化具有鲜明的民族特点,又兼具开放包容的时代精神。在这种先进文化培育下的中国特色社会主义道路将马克思主义基本原理和中国的基本国情相结合,既继承了民族主义的优秀潜质和发展功能,又摒除了民族主义中那些狭隘、偏执、自大、封闭的糟粕,把中国的基本国情与革命和建设的实践经验以及外来先进文化、思想进行了有机的结合,创造出了既有民族特色又有普遍性价值的新型中国文化。这种无形的文化力量具有强大的凝聚力、号召力和辐射力,揭示了中国治理体系特殊



的刚性和韧性,同时也为马克思主义新闻观的理论检视和精神探索提供了现实验证的实践平台。

3. 中国共产党的先进性和科学性。在百年发展历程中,中国共产党以马克思主义为指导方针,以中国革命和建设的伟大实践为现实基础,以社会主义意识形态的吸引力和凝聚力为带领最广大人民群众的思想武器,体现出了鲜明的中国特色和优于世界上其他政党的政治品质。中国共产党的先进性首先来源于科学的理论指导。我们立党立国的思想基础是马克思主义,习近平同志指出,中国共产党为什么能、中国特色社会主义为什么好,关键是马克思主义行。迄今为止,马克思仍是世界公认的千年思想家,他对资本主义社会本质的总体性预言在现代社会中一一兑现,他提出的只有无产阶级才是承担解放人类历史使命普遍阶级的伟大宣言,在中国共产党人的革命和建设进程中已显现出了清晰的蓝图。其次这种先进性还来自于党和人民群众的血肉联系。中国共产党为了人民的利益不懈奋斗,人民群众倾尽全力支持中国共产党,有了14亿中国人民的衷心拥护,中国共产党就拥有了无穷无尽的预测危机、战胜危机、走向胜利的力量源泉。中国共产党既确立了全心全意为人民服务的根本宗旨,又制定了实事求是的思想路线,始终为民族独立和国家富强而努力奋斗;中国共产党紧紧扎根于中国的具体国情,以本土逻辑阐发特色制度,同时又具有世界眼光,以开放包容的胸怀参与到全球化的时代潮流之中;中国共产党既坚持党内民主,又强调党的集中统一领导,能够最广泛地团结和带领人民群众进行伟大工程和伟大斗争;中国共产党既为人民坚持真理、追求真理,又为大众修正不足、指明方向,在中国共产党人的心中,党的利益就是人民的利益,党的目标就是人民的目标,中国共产党从来没有自己的任何私利;中国共产党还是一个重视学习、善于学习的政党,在不同的历史语境中总结经验教训,借鉴其他政党在世界舞台上兴衰成败的历史事件,在不断的学习中提升自己的素质和能力。

……正是由于这些先进性特征,中国共产党才能不断清除自身肌体中的“垃圾”和“毒瘤”,从容面对外部的压迫和挑战,始终保持百年大党风华正茂的生机与活力。在这样一个政党领导下形成的马克思主义新闻观,亦必然具有抗击和抵御各种风险的强大韧性。

## (二) 马克思主义新闻观韧性的结构特点

马克思主义新闻观的韧性主要由以下几个方面构成:

1. 敢于斗争、勇于反抗的精神气概。在马克思主义新闻观韧性的结构内涵中,斗争性或者说反抗性是其基本的结构前提,只有积极地抵抗外界施加的压力,自觉地坚持内在的信仰和理想,一种观念或者说一种信仰才会具有百折不挠的韧性品格。韧性需要刚性的内核支撑,马克思主义信仰就是马克思主义新闻观韧性生成的根基和关键,只有坚持这种刚性、固化的信仰,韧性展开才有了机制内蕴的强大动力。斗争性并不表现为短期的、爆发式的冲动,而是转化为一种长期的、持久的,在苦难和挑战始终伴随时拥有的这么一种忍耐、坚韧、拉锯式的反复抗争的动力。斗争性还外显出一种历经磨难后迅速复原、重新回归和返身向上的激情能量。习近平总书记在武汉视察新冠肺炎疫情防控工作时指出:“我们党在内忧外患中诞生,在磨难挫折中成长,在攻坚克难中壮大。敢于斗争、敢于胜利,是中国共产党人鲜明的政治品格,也是我们的政治优势。”<sup>[16]</sup>由中国共产党人继承、发扬无产阶级革命家光辉思想而孕育成熟的马克思主义新闻观,在遭遇外敌入侵、民族危难、苏联解体、东欧剧变、西方打压、妖魔化中国的外部压力时,始终具有引导民意、驳斥谬论、高举旗帜的复原能力和上升动力,这就证明了其内蕴的绵延韧性和坚强刚性。

2. 灵活延展、适应不同历史阶段和客观环境的包容胸怀。适应性被认为是最具韧性特征的概念,它表现为主体灵活的随器赋形变化和积极的自我修正能力,能够根据客观条件的起伏跌宕

而不断地调适自己,实现肌体的生存和可持续发展。适应性首先表现为一种灵活性,即不是僵化地照搬照抄、机械临摹、呆板应用,而是一切从实际出发,将正确的理论和变化的现实有机地结合起来。这恰恰是中国共产党一直坚持的思想路线。中国共产党不是教条地复刻马克思主义的条条框框,而是将马克思主义理论与中国革命的具体实践相结合,走出了一条中国特色的社会主义道路。由中国共产党人完善发展的马克思主义新闻观思想体系自然也赓续了这一伟大的政治品质,既立足于中国的新闻传播活动,分析中国的新闻传播现象,又面向世界新闻传播空间的广阔维度;既具有中国特色、中国精神、中国气派,又吸纳包容进步的、合理的西方新闻理论和观点,并进而形成具有中国逻辑、世界眼光的新时代新闻传播理论体系。当然,这种灵活性、变通性和延展性也有其鲜明的底线和边界,任何灵活性、适应性的新闻传播也必须服从于其原则性指导之下的辩证统一。马克思主义新闻观最重要的一个核心原则就是坚持党的领导,这是马克思主义新闻观刚性特点的实质构成。只有在坚持党管媒体、坚持政治家办报的基本原则之下,马克思主义新闻观的灵活性、延展性、适应性、包容性才能得到有效发挥,从而不断焕发出一种向外扩散的规范性力量的时代光彩。

3. 不惧牺牲、倾力奉献的悲壮使命。马克思主义政党区别于其他政党的特殊本质就是,将劳动人民的解放作为自己始终不渝的奋斗目标,将全人类的解放视作自己与生俱来的光荣责任。中国共产党艰难曲折的奋斗历程充分诠释了中国共产党具有巨大感召力和吸引力的重要原因,那就是为人民的利益不惧牺牲、甘于奉献,将为人民服务作为自己一以贯之的初心和宗旨。中国共产党的韧性也体现了牺牲性这一利他特质。延续了中国共产党韧性品质的马克思主义新闻观十分强调新闻工作者为人民利益的奉献性和牺牲性。这种自觉的利他主义意味着把人民群众的利益放在最高位置,一刻不停地为人民群众

鼓与呼,反映群众切身关注的问题,为群众办实事办好事,维护人民群众的知情权话语权,最大限度地服务于人民群众,……这些都是社会主义新闻工作者的光荣职责和历史使命。因而,为人民牺牲、为人民奉献就是中国共产党立党执政的公心所在,就是社会主义制度韧性的特殊宗旨,也是马克思主义新闻观韧性机理的重要内涵。

4. 自我完善、不断革新的内在驱动。马克思主义新闻观的韧性承袭了中国共产党从严治党、不断自我革新的先进性,服务于完善和发展中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化这个全面深化改革的总体目标。马克思主义新闻观扎根于社会主义伟大实践,反映时代本质和历史规律,经受了一系列重大考验而生命力长存。马克思主义新闻观不是书本上摘抄下来的陈词滥调,不是刻板的教条,而是坚持实践标准和中国国情,反映现阶段生产力状况和人民群众利益诉求的新闻传播领域基本规律的理论体系。这个理论体系建立在顺应实践要求、遵循实践标准和不断完善创新的基础上,具有与生俱来的先进性和科学性,也由于其自我净化、自我完善、可持续发展的内在机制而被赋予了强大的生命力和创造力。马克思主义新闻观的自我完善能力和可持续创造能力在战胜前进道路上的各种困难和挑战中不断得到凝练和强化,马克思主义新闻观的主体性力量在应对各种难题中不断增强和提升。面对西方新闻观和意识形态的挑战,马克思主义新闻观扎根中国社会的新闻传播实践,用先进、科学的理论解读西方新闻观面临的困境,剖析解决之道,拿出应对之法,用社会主义意识形态的吸引力和凝聚力回答国外各种声音的质疑和担忧,承担起了国际治理体系中大国的责任。中国共产党人不断深化、发展、创新马克思主义,永葆马克思主义的创造力、刚性和韧性,发挥正确的意识形态对危机复原力养成的重要功能,把人民群众团结在党中央周围,齐心协力为中华民族伟大复兴作出贡献。



### 三、马克思主义新闻观的全球叙事：升维、转向与传播特色

(一)从马克思主义新闻观到中国共产党马克思主义新闻学的起点升维

马克思主义新闻观经由马克思、恩格斯创建,列宁结合苏联的具体情况对其进行了基本塑形和实践改造,毛泽东、张闻天、邓小平等中共早期领导人又在中国革命和建设的鲜活经验中对其进行了系统深化和本土同化。于今,马克思主义新闻观已经成为社会主义意识形态的重要组成部分,保障着社会主义新闻事业和党的新闻舆论工作的正常运行。马克思主义新闻观的阶级性、政治性、法规性特征比较突出,它更偏重于从意识形态的框架下来呈现一种概略式的思想形态,即充分展示了一种由政治而学术的知识扩散路径,但在学术性、逻辑性、严密性方面稍显欠缺,政治立场与学理探索尚未达成完全统一。国内目前比较通行的一些马克思主义新闻观论著、教材,基本是梳理、重述、解读马克思主义经典作家有关新闻传播活动的具体观点,仍未从学理上厘清马克思主义新闻观的由来、发展、变化,及其与西方新闻观在学术思想上的异同辩证,大体延续了一种程式化的阐释,尚未建构起丰富的学术气象和清晰的思想脉络,与此同时,马克思主义新闻观自身的学术价值也未引起西方新闻界的广泛关注。由于是从意识形态的政治起点出发,而非从学理机制上考量马克思主义新闻观的时代话语,这就导致了学界对马克思主义新闻观的基本原理和核心内涵难以达成判断和理解的共识,从而造就了在学理上“混沌不明的马克思主义新闻观话语体系”。<sup>[17]</sup>国内的学术界如果不能在马克思主义新闻观具体的范畴、意义上作出体系严密、逻辑顺畅、学理有序衔接的解答,搭建起其结构通达、视域完整的中国叙事框架和理论题域,那么其全球叙事的编织与实施就仍然充满变数。

在马克思主义新闻观对外传播的外部环境

中,习近平同志对于后冷战时代作出了“百年未有之大变局”的历史性判断,认为世界文明面临重大的方向性选择,西方思想已经不能再为人类的未来指明方向和给出参考意见了。这个时候,东方文明、东方思想、东方价值的重要性再次凸显,有可能为重新寻找世界秩序的确信性和稳定性提供精神资源和物质动力,再度打开人类终极关怀的当代反思空间。因而,马克思主义新闻观全球叙事的知识起点应该审时度势、因时而变,从“观”的维度跳跃到“学”的层面,即从单一的马克思主义新闻观升维为系统的中国共产党马克思主义新闻学。其研究的中心内容应该包括以马克思主义基本立场、观点、方法对新闻传播学的重大理论问题及不同历史时期人类传播的问题、现象进行辨析、批判、建构,这既涉及国外马克思主义新闻传播学的学术生产体系,也涵盖中国的马克思主义新闻传播学的知识思想脉络。<sup>[18]</sup>这种起点升维既统括了马克思、恩格斯、列宁、毛泽东等无产阶级革命家的观点总汇,又上举到了新闻传播专业领域形而上的价值理性范畴。这一探索遵循科学规范的知识生产理路,超越静态的观点分析和思想重述,既是对政治意识形态的专业主义建构,又摒弃了多元化、碎片化以及历史虚无主义的干扰,把经验认知和实践监测结合起来,进一步扩大了马克思主义新闻观的学术话语空间,有助于马克思主义新闻理论尽快占据科学性和道德性的高点,也为中国特色社会主义新闻学体系的建立打下了深厚的学理基础。以中国共产党马克思主义新闻学作为其全球叙事的文本起点,就是把马克思主义唯物史观设定为宏大的言说背景,将马克思主义新闻观的百年变迁和中国化历程放在超越资本逻辑的全球化主题框架内,审视世界意识形态迭代更替的嬗变过程,并以中国寻求民族独立和人民解放的斗争历史作为主要线索,在横向扫描和纵向爬梳的十字焦点上来深入理解马克思主义新闻观、认真剖析马克思主义新闻观、与时俱进地发展马克思主义新闻观,从国际视野、历史演进、比较框

架、政治主题等方面全方位体认马克思主义新闻观,从而建立起科学、法治、高效的中国特色社会主义新闻学理论体系。

总之,把马克思主义新闻观这一政治概念延伸、充实为中国共产党马克思主义新闻学,拓宽马克思主义新闻观的学理视域,是解决目前马克思主义新闻观教育政治规范盈余、学术价值稍欠的一条合理进路。

## (二)从跨文化传播到跨意识形态传播的立场转向

马克思主义新闻观的全球叙事不仅仅是一种不同国家、民族之间思想、文化的泛在交流,它更是一种跨意识形态传播,比起跨文化传播的广采性和对等性,它明显呈现出窄播化、分层化和差异性的特点。一般来说,大多数国家都会从意识形态安全的角度出发,坚决维护本国意识形态不受侵犯,而对外来思潮的进入采取过滤或限制措施,这是跨意识形态传播面临的首要问题。但是,虽然存在这样多的阻碍和挑战,并不是说意识形态之间的矛盾不可调和、冲突在所难免。在全球一体的大背景下,尽可能地消弭正面的冲突和恶意的误读,迈向共同美好的未来,才是各个国家、民族积极向上、携手共进的理想图景。要实现这种跨意识形态的思想、价值、理念的传播交流,可以从以下几个方面考虑:

1. 以对话取代争斗,争取获得最大共识。马克思认为,要实现人类的全面解放,公平的、面对面的理性交流是必不可少的。在彼得斯看来,马克思主义设计了一系列关于生活、劳动和语言的梦想,而这些梦想都以对话为理想化和合法化的实现方式。马克思主义新闻观的话语体系中当然包含了阶级、斗争、压迫、剥削等关键范畴,但马克思也同时认为,大众的交往实践,其实质不仅是要协调社会各界间的关系,而且是要为“如何建构一个美好社会”提供可以量化参照的标准。<sup>[19]</sup>因此,马克思主义新闻观的源头起始就天然蕴含着“对话”的思想精髓,而这种“对话”精神对于打开意识形态之间的理解之门,正确判

断、处理人类目前面临的主要问题,是一种大有裨益的交流方式。

2. 发掘国与国关系中存在的利益共同点,推进互利互惠、合作共赢。唯物史观认为,在一定社会条件下,一部分人可以通过拥有生产资料来占有另一部分人的劳动成果。从这个意义上讲,资源的短缺和私心的存在就决定了利益的分配必然不是随机的、自然的、公平的和按需的。<sup>[20]</sup>全球意识形态出现的冲突,有很大部分就是由于国家利益全球分配的不平等造成的。因此,跨不同意识形态的全球传播和话语实践得以可能,一个现实的路向便是跨区域、跨国家的利益关系合作,尽可能地推动国家间利益分配的公平化、合理化和正义化。中国提出的“一带一路”倡议就是建立跨意识形态合作机制的有益尝试。“一带一路”倡议从解决沿线国家基础设施差距入手,共同促进亚太地区、中欧、东欧的经济增长,发掘沿线国家的共同利益空间,客观上促进了该区域跨意识形态传播的良性开展,<sup>[21]</sup>为解决意识形态冲突、对抗提供了一个成功案例。

3. 从文化融通的立场开展跨意识形态传播。文化作为人类从野蛮时代走向文明时代的整体性精神进阶,包括了信仰、艺术、道德、法律、风俗、能力、习惯、技艺等各层面的素养与知识积累。而在马克思主义经典作家那里,文化是在人不断改造自然界的对象化联结中诞生的,“是以人化为基础,以人的本质或本质力量的对象为实质的,它包括物质文化、精神文化、制度文化等因素”,涵盖了人的思想和行为的几乎所有领域。<sup>[22]</sup>意识形态也是一种特殊的文化,它更多地表现为冲突、对抗、误读、唯我、抑他等本质主义存在方式。要想有效地开展跨意识形态的传播,避免不同意识形态之间的仇视、争斗、互怼等非正常的交往行为,就要变这种斗争文化为和合文化,遵循一种以彼此包容、相互理解、多元共存为显著标识的交往理性价值。中国自古以来就有着提倡文化融通思想和制度传统,“和而不同”“各美其美”“美美与共”“天下大同”是中国

文化面对异族文化立场差异和价值矛盾的基本视野。坚持文化融通、多元共存、彼此包容是除建立共同利益之外进行跨意识形态传播的又一有效方法,它突出了以和为贵、消弭冲突、相互依存的价值主线,讲求不同民族、国家之间的和睦相处、有机结合、发展创新,是中国文化的道德中枢和处理国与国之间关系的理想模式。

4. 进一步拓宽中国共产党、中国政府的对外官方交往及民间交往的渠道,增进不同意识形态之间的相互了解,减少误读、对立和冲突。中国共产党是中国化马克思主义的实践主体,对于马克思主义新闻观的跨意识形态传播具有引领、诠释和扩散的重要作用。因此,中国共产党作为执政党在国际社会中的交往、合作,不仅是展示了中国共产党担当、负责、智慧的国际形象,也是不断深入促进作为意识形态的马克思主义新闻观对外传播的重要举措,有助于马克思主义新闻观的规范性扩散。中国政府也要更多地走上国际舞台,在与世界各国广泛进行经济合作的基础上,开展频繁的思想文化交往活动,达成不同价值观间的相互理解、彼此共融、协调发展,从而促成不同意识形态领域的对话和交流,避免差异性导致的误读与冲突。与此同时,在官方开展正常交流的态势下,也要加大民间经济文化往来的力度,拓宽非政府间交往的渠道与路径,欢迎更多国外民间人士来华访问、创业、生活,同时发挥居住在国外的6500万华人的话语力量,让国外民间人士理解、接受、包容与西方民主制度迥然有异的中国意识形态,弥合东西方政治制度的现实鸿沟,不断推进跨意识形态传播格局的宏观优化。

### (三) 华夏传播的全球范式:理念、方法与内构

马克思主义新闻观的全球叙事不单指中国思想、中国价值跨文化或跨意识形态的对外展示与全球播撒,也为建构一种华夏传播的普适范式提供了可能。华夏传播是中国特色新闻传播学对世界新闻事业的重大贡献,它打破了西方新闻传播学一统天下的霸权话语,是既立足于中国本土的新闻传播实践,又面向世界新闻传播活动和

现象的中国方案阐释。它传承了西方新闻传播学中经典、前沿的学术成果,又摒弃了西方新闻传播学中的冷战思维、狭隘的本质主义取向,从作为新闻传播大国的中国经验中凝练出了可以对现行世界信息流通秩序进行公正性纠偏的思想逻辑,有望作为西式新闻传播学的有益补充和创新探索。作为全球传播范式的华夏传播理念蕴含了马克思主义新闻观中“人民报刊”的核心价值,即这种“人民报刊”是具有公平性和普适性的自由报刊,它为全体人民代言,而不是围绕资本和权力旋转,它的对立面是反人民、反自由、反公义的精英报刊。华夏传播进一步深化了“人民报刊”的思想,在全球互联网时代升华为一种“人民的传播”理念,主张站在世界范围内最广大人民,而不是其他任何利益集团的立场上探索全球信息流通的新秩序新格局。<sup>[23]</sup>在面临当下全球信息空间治理模式中积极行为主体缺位的尴尬局面时,中国共产党及其领导下的中国政府正在以东方智慧、东方思想、东方道路为所有国家、所有人民贡献反思性方案,提供最为基本、最大程度、最广范围的人文关怀,力争呈现、建设、型构一个真正和平、安全、发展、合作的全球信息传播空间。

华夏传播的创新范式依托于人类命运共同体、地球生命共同体这一创造性、建设性、包容性的中国理路。习近平同志代表中国共产党提出的人类命运共同体、地球生命共同体思想是应对全球化时代诸多问题的一剂良方,是对西方全球化进行矫正、提升的总体性全球化,即一种开放的全球化、兼容的全球化 and 共享的全球化。中国共产党始终是这场划时代全球化革命的倡导者、引领者、贡献者和参与者。在中共学的视阈下,这种总体性全球化强调的是多元对话、和而不同、相互支持。其价值脉络是:深度参与全球治理行动,积极引导国际秩序变革方向,协力建设一个向善、高效、合理的全球治理体系;坚持“共商、共建、共享”原则,呼吁各国在开放、包容、普惠、平衡和共赢的前提下互利合作、携手并进;主



张尊重世界文明多元化,以文明交流超越文化隔阂、文明互鉴超越文明冲突、文明共存超越文明优越。<sup>[24]</sup>中共的总体性全球化思想为华夏传播在世界范围内的播种、发散、成荫提供了精神光谱,它提倡不同文化族群、不同意识形态群体摆脱地域空间和民族本质主义的限制,形成跨疆界、跨文化、跨意识形态的公平交流,强化民众“世界公民”的角色认同,再现和重建中国文化思想的独特身份,并为世界文明的转向传递东方思想和东方智慧的实践建议。这种实践建议以“全人类共同价值”为国家价值观构建的宏观前提,可以说,“全人类共同价值”是人类命运共同体和地球生命共同体思想的精髓和核心。“全人类共同价值”体现了各个国家、民族、地区正当的利益诉求,超越了多元主体基于自身目标预设的特殊性取向,上升为世界一家、天下大同的整体性道义关怀。该价值观也是不同国家、不同民族通过平等交往、灾难考验、多维磋商而凝聚出来的范畴性思想成果,能够在真正意义上实现国际秩序的善意格局和基本公平。该价值观更是各国、民族、地区实施合法行为的价值评判标准和实践运作方式,是广大国家、民族、地区进行国际交往、展开合作的重要依据,也是它们鉴别是非善恶、体认利益得失的思想立场和话语框架。该价值观是马克思主义新闻观全球叙事得以触发和展开的核心逻辑与专业主线,它的成功提出与得到广泛认可是华夏传播走向全球,弘扬文明互鉴、价值观互鉴的话语铺垫。

具体到马克思主义新闻观全球叙事的步骤开展,要注重激发沟通、传导和劝服这三大层级的策略功能,<sup>[25]</sup>并形成有效的共振,产生出合力,最大限度地争取以马克思主义新闻观为核心的华夏传播范式的广泛认可。华夏传播的这种沟通属性根植于中国历史文化的道统渊薮,同时又借鉴了西方文明发展过程中的优秀成果,即秉承一种兼收并蓄、广采博观的知识进路,实现“穿越西方、回到当代”的价值回归,用国际社会听得懂的概念、术语讲好中国故事、传述中国思想。

中国文化历来具有强大的包容性和危机复原力,能够在冲突、风险、劫难中吸收外来优秀文化因素,并转化为不断提升本体素质、优化结构和发展壮大的源源动力。这种内因机制为东西文化的融合提供了良好的借鉴模式,可以形成一种多元一体的跨文化交流愿景。这种包容、汇通、互鉴的跨文化交流可以帮助国际社会进一步了解中国的历史与现在、思想与行为,有效减轻西方刻板印象的负面作用。在中国故事的讲述中要尽量避免公文式、模型化的呆板表达和枯燥的数字堆砌,鼓励用民间话语、个人经历、形象声音等作为陈情表意的手段,方便国外受众理解和认知。传导则是以中国知识思想体系为主体的信息放送过程。一是要注意积极参与国际组织和国际治理机构,通过广泛分享式、深入改革式、共创发展式和独立创设式等层次不同的传递手段,影响相应层面的话语力量,以取得较好的传导效果。二是服务于中国媒体走出去的国家战略,打造具有世界影响力的现代传媒集团,作为吸引和引导国际公众和政府关注力的重要平台,不断提升中国媒体的国际话语权。三是大力推动学术中国的建设,注重中国原创思想力的形成与传播。尤其是要注重相关理论体系的构建与完型,突出中国在国际社会中的思想引领作用,打造一个平等、均衡、开放、包容的对话空间,引发国际学术界、思想界关注中国问题、研究中国案例、引用中国观点的兴趣,特别是推动和深化国际中共学派的进一步创新发展。劝服则是在沟通资讯和传导积极形象的前提下,以马克思主义新闻观倡导的正面宣传、建设性价值为主线,保持对外舆论的一致性和集中性,不断加强国际传播能力建设,以主权国家主体间性和文化关系为纽带,改变传统的宣传手段,以公共外交、民间外交为主要渠道,充分运用短视频、抖音、5G、元宇宙等现代媒介技术,广泛推进分层化的说服、影响工作,塑造积极、向上、负责任的大国形象。以上三个层面相互关联、彼此影响、协调共振,共同提升华夏传播在国际上的认知构建,从而为中国特色

全球传播范式的建立与扩散打下基础。

#### 四、结 语

马克思主义新闻观的当代话语阐释赓续了无产阶级革命领袖历史进程中的精神光谱,又产生于中国共产党对“百年未有之大变局”的时代检视,充分展现了其作为理论体系的与时俱进风貌和改革创新特征。有别于以往从经典文献和领导讲话中梳理出的语篇逻辑,全球化时代的马克思主义新闻观话语结合了数字生活中人们对“颜值”的看重,把理论气质、来源国效应和实践行为导引纳入到了“颜值”的衍义延伸之中,并提出了从感性加工和理性加工两条路径进行建设的认知模式。马克思主义新闻观的“韧性”承续了马克思恩格斯的人格魅力、中国优秀传统文化及中国共产党始终立于先进性、科学性的政治品质,展示了其敢于斗争、敢于反抗的精神气概,灵活延展,适应不同历史阶段和客观环境的包容胸怀,不惧牺牲、倾力奉献的悲壮使命和自我完善、不断革新的内在驱动力。在此基础上,马克思主义新闻观的全球叙事成为一种可能。在对外传播中,马克思主义新闻观应该升维到马克思主义新闻学的总体性视野中,由跨文化传播嬗变成跨意识形态传播,并在共同利益纽带、文化融通立场和扩大政党、民间交往的多维传递中,初步描摹出一种华夏传播的全球范式,为世界新闻传播新秩序的建立贡献东方思想和东方智慧。

#### 注释:

- [1] 陈文敏、林克勤:《“视界是屏的”:技术化观视的演进路径与视知觉体认》,《编辑之友》2021年第4期。
- [2] 敖成兵:《视觉文化背景下的“颜值”崇尚现象》,《当代青年研究》2016年第4期。
- [3] 苏向红:《当代汉语词语模研究》,杭州:浙江大学出版社,2010年,第84-85页。
- [4][7][美]西蒙·安浩:《铸造国家、城市和地区的品牌:竞争优势识别系统》,葛岩、卢嘉杰、何俊涛译,上海:上海交通大学出版社,2010年,第4-5、12页。
- [5] 张文海、卢家楣:《国外现代气质研究的理论取向与展望》,《心理科学》2010年第5期。

- [6] 林克勤:《“规范性力量”视阈下的马克思主义新闻观》,《学术界》2021年第5期。
- [8][美]罗伯特·基欧汉:《霸权之后》,苏长和、信强等译,上海:上海人民出版社,2006年,第128页。
- [9]《习近平谈治国理政》第一卷,北京:外文出版社,2018年,第155页。
- [10] 漆亚林、刘静静:《建设性新闻的生成逻辑与现实困境》,《新闻与传播研究》2019年增刊。
- [11] Russell, J. A., Barrett, L. F., “Core Affect, Prototypical Emotional Episodes, and Other Things called Emotion: Dissecting the Elephant”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1999, Vol. 76, No. 5, pp. 805 - 819.
- [12] Lachman, R., Lachman, J. L., Butterfield, E. C., *Cognitive Psychology and Information Processing: An Introduction*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1979, pp. 114 - 115.
- [13] Osgood C. E., Suci G. J., Tannenbaum P. H., *The Measurement of Meaning*, Urbana: University of Illinois Press, 1957, p. 39.
- [14] 师满江、曹琦:《城乡规划视角下韧性理论研究进展及提升措施》,《西部人居环境学刊》2019年第6期。
- [15] 黄明理、李嘉谊:《论马克思恩格斯的理论创造与其人格魅力的内在联系——增强马克思主义理论吸引力的主体论视角》,《南京政治学院学报》2016年第4期。
- [16] 习近平:《在湖北省考察新冠肺炎疫情疫情防控工作时的讲话》,《求是》2020年第7期。
- [17] 胡靖:《遮蔽与解蔽:突破马克思主义新闻观的理解困境》,《新闻与传播研究》2017年第12期。
- [18] 齐爱军:《由“观”到“学”:建构马克思主义新闻学的“世界叙事”和“中国叙事”》,《南京社会科学》2021年第4期。
- [19][美]彼得斯:《对空言说:传播的观念史》,邓建国译,上海:上海译文出版社,2017年,第183-185页。
- [20] “Historical Materialism”, [https://en.wikipedia.org/wiki/Historical\\_materialism](https://en.wikipedia.org/wiki/Historical_materialism), 2018-09-19.
- [21] 莫凡、谭培文:《从“国家文化治理”走向“全球文化治理”——中国化马克思主义的跨意识形态传播问题研究》,《理论学刊》2020年第4期。
- [22] 王仲士:《马克思的文化概念》,《清华大学学报(哲学社会科学版)》1997年第1期。
- [23] 徐佳:《从“人民日报”到“全球人民的互联网”——在全球信息传播新格局中探索马克思主义新闻观》,《当代传播》2016年第6期。
- [24] 习近平:《弘扬“上海精神” 构建命运共同体——在上海合作组织成员国元首理事会第十八次会议上的讲话》,新华社,2018年6月10日电。
- [25] 贾文山、纪之文:《人类命运共同体与全球传播》,《全球传媒学刊》2018年第3期。

【责任编辑:李本红】