

从言语行为的角度看中国故事的国际言说策略

陈启庆

(莆田学院 文化与传播学院,福建 莆田 351100)

摘要:中国故事的国际言说面临两重困境:一是“西强我弱”的国际言说格局、西方媒体对我国的不实报道以及西方政府对我国的恶意抹黑等国际舆论环境;二是以往我们自身在对外言说中存在的主动性不够、经验不足等短板。从言语行为的角度考察,只有注重改变中国故事国际言说的方法方式——全面真实言说、“我”“他”共同言说、快速及时言说以及用受众乐于接受的方式言说等,才能切实有效地提升中国声音与中国故事的国际接受度,进而提高中国的国际形象。

关键词:言语行为;对外传播;言说策略;中国故事

中图分类号: H030

文献标志码: A

文章编号: 1672-4348(2019)02-0188-06

On the discourse strategies of Chinese stories in international communication from the perspective of speech acts

CHEN Qiqing

(School of Culture and Communication, Putian University, Putian 351100, China)

Abstract: The international communication of Chinese stories is facing two dilemmas: one is the long-standing western dominated international discourse environment, and the international public opinion environment with false reports and malicious smearing on China by western media and governments; the other has to do with our own shortcomings, i.e., our lack of adequate initiative and experience in speaking to the outside world. From the perspective of speech acts, only by focusing on changing the ways of the international communication of Chinese stories, such as telling a story comprehensively and truly, both in a first person perspective and a third person one, telling it quickly and in a timely manner, and in a way that the audience is more willing to accept, can we effectively enhance the international acceptance of the Chinese voice and Chinese stories, and then further improve China's international image.

Keywords: speech acts; international communication; discourse strategy; Chinese stories

经过 40 年的改革开放,中国面貌发生了翻天覆地的变化,中国人民实现了从站起来到富起来再到强起来的伟大飞跃——经济规模已经跃居世界第二大经济体,综合国力不断增强,国际地位不断攀升。然而,长期以来由于受到“西强我弱”的国际舆论环境左右,加上我们以往在国际传播经验等方面的局限,致使我国的国际话语权与我国的国家地位极不相称,也导致不少西方人士对我

国了解不足、认知片面甚至负面。正是基于这一国际舆论环境与现实情势的清醒认识,习近平总书记在党的十九大报告中再次郑重发出“推进国际传播能力建设,讲好中国故事,展现真实、立体、全面的中国,提高国家文化软实力”的伟大号召^[1]。因此文章拟把言说中国故事回归到言语行为的层面,并从言语行为的角度予以思考与探讨,以期切实强化国际传播能力、提高国际言说

效果进而提升国家形象提供一些方法论上的参考。

一、中国故事的国际言说环境

(一)“西强我弱”的国际言说格局

近代以来,西方国家凭借工业文明兴起的先机,不仅获取了巨大的物质财富,而且也壮大了其综合国力。与此同时,它们又从自我利益出发,借助自身的经济与技术优势,建立了一套强大的话语体系,主导国际事务并牢牢地控制着国际的舆论场与话语权。一方面,它们大肆地宣扬所谓的民主、人权等西式价值观和意识形态,另一方面,又不断地炮制种种有关东方国家的话题——“中国威胁论”“中国崩溃论”“新殖民主义论”“资源掠夺论”“债务陷阱”“修昔底德陷阱”等等。而东方国家则由于长期的贫穷与落后,加上自身的努力不够,以致在国际舆论场上总是处于“失语”甚至“无语”的尴尬境地。这种“西强我弱”的国际话语格局至今依然如故。统计资料表明,即使在今天,全球仍有90%以上的信息是由西方输出。^[2]在这样一种舆论场域里,来自包括中国在内的东方话语就像是大海里的浪花,言微且声小。东方国家更多的是以被讲述、被言说的对象出场:“东方见解是西方‘异化’和‘想像化’的产物,他只能以西方的规定出现,只能被他人表达。”^[3]

(二)西方媒体的不实报道

近年来,不少西方人士,当他们亲身来到中国、亲眼看到中国的实际情景时,常常都会发出这样的疑问:为什么我所看到的与在媒体上读到、听到的完全不同?对此,文汇报资深记者郑若麟有着敏锐的观察和深刻的认知。在他看来,西方媒体对中国的报道往往是有“选择性报道”“断章取义的报道”甚至是“不实的报道”。而西方媒体选择与关注的重点多以中国的负面新闻为主,如所谓中国的“专制体制”、人权问题,中国在工业化过程当中出现的一些诸如污染、权益争执等负面的情况。^[4]对此,不少西方人士同样也有与郑先生类似的观感,他们注意到诸如中国的航天事业、中国的高铁、中国的改革开放、中国的经济发展、中国的扶贫脱困以及中国提供的“一带一路”公共产品等,这些中国所取得的成就、正能量的故事,很少能够出现在西方的主流媒体上,更别说是头版头条了。

更有甚者,很多时候西方媒体甚至不顾媒体报道的客观原则与职业良知,直接杜撰假新闻。彭博社《彭博商业周刊》所谓包括苹果、亚马逊等近30家美国科技企业都被中国情报机构植入了一种微型“恶意芯片”的报道,《纽约时报》有关美国总统特朗普的苹果手机“遭中俄监听”的新闻,便是明证。苹果CEO蒂姆·库克以及特朗普本人等都证明了相关报道是“100%的谎言”“Fake news”。正是在西方媒体这种戴着有色眼镜的描绘下,中国的形象不仅是碎片化的,更是小丑化的。

(三)西方政府的抹黑言说

中国经济的快速发展、综合国力的不断增强,这给西方社会带来极度焦虑与不安。加上意识形态不同、社会制度不同、发展道路不同,西方国家对华可谓“亡我之心不死”,在西方中心论的固有思维与看不得别人好的扭曲心理的双重作用下,除了媒体的不实报道,西方政府更是极尽种种中伤与抹黑之能事——或借助首脑出访之机“夹带私货”对中国内政说三道四,或利用国际会议对中国无端指责。此前便有媒体曝光,日本驻英使馆曾以每月1万英镑的代价收买英国智库专门用来充当抹黑中国的打手;而日本经济新闻社自2015年7月起更以8.44亿英镑的高价收购了《金融时报》,以此作为攻击中国的喉舌。^[5]日本首相安倍晋三在各种双、多边国际场合多次指控中国“不守规则”,美国总统特朗普于2018年10月26日,在一场联合国安理会有关国际不扩散大规模杀伤性武器的讨论会上宣称“中国干预美国选举”。可以说,抹黑中国,已然成了西方政府与政客的一种“共识”与“政治取向”。西方政府与政客之所以无所不用其极地抹黑中国,其终极目的同样都是妖魔化中国,从而为其不可告人的政治目的服务。

二、中国故事国际言说的短板

面对如此严峻与恶劣的国际言说环境,我们自身又是如何向世界发出中国声音、言说中国故事的呢?客观地说,在过去相当一段时间里,我们的作为并不乐观,仍有不少短板。其不足之处主要有以下方面。

(一)中国故事国际言说的主动性不够

随着我国国力的不断提升,越来越多的世界

公众想了解中国、认识中国,想知道中国究竟是什么样子的。然而,如果他们仅从西方媒体、西方政府与政客的一面之词中去获取有关中国的信息,那么,他们所看到的一定是一个不真实甚至是负面的中国,进而带来的是对中国的误解与误判。为此,为了帮助世界公众了解一个全面真实的中国,我们自己必须积极作为、主动出击,积极在国际上发声、主动向外界言说中国故事。正如全国人大常委会委员、全国人大外事委员会副主任委员傅莹所说:“如果说,改革开放初期主要是中国人不断去认识世界的过程,那么今后在很大程度上也需要我们帮助世界更好地了解中国。”^{[6]108}然而,这些年来我们的实际作为又如何呢?用奥斯卡著名导演马尔卡姆·克拉克的话说:“为了帮助美国和世界其他国家消除他们对中国崛起的疑虑,中国需要做得比现在远远更多。”^[7]确实,在向国际社会输出资讯方面,我们的主动性还远远不够,由于我们习惯于“只做不说”或“多做少说”,我们主动输出的讯息少得可怜。傅莹根据多年的观察指出:“直到现在,在国际信息库里源自中国的一手信息仍然是不够充分的。”“外界关于中国的‘资讯赤字’是相当严重的。”^{[6]108}

我们在向外界输出第一手信息上不但缺乏积极与主动,不少时候甚至还相当被动:“面对外部的指责和猜测,中国人一直在苦苦解释。”^{[6]114}几年前的“南海仲裁案”如此,而今的“新殖民主义论”“债务陷阱论”等依然如故。这种被动式的“解释”,尽管所付出的成本更高,然而所取得的言说效果却不见得更好。正因此,马尔卡姆·克拉克导演真诚地告诫我们:“如果中国自己不为自己站台,没有人会帮你站台。”^[7]

(二) 中国故事国际言说的经验不足

在以往的对外传播中,我们还有一大硬伤就是经验不足、方法不多,从而又造成了言说效果不彰的窘境。

或许是受到“家丑不可外扬”这一传统观念的影响,在以往的国际言说中,我们往往偏向于宏大叙事,总想在世人面前展现我们光鲜亮丽的一面,而把那些粉刺与污垢尽可能地捂紧捂实。因此,我们总是把对外宣传与传播的重心聚焦于五千年灿烂的文化、“两弹一星”的成功、经济建设的辉煌成就等方面。而对于前进路上所走过的弯路、所遭遇的挫折、所出现的问题与错误,则尽可

能地少说甚至不说。诸不知,这种报喜不报忧的做法,所呈现的又何尝不是一个“不完整的中国”?

不仅如此,我们有些人在为我国几十年来所取得的进步与成就感到自豪与骄傲的同时,又过于沾沾自喜,甚至言过其实。正如《科技日报》总编辑不久前所批评的那样:中国的科学技术与美国及其他西方发达国家相比,明明仍有很大差距,可是,国内偏偏有一些人,一会儿说“新四大发明”,一会儿说“全面赶超”“主体超越”“世界第一”。^[8]诸不知,这种往自个脸上贴金式的夸大其词,不但不会给中国的国际形象加分,反而适得其反。

此外,还值得一提的是,在以往的国际言说中,我们还常常热衷于自说自话,注重于自己对外讲什么、说什么,而忽略了受众的需求与感受,更忽视了受众的接受与反应,以致言说与接听无法对接,从而失去了应有的言说目的。正是感知到了这一不足,马尔卡姆·克拉克导演不无中肯地建议:在对外言说方法方式上,应当“通过讲述打动人心的故事,而不是生硬的、带有浓厚政治色彩的宣传,来获得大家情感上的共鸣。”^[7]

三、中国故事国际言说的方法与方式

那么,我们究竟应当如何走出困境,实现中国故事国际言说的华丽转身?如何连接中外、沟通世界?对此,我们以言语行为理论为指导并结合新闻学、传播学、现代阐释学等理论,以“言后之效”为牵引,就中国故事在对外传播中“说什么”“谁言说”“何时说”“怎样说”等方法方式给予进一步思考。

(一) 全面客观言说中国故事

在向国际社会言说中国故事方面,我们坚决反对西方媒体与西方政府和政客那种只见黑暗不见光明、甚至恶意指责与抹黑的勾当,同时也不提倡以往我们自己那种报喜不报忧的做法。那么究竟应当言说什么?传递怎样的一手资讯?狄尔泰的“客观精神”思想启迪我们:既讲历史,也说现实;既讲生活方式,也说文化艺术;既讲成就,也说缺点;既有宏大叙事,也有个体叙事,等等。只有这样,才能把一个真实、完整而立体的中国展现在世人面前。为推进中国故事在国际社会得以全面

客观言说,我们不妨采取多部门联动、共同协作的方式。比如,可以由国家文化和旅游部指定专家学者精心挑选一批代表中国作风和中国气派的各学科优秀作品、优秀著作,再交由中央党史和文献研究院组织精干人员进行多语种翻译,而国家新闻出版署(国家版权局)则负责出版并向海外图书市场推广,以满足不同国家、不同语种读者的阅读;可由国家广播电视总局组织精干队伍,编写并拍摄一批反映中华民族人文情怀和民族精神的优秀纪录片、影视剧,并积极推介给国外的观众观看;可由国家广播电视总局调动精兵强将,不间断地采写体现中国人民面貌和风土人情的新闻资讯并向世界报道。

现代阐释学大师伽达默尔认为,人类的理解都具有历史性的特点,即都具有一种先入之见的偏见。因此,当国际讯息库中大量缺少中国一手资讯——“资讯赤字”时,那些真正想了解中国的西方人士,由于只能从那些怀有偏见的“他人表达”中获取有关中国的讯息,从而导致了他们对中国的“理解赤字”,甚至是“偏见的偏见”。而这也恰恰证明了“全面客观言说中国故事”的重要性与紧迫性。因为只有我们全面客观的言说,才可以真正充实国际讯息库中关于中国的一手资讯,才可以为西方受众多提供一种了解中国的资讯选择,从而中和或抵消他们对中国的一些固有偏见,进而形成一种关于中国的“新偏见”——一种更为真实的中国观。

(二)“我”“他”共同言说中国故事

言说中国故事,便离不开合适的言说者。要想让世界公众看到一个真实的中国,我们显然必须打破过去那种“被讲述”“被表达”的尴尬局面,从而牢牢把握中国故事言说的主动权,积极作为、大胆发声。近年来,我们国家领导人每年出访的频率高了,出席双、多边会议的机会多了,与此同时,以国家领导人的名义在出访国的主流媒体上发表相应的署名文章也多了。我们还发现,这些年来,我们在海外举办中国文化年的活动越来越频繁了。这一切正是中国向国际社会主动发声的有力例证和积极信号。当然,若仅止于此,还远远不够。我们还要充分利用驻外使节的作用,发挥驻外媒体的主观能动性,以及发挥国家各部委发言人的特殊窗口积极言说;同时我们还须充分调动智库和民间的积极性与主动性,鼓励他们利用

好各类智库会议、民间沟通交流平台,大胆发出中国声音、讲好中国故事。总之,我们应当极力营造一种官民同声齐唱“中国歌”的舆论氛围,尽可能扩大我们在国际言说中的声量与音量,以让中国智慧和方案尽可能地传遍世界的每个角落。

庄子曰“亲父不为其子媒”,国际言说也是如此。我们虽然强调自我言说、主动言说,但并不意味着我们要事事包办,有时我们也要学会“借嘴”言说,从而把“我说”与“他说”相互结合,相得益彰。比如,我们在不附加任何政治条件下促进非洲国家经济发展中,帮助太平洋岛国、加勒比海国家改善民生中,推动“一带一路”沿线国家基础设施建设中,以及在开展其它国际合作与国际事务中,面对一些不和谐的杂音与噪声,不妨多选派一些有经验的媒体记者到这些国家,去客观采写并报道这些国家的政府和人民他们对与中国政府、中国企业合作的真实想法和心声。为了更好地“借嘴言说”,我们的外事部门也应积极行动起来,定期或不定期地组织境外媒体和记者到中国的相关地区采风。此外,我们还可充分发挥主场外交的优势,尽可能多地开展一些国际会议或国际活动,如“一带一路”国际高峰论坛、中国进口博览会等,更多吸引境外媒体和记者的眼球,从而心甘情愿地言说中国故事、报道中国事务。

(三)快速及时言说中国故事

新闻学中有一条先入为主原则,即当发生某一事件时,第一时间报道出来的信息往往令人记忆深刻,能很快地在受众中形成心理定势,从而占据舆论的制高点。国际言说亦然。我国东海防空识别区刚设立不久,美国便派出两架B52远程战略轰炸机进入该区,其示威与挑衅意味明显。当然,我方也马上派出战机对其加以识别与驱离。然而由于第一时间报道这一事件的是美方(事实上我方在美方报道十小时之后才作出回应),结果给我方在舆论上造成了极大的被动——原本合法有理的我方,反而成了无理挑事的一方。这一事件给我们的教训是:第一,相关部门和人员务必要保有高度的舆情认识与舆情意识;第二,要建立起一条从事件处置方到发布方的快捷信道;第三,要建立起一套事件快速而高效的处置机制。而这一事件给我们的启示是,无论什么时候,无论什么情况,不管主场还是客场,也不管是双边还是多边场合,只要不违反保密条例,都要尽可能在第一时

间里及时发声、及时言说——不但要及时言说国内经济建设的情景,我们也要及时言说世界经济建设的中国主张;我们不仅要及时言说国内治理的情况,还要及时言说全球治理的中国方案。只有这样,才能取得言说效果的最大化。2018年9月24日,国务院新闻办公室发布《关于中美经贸摩擦的事实与中方立场》白皮书,正是对美国挑起的中美经贸摩擦所作出的及时回应,及时出手,及时澄清关键事实,并及时重申我方的政策立场,从而有效地帮助国际社会对这场经贸摩擦本质的认识。

需要一提的是,在国际双、多边场合,假如回应不及时,那么相关指控就可能被坐实,世人也可能因此信以为真。传播学中的一条“黄金4小时”原则恰好证明了这一点。这一原则同样强调新闻发布、信息发布的快速、及时问题。即当某一突发事件或危机出现时,政府能否在4小时内,第一时间发声、第一时间处理与应对,这将决定事件和舆论的不同走向。如上文提到,2018年10月26日,美国总统特朗普公然在联合国大会上毫无根据地诬称“中国干预美国选举”。对此,国务委员、外交部长王毅在发言中的一段话:“最后我要强调的是,中国历来坚持不干涉内政原则,这是中国的外交传统,也得到国际社会的普遍赞誉,我们过去、现在和将来都不会干涉任何国家的内政,我们也不接受任何对中国的无端指责。我们呼吁其它的国家也能恪守联合国宪章的宗旨,不得干涉别的国家的内政。”^[9]可谓是对特朗普所制造的“假新闻”的最及时、最有力的驳斥,得到国际社会的普遍赞赏与支持。

总之,中国故事在国际社会传播的越及时、越快,其新鲜度就会越好,世界受众的认可度与接受度便会越高。

(四)用受众乐于接受的方式言说中国故事

傅莹认为:“对沟通评判依据是结果,不是我想讲什么,甚至不是我讲了什么,而是对方听懂了什么,进而接受了什么。”^{[6]112}而要让受众易听、易懂、易接受,使沟通的结果理想、高效,这就需要言说者投受众之所好,尽可能地选用受众乐于接受的言说方式。尽管国际受众的类型相对复杂——国别不同,民族不同,语言不同,文化不同,习惯不同等,但我们认为,国际受众普遍欢迎的言说方式也是存在的。美国文化人类学家格尔茨关于文化

是“认知、情感的地图和集体良心的母体”思想,便在人的行动、社会环境与意识形态之间搭建了一个可以彼此通达、相互理解的桥梁。

首先,使用受众容易理解的话语表意。不同国家和地区所使用的语言不尽相同,且不同语言的表意有别,故言说者在对外传播时务必多做准备、多下功夫,尽可能地把准不同语言的不同表意功能,如此才能事半功倍、切实提高言说的接受度。对此,媒体人郑若麟有着切身的经验与体会:应如何適切地向法国人介绍“和谐世界”这个词呢?因为“和谐”这个词翻译成法语,有改变对方的含义,是侵略性的话语,因此若作直译,必然遭到法国人的排斥;最终选择意译的方式,把“和谐世界”译成“没有敌人”,这样既便于法国人的理解,更利于法国人的认同。^[4]

其次,多用受众熟知的谚语、俗语表达。由于谚语、俗语具有言简意赅、通俗易懂且接地气的特点,故言说者在对外传播时有意识地选用一些受众国的谚语、俗语来表情达意,会让受众倍感亲切,进而拉近说、听者之间的心理距离。国家主席习近平无论是在致词、演讲,还是在出访国发表署名文章,常能信手拈来一些受众熟悉的谚语、俗语,借此阐明相关的思想观点。如:2015年7月9日,在金砖国家领导人第七次会晤上的讲话中,引用了俄罗斯谚语“通向成功的道路永远都是曲折坎坷的”,以此表明“成功绝不是一帆风顺的”道理;2017年5月14日,在“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式上的演讲中,引用了阿拉伯谚语“金字塔是一块块石头垒成的”,以此阐述“一切伟大的事业需要一步一个脚印推进”的思想;2018年11月14日,在巴布亚新几内亚《信使邮报》《国民报》发表的署名文章《让中国同太平洋岛国关系扬帆再启航》中,引用了岛国谚语“友谊是沙漠中的水渠”,以此表达“相互信任、彼此友谊”的重要性;2018年11月19日,在菲律宾《菲律宾星报》《马尼拉公报》《每日论坛报》发表题为《共同开辟中菲关系新未来》的署名文章中,引用了菲律宾谚语“抓住今天才能不丢失明天”,以此阐明“抓住机遇”的意义。如此言说、如此传播,其得到受众赞赏与接受也就势所必然。

再次,多用讲故事的方式叙事说理。有学者曾建议人们在国际传播中应摒弃那种权力傲慢式的说教,“注重具体实证、可感知以及人性化的话

语言说方式”。^[10]讲故事就属于这种言说方式,它给受众的是一种平易近人、和蔼可亲的亲切感与温暖感,因此,深得受众青睐。这方面,习主席再次为我们树立榜样。2015年9月,他在出访美国期间作了一次演讲,在演讲中他就讲了梁家河的故事。20世纪60年代末,未满20岁的他从北京来到中国陕西省延安市这个叫梁家河的小村庄插队。那时,梁家河的乡亲们,住的是窑洞,睡的是土炕,生活贫困,常常几个月吃不上一块肉。当时,他最期盼的一件事,就是让乡亲们饱饱地吃上一顿肉。2015年春节,他再次来到这个小村庄时,村里已经修起了柏油路,乡亲们住上了宽敞明亮的砖瓦房,用上了互联网,村民们有医疗保险,孩子们能接受良好的教育,老人们都有基本的养老保障,吃饱肉早已不成问题了。^[11]让听众在梁家河短短几十年的变迁故事中,轻松愉快而又形象感性地感知到中国改革开放所取得的伟大成就。2016年9月,在G20杭州峰会欢迎宴会的致辞中,习主席叙说了意大利人利玛窦、美国前驻华大使司徒雷登、印度诗人泰戈尔以及南非前总统曼德拉等世界友人与杭州这座城市之间的关联,通过这几个故事,习主席深情地勾勒了杭州这座城市与世界各国的紧密联系,从而形象地传达出世界经济彼此包容、密切联系的主旨,并使这一主旨深入受众的心灵。

参考文献:

- [1] 《党的十九大报告学习辅导百问》编写组. 党的十九大报告学习辅导百问[M]. 北京: 党建读物出版社, 2017: 35.
- [2] 周银珍. “人类命运共同体”理论指导下的中国国际话语权重塑研究[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2018(2): 22-30.
- [3] 萨义德. 东方学[M], 王宇根, 译. 北京: 三联书店, 1999: 54.
- [4] 郑若麟. 在西方媒体眼中, 中国究竟是什么样子[EB/OL]. (2017-07-07) [2018-11-18]. http://bbs.tiexue.net/post2_12641956_1.html.
- [5] 周汉青. 颠倒黑白 抹黑中国: 揭开日本对华舆论战黑幕[EB/OL]. (2017-02-23) [2018-11-18]. http://www.xinhuanet.com//mil/2017-02/23/c_129493415.htm
- [6] 傅莹. 看世界[M]. 北京: 中信出版社, 2018: 108, 114, 112.
- [7] 奥斯卡导演: 为什么国际社会对中国有那么多误解[EB/OL]. (2018-09-23) [2018-11-18]. https://m.haiwainet.cn/ttc/456317/2018/0923/content_31402490_1.html.
- [8] 科技日报总编强调中美巨大差距当议[N]. 环球时报, 2018-06-24(1).
- [9] 倪浩. 特朗普指责中国干预美国选举遭美媒嘲笑[N]. 环球时报, 2018-09-28(1).
- [10] 韩庆祥. 全球化背景下“中国话语体系”建设与“中国话语权”[J]. 中共中央党校学报, 2014(5): 47-50.
- [11] 武志军. 讲好中国故事, 传播好中国声音[J]. 党的文献, 2017(5): 28-33.

四、结语

应当说,改革开放40年以来,随着中国在经济、政治、军事、科技等方面的全方位崛起与进步,中国的国际地位有所提升,中国的国际话语权也有所提高。然而,我们必须清醒地看到,当前中国的国际话语权与中国的大国地位仍有较大落差。我们也必须清醒地意识到,要在国际上发出中国声音、言说中国故事,依然还面临着两大困境:一是“西强我弱”的国际言说格局、西方媒体对我国的不实报道以及西方政府对我国的恶意抹黑等国际舆论环境,二是以往我们自身在对外言说中存在的主动性不够、经验不足等短板。同时,我们还必须清醒认识到,随着中国的国门越开越大,经济社会越来越强盛,综合国力越来越强大,西方国家的焦虑症势必愈来愈严重,其对中国的抹黑与妖魔化也必然愈加变本加厉,中国所面临的国际言说环境必将愈益严峻。为此,我们必须坚信“世上从来就没有救世主”这一真理,充分依靠自己,发愤图强,练好内功,切实在“说什么”“谁言说”“何时说”“怎样说”等层面细加研究,狠下功夫,抓紧抓实。只有这样,才能切实有效地提升中国声音与中国故事的国际接受度,进而提高中国的国际形象。