

中国对日国际舆论斗争评析

□ 周鑫宇

[提 要] 中国开展对日舆论斗争体现出公共外交的诸多新特征。在中日关系当前特定发展阶段和特殊国际环境下,舆论斗争将成为中日政治斗争的重要战场。要处理好中日之间的相关矛盾,就必须处理好法理问题和话语权问题。中国的对日舆论斗争要从“抢先定调”、“大量发声”向“议题设置”的新阶段转变,利用公共外交营造有利局面,维护核心战略利益。

[关 键 词] 中日关系、舆论战、公共外交

[作者简介] 周鑫宇,北京外国语大学国际关系学院副教授

[中图分类号] D822.313

[文献标识码] A

[文章编号] 0452 8832(2014)3 期 0037-11

围绕日本首相参拜靖国神社,中国对日舆论斗争达到一个高峰。舆论斗争体现了中日关系在当前特定发展阶段和特殊国际环境下的新特征,也体现了中国外交向现代公共外交转型的趋势。对中日舆论战进行分析和反思,有利于中国总结外交经验,以更好地适应当前和未来国际形势的发展需要。

一、中国对日舆论斗争的新举措

2013年12月底,日本首相安倍晋三参拜靖国神社,从舆论斗争的角度上看,这是安倍在中日关系摩擦处于焦灼状态时犯下的重大战略性错误。

在上台后一年多的时间里,安倍政府利用西方和部分周边国家的微妙心理,推动“中国威胁论”在国际舆论中发酵,营造日本在钓鱼岛争端中的受害者形象,以图撬动国内外政治局势。然而,就像历史上许多日本政客一样,安倍在战术上也许颇有手腕,但却往往在战略上犯难以置信的愚蠢错误,其对靖国神社的执意参拜,不但引起周边中、韩两国的强烈反弹,而且在历史观问题上露出破绽,引发国际社会的疑虑。为此中国积极主动构建国际话语权,并突破性地运用现代公共外交技巧,为中国对日舆论斗争营造了一个新局面。

首先,中国在第一时间做出反应,并迅速统筹多个部门共同发声,对安倍的行为“定调”。在安倍参拜靖国神社当天,中国外交部发言人即发表谈话表示抗议,并明确指出参拜的性质是“美化日本军国主义对外侵略和殖民统治历史,企图颠覆国际社会对日本军国主义的正义审判,挑战二战结果和战后国际秩序”。^① 这一定性不但在第一时间发出,而且被一以贯之地坚持,成为随后中国展开更大规模国际舆论斗争的主旨。除此之外,从反应方式来看,此次中国在“第一波反应”的阶段,不只运用外交部新闻发布的传统渠道,而且还有人大、政协等相关外事部门共同发声,并发挥社会媒体的作用。这种突破反映了中国外交跨部门协同能力的增强,也体现了中国公共外交观念的发展。

不过日本也在第一时间同中国展开话语权争夺。安倍预料到中韩等国的反应,在参拜当天即发表《实现永久和平的誓言》,为参拜行为辩解,表示绝无“崇拜战犯”和“伤害中韩两国人民感情”之意,而是为了“向英灵汇报”、表达“永不再战的决心”。^② 日本试图以“和平”的话语来混淆国际舆论视听,因此中国必须做出更有力的反应。

随后,中国开创性地大规模利用国际媒体发出声音。长久以来,中国经常是西方媒体批评的对象。如今要利用西方媒体发声,就要融入西方媒

^① “外交部强烈抗议和严厉谴责安倍参拜靖国神社”,中新社,2013年12月26日,<http://www.chinanews.com/gn/2013/12-26/5666522.shtml>。

^② 安倍晋三:“实现永久和平的誓言”,日本国首相官邸官方主页,http://www.kantei.go.jp/cn/96_abe/statement/201312/26danwa.html。

体的规则和文化,用西方受众能够接受的、融通中外的话语表达。同时,西方媒体也不会观点上倾向中国,中国必须有信心与日本在国际舆论场中开展公开辩论。

最先在海外媒体发表文章的是中国驻日本大使程永华。2013年12月31日,程永华在日本《每日新闻》发表文章《发表“不战誓言”找错了地方》,批驳了安倍的狡辩。随后,中国驻外大使纷纷在当地媒体发表文章。据不完全统计,仅在2014年1月2日到8日的一周之内,就有中国驻联合国、美国、英国、加拿大、南非、德国、欧盟、奥地利、巴基斯坦、波黑、韩国、马耳他、瓦努阿图、丹麦、约旦、卡塔尔、多哥、葡萄牙、毛里塔利亚、埃及等国大使陆续发声,利用当地报纸、电视台、网络等渠道,揭露日本妄图推翻二战反法西斯历史成果、为军国主义招魂的本质。这些声音形成了遍布全球的舆论攻势。日本则在西方媒体上对中国发起反击,双方展开了罕见的国际舆论战。

舆论战的高潮出现在英国。1月2日,英国《每日电讯报》刊登中国驻英国大使刘晓明文章,将日本军国主义同畅销小说《哈利·波特》中的“伏地魔”做类比,形象地指明靖国神社是藏匿日本灵魂最黑暗部分的“魂器”,是日本军国主义长期阴魂不散的代表。《每日电讯报》是英国发行量最大的主流报纸之一,在整个英语世界都有影响力。“伏地魔”这一创造性的比喻抓住了西方人的注意力。《每日电讯报》除了在评论版发表刘晓明文章外,还在头版将其新颖观点进行了介绍,引发全球舆论的关注。^①在被动局面下,日本驻英国大使林景一1月5日同样在《每日电讯报》发表文章,反指中国近年来不断发展武力恐吓邻国,中国才是真正威胁地区安全的“伏地魔”。^②随后,刘晓明和林景一在英国BBC王牌访谈栏目《新闻之夜》中进行了“背对背”的交锋。中日使节在西方媒体平台上进行直接对话与辩论,在两国关系历史上尚属首次。

① Liu Xiaoming, "China and Britain Won the War Together: Japan's Refusal to Face up to Its Aggressive Past Is Posing A Serious Threat to Global Peace," *The Daily Telegraph*, Jan. 2, 2014.

② Keiichi Hayashi, "China risks becoming Asia's Voldemort," *The Daily Telegraph*, Jan. 5, 2014.

中日两国在西方媒体上的公开较量,吸引了国际舆论的巨大关注。第一,全世界公众感受到了中日之间政治矛盾的尖锐,国际上对相关问题的关注和担忧有所增加。德国《商报》认为,“两个世界上最富有、最有组织的国家,他们的倾向和矛盾升级非常令人担忧。”第二,很多西方媒体对中日各打五十大板。彭博新闻社认为中日这场口舌之争“缺乏外交风度”。英国《经济学家》则宣称“在这场话语战争中双方都是失败者”。第三,一些西方媒体对中国外交的新动向表示了关注。《独立报》认为,“数十年来,中国外交部接触媒体的方式一直是生硬刻板的……现在非常积极主动,并且用西方通俗文化的语言武装自己。”美国媒体则认为中国“利用安倍参拜所提供的机会使日本疲于招架”。^①

总体来看,西方媒体的认识和反应是站在中间立场的,表现出其贯有的居高临下的批判风格。但仔细分析这些反应,我们可以看到中国实际上相对获胜。长期以来,由于意识形态和政治关系等原因,西方媒体的总体倾向是批评中国、偏袒日本。这次能够把国际舆论斗争的注意力从领土争议问题转向历史问题,即使对中日各打五十大板,对中国来说也已经初步达到效果。

最后,在国际舆论战的高潮过后,中国继续不断设置话题,保持国际舆论的关注,巩固初步形成的话语权和舆论场。由于中日之争已经成为西方媒体的新闻热点,中国的核心立场也已经清晰表达,中国此后阶段的任何举动,都会引起西方媒体主动来解读。因此,这个阶段话语权斗争的任务

^① “The horcrux of the matter,” *The Economist*, Jan. 25th, 2014; William Pesek, “Avada Kedavra! China and Japan Get All Harry Potter,” *BloombergView*, <http://www.bloombergview.com/articles/2014-01-06/avada-kadavra-china-and-japan-get-all-harry-potter>; Katie Hunt, “Long-time rivals China and Japan deploy Harry Potter villain in latest spat,” *CNN*, <http://edition.cnn.com/2014/01/08/world/asia/china-japan-harry-potter/index.html>; Sui-Lee Wee and Hui Li, “China-Japan ‘Voldemort’ attacks up ante in propaganda war,” <http://www.reuters.com/article/2014/01/08/us-china-japan-idUSBREA0704P20140108>; Kim Sengupita, “As China decries Japan’s rising ‘Voldemort’, the UK remains quiet,” *The Independent*, <http://www.independent.co.uk/voices/comment/as-china-decries-japans-rising-voldemort-the-uk-remains-quiet-9056888.html>; “中日舆论战火药味渐浓 安倍‘撒钱’抗衡中国”,《环球时报》,2014年1月7日。

已经不再是多、快“发声”，而是重在巧妙“设题”，注重信息传递的深入性。

2月底，中国全国人大常委会宣布将设立南京大屠杀死难者国家公祭日。西方媒体在猜测中国的政治意图的同时，顺带向西方读者介绍了南京大屠杀的事实。美国的《华尔街日报》网站、彭博新闻社等，都从客观历史事实角度批评了日本犯下的罪行。^①与这一事件在时间上相配合，外交部发言人在新闻发布会上七问日本的核政策和核企图，引导国际舆论进一步指向日本当前的军事政策。历史和现实相照应，对日本造成政治压力。日本失利后，在3月份自己牵头的“核裁军和核不扩散倡议”（NPT）外长会议上做文章，要求中国推进核裁军。不过，日本要求中国核裁军的论调早已有之，此刻打出这张牌，就像之前的“伏地魔”之辩一样，既显得落入后手，而且容易落下刻意报复、耽于口舌之争的嫌疑。

3月，中国国家主席习近平访问欧洲期间，在德、法两国媒体公开发表文章，中欧关系升至近年来的高潮。由于担心中国的舆论压力，日本在习近平宣布访欧之后就派出高级外交官访问欧洲表明立场。美国前助理国防部长华莱士·格雷格森认为，舆论主动权“已经落入中国手中”。^②同时，美国好莱坞上映《钓鱼岛真相》纪录片，反映出中国的舆论策略已经逐渐在西方社会内部发酵。这一纪录片由美国本土影视公司和导演拍摄，以第三方视角阐述钓鱼岛及其附属岛屿自古就属于中国的事实。影片还在旁白中呼吁日本政府正视历史，为战争罪行向中国人民道歉，承认钓鱼岛属于中国，顺带批评了美国政府的相关立场。这种第三方、非官方、非政治形式的表达，是公共外交最渴求的效果。这既表现了中国发动对日舆论斗争的初步成果，又提供了一个新的舆论事件，中国驻美使领馆、美国的侨领和报纸等都及时发声，继续借此扩大舆论传播效果。

总结来看，在几个月的时间里，中国的对日舆论斗争经过“及时定调”、“大量发声”、“议题引导”三个阶段，完整运用现代公共外交的方法，完成

^① “外媒关注中国拟设公祭日 称欲弘扬爱国民族精神”，<http://www.chinanews.com/gj/2014/02-26/5883856.shtml>。

^② Yuka Hayashi：“争议岛屿公开战，中国胜日本一筹”，《华尔街日报》中文网，<http://cn.wsj.com/big5/20140327/bog094201.asp>。

了一次比较成功的舆论外交。日本对于中国的舆论策略预料和准备都不充分,迫使安倍政府处于被动应对状态。美国对安倍的参拜感到恼火,双方关系因安倍参拜而出现罅隙。日本国内各政治势力也批评安倍一意孤行,考虑不周。在国际上,日本试图构筑的“中国威胁”形象则被“日本威胁”的疑虑所对冲,安倍推行的“价值观外交”相比前一年显得苍白无力。马来西亚航班失联事件发生后,日本派出军舰参与救援,被日本媒体看作释放对华友好的姿态。^①

二、对日舆论斗争的背景

日本政客参拜靖国神社是中日关系中的敏感问题,经常引发中日之间的外交和舆论摩擦。最典型的案例是小泉纯一郎执政期间,连续6次参拜靖国神社。然而,相比于以前,此次安倍晋三参拜以后出现的中日国际舆论斗争,其广度、深度、形式和效果,都堪称前所未有。中日之间出现具有全新特征的国际舆论斗争,归因于如下一些背景:

首先,中日关系处于特殊阶段。近几年来,中日之间的力量对比正在发生转折性变化。中国的综合国力持续快速增长,经济总量在2010年超越日本成为世界第二,取代了日本战后保持了40多年的地位。而日本经济则受累于多方面的原因继续徘徊不前,在国际金融危机以后复苏缓慢。新的力量对比导致日本国内政治局势和民族情绪变化,日本右翼对内加速推动“军事正常化”,对外试图利用美国的支持对中国形成遏制。在这样的大格局下,中日之间的外交关系出现严重困难,进入高风险的摩擦时期。

然而,尽管中日关系矛盾和风险加大,但这种矛盾具有阶段性的过渡特征。美国出于其内外的困难处境和根本战略利益考量,不可能全力支持日本在亚洲的冒险。从大局来看,维持地区的基本和平局面目前仍是相关

^① Jin Kai, "Could the Flight MH370 Rescue Bring China and Japan Closer Together?" *The Diplomat*, <http://thediplomat.com/2014/03/could-the-flight-mh370-rescue-bring-china-and-japan-closer-together/>.

大国的共同底线,中日之间的政治斗争要维持“斗而不破”,避免过度升级为不可控的全面冲突甚至战争。在此背景下,围绕钓鱼岛的领土主权斗争经过一段时间的发展后进入僵持阶段,短期内继续升级的空间受限。中日政治斗争影响到了双方原本密切的经济关系,对彼此经济利益都带来伤害。这就导致了一个值得高度关注的发展趋势:舆论斗争在中日之争中扮演越来越重要角色。

当前中国对日本的舆论斗争,具有多个层次上的政治意义。一是中日之间矛盾最激烈的钓鱼岛问题和历史问题,从本质上来说都是法理问题。钓鱼岛在法理上的归属、日本对于二战法理性质的认识,是中日在这两个问题上争议的焦点,也是其最终解决的基础。中国如果不能取得话语权,就不能最有效地维护主权和安全。二是舆论斗争在当前形势下有利于中国营造国际政治环境。日本对华政策的核心,是推动制造“中国威胁论”,为其内外政策服务。中国针锋相对地开展舆论斗争,既能批驳日本对中国的污蔑,又可使世界看清真正的威胁所在。

其次,中国国际影响力上升。中国综合实力的增长,是影响中日关系变化和中国所处国际环境变化的最重要因素之一。客观地讲,中国崛起将不可避免地带来一些国家的不安和消极反应。中国周边环境近年来出现更加复杂局面,矛盾多发、并发,其背后有深刻的心理和观念动因。

但是,此次中国对日舆论斗争,又反映出了中国崛起带来的一个积极因素:世界对于中国的疑虑在增加的同时,对于中国的兴趣和尊重也在增加。此次西方媒体愿意集体打开大门,让中国发出自己的声音,这在多年前是难以想象的。这说明世界和中国的关系正处在一个关键的转型时期。世界不只对中国有政治和经济上的需求,还有信息上的需求,从更长远的角度看,可能还有文化和价值观上的需求。这既是中国全面崛起的标志和结果,也给中国的外交提出新的要求。此次中国对日舆论斗争的新特征表明,中国与西方媒体的传统关系模式正在发生变化,中国正在转变观念和工作方法,争取利用西方媒体的管道,讲好中国故事,传播中国声音。

最后,国际关系处于深刻转型。金融危机以后,世界多极化格局加速

发展,美、欧、日等传统强国的力量相对下降,以金砖国家为代表的新兴强国的力量上升。原有以西方为中心的国际等级秩序削弱了,国际关系民主化、文明和价值多元化的趋势凸显。这导致一个重要变化,那就是冷战后一度甚嚣尘上的单边主义退潮,国家间通过多边对话、政治协商解决问题的趋势加强。

在这样的形势下,大国的安全观和外交战略都出现新变化。纵观近两年来的国际热点问题走势,包括叙利亚、朝核、伊核、乌克兰问题等,西方大国的处理方式,与科索沃危机、阿富汗战争和伊拉克战争、甚至利比亚战争相比,都发生了重要变化。武力使用在减少,政治谈判在增多。与此同时,在全球治理、国际经济秩序和国际组织改革等问题上,国际话语权和舆论斗争异常激烈。这中间体现了两种发展趋势:一是各国越来越把传统安全和非传统安全结合起来,把维护本国的安全和培育国际安全环境结合起来;二是在一些传统安全问题上,各国越来越重视运用软实力手段,把法理斗争、话语权斗争和政治、军事、经济斗争结合起来。

面对新的局势,中国外交也在发生新的调整和转型。新一届政府上任以后,重视“政经并举”、“义利并举”,更加积极有为、勇于担当、高举道义,重视国家形象的建设和国际环境的塑造。面对周边多发的安全纠纷,中国一方面在涉及核心利益问题上坚决斗争,另一方面深刻认识相关矛盾背后的社会和心理动因。在 2013 年的周边外交工作会议上,中国国家主席习近平提出“亲、诚、惠、容”观念,强调“讲平等、重感情、常见面、多走动,多做得人心、暖人心的事”。^① 这代表了中国外交的新思路,是对美日等国在周边营造“中国威胁论”的直接反制。

可以说,重视舆论形象,既是当前国际关系的普遍潮流,也是中国外交新的发展方向。中日舆论战正是在这一背景下爆发的。

^① 习近平:“让命运共同体意识在周边国家落地生根”,中国中央政府门户网站, http://www.gov.cn/ldhd/2013-10/25/content_2515764.htm。

三、未来趋势与中国的应对

放眼未来,中日之间的舆论斗争很可能会上升为两国关系的主要方面。中日之间的矛盾,在表层次上是领土争议和历史问题,在深层次上是日本对中日力量对比变化感到不安,试图在外交上孤立和制衡中国。无论是在具体问题上的“法理之争”,还是在国际上竞争亲和力、感召力和影响力,都涉及到舆论和话语权问题。中日之间未来的舆论斗争可能出现以下趋势:

一是日本可能继续利用钓鱼岛问题在国际上渲染“中国威胁论”。在钓鱼岛问题上,世界各国一般的态度是置身事外、不愿站队。但日本政府利用西方舆论的支持,试图把中国钓鱼岛维权描述成“中国威胁”的例证。在日本的描绘下,中国作为一个快速崛起的大国,在钓鱼岛问题上对日本步步紧逼,日本要团结亚洲的自由力量,对中国进行反制。对日本来说,把中国描绘成一个傲慢扩张的危险角色,迎合了部分国家的不安心理,可以巩固日美同盟,拉拢菲律宾、越南、印度等与中国有领土争议的国家,在亚削弱中国的影响。当然,这一切也有利于日本营造国际压力反制中国,甚至在未来可能爆发的局部冲突中获得国际支持。值得警惕的是,在当前局势下,西方和部分亚洲国家媒体可能乐于接受和宣传这样的“故事”。

二是日本将进一步利用舆论宣传撬动其国内政局。对于日本右翼政府来说,对华舆论战略的重要方面,是在国内制造恐慌感和危机感,胁迫民众支持日本右翼修改和平宪法、实现“军事正常化”的目标。近来日本政治右倾化的加速,可能就与右翼势力利用中国问题大打悲情牌、民族主义牌有一定关系。安倍在上任短期内能够通过设立“国安会”、强行通过《特定秘密保护法案》等措施,把日本的军政权力进一步向首相集中,这表明日本国内政治右倾化已经十分严重。

总而言之,这次中日国际舆论战是中国在发展公共外交方面的重要尝试。在全球化、信息化、外交民主化的时代,公共外交的能力决定着一国外

交的深度和成熟度。这次对日舆论战的一些具体公共外交技巧和经验值得总结和推广。

第一是深刻认识舆论传播的规律,坚持践行因地制宜、求同认同等公共外交原则。公共外交主要是传递信息、观点和价值,而这种传播的成功,很大程度上取决于对方的接受程度。不同国家之间有文化差异,语言表达的方式和受众知识结构都很不同。因此,公共外交一定要首先分析受众,传递信息的方式一定要能够巧妙切入对方的知识结构。中国驻英大使刘晓明将日本军国主义比喻为“伏地魔”,可能好多不看《哈利·波特》的中国人不一定能听得懂,可是英国人却一下有了一个生动的形象,无需再加描述和解释。除了在英国,中国大使还在全世界媒体发声,都开始注意和当地受众的特殊知识结构相结合。比如在德国和欧洲各国就多把德国对战争的态度和日本相比,激起当地人的共鸣。而在澳大利亚,中国大使的文章则巧妙地提到澳大利亚大法官参加东京审判的故事,拉近与读者的距离。

从这一原则出发,还必须继续深入研究共同价值观在舆论斗争和公共外交中的作用。传统上,人们习惯于把外交看作冷酷的现实政治,国家利益之外再谈“价值”、“道德”似乎显得幼稚。但是在今天,公共外交却恰恰在很大程度上是价值观的外交。中国对日舆论战的一个成功之处,就是在国际媒体上不只谈中国的利益、主权,更诉诸于人类的道德底线和良知,比如对二战反法西斯战争正义性的认同、对军国主义的厌恶和对和平的珍视等。这一策略取得不错的宣传效果。在英国甚至有一位年近百岁的二战老兵读到刘晓明大使的文章后,给大使写信回忆自己亲历的日寇暴行,表达支持和呼应。像老兵来信、好莱坞拍摄纪录片这样的新闻见诸媒体,公共外交就构建了具有更强说服力的“共同舆论场”。

第二要继续突破传统思维,鼓励公共外交的语言创新。外交的语言通常被称为“外交辞令”,可是公共外交的语言要让更多不熟悉相关政治问题的普通人听懂。因此公共外交和对外宣传也存在“改文风”的问题。面对外国民众要学会“讲故事”,还要学会用普通人熟悉和亲切的语言。在公共

外交中,一个比喻和一个故事,往往比一段严谨全面的论述更有传播力。无论是刘晓明大使使用的“伏地魔”,还是前驻英大使傅莹曾使用过的“英国偶像”,都是一种成功尝试。《哈利·波特》不比莎士比亚的戏剧,一般在正式的外交场合很少会引用,可是这些主题用在公共外交之中,专门向不了解外交事务的普通民众沟通,就能起到特殊的效果。

第三要学会利用更多的传播渠道和形式。外交是严肃的政治博弈,可是在公共外交时代,要依赖多样的工具和话题。公共外交比传统的“外宣”更强调手段的丰富性和多样性。此次中国不只是利用新闻发布会等传统平台,还大规模利用国际媒体平台,以西方媒体的游戏规则发出中国声音,另外开始善于借用话题,形成内外共同的舆论场,公共外交初步呈现出立体格局。

第四采取相对灵活的评价标准。公共外交形式的多样化就要求评判标准的灵活化。公共外交有时是在新闻发布会上的“统一口径”,有时是在报纸、电视台、网络和报告厅里一定范围内的“个性表达”。既然是“个性表达”,就不能完全用“统一口径”的标准去评估。在中日舆论战中,中国的一些创新性尝试也引发了不同的评价声音。但只要有利于国家利益,都应该鼓励探索,在实践中修正和提升。当然,中国开展新型公共外交的经验还不多,在鼓励大胆创新的同时,在操作层面上也应当注意稳妥实施,充分总结经验教训,具体分析目标与手段,逐步形成精细化、规范化和灵活化兼具的成熟公共外交模式。

【完稿日期:2014-3-31】

【责任编辑:曹 群】