

# 新时代提升国际传播能力面临的挑战与应对策略

□王斌

## 核心阅读

- 和平与发展的历史潮流不可阻挡，我国在成功走出中国式现代化道路的同时，高举构建人类命运共同体旗帜，中国观点、立场、声音的影响力和感召力愈来愈强。
- 正如习近平总书记指出的：“落后就要挨打，贫穷就要挨饿，失语就要挨骂。形象地讲，长期以来，我们党带领人民就是要不断解决‘挨打’‘挨饿’‘挨骂’这三大问题。经过几代人不懈奋斗，前两个问题基本得到解决，但‘挨骂’问题还没有得到根本解决。”党的十八大以来，我国国际传播能力大幅提升，在许多领域取得重大突破，对外宣传工作成效显著，但在提升国际传播能力方面仍然面临诸多问题与挑战。
- 我们必须坚定信心、提高能力，以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平文化思想为指导，深刻认识和把握国内外形势，抓住机遇，应对挑战，软硬兼施，系统建设，完善支撑体系，推动构建人类命运共同体和人类文明交流互鉴，提升国际传播能力。

当前，世界正处于大发展大变革大调整时期，国际力量对比发生深刻变化，人类社会面临百年未有之大变局。随着我国综合国力和国际地位不断提升，我国前所未有地走近世界舞台中央，成为推动世界和平发展的参与者、建设者和引领者。在世界多极化、经济全球化、社会信息化、文化多样化的深度演进过程中，我国需大力提升国际传播能力，扩大中华文化影响力，广泛宣介中国主张、中国智慧、中国方案，努力塑造可信、可爱、可敬的中国形象。

## 一、新时代提升国际传播能力的重要性与紧迫性

和平与发展的历史潮流不可阻挡，我国在成功走出中国式现代化道路的同时，高举构建人类命运共同体旗帜，中国观点、立场、声音的影响力和感召力愈来愈强。

(一) 实现伟大复兴需要增强国家软实力

软实力作为国家综合国力的重要组成部分，是一个国家依靠政治制度及意识形态的吸引力、文化价值的感召力和国民形象的亲和力等释放出来的无形影响力，深刻地影响着国家实力的竞争和国际关系的调整。文化只有经过传播才能成为实力，国际上的文化软实力只有经过国际传播才能实现，国际传播能力在很大程度上决定着文化软实力的强弱。习近平总书记指出：“提高国家文化软实力，关系‘两个一百年’奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的实现。”提高国家文化软实力，就要努力传播当代中国价值观念，增强其吸引力、感召力和亲和力。实践证明，中国特色社会主义的道路、理论、制度是成功的，日益引起国际社会广泛关注和借鉴。因此，要积极拓展对外传播平台和载体，把当代中国价值观念贯穿于国际交流交往之中；全面展示中华文化独特魅力，把继承优秀传统文化又弘扬时代精神、立足本国又面向世界的当代中国文化创新成果传播出去；推动文化事业和文化产业繁荣发展，夯实国家软实力传播的物质和精神基础。

(二) 推动高质量发展需要良好的国际舆论

习近平总书记强调，“要深刻认识新形势下加强和改进国际传播工作的重要性和必要性，下大气力加强国际传播能力建设，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权，为我国改革发展稳定营造有利外部舆论环境”，并指出，“必须加强顶层设计和研究布局，构建具有鲜明中国特色的战略传播体系，着力提高国际传播影响力、中华文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力”。随着我国高质量发展的深入推进，创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念逐步为国际社会所知晓，理性客观地看待中国以及为中国点赞的人越来越多，但也不乏唱衰中国发展的声音、扭曲中国发展的偏见、担心中国发展的误解，长此以往，必然会影响国际经贸往来，制约人文交流互鉴。因此，必须加强对外宣传阐释，在国际国内让中国发展赢得更多客观友善的认识与评价，以事实来生动展示中国发展是世界的机遇，全面展示中国式现代化的美好图景。面对世界经济日益增加的不稳定和不确定性，中国坚持经济全球化正确方向，努力把互利合作“蛋糕”做大，畅通国内国际双循环，推动共建“一带一路”，让发展成果更多更公平惠及各国人民，以开放、合作、共赢精神同世界各国共谋发展；深刻阐明古往今来中华民族从不靠穷兵黩武和对外扩张谋求利益，而是以德服人、以文化人，以加强交流，增进互信，消除偏见和误解，营造良好的舆论环境。

(三) 坚定人民文化自信需要世界普遍尊重

习近平总书记指出，要“引导我国人民树立和坚持正确的历史观、民族观、国家观、文化观，增强做中国人的骨气和底气”。当今世界全球化深入演进，中西文化相互碰撞，大量外国文化特别是西方文化进入中国，既带来有益的精神产品，也对中华传统文化造成冲击，有许多人被西方价值观所侵蚀。面临西方文化输入甚至侵略，我们必须坚守中华文化立场，推动中国文化走出去，增强中华文化的传播力和感召力，在世界范围内使中华文化赢得广泛理解和尊重，从而增强国民的文化认同感和自豪感，进一步提振广大人民的文化自信。针对西方文明极端利己主义、自由主义等给人类发展带来的种种危机，要以中华文化蕴藏的优秀特质构建新的话语体系，全力打造中华优秀传统文化精品，引领人类走出现实世界与精神世界的困境。把中华文化博大精深的思想体系，如仁者爱人、与人为善、自强不息等，作为应对当今人类社会面临冲突与挑战的思想武器，激活中华文化内在的强大生命力，激发出人民强烈的民族自信心。

(四) 推进全球文明倡议需要文化交流互鉴

习近平总书记指出：“中华文明源远流长，在同世界其他文明的交流互鉴中丰富发展，赋予中国式现代化以深厚底蕴。”文明的创造和交流是人类文明形成和演变的主要动力，不同地域不同国家不同民族的主要人们，创造了各具特色的文明形态，并且超越地域持续不断地交流融合，构成了人类文明波澜壮阔的发展图谱。各个文明都有其鲜明的民族特色，也有其永不褪色的时代价值，并且随着时代变迁和彼此交流

而不断与时俱进。自古以来，中华文明在继承创新中不断发展，在应时处变中不断升华，积淀着中华民族最深沉的精神追求。因此，要加强中华文化的广泛传播，使其同各国人民创造的多彩文化一道，为人类发展提供精神指引。以开放胸怀来学习借鉴别国别民族思想文化的长处和精华，加强世界各国之间的互容、互鉴、互通，共同推动人类文明进步和世界和平发展。推动中华文明对外交流，并不是搞文化霸权，而是使中华文明作为文明多样性中的一种力量走向世界，为人类文明发展进步提供一种借鉴或选择，在文明的交流互鉴中彰显中华文明风采，在学习借鉴中完善自己，提升中华民族现代文明的生机活力。

(五) 重塑国际舆论秩序需要积极主动发声

习近平总书记指出：“别人乱说我们一通，如果我们不及时加以澄清和纠正，就会以讹传讹，反倒让世人觉得我们输了理似的。我们要主动发声，让人家了解我们希望人家了解的东西，让正确的声音先入为主。”美西方国家利用其长期以来形成的舆论话语权优势特别是互联网超级大国地位，不仅左右国际关系格局和全球文化交流，而且还不遗余力地诋毁抹黑中国，发动针对中国的认知战。因此，在日益复杂的国际舆论斗争中，必须增强国际传播能力，提升我国的话语权。面对美西方媒体的舆论构陷，我们要迎难而上，主动作为，积极破解美西方发动的认知战，让更多的中国故事被国际社会所接受，从而塑造正面的中国国家形象，传递正义的人类共同价值。

## 二、新时代提升国际传播能力面临的问题与挑战

正如习近平总书记指出的：“落后就要挨打，贫穷就要挨饿，失语就要挨骂。形象地讲，长期以来，我们党带领人民就是要不断解决‘挨打’‘挨饿’‘挨骂’这三大问题。经过几代人不懈奋斗，前两个问题基本得到解决，但‘挨骂’问题还没有得到根本解决。”党的十八大以来，我国国际传播能力大幅提升，在许多领域取得重大突破，对外宣传工作成效显著，但在提升国际传播能力方面仍然面临诸多问题与挑战。

(一) 内容缺乏精准设置，难以吸引受众关注

一是热闹喧哗中缺乏引导力。尽管投入较多资源营造出热烈的外宣气氛，但是缺少对当代中国有价值信息资源的深入挖掘、加工、利用、共享与整合，千千万万的好故事等待发现和讲述，对现实世界知之不深、知之不清、知之不全，采访报道不充分、不深入，传播内容流于表面且缺少思想性、导向性和创新性。二是宏大叙事中流于浅表化。传播产品主题庞大、切口太宽、概念堆积、缺乏细节和真情，散发着浓厚的“宣传说教味”。三是突出正面中反倒被误解。习惯“报喜不报忧”，没有客观真实地反映中国发展过程中遇到的问题，而且由于表达得太过完美，容易让受众觉得虚假。四是疲于应对中迷失主动权。在舆论引导方面缺少主动设置议题，重大舆情发生后没有及时发声，巧妙运用传播策略能力有待提高，面对国际上的负面指责不能有力反驳和有效遏制，导致陷入了有理说不出、说了传不开的境地。

(二) 方法比较传统呆板，难以激发受众共鸣

一是传统表达中不接“地气”。经常用于官方、平实、理性的视角进行对外传播，而缺乏对普通人日常生活的描绘，人文色彩较为淡薄，给人“不食人间烟火”的感觉。二是枯燥表述中失去青年受众。对国外主要受众的“Z世代”年轻群体不了解、沟通少，造成“对牛弹琴”“各唱各调”。三是大而化之之中忽视文化差异。境内外不同的语言环境、文化理念、教育背景，让不同人群对同一事件产生不同的理解和解读，如不分类施策精准传播，容易造成误解和误读，甚至导致对立或引发冲突。四是单向输出中缺少情感交流。平等对话和深层互动较少，无视受众反应，缺少正向反馈。五是平铺直叙中缺乏传播技巧。叙事表达按部就班、单调乏味，铺垫、隐喻、趣味、自嘲的手法运用不足，使得受众接受度降低。六是突出国粹中产生审美疲劳。对外传播的内容集中表现为中国

传统戏剧、瓷器、武术、饮食等，长此以往使得受众对中国产生符号化、标签化印记，一时兴趣之后不仅觉得乏善可陈，而且还会忽视丰富多彩的当代中国印象。

(三) 手段相对局限单一，难以广泛送达受众

一是产品数量众多但爆款不多。许多外宣产品属于自娱自乐甚至粗制滥造，真正使受众眼前一亮、入脑入心，实现“出圈”效果的精品较少。二是传统产品丰富但创新不足。大多数传播产品的形式和报道方法还局限在普通的图文音像上，新技术赋能传播媒介力度不够，综合利用短视频、动漫、直播等新传播的形式较少，传播方式创意不足，吸引力不强。三是海外布局广泛但本土化不够。尽管中央主要媒体均在境外建立了国际传媒机构，但在推进内容生产、平台渠道、人员机构、传播方式的本土化等方面力度不够，发声渠道不顺畅，信息落地能力偏弱。四是巧用借船出海但主导权不强。我国媒体在国际上缺乏具有广泛影响力的自有社交媒体平台，当前只能倚重脸书等美国主导的社交媒体平台传播中国信息，绝大多数账号粉丝数量稀少，增长乏力，同时近年来这些境外平台还不断推出针对中国媒体海外传播活动的钳制措施，通过审查内容、限制推广甚至封停账号，使我国国际传播陷入被动。

(四) 力量较为分散薄弱，难以形成合力

一是国际传播各自为政，缺少统筹谋划。当前，全社会参与国际传播的热情已经有了，但各方面资源力量统筹布局还没有到位，各主体间的配合程度较低，还未真正形成多元化、可聚合的大外宣格局。二是媒体传播孤军奋战，缺乏力量支撑。当前国际传播的主力军是媒体特别是中央媒体，而地方政府、企业、智库、高校、民间组织、公民个人等参与国际传播的程度较低，利用各类会议、展会、节庆等活动开展外宣的主动意识不强，各方面力量还没有完全调动起来。中央企业在实施境外项目时，存在“会做不会说”“学做学着说”“敢做不敢说”的现象。三是人力资源丰富，但缺乏高端国际传播人才。参与国际传播的多为媒体从业人员，大多数没有在国外工作过学习的经历，国际视野和专业能力等方面有待拓展和提高。精通国际传播的专家型人才、外籍人才、多语种人才和其他行业领域人才匮乏，在国际传播内容策划、传播产品创意制作、全媒体协调运用等方面能力不足。四是传播力度大，但缺少效果评价体系。国际传播项目众多，但效果究竟如何，目前只能用浏览量等一些简单数字来说明，缺少针对境外受众的完整准确的评价体系。

## 三、新时代提升国际传播能力的策略

我们必须坚定信心、提高能力，以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平文化思想为指导，深刻认识和把握国内外形势，抓住机遇，应对挑战，软硬兼施，系统建设，完善支撑体系，推动构建人类命运共同体和人类文明交流互鉴，提升国际传播能力。

(一) 坚持内容为王，实施“新时代国家形象塑造工程”

习近平总书记指出：“要注重塑造我们的国家形象，重点展示中国历史底蕴深厚、各民族多元一体、文化多样和谐的文明大国形象，政治清明、经济发展、文化繁荣、社会稳定、人民团结、山河秀美的东方大国形象，坚持和平发展、促进共同发展、维护国际公平正义、为人类作出贡献的负责任大国形象，对外更加开放、更加具有亲和力、充满希望、充满活力的社会主义大国形象。”一是强化统一的国家形象定位，在国际社会树立起可信、可爱、可敬的中国形象，对外实施“新时代国家形象塑造工程”。二是强化政治引领，生动展现习近平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记的领袖形象，通过一系列生动鲜活的事例彰显习近平新时代中国特色社会主义思想的实践伟力，重点讲好新时代好故事，增强思想宣介与形象传播的感染力、说服力与亲和力。三是坚持以人民为中心的发展思想，通过见人见事见细节的故事，关注百姓的日常生活，怀着同理心、敬畏心，雕刻普通群众、寻常家庭，

让当代中国人的形象鲜活起来、生动起来。四是坚持实事求是的思想路线，不刻意回避中国发展中存在的问题和困难，讲出中国最真实的故事，展示更加真实、立体、全面的中国。五是坚持守正创新，创造性地推动中华优秀传统文化走出去。展现中国文化应突出“形神兼备”，既要形象展示表层的文化符号，也要提炼其精神标识，特别是把中华优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓展示出来，体现中华民族现代文明适应当代世界、跨越时空国界的永恒魅力。六是坚持斗争精神，有效应对美西方发起的舆论战、认知战，针对国际上对中国的不实信息和负面舆论，主动设置议题，积极发声引导，及时澄清和纠正，让正确声音盖过它们。

(二) 坚持守正创新，实施“新时代中国学术产品国际供给计划”

习近平总书记指出：“我们在国际上有理说不清的一个重要原因，是我们的对外传播话语体系没有完全建立起来。话语的背后是思想、是‘道’。不要为了讲故事而讲故事，要把‘道’贯穿于故事之中，通过引人入胜的方式启人‘道’，通过循循善诱的方式让人悟‘道’。要加强对外话语体系建设，用中国理论阐释中国实践，用中国实践升华中国理论，更加鲜明地展现中国思想，更加响亮地提出中国主张。”一是围绕世界发展面临的重大问题，在总结和解读中国实践基础上，系统性地向国际及区域提出体现中国立场、中国智慧、中国价值的理念、主张、方案，对外实施“新时代中国学术产品国际供给计划”。二是按照习近平总书记提出的立足中国、借鉴国外，挖掘历史、把握当代，关怀人类、面向未来的思路，着力构建中国特色哲学社会科学。立足中国、借鉴国外，要深刻把握和凝练中国发展成功经验，形成理论性、规律性认识，并针对世界形势发展变化，打造融通中外的新概念新范畴新表述。既要体现中国智慧，也要吸收借鉴各国有益成果；既要展现中国风格，也要便于国际社会理解接受。三是借鉴西方话语体系构建所用的惯常做法，善于提炼标识性概念，打造易为国际社会所理解和接受的原则理念、价值观念、智慧哲理、思想文化、规则标准、方案策略等知识产品。可按照提出概念—学术讨论形成关注—权威机构发布文件（包括指标评估方法）—广泛推广应用案例的思路，构建全方位、全领域、全要素的话语体系，充分体现中国特色、中国风格、中国气派。

(三) 坚持受众意识，实施“新时代中华民现代文明国际传播行动”

习近平总书记指出：“要创新对外话语表达方式，研究国外不同受众的习惯和特点，把我们想讲的和国外受众想听的结合起来，把‘陈情’和‘说理’结合起来，把‘自己讲’和‘别人讲’结合起来，使故事更多为国际社会和海外受众所认同。”因此，要综合运用各类传播手段，实施“新时代中华民族现代文明国际传播行动”。

各类媒体是实施传播行动的主力，要结合不同国家的文化交流背景，形成适应和应变表达能力，揣摩复盘受众的语言思维和行为习惯，瞄准年轻一代受众接受特点，提高传播的时效性、针对性、可读性；把握国际传播领域移动化、社交化、可视化的趋势，让更多国外受众听得懂、听得进、听得明白；用好新兴媒体特别是网络社交平台，有针对性地开展算法推荐，大量吸收喜爱中国的国外粉丝，打造网上信息和情感交流共享平台；将提高国际传播能力纳入媒体融合发展战略，提高信息技术能力，用好数字化手段，合作或独立培育有影响力的海外传播平台，努力形成传播品牌，着力打造世界一流、具有强大综合实力的国际传播机构。

文艺是最好的国际交流方式。文艺创作要深入挖掘博大精深的传统文化、多姿多彩的民族文化、昂扬向上的红色文化、充满生机的当代文化，创作生产符合对外传播规律、易于让国外受众接受的优秀作品，不断增强中国文艺的吸引力、感召力；发展民族化的艺术表现形式，拓展题材、内容、形式、手法，推动观念和手段相结合、内容和形式相融合、各种艺术要素和技术要素相辉映；坚守中华文化立场，摒弃“仰视西方”“唯洋是从”的不良倾向，防止在盲目跟从西方中迷失自我；

实施中国当代作品翻译工程，遴选反映当代中国的正能量文艺作品，借助AI技术，由国家资助或组织开展多语种翻译、出版、播映、展示；充分利用节庆展会和经贸活动，向世界推介我国优秀文艺作品。

人文交流是国际传播的有效方式。搭建多领域多层次国际人文合作平台，统筹各类智库、华人华侨、留学生、青少年、民间团体、涉外企业等主体的对外交往；积极扩大交流规模，建立交流网络，创新交流模式，落实交流项目，以加深相互了解，消除彼此误解，促进民心相通。

科技传播是国际传播的重要内容。可以利用科技的通用性来降低意识形态差异的对抗性，传播我国科学发现、科技成就、科学精神、创新文化及其对人类进步的意义和贡献，提高受众的科学认知和科学素质，通过对中国科技的了解增进对中国的文化认同和情感联结。

旅游体验活动是最生动的国际传播手段。充分发挥我国自然人文旅游资源丰富、国际赛事活动众多、人民淳朴热情的优势，打造精品旅游产品，展示中华文化遗产，开发特色文创产品，广泛吸引各国游客。需要指出的是，广泛吸引西方游客来华，不仅能让他们直接感受中国的真实面貌，还可以通过他们的社交媒体把这种面貌进行广泛传播，以对冲西方媒体戴着有色眼镜的不实报道。

增强国际传播的创造力、感召力、公信力，还要创新应用新技术赋能，尤其是要用好人工智能大模型场景化赋能，建构基于多模态场景的对话与叙事表达，充分利用生成式人工智能技术参与国际议题设置。积极引入数字人虚拟主播等智能化工具，推动人与技术、媒介资源、生产要素的有效整合。综合利用短视频、动漫、直播等新传播手段，讲述有情感、有温度的故事，展现中国人的生活变迁、喜怒哀乐、价值观念。共情才能产生共鸣，只有抓住人的情感共通处、情绪契合点，才能把我们想讲的和国外受众想听的结合起来，从而拉近距离，增强情感认同。讲好中国故事还要注重分众化传播，根据受众的认知习惯和文化环境，适度适时调整传播策略，综合运用各类传播技巧。

(四) 坚持能力建设，构建新时代大外宣工作格局

习近平总书记指出：“讲好中国故事，不仅中国的同志要讲，而且各级领导干部都要讲；不仅宣传部门要讲、媒体要讲，而且实际工作部门都要讲，各条战线都要讲……要动员各方面一起做思想工作，加强统筹协调，整合各类资源，推动内宣外宣一体发展，奏响交响乐、大合唱，把中国故事讲得愈来愈精彩，让中国声音愈来愈响亮。”因此，必须完善国际传播工作格局，创新宣传理念，优化运行机制，汇聚更多力量，构建新时代大外宣工作格局。一是充分利用和创新新型举国体制，构建一个以党委、政府为主导，国际汇聚民间力量的多主体、多层次的国际传播体系；将国际传播工作纳入地方和部门的意识形态责任制考核，使其成为各级党委、政府的重要任务；加强统筹协调、高位推动、整合资源，发挥各民主党派、政府在战略规划、政策引导、资源调配等方面的引领作用；广泛激发民间力量参与热情，协同配合，把中央和地方、官方和民间、国企和民企、机构和个人、国内与国外等方面的资源和力量充分发动起来，立足各自优势，大范围、多角度、立体式地传播中国声音。二是支持媒体走出去参与国际传媒市场竞争，明确职责定位，优化战略布局，实施本土化战略，实现优势互补。国有企业要主动担当起国际传播的使命职责，利用自身在全球的资源分布，在境外项目实施过程中有针对性地开展本地化的传播策略；民营企业应在国际传播中注重自身能力建设，树立品牌意识，塑造良好形象；走出去的企业要建立舆情危机应对机制，维护中国企业声誉和国际形象。三是加强人才队伍建设，组织培训交流，鼓励从业人员获取海外工作或学习经验。创新人才选拔和激励机制，积极引进精通国际传播的专家型人才，特别是外籍和多语种人才；加强国际传播理论研究，为人才培养提供理论支持，努力培养造就一大批熟悉党的宣传政策、了解我国国情、具有全球视野、掌握传播技巧、熟练运用外语、通晓跨文化交流的外宣专业人才。四是科学制定实施国际传播项目绩效评估指标体系，引入第三方评估，借助大数据技术精准评价和掌握传播效果。定期对境外受众进行调研，深入分析受众行为和情感倾向，为调整传播策略提供依据；平衡国内外受众感受，在评价传播效果时兼顾双方，避免因偏颇导致误解。五是积极引导中国公民在出境旅行时保持文明行为，对外树立人人都是外宣者、都是国家形象代言人的良好印象，推动形成覆盖全社会的中华民族现代文明传播新局面。

(作者为海南省委常委、宣传部部长，转载自《南海学刊》2024年第5期，略有删节)