

# 全面提升国际传播效能

## 加快构建多渠道、立体式对外传播格局

程曼丽

立体式的大外宣格局。比如,我国国际传播的基础设施、技术水平、采编能力等均得到有力提升,主流媒体纷纷利用5G技术开展新闻实践,包括布局5G技术应用平台、建设移动端新闻APP、打造沉浸式互动式新闻产品等,逐步实现了从传统媒体向综合性原创内容制作的全媒体机构转变,从传统技术布局向“5G+4K/SK+AI”战略格局转变,传播力、引导力、影响力、公信力显著提升,在讲好中国故事、传播好中国声音方面发挥了重要作用。

### 深刻理解推进国际传播格局重构的紧迫性和必要性

传播力决定影响力,话语权决定主动权。习近平总书记在主持二十届中共中央政治局第十七次集体学习时强调:“推进国际传播格局重构,创新开展网络外宣,构建多渠道、立体式对外传播格局。”新时代新征程,我们要深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神,加快构建多渠道、立体式对外传播格局,以更有效力的国际传播体系、更高水平的国际传播效能,同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权,为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业营造有利外部舆论环境。

### 充分认识新时代以来我国国际传播工作成效

我们党历来高度重视对外传播工作。新时代以来,习近平总书记对加强和改进国际传播工作提出一系列新思想新观点新论断,为做好国际传播工作指明了前进方向、提供了根本遵循。习近平总书记强调“我们国家发展成就那么大、发展势头那么好,我们国家在世界上做了那么多好事,这是做好国际舆论引导工作的最大本钱”,科学阐明了当前国际传播工作面临的有利形势,为我们做好国际传播工作增添了信心和力量;习近平总书记强调“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,为推动构建人类命运共同体作出积极贡献”,为我们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提供了科学指引;习近平总书记强调“要动员各方面一起做思想舆论工作,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”,为我们在传播主体日益多元、传播资源更加丰富的新形势下加强和改进国际传播工作提供了行动指南;等等。

新时代以来,在习近平文化思想科学指引下,我们大力推动国际传播守正创新,理顺内宣外宣体制,打造具有国际影响力的媒体集群,积极推动中华文化走出去,有效开展国际舆论引导和舆论斗争,初步构建起多主体、

家、不同群体的分众化传播能力亟待加强;从国家层面对“大外宣”进行统一领导、全面规划、协同实施、合力推进的管理体制和工作机制还有待健全;等等。这就要求我们深入贯彻落实习近平文化思想,通过深入调研总结经验、寻找差距,进一步形成更加完善、更加集约、更加科学的国家战略传播总体规划,以实现推进国际传播格局重构的战略目标。

### 切实把握构建多渠道、立体式对外传播格局的实践要求

对外传播,面向的是全世界,对象是不同历史文化背景、不同经济社会发展水平的各国人民。因此,我们要构建的对外传播格局,决不能是单渠道、平面化的,必须在多渠道、立体式方面做出努力。

完善体制机制。国际传播能力建设的目标是进入国际舆论场的前沿阵地,掌握话语权,赢得主动权。在当前的国际舆论环境下,这无疑是一场攻坚战,需要进行整体性的筹谋擘画,包括在传媒产业布局、新媒体技术运用、民族品牌打造、对外形象建设等方面进行全盘考虑,在传播方案、主题、产品、渠道等方面进行统合规划。要进一步调整思路,强化对外传播跨部门协调机制,建立对外传播线索引导、组织策划、用户需求、报道反馈、政策要求等方面的信息共享平台;加强国际传播智库建设,加强理论研究,培养适应新时代国际传播需要的专门人才;推动各级领导干部、各地区各部门各方面共同做好对外传播工作,带动广大社会成员自觉参与对外传播和国家形象建设,形成国际传播大格局。

做好精准传播。习近平总书记指出:“要采用贴近不同区域、不同国家、不同群体受众的精准传播方式,推进中国故事和中国声音的全球化表达、区域化表达、分众化表达,增强国际传播的亲和力 and 实效性。”目前,信息技术的发展为实施精准传播提供了有利条件。大数据、云计算等技术本身就具有精准化、个性化、定制化的特点。借助信息技术的强大功能,可以有效对接用户尤其是网络用户,了解传播目标国以及不同国家受众的基本特征、信息需求和心理倾向,形成“用户画像”,经过数据挖掘和类型化分析,打造针对性的内容产品,实现精准推送和分众传播。当然,精准传播是一个不断完善的过程,大数据技术可以为评估传播活动效果提供技术支持,从而为传播者及传播管理者提供决策参考,不断优化精准传播效果。

用好文化文明力量。当前,通过文明交

流互鉴应对共同挑战、迈向美好未来的呼声日益强烈。国际社会对中华文化的关注与日俱增,期待中华文化对人类文明发展进步发挥更大作用。具体来看,在对外传播中用好文化文明的力量,要深入实施中华文明全球传播工程,变片段式的、单一符号的文化传播为中华民族代表性符号的整体传播,展示好中华文明的精神标识和文化精髓;广泛参与世界文明对话,建设全球文明倡议践行机制,推动不同文明交流互鉴、增进各国人民相知相亲、凝聚国际社会合作共识;在文明交流互鉴中摆脱思维和视野上的局限性,关注人类社会的共同诉求,传播好能够有效满足诉求的中国方案与中国智慧。

着力提升话语权。国际话语权是国家权力在国际政治领域中的体现,反映了各个国家在国际社会权力结构中的地位与影响。当前,我国的国际话语权同我国综合国力和国际地位并不相匹配。鉴于此,我国国际传播话语和叙事体系构建面临的一个重要任务,就是打破那些占据国际社会主导地位的美西方“元叙事”“元话语”,从中国的历史、现实中挖掘话语资源,从文明逻辑、发展逻辑、大国责任逻辑出发对叙事体系进行系统构建与创新。要弘扬全人类共同价值、人类命运共同体理念,讲好全球发展倡议、全球安全倡议、全球文明倡议,把中华民族的前途命运与人类社会的未来发展联系在一起,把推进中国式现代化与促进人类文明进步联系在一起,超越国际关系中传统的权力观、利益观、秩序观、发展观,为全球治理提供中国方案,并将其凝练为中国理念和中国话语,构建符合人类社会规律且融通中外的中国话语和中国叙事体系,以此逐步打破西方国家的话语霸权,提升我国的国际话语权。

提升舆论斗争水平。习近平总书记指出:“要讲究舆论斗争的策略和艺术,提升重大问题对外发声能力。”舆论斗争是大国博弈框架下的一种话语建构,也是思想、观念、意志的导入,看似无形却极其有力。美国对华舆论战的事实告诉我们,舆论战不是匆促的应急之举,也不是简单的反击之策,其背后是一系列体制机制的支撑,包括舆情研判、舆论布局、话题设置以及各种策略、手段的运用。对此我们应当高度重视、加强研究,掌握其中的规律,做好包括舆论斗争整体方案的准备、战略战术的准备、平台渠道的准备以及议题和话语方面的准备。在世界面临各种不稳定性、不确定性的当下,我们还应善于预见和预判各种风险挑战,做好应对各种突发事件的传播预案。唯有如此,才能营造有利外部舆论环境。

(作者为北京大学新闻与传播学院教授)

习近平总书记在主持二十届中共中央政治局第十七次集体学习时强调:“推进国际传播格局重构,创新开展网络外宣,构建多渠道、立体式对外传播格局。”传播力决定影响力,话语权决定主动权。新征程上,我们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,全面提升国际传播效能,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权,为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业营造有利外部舆论环境。本期观察版围绕这一主题进行探讨。

——编者

观察者说

随着智能传播技术的迅猛发展,技术优势往往意味着信息优势,国际传播的环境因此更趋复杂。在此背景下,国际传播如何用好技术手段赋能增效,成为加强国际传播能力建设、全面提升国际传播效能必须考虑的重要方面。习近平总书记在主持二十届中共中央政治局第十七次集体学习时提出了“创新开展网络外宣”的重要要求。

当前,互联网不仅重新定义了个人之间的沟通模式,而且还打破了时间和空间的限制,推动形成了一个以网络为“基点”的新交往形态。在这种新型的网络社会中,信息成为主要要素,网络成为基础架构,形成了分布式传播模式。在分布式传播环境下,网络外宣需要适应多节点协作和实时互动等特征,通过创新传播技术、内容、策略与机制,有效提升传播效率与国际影响力。

协同发展数据、算法、算力,夯实网络外宣的技术基础。随着网络外宣的基础设施化,传播领域的主体、内容、方式等发生巨大变革,主体多元化、内容多模态化、方式互动化、受众圈层化等趋势明显。从全要素和全流程方面创新国际传播实践,实现从传统的“人找信息”到“信息找人”的革命性转变,离不开智能传播的支持。数据、算法、算力是智能传播的三大基石。具体而言,数据是智能传播的基础,包括用户行为数据、内容数据、关系数据等,通过对这些数据收集和解析,可以为精准传播打下基础。算法是将数据转化为有用信息和行动的核心驱动力,能够辅助系统进行智能决策,根据用户的历史行为推荐个性化内容,或通过情感分析识别受众情绪并调整传播策略。算力是处理数据和执行算法的能力,是智能传播实现实时分析和快速响应的保障。通过数据、算法、算力的协同发展,可以建构能够高效、精准地实现信息生成、分析、分发和优化的智能传播网络。在此基础上,通过自动化生成工具、智能分析系统以及个性化推荐技术,有助于提升外宣工作的效率与精准度,将信息传播从传统方式转变为工业化、智能化的生产与传播。

深层适配文化符号、叙事方式与价值观,打造网络外宣的重点内容。创新开展网络外宣不仅需要传播方式的更新,更要做好对外宣内容内涵的深化。这一过程不仅仅是相关信息的语言翻译或表面内容的传播,还是对传播内容的深层结构与文化意义的重新塑造,从而构建跨文化的理解体系,使外宣内容能够在多元文化环境中获得更高的接受度和认同感。具体而言,要构建跨文化的符号网络,增强外宣内容的亲和力。要在外宣工作中灵活运用文化符号体系,将外宣内容与对象国的本土文化符号相结合,形成跨文化的符号网络。这种结合使外宣内容能够突破文化隔阂,更易被不同文化背景的受众所接受。比如,可以在外宣内容中引入对象国的传统节日、历史人物、经典文学作品等符号,通过这些具有熟悉感的符号拉近与受众的心理距离。要适应多元叙事结构,实现叙事模式的多维拓展。积极促进外宣内容适配不同文化的叙事逻辑,使叙事更具包容性和灵活性,实现受众对信息的深层理解。比如,在讲述我国发展成就时,可以根据目标受众的叙事偏好调整对外宣传的叙事方式,在东方文化中可以采用强调集体成就的叙事,而在西方文化中则可以侧重个体奋斗或英雄式叙事。要在全人类共同价值中寻求共鸣,实现价值追求的多层次扩展。外宣时可以在不同文化中寻找具有共通性的价值主题,如和平、发展、公平、正义等,然后通过这些价值主题构建跨文化的理解和支持,自然融入国际受众的价值体系,从而使我们要传播的内容不再被认作是“他者”的观点。

积极顺应“去中心化”趋势,不断丰富网络外宣的渠道资源。现代社会的信息传播已超越传统媒介的限制,呈现多维度、个性化和即时性的传播形态,单中心的辐射式结构逐渐让位于多节点传播体系。与此同时,公众对信息的接受习惯也发生深刻变化,依赖性更强的社交平台 and 个性化内容的普及,促使信息传播不再以“发布者”为中心,而是逐步向“接收者”偏移。在当前的国际传播环境中,网络外宣可以利用社交媒体的算法推荐,将相关内容精准嵌入目标受众的日常信息环境中,与他们常接触的信息无缝衔接,不再显得“外来”或“刻意”,从而超越传统“广而告之”的策略,潜移默化地形成影响力。要坚持以信息生产层面的“去中心化”思路实现主流价值“中心化”传播的目标,构建多节点、多层次传播网络,增强内容的包容性和多样性,有效增强国际受众对外宣内容的接受与认同。

(作者为复旦大学新闻学院教授)

### 善用文化文明的力量

## 进一步推进中华文化海外传播

张永奋 姜明宝

新创造活力持续迸发,努力创作生产更多传播当代中国价值观念、体现中华文化精神、反映中国人审美追求,思想性、艺术性、观赏性有机统一的优秀作品,创造一批熔铸古今、汇通中外的文化成果,向世界大力传播当代中国文化创新成果,全方位、多角度展示中华文化的独特魅力。

用中国话语讲好中国故事。文明的传播力影响力,只有在推动文明交流互鉴中才能得到更好彰显。推进中华文化海外传播,是为了让世界更好地认识中国、了解中国。我们不仅要注重物质层面,更要注重精神层面,传播好我们创造的精品力作,推进中国形象的塑造、中国精神的推广、中国故事的讲述,不断提高文化交流水平,以自信开放的姿态更好推动中华文化走出去。要加快构建中国话语和中国叙事体系,用好中华文化资源,紧扣国际关切,着力打造融通中外的新概念、新范畴、新表述,寻找中华文化与其他国家文化的契合点,挖掘可感知的精神标识,探索可沟通的表达方式,搭建可共享的话语空间,推进全球化表达、区域化表达、分众化表达,增强亲和力 and 实效性,用中国话语讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象。要建设全球文明倡议践行机制,弘扬平等、互鉴、对话、包容的文明观,用好文明古国论坛等平台,深入实施中华文明全球传播工程,推动文明

交流双边多边合作机制建设,扩大国际人文交流合作,广泛参与世界文明对话,进一步加强中外文化交流互动。

探索文化传播新模式。当前,新一轮科技革命方兴未艾,新的信息技术迅猛发展,在文化领域不断催生各类新业态、新应用、新模式,深刻改变文化创作生产和传播消费方式,深刻重塑文化业态,深刻推动不同文化和价值观念交流交融交锋。海外民众可以通过电商平台买到各种具有中国特色的商品,可以从推介会、网站、社交媒体等各类渠道了解到中国的旅游资源和文化景点,还可以通过虚拟现实、增强现实等新技术手段获得沉浸式的中国文化体验。可见,数字时代为中华文化海外传播创造了前所未有的机遇,形成了多样化的传播渠道,创造了更为新颖的表达方式,极大拉近了海外民众同中华文化之间的距离,进一步拓展了中华文化海外传播的平台和通道,有利于更好发挥各类文化产品的功能,搭建起人文交流、民心相通的桥梁。要统筹网上网下各类平台、资源,把互联网思维和信息技术应用系统贯穿到推进中华文化海外传播中,借助数字技术打造适合不同区域、不同受众的文化传播场景,实现全面彻底的数字化赋能、信息化转型。此外,还要着力用好各方面资源和力量,综合运用大众传播、群体传播、人际传播等方式,构建全方位、多层次、宽领域的中华文化传播格局,提高对外

文化交流水平。

推动对外文化贸易高质量发展。对外文化贸易是推进中华文化海外传播的重要途径。近年来,对外文化贸易快速发展,文化产品进出口总额与贸易顺差呈攀升态势,这对于拓展我国文化发展空间、提高对外贸易发展质量具有重要意义。要支持各类文化企业从事对外文化贸易业务,进一步办好国家级对外文化贸易交易展示平台,扶持“出海型”文化企业,鼓励有国际竞争力的文化企业稳步提高境外文化领域投资合作规模和质量,助力中国文化产业集群出海,联合全球文化产业协同发展,推动文化技术标准、装备制造走出去。要构建符合文化创造发展特点的品牌评价体系,加快形成一批具有国际影响力的文化品牌,加快提升文化遗产、印刷品、音像制品、视觉艺术品、视听媒介等文化产品的竞争力和影响力,让更多体现中华文化特色、具有较强竞争力的文化产品走向国际市场。要把握好数字技术的飞速发展为我国对外文化贸易高质量发展带来的新契机、新条件,推动数字技术赋能文化产业,不断巩固数字文化产品及服务国际市场优势,进一步提升文化产业化、国际化、专业化水平,培育数字文化贸易新动能。

(作者分别为北京语言大学一带一路研究院副教授、原中国国家汉语国际推广领导小组办公室副主任)