

新时代国际传播能力建设研究综述

古菲菲

桂林理工大学

DOI:10.12238/er.v7i7.5225

摘要：新时代国际传播能力建设研究发展至今，对其适时进行整理总结，可以提供现有研究的总体参考和未来研究方向。通过对国际传播能力概念界定研究、对国际传播能力建设历史溯源研究、新时代国际传播能力建设困境研究、新时代国际传播能力建设策略研究进行总结分析，发现现有研究以思辨研究和规范研究为多，面向某国家或地区的国际传播能力建设的实证研究相对不足，使得相关研究的针对性和实效性有所欠缺。基于此，未来研究应该创新国际传播理念，加强面向“一带一路”沿线国家或地区、与我国有交流历史和基础的国家或地区进行国际传播能力建设的实践研究，推动相关研究进展，为新的国际传播能力建设实践提供指导。

关键词：国际传播能力；国际传播；新时代

中图分类号：G2 **文献标识码：**A

Research Review on International Communication Capacity Construction in the New Era

Feifei Gu

Guilin University of Technology

Abstract: The research on international communication capacity construction in the new era has been developed, and the timely sorting and summary can provide the overall reference of existing research and future research direction. Through the concept of international communication ability, the international communication ability construction of historical research, the new era of international communication ability dilemma research, the new era of international communication ability construction strategy research summary analysis, found that the existing research to speculative research and specification research, for a country or region of international communication ability construction of empirical research is relatively insufficient, makes the pertinence and effectiveness of related research. Based on this, future research should innovate the concept of international communication, strengthen practical research on international communication capacity building for countries or regions along “the Belt and Road” and countries or regions that have history and foundation with China, promote relevant research progress, and provide guidance for the practice of new international communication capacity construction.

Keywords: International communication; Capacity construction; New era

引言

进入新时代，我国综合国力和国际地位不断提升，国际社会对我国的关注前所未有，但我国的国际形象建构“他塑”仍然大于“自塑”，国际话语权的建设必要且紧迫。基于对客观实际的清醒认识，以习近平同志为核心的党中央高度重视国际传播能力建设，通过多个场合围绕加强国际传播能力建设发表系列重要论述，致力于形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。新时代国际传播能力建设实践发展至今，经验成果不断积累，研究进展较为可观，因此适时整理总结相关研究，可为未来研究提供一个现有研究的总体参考，并分析出已有研究局限为未来研究提供方向。

一、对国际传播能力概念界定研究

研究国际传播能力要先清楚国际传播是什么。在研究初期，多数学者将国际传播视为国家、政府、社会等“大形象”之间的交流互动，早在20世纪70年代，德里克·菲舍（Heiz-Dietrich Fischer）和约翰·梅里尔（John C. Merrill）就认为国际传播是有目的的民族国家和政府间的信息交换^[1]。日本学者鹤木真认为国际传播就是指以国家、社会为基本单位，以大众传播为支柱的国与国之间的传播^[2]。随着相关研究和实践发展，“个人”“群体”等“小形象”在国际传播中发挥的作用不容忽视，国际传播的主体更为多元化。美国传播学者哈密德·莫拉纳（Hamid Mowlana）将“个人”“群体”纳入国际传播界定，“包括通过个人、群体、政府、技

术在两国、两种文化或多国、多种文化间传递价值观、态度、观点和信息的研究探索领域，同时是对促进或抑制这类信息相关体系结构的研究^[3]。随着我国对外传播实践不断发展，国际传播越来越被视作一种能力来建设。国际战略研究学者赵磊认为，国际传播不是单向的输出过程，而是分享、接触以及倾听、吸纳的双向过程，强调通过有效渠道与合理方式告知、影响或说服特定受众去欣赏、认同国家理念以及国家行为的能力。他还特别强调，国际传播包括倾听和吸纳，即将特定受众的观点纳入政策和行动中并不断完善国家战略的能力^[4]。随着全球化和互联网叠加作用，国际交流日益频繁更易实现，认为主体趋向多元化、内容趋向多样化、传播方和被传播方的地位趋向平等、传播行为更倾向于双向互动的概念是更符合时代发展实际的。

“国际传播能力”则是一个饱含中国抱负和中国气质的特有词汇^[5]，不同研究视角对其解释也有所不同。国际形象塑造的视角下，国际传播能力是一个国家或执政党利用本国和他国传统媒体和新媒体向全球公众传播其信息，进而塑造其国家或政党形象的能力^[6]。国家软实力视角下，国际传播能力是一个国家在国际传播场域作为主体力量的话语权、公信力和影响力的体现^[7]。也有学者对“国际传播能力”和“国际传播力”这两个易混淆概念进行辨析，认为国际传播能力是一国全方位、多层次地向国际受众进行有效传播的综合实力；而国际传播力是一国向他国有效传播信息的硬件和抵达范围，以及所产生的传播效力^[8]。国际传播能力概念是基于我国对外宣传工作的生成而形成的饱含中国抱负和中国气质的特有词汇，不同学者对此概念的解释都是紧紧围绕着我国对外宣传工作要达到的效果来进行阐述，是我国国际传播能力建设从实践向规律性认识的转变。

二、对国际传播能力建设历史溯源研究

早在延安时期，中国共产党冲破封锁向世界展示中国红色革命文化，进行对外宣传^[9]。改革开放前，国际传播能力较弱，主要通过国家领导人的外交活动来对外传播中国声音。改革开放后，对外宣传工作迎来第一次浪潮，要对外开放就要对外宣传^[10]。1978年，传播学传入中国，我国传播学研究始于此，这是学界普遍认同的观点^[11]。1988年，由段连城撰写的《对外传播学初探》，即我国第一本对外传播学术性专著问世。1999年，对外传播学基本内容和科学含义在沈苏儒的《对外传播学概要》及增订版《对外传播的理论与实践》得以界定，开启了我国真正意义上的国际传播研究。2008年党的十七届三中全会后，党和国家领导人对国际传播能力建设的重视刺激了研究数量大幅增长。2009年出台的《2009—2020年我国重点媒体国际传播力建设总体规划》，首次明确指出增强国际传播能力、打造国际一流媒体是中国媒体今后的发展方向^[12]，再度刺激了国际传播能力建设研究大量涌

现。新时代我国国际传播能力建设不断发展出更丰富的内涵，党的十九大提出“讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国^[13]”的国际传播新使命，党的二十大提出要“形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权^[14]”。学者界对国际传播能力建设研究热情高涨，研究成果十分喜人。在党的领导下国际传播能力建设定能不断开拓新局面、取得新成就，国际传播能力建设研究不断向前。

三、新时代国际传播能力建设困境研究

新时代我国国际传播能力建设存在着不少在国际传播中亟待破解的困境和需要规避的问题。我国在传播内容的供给、传播方式、传播手段、体制机制、人才队伍等方面还存在一些弱项^[15]。从媒体角度来看，主要存在着内宣模式惯性尚存、时代叙事能力匮乏、海外受众“画像”不清、国际传播人才稀缺^[16]的困境。从对外宣传工作本身来看，缺乏顶层设计，忽略传播策略，文化传统割裂，媒介人才匮乏，内容叙事严肃化，传播方式公式化^[17]。以问题为导向，提升国际传播能力需要克服文明优越感，淡化意识形态，避免单向传播^[18]。

结合具体面向某国家或地区的国际传播实践，国际传播能力建设困境各有针对性。面向东盟开展传播工作存在短板弱项，立足实际、主动创新意识有待提高，本土化、精准化传播有待提高，传统传播阵地投入有待巩固，对外文化贸易有待扩大，国际传播人才队伍建设有待加强^[19]。结合印尼涉华报道，我国面临涉华报道被纳入冲突性“政治化”框架、涉华议题污名化、中国国际传播权重不足、冷战思维的报道视角等困境^[20]。从以上研究可以看出，我国仍需要在国际传播的内容、方式、手段、人才、体制机制上下功夫，从各个方面突破加强国际传播能力建设。

四、新时代国际传播能力建设策略研究

国际传播能力建设涵盖范围很广，对外传播各方面都是其中重要组成部分，各方面出力才能有效形成合力，实现国际传播能力全面强化。一是讲好中国故事方面，需要善于发掘好题材，提升传播能级，构建中国特色的知识体系，充分发挥多元传播主体优势，讲好中国故事的功用^[21]。在“文明交流互鉴”视阈下重构全球传播新秩序，在新的媒介格局与传播生态下打开中国故事的多维叙事空间^[22]。二是文化外宣方面，必须从话语优势、议题设置、外宣旗舰媒体、外宣队伍等多方发力^[17]，通过构建多元化传播主体解决“谁来传播”的问题，通过打造多样化文化传播内容解决“传播什么”的问题，通过优化立体式文化传播手段解决“如何传播”的问题，通过挖掘本土化传播要素解决“更好传播”的问题^[23]。三是新闻传播方面，应当积极转变观念，打破旧的国际传播秩序，加强人才培养，建设中国特色传播体系^[24]。依法治理发展新闻传媒业，创新电视传播策略，创新汉语推广模式，

多元化培养人才, 加强全民新闻媒介素养教育^[25]。地方政府应在海外社交网络传播矩阵的具体建构上, 应立足国际传播实际探索矩阵中心、矩阵网络、矩阵平台和矩阵模式的构建策略, 在社交网络布局、社交关系延展、社交技术识别和社交数据倾听等维度全面发力^[26]。四是城市的国际传播能力建设方面, 要更新城市国际传播话语体系, 打造政府负责多元参与的城市国际传播主体, 凝练人与城共生的传播内容, 升级城市国际传播技术和平台, 关注受众意识^[27]。

进入新时代, 我国持续深化对外开放为加强国际传播能力建设提供了绝佳的大环境, 我国各地进行的、面向不同国家或地区进行的长期的国际传播能力建设实践累积了不少特色经验, 但相关研究仍存在一定局限和不足。现有研究以思辨研究和规范研究为多, 侧重从学理上分析国际传播能力建构的意义、构成要素、实施策略。国际传播能力建设不仅是一项意义重大的战略构想, 更是一项需要切实推进的实践工程, 面向某国家或地区的国际传播能力建设的实证研究相对不足, 使得相关研究的针对性和实效性有所欠缺。基于此, 新时代我国国际传播能力建设研究应该创新国际传播理念, 加强面向“一带一路”沿线国家或地区、与我国有交流历史和基础的国家或地区进行国际传播能力建设的实践研究, 运用实证的研究方式, 全面把握研究对象特殊的传播背景和环境, 加强对成功案例的经验分析, 推动相关研究进展, 为新的国际传播能力建设实践提供指导。

[参考文献]

[1] FISCHER H D, MERRILL J C. International and Interculture Communication[M]. New York: Hastings House Publishers, 1976: 410.

[2] 鹤木真. 国际传播论[M]. 转引自郭庆光. 传播学教程[M]. 中国人民大学出版社, 1999: 207.

[3] HAMID MOWLANA. International Communication Research in the 21st Century: from Functionalism to Post-modernism and Beyond[M]. New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1994: 353-354.

[4] 赵磊编著. 强者通心国际传播能力建设[M]. 北京: 国家行政学院出版社, 2022: 3.

[5] 李思乐. 三个“面向”与六个“维度”: 迈向新时期的中国国际传播能力建设[J]. 湖北社会科学, 2022(6).

[6] 高金萍. 国际传播能力建设与党的形象塑造[J]. 前线, 2022(3).

[7] 严功军. 全球化转型: 国际传播与能力建设再思考[J]. 新闻界, 2018, 0(8).

[8] 张彩霞, 杨永军. 新时代中国国际传播能力建设的使命、维度与实现路径[J]. 山东社会科学, 2022(05): 114-120.

[9] 代成军. 延安时期中国共产党对外宣传的实践经验与

当代启示[J]. 新闻知识, 2023(3).

[10] 姜飞, 张楠. 中国对外传播的三次浪潮(1978—2019)[J]. 全球传媒学刊, 2019, 6(02): 39-58.

[11] 郝洁, 武晓芳, 张晓曼, et al. 传播学在中国的发展和研究概况[J]. 新闻研究导刊, 2021, 12(03): 96-97.

[12] 段丹洁. 重视话语建构追求落地效果提升中国国际传播影响力[N]. 中国社会科学报, 2017-04-10(2).

[13] 习近平. 决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2017: 44.

[14] 中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议[M]. 北京: 人民出版社, 2021: 46.

[15] 魏海生. 不断加强国际传播能力建设, 努力讲好中国共产党故事[J]. 北京联合大学学报: 人文社会科学版, 2022, 20(2).

[16] 颜斌, 陆薇, 李絮枫. 地方主流媒体国际传播实践与发展路径[J]. 中国记者, 2023(08): 102-104.

[17] 王倩. 国际传播力建设背景下儒家文化外宣的实现路径研究[J]. 文化学刊, 2023(4).

[18] 骆正林. “一带一路”倡议与新时代国际传播能力建设[J]. 未来传播, 2023, 30(4).

[19] 冯静. 对外讲好新时代中国故事增强中华文明传播力影响力——关于新时代面向东盟开展国际传播的调研报告[J]. 党建, 2023(8).

[20] 潘玥. “一带一路”在印尼的污名化传播与中国国家形象的再塑造[J]. 南亚东南亚研究, 2023(2).

[21] 郝宇青. 加强国际传播能力建设的路径与方向[J]. 人民论坛, 2022(10).

[22] 王晗. 新时代中国共产党国际传播能力建设的话语建构与叙事转向[J]. 聊城大学学报: 社会科学版, 2022(5).

[23] 杨威. 新时代推进唐宋文化国际传播能力建设论略[J]. 长白学刊, 2020(3).

[24] 李杰锋. 国际传播能力建设的推进路径[J]. 山西财经大学学报, 2023, 45(S1).

[25] 杨璐. 法国国际传播能力建设及启示[J]. 中国冶金教育, 2022(4).

[26] 金苗. 地方政府海外社交网络国际传播矩阵构建[J]. 江海学刊, 2023(4).

[27] 王烁. 数字化时代我国城市国际传播能力建设的关键议题与行动逻辑[J]. 青海社会科学, 2023(1).

作者简介:

古菲菲(2000.06-), 女, 汉族, 广西钦州人 学历: 硕士研究生 研究方向: 马克思主义中国化。