

新时代中国共产党对外宣传工作的创新 —— 基于“一带一路”倡议的研究视角

[摘要] “一带一路”倡议作为当今世界最受欢迎的国际合作平台，是新时代中国共产党创新对外宣传工作的重要契机。它主要是通过创新对外宣传理念、拓宽对外宣传渠道、丰富对外宣传方式等实践路径来展开对外宣传工作，提升了中国在国际上的话语权、丰富了中国的国际形象、促进了中华文化在全球传播的外宣成效，为未来中国共产党继续开展对外宣传工作提供了重要的借鉴意义，包括继续坚持外宣工作的导向性、外宣内容的思想性和外宣方式的创新性等方面。

[关键词] “一带一路”；中国共产党；对外宣传；政治传播；国际话语权

[中图分类号] D261 [文献标识码] A [文章编号] 1002-8129 (2022) 05-0021-08

“对外宣传是党的宣传工作的一个分支，是相对于对内宣传提出来的，是国际间进行政治斗争、军事较量、经济竞争和文化渗透的产物”[1] 10。当今世界正处于百年未有之大变局，党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央在深刻分析国际和国内形势与发展进程的基础上，带领全国人民取得了一系列伟大成就。此外，中国在加快自身发展的同时，在世界舞台上也扮演着愈来愈重要的角色，积极为世界提供全球性的治理方案和公共发展平台。然而，当前国际舆论的主导权仍掌握在西方资本主义国家手中，中国并未得到与综合国力相匹配的话语权。“一带一路”倡议的出场，是中国为解决世界发展之困而主动推出的全球公共产品和合作平台，也是中国共产党在新时代开创对外宣传新局面的新起点。因此，研究“一带一路”倡议在外宣工作的实践路径和取得的成效对于未来开展中国共产党对外宣传工作具有十分重要的启示意义。

一、新时代中国共产党对外宣传的机遇与挑战

中国共产党一向重视党的对外宣传工作。进入新时代，面对国内国外新的发展形势，以习近平同志为核心的党中央统筹发展全局，阐明党的对外宣传工作的价值性与必然性，提出“讲好中国故事，传播好中国声音”“精心做好对外宣传工作”[2]等方略。“一带一路”倡议承古丝绸之路之精神，成为新时代党的外宣工作的重要实践平台和传播路径，将新时代党的对外宣传工作推向新阶段。

（一）新时代中国共产党外宣工作的新特点

党的宣传工作关乎政党形象和国家形象，其中对外宣传是党的宣传工作的重要组成部分，是提升我国文化软实力和加强文化强国建设，服务国家治理全局，促进外交工作开展的重要途径。“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信，是更基本、更深沉、更持久的力量”[2]，习近平总书记以中国发展给世界带来的机遇以及中华优秀传统文化为中心，搭建对外宣传工作的内容、目标和旨向框架，通过对外文化交流和信息共享，不断扩大中国的世界影响力以及中华文化的传播范围，加深世界人民对中国和中华文化的认知与尊崇。同时秉持“开放、包容”的心态面对世界各国文化，坚持借鉴吸收他国优秀文化，在把握当代基本世情、国情的基础上，关怀人类，面向世界。此外，习近平总书记强调对外宣传要服务国内经济建设这个中心，要坚持以一种“意识形态守正、思想共识凝聚”的方式将对外宣传贯穿于国家治理的方方面面，使其成为国家治理体系的精神纽带。再者，进入新时代，中国共产党形成了围绕“人类命运共同体”理念而展开的“构建新型大国关系、发展周边外交关系、加强与发展中国家合作”的新型大国外交布局，党的对外宣传工作坚持以新型大国外交理念为指导，为促进外交理论落地、外交实践创新添砖加瓦。

另一方面，国际和国内形势要求中国共产党加强对外宣传工作。以美国为首的西方资本主义国家一直以来都没有放弃过通过所谓“和平演变”的图谋打压、抹黑中国共产党，利用各种手段扰乱中国舆论，消解马克思主义意识形态在中国的指导地位。因此，对这些破坏行为进行反击，及时通过国际各类外宣平台进行“发声”澄清，既有利于维护好中国共产党在国际舞台上的形象，也有利于巩固马克思主义在中国的主导地位。此外，由于历史原因，中国的外宣工作一直以来都要面对外部舆论环境的西方化；在深度参与全球化的背景下，中国在开展外宣工作的时候也部分继承了西方国家主导的国际舆论格局的理念、操作、标准等。破解双重西方化的出路在于坚持从中国具体国情出发，从外宣历史传统中提炼出值得借鉴学习的规律总结和实践做法，并结合现实进行时代创新。

（二）“一带一路”倡议为新时代中国共产党外宣工作带来新契机

自2013年提出“一带一路”倡议以来，截至2021年6月23日，中国已同140个国家和32个国际组织签署206份共建“一带一路”合作文件

，“一带一路”不仅是当今世界最大的公共平台，也是中国对外宣传工作的重要实践平台。

首先，“一带一路”倡议是中外文化交流的桥梁，是一条求同存异的文明之路。习近平总书记指出：“我

们要将‘一带一路’建成文明之路。‘一带一路’建设要以文明交流超越文明隔阂、文明互鉴超越文明冲突、文明共存超越文明优越，推动各国相互理解、相互尊重、相互信任。”[3]“一带一路”倡议提出以来，不断兴起的汉语热、中外各类文化艺术节的交流、“一带一路”教育行动的开展、“一带一路”沿线各国的旅游热等项目都搭载“一带一路”的快车，在全世界范围内掀起了一波中外文化交流的新高潮，促进了中国优秀文化在世界的传播。“一带一路”也成为了中国外宣工作的文明交流之路。

其次，“一带一路”倡议是中国外交工作的创新实践，是中国外宣工作的重要平台。“人类命运共同体”作为新时代中国外交思想的结晶，鼓励世界各国积极主动融入国际事务治理之中，而“一带一路”作为“人类命运共同体”的实践路径，坚持共商共建共享的原则，鼓励世界各国共同参与，共同发展，有效促进世界各国的良性互动，同时不断加深沿线各国之间的经贸交流和深度融合，真正使中国利益与世界各国利益相交融。

再次，“一带一路”是中国外宣工作面临的双重西方化困境的重要破解之策。“一带一路”坚持以政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通为主要工作内容，在“五通”中寻找并留下带有中国特色的外宣工作理念和实践，以努力打造利益共同体、责任共同体、命运共同体。

二、“一带一路”倡议下新时代中国共产党外宣工作的创新

“一带一路”倡议在对外宣传工作中形成了许多优秀的外宣工作经验，从理念、渠道、方式等不同层面有序铺开。首先是创新对外宣传理念，包括不断强化相关的对外宣传战略意识以及深化相关理论研究；其次从主流媒体和新兴媒体两方面入手拓宽对外宣传渠道；再次不断创新对外宣传方式，根据各国各地区的具体情况进行精准传播并在传播过程中始终注重融合优秀中华文化。这些系统性的工作，不仅助推“一带一路”倡议在全球开展，也保证了对外宣传工作取得了丰硕成果。

（一）创新“一带一路”倡议对外宣传理念

一方面，在党的对外宣传工作中不断强化“一带一路”对外宣传战略意识。习近平总书记强调，“宣传思想工作要胸怀大局、把握大势、着眼大事”[4]。“一带一路”倡议作为国家发展的重要议题，是向世界展示中国的重要工程。因此，外宣工作者要坚持用世界视野的站位和高度对“一带一路”的外宣工作进行顶层设计。“一带一路”的宣传人员特别是外宣工作战线的专业人员，同时也包含外宣系统外的各类人员，例如科研人员、高校教师、国内普通群众、海外侨胞等。此外，“一带一路”倡议要在对外宣传工

作中统筹运用各类媒体资源，要发挥传统媒体和新兴媒体各自的优点，并结合各自传播特点形成“复调传播”的新策略。针对“一带一路”倡议沿线国家数量多且国情及历史传统不同的特点，“一带一路”倡议的对外宣传工作更应始终坚持“精准传播”的原则，根据不同国家的具体情况实行不同的传播策略与传播方式。

另一方面，在党的对外宣传工作中深化“一带一路”倡议对外宣传理论研究。学术界、理论界对“一带一路”倡议的研究工作也开展得如火如荼。截至2021年11月15日，在CNKI“中国知网”的数据库中以“一带一路”为关键词进行主题搜索，一共有117188条搜索结果，在这些结果中再以“对外宣传”为主题进行“结果中搜索”，一共有121条结果，从中可以看出学界对“一带一路”的关注度仍然很高，不少学者也十分关心“一带一路”中涉及对外宣传的部分。智库是影响世界政治经济格局的重要力量。2015年1月，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《关于加强中国特色新型智库建设的意见》，明确提出要实施国家高端智库建设规划。以“一带一路”建设作为新时代中国共产党外宣工作的新起点，搭我国新型智库建设之便车，不断深化相关研究，推动“一带一路”倡议外宣工作更进一步。

（二）拓宽“一带一路”倡议对外宣传渠道

首先，“一带一路”的对外宣传十分重视主流媒体的外宣优势。主流媒体在外宣工作方面积累了丰富的实践经验，形成了宝贵的外宣传统，因此，借鉴和发挥主流媒体在对外宣传工作方面的经验必不可少，尤其是在传统媒体方面加强“一带一路”议题的内容策划，扩充“一带一路”内容的信息承载量。《人民日报》作为对外宣传的主阵地，在其数据库中以“一带一路”为关键词进行检索，结果显示：“一带一路”出现在标题中的文章有2116篇，出现在正文或标题中的文章共有17730篇。依靠传统媒体的权威性和影响力，扩大了国内外民众对“一带一路”倡议的认知程度。另外，传统媒体尤其是央媒大胆“试水”短视频策略，以人民日报的You-Tube账号为例，相关的效果评估显示，在其发布的长度在一分钟以内的短视频当中，44%的播放量超过1000次，这一比例远高于一分钟以上的长视频（19%）。利用这种信息可视化手段，可以突破“一带一路”倡议在沿线国家传播过程中面对的意识形态、文化、语言差异等瓶颈，为“一带一路”倡议的外宣工作不断助力。

其次，在“一带一路”倡议对外宣传过程中充分发挥新兴媒体的传播优势。目前，微信、微博、抖音、快手等新兴媒体日益成为国际化社交媒体平台，而新兴媒体具有受众广，用户黏性大、忠诚度高等特点，利用这些商业国际化平台对“一带一路”进行柔性传播，可以扩大“一带一路”倡议在沿线各国的传播范围。截至2021年11月16日，抖音的全球下载次数超过76亿次，微信的全球下载量超43亿次。字

节跳动数据显示，在2019年7月以前，字节跳动旗下所有产品全球总日活跃量超7亿，总月活跃量超15亿。依靠这些新兴媒体的力量，发挥它们聚拢用户的作用，实现“一带一路”对外传播过程中的文化交流、跨地域沟通。传统的报道形式与“一带一路”专题故事、新闻动画、短视频及Vlog等相继发力，旗帜鲜明地设置中国奏响开放型世界经济主旋律的国际议题。“蓝海云平台”将中国故事素材交由国际团队制作，美联社、彭博社、非洲新闻通讯社、菲律宾ABS-CBN等6000多家媒体用户注册，2000多个生动的中国故事在“一带一路”沿线以细腻的方式描画中国形象，制作出《波兰妈妈与中欧班列》《新丝绸之路上的荷兰生意人》等“一带一路”专题故事”[5]。

（三）丰富“一带一路”倡议对外宣传方式

“一带一路”倡议在对外宣传中始终注重精准传播，不断增强“一带一路”的对外宣传感染力。“一带一路”倡议是世界上不同发展进程的具有不同意识形态的地区与国家的“大合唱”，因此，要根据各国具体国情进行本土化和情境化传播，找寻“一带一路”与不同国家之间的关注共通点，激发情感共鸣。“一带一路”倡议在对阿拉伯国家的传播过程中，从阿拉伯人民易于接受的内容形式出发，比如以模仿“一千零一夜”写作风格编写的包含中阿合作内容的22个短小生动的故事。这不仅有效提升了阿拉伯人民对“一带一路”倡议的认知程度，也从传播的整个过程中使阿拉伯人民听到了不同于西方媒体对“一带一路”歪曲报道的声音，为“一带一路”在海外的传播提供了优秀的传播案例。

“一带一路”倡议在对外宣传中始终注重融合中国优秀传统文化，不断增强“一带一路”对外宣传影响力。《国际传播能力建设现状调查分析报告》显示，关于“中国故事应着重讲什么”的看法中，48.2%的被调查者认为将“优秀传统文化”作为第一选择传播效果最好[6]。“一带一路”倡议在对外宣传过程中始终注重把握其自身的文化属性，传承古丝绸之路的文化基因，结合时代背景，将中华文化通过文艺汇演、影视交流等形式传播出去，并充分发挥境外的中国新闻媒体以及各种相关的文化交流中心、孔子学院、华人华侨团体等群体的境外传播作用。通过融入中华文化，不断加深国外民众对“一带一路”的认知，从而使世界人民了解到一个真实全面的中国。

三、“一带一路”倡议下新时代中国共产党外宣工作的实践成效

“一带一路”倡议在对外宣传过程中开展的众多工作蕴含着丰富的外宣智慧，有力地推动了“一带一路”在全球的传播。这些系统性的外宣工作同时也取得了优异的外宣成效，包括提升中国在国际上的话语权、改善中国共产党在国际上的形象、促进中华文化在全球的传播，研究这些成效对于未来开展对外

宣传工作具有重要的意义。

（一）“一带一路”倡议提升了中国在国际上的话语权

法国后结构主义的代表学者米歇尔·福柯（Michel Foucault）提出了“话语权理论”，该理论认为话语权具有双面性，既要求受众一方面听见话语并且主动愿意听，另一方面又要求话语具有不得被听见和特定人群不得不听的特点，这背后反映的是西方国家迷信和推崇话语权的原因，也是衡量一国综合实力的重要表现。而中国由于历史原因，一直以来在国际上并没有得到与日益增长的综合国力相匹配的话语权。而话语权强弱的直接体现就是在国际舆论场上的声音强弱、声音传播力。目前国际上最主流的媒体还是英美国家的传统媒体，例如美国有线电视网（CNN）、《纽约时报》《华尔街日报》以及英国的路透社和英国广播公司（BBC）。这些英美主流媒体自2013年中国提出“一带一路”倡议以来，对“一带一路”的评价并不是十分友好，一种认为“一带一路”倡议是中国式的“马歇尔计划”，是中国为加强周边国家关系的一种新的长期战略。还有一种认为“一带一路”倡议是中国的“特洛伊木马”，是中国的一种地缘政治手段，展现的是中国谋求地区霸权的野心。凡此种种，均是对中国“一带一路”倡议的诋毁和污蔑。事实上，正如习近平总书记所说，“‘一带一路’源自中国，但属于世界。‘一带一路’建设跨越不同地域、不同发展阶段、不同文明，是一个开放包容的合作平台，是各方共同打造的全球公共产品”[7]。“一带一路”倡议随着时间的推移和中国对世界的实际贡献，目前全球对该倡议的评价已经逐渐回暖，认为“一带一路”倡议是一种“中式全球化”，是中国从“搭便车者”转向“公共产品提供者”角色的转换。据不完全统计，自2013年到2021年11月，美国有线电视网关于“一带一路”的新闻报道约600篇。与此同时，中国国内的英文主流媒体China Daily已经对外发表了近18000篇与“一带一路”相关的英文主题报道。由此可见，“一带一路”倡议是中国增强对外传播的契机，是中国引领国际话语的有效尝试。

（二）“一带一路”倡议改善了中国在国际上的形象

中国随着自身国内经济实力的增长，在世界舞台上亮相的机会也愈加频繁，尤其是党的十八大以来，中国以更加积极主动的姿态参与到全球社会治理进程中。世界人民也正是在大事件中不断刷新对中国的认识。“一带一路”倡议提出以来，在各方的共同努力下，“一带一路”成为开放包容的国际合作平台和广受欢迎的全球公共产品，受到国际媒体的广泛好评。2019年7月31日，《人民日报》刊发了一篇题为《中国正展现出巨大的国际影响力——外国媒体点赞一带一路建设》的文章，文章中细数了各国媒体对中国“一带一路”倡议的好评。美国《福布斯》杂志网站报道指出，中国—中亚—西亚经济走廊“

旨在将公路、铁路和航空运输枢纽融合成一个多式联运的生态系统，从而改变欧亚大陆中心地带的经济角色”；菲律宾总统府新闻部长安达纳尔称，“21世纪海上丝绸之路将促进亚洲海岛国家的经济联动发展，中国扮演了经济全球化倡导者和维护者角色”；阿联酋《国民报》的一篇题为《一个崛起的中国可以惠及我们大家》的文章指出“中国完全有能力扮演世界舞台建设者和协作者的角色，造福所有人”。国外媒体对中国的“一带一路”倡议和创造的众多成就给予了积极评价[8]。

（三）“一带一路”倡议促进了中华文化在全球的传播

首先，“一带一路”倡议的内在逻辑中包含着中国传统文化“义利合一，以义为先、义利兼顾，构建命运与共的全球伙伴关系”[9]。“一带一路”建设有力促进了我国及沿线各国各地区经济社会发展和对外开放，增强了我国国际影响力和感召力，增进了世界各国对中华优秀传统文化的进一步认知。其次，“一带一路”倡议在对外宣传实施的过程中必然包含着对中华文化的传播。通过世界文化交流会、文艺汇演等不断增强中华文化在“一带一路”沿线国家的传播。例如“丝绸之路文化带”的建设过程中，就包含着许多具有中华文化特色的元素（如书法、武术、戏剧、茶艺等）。我国可借此积极推动中华文化向外输出，但这并不是文化侵略，而是让世界感受中华文化的生动魅力。中华文化国际化战略着眼于全人类的共同利益。联合国教科文组织前总干事博科娃在采访中提到，中国自提出“一带一路”倡议以来，“为发展与繁荣创造机遇，为年轻一代创造了更多交流和学习的机会，有利于增进理解和信任，推动建设更加包容、和平、多样的世界”[10]。

四、“一带一路”倡议下中国共产党外宣工作的未来进路

基于“一带一路”倡议的外宣实践，未来外宣工作应继续从党的领导、外宣内容、外宣方式，从导向性、思想性、创新性等方面着手，加强党对外宣工作的领导，强调以中华优秀传统文化为根基，不断创新外宣的方式方法，不断提高我国的国际影响力。

（一）坚持外宣工作的导向性，扩大中国的世界影响力

在开展外宣工作时，最重要也是最基础的就是坚持外宣工作的导向性。“文者，贯道之器也”，无论内宣还是外宣，都要绷紧导向这根弦。

“那么，导向何处呢？正能量是总要求，为人民服务、为社会主义服务是根本方向”[2]，中国共产党的根本宗旨是全心全意为人民服务，因此，坚持党的领导是我国外宣工作健康积极开展的根本保证。“一带

“一带一路”倡议是以习近平同志为核心的党中央着眼于全人类的利益，坚持将中国之“治”与中国之“智”的改革开放成果与世界人民一同共享的理论与实践，获得了沿线各国的一致好评，扩大了中国的国际影响力。

其次，要加强党对外宣工作的领导。加强和改进党对外宣工作的领导，既要紧紧依靠各条阵线上的外宣工作者，又要尊重和遵循外宣工作的宣传规律。在依靠广大外宣工作者上，各级党委要将外宣工作纳入重要议事日程，贯彻好党中央外宣工作方针政策。同时，要选好配强各级外宣工作单位领导班子，将具有丰富外宣工作经验、熟练掌握外宣工作规律的干部放到领导岗位上。此外，还要重视外宣工作阵地的建设和管理，坚持守土有责，为外宣工作积极开拓有效外宣渠道，挖掘外宣素材，清理并整治不利于外宣工作开展的内容和渠道。集中打造宣传主题，形成宣传品牌，充分展示新时代党的国际形象。

（二）坚持外宣内容的思想性，增强中国在国际上的感召力

要破解“双重西方化”和中国国际话语权与实际综合国力不匹配的困境，就必须在世界格局中积极主动提升自身的国际舆论引导力，不断增强世界各国对中国的了解。提高外宣工作的舆论引导力，注重外宣内容的质量和水平。大数据和人工智能使媒体智能化得以发展，在资本逻辑下，“流量为王”似乎成为当下媒体和宣传战线上的抢占点。但没有社会效益的宣传内容终究也只是昙花一现，难以形成持久的宣传影响力和舆论引导力。因此，要“用主流价值导向驾驭‘算法’，全面提高舆论引导能力”[11]。

提高外宣内容的质量和水平，必须以思想性为前提。外宣工作的目标就是增进国际民众对中国的认同和支持，展现良好的中国形象。既可通过新闻发布、官方介绍等官方渠道增加外国民众对中国的了解，也可通过文化交流等方式，将中华文化寓于中国故事、中国声音中，用中华优秀传统文化的魅力来吸引人、引导人，达到润物细无声的效果。“一带一路”倡议既继承了古丝绸之路包容开放的文化底蕴、又展现了新时代的伟大成就，以文明交流和互联互通等为目标和使命，来增强沿线各国人民的幸福感和认同感。做好有质量的外宣工作，是提升我国国际形象的有力保障。

（三）坚持外宣方式的创新性，提高外宣工作的传播力

提高外宣工作的实效性，需要不断创新宣传的方式方法。首先要把握大势，精准施策，坚持“内外有别”“外外有别”的工作原则。外宣不是内宣的再版和翻版，对外宣传工作中的宣传方式和策略应注重对象

的差异化，充分了解不同国家受众的历史文化、社会心理和话语体系。注重外宣内容的针对性，在坚持以中心工作为主的前提下，应将受众爱听爱看关心关注的热点话题作为宣传重点，达到加强认同的效果。其次，应顺应媒体融合的时代潮流，把握并利用好互联网时代的传播规律。坚持运用“互联网思维”提升传统媒体的竞争力和影响力，“环球同此凉热”已是现实。要积极发挥主流媒体和新兴媒体的传播作用，扩大“一带一路”倡议的受众辐射范围，拓宽沿线各国及世界人民的了解渠道。最后，应不断提高资源利用效率，精心构建全方位、多层次、宽领域的大外宣格局。做好外宣工作不仅是外宣专业人员的事情，也是全党、全民、全社会的共同责任，因此，要创新外宣意识，不断构建大外宣格局。创新体制机制，健全、完善符合中国国情和国际地位的外宣工作机制，使中国声音在国际舞台上越来越洪亮。

综上所述，“一带一路”倡议自提出以来，为全球经济复苏、促进各国之间的经贸文化交流等发挥了重要作用，同时也为新时代中国共产党的对外宣传工作打开了新的局面。“一带一路”建设在党的领导下，通过宣传工作的开展，得到了越来越多的国家和地区的了解和认同，同时“一带一路”倡议的广泛宣传也丰富了党的外宣工作的内容和体系。因此，“一带一路”建设的持续推进不仅有力推动了新时代中国共产党对外宣传工作的开展，也大大提高了我国在国际上的话语权和影响力。

[参考文献]

[1] 黄泽存.对外宣传的理论与实践[M].济南:山东友谊出版社,1992.

[2] 习近平.习近平谈治国理政:第2卷[M].北京:外文出版社,2017.

[3] 中共中央党史和文献研究院.十八大以来重要文献选编:下[Z].北京:中央文献出版社,2018.

[4] 习近平.论党的宣传思想工作[M].北京:中央文献出版社,2020.

[5] 史慧琴,丁韬文,崔潇.提升讲好中国故事的实践效度——以“一带一路”为视角的观察[J].调查与研究, 2019,(36).

[6] 王艳.中国国际传播能力建设现状调查报告——基于“推动国际传播能力建设,讲好中国故事”调查问卷[J].对外传播,2019,(4).

[7] 习近平.开辟合作新起点 谋求发展新动力[N].人民日报,2017-05-16.

[8] 中国正展现出巨大的国际影响力[N].人民日报,2019-07-31.

[9] 习近平.为建设更加美好的地球家园贡献智慧和力量[N].人民日报,2019-03-27.

[10] 促进世界和平与可持续发展的关键[N].人民日报,2021-11-16.

[11] 习近平.加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局[J].前线,2019,(4).