



中国共产党国际形象建设的三重维度

——基于政党属性的考察

樊宸余 王久高

摘要:无产阶级政党属性是中国共产党国际形象建设的根本依据,深刻影响着其国际形象建设的体系设计。从主体维度而言,中国共产党的思想底色与理想追求、政策主张与领导水平以及组织体系与党员个体决定着国际形象建设的内涵外延。从目标维度而言,中国共产党的政党属性决定了其国际形象建设的长远目标在于增进国际社会对中国共产党宗旨与政党品格的认知、对中国理论和对中国道路的理解和对中国共产党国际主张的认同。从实践维度而言,中国共产党的无产阶级政党属性使其自身的国际形象传播内容、主体、对象、媒介和话语表达呈现出鲜明的特色。

关键词:中国共产党;国际形象;政党属性;国际传播

DOI: 10.13734/j.cnki.1000-5315.2023.0115

收稿日期: 2023-03-20

基金项目: 本文系2022年国家社科基金重大项目“中国共产党对外话语和叙事体系建构的文献收集整理与研究(1921—1949)”(22&ZD022)的阶段性研究成果。

作者简介: 樊宸余,女,广东湛江人,北京大学马克思主义学院博士研究生,E-mail: fanchenyu9496@126.com;
王久高,男,安徽怀宁人,法学博士,北京大学马克思主义学院研究员、博士生导师。

习近平在党的二十大报告中强调,中国共产党是“为人类谋进步、为世界谋大同的党”^①。新时代以来,为在全球范围内讲好中国共产党故事,不断提升中国共产党的全球话语权和影响力,以习近平同志为核心的党中央高度重视中国共产党的国际形象建设工作,明确强调“要加强对中国共产党的宣传阐释,帮助国外民众认识到中国共产党真正为中国人民谋幸福而奋斗”^②。这一重要论述实质上对塑造和传播中国共产党的国际形象提出了明确要求,并明晰了中国共产党国际形象建设的三重维度:形象主体维度,即中国共产党在客观上是一个什么样的政党;目标维度,即中国共产党的国际形象建设的目标指向;实践维度,即如何具体地面向世界开展宣传与阐释,从而清晰地回答了中国共产党的国际形象建设的生成逻辑。

当前,“中国共产党国际形象”已成为传播学、政治学、历史学和国际关系等领域的热门研究课题。尽管学者们默契地将中国共产党的国内形象视为独立研究课题,但在对外传播领域却往往将中国国家形象与中国共产党国际形象混为一谈,缺乏专门针对政党主体的国际形象建设的系统考察。同时,目前许多研究仍是就传播而论传播,缺乏从党的理念、行为和组织体系等角度对政党国际形象建设的整体把握。因此,当前的研究仍需厘清以下问题:一是中国共产党作为执政党,其特殊的政党属性如何影响其国际形象的建设;二是针对国际传播语境,中国共产党如何设计国际形象建设的运作机制。本文将通过对中国共产党国际形象建

^① 习近平《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》(2022年10月16日),人民出版社2022年版,第21页。

^② 《习近平在中共中央政治局第三十次集体学习时强调 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国》,《人民日报》2021年6月2日,第1版。

设的主体、建设目标和实践机制的考察,全面展示中国共产党国际形象建设应然的思想理路。

一 形象主体维度:中国共产党国际形象建设的根本依据

在建设中国共产党国际形象的过程中,党的自身属性是最根本的决定性因素。我们必须首先探讨“是什么”的问题,才能进而探讨“和别人说什么”的问题。充分认识中国共产党的思想底色、执政本领与组织体系,既是国际社会理解中国共产党的基础与前提,也是中国共产党的国际形象建设作出适应性策略安排的根本依据。

(一)内在特质:中国共产党的思想底色与理想追求

中国共产党是世界上最大的马克思主义政党,而“第一次站在人民的立场探求人类自由解放的道路”^①的马克思主义正集中体现了无产阶级的意识形态。对于中国共产党而言,坚持以马克思主义为指导思想的理论底色,既影响着党的国际主张,也由于意识形态的差异而成为西方抹黑的切入口。

马克思主义政党本色决定了中国共产党国际交往的目标。对于中国共产党而言,对马克思主义的坚定信仰和对社会主义、共产主义的坚定信念,构成了其社会主义意识形态的基本特征。人民立场是“马克思主义政党区别于其他政党的显著标志”^②。作为“为民族、为人民谋利益的政党”^③,中国共产党的一切对外工作都基于为全面推进中华民族伟大复兴创造和平稳定的国际环境这一目标,这实质上构成了当前推进国际形象建设的现实动力。同时,无产阶级政党“强调和坚持整个无产阶级共同的不分民族的利益”^④,因此中国共产党在国际交往中始终坚持维护世界和平、促进共同发展,以更好地维护世界人民的共同利益。

马克思主义指导思想决定了中国共产党从资本逻辑与普遍交往的维度对世界历史总体性的认知。马克思主义认为,世界历史时代国家间的交往是普遍的,“每个文明国家以及这些国家中的每一个人的需要的满足都依赖于整个世界”^⑤。然而,大工业和世界市场实质上是资本主义在世界范围内进行统治的工具,“创造世界市场的趋势已经直接包含在资本的概念本身中”^⑥。因此,作为无产阶级政党,中国共产党明确主张要反对霸权主义和强权政治,以抵制西方资本主义国家的民族压迫与剥削,并提出构建人类命运共同体、共商共建共享等重要国际主张,以更好地实现全球范围内的和平、发展、合作、共赢。

当前,国际场域的意识形态斗争日趋激烈,其中关于中国与共产党的论争主要集中在如何认识马克思主义、社会主义制度、中国特色社会主义以及如何认识中国共产党等问题上。这些意识形态斗争归根到底是文明高点和价值追求之争。冷战时期,西方国家便基于两大阵营的划分着力于抹黑社会主义国家。苏联解体后,西方期待的社会主义“历史终结”不但没有出现,反倒是走上中国特色社会主义道路的中国给西方霸权带来了前所未有的压力。于是,一些西方国家重新祭起了意识形态大旗。在此背景下,反击一些西方媒体的抹黑与污蔑也成为党的国际形象建设不得不面对的重要问题。

事实上,在共产主义社会之前,只要存在不同的国家和社会制度,意识形态斗争就不会停止。因此,必须正确认识当前国际场域的意识形态问题的本质,在国际舆论场中注重挖掘马克思主义意识形态与全人类共同价值的契合点,充分展示作为马克思主义政党的中国共产党对世界发展的积极贡献,从而有效消除国际社会的猜忌与顾虑。

(二)有形表象:中国共产党的政策主张与领导水平

政党的国际形象,包含内在的看不见的形象和有形的看得到的形象,是综合性的认知和评价^⑦。其中,

①习近平《在纪念马克思诞辰200周年大会上的讲话》(2018年5月4日),人民出版社2018年版,第8页。

②习近平《在庆祝中国共产党成立95周年大会上的讲话》(2016年7月1日),人民出版社2016年版,第18页。

③毛泽东《在陕甘宁边区参议会的演说》(1941年11月6日),《毛泽东选集》第3卷,人民出版社1991年版,第809页。

④卡·马克思、弗·恩格斯《共产党宣言》,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《马克思恩格斯文集》第2卷,人民出版社2009年版,第44页。

⑤卡·马克思、弗·恩格斯《德意志意识形态》(节选),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《马克思恩格斯文集》第1卷,人民出版社2009年版,第566页。

⑥卡·马克思《〈政治经济学批判〉(1857—1858年手稿)》(节选),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《马克思恩格斯文集》第8卷,人民出版社2009年版,第88页。

⑦林绪武《新时代主场外交对中国共产党国际形象的传播》,《人民论坛·学术前沿》2022年第6期,第72—80页。

领导水平和政策主张就是国际社会最能直接看得见、摸得着的评价依据。中国共产党作为中国唯一且长期的执政党,对内能否团结带领人民群众创造美好生活,对外能否成为全球发展的积极力量,构成了国际社会对中国共产党最直观的认知。

百余年的伟大成就是中国共产党国际形象建设的最大底气。“政党所具有的不同于其他组织的本质和功能,都由政党在政治体制和社会系统中扮演的这一特殊角色而产生”^①。作为马克思主义政党,中国共产党的“任务决不是反映群众的一般水平,而是带领群众前进”^②。对于长期执政的中国共产党而言,其领导水平集中体现于社会主义中国的发展成果之中。百余年来,从夺取新民主主义革命的伟大胜利,到新时代完成脱贫攻坚与全面建成小康社会的历史任务,中国共产党团结带领全国各族人民推动党和国家事业取得了举世瞩目的重大成就。可以说,中国共产党百余年的历史成就为塑造良好的国际形象提供了现实可能和必要前提,也为讲好中国共产党故事提供了无比鲜活的素材和资源。

党的国际主张是中国共产党国际形象建设的重要根基。正如“每一既定社会的经济关系首先表现为利益”^③,在国际关系中政党的国际主张是否符合全球利益,成为评价一个政党的重要出发点。当前,国际社会最关心的是,中国共产党作为世界第二大经济体国家的执政党,将在公共外交、全球治理等领域提出什么主张以及可能产生什么影响。新时代以来,中国共产党基于“和平、发展、公平、正义、民主、自由的全人类共同价值”^④参与全球治理,充分彰显了作为最大社会主义国家的唯一执政党的国际担当,展示了中国共产党朝着成为“世界和平的建设者、全球发展的贡献者、国际秩序的维护者”^⑤的奋斗目标,同时也为中国共产党国际形象建设提供了重要的内容支撑。

总而言之,中国共产党的国际形象并非刻意打造出来的,而是在长期执政实践和国际交往中孕育出来的。因此,应着重向世界展示中国共产党的百年历史成就与“致力于人类和平与发展崇高事业”^⑥的坚定决心,帮助国际社会更加深入地认识“中国共产党做了什么以及将要做什么”。

(三)形象外延:中国共产党的组织体系与党员个体

中国共产党是“按照马克思主义建党原则建立起来的,形成了包括党的中央组织、地方组织、基层组织在内的严密组织体系”^⑦。因此,中国共产党的国际形象不仅取决于党中央的领导水平,也受到各级党组织和党员干部的工作素质的影响。这就必然要求将各级党组织和党员干部纳入到党的国际形象建设的体系之中,这也是政党的组织特性在国际传播中的重要体现。

各级党组织和党员干部形象是中国共产党国际形象的重要组成部分。无产阶级政党的“组织性就是行动一致,就是实际活动一致”^⑧。在民主集中制的组织原则下,各级党组织及党员均在党中央集中统一领导下具体开展工作。在此基础上,各级党组织和党员基于不同职能呈现出相异的工作形态,如基层组织是“进行鼓动工作、宣传工作和实际组织工作的据点”^⑨,而党员是“有觉悟的真正忠于共产主义的人”^⑩。因此,只

①王长江《政党论》,人民出版社2009年版,第41页。

②列宁《全俄农民代表苏维埃非常代表大会文献》(1917年11月中旬),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《列宁全集》第33卷,人民出版社2017年版,第92页。

③弗·恩格斯《论住宅问题》,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《马克思恩格斯文集》第3卷,人民出版社2009年版,第320页。

④习近平《在庆祝中国共产党成立100周年大会上的讲话》(2021年7月1日),人民出版社2021年版,第16页。

⑤习近平《加强政党合作,共谋人民幸福》(2021年7月6日),《习近平谈治国理政》第4卷,外文出版社2022年版,第427页。

⑥习近平《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》(2022年10月16日),第1页。

⑦习近平《在全国组织工作会议上的讲话》(2018年7月3日),人民出版社2018年版,第12页。

⑧列宁《同立宪民主党化的社会民主党人的斗争和党的纪律》(1906年11月23日〔12月6日〕),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《列宁全集》第14卷,人民出版社2017年版,第121—122页。

⑨列宁《走上大路》(1909年1月28日〔2月10日〕),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《列宁全集》第17卷,人民出版社2017年版,第338页。

⑩列宁《工人国家和征收党员周》(1919年10月11日),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《列宁全集》第37卷,人民出版社2017年版,第215页。

有充分关注各级党组织和党员,才能还原真实、立体、全面的中国共产党形象。因此,在党的国际形象建设的过程中,除应充分展示指导思想、执政理念和国际主张等价值观内容外,还应展示包括中央组织在内的各级党组织的方针政策、能力作风等工作实践,展示反腐倡廉、政治建设和思想建设等基层党组织的具体工作,以及展示广大党员干部深入群众的生动图景等。事实上,这些具有无产阶级政党特点的工作内容构成了中国共产党区别于其他西方政党的独特之处,因而也构成了中国共产党国际形象的鲜明特征。

各级党组织和党员个体均可以成为中国共产党国际形象的传播者。一方面,由于其执政能力与工作水平直接影响着政党形象,因此各级党组织通过加强自身能力建设将有助于讲好中国共产党故事。另一方面,各级党组织均设置了宣传、外事部门或配备了负责宣传工作的党员干部,这也将有助于依托党的组织体系建构起多层次、多样化的传播体系。目前,党和政府在宣传和外事机构的设置上存在着一定的联系与区别:中共中央对外联络部主要负责党的对外工作,与外交部在职责上作出了明确区分;2020年,中共中央新闻发布制度正式建立,负责公开党中央工作中的重大事项,成为适应形势发展和时代要求的重要制度安排和制度创新。在地方工作中,自2009年起逐步设立的党委新闻发言人主要围绕党的工作事务进行新闻发布,这也与政府部门发言人的工作内容有了区分。这也充分说明,中国共产党在将政党传播工作纳入国家整体传播体系的同时,也在不断探索以政党为主体的针对性传播。

总而言之,当前中国共产党国际形象建设必须充分发挥中国共产党独有的组织优势,凝聚各级党组织的丰富内容资源与宣传资源。这不仅有助于提升中国共产党的国际形象建设的实效,也有助于国际社会形成对中国共产党更加全面的认识。

二 形象目标维度:中国共产党国际形象建设的目标指向

相较于西方政党基于争取民众选票的需要而塑造自身形象,中国共产党国际形象建设的内驱力来自于对政党宗旨的深刻把握和对国际形势的科学认识,而外驱力则来自于在一些西方媒体的抹黑中“重构”中国共产党国际形象的现实需要。

(一)中国共产党国际形象建设的长远目标

中国共产党的国际形象建设旨在向世界展示真实、立体、全面的中国共产党,从而不断提升党和国家的国际影响力和话语权。然而,当前掌握着媒介话语权的一些西方媒体屡屡抹黑中国与中国共产党,“中国威胁论”、“中国崩溃论”等论调不绝于耳。借用1984年加罗·曼海姆和罗伯特·阿尔伯特提出的能见度和效价这两个指标^①来考察国际媒体中的中国共产党形象,可以发现:2022年,《华尔街日报》与《卫报》关于中国共产党的负面效价的文章占比达60%以上;相反,来自第三世界国家的《金字塔报》的中性或正面效价的文章占比达90%以上^②。然而,在文化帝国主义的侵袭下,第三世界国家也难免被西方国家建构的负面话语所影响。因此,通过讲好中国共产党故事以破除虚构的“污名化”,已成为建构良好的政党国际形象的必然要求。

一是要增进国际社会对中国共产党政党宗旨与政党品格的认知。作为马克思主义政党,不同于西方政党的表达利益、参与竞选等功能,中国共产党通过嵌入基层以组织与凝聚群众、建设与治理国家。然而,一些西方媒体却利用国民之间的信息差,频频借助话语转换的过程制造话语陷阱,使得报道中“控制”、“服从”等污蔑话语取代了“治理”、“服务”的原意。为回应这些荒谬言论,必然要求向世界展示中国共产党治国理政的有序实践,展示中国共产党“全心全意为人民服务”的政党品格,从而有力地击破一些西方媒体编织的种种谎言。

二是要增进国际社会对中国理论和中国道路的理解。事实雄辩地证明,中国共产党带领人民创造的中国特色社会主义道路已经从根本上突破了西方模式的“一元论”定势。因此,崇尚西方模式“优越论”的一些西方国家不得不借助舆论造势污名化中国共产党,企图将中国道路斥为“异类”。事实上,“中国特色社会主

^①Jarol B. Manheim, Robert B. Albritton, "Changing National Images: International Public Relations and Media Agenda Setting," *The American Political Science Review* 78, no. 3 (September 1984): 641-657.

^②根据2022年Proquest数据库收录的《华尔街日报》、《卫报》官方网站、《金字塔报》官方网站,以及《朝日新闻》数据库的报道内容分析得出的数据。

义制度好不好、优越不优越,中国人民最清楚,也最有发言权”^①。这就必然要求在国际传播中深刻阐明中国特色社会主义道路是适合中国国情的道路,以此增进国际社会对中国共产党的意识形态与执政模式的理解。

三是要增进国际社会对中国共产党国际主张的认同。长期以来,一些西方国家总是意图从中国共产党的国际主张中揣测出所谓的政治企图。于是,“中国制造威胁论”、“‘一带一路’威胁论”等名词纷纷出炉,“锐实力”、“新帝国主义”、“新殖民主义”等话语陷阱也层出不穷。然而,与西方普世价值的传播不同,中国共产党在全球治理中展示的不是控制和霸权的手段,而是有助于合作共赢的中国经验、中国方案和中国力量。因此,应着重向世界阐释中国共产党全球治理理念中蕴含着的符合全人类共同价值的内容,以赢得国际社会更加广泛的认可。

总体而言,政党国际形象建设不仅是一场文化和传播技术的博弈,更是一场政治上的博弈。这就必然要求我们既要思考中国共产党的形象“何以塑造”的问题,也要思考“中国共产党故事”所内蕴的思想理念“如何被广泛认同”的问题。

(二)中国共产党国际形象建设的具体目标

塑造特色鲜明、积极正向的中国共产党国际形象,不仅是消除西方涉华负面舆论影响的中心环节,也是提升党和国家的国际影响力、感召力和塑造力的重要内容。对于长期执政的中国共产党而言,国际形象的具体呈现既应充分彰显政党品格,也应符合中国国际战略的现实需要。

一是致力于人民幸福、民族复兴的执政党形象。中国共产党能否给 14 亿人民带来美好生活是国际社会关注的最直接问题。因此,应当使国际社会充分认识到,中国共产党自诞生之日起就把为人民谋幸福、为民族谋复兴作为初心使命,“为民办事、为民造福”不仅是中国共产党最重要的政绩^②,也是中国共产党一切国际主张的根本出发点。而“人民幸福生活是最大的人权”^③,党的百年奋斗实践也充分彰显了中国共产党尊重和保障人权的不懈追求。

二是开放包容、合作共赢的现代政党形象。由于冷战等历史因素的影响,社会主义在西方媒体的报道中仍在一定程度上保留着神秘化印象,这无形中也为一些西方媒体的丑化、污名化提供了土壤。因此,作为世界上最大的马克思主义执政党,中国共产党有责任率先树立起开放、自信和与时俱进的现代化政党形象,通过践行共商共建共享的全球治理观、加强政党间交流合作等方式,不断扩大中国共产党的“朋友圈”,向世界展示新时代马克思主义政党的全新形象。

三是促进和平与发展的世界大党形象。“中国共产党是世界上最大的政党。大就要有大的样子”^④。“大党”并非简单指人数之大,而是一种力量、责任之大。新时代以来,中国共产党自觉践行着促进世界和平与发展的世界大党责任,用实际行动打破了“国强必霸”的陈旧逻辑。正如汤因比所言,“如果共产党中国能够在社会和经济的战略选择方面开辟出一条新路,那么它也会证明自己有能力给全世界提供中国和世界都需要的礼物”^⑤。事实上,中国共产党参与全球治理的过程也是为解决世界问题提供中国智慧、中国方案、中国力量的过程。

四是敢于斗争的独立自主政党形象。当前,西方频频制造各种话语陷阱,其目的就是要制造思想混乱和内部分裂,从而使我们丧失道路自信并成为他们的“附庸”。然而,中国共产党是敢于斗争、坚持独立自主的党,“绝不接受‘教师爷’般颐指气使的说教”^⑥。因此,面对西方媒介霸权,中国共产党应以坚定的自信和充足的底气,在争取话语权的较量中敢于主动出击,在敢于斗争、善于斗争中进一步增强国际话语权。

站在新时代新征程的新起点上,随着我国综合国力和国际地位的不断上升,建设中国共产党国际形象的

① 习近平《坚持和完善中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化》(2019年10月31日),中共中央党史和文献研究院编《十九大以来重要文献选编》(中),中央文献出版社2021年版,第305页。

② 习近平《坚持人民至上》(2020年5月22日),《习近平谈治国理政》第4卷,第55页。

③ 习近平《走符合国情的人权发展道路》(2018年12月10日),《习近平谈治国理政》第3卷,外文出版社2020年版,第288页。

④ 习近平《新时代要有新气象,更要有新作为》(2017年10月25日),《习近平谈治国理政》第3卷,第67页。

⑤ [英]阿诺德·汤因比《历史研究(插图本)》(下),刘北成、郭小凌译,上海人民出版社2019年版,第617页。

⑥ 习近平《在庆祝中国共产党成立100周年大会上的讲话》(2021年7月1日),人民出版社2021年版,第15页。

重要战略机遇期已经到来。我们应因势而谋、应势而动、顺势而为,积极主动打破“有理说不出、说了传不开、传开叫不响”的传播困境。

三 形象建设实践维度:中国共产党国际形象建设的具体实践

中国共产党的国际形象建设本质上是一种国际传播行为,是将中国共产党的内政外交信息与价值观念面向国际社会的扩散或过滤、接收或忽略、认同或排斥的交互过程,实质上也是从形象的建构到解构再到重构的过程。中国共产党的政党属性也必然决定了其国际形象的传播体系有着鲜明的政党传播特征。

(一)传播内容:展示真实、立体、全面的中国共产党

当前,相较于报道中国社会的发展进步,西方媒体出于意识形态和社会制度的差异等原因,更热衷于评述中共领导人、政治体制、执政绩效和党务工作等内容。因此,若想有效破除一些西方媒体对中国共产党的污蔑与抹黑,中国共产党的国际形象建设也应当着重在这些方面向国际社会作出更加真实有效的说明。

一是塑造领导人形象。领导人形象作为政党形象的重要符号,在某种程度上也是政党形象的人格化表现。当前,国际社会对习近平总书记的个人生平、行事作风和执政理念等表现出了极大的兴趣,认为这能透视出中国共产党的政党品格。事实上,在我国媒体对国家领导人形象的自塑中,也正是从以下两个维度去呈现的:去个人化的国家“代言人”和回归个体的魅力领导人^①,而这一做法也使得领导人的形象更具立体化和亲民性。

二是阐释中国共产党的政治体制。由于政治体制的差别,加之冷战时期两大阵营对抗的遗留影响,将中国的意识形态视为一种感染^②的一些西方媒体往往喜欢使用“控制”、“谎言”等词汇描述中国共产党,这极大地扭曲了党的国际形象。而这一现象的破解之道正是要在国际传播中阐释中国道路与中国国情的深度契合,也即必须说明正是历史和人民选择了中国共产党;同时,也要阐释中国制度的强大领导力、号召力和组织力,展示中国方案和中国智慧的优越性。

三是呈现中国共产党的执政绩效。根据美国皮尤研究中心数据,66%的国际受访者认为中国的影响力正在增强^③。然而,尽管国际社会已清楚地意识到中国的崛起,但对社会主义中国的认识仍是模糊的。尤其是在一些西方媒体集中报道负面消息的情况下,69%的发达经济体的公众仍对中国持消极看法^④。面对这一严峻的舆论形势,必然要求中国共产党在国际传播中充分展示执政以来我国人民生活水平的提高和经济社会的发展,从而深刻彰显中国共产党为人民谋幸福、为民族谋复兴的形象。

四是宣传中国共产党的各项方针政策。如表1所示,中国共产党的外交理念、经济举措和卫生政策等备受国际关注。尤其是当面临全球治理、外交博弈等突发性社会事件时,一些西方媒体总是希望在报道中国共产党的应对之策的同时,借机夸张和放大消极现象与紧张局势。因此,当前中国共产党的国际传播应当主动回应国际关切,基于中国具体国情和全人类共同利益宣传阐释内政外交之方针政策,以在更大程度上驳斥污蔑言论、获得国际社会的理解与认同。

五是展示各级党组织的具体工作实践。当前,国际社会对中国共产党各级党组织的具体工作也投入了一定程度的关注力,如企业中的共产党小组^⑤、“庞大的党员、公务员和退伍军人网络”^⑥等党的基层组织工作

①曾海芳《新媒体时代媒体对领导人对外形象塑造探析——以国平对国家主席习近平外交活动的报道为例》,《中国出版》2016年第23期,第60—63页。

②Megan K. Stack, “A Contagion Both China and America Fear,” *The New York Times*, December 11, 2022:SR9.

③Laura Silver, Christine Huang, Laura Clancy, “Across 19 Countries, More People See the U.S. Than China Favorably—But More See China’s Influence Growing,” Pew Research Center, updated June 29, 2022, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2022/06/29/across-19-countries-more-people-see-the-u-s-than-china-favorably-but-more-see-chinas-influence-growing/>.

④Laura Silver, Kat Devlin, Christine Huang, “Large Majorities Say China Does Not Respect the Personal Freedoms of Its People,” Pew Research Center, updated June 30, 2021, <https://www.pewresearch.org/global/2021/06/30/large-majorities-say-china-does-not-respect-the-personal-freedoms-of-its-people/>.

⑤“The Democrats Have Party Cells Across the Bureaucracy,” *Wall Street Journal*, Eastern edition, October 21, 2022:16.

⑥Chang Che, John Liu, “Chinese Government Steps In to Aid iPhone Factory in Search for Workers,” *The New York Times*, November 19, 2022:B3.

情况等均在国际媒体的报道中有所提及,而这些内容也正是区别于西方政党体制的关键所在。因此,党的国际传播也应当讲好地方组织、基层组织和党员干部深入群众、服务群众的故事,从而帮助国际社会更全面地认识中国共产党。

表 1 国际报纸关于中国共产党的报道内容

报纸名称 报道内容	《华尔街日报》	《卫报》	《朝日新闻》	《金字塔报》
党的历史	2.1%	2.9%	5.4%	2.6%
政治体制	3.8%	5.3%	7.8%	3.5%
组织架构	1.9%	3.4%	10.2%	2.6%
意识形态	2.3%	5.1%	1.9%	0.9%
党和国家领导人	6.5%	8%	11.7%	8.8%
其他党员干部	1.4%	2.7%	3.4%	0.9%
党的工作事务	2.9%	1.7%	1.5%	2.6%
执政绩效	8.6%	4.9%	3.4%	6.1%
经济政策	16.3%	5.4%	4.9%	5.3%
卫生政策	16.3%	15.3%	7.3%	5.3%
外交政策	10.1%	8.5%	7.8%	23.7%
军事政策	2.1%	3.4%	2.5%	3.5%
港澳台问题	11.7%	12.6%	14.2%	12.3%
人权工作	4%	7.3%	4.4%	2.6%
民族问题	3.8%	5.3%	2.4%	0
党的重要活动	3.6%	6.3%	9.8%	18.4%
其他	2.6%	1.9%	1.4%	0.9%

数据来源:根据 2022 年期间 Proquest 数据库收录的《华尔街日报》、《卫报》官方网站、《金字塔报》官方网站,以及《朝日新闻》数据库的报道内容分析。所示百分比为各类报道内容在 2022 年该报纸关于中国共产党的相关报道中所占的比例,但由于手工统计可能存在一定的误差。

总体而言,在政党形象的“自塑”与“他塑”相博弈的过程中,必须结合国际社会对中国共产党的认知现状做好宣传与阐释。这既是立足于中国共产党自身政党属性所作出的回答,也是对复杂国际舆论场的有力回应。

(二)传播主体:整合各级宣传资源和人力资源

政党国际形象建构是多重语境共同作用的结果,除国际媒体生产的“西方话语”外,中央组织、地方组织和基层组织的“官方话语”和党员个体的“非正式话语”也共同影响了党的国际形象。事实上,将党内多元力量纳入外宣体系,也有助于整合各级宣传资源和人力资源。

中央组织是党的国际形象的官方代表,主要通过科学制定内政外交方针、统筹对外宣传、组织政党间交流活动等展示政党形象。同时,党的领导人的重要发言、外交演讲、署名文章等,也已成为政党形象的重要传播来源。事实上,在西方政党政治的思维模式下,西方媒体往往更倾向于关注政党的领袖与主要领导人,“最高领导人”、“领导层”等表述频繁出现在有关中国共产党的报道中。在此意义上,准确、有效地输出“官方话语”是党的中央组织应给予充分关注的内容。

地方组织是观察党内工作机制的重要场域。在国际媒体的视野中,地方组织是中共“自上而下的系统”^①中的关键环节。因此,他们不仅对地方组织的党员干部予以了充分关注,如关注到了省级党委书记的个人经历^②等;一些地方党组织在处理地域性的突发事件时的举措,也往往会被放大,成为评价中国共产党的重要参考。因此,地方组织应自觉将自身纳入到政党形象国际传播的队伍中,以广阔的国际视野引导地方媒体,使之成为地方事务的国际传播者。

基层组织是考察党的工作内容的直观载体。当前,如“为期数年的反腐败运动”^③等党内活动和党建工作已成为国际社会关注的要点之一。而基层党组织往往掌握着一手的宣传素材,因此成为中国共产党国际形象建设的重要传播主体。值得注意的是,目前中国共产党在境外设立了一些驻外机构党组织,如援建非洲的国有企业驻外党组织,这些党组织与当地职工群众发生着密切联系,因而也成为展示中国共产党国际形象的最直观的载体之一。

党员个体是感受党的精神风貌的关键要素。正如习近平所强调的,要“让 13 亿人的每一分子都成为传播中华美德、中华文化的主体”^④。事实上,西方媒体关于中国共产党在农村、社区的“共产党干部”^⑤的报道并不鲜见,而在这一过程中每一位普通党员都以其工作水平和思想观念等展示着中国共产党的形象。换言之,每一位普通党员所展现出来的精神面貌,都将可能会给国际民众带来关于中国共产党最直观的认知与理解。

总而言之,在西方媒体高度关注中国共产党的组织体系的背景下,各级党组织和党员干部已成为党的国际形象的重要传播主体。这也必然要求各级党组织和党员干部自觉树立世界眼光,注重挖掘适合于国际传播的宣传素材,并使之转化为讲好中国共产党故事的重要力量源泉。

(三)传播对象:全球化表达与区域化、分众化表达相结合

在差异性的政治体制和经济水平等因素影响下,各国人民对国际舆论的关注点并不相同,这就必然要求我们采用贴近不同国家、不同政党的精准传播方式,实现全球化表达与区域化表达、分众化表达的有机统一。

对于一些西方国家政党而言,由于他们中的大多数人仍然怀有较强意识形态偏见,加之国际政治中的“修昔底德陷阱”和现实利益冲突的影响,他们往往对社会主义中国心存芥蒂,认为中国是“一心要占据世界主导地位的对手”^⑥,并将中国描述为“狼”的形象。在此背景下,针对西方国家的传播的重点应在于表明中国共产党没有争强争霸的想法,同时积极阐释中国共产党维护世界人民共同利益的主张和理念,在挖掘共性的基础上不断增进彼此间的理解与认同。

发展中国家政党往往渴望能借鉴中国经验以推动国家发展,因此,对这些感兴趣并希望读懂中国道路和中国方案的国家和政党,在国际传播中可以适度增加治国理政经验交流,突出发展中国家实现全球合作的重要意义。同时,应注重宣传中国社会各方力量对于发展中国家的帮助,如《人民日报》发表的《中非光伏合作惠及更多非洲民众》文章被非洲多家媒体转载^⑦,取得了良好的传播效果。事实上,通过报道国有企业的援建工作等有助于推动发展中国家形成对中国共产党的良好印象。

对于世界各国共产党,应侧重于解决当代资本主义社会的现实问题的讨论。目前世界上约有 100 多个国家中 130 多个政党仍保持共产党名称或坚持马克思主义性质^⑧,同时也有着民主社会主义、民族社会主义、女权社会主义等仍需甄别的社会思潮。尽管如此,世界各国共产党一定程度上肯定了马克思主义中

① Li Yuan, “Crisis After ‘Zero Covid’ Exposes a Failure to Govern,” *The New York Times*, December 28, 2022: B1.

② 「上海市トップ決定」,「朝日新聞デジタル」,2022年10月29日,第1版。

③ Helen Davidson, “China Becomes ‘Hothouse’ of Intrigue Ahead of Crucial Communist Party Congress,” *The Guardian*, updated September 26, 2022.

④ 习近平《提高国家文化软实力》(2013年12月30日),《习近平谈治国理政》第1卷,外文出版社2018年第2版,第161页。

⑤ David Pierson, Joy Dong, Claire Fu, Olivia Wang, “Lunar New Year Means Travel, and China Fears a Covid Surge,” *The New York Times*, January 7, 2023: A1.

⑥ Robert E. Lighthizer, “The U.S. Needs to Change the Way It Does Business With China,” *The New York Times*, December 18, 2022.

⑦ 刘仲华、李琰《精准施策提升国际传播效能》,《新闻战线》2021年第17期,第26—29页。

⑧ 习近平《坚持和发展中国特色社会主义要一以贯之》,《求是》2022年第18期,第7页。

国化时代化的借鉴意义,认为“中国为世界上所有共产党和马克思主义政党提出了一个原创的、非常有用的马克思主义理论框架”^①。因此,作为世界上最大的马克思主义政党,中国共产党应注重依托政党交流活动等形式与世界各国共产党开展深入交流与团结合作,从而推进世界社会主义事业的不断发展。

总而言之,正如习近平所强调的,“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”^②,实现政党形象表达的精准投放。这是提升国际舆论斗争的策略,也是提高对外发声能力的必然要求。

(四)传播媒介:运用大众传播、组织传播和人际传播的多元渠道

传播媒介是传播活动的中心问题,媒介运用是否得当将直接影响传播的效果。因此,中国共产党的国际形象建设除应充分运用党媒和央媒等大众传播媒介外,还应挖掘具有政党特色的组织传播和人际传播的传播渠道。

发挥党媒官媒的官方宣传作用。党媒官媒是塑造和传播中国共产党国际形象的主要渠道,也是更具有说服力和公信力的传播形式。事实上,西方媒体常常在报道中援引“中国政府可靠信息”以证明消息的可信度。因此,这就必然要求党媒官媒做好对中国共产党的深度报道、深刻解读、立体宣传,既要使之服从和服务于党和国家的外交大局,又要善于捕捉国际社会对中国共产党的关注热点、兴趣点,及时厘清国际社会对中国共产党形象的错误认知。

运用重大活动的集中展示契机。作为具有全球影响力的世界第一大执政党,中国共产党的一举一动愈发受到国际社会的关注。其中,党的重大活动正是国际社会了解中国共产党的政策走向,集中传播大党形象的重要契机。如围绕党的二十大,《卫报》、《朝日新闻》和《金字塔报》都着重进行了报道^③,成为国际社会理解中国共产党的重要窗口。可以说,发挥好、运用好党的重大活动在国际形象传播中的积极作用是讲好中国共产党故事的重要一环。

借助政党间交流活动的精准传播优势。新时代以来,中国共产党不断“加强同各国政党和政治组织的交流合作”^④,如举办政党间论坛、开展政党间机制化交往等。相较其他传播模式,政党外交最大的优势就是其“高端性”和“精准性”。目前,中国共产党已与160多个国家和地区的600多个政党和政治组织建立了关系,同时多次举办中国共产党与世界政党高层对话会等政党交流活动,而国际媒体也纷纷认为中国共产党通过这些活动“加强了世界政治联系”^⑤。

依托国际交往的人际传播功能。目前,依托多元化的外交和经贸发展以及“一带一路”倡议、中非命运共同体等合作机制,中国企业、政府组织和社会组织等不断走出国门、走向世界,成为推动国际交流与合作的重要载体。在这一过程中,这些企事业单位和社会组织及其内部成员在国际交往中正是通过人际传播的形式展示着中国共产党的国际形象。同时,以互联网为中介的人际传播也愈发成为中国与中国共产党国际形象建设的重要推手。

质言之,新时代以来中国共产党以更加积极、更为主动的姿态展现着自己的政党形象。其中,依托政党组织优势展开的组织传播和人际传播的新形式,有助于实现媒介宣传和交流感悟的相互补充,从而极大地提升党的国际传播的实效。

(五)传播话语:在乐于接受和易于理解上下功夫

由于当前西方话语体系的世界主导性,加之国家间价值观念和习俗传统的差异,必然要求中国共产党的

①杨逸夫《“社会主义是对人类和谐的追求”——〈共同见证百年大党——百位国外共产党人的述说〉新书发布会暨国际研讨会在京举行》,《光明日报》2021年7月18日,第8版。

②《习近平在中共中央政治局第三十次集体学习时强调 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国》,《人民日报》2021年6月2日,第1版。

③根据2022年Proquest数据库收录的《华尔街日报》、《卫报》官方网站、《金字塔报》官方网站,以及《朝日新闻》数据库的报道内容分析而得出的数据。

④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》(2017年10月18日),中共中央党史和文献研究院编《十九大以来重要文献选编》(上),中央文献出版社2019年版,第42页。

⑤“CPC Boosting Political Ties Around World,”*the Nation Thailand*, July 05, 2021.

形象传播要在话语表达的“乐于接受和易于理解上下功夫”，从而“让更多国外受众听得懂、听得进、听得明白”^①。

一是要将中国话语转化为世界话语。国际传播本质上是一场国际对话。当前，中国共产党的国际传播“处于有理没处说、说了也传不开的被动境地”^②，其根本原因就在于话语体系未能有效地融通中外。这就要求我们一方面要“着力打造融通中外的新概念新范畴新表述”^③，如“中国梦”正是符合西方人思维模式的概念，是素来信仰“美国梦”的西方民众“听得懂”的话语。另一方面，面对来自西方的丑化、污名化，也要抓住西方话语体系的漏洞与弱点，用中国共产党科学执政的事实予以辩驳，从而有效突破西方的媒介霸权。

二是要将政治话语转化为通俗话语。对于大部分国际民众而言，政治话语仍是较生涩的存在。因此，一方面，在国际传播中应充分运用“快车”、“便车”、“百年”、“第一大执政党”等通俗化语言，突出话语表达的大众性和贴近性，从而使得中国共产党的理念主张更容易得到国际受众的理解和认同。另一方面，适时运用“同舟共济”、“天下大同”等传统文化表达，从而有效地将中国共产党的理念主张熔铸在传统文化中进行传播，这不仅有助于借助文化交流消除彼此之间的芥蒂，也有助于形成自身的独特的民族文化标识。

三是要把意识形态特征转化为对全人类共同价值的追求。习近平强调：“要把‘道’贯通于故事之中，通过引人入胜的方式启人入‘道’。”^④讲好中国共产党故事实质上就是要求阐述好故事背后所蕴含着的价值观念，但这一过程极有可能遭遇西方国家的围追堵截。因此，必须要把意识形态特征转化为对全人类共同价值的追求，如《环球日报》英文版针对两会曾用了“中国建设一个伟大的国家将对世界形成更大的吸引力”^⑤的标题，从而以造福世界的话语表达代替了一些西方媒体常用的“威胁论”，由此不断提升中国共产党的国际形象。

事实上，正是现实情况与话语修饰的结合构成了中国共产党的国际形象。因此，必须紧密结合国际民众的认知规律来建构话语体系，不断提升中国共产党国际形象的表达范式的感染力和影响力。

政党属性是政党国际形象建设的根本依据。尽管政党形象和国家形象均与国家政治、经济和社会状况等紧密相连，但相较于国家主体的历史、地理、文化和民族等因素，政党主体则在执政行为与意识形态领域有着更为集中的体现。因此，必须基于政党属性明确政党国际形象建设的目标，制定出更具针对性的传播策略安排。对于中国共产党而言，就是要基于党的思想底色与理想追求、政策主张与领导水平、组织体系与党员个体等特点，全面整合党内传播资源，挖掘政党特色传播媒介，在增进国际社会对中国共产党的认知、理解与认同的基础上，建构良好的中国共产党国际形象。实际上，正是党的长期执政特点和意识形态特点决定了国际形象建设的目标指向，也正是党的组织层级特点丰富了形象传播的渠道。

当然，作为中国唯一且长期的执政党，中国共产党还要努力将自身国际形象与国家国际形象的塑造有机结合起来。这就必然要求我们，在不回避党的意识形态特征的基础上，将党的执政绩效、方针政策和党内事务等政党工作实践纳入党的国际形象的内容考察范畴；将党的领导人、各级党组织和党员这些组成部分纳入党的国际形象的主体考察范畴；同时，将中共党际交往、党的重大活动、党员个体的人际传播、对外传播机构的实践等纳入党的国际形象的传播渠道考察范畴。

[责任编辑:何毅]

①习近平《加快推动媒体融合发展》(2019年1月25日),《习近平谈治国理政》第3卷,第320页。

②习近平《在十八届中央政治局第十二次集体学习时的讲话》(2013年12月30日),中共中央文献研究室编《习近平关于社会主义文化建设论述摘编》,中央文献出版社2017年版,第200页。

③习近平《在全国宣传思想工作会议上的讲话》(2013年8月19日),中共中央文献研究室编《习近平关于全面建成小康社会论述摘编》,中央文献出版社2016年版,第107页。

④习近平《在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话》(2016年2月19日),中共中央文献研究室编《习近平关于社会主义文化建设论述摘编》,第213页。

⑤“China Building a Great Country Will Form a Greater Appeal to the World,”*Global Times*, updated March 14, 2023, accessed March 18, 2023, <https://www.globaltimes.cn/page/202303/1287242.shtml>.