

新时代中国跨文化表达路径与对外话语的优化

郭子铭

云南民族大学，云南省昆明市，650504；

摘要：在新时代全球化进程中，跨文化传播效能的优化对于多民族国家意义非凡，中国亦面临着构建有效对外话语体系的重要任务。本文深入剖析了在国际秩序变革背景下，中国传统对外话语的历史演进，揭示其在清末民初等时期话语权的得失变化，进而以“天下”概念为核心，探讨新型国际传播体系的构建路径，强调其对适应全球格局变迁及国际关系复杂性的关键意义。同时，详细阐述了通过讲好中国故事、创新传播形式、壮大人才队伍等具体策略，优化对外话语体系，增强中国在国际传播中的互动性、亲和力与影响力，以实现跨文化传播效能的提升，最终助力构建与中国综合国力及国际地位相称的话语体系，为国际传播领域的理论与实践提供重要参考。

关键词：跨文化；表达路径；对外话语；优化

DOI：10.69979/3029-2700.24.10.023

引言

党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式新时代化的决定》（以下简称《决定》）提出：“加快构建中国话语和中国叙事体系，全面提升国际传播效能。我们要认真学习、深刻领会习近平总书记的相关重要论述和《决定》部署要求，努力加强国际传播效能建设，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。习近平总书记指出：“新时代改革开放和社会主义现代化建设的丰富实践是理论和政策研究的‘富矿’。”立足中国实际，加快构建中国话语和中国叙事体系，用中国实践升华中国理论，更加鲜明地展现中国思想，提升当代中国价值观念的国际传播效能及认可程度。只有进一步提升我国国际传播效能，引导国际社会全面客观认识当代中国。随着中国日益走近世界舞台中央，中国与世界的关系发生深刻变化，对全面提升国际传播效能提出了新的更高要求。我们必须始终保持战略定力、战略自信、战略耐心，全面提升国际传播效能，增进国际社会对中国的理解和认同，真正在国际文化激荡中站稳脚跟。

1 跨文化表达路径与对外传播效能的联系

在全球化浪潮推动下，跨文化交流已成为国际关系中不可或缺的力量。而跨文化表达路径的构建，不仅关乎语言与符号的转换，更是一个深刻影响对外话语效能的系统工程。通过精确的表达路径，国家能够在复杂的

文化语境中传递自身的核心价值与立场，这一过程无疑决定了对外传播的深度与广度。有效的跨文化表达路径应当超越简单的信息传递，它要求我们在尊重不同文化差异的基础上，优化话语方式与传播渠道，从而确保信息的精准传达与文化的互相理解。面对日益复杂的国际局势，优化跨文化表达路径，正是提升对外传播效能，构建强有力话语体系的关键所在。

2 百年未有之大变局呼唤新的对外话语

2.1 新时代国际传播任务呼唤新的时代话语和战略转换

在新时代，国际传播的任务不仅仅是传递信息，更是通过有效的外交沟通塑造国家形象，争取全球话语权。随着数字媒体和社交网络的崛起，传统的外交工具和舆论传播手段已不能满足全球竞争的需求。这一过程中，软实力（soft power），尤其是在面对复杂的国际争端和信息战争时，国家如何通过文化、教育、新闻等传播工具提升自身的吸引力和影响力，成为国家战略的一部分。正如约瑟夫·奈所提出的，软实力不仅仅依赖军事和经济，更在于文化的力量和国家价值观的传播。因此，各国需要在国际传播中注重构建一个清晰、统一的战略叙事（strategic narrative），以便在全球范围内塑造有利的国际形象，特别是在信息流动快速、外部竞争激烈的背景下，如何应对信息战（information warfare）和虚假信息的挑战，成为新时代国际传播的关键。

2.2 作为新型传播体系和国际话语方法论的“天下”概念

“天下”这一概念源自中国古代哲学，是指“普天之下，万物一体”的思想，强调世界各国的联系与和谐。在国际关系中，“天下”概念（Tianxia system）提供了一种不同于西方国际秩序的思维方式。这一理念主张国际社会应当超越传统的竞争与对抗，走向合作与共赢，以实现全球的共同繁荣。新时代的“天下”概念可以作为新型国际传播体系的核心，倡导包容性全球化（inclusive globalization），即全球合作应建立在相互尊重、平等互利的基础上，而非少数国家的主导或控制。通过多元主义（pluralism）思想，“天下”模式提倡多种文明共存，并促进不同文化和国家的相互理解和合作。这一理念不仅挑战了传统的国际秩序，也为全球问题的解决提供了新的视角。通过倡导包容性与多样性，“天下”概念强调在全球事务中各国的共同参与与责任分担，特别是在应对气候变化、贫困、全球安全等问题时，呼吁各国团结合作，携手应对挑战。

因此，“天下”概念不仅为国际话语体系带来了新的思维框架，也为构建更加公平、合理的国际秩序提供了理论依据。这种理念推动了全球传播的战略转型，强调了共建共享的全球治理理念，并倡导一种更加包容与合作的国际关系。

3 新时代对外话语体系的建构方式

3.1 讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国

3.1.1 聚焦讲好中国故事的主题内容

讲好中国故事，不仅是文化传承的需求，也是全球文化对话中的重要使命。要实现这一目标，必须深入挖掘中国传统文化与现代社会的内在联系，通过原创文化产品的创作来展现这一丰富多样的文化面貌。影视、文学与动画等领域的内容创作，应紧密结合当代审美和全球视野，将中国历史背景、民间传说及地域文化等元素，赋予全新的表达方式，塑造具有世界吸引力的文化符号。同时，跨文化沟通的桥梁至关重要。通过多语言版本的翻译与创作，消除语言和文化差异的屏障，使世界各地的观众能够深入理解和感知中国故事的精神内核。在这一过程中，新媒体平台无疑是不可忽视的传播渠道。借助社交平台、短视频及直播等形式，能够迅速高效地传

递中国文化的独特魅力，尤其是在年轻一代中间，激发他们对中国故事的兴趣与认同。此外，地方特色文化的传播也应成为重要内容。中国地域辽阔，每一方水土皆有其独特的历史与风俗，通过讲述地方的故事和民间传说，可以展现出多元的文化景观，进而增强全球观众对中国文化的整体认同。最后，国际化的文化传播人才是这一过程的关键。通过培养具有国际视野的复合型人才，不仅能够提升中国故事的全球传播能力，还能在更广泛的文化交流中架起桥梁。通过多维度的努力，讲好中国故事必将成为一项立足本土、面向全球的文化工程，推动中国文化在世界舞台上熠熠生辉。

3.1.2 创新讲好中国故事的方式载体

话语的背后是思想，是“道”，不能为了讲故事而讲故事，要把“道”贯通于故事之中，通过引人入胜的方式启人入“道”，通过循循善诱的方式让人悟“道”。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，把我们想讲的和国外受众想听的结合起来，平等待人讲、虚怀若谷讲、真诚亲和讲。要组织各种精彩、精炼的故事载体，把中国道路、中国理论、中国制度、中国精神、中国力量寓于其中，使人想听爱听、听有所思、听有所得。要把“陈情”和“说理”结合起来，把“自己讲”和“别人讲”结合起来，把“我们想讲”和“别人想听”结合起来，把“讲现实”与“讲历史”结合起来，把“讲事实”和“讲道理”结合起来，不断增强共情感、同理心、亲和力，努力让有温度、有深度的中国故事与世界“共情共振”。要更多展现中国具体而微的丰富社会生活，更多将道理和逻辑寓于生动鲜活的故事和丰富真实的情感之中。要密切关注新技术、新手段的迭代发展，运用好新时代传播理念、技术手段和传播平台，推进中国故事和中国声音的精准传播。

3.1.3 壮大讲好中国故事的人才队伍

国际传播事业发展，需要社会、高校、新闻媒体、文艺工作者、海外侨胞、留学生等多元主体协同合作，发挥不同主体的联动效应。要拿出扎实举措，建强适应新时代国际传播需要的专门人才队伍，打造一支熟悉国情世情、适应新时代外宣工作需要的新闻发言人、国际新闻评论员、专家学者、文化交流使者和出境人员讲故事骨干队伍，确保关键时刻声音发得出、传得远。要加

强高校学科建设和后备人才培养,提升国际传播理论研究水平,努力培养专业扎实、外语娴熟的国际化复合型人才。要广交朋友、团结和争取大多数,不断扩大知华友华的国际舆论朋友圈。要善用外脑、外嘴、外笔,利用各类国外平台渠道,广泛拓展国际传播人脉资源,做好外国记者等在华外籍人员工作。要充分激发人民群众的主体力量,积极适应“人人都有麦克风”的时代特点,让不同人员都能用自己的方式讲述中国故事。

3.2 利用数字化平台,创新传播形式,提升全球传播的互动性

随着信息技术的飞速发展,数字化平台已成为全球传播的重要阵地。尤其是社交媒体和短视频平台(如TikTok、Twitter、Instagram等)已经成为全球话语的重要载体。中国应充分利用这些数字化工具,创新传播形式,提升传播效能。通过社交平台,中国可以与全球受众进行实时互动,打破传统单向传播的局限,增进沟通的双向性和互动性。例如,借助短视频平台,不仅可以展示中国的历史文化、传统艺术,还能够将中国现代社会的创新成果、科技成就以及年轻一代的生活方式等内容传播出去。根据《中国社交媒体趋势报告》指出:“短视频和直播等新兴传播形式,正成为全球年轻人获取信息的主要方式。”(《中国社交媒体趋势报告》,2023年)通过这种互动性和趣味性的传播方式,能够使中国声音更有亲和力,推动全球受众积极参与并形成深度的文化认同与情感共鸣。此外,通过数字化平台的全球化传播,能够迅速反应外界的反馈,调整传播策略,真正实现中国与世界的实时对话和互动。

3.3 跨文化创意,打造中国文化“全球化产品”

新时代的对外传播不仅仅是信息的输出,更是文化产品的全球化传播。为了提升中国文化的国际影响力,跨文化创意合作成为一个不可忽视的重要方向。中国应加强与世界各国艺术家、设计师、导演等文化创意人才的合作,打造具有全球吸引力的文化产品。例如,借助国际化的艺术、影视、设计语言,将中国传统文化元素与国际化的创意理念相结合,创作出既能讲述中国故事,又能符合全球受众需求的文化产品。具体来说,像《长津湖》《流浪地球》这样的中国电影,通过国际化的视野和制作手法,吸引了全球观众的关注,而类似的跨文化合作也正在文创产品、时尚设计、艺术展览等领域逐

渐推广。中国设计师与国际知名品牌的合作,也逐步展现出中国设计的新面貌。正如《中国日报》所述:“文化产品的全球化不仅是一种文化交流,它更是一个国家软实力的体现,是中国文化走向世界的重要途径。”

(《中国日报》,2021年6月)通过这种跨文化创意合作,中国文化不仅能够更好地进入国际市场,还能够与世界共享文化多样性和创新精神,实现真正意义上的全球文化对话。

4 结语

在全球化的大背景下,本文深入探讨了新时代多民族国家对外话语的构建与跨文化传播能力的优化。文章强调了在百年未有之大变局中,中国必须更新对外话语,以适应国际秩序的深刻变革和全球力量对比的重新分配。同时,文章提出了以“天下”概念为核心的新型国际传播体系,倡导包容性全球化和多元主义,以推动全球合作与共赢。本文进一步提出了优化新时代对外传播效能的建构方式,包括讲好中国故事、创新传播形式、壮大人才队伍、利用数字化平台和跨文化创意合作等。这些策略旨在提升中国在全球传播中的互动性、亲和力和影响力,以构建一个更加真实、立体、全面的中国形象。总之,本文全面综述了新时代多民族国家对外话语的构建与跨文化传播能力的优化,强调了在国际传播中坚持中国特色、展现中国智慧、提升中国价值观念的重要性。通过深入的理论构建和实践探索,本文为新时代中国的国际传播效能建设提供了有益的参考和启示,旨在推动中国在国际舞台上的话语权与国际地位相匹配,为构建人类命运共同体贡献中国智慧和方案。

参考文献

- [1] 刘勇,刘金伟.中国式现代化对外话语体系建构研究[J].太原理工大学学报(社会科学版),2024,42(04):22-29+37.
- [2] 于绍良.加强国际传播能力建设全面提升国际传播效能——以构建全过程人民民主的中国话语和中国叙事体系为例[J].思想政治工作研究,2024,(02):19-21.
- [3] 李志凌.新形势下中国对外话语的新天下观与国际传播的优化[J].昆明学院学报,2024,46(01):107-116. DOI:10.14091/j.cnki.kmxyxb.2024.01.011.
- [4] 夏文强,王连伟.中国外交话语体系建设:挑战、机

遇及实践路径——基于人类命运共同体的总体布局[J]. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版), 2022, 24(05): 29-35.

[5] 王凡. 中国对外话语体系建设的现实困境、经验借鉴与优化策略——以传承和发展中华优秀传统文化为中心[J]. 理论建设, 2022, 38(06): 94-103.

[6] 唐润华, 曹波. 人类命运共同体视阈下中国对外话语体系的时代特征[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(07): 33-37.

[7] 杨盈, 庄恩平. 构建外语教学跨文化交际能力框架[J]. 外语界, 2007, (04): 13-21+43.

[8] 张泗考. 跨文化传播视域下中华文化走向世界战略研究[D]. 河北师范大学, 2016.

[9] 陈卫星. 跨文化传播的全球化背景[J]. 国际新闻界, 2001, (02): 11-14+18.

[10] 赵永华, 刘娟. 文化认同视角下“一带一路”跨文化传播路径选择[J]. 国际新闻界, 2018, 40(12): 67-82. DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2018.12.005.

[11] 孙吉胜. 加强中国对外话语体系建设: 挑战与方向[J]. 外交评论(外交学院学报), 2022, 39(03): 1-20+165-166. DOI:10.13569/j.cnki.far.2022.03.001.

[12] 武圣松. 新时代我国对外话语体系建设探析[J]. 决策探索(中), 2021, (09): 7-8.

[13] 王晓晖. 加强国际传播能力建设, 精心构建对外话语体系[J]. 马克思主义与现实, 2014, (04): 1-3. DOI:10.15894/j.cnki.cn11-3040/a.2014.04.035.

[14] 王永贵, 王景宇. 新时代加强对外话语体系建设的多重进路[J]. 马克思主义与现实, 2023, (03): 17-24. DOI:10.15894/j.cnki.cn11-3040/a.2023.03.003.

[15] 王霞. 习近平关于新时代中国对外话语体系建设重要论述的原创性贡献[J]. 社会主义研究, 2023, (04): 58-66.

作者简介: 郭子铭(出生年—1998年6月)男, 汉族, 山西晋城, 云南民族大学硕士研究生
研究方向: 中国对外话语权。