

新媒体时代国际话语权建设的路径与挑战

郑晓

(湖南广播电视台, 湖南 长沙 410003)

【摘要】国际话语权是基于知识、价值观的权利结构。国家话语权的构建取决于国家实力、国际道义、国际传播。新时代下的国际互动,不仅仅是国家实力的互动、国家价值观的互动,更是话语权的互动,这是一场悄无声息的“革命”,一场以软实力、智能科技和多元化为核心的国际权利转移。党的二十大报告中明确指出,要加强国际传播能力建设,全面提升国家传播效能,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。新时代中国国际话语权构建一直是党和国家的重大课题,习近平总书记多次在多个场合对我国国际话语权的建设提出了重要论述,重点分析了当前我国国际话语权建设的重要性以及面临的问题。因此,当前要深刻认识到我国国际话语权建设的重要性和必要性。随着新媒体时代的到来,我国要从内容建设上、形式建设上以及传播建设上共同构建国际话语权体系,注重讲好中国故事、传递中国价值观,将新时代中国形象呈现给世界,让世界了解中国、减少对中国的“偏见”,同时利用技术赋能实现精准传播和高质量传播,加强与国际具有影响力媒体平台的合作,将中国思想、中国精神、中国文化传播到更深更远的地方。本文就新媒体时代国家话语权建设的路径与挑战作出具体探究。

【关键词】新媒体;国际话语权;建设;路径;挑战

引言

近年来,随着综合国力的增长,中国在国际政治、经济、治理等方面发挥着重要作用,向世界展现出了大国的风采与担当。时至今日,中国与世界各国的交往之多、交流之广、交融之深前所未有。越来越多的人开始关注中国,想要迫切地了解中国,感受大国风范与大国精神。中华人民共和国成立至今,伴随国际关系格局、国内政策的变化调整,中国的国家话语权也在这一进程中起伏消长,经历了变化演进的过程。从国家话语权的进程发展当中,中国特色外交话语体系一步步丰富和完善,深刻影响着中国的形象与发展。但是,当前中国国际话语权的建设随着世界格局的复杂性和多样化,也在面临着一定的挑战,主流话语范式的西方主导权,世界对中国的碎片化了解以及传播格局的局限性,也在一定程度上影响着中国国际话语权的影响力。因此,在新媒体时代下要深刻理解当前国际话语权建设的重要性,并且从内容上、形式上和传播格局上聚焦国际话语权构建,占据中国国际话语权的主动性,形成与我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权,推进中华民族的伟大复兴。本文就新媒体时代国际话语权建设的重要性、新媒体时代国际话语权建设面临的挑战以及新媒体时代国际话语权建设路径三个方面对问题进行具体分析。

一、新媒体时代国际话语权建设的重要性

(一) 提升中国的文化软实力

文化软实力是一个国家基于文化而具有的凝聚力和生命力,并在弘扬和传播的过程中产生吸引力和影响力,是衡量一个国家综合国力的重要指标。从古至今,中国是一个非常注重文化的国家,在历史发展进程中为我们乃至世界都留下了丰富且宝贵的文化遗产,这也是我国文化软实力的重要体现。习近平总书记曾明确指出:“提高国家文化软实力,要努力提高国家话语权”。因此,要将中国的价值观和精神文化进行弘扬与推广,就要拥有国际话语权,让中国的文化与中国精神传播得更加全面、具体、深入,并传播到更远的地方,由此使中国文化和中国精神在国际上产生更加深远的吸引力和影响力。

(二) 维护国家意识形态安全

意识形态是一个民族赖以维系的精神纽带,关注国家立心、民族立魂的重要工作,而话语权与意识形态具有不可分割的内在联系。一个国家意识形态的统治与管理,必然要通过话语权来展现。全面提升中国的国际话语权能够有效抵挡资本主义不良意识形态的进攻,能够抵挡住一些国家的险恶用心。通过国际话语权的构建,能够让世界人民感受到大国的文化、力量与担当,能够加强中国话语权在国际社会的认同度和影响力。通过国际话语权的构建可以击破不良的言论以及对中国的诋毁,向世

人展现更加真实、具有正确价值观的中国，同时提升中国在国际中的地位和影响力。

（三）展示中国良好的国际形象

中国历经千年历史和百年奋斗才有了今日的泱泱大国，其中不仅有着中国的文化、中国的智慧，更有着中国的责任与担当。习近平总书记在致中国中央电视台开播的贺信中再次强调，要通过传播好中国声音，向世界“展示中国作为世界和平的建设者、全球发展的贡献者、国际秩序的维护者良好形象。”通过国际话语权的建立，能够让中国这个具有千年文化的国家呈现在世人面前，将中国近些年的发展、思想、理论、文化传递给世人，让他们能够深入了解中国的过去、现在以及未来，将习近平同志先进的思想理论，将中国对世界发展作出的贡献，将中国良好的大国形象展现在世人面前，扭转一些人对中国的不良印象，将中国的文明、真诚、善良传递出去，从而增强中国在世界舞台的影响力，让中国的良好形象传播到世界各地，传递到每个人心中。

二、新媒体时代国家话语权建设面临的挑战

（一）主流话语范式西方化

从结构上来看，中国在话语权塑造上缺少一定的优势。西方国家开辟了世界历史，因此其话语权伴随着历史的发展走向了世界。欧洲国家从殖民扩张走向分裂统一，他们的思想、观念也在影响着世界，所以在一定程度上主流话语范式呈现西方化特征，他们在话语中彰显着自身的优越感和傲慢感。这样西方话语权的优势对传统多民族国家的民族政策形成了知识生产的挑战，削弱了其国内民族认同的基础，这让传统多民族国家在话语权当中处于劣势。

西方文化在全球传播中具有难以撼动的优势地位。西方从思想知识、媒体发展以及技术优势等方面，将自身的思想和观念贯穿到世界各地，尤其当前一些西方国家通过在政治地位、经济实力方面的优势对话语权进行了掌控，这也使得西方思想的渗透越来越深入。

与此同时，一些西方国家对中国的发展，中国的理念与中国对世界的贡献进行歪曲和诋毁，甚至还有一些西方国家对中国的价值观予以否认，并影射中国的理论与思想，这使得世人对中国产生了误解，这对中国构建良好的国际形象产生了非常不利的影响。例如，新冠疫情爆发席卷全球，中国多地疫情也出现从不同程度反弹，一些西方政客以及媒体对中国“动态清零”政策发起新一轮攻击，他们有选择性的、片面性的对中国政策报道带节奏、引风向，误导西方民众，对中国政策的实施产生了曲

解，从而对中国形象以及话语权的建立产生了不良影响。

（二）多元主体联动性缺失

国家话语权的构建与提升是一项系统性的工作，它不仅仅需要政党、政府的参与，更需要市场、社会等多元主体的共同参与。纵观西方话语权的构建历程，从演说、外交照会等正式场合提出一些鲜明且具有领导力的话语，表明自身的思想、理论与主张，而后通过媒体或者一些著名学者的研究、阐述、作品的发展进行推广与传播，最后通过企业的加入在跨国商业合作以及其他场合对主张和理论进行扩大性传播，从而形成了“政府、社会组织、企业、媒体、虚拟空间”多元发力的局面。对于中国来讲，当前话语权的建立和传播大部分依靠党和政府以及官方媒体，而一些跨国企业以及在海外的留学生群体等参与的积极性不高，所做出的努力和贡献具有局限性，在合作、联动方面能力不足。

（三）传播格局具有局限性

目前，世界对中国的认识和了解大多是通过西方媒体的途径获取的，而中国媒体在传播格局的塑造上具有一定的局限性，即他们获取的中国新闻大多是依赖于西方媒体，中国的国际形象塑造在很大程度上依赖于“他塑”，而不是“自塑”。但是，一些西方媒体并不会将真实的中国、将中国理论的前瞻性传递给世界，更多的是在自身理解的基础上对中国的思想、价值观进行错误的分析，这样很容易使世界对中国产生误会，也不利于中国国际话语权的建立。中国媒体在传播方面缺少与国际主流媒体的深入合作，也缺乏与在海外的中国企业、留学生建立完善的传播策略，这样也导致传播受限，无法向世界传递出更加真实的中国。

三、新媒体时代国际话语权建设路径

（一）利用新媒体平台呈现鲜明的中国特色新表述

新媒体时代的到来让人人都处在网络环境下，无论是日常生活、学习还是娱乐都离不开网络。新媒体平台当中内容丰富，涉及不同的类型并在持续进行延伸，其发表的思想、立场正在引导着舆论导向，在潜移默化当中影响着人们的价值观、世界观和人生观。因此，要充分利用好新媒体平台，在不同平台中的官方账号当中利用极具中国鲜明特色的话语展示中国形象。第一，中国共产党的重要言论。例如党的十八大当中“人类命运共同体”“人与自然生命共同体”，习近平总书记阐释全球发展的中国方案中提出的“和平、开放、创新”等。这些具有标志性、鲜明性的话语应当重点

呈现在新媒体平台的内容传播当中。第二，民族多元一体，文化多样和谐。新媒体平台当中要向世人呈现我国多民族的文化内容、文化内涵，呈现多元化的文化方式，使更多的人看到中国民族团结、文化繁荣的景象。第三，大国的责任与担当。新媒体平台中要将大国的责任与担当呈现出来，强调我国对外开放、具有亲和力的形象，其中包括大国外交、国际合作、文化交流、承担国际赛事等内容，向人们展示我国在和平外交中所作出的实践、努力与担当。例如，近年来我国在承担奥运赛事过程中有意识地推出了一系列国家身份符号，来强化国际社会对中国国家形象的认知。从2008年北京奥运会主题口号“同一个世界、同一个梦想（One World One Dream）”到北京2022年冬奥会“一起向未来（Together for a Shared Future）”，同时将“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”等这些关键词进行强化，令国内外奥运参赛选手和观众印象深刻。第四，新媒体平台要充分发挥自己的优势，在重大突发事件、国际关注的热点问题上积极主动发声，并且做到及时、快速，第一时间传播正确的言论与立场，并且要对存在不良信息的内容进行坚决抵制，主动回击并击碎这些不实言论，积极引导国际舆论，增强我国国际话语主动权。

通过对中国鲜明特色思想、理论、文化的内容展示，不仅影响着人们的价值观，引导人们凝聚共识，同时还让更多的人看到了更加全面、真实的中国。

（二）利用新媒体平台讲好中国故事 创新多元化表现形式

新媒体平台改变了传统单一的形式，而是将内容以更加多元化的方式呈现出来，满足受众阅览需求的同时，更加凝聚焦点，吸引更多受众的关注与重视。因此，要利用新媒体平台讲好中国故事，将中国故事以更加“惊艳”的方式出现在世界面前。首先，要通过新媒体技术将我国重要的理论、思想、价值观通过新颖化的方式展示出来。例如，将党的二十大表达大会中的数据、观点通过图表的方式进行呈现，让受众对会议的主题、内涵有了更加精准的认识与了解，还可以将中国企业在国际上作出的贡献以“短视频+故事”的方式进行呈现，这样的方式不仅具有直观性，也能够将内容以更加接地气的方式展现给世界。其次，要将文本语言、有声语言、视觉语言制作成为多种语言，这样多语态之间的信息交互和情感表达可以不受空间的限制，为世界更多人了解中国提供了平台，也为世界提供了多元化的视角。

（三）利用新媒体平台拓宽传播渠道

当前要充分利用新媒体平台构建高质量传播格局。首先，新媒体平台下的主流媒体要注重对国际主流媒体的对接。一方面要关注国际主流媒体对中国的报道内容是什么，他们对其关注的重点是什么，这让我们主流媒体在今后的内容创作，语言运用上具有一定的选择性和方向性。另一方面，我国主流媒体与国际主流媒体的对接合作，能够逐步扩大中国话语权在国际上的影响力，让更多人了解真实、全面的中国。其次，要积极与跨国企业、海外企业、留学生对接。新媒体时代下主流媒体要积极与在海外经商办厂的中国人，跨国企业，还有海外的留学生进行合作，尤其在国内外具有影响力的企业或者留学生代表等，定期将主流媒体发布的内容及时进行转发、评论等，并在其所在的国家在各自具有影响力的账号上进行发布，拓宽传播途径。再次，要加强海外社交媒体平台建设，彰显社交话语的个性化表达。新媒体时代社交媒体的力量不容忽视，这对年轻人塑造认知具有一定重要作用。因此，要建立海外社交平台，加强国内外社交媒体平台的对接，使信息发布、传递更加及时、广泛。最后，要利用好“网红”效应。当前每个新媒体平台上都有非常受欢迎和受关注的博主，可以充分利用他们“网红”的优势，对信息内容进行转发或者推广，还可以通过在平台下有影响力的国际友人，通过他们的转发或者介绍等将中国的理论、思想主张传播出去，传递到更多人当中。

四、结束语

国际话语权是一个国家实力的体现，既是大国之间的较量，也是大国风范的体现。新媒体时代下，要充分利用好新媒体平台，打造具有中国鲜明特色的内容，创新内容表现形式，拓宽传播途径，让中国的理论、精神以及思想主张传播到更深更远的地方，从而牢牢将国际话语权牢牢掌握到自己手中，全面提升中国在国际当中的影响力。

参考文献：

- [1] 彭倩倩.提升中国式现代化国际话语权的实践进路[J].求知, 2024, (05): 25-27.
- [2] 周静, 汪正一.国际传播背景下如何讲好中国故事[J].传媒, 2024, (08): 60-62.
- [3] 舒朝普, 刘凌.国际话语权视域下的“媒体+”路径探索[J].新闻爱好者, 2024, (03): 51-55.
- [4] 杨文新.中国话语的构建与传播[N].语言文字报, 2024-03-20 (002).
- [5] 赵磊.增强中国国际话语权的现实挑战与应对[J].人民论坛·学术前沿, 2024, (05): 76-84.