

中国全球战略传播中“哑嗓子”问题及其对策

赵可金

【内容提要】 当今世界正经历百年未有之大变局，世界进入了动荡变革期。置身于大变局的时代，中国日益走近世界舞台的中心地带，但在国际舆论斗争中存在有理说不出、说了传不开的“哑嗓子”问题。新时代我国的全球战略传播应聚焦解决“哑嗓子”问题，着眼于世界政治经济格局变动的大视野，坚持守正创新的指导方针，从战略上明确积极争取中间地带对我国支持的重点，立足打赢舆论斗争的持久战，把握不同时期国际舆论斗争的力量对比和战略态势，明确总体目标和不同阶段的主要任务，不断加强能力建设、创新工作方法、完善体制机制，为中国的和平发展赢得良好的舆论环境，为以中国式现代化全面推进强国建设和民族复兴伟业营造更有利国际环境、提供更坚实战略支撑和舆论保障。

【关键词】 动荡变革期；战略传播；“哑嗓子”；舆论斗争

当今世界正经历百年未有之大变局，中国特色社会主义进入了新时代，中国与世界的关系发生了根本性变化，本质上是处于民族复兴“青春期”的中国碰上处于霸权衰落“更年期”的美国。作为老牌的霸权国家，美国对“青春期”中国的成长表现出了压制的行为，声称开启了“第二次冷战”，从各个方面打压中国，竭力维护美国主导下的霸权秩序。中国日益走近国际舆论的“风暴眼”，不仅面临着高科技领域的“卡脖子”问题，也面临着在国际舆论环境中的“哑嗓子”问题。尤其是2017年底以来，美国将中国明确界定为战略对手，向外释放战略对抗的信号，在国际范围内聚焦多个议题发起了舆论战，我国际舆论环境面临着严峻的挑战。

总体来看，百年未有之大变局与中国特色社会主义新时代相互交织、彼此激荡，中国已被推到国际舆论的风口浪尖，长期以来中

国坚持的韬光养晦的战略模糊方针已经越来越空间有限，要求中国逐步从战略模糊走向战略清晰，制定奋发有为的全球传播战略，增强定力，守正创新，引领潮流，引导民意，维护和巩固中国和平发展的势头，推动构建人类命运共同体，创造人类文明新形态。尤其是面对国际舆论风云激荡的新形势，中国如何适应国际舆论环境的根本性变化，制定正确的国际舆论斗争策略，牢牢把握国际传播战略主动权，更好地维护中国国家核心利益和正当权益，树立自信自立、胸怀天下、开放包容的大国形象，是当前面临的一个重大课题。

一、大变局下中国所处的国际舆论环境特点

当今世界正经历百年未有之大变局，世界

步入动荡变革期，所有国家都面临着逆风逆水的外部环境，两面性、复杂性和不确定性成为世界政治经济形势的新现实。尤其是新冠疫情影响深远，乌克兰危机旷日持久，巴以冲突引发中东地区形势动荡，世界各地均面临着复杂的局势。作为当今世界少有的保持经济持续快速发展和社会安定有序的国家，中国已经开启社会主义现代化国家的新征程，日益走近世界舞台中央，在国际话语权和影响力快速上升的同时，也面临着失语挨骂的严峻挑战。随着中美关系竞争烈度的日益升温，国际社会对于中国的关注度急剧攀升，对中国的批评、指责甚至谩骂也在增多，中国已经成为国际舆论场的风向标和风暴眼。具体来说，主要存在以下特点：

（一）中国成为国际舆论中心的风暴眼

我国正处于中华民族伟大复兴的关键期，世界各主要媒体新闻报道的中国元素成倍增加，构建国际传播和国际话语体系的任务十分紧迫。从主流媒体来看，《纽约时报》《华盛顿邮报》和其他国家的主流媒体对中国的报道几乎天天都有，而且大都是放在显著的位置。从新媒体来看，中国的热度更高。根据国内机构2021年调研发现，“中国”连续三年居于海外用户群体量最大的社交媒体“脸书”（Facebook）热词榜首位，连续两年居于海外最主流视频网站“优兔”（YouTube）热词榜首位。中国媒体在海外平台开设的账号的关注度也逐渐增高，2018年中国国际电视台在“优兔”（YouTube）平台上的粉丝量进入前三名。^①新冠疫情暴发后，中国在国际舆论中的曝光度急剧攀升，世界各地的主流媒体和社交媒体都高度关注中国的声音。

在关注度不断飙升的同时，中国也成为各方争论的焦点。尤其是2018年中美贸易冲

突之后，这一关注度不断升温，而且在态度上呈现为两极分化的态势。很多主流媒体站在欧美发达国家立场上，用他们的价值观、制度观来评价中国，对中国持有的负面舆论反应比较多。皮尤中心等机构近年来发表的报告比较明显地印证了这一点，表明国际社会对中国仍然存在不理解、误解和偏见的问题，在一些国家和地区甚至被意识形态化、政治化和安全化了，已经成为制约中国发展的重大障碍。

（二）西强我弱的国际舆论格局没有根本改变

近年来，中国高度重视国际传播能力和话语体系建设，取得了重大进展，表现为国际上理性客观看待中国的人越来越多。但是，从国际舆论格局的力量对比来看，西方主导国际舆论的格局没有发生根本性变化，中国在国际舆论中仍然面临失语挨骂的问题。尤其是新冠疫情全球大流行以来，国际舆论环境更加复杂，以欧美发达国家政府和媒体为主力，在涉华事务和涉华报道上污名化、标签化和意识形态化，标志着对华舆论战出现升级趋势。相比之下，中国在舆论战上总体上还处于被动防守的地位，有理讲不出、讲了传不开的局面没有本质性突破。

（三）舆论环境压力明显不平衡

中国面临的舆论压力在发达国家和发展中国家存在着显著差异。根据《中国国家形象全球调查分析报告（2019）》的调查数据，2013—2019年中国国家形象整体得分走势在发展中国家和发达国家之间有明显不同。在发展中国家中的形象得分走势呈稳步上升趋势，在发达国家中的形象得分则从2016年开始逐年走低。在政治、经济、文化等具体领域的认同度上，发展中国家受访者的对华印象也普遍好于发达国家受访者。^②在广大发展中国家，随着

“一带一路”倡议和一系列合作项目的推进,越来越多的国家和民众认识到中国发展经验的重要性,对中国式现代化的兴趣在迅速上升,学习中国经验成为发展中国家的潮流。

同时,中国面临的舆论压力在不同领域也存在着不平衡。根据国内机构2020年在海外民意调查的结果,海外受访者对于中国最认可的三个领域分别是科技(66%)、经济(63%)和文化(57%)。科技领域中,高铁、超级计算机、载人航天是海外认知度最高的三项;经济方面,海外舆论普遍认为中国经济将会持续发展,中国对外经贸合作会为世界带来正面影响;文化方面,中餐、中医、武术仍是海外认知度最高的中国文化名片,对当代中国文化则认知度较低。^③近年来,随着电动汽车、太阳能和锂电池等新技术产品的走俏,越来越多的国家高度重视中国在新发展领域取得的成就,但也出现了抵制中国制造的消极声音。

从中长期来看,随着中国越来越走近世界舞台中央,中国成为国际舆论关注的焦点是不可逆转的。对中国而言,问题的本质在于如何因势利导,化危为机,转危为安,在维护和巩固中国和平发展势头的前提下,妥善化解对中国的舆论压力,通过推进全球战略传播,不断营造客观友善的国际舆论环境。

二、新时代我国全球战略传播的总体评估

意识形态是事关国家政治安全的核心,是党的一项极端重要的工作。“一个政权的瓦解往往是从思想领域开始的,政治动荡、政权更迭可能在一夜之间发生,但思想演化是个长期过程。思想防线被攻破了,其他防线就很难守

住。”^④冷战结束以来,某些西方国家对中国的西化、分化图谋一直没有停止,尤其重视从意识形态领域突破,搞乱人心,然后达到浑水摸鱼、乱中取胜的目的,希望达到改旗易帜、颜色革命的效果。习近平总书记强调,要牢牢把握意识形态领导权、管理权和话语权,全面落实意识形态工作责任制。“我们不仅要防止落入‘中等收入陷阱’,也要防止落入‘西化分化陷阱’”。^⑤随着中国综合国力和国际影响力日益壮大,中美战略竞争日益激烈,引发了对是否陷入“修昔底德陷阱”的激烈争论。^⑥坚持走中国特色社会主义道路的中国面对更多来自美国的外部环境压力,必须做好防范化解风险挑战的充分准备,国际传播和舆论斗争在中国战略全局中居于日益突出的地位。概括起来,新时代我国国际传播战线呈现出新的特点:

(一) 官强民弱的舆论战线

从舆论战的参战主体来看,中国舆论战存在着明显的官强民弱问题,即官方机构和个人在舆论战中占据了主体地位,民间力量的参与不足。在舆论斗争中,外交系统和外宣系统承担了最为主要的任务,不仅与美国和西方在涉华议题上进行针锋相对的斗争,还主动将舆论战场推进到X(原推特)等境外社交媒体,围绕一些重大敏感问题与美国和西方短兵相接、唇枪舌剑。

相比之下,民间力量在舆论战中显得非常薄弱,只有部分偶发亮点,如网络画手“乌合麒麟”用画作批判澳大利亚军队在阿富汗的暴行,引发国外舆论关注乃至时任澳大利亚总理莫里森亲自回应。总的来看,大多数中方民间媒体和个人,更多是在做面向国内民众的舆论工作,发声方向和受众都限于国内,而非与

美西方进行交锋。在国际上被广泛使用的 X、Instagram、YouTube、Telegram 等社交媒体平台发挥作用严重不足，导致在这些国际受众云集的知名社交平台上严重缺乏中国声音。国内主流的微博、微信、知乎、抖音等社交平台，国内用户占了绝大多数，国外用户极少，造成国内的舆论场自成体系，与国际无法沟通。但是，中国同美国与西方舆论战的主战场主要集中于国际舆论场上，造成了舆论战中中方一侧民间力量明显不足。

（二）内重外轻的舆论格局

中国拥有 14 亿多人口，舆论资源和总体实力并不逊色于美国。然而，中国的舆论场主要集中于中文世界，在国际社交媒体平台开设账号进行传播者、熟练使用外语同国外进行辩论者、能够内知国情外知世界者仍然比较少。即便是在国内舆论场上，能够长期聚焦热点问题发表意见且具有较大影响力的专业学者比较少，能够理性发声、举止有度者更少。相比在舆论风险较高、容易引发争议的境外媒体平台发声，以及接受境外媒体采访，中国学者更多选择通过论坛、会议等专业、公开度低的形式与海外精英进行交流。舆论战中中国学者声音的稀少，使得中国一侧的声音少了很多智力支持，也造成美国和西方学者声音在国际舆论上形成一边倒的声势，急需提升中国学者在舆论战中的参与度。

同时，目前中国对美舆论战的明显问题是网红多，学者少。在国际上具有一定影响力、知名度的中国发声者基本以网红为主。研究表明，2020 年境外网络平台中国主题网红传播力前十中的中国籍网红分别为李子柒、滇西小哥、美食作家王刚、宇哥讲电影，其传播内容主要为手工、美食、旅行等文化体验内容，以

视频为主要传播形式，依靠画面表达来降低语言壁垒。外国籍的中国主题网红中，除了上述内容的主题外，还有部分网红传播内容以涉华国际事务、中国社会热点、青年文化现象等主题为主，一定程度上补充了中国籍网红因语言等限制而涉及不足的中外对话、观念探讨等领域，对于提升国外受众对中国文化通识和现代化形象认知有所贡献。在疫情期间，部分外国网红为外界知悉中国抗疫举措与成果打开了窗口，对破除部分国外媒体和政客对华抹黑发挥了积极作用。^⑦

（三）美攻我守的舆论态势

从舆论战的内容上来看，美攻中守是基本态势。在议题设置方面，美国在多数时候占据了议题设置的主导权，中国处于被动应对的情况居多。以近年来美国攻击中国的舆论议题为例，所谓新疆“种族灭绝”“强迫劳动”，新冠病毒“实验室泄露”“人工合成”等都为美国编造创设并煽动传播的针对中国的舆论攻击议题，中国面对美方的污蔑和攻击，不得不进行防御和“自证清白”。凭借自己在国际媒体资源上的优势，美方在舆论战中抛出的众多虚假内容，往往能够在国际舆论中搅动局势、混淆视听、栽赃嫁祸，形成强大的舆论压力，并且掀起舆论巨浪向中国施加压力，迫使中国不得不进行应对，这是目前中国在舆论战中的劣势所在。

（四）言多行少的互动短板

言论和行动是舆论战的两个维度，且两者相互配合、相得益彰。目前，国际互联网平台上来自中国的声音中，展示中国和解释中国的内容居于主导地位，而与国外受众交流探讨的内容则缺少。有研究发现，海外社交媒体上的涉华内容基本以名人、文化、新闻、趣事等

内容为主，内容性质多是单向介绍、说明、展示中国，缺乏中外融通的互动和交流，海外社交媒体上中国媒体账号点赞量较高，分享量和评论量则表现平平，大大限制了影响力和竞争力。在舆论战中，言辞上的立场陈述固然重要，围绕某一焦点话题口诛笔伐、短兵相接更加重要。对于一些在第一线开展舆论战的指战员来讲，战略设计和原则立场是必要的，但一定不能过多限制，要有一定的自由度和临机处置权，否则就会造成戴着镣铐跳舞，不能最大限度地释放战斗力。

（五）上重下轻的舆论定位

在舆论战中，政府间的舆论战和民间的舆论战是两条并行的战线。迄今为止，中方应对美西方舆论攻势的主要着力点仍集中于政府层面的政策立场之争，在民间舆论方面投入不够。长期以来，中方将对美舆论工作重点放在美国官方和精英群体上，但政府官员和精英的观念和思维模式相对已经固定，且不易受到影响。事实上，美国大众的观点更具可塑性，但中国对于大众的舆论宣传在力量投入、方式方法等上都有着较大缺陷，且对于第三方的工作也存在欠缺。中国对美精英层面的舆论工作管道是成熟的、畅通的，中美之间的各种对话机制、论坛、会议等使得双方精英有足够的交流空间，国内高校与美国高校合作开设的双学位项目、交换生项目等也使得美方青年精英群体对华有一定了解。目前，关于美国民众的舆论主要还是靠民间力量发挥作用，尤其是网红群体，而官方舆论工作中对于大众的着力不足。已有的传播管道对美国大众缺乏针对性和吸引力，在美国当地的孔子学院则受到了政治干涉难以开展工作。官方对美大众的舆论工作不足，使得在舆论斗争中争取美国大众方面有着

很大困难。

当今中国正在步入以“强起来”为核心的新发展阶段，打赢舆论战，解决挨骂的问题，是实现中华民族伟大复兴的重要一环。经过七十多年的努力，中国在国内经济社会建设方面取得了长足进步，尤其是党的二十大开启建设社会主义现代化强国的新征程，需要将国家软实力建设作为与硬件建设同等重要的工作来对待。软实力建设的一项重要工作就是让世界更好地认知中国、理解中国，用中国声音讲中国故事，引领全球舆论支持中国的发展，化解国际社会对中国的误解和猜疑，破除国外对中国的污名和抹黑。开好顶风船，走稳新征程，在激烈舆论斗争中争取主动是关键。

三、新时代我国全球战略传播的目标规划

长期以来，国际舆论场明显呈现出西强我弱的态势，疫情期间的政治和舆论交锋更是体现了国际舆论斗争中“西强中弱”的不平衡格局。尽管近年来中国的对外话语建构在局部地区和部分议题领域取得了一些突破，但面对美国和西方对华舆论的攻势，总体仍处于被动地位。未来，中美关系仍将长期呈现战略竞争的态势，应着眼于中美战略竞争的长期性，明确应对美西方舆论战的主要任务，并分阶段地设定中长期战略目标。

新时代的中美战略博弈决不是冷战期间的大国战略对抗，也不是改革开放以来中美求同存异的外交论争，而是具有许多新的历史特点的外交斗争，是当今世界百年未有之大变局内在张力的释放产物。一是在利益争夺上，中美斗争是一体两翼全球利益格局的一部分，这一

利益格局的本质是同一全球政治经济体系内部一国内发展与全球发展的战略竞合关系，不是两个体系和两大阵营的战略对抗关系。新时代的我国全球战略传播必须适应“一体两翼”的全球利益格局，平衡好国内循环和国际循环之间的关系，开展坚持原则基础上的良性竞争，开展尊重国际普遍规则基础上的理性斗争，致力于获得更多国际支持和人民拥护。二是在价值争夺上，中美斗争是一球两制全球价值格局的一部分，这一价值格局的本质是一种不同社会制度、意识形态和发展道路的话语论战关系，不是一两个领域的外交论争关系。新时代我国的全球战略传播必须适应“一球两制”的全球价值格局，调适好国家治理和全球治理之间的矛盾，在大胆辩论中增信释疑，在积极对话中聚同化异，走对比但不对立、对话但不对抗的话语权斗争之路。

因此，中美话语权竞争成为解决“哑嗓子”问题的关键。近年来，中美关系发生了一系列新变化，双方战略合作的共识有所削弱，而战略竞争趋势有所抬头。随着国际政治经济力量对比“东升西降”的变化和中国日渐走近世界舞台中央，中美两国未来将呈现长期的战略竞争态势。在实践中，中美关系呈现为“软战”的格局，其基本逻辑是中美围绕谁对谁错的政治合法性问题展开角逐，在政治、经济安全和社会各个领域都充斥着激烈竞争。中美两国将呈现出“二元制”长期共存、持续竞争的态势，在“一球两制”的格局下妥善调适好资本主义与社会主义两制间的摩擦和矛盾，是中美关系面临的核心问题。^⑧

在中美话语权竞争格局中，争取中间地带成为大国竞争的重点。在不同的历史背景下，毛泽东曾两次阐述争取中间地带的战略思想。

1946年，他结合当时世界形势，首次提出了“中间地带”理论，并判断第三次世界大战不会发生。毛泽东认为，在当时世界上，美国和苏联之间隔着极其辽阔的地带，这里有欧、亚、非三洲的许多资本主义国家和殖民地、半殖民地国家。美国反动派在没有压服这些国家之前，是谈不上进攻苏联的。20世纪60年代，毛泽东又对中间地带理论进行了完善，提出“两个中间地带”理论，认为亚洲、非洲、拉丁美洲是第一个中间地带，欧洲、北美加拿大、大洋洲是第二个中间地带。这些国家和地区都是可以争取和团结的、反对美帝国主义的力量。为了抗衡对世界和平威胁最大的美国，可以建立起包含广大中间地带国家和地区的、最广泛的反对美帝国主义的统一战线。

随着中美综合国力差距的日益缩小，中美之外的国家和地区正逐渐形成一个新的中间地带。这一新中间地带不同于“冷战”时期东西对抗背景下的地缘战略意义上的中间地带，而是开放型世界经济体系中的政治经济意义上的中间地带，其本质是政治经济上不选边的国家和地区，既包括发达国家也包括发展中国家，这些国家与中美两国的关系更为复杂。在当前全球化深化发展，中美间持续“软战”的情况下，世界其他国家不会再如“冷战”时期一样简单地选边站，而是会与中美两国保持复杂的互动关系，形成一种新的中间地带格局，这将是未来国际格局变化的一个长期趋势。新中间地带国家往往不会简单地依据意识形态或经济利益因素而在中美之间简单地选边站队，而是会采取两边下注、对冲、与中国保持“政冷经热”的关系等实用主义策略，这些国家与中美两国的关系会变得更加微妙、复杂。在对华舆论战中，美国的惯用做法是联合其盟友和

西方发达国家对中国发动“集体攻击”，现任美国总统拜登也更强调利用多边机制打压和规锁中国。中间地带国家的态度将是决定中美舆论斗争双方战略态势与力量对比的关键因素。不断在中间地带“化敌为友”、扩大“朋友圈”，争取更多的第三方支持，是对美舆论战的核心任务。在中美舆论战中中间地带国家对中国的支持程度，是衡量舆论战中双方战略态势和中国斗争成果的重要标志。因此，伴随着中美“二元制”长期共存、持续竞争的局面，中美间的舆论摩擦和舆论冲突可能呈现长期态势。如何妥善应对美国对华舆论攻击，积极开展对美舆论斗争，是我国面临的一项长期任务。

四、新征程我国全球战略传播的阶段任务

在“二元制”的格局下，中美两国间的舆论战将具有长期性、持久性的特征，因此，要明确对美舆论战的主要任务，明确中长期中不同阶段的阶段性目标，明确为中国的和平发展创造良好舆论环境是中国对美舆论战的核心任务。应聚焦于对美舆论战的长期战略目标，以十年为期，分阶段地明确在舆论战不同阶段我国的战略目标和主要策略，以期在宏观层面为中国舆论战略评估提供一定参考。

（一）战略防御阶段（2021—2030）

近年来，在美国全方位、有针对性的对华舆论攻势下，中国在部分发达国家的形象受损，与部分传统友好的发展中国家关系也受到了负面影响。皮尤研究中心的调查数据显示，英、德、荷、加拿大和西班牙等国的对华负面看法已显著上升，达到十几年来的最高点。美国之音等媒体在老挝、缅甸、越南等周边国家以当

地语言制作的各类节目，渲染中国在周边投资和基础设施建设的负面影响，也为未来合作埋下了无形的隐患。^⑨长期以来，美国在国际舆论方面建立起了极强的传统优势，尽管中国的国际影响力不断上升，但相较美国仍有较大差距，疫情后的国际舆论环境甚至呈现出恶化的趋势。可以预见，未来十年我国在国际舆论竞争中仍将总体处于劣势，处于战略防御阶段。在本阶段中，应注重维持和稳定与广大发展中国家的关系，争取发展中国家在舆论中对中国的支持。

基于当下中美在舆论战中的力量对比，我国在防御阶段的主要目标是努力将中美舆论斗争纳入可控的轨道，做好舆论防御工作，尽可能为我国政府、企业、高校等各类组织扫除国际合作中的障碍。防御阶段的攻守局势要求我国“以守为攻”，做好解释工作，抵御美国为首的西方国家针对我国的妖魔化宣传，树立中国爱好和平、尊重规则、追求共同发展的正常国家形象。

维护我国的国家主权、安全和发展利益，始终是我国对外工作的出发点和落脚点。在政治、经济、安全、文化等各领域，坚持“有所失、有所得”的原则，不较一时短长，关键是守住基本底线，即守护中国最广大人民对社会主义道路和中国共产党的自信。在具体的议题上，防御阶段应做到“有所不为、有所必为”，其战略核心是服务中华民族伟大复兴战略全局。在涉藏、涉疆、南海和台湾等涉及我国核心国家利益的问题和极易引起争议的人权、宗教等问题上，有针对性地加强负面舆情应对，主动通过有影响的媒体渠道进行回应，驳斥美国为首的西方国家恶意抹黑，防止其借机出台针对我国的遏制性、干扰性行动和法规。

与此同时，防御阶段要注重培养后备力量，丰富我国的“国际舆论工具箱”，注重人

人才培养、渠道培养。美国的舆论战攻势与其在政治、经济、安全等领域对中国的遏制战略是相互配合，密切联动的。美国《2021 财年国家安全情况说明：确保美国的安全与繁荣》报告就将“对抗中国的影响力”列为重点讨论事项，并拨发了历年最高的专项财政拨款，以“支持民主计划，加强安全合作，并在全球范围内协助一系列用于抵消中国影响力以保持美国全球领导地位的计划”。我国也应有计划性地提高中国在周边国家、新兴发展中国家的影响力和话语权，抵消上述类似计划的不利影响，战略性地培养熟悉相关重点国家国情的语言、媒体、外交人才。

（二）战略转型阶段（2031—2040）

习近平总书记在二十大报告中指出，“全面建成社会主义现代化强国，总的战略安排是分两步走：从二〇二〇年到二〇三五年基本实现社会主义现代化；从二〇三五年到本世纪中叶把我国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国。”显然，这一目标意味着中国在本世纪中叶成为综合国力和国际影响力领先的社会主义现代化强国。届时，我国的经济实力、科技实力、综合国力将大幅跃升，各方面制度更加完善，国家治理体系和治理能力现代化基本实现。^⑩随着中国的综合国力、国际影响力持续提高，以及战略防御阶段的相关渠道、人才储备逐步完成，2031—2040 年间中美舆论战的攻守局势预计会进一步发生变化，我国将进入战略转型阶段。在本阶段中，在巩固发展中国家对华支持的基础上，应争取部分亚太和欧洲地区的发达国家在舆论战中对中国的支持。

不同于防御阶段的“以守为攻”，新阶段的中美力量对比下，战略转型阶段的主要目标是在守住存量的同时开拓新区，同美国互有攻

守，尽可能掌握话语主动权；同时放眼世界，争取更大范围内的国际支持。在议程领域，战略防御阶段往往是美国设计议程框架，我国进行回应，总体上处于较被动的地位。在战略转型阶段，中国应化被动为主动，反守为攻。除了有力地回应人权等领域美国的发难，还需要主动引领舆论向着有利于我国的方向发展，塑造优势。未来，中国也要主动给美国“出题目”。在公开场合和有影响力的媒体上，对美国国内广泛存在的贫富差距、种族歧视、枪支泛滥等社会问题提出有力批评，引发国际范围内的讨论。

尽管中美舆论战发生在中美博弈的大框架下，但舆论战的本质并不是为了争胜负，而是要争取朋友，要团结一切可以团结的力量。在转型期间，舆论工作应进一步扩大我国“朋友圈”，积极争取美国社会和国际社会中的友华力量，在美国内部区分敌我，团结美国社会各界友华人士，孤立和揭露极少数反华势力的图谋。更重要的是，跳出舆论战局限于中美双边的定式思维，在世界范围内加强舆论工作和外交工作的统筹协调，寻求深化全方位、多层次、立体化的外交战略布局，推动建立国际合作交流平台和以中国为中心的合作机制，争取更广泛的国际支持。近年来，中国积极协助抗击疫情、履行国际减排义务、提供国际公共产品，为国际发展做出了更多努力。在传统文化的长期影响下，中国习惯对自己的贡献只做不说、多做少说，在国际话语权不足的情况下，中国仍在国际舆论上长期处于被动地位，全球战略传播工作未能起到预期效果。战略转型期间，我国将充分利用好国际组织、世界论坛、社交网络和民间交流等多种渠道，积极主动地塑造中国负责任大国形象。

（三）战略主动阶段（2041—2050）

经过战略防御、战略转型阶段二十年的积累，中美综合实力对比将发生深层次变化，舆论战也预计将进入战略主动阶段。这一阶段，在综合国力和创新手段提升的基础上，我国将致力于在中美舆论战场上获得全面优势。本阶段，在维护和巩固广大中间地带国家对中国支持的基础上，应积极争取美国内部对中国的支持。

面对世界百年未有之大变局，推动构建人类命运共同体，是中国领导人基于对世界大势的准确把握而贡献的中国方案。实现中华民族伟大复兴的中国梦与世界梦不可分割，需要建立富有生命力的中国特色话语体系，争取世界

各国人民对我国发展道路的理解和认可。在战略主动阶段，我国的主要目标是，构建并推广为世界所普遍接受的话语体系和思想体系，实现对美舆论战全面战略主动。在过往舆论战积累的经验 and 专业传播人才基础上，结合我国治国理政的有效发展经验，科学设计、创新构建、积极推广中国特色话语体系，增进国际社会对中国、中国道路、中国方案的了解和认同，在中美舆论战中争取实现全面优势地位。

在新时代，更需注重技术发展和行业新业态，利用数字网络、新兴媒介等渠道进一步创新传播的模式，用创新方式讲好中国故事，和传统舆论工作形成相互呼应、多方联动的格局，为舆论斗争准备更趁手的“工具箱”。基

【上接 22 页】

【注释】

- ① 李远、图古勒：《“一带一路”规则“软联通”的推进和优化路径》，载《国际展望》，2023年第5期，第22—23页。
- ② European Commission, “New Approach to Enable Global Leadership of EU Standards Promoting Values and a Resilient, Green and Digital Single Market”, 2022, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_661, 访问时间：2023年12月3日。
- ③ Walter G. Copan and Kirti Gupta, “Renewing US Leadership in Standards”, 2022, <https://www.csis.org/analysis/renewing-us-leadership-standards>, 访问时间：2023年12月3日。
- ④《中国企业积极参与高质量共建“一带一路”——五个合作项目，十年繁荣之路》，载《人民日报》，2023年10月12日。
- ⑤《习近平在博鳌亚洲论坛2021年年会开幕式上的视频主旨演讲》，中华人民共和国司法部，http://www.moj.gov.cn/pub/sfbgw/gwxw/ttxg/202104/t20210420_357401.html, 访问时间：2024年1月15日。
- ⑥戴翔、张二震：《“一带一路”建设与中国制度型开放》，

载《国际经贸探索》，2019年第10期，第4—15页。

- ⑦刘晓宁、宣亚丽：《我国推进制度型开放的现实背景、重点领域与策略选择》，载《理论学刊》，2023年第5期，第109—118页。
- ⑧王明国：《“一带一路”倡议的国际制度基础》，载《东北亚论坛》，2015年第6期，第77—90页。
- ⑨王明国：《“一带一路”国际合作高峰论坛的机制化进程与成就评估》，载《国际论坛》，2023年第6期，第36—52页。
- ⑩张健：《新时期中欧关系发展的新机遇》，载《欧洲研究》，2023年第1期，第27—35页。
- ⑪周念利、于美月：《中国应如何对接DEPA——基于DEPA与RCEP对比视角》，载《理论学刊》，2022年第2期，第55—64页。
- ⑫《共建“一带一路”：构建人类命运共同体的重大实践》白皮书，中华人民共和国外交部，http://www.cidca.gov.cn/2023-10/19/c_1212291018.htm, 访问时间：2024年1月14日。
- ⑬王俊：《技术标准驱动“一带一路”产业链高质量发展》，社会科学网，https://www.cssn.cn/skgz/bwyc/202308/t20230822_5680319.shtml, 访问时间：2024年1月14日。

（截稿：2024年3月 责编：黄蕙）

于综合国力和创新手段的提升,我国将能够全面地向国际社会介绍中国的治理经验、历史智慧、中国方案,向世界提出区别于西方的知识体系、思想体系和学术体系,发展形成具备中国特色和国际影响力的新理论体系,以更加昂扬的姿态屹立于世界民族之林。

五、结论

当今世界正经历百年未有之大变局,世界进入了动荡变革期。置身于大变局的时代,中国日益走近世界舞台的中心地带,整个世界长期处于中美两种社会制度和发展道路长期共存、持续竞争的态势,新时代的国际舆论斗争也将具有长期性,是具有许多新的历史特点的外交斗争,是当今世界“一体两翼”和“一球两制”之间内在张力的释放产物。

面对中国国际舆论斗争存在的有理说不出、说了传播不开的“哑嗓子”问题,新时代我国全球战略传播应坚持守正创新的指导方针,从战略上明确积极争取中间地带对我国支持的重点,立足打赢舆论斗争的持久战,把握不同时期国际舆论斗争的力量对比和战略态势,明确总体目标和不同阶段的主要任务,不断加强能力建设、创新工作方法、完善体制机制,为中国的和平发展赢得良好的舆论环境。尤其是在开启建设社会主义现代化国家新征程后,中国特色大国外交将进入一个可以更有作为的新阶段。新时代我国全球战略传播应紧紧围绕党和国家中心任务,稳中求进、守正创新,坚定维护国家主权、安全、发展利益,不断开辟新领域、新途径、新境界,积极塑造

我国和世界关系新格局,把我国国际影响力、感召力、塑造力提升到新高度,为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业营造更有利国际环境、提供更坚实战略支撑和舆论保障。

【注释】

- ① 高伟、姜飞:《全球传播生态蓝皮书:全球传播生态发展报告(2020)》,北京:社会科学文献出版社,2021年,第213页。
- ② 当代中国与世界研究院课题组,于运全、王丹、孙敬鑫:《中国国家形象全球调查分析报告(2019)》,载《人民论坛·学术前沿》,2020年第20期,第90—95页。
- ③ 当代中国与世界研究院课题组,于运全、王丹、孙敬鑫:《中国国家形象全球调查分析报告(2019)》,载《人民论坛·学术前沿》,2020年第20期,第90—95页。
- ④ 中共中央文献研究室:《十八大以来重要文献选编(上)》,北京:中央文献出版社,2014年,第465页。
- ⑤ 《习近平关于总体国家安全观论述摘编》(二),人民网,2018年8月15日, <http://theory.people.com.cn/n1/2018/0815/c419481-30229193.html>,访问时间:2024年1月25日。
- ⑥ 倪世雄:《未来的中美新型大国关系:挑战与前景》,载《人民论坛·学术前沿》,2017年第6期,第50—55页;陈永:《反思“修昔底德陷阱”:权力转移进程与中美新型大国关系》,载《国际论坛》,2015年第6期,第8—13页;徐坚:《美国对华政策调整与中美关系的三大风险》,载《国际问题研究》,2018年第4期,第1—18页。
- ⑦ 李思明:《以中国为主题的“网红”国际传播现状与态势分析》,载《对外传播》,2021年第2期,第48—51页。
- ⑧ 赵可金:《“软战”及其根源——全球新冠肺炎疫情危机下中美关系相处之道》,载《美国研究》,2020年第3期,第9—34页。
- ⑨ 原瑛:《美国对华舆论战及我国的应对策略》,载《国际关系研究》,2021年第2期,第134—154页。
- ⑩ 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》,新华社,2021年3月12日。

(截稿:2024年3月 责编:黄蕙)

作者简介 赵可金,清华大学社会科学学院副院长、教授