

# 中国共产党对外传播专业化溯源及其效应分析

高金萍, 李庆豪

(北京外国语大学国际新闻与传播学院, 北京 100089)

**摘要:** 一个国家及其执政党国际传播能力的养成与提升, 是与其对外传播媒体的专业化程度和传播效力直接相关的。中国共产党建党初期已出现零星的、不定期的对外传播活动, 全面抗战爆发后, 中国共产党的对外传播快速转向专业化、规模化。1941年中央宣传部创办了党的第一份外文期刊《中国通讯》, 该刊的创办是党的对外传播工作专业化、规模化的起步, 在我党对外传播史上具有重要意义, 也是党的国际传播能力的出发点。它为党的新闻宣传工作开辟了新领域, 显示我党把对外传播与国内宣传置于同等重要位置, 确立了党对外传播实事求是的基本原则。《中国通讯》等早期对外传播媒体的创办, 是中国共产党自发(无意识)的国际传播能力养成阶段; 新中国成立后, 毛泽东向新华社提出“把地球管起来”, 中国共产党逐步进入自觉(有意识)的国际传播能力养成阶段。

**关键词:** 《中国通讯》; 中国共产党; 对外传播; 国际传播能力

**中图分类号:** G219.26

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-8418 (2023) 01-0028-07

1936年美国记者埃德加·斯诺访问延安, 并于翌年在英国出版《西行漫记》(*Red Star Over China*), 向世界讲述了陕北延安中国工农红军的真实故事; 美国记者艾格尼丝·史沫特莱在《中国的战歌》(*Battle Hymn of China*)一书中也记录了延安充满生机的景象, “中国抗战开始了。我站在延安古城的城门口, 望着身穿灰布、青布制服的红军男女战士们, 一队一队步伐整齐面孔严肃的游行行列走过。他们给我的印象是我这支秃笔难以描绘的”。尽管这些西方记者向世界介绍了一个真实的中国共产党, 然而在抗战爆发初期, 国际舆论中的中国共产党形象主要还是国民党媒体传播的“共产共妻”“杀人放火”“状如土匪”“无知土匪”“狂热分子”。<sup>[1]</sup> 现实与传播的巨大反差, 不仅对中国共产党的生存和发展极为不利, 而且事关中国抗日的成败。面对这一现实, 中国共产党决定扩大对外传播工作, 主动向世界说明自己, 争取国际社会的支持和援助, 为中国革命营造良好的国际舆论环境。由此, 中国共产党的对外传播开始从零星的、不定期的, 快速转向专业化、规模化。从某个角度来说, 这也是中国共产党国际传播能力的萌生。本文拟结合中央宣传部创办党的第一份外文期刊《中国通讯》的相关史料, 研究三个问题: 中国共产党对外传播规模化和专业化的历史背景如何? 中国共产党在对外传播的早期阶段建立了哪些体制机制保障? 中国共产党创办的第一份外文期刊产生了何种示范效应? 以此为中国共产党对外传播正本清源, 探索中国共产党国际传播能力的出发点。

## 一、中共早期对外传播工作的起步

长期以来, 对外宣传与对外传播是混用的。<sup>[2]</sup> 近年来越来越多的研究者对二者的关系进行了辨析, 有研究者认为应该用对外传播取代对外宣传, 认为“传播”可以涵盖“宣传”;<sup>[3]</sup> 也有研究者认为对外宣传主要强调传播者的主张, 注重宣传价值, 而对外传播则是以受众为本, 注重传播者与受众的双向

**基金项目:** 国家社科基金重大项目“百年未有之大变局下中国共产党形象全球传播与认同研究”(21&ZD314); 北京市宣传文化系统高层次人才培养资助项目“舆论斗争背景下中国共产党全球传播能力建设研究”。

**作者简介:** 高金萍, 女, 教授, 博士生导师; 李庆豪, 男, 博士研究生。

互动;<sup>[4]</sup> 有些研究者认为二者存在理念追求上的不同, 对外宣传追求宣传价值, 对外传播强调宣传价值与新闻价值的协调统一;<sup>[5]</sup> 还有研究者认为可以将对外宣传与对外传播并称, 以描述国家主导的对外报道和说服活动, 这更加符合中国的现实国情, 更加符合传播的规律。<sup>[6]</sup> 结合中国共产党党史可以发现, 百年来中国共产党“始终把宣传工作摆在极为重要的位置, 作为发动群众、组织群众、武装群众的开路先锋, 积极探索完善宣传工作的思想理念、方针原则、政策策略、阵地队伍建设等, 与国内外一切反动势力进行艰苦卓绝的思想舆论斗争”。<sup>[7]</sup> 基于此, 本文认为对外宣传指的是中国共产党的新闻报道实践, 以中央宣传部的提法为准; 对外传播则是关于中共新闻宣传实践的学术性称谓, 以沈苏儒、陆地等学者的观点为主。本文从学术研究角度出发, 将建党以来中国共产党面向国外公众的、有明确价值立场和目标追求的新闻传播活动统称为对外传播。

郭可认为, “从狭义角度来看, 对外宣传与传播主要是指借助于各种专门的信息媒介向目标对象国家进行的有计划、有目的的持续性的报道和说服行为, 也称为国际新闻报道或者国际传播活动, 其目标对象为外国政府、组织和社会公众。”<sup>[8]</sup> 刘建明在《宣传舆论大辞典》中提出: “对外宣传即面向国际社会的宣传。包括向外国宣传本国的方针政策、国内情况和本国对国际问题的立场。对外宣传是外交活动的有力补充, 有助于扩大本国的影响, 争取更多的国际朋友。”<sup>[9]</sup> 从理论视域来看, 由政治组织(政党或国家政府)开展的对外宣传或对外传播, 都具有共同的、鲜明的目标意图——基于本党或本国立场, 对国际公众进行信息传播, 提升国际公众对本国的好感度。由此可见, 对外宣传或对外传播的功能与21世纪以来的公共外交并无二致。

中国共产党建党初期已出现零星的、不定期的对外传播活动, 这类对外传播活动几乎同时在国内和海外出现。就国内来看, 1920年6月, 以维经斯基为首的共产国际来华工作组在上海创办中俄通讯社, 一方面向上海《新青年》《民国日报》等推送介绍十月革命胜利经验、苏俄和共产国际情况的文章, 另一方面把北京、上海报纸中有关中国的重要消息译成俄文, 用电报发往莫斯科, 向苏俄报纸供稿。中国共产党正式成立后, 该社改称华俄通讯社, 继续使用中、俄文发稿, 既面向国内也面向苏联, 发挥着中国共产党与共产国际的联系桥梁以及中俄新闻交换的功能。华俄通讯社存在大约两年半时间, 《申报》刊载该社的最后一篇稿件是1922年11月13日, 报道内容是俄国苏维埃外交委员会致函中国政府外交总长。在建党初期华俄通讯社承担了非政府外交——公共外交的功能, 通过不定期的信息交换, 促进中共与俄国党的沟通, 这些传播活动尚未形成规模化传播。

就海外来看, 中国共产党各级组织在境外创办了面向海外华人的中文期刊, 这些期刊是党的意识形态传播的主要阵地。在欧洲, 1922年8月1日由旅欧中国少年共产党和中共旅欧支部共同主办的机关刊物《少年》在巴黎创刊, 初为月刊, 红色封面, 油印, 16开本装订成册; 后改为不定期出版, 24开本。1923年12月10日出版最后一期, 共出版13期。该刊偏重理论, 曾摘编过马克思、恩格斯、列宁等国外无产阶级政治家的经典著作和文章, 还发表了周恩来的《共产主义与中国》《宗教精神与共产主义》《告工友》《十月革命》等重要文章, 对于加强党团员的马克思主义教育、宣传党的方针政策发挥了重要作用。此后根据国内团中央指示, 旅欧共青团决定将《少年》更名为《赤光》, 1924年2月1日《赤光》创刊号出版。《赤光》油印, 16开本, 初为半月刊, 实质上不定期出版, 周恩来担任主编。该刊侧重联系实际, 不仅重视宣传党的路线方针政策、团结和教育旅欧勤工俭学学生和华人, 而且指导旅欧学生和华人开展反帝反封建革命斗争。1930年3月《赤光》休刊, 共出版55期。在美国, 在中国共产党领导下, 1927年底留美进步学生在旧金山创办了不定期的油印报纸《先锋》, 1930年改为铅印的《先锋周报》在纽约出版, 后又更名为《先锋报》, 将受众拓展为在美华工。抗战爆发后, 该报呼吁抗日救亡, 并转发《新华日报》等报刊的文章, 积极扩大中国共产党在海外的影响力。<sup>[3](59)</sup>

20世纪30年代前期, 中国共产党的对外传播逐渐向专业化、定期化、规模化过渡。所谓定期化,

指外宣媒体定时出版,或为月刊、周刊或日报;所谓规模化,指外宣媒体的传播范围广泛,发行量较大;所谓专业化,指外宣媒体由专业人士主办,以新闻传播规律为指导出版发行。这一阶段,党的对外传播主体可分为两类:一类是中国共产党自主开展的对外报道;另一类是中国共产党党员和一些知华、友华的外国记者在海外媒体发表的关于中国共产党的报道。前一类对外报道尚未定期化、规模化,党的宣传工作重点还未转向国际社会;后一类报道打破了国民党政府对中国共产党的污名化和标签化传播,为中国共产党的外宣提供了新的路径——“借嘴说话”。

中国共产党专业机构最早的对外报道始于江西瑞金红色中华通讯社,1931年11月7日,红色中华通讯社成立当天,即向国外播发了中华苏维埃政府成立的消息及中华苏维埃政府宣言和重要文告的英文稿件,次日又以英文发布了《中华苏维埃政府对外宣言》,红色中华通讯社对外发布新闻的呼号是CSR(Chinese Soviet Radio)。一些国外报刊抄发此英文电讯,客观上自塑了中国共产党及红军形象。1934年长征开始后,因物质条件匮乏等客观原因,红色中华通讯社停止对外发布新闻。

20世纪30年代,中国共产党党员在海外参与创办了一些进步期刊,宣传党的主张、争取海外华人支持,实质上承担了党的海外宣传任务,客观上发挥着公共外交的作用。1933年9月7日,共产党员冀朝鼎在美国参与创办纽约《今日中国》(*China Today*)月刊,该刊政治立场鲜明、大众化色彩浓郁。1937年该刊停办,冀朝鼎等人又创办了《美亚杂志》(*Amerasia*),其政治立场更为温和、学术性突出。期间,冀朝鼎以Hansu Chan为笔名,是《今日中国》和《美亚杂志》的主要撰稿人之一。1935年中共代表团在莫斯科创办宣传抗日救亡的报纸《救国报》,后更名为《救国时报》,该报最早在海外刊发了《中国苏维埃政府、中国共产党中央为抗日救国告全体同胞书》(又称“八一宣言”)。该报最初航寄到法国巴黎印刷发行,后直接在巴黎登记出版,以此建立更广泛的反法西斯统一战线。<sup>[3](60)</sup>

此外,还有一些对华友好的外国记者,受中国共产党影响主动向国际社会传播正面、客观的中国革命情况,如国共合作时期,在北伐军政治部从事翻译工作的汉斯·希伯,主张中国应走苏联道路,在1927年国共合作破裂后回国,他依据自己的经历写作《从广州到上海:1925—1927》一书,记录了中国大革命的过程及大革命失败后众多中国共产党党员被杀害的情景,该书被译为多种语言出版。北美新闻联盟的驻华记者文森特·希恩、美国旅华进步记者安娜·路易斯·斯特朗、美国旅华记者厄尔·白劳德也创作了《个人的历史》《千千万万的中国人》《民族主义的中国内战》,向世界介绍中国大革命和中国共产党人。<sup>[10]</sup> 这些外国记者基于对中国革命的观察,真实客观记录了中国共产党人艰苦卓绝的奋斗、为变革中国做出的牺牲,为国际社会提供了一个了解中国的全新视角。

建党初期至红军长征时期,中国共产党的对外传播是零散的、非定期的。抗日战争全面爆发后,中国共产党创办了定期的新闻期刊,成立了专门管理外宣工作的机构,外宣工作正式进入专业化和规模化阶段。中国共产党积极主动地向世界介绍自己、介绍中国革命,一方面扩大了中国革命和中国革命的国际影响,另一方面也尝试开启国际传播能力建设的大门。

## 二、扩大对外传播工作的体制机制举措

对外传播工作的定期化和规模化,需要从体制机制层面给予保障。全面抗战爆发后,中国共产党从对外传播的宏观方向、机构建设等多方面逐步推进。卢沟桥事变后,上海失守、南京沦陷,中国人民抗日战争处于严重困难关头。中共中央及时分析研判形势,1937年12月25日向全国各界发表《中国共产党对时局宣言》。《宣言》明确指出中国共产党对外宣传的宗旨主张:为争取全世界主持正义的人民和国家对中华民族抗战的同情援助,保障继续持久抗战,争取最后胜利,要扩大国际宣传和增加国际援助。《宣言》奠定了全面抗战后直至解放战争时期党的对外传播工作的大方向和总基调。

基于对抗战形势的判断,1938年4月至5月,中共中央长江局成立国际宣传委员会及国际宣传组,



主要任务是翻译出版中共领导人著作, 为国际刊物撰稿, 联络外国友人。1939年4月, 中共中央南方局成立对外宣传小组(后改称外事组), 开展对外宣传。<sup>[7][144]</sup>抗战期间, 八路军香港办事处也承担着党的对外宣传的重要任务。1937年10月, 毛泽东在延安向廖承志部署任务, 开设香港八路军、新四军办事处, 承担三大任务: 一是向海外宣传中国共产党和八路军、新四军主张和政策; 二是把海外华侨和各国朋友提供的支援物资送到各抗日根据地; 三是搜集国际最新动态情况报中共中央领导参考。<sup>[11]</sup>1938年1月, 廖承志抵达香港, 以“粤华公司”为名义设立八路军香港办事处, 以经营茶叶生意为掩护, 联系香港等地中共组织及海外华侨, 对外宣传党的抗日主张, 接受和转运港澳同胞、海外侨胞捐赠的抗日物资, 并兼办新四军有关事宜。1942年, 珍珠港事件爆发后, 八路军香港办事处撤销。

为了统一开展党的对外传播工作, 1940年, 中央宣传部成立国际宣传委员会, 这是中共中央首个管理国际宣传的重要机构。国际宣传委员会由曾任中共中央党报委员会书记、时任中央书记处书记兼中宣部部长张闻天担任负责人, 吴文焘任秘书。国际宣传委员会成立伊始就召开座谈会, 邀请在延安的外国友人及党内的外语干部, 共同商议如何加强对外传播工作, 参会者包括美国的马海德、印度的巴苏华、印尼的王大才和毕道文、越南的黄正光以及萧三、陈庶等。根据与会者的建议, 国际宣传委员会明确了两项工作任务: 一是出版外文刊物《中国通讯》; 二是邀请外国官员和外国记者访问延安。1944年, 中外记者西北参观团终于成行, 打破了国民党政府五年来禁止中外新闻界访问解放区的困局。

从组织机构层面看, 中共中央自中共外宣组织机构成立之初, 就把外宣工作与内宣等同视之, 这具体体现在外宣管理机构负责人由党的宣传部门负责人出任。从体制运作层面看, 无论是长江局的国际宣传委员会、南方局的对外宣传小组, 还是中央的国际宣传委员会, 都是“两手一起抓”: 既要组织领导国内的对外宣传媒体, 自塑党的形象; 又要联络外国友人, “借嘴说话”外塑党的形象。从中央到地方, 这些对外传播管理机构内外齐抓, 充分发挥着“联通中外”的功能。

此外, 中共中央领导人十分重视外宣工作, 毛泽东、朱德等直接与中外记者和国际友好人士交流。抗日战争全面爆发前, 美国记者埃德加·斯诺来到延安进行了为期四个月的采访, 并对中共领导人毛泽东进行了专访。此后多位外国记者进入延安采访报道。在中国共产党缺乏国际传播能力和传播渠道向世界说明自己的特殊时期, 中国共产党只能依靠“借嘴说话”, 让国际社会认识到“中国的希望在延安”, 以此实现“扩大国际宣传和增加国际援助”的现实目的。

### 三、中共创办的首个外文期刊

关于中国共产党专业化对外传播的开端, 有些学者认为起于1941年12月3日延安新华广播电台开始日语广播。日语广播每周五下午17点播音, 面向侵华日军, 1943年停播。实质上早在1941年3月, 中共中央宣传部就在延安创办了党的第一份外文期刊《中国通讯》(*Report from China*), 8月转为新华社主办, 这是中国共产党专业化、定期化对外传播事业的开端。

在中共对外传播史上, 《中国通讯》用事实阐明中共立场、表达中共声音, 这是党的对外传播事业规模化、专业化的起步, 具有重要意义。《中国通讯》为月刊, 每期发表五六篇文章, 用英、俄、法三种文字刻成楷体, 小32开蜡纸油印出版, 每期约印200份。国际宣传委员会座谈会的参会者均为该刊的主要撰稿人, 吴文焘担任刊物编辑, 陈庶从第2期开始参与该刊编辑工作。

《中国通讯》第1期是“皖南事变”专辑, 马海德用英文撰写社论; 吴文焘用英文编写报道; 其余三篇文章分别由萧三用俄文、巴苏华用英文、黄正光用法文撰写。1941年8月, 新华社接办《中国通讯》后, 该刊全部使用英文, 用打字机打印出版。新华社每月召开编前会组织稿件, 社长博古亲自主持编前会, 因此该刊被视为新华社的主要业务之一。1941年7月, 吴文焘调任《解放日报》, 陈庶随同《中国通讯》调入新华社继续担任该刊编辑。1941年12月, 太平洋战争爆发, 香港沦陷。国民党反动

派发动第二次反共高潮，对陕甘宁边区进行严密的军事和经济封锁，纸张油墨匮乏，《中国通讯》发行日益困难，刊物被迫停刊。不到一年的时间里，该刊共出版 10 期。

就内容而言，《中国通讯》关照当下，积极报道军民抗日情况，以客观事实、亲历与见闻以及切身感受，展示中国人民艰苦卓绝的抗战。一方面，邀请被八路军营救、经晋察冀边区转到延安的外国人为《中国通讯》撰稿，讲述自己的亲历见闻，介绍自己所见到的边区军民抗日情境以及日本侵略者的暴行；另一方面，将根据地报刊中关于抗日的通讯、特写等改编成英文稿刊发。因为在延安懂英文的写作者较多，所以刊物里英文文章占多数。

就发行而言，《中国通讯》的宗旨是开展对外宣传，宣传对象主要是外国读者和外国机构，往往由专用的交通渠道从延安运至重庆，再由八路军驻渝办事处散发给外国记者，由他们转发到国外。此外，张闻天等也向国际友人和八路军香港办事处赠阅刊物，通过这些渠道，将中共的声音传向国外。

就传播效果而言，《中国通讯》借助外国友人和民主党派人士的传播，为国际社会了解中共抗日情况发挥了一定影响。吴文焘回忆：“我听爱泼斯坦同志说，他在重庆时收到过一整套《中国通讯》，除引用它向国外宣传外，一直把它当作文物加以保存。”<sup>[12]</sup> 宋庆龄在香港创建的“保卫中国同盟”，在重庆设有办事处，他们曾多次在自己的英文刊物《保盟通讯》（*China Defense League Newsletter*）上转发《中国通讯》的文章。<sup>[3] (77)</sup> 这与中共中央对《中国通讯》的重视与关心密不可分，1941 年 6 月 7 日，张闻天致电在八路军香港办事处的中共代表廖承志，了解刊物收阅情况，并征求阅读意见。

#### 四、《中国通讯》的传播效应

《中国通讯》的创办，为中国共产党的新闻宣传开辟了一个新领域。虽然该刊出版时间不到一年，但是它为开展对外传播积累了经验、培养了人才。此后创刊的一些外文期刊，不仅传向敌后，而且通过国际友人转送到苏联、美国、英国、印度以及东南亚国家，向反法西斯战线的国际公众揭示我党抗日根据地的真实状况。1941 年 4 月，中国共产党以香港商界人士名义登记注册的《华商报》创办，范长江任首任社长，面向海外华侨和国际友好人士积极发挥民族统一战线作用。1941 年 9 月，周恩来指示抽调中共中央南方局罗清、蒋金涛选译《解放日报》《新华日报》的重要文章和毛泽东、周恩来等中央领导人关于局势的讲话，解放区建设情况和外国友人撰写的解放区见闻等，编辑出版成英文小册子，向外国记者、使馆和国际友好人士散发，争取国际舆论支持，努力扩大和发展国际反法西斯统一战线。1941 年 12 月 3 日，延安新华广播电台开办日语广播节目，每周五播音，每次 30 分钟，延安新华广播电台日语广播开创了中国共产党对外广播事业，成为对日军宣传战的主渠道。1942 年 7 月 7 日，晋察冀军区政治部主办的《晋察冀画报》创刊，沙飞担任主编，这是中共第一份以刊登新闻照片为主的外文综合性画报。1943 年 5 月，晋察冀日报社在河北平山县创办英文刊物《晋察冀杂志》，向海外报道晋察冀边区的抗日情况。1944 年 9 月 1 日，由《中国通讯》编辑吴文焘和陈庶参与创办的新华社英文广播正式开播，<sup>[13]</sup> 主要面向海外听众定时发布中共的抗日主张和解放区新闻，中共的政策文件、领导讲话、《解放日报》《新华日报》社论等，这是中国共产党使用现代通讯手段、定期连续向海外受众开展的外宣活动。从《中国通讯》到新华社英文广播，这些外宣媒体积极向国际社会和爱国侨胞通报中共抗日斗争的近况，争取国际社会的理解和支持，为抗日战争的最终胜利发挥了重要的舆论影响。抗战胜利后，中国共产党还在香港创办了《正报》（1946 年 11 月）、《中国文摘》（1946 年 12 月）、《群众》（1947 年 1 月），在上海创办了《新华周刊》（1946 年 5 月）等英文刊物，面向国际社会讲述中共主张。

宣传工作是中国共产党战无不胜的法宝，中宣部创办《中国通讯》伊始，就把外宣工作、内宣工作置于同等重要的位置。《中国通讯》出版两月余，1941 年 5 月 25 日，毛泽东在中央政治局会议上针对党在对外宣传上各根据地宣传政策不统一的问题，发布《中央关于统一各根据地内对外宣传的指

示》,指出:“中共在全国以至全世界所占的重要地位,中共每一负责同志和领导机关之一言一动在全国以至全世界所发生的巨大影响,政治形势之紧张,敌人谋我之尖锐、党派斗争之激烈,都要求我党统一对外宣传及采取慎重处世的态度。”<sup>[14]</sup> 这一通知表明中共希望整合建党初期海内外的外宣工作,统一对外宣传口径。这次会议还确定了由专人——博古——负责中央对外宣传工作。

1943年3月20日,中央政治局会议决定设立中央宣传委员会,统一管理中央宣传部、解放日报社、新华社、新华广播电台,毛泽东和王稼祥担任中央宣传委员会书记和副书记,胡乔木任秘书长。中央宣传委员会指导边区和根据地的图书报刊出版和对外宣传。

《中国通讯》的创办,确立了中共外宣工作实事求是的基本原则。《中国通讯》重视用事实说话,以国际友人的耳闻目睹讲故事。接待1944年中外记者西北参观团论及党的外宣工作时,毛泽东指出:“一定要实事求是地宣传我们党的政策。组织他们参观考察时,要尽力让他们对我们有全面的了解,要让他们看我们工作中的优点和成绩,也可让他们看看我们实际工作中存在的某些弱点甚至错误。要知道我们工作中的缺点和错误,是革命前进中难于避免的,是可以经过自己的努力克服改正的。只要我们诚恳坦白地说清楚实际情况,是会取得人们的信任 and 理解的。”<sup>[15]</sup> 中外记者西北参观团成员、美联社兼《基督教科学箴言报》记者冈瑟·斯坦(Gunther Stein,又译为根瑟·斯坦因)提到,“共产党人并不像我想象的那样热心或善于宣传……对于我们的到来,他们是很高兴的,而且愿意协助我们工作。但是他们并不想故意给我们留下深刻印象,显示出一种平静的保留态度。他们对我们的态度似乎是:用你们自己的眼睛去了解我们。”<sup>[16]</sup> 新华社英文广播开播后,吴文焘、陈庶、沈建图和英籍顾问林迈可等尝试提出外宣工作三原则:选择和编发最重要的、最有国际意义的新闻;消息必须绝对正确;兼顾外国读者的理解程度,力求清晰易懂。<sup>[17]</sup> 将中国共产党的宣传目标与新闻传播规律相结合,创造了对外传播中国形象、塑造中国共产党形象的基本范式。

处于开创阶段的中国共产党的新闻报刊,往往因为战争等复杂原因,难以长期存续。上海共产党早期创办的机关刊物《共产党》,从1920年11月7日创刊至1921年7月停刊,共出版6期;《中国通讯》创办仅10个月,共出版10期。在短暂的出版周期里,它们分别为国内和国外树立了一面共产主义的旗帜,在建党和党的发展的关键时刻,在对内凝聚力量、对外塑造形象方面发挥了极其重要的作用,为党的建设做出了不可磨灭的贡献。

以《中国通讯》为代表的早期中国共产党对外传播媒体,趟出一条坚持新闻真实、坚持新闻传播规律的传播之路,其短暂的传播活动闪耀着中国共产党实事求是的光辉,为互联网时代党媒讲好新时代中国故事、讲好中国共产党故事、讲好中国人民故事、讲好中国领袖故事、讲好中国和平发展故事<sup>[18]</sup>,提高中国国际影响力提供了重要思路和实践方向。

## 五、结语:中共对外传播与国际传播能力

从传播渠道和传播策略角度来看中国共产党的对外传播,传统媒体时代的渠道主要为党报党刊和对外广播等传统媒体,对外传播具有信息单向灌输、自我塑造的特点,即偏重宣传色彩;<sup>[19]</sup> 互联网时代对外传播渠道已经拓展到所有的印刷媒体、电子媒体和网络媒体,党的对外传播出现了双向信息流动、传受互动的特征,即偏重传播色彩。

党的对外传播始终发挥着公共外交的功能。1957年1月,周恩来总理为宋庆龄主办的、当时中国唯一的对外传播杂志《中国建设》创刊五周年题词“继续做好同各国人民增进了解和友谊的工作”,阐明了对外传播服务公共外交的目标追求。鉴古知今,不难发现,对外传播首先要符合新闻传播基本规律,方能取得传播效果,实现传播目标和宣传价值,发挥公共外交功能。

党的对外传播活动是党和国家国际传播能力的具象化体现。胡邦盛认为,国际传播能力是指一个



国家通过大众传播媒介对其他国家的民众进行的跨越民族国家界限的信息交流与互动能力,其目的是传播本国信息,以争取或实现本国利益。<sup>[4]</sup>文秋芳认为,国际传播能力是指国家政府或代表国家意志的大众媒体或自媒体,以话语为主要手段向他国民众宣介本国的文化、历史、科技知识、治国理政的理论和实践等的能力,其目的是维护本国利益、提升本国的国际话语权、国际地位和国际影响力。<sup>[20]</sup>总而言之,国际传播能力的养成与建设,是与该国对外传播媒体的专业化程度、传播效能直接相关的。

《中国通讯》等早期中共对外传播媒体的创办,是中国共产党自发(无意识)的国际传播能力养成阶段,这一阶段党的对外传播媒体虽然符合公共外交的目标,然而并没有明确的计划和清晰的意识通过对外传播实现“从不同角度向外国公众表达本国国情,说明本国政策,解释外国对本国的不解之处,同时在国际交流中了解对方的有关观点。目的是改善外国公众对本国的态度,进而影响外国政府对本国的政策”。<sup>[21]</sup>新中国成立后,毛泽东向新华社提出“把地球管起来”,中国共产党逐步进入自觉(有意识)的国际传播能力养成阶段,有计划、有目标地拓展对外传播,通过在全球设立记者站、培养驻外记者,逐渐提升国际传播能力。2008年12月,中共中央从现代传播体系的高度提出要积极构建现代传播体系,进一步提高国内国际传播能力,并在翌年印发两个重要文件《2009—2020年我国重点媒体国际传播能力建设总体规划》和《关于〈2009—2020年我国重点媒体国际传播能力建设总体规划〉实施方案》。至此,国际传播能力建设被纳入国家战略,中国共产党对外传播事业进入新的历史发展阶段,逐步构建了以电视媒体和新媒体为主导、以中央级新闻媒体为核心的“现代国际传播体系”<sup>[22]</sup>。

## 参考文献:

- [1] 徐建国. 陈嘉庚“中国的希望在延安”论断之形成 [J]. 中国井冈山干部学院学报, 2014 (1): 87-92.
- [2] 胡邦盛. 我国对外宣传工作如何实现精准传播 [J]. 中国党政干部论坛, 2017 (7): 62-65.
- [3] 陈日浓. 中国对外传播史略 [M]. 北京: 外文出版社, 2010: 2.
- [4] 胡邦盛. 论中国国际传播的理论转型和实践转向 [J]. 国际传播, 2016 (1): 1-9.
- [5] 陆地, 高菲. 如何从对外宣传走向国际传播 [J]. 杭州师范学院学报(社会科学版), 2005 (2): 53-57.
- [6] 张昆. 重视国家形象的对外宣传与传播 [J]. 今传媒, 2005 (9): 7-12.
- [7] 中共中央宣传部. 中国共产党宣传工作简史(上卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2022: 2.
- [8] 郭可. 当代对外传播 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2003: 1-2.
- [9] 刘建明. 宣传舆论学大辞典 [M]. 北京: 经济日报出版社, 1993: 54.
- [10] 张功臣. 外国记者与近代中国 [M]. 北京: 新华出版社, 1999: 150-162.
- [11] 朱卫国. 廖承志在香港筹建八路军办事处 [N]. 人民政协报, 2008-12-11 (5).
- [12] 王纪刚. 这里是延安——中国共产党对外如何讲好革命故事? [M]. 北京: 人民出版社, 2019: 85.
- [13] 万京华. 新华社与抗日对外宣传 [J]. 中国出版, 2015 (15): 29-32.
- [14] 中国社会科学院新闻研究所. 中国共产党新闻工作文件汇编(上卷) [M]. 北京: 新华出版社, 1980: 98.
- [15] 金城. 延安交际处回忆录 [M]. 北京: 中国青年出版社, 1986: 6.
- [16] [英] 冈瑟·斯坦. 红色中国的挑战 [M]. 马飞海, 等, 译. 上海: 上海译文出版社, 1999: 79.
- [17] 沈苏儒. 对外传播的理论与实践 [M]. 北京: 五洲传播出版社, 2004: 79.
- [18] 国家新闻出版署关于做好2022年经典中国国际出版工程和丝路书香工程有关工作的通知 [EB/OL]. <https://www.nppa.gov.cn/nppa/contents/279/103339.shtml>.
- [19] 姚遥. 新中国对外宣传史: 建构现代中国的国际话语权 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2014: 15.
- [20] 文秋芳. 国际传播能力、国家话语能力和国家语言能力——兼述国际传播人才培养“双轮驱动”策略 [J]. 河北大学学报(哲学社会科学版), 2022 (3): 17-23.
- [21] 赵启正. 公共外交与跨文化交流 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011: 4.
- [22] 高金萍. 中国国际传播的故事思维转向 [J]. 中国编辑, 2022 (1): 10-14.