

· 习近平新时代中国特色社会主义思想研究 ·

新时代中国共产党大党形象国际传播话语的生成逻辑、构成样态和优化方略^{*}

韩桥生 姜益琳

[摘要] 新时代中国共产党大党形象国际传播话语生成有其必然的逻辑，是理论逻辑、实践逻辑、现实逻辑的有机统一。新时代中国共产党大党形象国际传播话语具有层次性和体系性的样态，呈现为具有独特标志的理论性话语、特质识别的符号性话语、鲜明特色的价值性话语、刚性表征的制度性话语、阐证有力的实践性话语的样态体系。话语优化是其内在构成要素互动整合的过程，在方略上要聚合“以一统多”的主体力量，提升话语主导力；实现“情感共融”的话语表达，强化话语区分力；形成“双向共振”的议题设置，聚合话语引领力；建构“虚实结合”的话语空间，增强话语智能力。

[关键词] 中国共产党大党形象 国际传播话语 话语样态体系

“中国共产党是世界上最大的政党”^①，有着 9918.5 万名党员和 517.6 万个基层组织^②，“领导的是一个大国，进行的是伟大的事业”^③，在国际上呈现出具有大体量、大初心、大智慧、大贡献、大影响特征的大党形象。中国共产党之所以拥有“世界上最大的政党”形象且获得认同，是基于其自身优良品质和国际传播话语阐证的有机统一。新时代中国共产党大党形象国际传播话语是以呈现中国共产党大党形象为核心功能，综合反映中国共产党思想理论、价值理念、制度规范和实践行动的话语集合。党的二十届三中全会强调要“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”^④，指明了新时代中国共产党大党形象国际传播话语优化的新方向。探讨新时代中国共产党大党形象国际传播话语的生成逻辑、样态体系和优化方略是讲好中国共产党大党故事的题中之义，有助于展现真实、立体、全面和可信、可爱、可敬的中国形象。

^{*} 本文系中宣部宣传思想文化青年英才自主选题项目“高校思政课教师‘发声亮剑’能力提升研究”（中宣干字[2020] 118号）的阶段性成果。

① 《习近平谈治国理政》第3卷，北京：外文出版社，2020年，第67页。

② 参见《中国共产党党内统计公报》，《人民日报》2024年7月1日。

③ 《习近平谈治国理政》第4卷，北京：外文出版社，2022年，第31页。

④ 《中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议文件汇编》，北京：人民出版社，2024年，第57页。

一、新时代中国共产党大党形象国际传播话语的生成逻辑

“一切划时代的体系的真正的内容都是由于产生这些体系的那个时期的需要而形成起来的。”^① 话语不是既成而是生成，是基于理论、实践和现实基础上历史发展、内生演化和渐进优化的结果。“语言也和意识一样，只是由于需要，由于和他人交往的迫切需要才产生的。”^② 党的二十届三中全会强调要构建更有效力的国际传播体系，明确了中国共产党大党形象国际传播话语生成的新基点。新时代中国共产党大党形象国际传播话语并非人们主观臆想的产物，其生成根植于国际性话语祛魅和本土化话语创新耦合的理论必然，兴起于国际话语权争夺和把握话语主动权的实践之要，发轫于自我话语优势提升和话语自信确立的现实之需。

（一）理论必然：国际性话语祛魅和本土化话语创新的交织耦合

“一个民族要想站在科学的最高峰，就一刻也不能没有理论思维。”^③ 中国共产党大党形象国际传播话语是一种理论性表达形态，其生成于大党形象国际传播话语由“依附”到“祛魅”、再至“创新”的转变。其一，话语由依附到祛魅转变的需要。“魅”具有“神秘性”和“鼓动性”双重意蕴。西方话语以主动“赋魅”方式营造出话语的神秘感和神圣感，实现其核心概念和范畴在话语场域的投射，使之成为看待和解释世界的话语标尺并造成其他话语对其形成依附。中国共产党大党形象也曾被笼罩在西方话语的核心概念和语义之下进行塑造和传播，导致形象阐释的失真和传播的谬误。话语祛魅业已成为大党形象国际传播话语改革的必然之需，即去除西方话语神秘化和神圣化，实现阐释大党形象的话语创新以消除话语依附。其二，本土化话语创新的需要。中国共产党大党形象国际传播是立足于本土化基础上的国际性话语叙事。中国共产党大党形象失真的重要原因是“对外传播话语体系没有完全建立起来”^④。西方话语的“神圣化”是人为外造并非内生。西方话语的生成源于西欧国家资本主义发展过程，其本质上是一种“地方性话语”。西欧国家为了自身的利益营造出话语的神圣感和神秘感，话语传播进程中“是用血和火的文字载入人类编年史的”^⑤，在东西方所谓的“先进—落后”和“文明—野蛮”的对比中创造出西方话语的神话。西方通过主动赋魅将这一“外造”的地方性话语进行包装，使之成为国际性的“精神产品”和维护其国际统治的“思想武器”。破解西方“话语陷阱”之道在于形成中国本土化的话语体系，“加强国际传播能力和对外话语体系建设，推动中华文化走向世界”^⑥。由此，中国共产党必须立足于“两个大局”叠加共振的现实以推动“本土化话语”创新，“着力打

① 《马克思恩格斯全集》第3卷，北京：人民出版社，1960年，第544页。

② 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第533页。

③ 《马克思恩格斯文集》第9卷，北京：人民出版社，2009年，第437页。

④ 《习近平关于社会主义文化建设论述摘编》，北京：中央文献出版社，2017年，第213页。

⑤ 《马克思恩格斯文集》第5卷，北京：人民出版社，2009年，第822页。

⑥ 《十八大以来重要文献选编》（上），北京：中央文献出版社，2014年，第535页。

造融通中外的新概念新范畴新表述”^①，突破西方话语“傲慢与偏见”的叙事模式，消除对其优越力量的盲目崇拜。

（二）实践之要：国际话语权争夺和话语主动权把握的交互融合

人类“通过生产而发展和改造着自身，造成新的力量和新的观念，造成新的交往方式，新的需要和新的语言”^②。中国共产党大党形象国际传播话语并非凭空产生而是与实践直接关联的精神生产，产生于大党形象传播过程中国际话语权争夺和话语主动权把握的实践之需。其一，国际传播话语权争夺的实践之要。“在对中国的所有误解中，有关中国共产党的问题列为首位”^③。形象制胜的时代，“争取国际话语权是我们必须解决好的一个重大问题”^④。中国共产党大党形象作为党软实力的结构性要素是一种认同性和同化性的力量，其通过话语吸引力而非强制力来影响国际上不同国家和政党的行为并获得我们所要的理想结果。新时代中国共产党已经成为“推动人类发展进步的重要力量”^⑤，所创造的中国奇迹也超越了西方话语霸权主导下他者话语诠释中国共产党大党形象的能力。中国共产党实践贡献既映射着一个百年大党胸怀天下的形象，也呼唤着一种全新的话语思维和模式的出现，亟待“形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权”^⑥。其二，话语主动权把握的实践之要。“失语就要挨骂”^⑦。中国共产党大党形象国际传播话语是党的实践能力和创新形象的具体表征，其功能旨在实现信息共享并引起受众特定的正向反映，实质上是社会物质实践活动在人类语言领域所投射的表现形式。西方对中国共产党形象的话语诠释在浪漫化和妖魔化之间摇摆，特别是将中国共产党形象置于意识形态偏见下进行“标签式”解读，压缩了大党形象传播的空间，使之只能“被动性陈述”而难以“主动性表达”，导致话语被误读。因此，中国共产党需要积极主动打破话语壁垒实现中国话语和国际话语融通，占据阐释大党形象的话语制高点和把握话语主动权，且确保话语权牢牢掌握在党的手中，做到守土有责、守土负责、守土尽责。

（三）现实之需：自我话语优势提升和话语自信确立的交互融合

“思想、观念、意识的生产最初是直接与人们的物质活动，与人们的物质交往，与现实生活的语言交织在一起的。”^⑧现实性是中国共产党大党形象国际传播话语的重要特征。“光是思想力求成为现实是不够的，现实本身应当力求趋向思想”^⑨。中国共产党大党形象国际传播话语

① 《习近平谈治国理政》第1卷，北京：外文出版社，2018年，第156页。

② 《马克思恩格斯文集》第8卷，北京：人民出版社，2009年，第145页。

③ [美] 罗伯特·劳伦斯·库恩：《理解中国共产党才能真正理解中国》，《人民日报》2015年7月1日。

④ 《习近平关于社会主义文化建设论述摘编》，北京：中央文献出版社，2017年，第211页。

⑤ 《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》，北京：人民出版社，2021年，第64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》，北京：人民出版社，2022年，第46页。

⑦ 《习近平关于社会主义文化建设论述摘编》，北京：中央文献出版社，2017年，第211页。

⑧ 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第524页。

⑨ 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第13页。

是表征现实的符号体系，其生成立足于自我话语优势提升和话语自信确立的现实需要。其一，自我话语优势提升的现实之需。中国共产党大党形象国际传播话语是党的发展理念、制度体系的载体和表达。新时代中国共产党为中国和世界作出的重大贡献使党的理念优势、制度优势、发展优势更加凸显。美西方歪曲中国共产党大党形象的话语此起彼伏。新时代中国共产党提升大党形象国际传播效果就要解决话语的国际说服力和影响力的现实问题。问题解决的关键点在于将自身发展优势转化为话语优势，在立足于“历史与现实”“中国与国际”的交互对话中，推动着大党形象国际传播话语优势从应然走向实然，跳出西方话语固有认知陷阱以展示中国共产党百年大党形象。其二，确立话语自信的现实之需。“放眼中华文明五千多年历史，没有哪一种政治力量能像中国共产党这样深刻地、历史性地推动中华民族发展进程”^①。新时代中国共产党在推进中华民族伟大复兴伟业的进程中创造了世所罕见的经济快速发展和社会长期稳定两大奇迹，因此，中国共产党最有理由确立话语自信。同时，中国共产党不断为人类作出贡献展现出始终保持活力的大党形象，其“中国道路”“一带一路”“中国梦”“人类命运共同体”等核心话语在国际上不断得到认同，奠定了中国共产党大党形象国际传播话语自信的基础。两个大局叠加共振下，中国共产党在国际事务中的重要作用不断发挥，也使得中国共产党的声音和故事进一步得到国际倾听和国际受众认可。基于此，凝练中国共产党百年世界贡献以提升话语自信，发挥话语对现实映射和启迪作用，是新时代中国共产党大党形象国际传播话语生成的必然要求。

二、新时代中国共产党大党形象国际传播话语的构成样态

“一门科学提出的每一种新见解都包含这门科学的术语的革命。”^② 中国共产党大党形象的客观源像由物质性源像、精神性源像和行为性源像构成，分布于经济、政治、文化等领域，其通过话语将大党源像投射到受众意识中形成大党形象。与展现中国共产党大党形象源像要素相契合，中国共产党大党国际传播话语是由若干相互联系和相互影响的话语要素构建而成的具有逻辑自洽、价值同构和功能耦合的话语表达体系，内含着诸多展现中国共产党大党形象的概念、范畴、论断。中国共产党大党形象国际传播话语在体系上呈现出具有独特标志的理论性话语、特质识别的符号性话语、鲜明特征的价值性话语、表征刚性的制度性话语、阐证有力的实践性话语。

（一）理论性话语：中国共产党大党形象国际传播话语的独特标志

“我们党有个很大的优点，就是有一个新的科学的世界观作为理论的基础”^③。理论是话语的

① 习近平：《以史为鉴、开创未来 埋头苦干、勇毅前行》，《求是》2022年第1期。

② 《马克思恩格斯文集》第5卷，北京：人民出版社，2009年，第32页。

③ 《马克思恩格斯文集》第2卷，北京：人民出版社，2009年，第599页。

存在根基和本源性要素,话语是理论的直接现实和外在表达。大党形象通过政治实践行为呈现,而实践的思想意义借助话语理论展现。“只有以先进理论为指南的党,才能实现先进战士的作用”^①。中国共产党理论自觉、理论创新和理论自信的形象是党形象建构的独特标识。中国共产党大党形象国际传播的理论性话语是党百余年奋斗历程中的经验总结和理论升华,在样态上呈现为哲学话语、学术话语和学科话语,其旨在阐释大党形象的科学性、价值性、优越性。一是哲学话语。“话语的背后是思想、是‘道’”^②。大党形象国际传播的落脚点是运用科学性和权威性话语阐释大党形象并实现理论认同。“坚持以马克思主义为指导,是当代中国哲学社会科学区别于其他哲学社会科学的根本标志”^③。马克思主义是中国共产党大党形象国际传播哲学话语的指导思想,是对其实践经验的理论升华,也是大党形象国际传播话语标志性范畴。中国共产党大党形象国际传播的哲学话语功能体现在对大党形象科学化、权威性的理论阐释和认证,为实践提供符合马克思主义、贴合其实际的科学合理的思维方法。二是学术话语。“一切关系表现在语言里只能是概念”^④。大党形象国际传播的学术话语以科学性为基础,以客观性为前提,是通过概念、术语、范畴、原理等表达思想、观念、意志的话语系统,是展现大党形象的理性认知范式和解释体系。大党形象国际传播的学术话语“要善于提炼标识性概念,打造易于为国际社会所理解和接受的新概念、新范畴、新表述”^⑤,实现逻辑严密的专业术语概念、观念命题等创新发展。“精神谱系”“自我革命”“大党形象”“人类命运共同体”等概念是展现大党形象的原创性、独特性的理论命题。三是学科话语。大党形象国际传播的学科话语是特定学科的话语内容和表达方式,具有学科标示性的语法特征、结构形式和概念表达。中国共产党大党形象国际传播话语要拓宽学科话语体系建构的视角,坚持从“大学科观”的视野汲取多学科的话语分析方法,从而为大党形象国际传播话语的守正创新提供整体性和系统性思路方法。运用马克思主义哲学、政治学、历史学、传播学等学科资源协调话语体系,深化了各学科之间的理论交融,形成了科学的、内在整合的逻辑体系和新观点,拓新了大党形象国际传播话语的学科体系。

(二) 符号性话语:中国共产党大党形象国际传播话语的特质识别

“人类传播在现象上表现为符号的交流”^⑥。话语是概念的意义凝练与表达形态,符号是概念的根本载体与元素,话语的意义必须通过符号表达。中国共产党大党形象的概念本身就是对其客观源像一般性特征提炼出的意义符号。中国共产党大党形象国际传播的符号性话语是能体现大党形象本质的特质标识,使得大党形象更直观化、立体化。西方惯用的话语策略是编织系列具有负面标识性的符号话语,有意识地将受污国家或政党中个体的负面特征与党和国家的整体形象进

① 《列宁选集》第1卷,北京:人民出版社,2012年,第312页。

② 《习近平关于社会主义文化建设论述摘编》,北京:中央文献出版社,2017年,第213页。

③ 习近平:《在哲学社会科学工作座谈会上的讲话》,北京:人民出版社,2016年,第8页。

④ 《马克思恩格斯全集》第3卷,北京:人民出版社,1960年,第421页。

⑤ 习近平:《在哲学社会科学工作座谈会上的讲话》,北京:人民出版社,2016年,第24页。

⑥ 郭庆光著:《传播学教程》,北京:中国人民大学出版社,2011年,第38页。

行关联，并使之成为党和国家整体形象的特征，达成丑化和贬抑受污国家和政党形象的目的。新时代中国共产党大党形象被污名化和标签化的破解之道，在于实现符号性话语的守正创新以揭露西方话语的虚假内容，阻断符号污名化的传播链。中国共产党大党形象国际传播符号性话语在样态上包括文本符号话语、声音符号话语、行为符号话语和实物符号话语。一是文本符号话语。文本是大党形象符号得以传承和储存的有效载体。中国共产党大党形象国际传播的文本符号话语以文章文集、言论著作、指导性文件、宣传标语、口号等形态存在。党和国家领导人讲话文本是其主要形式。文字是文本话语的核心符号，如“建党精神”“撸起袖子加油干”“不忘初心”等文字符号使中国共产党大党形象更加形象化。二是声音符号话语。声音是形式化世界的标志性符号。声音具有标识性可具体呈现中国共产党大党形象。国歌、党和国家领导人的声音、红色音乐和歌曲、红色电影等声音符号具有突破时空限制的语音魅力，可营造具有感染力的氛围，引起受众共鸣完成信息的交换、情感的交流以呈现大党形象。三是行为符号话语。大党形象国际传播的行为符号话语是外显大党形象的规范化和周期性的活动样态和象征符号。行为性符号话语可使得大党形象呈现有形、有感、有效，主要包括国庆阅兵、重要历史人物与事件纪念活动等政治仪式。政治仪式通过可观、可感、可触的仪式符号和空间搭建象征体系、呈现仪式图景以展现大党形象。四是实物符号话语。实物被赋予了具体意义是大党形象的载体，使党和国家的抽象形象转化为可触摸的具象实物，如纪念碑、党旗、党徽、领导人肖像、英雄人物肖像等外在实体。具象实物符号具有超强的叙事能力，其所形成的“符号场”可折射出大党形象的特定寓意，可呈现出党的政策主张、精神面貌以及发展态势。

（三）价值性话语：中国共产党大党形象国际传播话语的鲜明特色

“中国共产党是中国人民谋幸福、为中华民族谋复兴的党，也是为人类谋进步、为世界谋大同的党。”^①政党是—定阶级利益的代言人，价值观是政党形象建构和传播的根基所在。政党的价值性话语是其表达自身价值立场、价值倾向和行动意旨的言说载体，是利益和价值的真实表达。先进的价值观是衡量政党先进性的重要标志。中国共产党之所以能够以大党形象示人，既是因其体量大、贡献大，也是由于其初心情怀大。中国共产党大党形象国际传播的价值性话语是表达中国共产党根本立场和价值原则的话语集合，呈现着党的价值取向、情感态度和目标要求。在样态上体现为价值立场话语、价值目标话语、价值行为话语，展现出大党形象国际传播话语的鲜明特色，是中国共产党凝聚社会共识、参与全球治理的“形象名片”。一是价值立场话语。马克思主义政党的价值立场是为了绝大多数人的利益，中国共产党是马克思主义政党且“始终以世界眼光关注人类前途命运”^②。中国共产党在价值立场上坚持“站在历史正确的一边，站在人类

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》，北京：人民出版社，2022年，第21页。

② 《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》，北京：人民出版社，2021年，第68页。

进步的一边”^①，形塑了构建“人类命运共同体”与“全人类共同价值”等价值立场话语，展现出百年大党的价值立场与推动人类社会进步的先进品质，为人类社会难题的破解提供了中国智慧。二是价值目标话语。“一百年来，党既为中国人民谋幸福、为中华民族谋复兴，也为人类谋进步、为世界谋大同”^②。在办好中国的事情基础上使中国人民生活更加美好，并推动人类和平与发展的崇高事业不断发展，“这是中国共产党矢志不渝的奋斗目标”^③。“人民、民族、世界”的协同是中国共产党的价值目标指向，“为人民谋幸福”“为民族谋复兴”“为世界谋大同”等话语展现着中国共产党价值目标的自觉追求和大党形象。三是价值行为话语。“中国共产党是为中国人民谋幸福的党，也是为人类进步事业而奋斗的党。”^④马克思主义政党的终极价值追求是实现全人类的解放，为人类进步事业而奋斗是中国共产党价值行为的重要表征。“为人类作贡献”的价值行为话语展现着百年大党的价值立场和价值目标的实践向度，是呈现百年大党形象的行动示范价值、世界共识价值、全球治理价值的话语，拉近了中国共产党与世界政党之间的情感距离，推进着中国共产党为中华民族谋复兴和为人类作贡献的大党形象积极“自塑”，提升了中国共产党价值理念的国际传播力、影响力、信服力，打破了“中国威胁论”“中国走向不确定论”等的西方话语谬误。

（四）制度性话语：中国共产党大党形象国际传播话语的刚性表征

制度从哪里起步，制度话语就从哪里发声。党的纲领“是一面公开树立起来的旗帜，而外界就根据它来判断这个党”^⑤。原则性纲领就是“在全世界面前树立起可供人们用来衡量党的运动水平的里程碑”^⑥。中国共产党大党形象国际传播的制度性话语是制度的话语符号体系和大党形象国际传播的效能化表达和刚性表征，是中国共产党落实制度过程中衍生出来的概念、命题和谱系，体现党的政治纲领、性质、功能、意识形态，是党对自身性质、宗旨进行的表达和展示。中国共产党大党形象国际传播的制度性话语通过以赢得特定对象的认可与支持的话语实践活动，实现中国共产党的政治确认和政治验证。西方话语体系中阐释中国国家制度和政党制度的话语是欧美国家主流意识形态的产物，其话语概念和思维表达由西方国家的立场、观点和方法框定，缺乏对中国国家制度和政党制度的解释力、说服力，严重挤压了中国共产党大党形象国际传播的空间。因此要“提高我国在全球经济治理中的制度性话语权，构建广泛的利益共同体”^⑦。中国共产党是中国特色社会主义的制度的缔造者，制度性话语主要体现为中国特色社会主义制度话语。

① 习近平：《加强政党合作 共谋人民幸福——在中国共产党与世界政党领导人峰会上的主旨讲话》，北京：人民出版社，2021年，第10页。

② 《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》，北京：人民出版社，2021年，第64页。

③ 习近平：《加强政党合作 共谋人民幸福——在中国共产党与世界政党领导人峰会上的主旨讲话》，北京：人民出版社，2021年，第7页。

④ 《十九大以来重要文献选编》（上），北京：中央文献出版社，2019年，第113页。

⑤ 《马克思恩格斯文集》第3卷，北京：人民出版社，2009年，第415页。

⑥ 《马克思恩格斯文集》第3卷，北京：人民出版社，2009年，第426页。

⑦ 《习近平总书记系列重要讲话读本（2016年）》，北京：学习出版社、人民出版社，2016年，第135-136页。

“制度优势是一个国家的最大优势”^①，中国特色社会主义制度作为人类制度文明史上的伟大创造具有无与伦比的制度优势。中国特色社会主义制度话语是中国共产党对中国特色社会主义制度内容与优势的话语表达，是相关概念、范畴和论断、命题等的集合和实现制度优势转化为治理效能的工具载体^②。制度话语由制度层级构成话语、制度显著优势话语以及制度评价标准话语构成。新时代中国特色社会主义制度话语体系的构建，坚定了中华民族对中国特色社会主义的制度自信，极大地提升了中国共产党的制度形象，有助于在国际制度竞争中更好把握国际话语权。其中新型政党制度是中国共产党“对人类政治文明的重大贡献”^③。与此相对应，新型政党制度话语是反映党的制度思想、观念、规范、功能的话语集合体，展现着大党的政治形象。新型政党制度话语核心以制度结构、制度功能、制度称谓和制度建设构成，围绕中国共产党政治秩序、民主政治、政党功能和政党关系等核心议题凝练出核心话语，形成了政治秩序话语、民主政治话语、政党功能话语和政党关系话语的样态体系。这充分阐释了新型政党制度的鲜明特征和制度优势，正在逐步打破“西方中心主义”的政党话语霸权垄断，有力推动着中国政党制度在国际上“失语”问题的解决，而且使新型政党制度的政治优势转化为话语优势从而展现出中国共产党的大党形象。

（五）实践性话语：中国共产党大党形象国际传播话语的特色标识

“语言是一种实践的、既为别人存在因而也为我自身而存在的、现实的意识。”^④“大党”的关键特征在于能凭借高水平的执政能力在实践过程中作出大贡献并产生大影响。中国共产党大党形象国际传播的实践性话语是中国共产党实践活动投射到语言领域的呈现形态，是以中国共产党在经济、政治和文化领域内的实践精神、实践事迹、实践成果、实践经验为话语资源，阐释百年大党大体量、大情怀、大贡献、大影响的话语表达系统。“全部社会生活在本质上是实践的。凡是把理论引向神秘主义的神秘东西，都能在人的实践中以及对这种实践的理解中得到合理的解决。”^⑤中国共产党大党形象国际传播的实践性话语生于实践又反作用于实践，是中国共产党的实践活动和样态投射到语言领域的表达形态和特色标识，是表征一个百年大党的实践理念、实践方略、实践绩效的话语集合。实践性话语旨在将百年大党的实践过程和实践成果通过话语形式进行呈现，是国际受众验证并认证百年大党形象的有力证据。基于实践性话语的样态而言，实践性话语的核心样态体现为政治实践话语、经济实践话语和文化实践话语。其一，政治实践话语。中国共产党在政治上展现出不同于西方政治实践的新图景，成为联结中国政治发展和世界政治进步的枢纽，“为人类政治文明进步作出充满中国智慧的贡献”^⑥。在话语样态上表达为“国家政治

① 《习近平谈治国理政》第3卷，北京：外文出版社，2020年，第119页。

② 参见杨彬彬：《制度优势话语的主体表达、逻辑关系和建构要求》，《北京科技大学学报》（社会科学版）2024年第4期。

③ 《坚持多党合作发展社会主义民主政治 为决胜全面建成小康社会而团结奋斗》，《人民日报》2018年3月5日。

④ 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第533页。

⑤ 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第501页。

⑥ 《习近平谈治国理政》第3卷，北京：外文出版社，2020年，第32页。

安全”“全过程人民民主”“全人类共同价值”“中国之治”“新型政党制度”等，塑造出百年大党良政善治的政治形象。其二，经济实践话语。经济形象作为中国共产党百年大党形象的重要样态和综合软实力，其经济实践话语蕴含着大党自我价值的投射。中国共产党经济实践深化和拓宽了全球经济共治的良性空间，在创造出“中国经济奇迹”的同时也为世界经济发展作出了巨大贡献。与此相对应的经济实践话语样态集中在“坚持经济全球化正确方向”“共同富裕”“中国式现代化”“一带一路”等，不断展现百年大党的经济形象。其三，文化实践话语。中国共产党“既是中国先进文化的积极引领者和践行者，又是中华优秀传统文化的忠实传承者和弘扬者”^①。中国共产党领导中国文化建设，既推动中华文明重塑辉煌创造新的文明形态，也积极推动人类文明交流互鉴，形成了“文化强国”“文化自信”的话语样态，在文化建设上呈现出百年大党形象。

三、新时代中国共产党大党形象国际传播话语的优化方略

新时代中国共产党大党形象国际传播话语样态是一定语境中内容和表达形式的统一。“问题就是公开的、无畏的、左右一切个人的时代声音。”^②中国共产党大党形象国际传播话语样态在呈现过程中面临着有理说不清、说了传不开、叫响难信任的话语窘境，亟待优化提升说服力和影响力。“全部问题都在于使现存世界革命化，实际地反对并改变现存的事物”^③。新时代中国共产党大党形象国际传播话语优化是其内在构成要素高效互动和整合的过程，需解决“说什么”“谁来说”“对谁说”“怎么说”的问题。据此，新时代中国共产党大党形象国际传播话语优化需提升主体的话语主导力，强化受众的话语区分力，聚会议程的话语引领力，增强方式的话语智能力。

（一）提升主体的话语主导力：聚合“以一统多”的主体力量

“思想本身根本不能实现什么东西。思想要得到实现，就要有使用实践力量的人。”^④话语是思想的现实，其优化需要具有实践力量的主体。新时代中国共产党大党形象国际传播话语破解“说不清”问题关键是抓住话语本质提炼核心观念，理清逻辑关系实现话语认同。中国共产党大党形象国际传播话语样态是理论逻辑和政治逻辑自恰的体系，需要主体发挥话语主导力进行理论决策和确认以保证其科学性，也需要进行政治决策与确认以保证其权威性。党和国家最高领导人、党的中央领导机构、哲学社会科学工作者等官方主体肩负着话语的理论和政治决策、实施和评估。专家学者、科研机构和智库等学术主体承担着话语的学理性、严谨性认证。因此，话语优

① 《习近平谈治国理政》第3卷，北京：外文出版社，2020年，第35页。

② 《马克思恩格斯全集》第40卷，北京：人民出版社，1982年，第289页。

③ 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第527页。

④ 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第320页。

化需建构以“官方主体为主导、学术主体协同”的系统，聚合“以一统多”的力量实现话语的理论和政治自恰。其一，实现话语理论确认以保证其科学性。“理论只要彻底，就能说服人”^①。话语的科学性是指其内容样态具有学理性表达，能正确真实反映其客观现实和内在规律，且经得起实践检验证明正确。“我们的理论不是教条，而是对包含着—连串互相衔接的阶段的发展过程的阐明。”^② 科学性是中国共产党大党形象国际传播话语的基本特征。中国共产党大党形象国际传播话语实现对国际受众说服，就需要发挥官方主体和学术主体话语引导力，着手建构科学性话语并实现理论决策和理论认证，在理论上做到逻辑自恰提升话语说服力。其二，实现话语政治确认以保证其权威性。“没有权威，就不可能有任何的一致行动”^③。新时代中国共产党大党形象国际传播话语优化是国家战略，需要整体上具有权威、统一和规范的表达。话语的“泛娱乐化”“庸俗化”导致话语表述的随意性和自发性，削弱了大党形象国际传播话语的权威性和规范性表述。因此，党政机构、主流媒体等官方主体需提升话语政治决策和确认的主导力，形成话语政治决策、认证、实施和评估，使话语呈现出严谨规范的政治刚性特征，使之更有利于偏柔性的国际舆论引导，又可开展偏刚性的国际舆论斗争。

（二）强化受众的话语区分力：实现“情感共融”的话语表达

话语被受众感知、筛选、组织和建构方可在头脑中形成大党形象。大党形象国际传播话语“传者本位”导致话语“传不开”“叫不响”，降低了话语认同效能。话语优化要向“受者本位”转向，遵循“把握大势、区分对象、精准施策、主动宣介”的逻辑强化区分力，在实践上要“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”^④，消除“异文化”桎梏拉近双方感情弥补话语鸿沟，实现话语“全球化表达、区域化表达、分众化表达”^⑤，增强话语的亲合力。其一，细分受众实现“话语共情”。民族是语言共同体，中国共产党大党形象国际传播话语受众广泛且复杂多变，分为亚洲、欧洲、美洲、非洲、大洋洲等区域，存在着地域文化、社会风俗、政治体制等差异，基于中国与其关系状态存在着顺意、中性和逆意三种类型。话语传播本质上是做人的工作。人类情感具有契合性和共通性可实现“共情”。“话语共情”关键点是准确认知主体和受众双方之间在情绪上的契合点，打通双方情感隔阂实现情感耦合。因此，大党形象国际传播话语在传播过程中要采用以情动人的方式和技巧，讲述情感真挚的中国共产党故事，激发受众情感共鸣和共振实现话语认同。其二，细分受众实现“内容共通”。大党形象国际传播话语具有民族性和世界性的特征，其表述本身就是一种跨文化传播。文化差异是传播话语的传统型障碍。异文化本土化在受众自身文化参考系中会更易被接受和理解其内容。本土化话语表达是实现双方“共情”的主要方式，可实现双方在内容上内在融合。因此，在内容表述上实现话语的

① 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第11页。

② 《马克思恩格斯选集》第4卷，北京：人民出版社，2012年，第586页。

③ 《马克思恩格斯文集》第10卷，北京：人民出版社，2009年，第372页。

④ 《习近平谈治国理政》第4卷，北京：外文出版社，2022年，第318页。

⑤ 《习近平谈治国理政》第4卷，北京：外文出版社，2022年，第318页。

“共通情景”融合和“共通知识”结合,使得大党形象国际传播话语的概念、范畴和表述易于为国际社会所理解和接受。其三,细分受众实现“价值共识”。主体和受众在价值观上的共识可提升中国共产党大党形象国际话语的感染力。话语传播过程中,由于文明的隔阂和价值的冲突不可避免存在着阻力。因此,中国共产党大党形象国际传播话语要提升感染力,必须在多元文化中找到供传双方彼此相契合的价值准则和文化共性,以最大限度地凝聚价值和文化认同力,从而消除对抗和分歧以形成“共识”,提升话语感染力。

(三) 聚合传播议程的话语引领力:形成“双向共振”的议题设置

“议程设置理论”强调尽管媒体不能掌控传播受众对事件的看法,但是可以通过“议题”设置的方式影响受众对事件的判断和理解。西方话语霸权主导的国际舆论使得受众对大党形象国际传播话语存在怀疑和敌对情绪,导致话语“叫响难信任”。议题设置引导力是主体统摄议程设置的控制力和影响力。当下中国共产党大党形象国际传播话语优化叙事正在经历由被动表达自我与关切回应向主动“议程设置”转型。主动设置议题有针对性地对传播受众加以引导实现话语的精准化传播,可聚合传播议程的话语引领力形成“双向共振”的议题设置,进而提升中国共产党大党形象国际传播话语优化的实效性。其一,针对性设置,实现问题意识和融通意识相契合。“问题就是时代的口号,是它表现自己精神状态的最实际的呼声。”^①传播者与受众之间存在着话语隔阂问题,导致受众存在话语的误读和偏差。当前国际社会渴望了解中国共产党治国理政的智慧和成就。因此,话语传播要跳出简单地传播中国特色的思维定势,以回应世界所关注的核心内容为依据设置议题。大党形象国际传播话语议程设置是政党、媒体和受众针对话语传播问题进行的三方议程融通契合,而非三方一厢情愿的自说自话。三方通过增强问题意识和融通意识,可有针对性地设置双向共振话语议题实现话语传播正向强化。其二,精准性设置,实现自我建设与议程优化相结合。话语传播是跨文化和跨语言的实践活动。受众不能直接通过话语认知大党形象,而是间接通过传媒的“拟态环境”产生脑海图景认知大党形象。因此,话语优化效果的提升,既要抓好政党自身建设提升其品质,也要做好议程安排优化传播的“拟态环境”实现话语呈现。当前国际社会由于中国共产党理论和实践成就急盼了解“中国共产党为什么能”“中国共产党的初心使命”“中国化时代化的马克思主义为什么行”和“中国式现代化如何继续为世界提供新机遇”等。因此,大党形象国际传播话语优化应积极回应国际关切,在提升自身优良品质的同时精准设置传播议题为大党形象国际传播话语优化提供话语靶向。

(四) 增强呈现方式的话语智能力:建构“虚实结合”的话语空间

“科学是一种在历史上起推动作用的、革命的力量。”^②网络空间的“茧房效应”“蝴蝶效应”“工具困境”“沉默的螺旋”“塔西佗陷阱”等导致话语呈现面临难以分辨真伪的挑战,影

① 《马克思恩格斯全集》第40卷,北京:人民出版社,1982年,第289-290页。

② 《马克思恩格斯文集》第3卷,北京:人民出版社,2009年,第602页。

响话语受众的接受度和信任度，导致“讲了没人信”。新时代中国共产党大党形象国际传播话语优化既重在话语样态内容，更在于优化话语呈现方式和空间呈现内容。大数据、智能算力和算法等革新了中国共产党大党形象国际传播话语优化方式，使其空间和生态呈现出“虚实结合”的智能化特征，为其提供了智能化的内容生产、传播逻辑、故事呈现和弯道超车的新优势。其一，智能化技术融入可呈现“话语温度”。智能化和VR的介入实现了话语传播物理性空间与虚拟性空间的融合，使得传受双方在话语传播过程中可以“无障碍联结”与“沉浸式体验”。此时，国际受众在“观看”和“叙说”过程中可“感知”与“体验”话语温度，从听觉、视觉、心灵感知等方面“沉浸体验”、准确认知、深度体悟大党形象国际传播话语，认可话语阐释的中国共产党大党故事并认同大党形象。其二，智能化技术可呈现“话语广度”。智能化技术具有的“去中介化”和“移动优先”特征优化了话语呈现方式。“去中介化”使得传播领域的不同事物都具有了媒介传播的属性，“移动优先”突破了时空的掣肘实现了消息第一时间的传播，形塑起更为开阔的话语传播格局。其三，智能化技术融入可呈现“话语精度”。智能化技术具有“点对点”特征，满足了受众对话语的个性化和精准化需求。一方面，运用大数据和智能算法可提升大党形象国际传播话语呈现的精确性。话语受众对大党形象国际传播话语具有不同的兴趣。大数据和智能算法可实现受众兴趣的精准排摸，实现对精准化匹配受众的话语内容，使得“信息主动找人”成为现实。另一方面，智能化“无障碍联结”的传播优势会缩短话语与受众的距离感，从而为话语受众提供契合自身实际需求的话语体验。大数据和智能化算法能够实现受众话语喜好和价值追求的精准化分析，实现对话语受众的接受习惯和现实反应的掌握并适时调整话语传播方略。此时通过对话语受众特点的精准掌握实现话语传播方式的对接，使之更适合受众的生活习惯与心理预期，从而增强中国共产党大党形象国际传播话语受众的接受度，增强话语呈现效果。

中国共产党大党形象国际传播话语优化是一个发展性命题。话语优化既是对历史性话语的传承，同时也不断发展创新。“两个大局”叠加共振下的中国共产党大党形象国际传播业已开启且向着更加广阔的天地进发。此时中国共产党大党形象国际传播话语优化在已有成绩的基础上仍旧要做好战略决策，不断使中国共产党大党形象国际传播话语适应新的时代变化展现出新的样态。此时中国共产党大党形象国际传播要坚持一个原则，即坚持中国共产党的领导，围绕两个中心，即理论创新和实践创新，把握住三对关系，即“时与势”“道与术”“情与理”，构建四重维度，即“标”与“本”、“内”与“外”，从而实现中国共产党大党形象国际传播话语守正创新。

（韩桥生系江西师范大学马克思主义学院教授、博士研究生导师；姜益琳系丽水学院马克思主义学院讲师）