

海外华文媒体(四) 传播中华文化新路径浅探

要应用，但毕竟是国内的中文新媒体平台，受众也只是中文读者。在这些平台上扎堆用力，也算是一种“内卷”。因此，要鼓励和引导海外华文媒体向外语、海外社交平台延伸，充分发挥他们在外的特殊作用。

那么，海外媒体如何抓紧转型升级创造性地传播好中华文化、讲好中国故事？

曾任中国传媒大学校长的胡正荣认为，国际传播要做到更有效，需要做到：一是要具备国际观。一条新闻即使是内宣，也要充分考虑发布后在国际上会产生哪些影响。二是要有良好的国传运行体制和机制。三是要启用大量具有丰富海外经验、熟悉现代国际传播的人从事国际传播工作。比如今日俄罗斯(RT)电视台。它在开台的时候聘请了大

量长期在美国生活、有俄罗斯背景的人，这奠定了 RT 的成功。海外华文媒体也要有这样的魄力，对国外的记者也可以适当用一些，因为他们更了解国际通行的话语体系。

中共十九大明确提出要加强新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。因此海外华文媒体的国际传播也要全媒体出击，要充分利用海外的社交媒体，比如在 Facebook、Twitter 等海外社交平台上充分发声。不仅要有官方媒体的声音，更要有民间的声音、网友的声音。同时讲故事要多元化，可以有高大上的内容，也一定要有小故事。通过普通人感知自己身边的故事讲中国故事，更有吸引力和感染力。如李子柒就是用亲力亲为的视频故事让西方了解中国人的日常

生活，了解中国的饮食文化、孝敬传统文化。

中国外交部发言人赵立坚 2021年11月19日在首届中国网络文明大会上发言指出，讲好中国故事，要注重以小见大，全方位、多角度诠释中国发展成就。要在融通中外上下功夫，找到中外利益交汇点、话语共同点和情感共鸣点，找准国际交流的公约数，用西方受众听得懂的语言、听得进的方式、听得信的内容，让中国叙事成为世界叙事和国际共识。要注重展示普通中国人的生活，用小切口展现大格局，用小故事讲述大道理，力争将我国发展成就的硬事实，在境外新媒体平台上实现软着陆，展示一个真实、立体、全面的中国，用接地气的方式去塑造可信、可爱、可敬的中国形象，潜移默化地影响受众形成客观正面的中国观。

去年以来，中新社在国际传播中主动设置议题也值得华文媒体借鉴，如在庆祝中国共产党成立 100 周年主题报道中，中新社策划推出《外国友人与中共》和《外眼看中共》等专栏稿件，借境外、党外

的“外嘴”讲述中国共产党的故事，让报道更具说服力和感染力。2021年伊始中新社又推出学理型融合专栏《东西问》，聚焦文、史、哲、政、经，以促进中华文化海外传播，推动东西方文明交流互鉴为重点，创新内容生产和传播方式。

从中国共产党的“十万个为什么”到《东西问》专栏的议题设置，中新社一直坚持“官话民说、硬话软说、长话短说、空话不说、中话西说”，努力以事明理、以理服人、以情感人，用最易被海外受众认知、理解和接受的语态，回答外界的疑惑与关切：“中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好”。

结语

海外华文媒体在传播中华文化、在讲好中国故事方面，一是要讲清中国和平崛起背后的真正原因和动力，切实回应国际社会的关切和疑惑。中国和平崛起“故事”的核心，关键在于中国共产党的卓越领导，在于中国探索出了一条适合自己国情的中国特色社会主义发展道路。二是要把中国的成功故

事，同世界各国的利益结合起来。中国的发展，不仅将惠及中国，也将惠及世界各国。这个故事讲清楚了，才会使中国故事成为全世界的“故事”，才能真正“入耳”、“入心”。在讲故事的时候，要遵循国际新闻传播规律，尊重宗教经典，特别是在跨文化传播的时候，尊重别人的宗教仪式，尊重别人的社会风俗和伦理道德，只有彼此尊重，才能更好地讲故事，让对方听进去故事。针对新媒体环境下受众年轻化的趋势，讲好中国故事需要根据受众特点，结合互联网思维提高传播的针对性和实效性。

唯有如此，才能引导各国民众在感受当代中国发展、感知中华文化魅力中，理解中国、亲近中国、认同中国。“一带一路”的建设和互惠共赢的理念才能接地气，融通中外，中华文化的价值观、中国和平发展观才和世界民心相通，人类命运共同体的理念才深入人心。

国际传播界·2022年第1期
来源：中国新闻社《国际传播界》杂志

