

■ 视听中国
SHITING ZHONGGUO

影视作品 讲好中国故事

王雪梅 郝雯婧◎著



重庆大学出版社

视听中国
SHITING ZHONGGUO

影视作品 讲好中国故事

王雪梅 郝雯婧◎著

重庆大学出版社



作者介绍 ZUOZHE JIESHAO

王雪梅，四川传媒学院研究员（一级艺术研究），硕士生导师，长期从事网络视听、戏剧影视艺术、传媒教育等领域的融合研究。国家一流专业建设点带头人，全国广播电视和网络视听行业青年创新人才，四川省学术和技术带头人后备人选，四川省高等学校戏剧与影视学类专业教学指导委员会委员，四川省优秀创新创业导师人才库首批入库导师，四川省文化和旅游厅专家库成员，四川省广播电视局专业技术职务评审委员会专家库成员等。

郝雯婧，四川传媒学院副教授，四川省文化和旅游厅二级艺术研究，长期从事影视艺术、对外传播、人才培养等领域的融合研究。四川省广播电视和网络视听行业青年创新人才，四川省文化和旅游厅专家库成员，四川省文化和旅游厅导游资格评委等。



前言 QIANYAN

党的二十大报告提出，要“增强中华文明传播力影响力”，要求我们加快构建中国话语和中国叙事体系，展现中国之路、中国之治、中国之理背后的思想力量和精神力量。在新时代，影视作品更应该承担起“讲好中国故事”的责任，积极提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，向世界阐释推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴含中国智慧的优秀文化，进一步深化文明交流互鉴，推动中华文化更好走向世界。

习近平总书记指出，“要从时代之变、中国之进、人民之呼中提炼主题、萃取题材，展现中华历史之美、山河之美、文化之美，抒写中国人民奋斗之志、创造之力、发展之果，全方位全景式展现新时代的精神气象”，“推进国际传播能力建设，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力”，要“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象”。在新时代，影视作品应该主动承担起“讲好中国故事”的重要责任，用中国智慧书写中国题材，用中国需求展现中国形象，用中国方案呈现中国价值。促使世界读懂中国、读懂中国人民、读懂中国共产党、读懂中华民族，让世界更多的人了解、理解并共享中国精神、中国价值，将有效提升我国文化软实力、彰显中华文化影响力，从而为人类文明进步作出新的更大贡献。

本书以新时代“讲好中国故事”的现实需求与时代价值开篇，分析了媒体深度融合时代的新需求与变迁，并从内容创作、对外传播和人才培养方面进行具体解读，以期探索新时代影视作品讲好中国故事的发展路径。本书一共五章。第一章：讲好新时代的中国故事；第二章：媒体深度融合时代影视作品“讲好中国故事”；第三章：影视作品“讲好中国故事”的内容创作；第四章：影视作品对外“讲好中国故事”；第五章：培养“讲好中国故事”的影视传媒人才。

本书能够顺利出版，离不开很多给予我们无私支持和帮助的朋友们。一路走来，是你们的支持、鼓励和关心让我们有持续不断的动力完成了这本书。



目录 MULU

第一章 讲好新时代的中国故事·····	1
1.1 “讲好中国故事”的时代需求与思想内涵·····	2
1.2 “讲好中国故事”的现实需求与时代价值·····	9
1.3 “讲好中国故事”，传播好中国声音·····	18
1.4 着重讲好中国五个方面的故事·····	21
1.5 实践基础：中国“道路”践行中国故事·····	24
1.6 关于讲好中国故事的重要论述·····	30
第二章 媒体深度融合时代影视作品“讲好中国故事”·····	31
2.1 “媒体深度融合”时代的来临·····	31
2.2 “媒体深度融合”时代下的行业生态——技术变革、内容生产与创新运营·····	41
2.3 未来已来，媒体深度融合时代如何讲好中国故事？·····	51
第三章 影视作品“讲好中国故事”的内容创作·····	53
3.1 影视作品的“讲好中国故事”之道·····	54
3.2 电视剧全新“讲好中国故事”·····	58
3.3 纪录片全新“讲好中国故事”·····	60
3.4 电影全新“讲好中国故事”·····	69
3.5 动画全新“讲好中国故事”·····	78

3.6	文化类综艺节目全新“讲好中国故事”	83
3.7	影视作品“讲好中国故事”的融合叙事策略	93
3.8	影视作品“讲好中国故事”的路径思考	98
第四章	影视作品对外“讲好中国故事”	102
4.1	新时代中国影视作品国际传播需求	102
4.2	影视作品对外讲好中国故事的内涵	105
4.3	影视作品对外讲好中国故事的要素	120
4.4	影视作品对外讲好中国故事的国际传播策略	125
第五章	培养“讲好中国故事”的影视传媒人才	143
5.1	新时代培养“讲好中国故事”人才的时代需求	144
5.2	智媒时代开启“讲好中国故事”人才培养新阶段	152
5.3	智媒时代培养影视传媒人才的“智媒”思维	157
5.4	“讲好中国故事”的影视传媒人才培养策略	161
	参考文献	186

第一章 讲好新时代的中国故事

党的十六大提出“文化体制改革”；党的十七大提出推动“文化大发展、大繁荣”，构建“文化软实力”，制定“文化强国战略”；党的十八大明确“建设社会主义文化强国”；党的十九大，进一步强调要“坚定文化自信”，“中国特色社会主义进入新时代”。从电视作品来说，《习近平治国方略：中国这五年》《舌尖上的中国》《琅琊榜》《媳妇的美好时代》《小别离》等不仅在国内热播，也走向海外在其他国家热播，为中国电视市场开启了跨民族、跨文化传播的新纪元；从电影作品来说，《湄公河行动》《红海行动》《战狼》《流浪地球》《中国机长》等的出现，不仅成就了现象级电影的口碑，收获了高票房，更为中国电影市场开启了新的创作和传播范式。

习近平总书记在党的二十大报告中提出，要“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象”。在新时代，影视作品更应该承担起“讲好中国故事”的责任，用中国智慧书写中国题材，用中国需求展现中国形象，用中国方案呈现中国价值。

新时代是承前启后、继往开来、在新的历史条件下继续夺取中国特色社会主义伟大胜利的时代，是决胜全面建成小康社会、进而全面建设社会主义现代化强国的时代，是全国各族人民团结奋斗、不断创造美好生活、逐步实现全体人民共同富裕的时代，是全体中华儿女勠力同心、奋力实现中华民族伟大复兴中国梦的时代，是我国日益走近世界舞台中央、不断为人类作出更大贡献的时代。

中国进入新时代，开启了影视作品创作、传播的全新时代。故事是古老而有效的文化和思想传播方式，要“讲好中国故事”，从宏观上讲有两层内涵：硬实力“讲好中国故事”，软实力“讲好中国故事”，事实上，“讲好中国故事”需要文化先行，影视作品是“讲好中国故事”的重要载体；从微观上讲有三层内涵：主要是“讲”，关键是“好”，重点是“怎样讲”。习近平总书记提出要“讲好中国故事”这个时代命题，其实就是面向全世界“讲好中国故事”，传递中国声音，实现“中国梦”。中国迈进新时代，开启了新征程，新时代赋予了影视作品新的要求。

1.1 “讲好中国故事”的时代需求与思想内涵

“故事，作为人类个体、群体的叙述或叙事行为的结果，是人类生活中发生的事件及其过程的记录形式。中国故事，恰是中华民族这个多族群共同体生活中的事件及其过程的记录形式，它可以表现为神话、传说、音乐、舞蹈、诗歌、小说、戏剧、电影、电视剧、绘画等多种不同的艺术类型。”“讲好中国故事”，是习近平总书记于2013年8月19日在全国宣传思想工作会议上首次提出的概念，他提出：“要着力推进国际传播能力建设，创新对外宣传方式，加强话语体系建设，着力打造融通中外的新概念新范畴新表述，讲好中国故事，传播好中国声音，增强在国际上的话语权。”

任何理念、思想的形成都来源于现实和实践的变化，毛泽东同志曾经说过：“实践当中是要出道理的”，习近平曾经讲过，中国“挨打”“挨饿”的问题基本得到解决，但“挨骂”的问题还没有得到根本解决。如何解决好“挨骂”的问题，向世界讲好中国故事？立足中国道路的伟大实践，运用中国道理的话语体系，把中国逻辑、中国立场、中国主张，中国的必然、必须与可能，中国的愿望、意志与决心等向世界讲清楚、说明白，不仅可以增进世界对中国的理解，也能更加坚定我们走中国道路的自信与自觉。因此，在新时代，“讲好中国故事”，是最大和最好的道理，既是重大的战略要求，也是重大的战略部署，是一个紧迫而重大的时代课题。

1.1.1 “讲好中国故事”的提出背景

事实上，“讲好中国故事”的提出是基于中国特定的时代发展现状，和中国内外部发展现状是紧密相连的。

党的十八大以来，与历史上任何时期相比，中国取得的各项成就都是超越、跨越且振奋人心的大发展。政治制度的持续稳定，经济建设的良好向上，社会秩序的健康良性，文化实力的节节增高，在国际舞台上，与中国相关的话题，以及中国的大小故事，世界各国的关注和重视也日益增强，在此背景下，“讲好中国故事”的提出是一种必然。

中国综合实力不断提升，但是国际话语权和国际地位不太匹配，导致在全球传播格局中，中国经常因为西方一些不良话语陷入被动局面，应对的效果也不够理想，因此，中国更应该“增强国际话语权意识，建立明确的国际传播战略，以及凭借国家硬实力的增长获取国际社会上应有的传播地位和话语权力”。在此背景下，随着综合实力的提升，我们更应该用话语本身，在全世界范围内“讲好中国故事，传递中国声音”，从而从被动转化为主动。

1) “讲好中国故事”思想提出的国内背景

“讲好中国故事”，首先要深刻理解什么是“中国”。据相关统计，有53种先秦的典籍中都提到了“中国”二字，在寓意上有三重内涵，其一是地理上的大国，其二是天朝王权之国，其三是有文化底蕴的文明之国，因此“中国”是有“文明、文化”的主权

国家。“新的中国观应该是传统中国、现代中国和全球中国的合一。‘传统中国’是以‘文明国家’为想象，以文化这个‘意义之网’为纽带的中华古老文明性国家；‘现代中国’是以‘民族国家’为想象，以民族独立、国家主权独立为核心的实现五个现代化的现代性国家；‘全球中国’是以‘人类命运共同体’为想象，以融入全球化、参与全球治理和摆脱全球化困境为发展目标的全球性国家。”

自1978年改革开放以来，我国的政治、经济、文化、社会生活等方方面面已经取得了巨大成就。在政治方面，中国提出的政治主张，在全世界颇有建树，比如，“一带一路”倡议的提出；在经济方面，中国经济建设成绩令人瞩目，一跃成为世界第二，中国的综合国力持续增强。

伴随信息技术的发展，互联网的发展一日千里，打破了宣传的壁垒，也打破了内宣与外宣的界限。中国的各项发展在为中国人民带来巨大的红利的同时，中国更应该重视世界话语权的建构，中国对内的话语也应该让外部世界清楚明白听到并认知。在此背景下，中国正全面迈进中国特色社会主义新时代，“传统中国”“现代中国”“全球中国”赋予了新的历史使命，“中国故事”的内容应该注入新鲜的血液和力量，“中国故事”的传播也应该多渠道、多路径。提出“讲好中国故事”，就是明确把“中国声音”全面、明朗地传播出去，这是中国发展的必然。

2) “讲好中国故事”思想提出的国际背景

随着信息技术的发展，媒介发生了翻天覆地的变化，大众媒介从传统的单渠道、单向信息传播方式，走向了多元化、双向的传播方式，进入全球化传播的时代。这种情况打破了国外垄断文化传播的格局，也削弱了国外媒介传播的优势，“文化殖民”现象也在削弱，因此现阶段的文化传播是全球的“文化认同”。中国在文化发展的同时，更应具备全球文化传播输出思维，用新时代媒介的便利“讲好中国故事”，享受信息化时代带来的全球传播的福利。

中国经济的迅速发展，虽然在多方面为世界各国带来了全面的机遇，但是也遭受了世界各国的防范，国外个别势力抓住“民主剧本”“人权剧本”等说三道四，他们不愿看到中国的强大。在当前国际形势下，国外对中国有三种声音：一是，认为中国的发展可以推动国际秩序的健康有序发展；二是，惧怕中国发展，怕中国的发展会对自己国家产生不利影响；三是，宣扬“中国崩溃论”，希望中国在世界舞台上衰败。在此背景下，面对这些现实问题，中国更应该积极主动地发出声音，“讲好中国故事”，来应对国际市场，并为中国的发展营造健康和平的外部环境。

中国综合实力逐渐增强，但是长期以来，在国际舆论位置上，还存在“西强我弱”的格局，个别世界媒体在世界舆论场里刻意抹黑或丑化中国的国际形象，并且刻意制造一些不利于中国发展的舆论，导致世界各国对中国的误解。因此，中国的对外传播能力一直属于弱势地位，在此背景下，我们要进一步扭转世界的舆论格局，澄清中国的国际形象，准确和及时的发声尤其重要。“讲好中国故事”的提出，是习近平同志从我国发

展的全局出发的，高瞻远瞩，有利于全面提高中国的文化传播能力，为中国更好地融入世界指明了方向。

1.1.2 “讲好中国故事”的理论渊源

“讲好中国故事”是一项系统的工程，体现了中国立场、中国智慧、中国方案和中国价值。“讲好中国故事”不是随便提出的，而是从历史思维角度吸收了马克思主义等经典观念，从中共历届领导的对外宣传思想工作中总结了精彩结晶，从中国传统文化中汲取了“讲好中国故事”的精彩成分。

1) “讲好中国故事”思想吸收了马克思主义等经典著作的相关理念

在马克思主义的思想中，尤其是外交思想，对于“讲好故事”有很多值得借鉴的内容。《共产党宣言》就明确地对当时的国际形势做了深度的分析，明确指出，世界各国，世界各民族在多个方面都应该是融合发展，不可分割的，不管是物质的生产还是精神的需求，世界各国都不能够自给自足和闭关自守，尤其是精神生活，更应该是各民族、世界各国共同享有的。在马克思主义人民群众观中，也可以看出“讲好故事”的理论渊源，马克思主义肯定历史的创造者是人民群众，并进一步指出正是广大人民群众推动了历史的变革和发展，认为人民群众是无产阶级政党的根基，人民在历史进程中不仅推动生产力的发展，创造了巨大的物质财富，同时也创造了巨大的精神财富，人民群众创造出来的这些财富是需要通过讲故事表达出来的。

列宁也对把握时代特征的重要性做了科学分析，他指出：只有把握时代特征，才能深刻认识这个国家更具体的特点，才能在此基础上做出科学的决策，制定科学的政策措施。

习近平同志在吸收马克思列宁主义这一思想的前提下，也深刻分析了中国在现阶段所处的国际形势，尤其在当前的国际形势中，对中国所处的地位也是看得十分透彻的。习近平同志指出：认识世界发展大势，跟上时代潮流，是一个极为重要并且常做常新的课题。他在深入分析当前发展趋势基础上，认为我国当前仍处于社会主义初级阶段，物质文明与精神文明的发展不协调，我国的文化软实力及传播力与西方发达国家仍有较大差距。习近平强调，马克思主义是团结各民族的思想基础。因此，在此背景下，“讲好中国故事”最重要的一点便是立足基层，人民群众的故事是最精彩、最有吸引力的故事，习近平同志在全国宣传思想工作会议上指出要多报道宣传人民群众的火热生活及伟大奋斗，多讲述从他们中涌现出来的感人事迹和先进典型，使宣传思想工作能够丰富人民群众的精神世界进而满足人民群众的精神需求。

可以看出，习近平同志以马克思列宁主义为基础，在当今时代特征的科学判断上提出“讲好中国故事”这一重要论述。

2) “讲好中国故事”思想继承了中共历届领导集体关于做好宣传思想工作的结晶

在抗日战争时期，毛泽东同志就提出过“加强国际宣传（电影、画册、报章、共

同宣言、代表团等），取得各国的同情援助”；在解放战争时期，毛泽东就在七大的闭幕词中提到宣传工作不但要使先锋队提高思想觉悟，不怕牺牲，争取胜利，更为重要的是，宣传工作应提高广大人民群众的思想觉悟，使他们紧密团结，心甘情愿地加入奋斗的行列，争取解放战争的胜利；在新中国成立后，毛泽东同志又进一步提出“把地球管起来，让全世界都能听到我们的声音”；随着改革开放的提出，工作重心的转移，邓小平同志审时度势地指出，“加强思想政治工作，改进宣传工作，已经作为保证这次调整的顺利实现、巩固安定团结的政治局面的一项极端重要的任务，摆在全党同志面前”。其后，以江泽民、胡锦涛同志为核心的党的领导集体根据国情、世情的不断变化分别对宣传思想工作进行了更为全面的阐释。江泽民同志在1994年的全国宣传思想工作会议上明确说明，宣传工作就是要正确地宣传党的理论路线和方针政策，反映人民群众的伟大实践；胡锦涛同志在2003年的全国宣传思想工作会议上也明确说明，宣传思想工作应坚持“贴近实际、贴近生活、贴近群众”，体现我国最广大人民的根本利益；胡锦涛同志在2008年的全国宣传思想工作会议上强调，各层级各部门的领导干部都要对新闻舆论有充分重要的认识，切实提高自身同媒体打交道的能力，在实际工作中善于借助媒体宣传的力量，热情支持新闻媒体进行采访报道，积极鼓励社会舆论监督，借力宣传媒体做好自身工作。

可以看出，中国历届领导都对“讲好中国故事”思想的提出，提供了有益的参考，在中国历届领导的集体思想理论的基础上，习近平同志提出“讲好中国故事”，并深入了解中国历史，深入分析中国的时代特点，继承历届领导人的精华思想，提出科学的论断，为中国全面更好地融入世界大舞台提供坚实的思想基础。

3) “讲好中国故事”思想汲取了中国传统文化中“讲好故事”的精彩成分

上下五千年，中国传统文化博大精深。文化是国家和民族的灵魂和血脉，文化是国家的精神，是民族的记忆，文化兴国运兴，文化强民族强。中华文化的表现形态是多样的，如诗歌、小说、戏曲、舞蹈、美术、音乐、绘画等等。中华文化是中华儿女代代发展的结晶，体现了中华民族内心的自豪与自信。在中华文化的血液中，有着最基本、最深层和最优秀的文化软实力，孕育了中国的先进文化，代表着中华民族独特的标识。习近平同志曾经指出：“在5000多年文明发展中孕育的中华优秀传统文化，在党和人民伟大斗争中孕育的革命文化和社会主义先进文化，积淀着中华民族最深层的精神追求，代表着中华民族独特的精神标识。”

“讲好中国故事”就需要中国元素、中国文化的国际化表达，在中国传统文化中，诗歌、典籍、著作等中都有太多“讲好中国故事”的思想，而故事究其根本，也是表现好的思想。中国传统文化是中国历史的过往，是中国劳动人民凝聚而成的人生智慧，是中国几千年存下来的精华，这些精华需要被充分地挖掘，体现时代的精神。例如，司马迁在《史记·匈奴列传》中提出“参彼己”，“世俗之言匈奴者，患其徼一时之权，而务谄纳其说，以便偏指，不参彼己；将率席中国广大，气奋，人主因以决策，

是以建功不深”。司马迁批评当时官员不考虑匈奴独特的历史文化差异，为获一时恩宠尽献片面之词，从而导致汉武帝连年征战于匈奴的做法。随后，司马迁借汉朝史官与中行说的对话，进一步揭示出匈奴与汉朝的文化差异，体现了其“参彼己”的观点，而“参彼己”的观点也符合“讲好中国故事”的思想。

习近平同志指出：“中华优秀传统文化是中华民族的文化根脉，其蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，不仅是我们中国人思想和精神的内核，对解决人类问题也有重要价值。要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来，把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来。”可以看出，习近平同志对中国的传统文化非常重视，他在北京师范大学的考察中曾明确指出，很不赞成将中国古典经典诗词从课本中去掉，他曾多次在公开讲话或会议中提到，中华文化博大精深、源远流长，学习掌握其中的思想精华，对于我国当前的各项建设有百利而无一害，其中的有益成分对于当前中国发展具有借鉴意义，习近平同志对传统文化的重视也体现在了“讲好中国故事”思想中。

1.1.3 “讲好中国故事”思想的进一步丰富

“讲好中国故事”思想的提出与形成具有深刻的历史渊源，尤其是习近平同志，在不同的场合、不同的地域都担当着中国“讲好中国故事第一人”，率先垂范，与全世界民众分享能够听得懂，有共情、有共鸣的好故事。习近平同志早在2004年，在《努力提高新闻质量和水平》一文中的某些论述就体现了其“讲好中国故事”思想中的关键。他认为，新闻媒体要坚持服务中心、服务大局，坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众，坚持以正确的舆论引导人，充分发挥党的喉舌和舆论引导的作用。这一论述可以说在某种程度上是其“讲好中国故事”这一重要思想来源。习近平同志在文中进一步强调：新闻报道工作应“始终坚持以正面宣传为主，及时把党的声音传达给广大人民群众”，同时“要更多地采用群众喜闻乐见的形式，不断增强新闻宣传的生动性、可看性”。这些思想均与其提出的“讲好中国故事”思想不谋而合。

“讲好中国故事”这一思想是习近平同志在2013年8月19日的全国宣传思想工作会议上提出的。他在会议上指出：“在全面对外开放的条件下做宣传思想工作，一项重要任务是引导人们更加全面客观地认识当代中国、看待外部世界。宣传阐释中国特色，要讲清楚每个国家和民族的历史传统、文化积淀、基本国情不同，其发展道路必然有着自己的特色；讲清楚中华文化积淀着中华民族最深沉的精神追求，是中华民族生生不息、发展壮大的丰厚滋养；讲清楚中华优秀传统文化是中华民族的突出优势，是我们最深厚的文化软实力；讲清楚中国特色社会主义植根于中华文化沃土、反映中国人民意愿、适应中国和时代发展进步要求，有着深厚历史渊源和广泛现实基础”，“要精心做好对外宣传工作，创新对外宣传方式，着力打造融通中外的新概念新范畴新表述，讲好中国故事，传播好中国声音”。这一思想的提出，意味着“讲好中国故事”将会更系统、更明

确地阐释。

自2013年全国宣传思想工作会议后，习近平同志又在多个讲话及会议中提到“讲好中国故事”，对这一思想进行了进一步的阐述，丰富了这一思想的内涵和外延。

2014年《当前工作中需要注意的几个问题》中，习近平同志指出：“我们国家发展成就那么大、发展势头那么好，我们国家在世界上做了那么多好事，这是做好国际舆论引导工作的最大本钱。我们有本事做好中国的事情，还没有本事讲好中国的故事？我们应该有这个信心！”

2016年《在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话》中，习近平同志指出：“讲故事，是国际传播的最佳方式。要讲好中国特色社会主义的故事，讲好中国梦的故事，讲好中国人的故事，讲好中华优秀传统文化的故事，讲好中国和平发展的故事。”

2018年全国宣传思想工作会议上的讲话，习近平同志指出：“做好新形势下宣传思想工作，必须自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。……展形象，就是要推进国际传播能力建设，讲好中国故事、传播好中国声音，向世界展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力和中华文化影响力。”

2019年在党外人士座谈会上的讲话，习近平同志指出：“我们既要坚信中国的发展前途光明，又要充分认识到道路曲折、困难很多，发挥中国共产党领导和我国社会主义制度的政治优势，集中力量办大事，打好防范和抵御风险的有准备之战，打好化险为夷、转危为机的战略主动战。希望大家旗帜鲜明、勇于斗争，积极主动发声，理直气壮驳斥错误言论，讲好中国故事，积极传播中国正能量。”

2020年《在十九届中央政治局第二十三次集体学习时的讲话》中，习近平同志指出：“要向全世界讲好中国历史故事。要运用我国考古成果和历史研究成果，通过对外宣传、交流研讨等方式，向国际社会展示博大精深的中华文明，讲清楚中华文明的灿烂成就和对人类文明的重大贡献，让世界了解中国历史、了解中华民族精神，从而不断加深对当今中国的认知和理解，营造良好国际舆论氛围。”

2021年《在十九届中央政治局第三十次集体学习时的讲话》中，习近平同志指出：“要全面提升国际传播效能，建强适应新时代国际传播需要的专门人才队伍。要加强国际传播的理论研究，掌握国际传播的规律，构建对外话语体系，提高传播艺术。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，推进中国故事和中国声音的全球化表达、区域化表达、分众化表达，增强国际传播的亲和力和实效性。要广交朋友、团结和争取大多数，不断扩大知华友华的国际舆论朋友圈。要讲究舆论斗争的策略和艺术，提升重大问题对外发声能力。”

1.1.4 “讲好中国故事”思想的内涵

中国，几千年的灿烂文化与历史，有着自己的文化，自己的历史，自己的道路，自己的发展逻辑，自己的民族精神，自己的显著特点。中国悠久的历史造就了中国人民

的民族精神和民族特色；中国灿烂的中华文化让中国人民拥有丰富的文化底蕴；在近现代，中国经历的苦难让中国人民更懂得和平的珍贵；中国实行中国特色社会主义让中国人民更加了解自己国家的国情，知道实现中国梦仍然任重而道远；在新时代，中国面对深刻变革，让中国人民更加明确中国社会主义现代化建设的发展完善更需要以改革为动力；中国面对媒体深度融合趋势和国际形势，让中国人民更加了解拥有国际话语权的重要性，更应主动向世界各国展示自身的风采，并扎实回应世界各国对中国的关切。

第一，“讲好中国故事”要清楚“讲故事”而不是“讲道理”。

“讲好中国故事”，首先是要彰显文化实力，中国故事应该讲得有底气，其次是要增强国际话语权，中国故事应该走向世界，再次是要提升文化影响力，中国故事应该越讲越精彩。因此，“讲好中国故事”，重点是如何讲？怎么讲？在以前长期的对外宣传实践中，对国际社会宣传和介绍中国政治、经济、文化、社会生活等多方面的時候，宣传都更侧重于讲道理，形式较为单一，具有很明显的政治性和教育性，还有一定程度的强迫性灌输。事实上，这样“宣传味儿”较重的宣传很难让受众产生愉悦感，也不容易让受众形成价值和影响力。只有改进方法和手段，以事实说话，通过“讲故事”才能去感染受众，从而“润物细无声”。

伴随信息技术的发展，经济全球化的深入，中国与世界已经成为水乳交融、不可分割的一体。一方面，中国应学会如何看待世界，对世界各国的新问题、新情况、新发展应及时关注，并深入了解；另一方面，还应学会如何展现自己，增强自身的宣传自信，因而，“讲故事”是最能打动人心的一种方式。

第二，“讲好中国故事”要清楚“讲故事”需要“创新讲”。

“讲好中国故事”的手段和方法是十分重要的，手段和方法不仅影响“讲故事”的内容，也会影响“听故事”的效果。随着媒介发展，习近平同志曾强调“明者因时而变，知者随事而制”，“讲故事”更需要“创新讲”。

首先，“讲故事”需要“小视角”，讲出来的故事需要具备可读性，以小见大，以细节打动人心，是“讲故事”的重要手段和方法，也是“讲故事”的一种创新；其次，“讲故事”需要理念创新，在“讲故事”的同时，要时刻保持思想的开放性和敏锐性，对于“讲故事”的方法不拘于具体的思维形式，要让思想认识的创新来打开“讲故事”的新局面；再次，“讲故事”需要多元的手段和方法，尤其是在新技术日新月异的发展过程中，要充分运用传统媒体和新媒体深度融合的优势，占领信息传播的制高点。

第三，“讲好中国故事”要清楚“听故事”的人的“关切点”。

“讲好中国故事”如何讲？怎样讲？要把自己想讲的内容用受众想听的方式讲出去，要清楚“听故事”的人的“关切点”，共情共鸣是关键。

一方面，要“讲好中国故事”，就是要让传播的效果和传播的目的保持一致，二者必须相统一，不能割裂开来。因此，“讲好中国故事”要坚定不移地坚持自己的立场，“讲故事”的人要坚持党性，要站稳政治立场，要坚定不移地把党的路线、方针、政策

用好的方式讲述出去，把中国人民的幸福和维护人民的利益作为“讲故事”的落脚点，讲贴合群众生活，满足群众需求的好故事，这是“讲好中国故事”的内在要求。

另一方面，为了“讲好中国故事”能够达到预期的效果，在“讲”的过程中，要清楚“听故事”的人的“关切点”，在主流价值观的舆论阵地下，“讲故事”的人要发挥自身的聪明才智，深入地研究传播的规律，不断提升自身“讲故事”的艺术，从贴近受众需求出发，避免空洞的说教宣传，挖掘赋予时代气息的好故事，挖掘受众广泛认同的好故事，用通俗易懂的语言和喜闻乐见的方式讲出来，这是“讲好中国故事”的关键。

1.2 “讲好中国故事”的现实需求与时代价值

“国家形象具有极大的影响力、凝聚力，是一个国家整体实力的体现。”新时代，“讲好中国故事”，关系着国家形象的塑造，关系着民族精神的培育，“讲好中国故事”是文化自觉和文化自信的传承，是中国国际地位和国际话语权有效提升的关键。

1.2.1 “讲好中国故事”的现实需求

1) “讲好中国故事”的现实困境

在当前，中国的经济实力节节提升，但是文化软实力和对外传播能力却与之不匹配，无论从外部环境挑战还是内部环境挑战来看，当前“讲好中国故事”都面临着一定的困境，经济实力的提升倒逼文化软实力与对外传播能力也应相称。

第一，叙事能力、叙事技巧、议题设置水平还有待加强。

首先，“讲故事”是双向的，除了“讲故事”的人以外，更重要的是“听故事”的人，长期以来，“传者中心”“以我为主”的叙事思维影响着“讲好中国故事”的能力，“我要讲什么”“你想听什么”没有有机地统一起来，是“讲好中国故事”还是“讲中国好故事”没有区别开来；其次，“宣传味道”太过浓厚，因此，忽略了“听者”的文化背景、思维模式与价值观念，用自我宣传式的方法，来进行“宏大的叙事”，“共鸣、共情”体现不够；再次，设置议题的水平还不够，对重点领域、重要议题进行议题设置的能力总体偏弱，对国外一些抹黑中国的常设议题的破解角度和表达方式还需加强。

第二，文化传播能力、引导能力、精准“讲好中国故事”的能力还有待加强。

文化是故事的灵魂，通过故事，赋予文化内涵，因此，文化的传播能力、引导能力是“讲好中国故事”的关键。当前，从国际形势看，西方国家的传播能力和传播实力都十分强大，西方的美联社、法新社、路透社和合众国际社四大主流媒体牢牢占据着国际舆论地位，在世界媒体格局中也难以撼动。因此，在当前传播全球化的时代，中国文化传播的时、效、度都应该加快进程，尤其是适应新时代的对外表达形式更应该进一步加强，在5G浪潮、人工智能的新一轮信息技术大爆发中，产品形态、业务模式、平台终端都应该带来新的“讲好中国故事”的方式、手段和形式，从而抢占媒体融合时代的传播

高地。另外，在国际传播的过程中，对流量、流向的引导也是十分关键的，要引导国际舆论对中国客观、正面评价，精准地“讲好中国故事”。

第三，对外话语体系构建还有待加强。

客观地说，中国媒体与国外媒体还处于不同的话语体系，中国在话语体系中还处于从属地位，创新话语体系，构建自己的话语体系，是目前对外传播的难点，也是实现和外部接轨的重点。就整体而言，融通中外的话语体系建立还不够完善，话语的有效供给和创新能力也不强，尤其是在话语概念、话语范畴和话语表达等方面还缺乏进一步的深度沟通。习近平同志也曾经特别强调，要精心构建对外话语体系，并在不同场合亲自垂范，为“讲好中国故事”奠定基础，伴随“一带一路”“人类命运共同体”等概念的提出，中国对外传播逐步从“自说自话”中走了出来，从“点状阐释”向话语体系构建迈进。

第四，对外传播人才队伍建设还有待加强。

对外传播人才的建设是对外传播的重要力量，人才是提升对外传播能力的关键，在对外传播人才队伍的建设方面，还普遍存在综合素质相对不高、采编能力总体不足、专业化水平欠缺、本土化水平较低、人才队伍不稳定等诸多问题，这些问题也是制约对外传播的关键。

2) “讲好中国故事”的必要性

随着我国经济发展和国际地位的提高，让世界更好地了解中国，“讲好中国故事”已经成为当前紧迫和突出的任务。近一段时间以来，中国与世界的关系发生了翻天覆地的变化，有着深刻的历史性的变化。伴随中国的快速发展，中国特色社会主义进入新时代，中国经济的持续健康发展，中国综合国力的不断提升，中国国际影响力的不断提升，中国在特色社会主义实践中取得的伟大成就，中国已经一步步走近了世界舞台的正中央，国际社会对中国的关注也在日益加深，国际社会对中国发生的一系列改变都产生了浓厚的兴趣，也对中国取得成功的秘诀感到好奇，这一系列的问题，都对“讲好中国故事”提出了新的迫切要求。

另外，在发展过程中，对于中国的快速发展，国际社会的认知也是不同的，许多不同的声音也同时冒了出来，有正面的，有负面的，也有误解误读，更有偏见，甚至有中伤，“中国威胁论”“中国崩溃论”“中国掠夺论”“中国失败论”等言论此起彼伏，有些国外人士甚至不遗余力唱衰中国。在此背景下，中国更要向国际社会“讲好中国故事”，要让世界知道，中国是什么样的中国，“要讲好中国坚持和平发展合作共赢的故事，让世界认识一个立体多彩的中国，展示中国作为世界和平的建设者、全球发展的贡献者、国际秩序的维护者的良好形象”，从而为中国的进一步发展创造良好的外部环境，推动构建人类命运共同体。

3) “讲好中国故事”的可能性

事实上，近年来，中国积极参与国际社会事务，开展国际合作，在政治、经济、