

延安时期毛泽东对外宣传思想的生发逻辑、 实践意涵与时代观照

陈积银^{1,2}, 刘佳璇¹

(1. 西安交通大学 马克思主义学院, 陕西 西安 710049; 2. 西安交通大学 新闻与新媒体学院, 陕西 西安 710049)

摘要:延安时期毛泽东对外宣传思想是对马克思主义经典作家宣传思想的科学承继、对时局深度研判以及争取舆论支持的现实思考、对中国共产党早期新闻宣传经验的提炼升华和对毛泽东个人精神品格及其宣传实践的主观映照。毛泽东对外宣传思想的实践意涵主要包括坚持党性原则指导外宣事业、形成聚焦议题争取国际认同、巧用鲜活话语寻求海外共情、通过“窑洞外交”借力多元传者、实行立破并举丰富外宣渠道及根据受众立场调整外宣策略。以历史映照现实、远观未来,延安时期毛泽东对外宣传思想对新时代加强国际传播能力建设具有重要的借鉴意义。

关键词:延安时期;毛泽东;对外宣传;习近平文化思想;国际传播效能

中图分类号:A84

文献标志码:A

文章编号:1672-7835(2025)01-008-09

一、问题的提出

对外宣传是党和国家一项全局性战略工作。相较于“对内宣传”更多聚焦于组织内部的共识凝聚,“对外宣传”则注重发挥宣传主体的作用,通过有效的传播手段向目标国家传递信息,最终影响和改变国际受众对信息发出国的态度看法^①。就“对外宣传思想”而言,其内涵指关于对外宣传的理论总结和时代精华总和,其外延既包括对外宣传的系统理论体系,也包括对外宣传的主体、议题、话语、渠道和受众等具体实践表现。本文从对外宣传思想的外延所涵盖的理论与实践双重旨趣出发,以延安时期毛泽东关于对外宣传工作的重要论述及其领导全党开展外宣过程中形成的系统性实践经验为抓手开展研究。

当前学界对延安时期毛泽东对外宣传思想的研究有以下代表性成果:其一,外宣原则与技巧研究,认为延安时期毛泽东坚持内外有别等原则,通过讲述个人故事等技巧实现外宣效果最大化^②。其二,外宣话语与叙事研究,通过使用共情词汇等手段,展现毛泽东讲述延安故事的话语策略^③。其三,来华记者与载体研究,探究毛泽东与来延安的外国记者的互动规律^④及记者生产红色图书的国际传播效应^⑤。其四,外宣实践与经验研究,强调延安时期在毛泽东领导下形成了“宣传出去”与“争取过来”的总体性经验^⑥。其五,中共领导人国际形象塑造研究,指出延安时期外宣有力地推动了毛泽东形象和毛泽东思

收稿日期:2024-08-16

基金项目:共青团中央课题(23JH030)

作者简介:陈积银(1980—),男,甘肃庆阳人,博士,教授,博士生导师,主要从事智能媒体、数据新闻和国际传播等研究。

①郭可:《当代对外传播》,复旦大学出版社2003年版,第1页。

②何云峰,徐光亚:《延安时期毛泽东开展国际传播的实践及其现实启示》,《湖南科技大学学报(社会科学版)》2024年第1期。

③韦文涓,许加彪,李桢:《政治修辞与形象传达:延安时期毛泽东对外国记者讲述中国故事的话语策略》,《新闻大学》2018年第6期。

④于安龙:《中国共产党讲述“延安故事”的经验与启示——基于延安时期与外国记者互动的视角》,《党的文献》2019年第4期。

⑤吴锋,瞿宇彤,贾思怡:《“延安故事”何以走向世界:延安时期来华记者红色图书国际传播路径及启示》,《中国编辑》2024年第8期。

⑥涂凌波,张天放:《延安时期中共与外国记者交往活动的阶段、机制与观念研究》,《新闻与传播研究》2023年第12期。

想的海外传播^①。整体来看,学界多基于外宣本身内部结构与特定功能的共时性视角开展研究,但对于延安时期毛泽东对外宣传思想生成与发展逻辑的历时性视角研究仍显不足。本文将历时性与共时性融通考察,揭示延安时期毛泽东对外宣传思想的动态发展与实践意涵。

基于以上概念界定与文献述评,本文拟回答以下三个问题:延安时期毛泽东对外宣传思想遵循怎样的生成与发展逻辑?立足于对外宣传活动,延安时期毛泽东对外宣传思想具体呈现出哪几个维度的实践内涵?这对于新时代构建更有效力的国际传播体系,全面提升国际传播效能有何启示?通过系统性建构和学理性分析,用发展观念、创新思维、世界眼光总结历史经验并深化相关研究,对于加强新时代国际传播能力建设具有重要意义。

二、延安时期毛泽东对外宣传思想的生发逻辑

任何一种思想理论的形成与发展都是建立在实践基础之上并遵循着一定的生发机制,延安时期毛泽东对外宣传思想的成熟发展亦遵循历时性发生逻辑。

(一) 理论沿革:马克思主义经典作家宣传思想的科学承继

马克思主义经典作家宣传思想,是延安时期毛泽东对外宣传思想的源泉与真经。马克思恩格斯从生产力和交往形式矛盾运动的“宏观视野”,突破宣传表层的媒介信息传播释义,强调世界历史发展及精神交往下对外宣传的客观必然。从革命运动中媒介建设的“微观视野”,提出报刊要遵循和阐述党的纲领和原则、真正的报刊即人民报刊等论述。《莱茵报》时期,马克思就指出报刊具有无产阶级性质并能反映和表达历史人民精神^②。此外,马克思认为报刊作为人民的“喉舌”应坚持真实本质,即“全部叙述都建立在事实的基础上,并且竭力做到只是概括地表明这些事实”^③。十月革命胜利后,列宁结合苏维埃社会主义建设实际继承并发扬马克思恩格斯宣传思想。如系统性提出党报作为集体的组织者的党性原则,指出“如果党性基础(纲领、策略规定、组织经验)十分缺乏或者薄弱、动摇,那么毫无疑问,这个危险可能是很严重的”^④。此外,他认为机关报应“引导读者去深入地思考、深入地研究,他们从最简单的、众所周知的材料出发”^⑤,其旨归应充满生气且能充分发挥党报党刊对群众的引领与教化作用。

(二) 现实呼唤:时局深度研判及争取舆论支持的现实需要

延安时期时局具备突变性和急转性,毛泽东对外宣传思想是在中共国际形象建构面临内外双重困境的特定时期下发展成熟的产物。第一,陕北作为红军长征的落脚点和新征程的出发点备受海外人士关注,但“九年以来一直遭到铜墙铁壁一样严密的新闻封锁而与世隔绝”^⑥。抗日战争进入战略相持阶段后,随着国民党顽固派消极抗日及“防共”“限共”等方针出台,新闻管制日益严格,以政治污蔑为主的舆论甚嚣尘上,导致外界对中共的认知多是间接、虚假甚至污名化的。如在1940年12月到1941年5月间,《新华日报》原稿有260件被免登、150次被删改^⑦。解放战争时期,国民党查封或关闭了我党一批进步媒体机构,甚至拒绝大批外国记者进入解放区的申请。另一方面,世界迫切希望廓清认知迷雾,更深入地了解红色中国。如在美国,人们经常提出幼稚的问题:中国共产党是“莫斯科的追随者”,还是西方所说的“民主派”^⑧?中国共产党领袖毛泽东更是谜一样的人物。因此,如何让国际社会了解中共的政策立场及革命根据地的实情,并最大程度争取国际认同和支持,是当时亟待解决的难题。

(三) 实践承接:中国共产党早期新闻宣传经验的提炼升华

自中国共产党成立以来,中国共产党人认真学习马克思主义及共产国际的办报办刊的实践经验,为

①杨红运:《延安时期外国记者笔下中国共产党领导人的形象及意义》,《世界社会主义研究》2023年第8期。

②陈力丹:《马克思早期新闻思想》,人民日报出版社2019年版,第19页。

③《马克思恩格斯全集(第1卷)》,人民出版社1956年版,第223页。

④《列宁全集(第12卷)》,人民出版社1987年版,第79页。

⑤《列宁全集(第5卷)》,人民出版社1986年版,第322页。

⑥埃德加·斯诺:《西行漫记》,董乐山译,三联书店1979年版,第1页。

⑦敖带芽:《延安时期中国共产党如何涤荡污名化》,《学习时报》2020年5月15日。

⑧Strong A L. "The Thought of Mao Tse-tung". State of California: Amerasia, 1947: 1.

延安时期毛泽东对外宣传思想的深化提供了前提条件。第一,创办各级刊物并参与国际无产阶级报刊的宣传活动,逐渐形成早期中国共产主义与马克思主义相结合的办报思想。如1924年周恩来任主编的中共旅欧支部机关刊物《赤光》在法国创刊,在积极宣传马克思主义思想方面发挥了重要作用。第二,注重宣传刊物语言的通俗化、大众化,不断探索新闻宣传与舆论引导规律。如李大钊在译介马克思主义理论方面用语简练通俗且富有文采,对毛泽东外宣风格产生了深厚的影响。第三,重视对实际问题的调研考察并提出根据事实说话的宣传导向,“文字必须浅显生动,短小精悍,尤其要根据事实说话,不可专谈空洞的大道理”^①。如毛泽东1925年在《革命》半月刊上发表的《中国社会各阶级的分析》,运用马克思主义阶级分析方法论并结合工农群众生产生活实践,把新闻宣传的真实性、通俗性原则贯彻到报刊宣传全过程,也使得其成为毛泽东对外宣传思想的基本原则。

(四)主观映照:毛泽东的个人精神品格及其宣传实践积累

探讨毛泽东对外宣传思想的嬗变,还须关注主观条件的内推作用。一是前期专业化的新闻训练。1918年到1919年毛泽东在北京大学图书馆工作时,参加了中国第一个系统讲授和研究新闻学的团体——北京大学新闻研究会。新闻教育第一人徐宝璜及中国报业奠基人邵飘萍等导师开设的办报经验、新闻采访课程,丰富了毛泽东个人宣传知识。二是卓越的宣传工作能力。毛泽东曾在1919年主办《湘江评论》,1919年至1920年主编《新湖南》月刊,指导过《湖南通俗报》的编辑工作,1923年参与《向导》编撰,1925年主编过《政治周报》^②,依托这些报刊发表大量宣传类文章及社论,积累了较为丰富的宣传经验。三是坚定不移的理想信念及马克思主义文风。毛泽东毕生为之奋斗的目标即推进马克思主义中国化,强调中国革命的独特性,以及中国人以自己的方式解决自己问题的必要性^③。他坚持真理与价值的统一性、表现方式的丰富性及问题导向的明确性,并娴熟运用中华优秀传统文化思想、价值和话语体系等,推动马克思主义中国化、时代化、大众化,为延安时期毛泽东对外宣传思想的形成发展锚定了方向。

三、延安时期毛泽东对外宣传思想的实践意涵

延安时期毛泽东对外宣传思想旗帜鲜明地坚持党性原则,立足外宣工作从议题聚焦、话语鲜活、传者多元、渠道丰富及受众细分维度,呈现深厚的实践内涵。

(一)原则鲜明:坚持党性原则并提倡外宣工作为革命事业服务

坚持党性原则,是保证对外宣传工作路线正确的根本原则。毛泽东始终倡导报刊宣传要坚持党性原则,指出“务使通讯社及报纸的宣传完全符合于党的政策,务使我们的宣传增强党性”^④。还强调舆论宣传工作要坚持正确的政治方向,对于错误观点、负面舆情进行及时纠偏,“把报纸拿在自己手里,作为组织一切工作的一个武器”^⑤。延安时期党报党刊基本担当起“革命政策和革命工作的宣传者和组织者”的重任,服务于党的外宣事业。

坚持党性原则与实事求是相统一,是对外宣传工作的本质要求。毛泽东强调外宣工作要坚持新闻本质论,即坚持实事求是。“我们要从国内外、省内外、县内外、区内的实际情况出发,从其中引出其固有的而不是臆造的规律性。”^⑥毛泽东对外宣传思想的出发点不是从概念到概念的逻辑推演,而是坚持实际调研并占有翔实资料基础上实事求是的科学方法论,以提升对外宣传内容客观性与方式针对性,增强国际社会对我党外宣信息的信任度。

坚持党性与人民性相统一,是对外宣传工作的基本立场。1942年,毛泽东为《解放日报》题词——“深入群众,不尚空谈”,希望宣传工作者始终坚持办报办刊的人民立场和群众路线。中共中央宣传部为改造

①谭一:《毛泽东新闻活动》,当代中国出版社1999年版,第66页。

②孙健:《中共一大代表与我党早期新闻宣传》,《解放军报》2021年4月18日。

③斯图尔特·施拉姆:《毛泽东的思想》,田松年等译,中国人民大学出版社2013年版,第55页。

④《毛泽东文集(第2卷)》,人民出版社1993年版,第454页。

⑤《毛泽东文集(第3卷)》,人民出版社1996年版,第111页。

⑥《毛泽东选集(第3卷)》,人民出版社1991年版,第801页。

党报向全党发出通知,明确指出,真正的党报就是要宣传和贯彻党的政策,坚持受众思维,反映群众生活,才能在外宣工作中贴近海外群众的信息需求与情感,实现更好的引领与传播效果。

(二) 议题聚焦:战时议题设置有效聚焦以争取国际支持和认同

高度重视扩大长征胜利的国际影响。长征是宣言书、宣传队、播种机,长征故事及长征精神具有重要的外宣功能。1936年毛泽东和杨尚昆联名征稿,旨在动员红军将士讲述长征中的战斗经历和奇闻轶事,并于1942年组编印制出《红军长征记》。埃德加·斯诺也对长征做过专题介绍,使“毛泽东和中国共产党孤胆英雄的形象在英语读者当中深入人心”^①,让国际社会看到不可战胜且拥有坚定理想信念的中国共产党和中国工农红军。

聚焦于“两条战线联动”的统战政策宣传。毛泽东通过各类媒介号召结成最广泛的抗日民族统一战线,预见全球性反法西斯斗争对抗战所具有的潜在价值^②,把中国人民抗日战争与世界人民求解放斗争相联结,希望“能在英语各国间唤起若干的同情,为了中国的利益,也为了世界利益”^③。此外,毛泽东开始将关注国际事务作为其日常工作的一部分。如倡导成立时事问题研究会,进行国际问题研究并有计划地向海外供给适当素材。

聚焦于全面宣介中国共产党的政策主张及实施状况。冈瑟·斯坦因指出:“在国民党的封锁线后面发现这样一个热烈的新社会,简直使我目瞪口呆。”^④1938年,毛泽东向世界学联代表团介绍边区抗日根据地的性质。1947年,董必武通过国际场合编写散发《中国解放区实录》英文资料等展开宣介。随着全面内战的爆发,中共对敌宣传聚焦揭发内战真相、遏止美国对中国的渗透。宣传重点是“以斗争求团结,做到有理有利有节”方针,强调在和平、民主、团结基础上实现全国统一等主张。

(三) 话语鲜活:巧用生动鲜活的外宣话语与修辞寻求认知共情

生动活泼、表现实际、为受众喜闻乐见的话语风格,是延安时期毛泽东对外宣传思想的基本出发点之一。如毛泽东运用“射箭要看靶子,弹琴要看听众”等,揭示党八股的危害性。同时,依托民族革命典型等,将革命乐观主义等精神寓于鲜活的外宣话语表达中。以上经验带来的“生动鲜活、引人入胜”的话语新风及“理从事出、借典助理”的文风,同样适用于延安时期的对外宣传。如1946年《解放日报》刊发《介绍新华社英文广播》一文,提出英文广播内容及话语“要生动活泼、富于趣味性,对人物地点事物的历史、背景、风俗、人情、特色加以解释与介绍”等要求^⑤,坚持内外有别以推出更多喜闻乐见的作品,提升国际受众对我党外宣话语的接受和共情。

积极运用政治修辞并做好话语转换,提高海外对中国共产党的政策理解度。面对文化异质的海外受众对中共抗战政策、政治前景及国共关系一知半解的情况,毛泽东通过灵活的话语技巧,将意味较浓的政治话语巧妙转换变通。如1938年,他用“水桶和水”做喻,向美国军官卡尔逊深入浅出地分析中国抗战形势。全面内战爆发以后,毛泽东在接受记者安娜·路易斯·斯特朗采访时,提出“一切反动派都是纸老虎”的著名论断。由于英语中没有纸老虎这个组合词,译者用 Scarecrow(稻草人)来代替,毛泽东得知后将此翻译纠正为“Paper-Tiger”。毛泽东紧抓人民语境激发社会大众革命的潜能^⑥,也使英文组合词 Paper-Tiger 随着这一著名论断在海内外广泛传播。

(四) 传者多元:通过“窑洞外交”巧借社会各界力量进行外宣

毛泽东通过“窑洞外交”动员多元传播力量(见表1),指出对外宣传“要靠大家来办,靠全体人民群众来办,靠全党来办,而不能只靠少数人关起门来办”^⑦。

①阿兰·鲁林:《毛泽东:雄关漫道(上卷)》,毕笑译,中国人民大学出版社2014年版,第276页。

②罗斯·特里尔:《毛泽东传(插图本)》,何宇光等译,中国人民大学出版社2010年版,第192页。

③《毛泽东文集(第2卷)》,人民出版社1993年版,第146页。

④冈瑟·斯坦因:《远东民主的种子》,《解放日报》1945年6月4日。

⑤“新华社对外新闻传播历史溯源研究”课题组:《新中国成立前新华社的对外新闻传播和历史贡献》,《中国记者》2022年第9期。

⑥陈佳怡,张涛甫:《“以人民为中心”的意义生成:延安时期马克思主义新闻观的实践逻辑》,《新闻大学》2023年第8期。

⑦中央文献研究室,新华通讯社:《毛泽东新闻工作文选》,新华出版社2014年版,第189页。

表1 延安时期对我党外宣事业做出重要贡献的国际友人

类别	到访者姓名	初访时间	到访者身份	备注
新闻记者	埃德加·斯诺 (Edgar Snow)	1936.07	《纽约日报》等驻华记者	首位采访红色延安的西方记者,著有《西行漫记》等
	艾格尼丝·史莱特沫 (Agnes Smedley)	1937.01	《法兰克福日报》特派记者	著有《中国在反击:一位跟随八路军的美国女性》《中国的战歌》等
	霍尔多·汉森 (Haldore Hanson)	1938.03	美联社记者	第一个向全世界报道《论持久战》主要观点的西方记者,著有《中国抗战纪事》
	瓦尔特·博斯哈德 (Walter Bosshard)	1938.04	《新苏黎世报》等记者	首位采访毛泽东的欧洲记者;报纸《在共产主义中国》;黑白无声纪录片《通往延安之旅》
	罗曼·卡尔曼 (Roman Karman)	1938.10	苏联《消息报》记者兼摄影师	纪录片《中国在战斗》与《在中国》;影像集《在华一年——苏联电影记者笔记(1938—1939)》
	哈里森·福尔曼 (Harrison Forman)	1943.06	英国《泰晤士报》记者	著有《来自红色中国的报告》(《北行漫记》);画册《西行漫影》
	伊斯雷尔·爱泼斯坦 (Israel Epstein)	1944.05	美国合众社记者;中外记者西北参观团成员	著有《人民之战》《中国未完成的革命》等
	冈瑟·斯坦因 (Gunter Stein)	1944.05	中外记者西北参观团成员	著有《8 600 万人民随着他的道路前进》《红色中国的挑战》等;报纸《远东民主的种子》
专家学者	安娜·路易斯·斯特朗 (Anna L.Strong)	1946.08	美国记者	著有《中国人征服中国》等长篇报告文学;《中国的黎明》首次在世界上传播了毛泽东关于“帝国主义和一切反动派都是纸老虎”的论断
	马海德 (Shafick G.Hatem)	1936.06	美国医学博士	最早进入陕甘宁边区的外国医生;中共中央外事组顾问;帮助新华社创立了英文部
	托马斯·阿瑟·比森 (Thomas A.Bisson)	1937.06	美国籍亚洲研究专家	《1937 年的延安——同中共领导人的几次谈话》介绍了中国共产党建立抗日民族统一战线的主张
	原清子 (原清志)	1941	日语广播员	在延安的日语播音员,中国对外广播第一人
	迈克尔·林赛(林迈可) (Michael Lindsay)	1944.05	燕京大学教授	在延安架设大功率无线电台;培养红军无线电操作员
共产国际及各 国共产党代表	西德尼·李敦白 (Sidney Rittenberg)	1946.09	美国学者	编写新华社英文广播稿;向美国发出的电讯稿被几十家美国报刊、电台录用
	武元博 (洪水)	1936.06	越南籍将领,中国人民解放军少将	曾在晋察冀边区任《抗敌报》第一任社长
	野坂参三 (のさかさんぞう)	1940.04	日本共产党中央委员会前名誉主席	曾以笔名进行抗日救亡的宣传;创立在华日本共产主义者同盟、日本人民解放联盟
军方官员	彼得·弗拉基米洛夫 (孙平)	1942.05	共产国际代表,塔斯社随军记者	著有《延安日记》等
	埃文斯·福代斯·卡尔逊 (Evans F.Carlson)	1938.04	美国驻华使馆海军参赞,罗斯福总统密使	第一个访问延安的美国官员;著有《中国的双星》等
	戴维·包瑞德 (David D.Barrett)	1944.07	美军观察组组长	将大量军事政治报道上报中缅印战区美军司令部和美国国务院

(资料来源:中共延安市委党史研究室官网、陕甘宁边区红色记忆多媒体资源库及作者本人整理。因篇幅限制,仅选取了部分极具代表性人物,按首次访延时间排序)

第一,巧借他者力量,向国际社会塑造中国共产党正面及善治的国际形象。毛泽东愿意花数小时用实事求是、言简意赅的术语与素未谋面的外国人交谈^①,鼓励他们通过著书立说、新闻投稿及政策报送

^①矶野富士子:《蒋介石的美国顾问——欧文·拉铁摩尔回忆录》,吴心伯译,复旦大学出版社 1996 年版,第 53 页。

等做人民代言人,如实客观宣介中国共产党。如斯诺深感于中国共产党和人民群众不可征服的精神,以客观立场、极大激情和热爱,出版中英文版纪实著作《红星照耀中国(西行漫记)》,引发红色中国报道热潮并在国际舆论界产生巨大影响。1944年,美军观察团成员在延安考察并陆续写成军事政治报道上报,使美国政府对华政策产生一定积极影响,此类斡旋也有助于改善中共在国际上的形象。

第二,部分国际友好人士和侨胞在海外开展救亡宣传和争取援华方面发挥了重要作用。毛泽东提出“保护华侨利益,扶助回国的华侨”政策,设立海外工作委员会、延安华侨救国联合会等侨务机构,鼓励侨胞和国际友人宣传中国抗战。1940年,爱国侨领陈嘉庚在海外华侨欢迎会上疾呼中国的希望在延安,并报告自己在延安的见闻。此外,华侨抗战救国统一组织等侨务团体创办了《纽约新报》《星洲日报》等具有国际影响力的报刊,纽约华侨衣馆联合会等还在海外散发抗日传单和小册子数十万份,有力推动了我党政策的国际宣传。

(五) 渠道丰富:建立专业化阵地与打破单一化困囿“立破并举”

建立专业化外宣阵地以整合零散化资源,把握对外宣传的话语权和舆论斗争的主动权。1939年,根据机构调整和战时形势变化,毛泽东指示各地方党组织建立外宣机关开展工作。如国际宣传委员会通过座谈会与在华外国人探讨中共外宣问题。再如创办国际报道社,不定期向外国发送外文刊物宣传我党事迹。1944年,毛泽东提出“欢迎盟国通讯社或其政府新闻处在延安设立分社,或派遣特约通讯员及记者来延,并给以各地访问之便利”^①。抗战胜利后,新华社在欧洲及亚太地区筹建分社,扩大新闻稿的国际传播力。在坚持独立自主外交方针基础上加强了传播力度与国际合作,对外宣传体系也逐步走向专业化、规范化。

打破单一化的信息对外传播困囿,运用好各种传播媒介尽可能地向海外广泛传播我党的政策主张(见表2)。一是毛泽东认为报刊“能使党的纲领路线,方针政策,工作任务和工作方法,最迅速最广泛地同群众见面”^②。如《救国时报》《中国通讯》《晋察冀杂志》等,都是中共外宣的重要窗口。二是毛泽东支持《论持久战》等英译版著作出版,“因为伟大的中国抗战,不但是中国的事,东方的事,也是世界的事”^③,帮助世界人民更全面客观地了解中国的抗日战争、解放战争。三是推动外语广播等其他外宣渠道建设。如1944年8月,新华社英文广播部成立,尽管早期信号较弱,传播广度有限,但美国西部等地仍能收到并发布相关英文电讯,是外宣的关键渠道。

表 2 延安时期中国共产党主要对外传播媒介

类目	名称	时间	刊期	负责机构	备注
报纸 刊物	《救国时报》	1935.12	周刊 (后改为五日刊)	中共中央驻共产国际代表团机关报	在巴黎创刊,发行43个国家,是当时中共海外报刊中最具代表性的一份
	《新中华报》	1937.01	三日刊	陕甘宁边区政府、中共中央机关报	宣介党的统战策略和边区抗日实录;揭露国民党顽固派的投降反共阴谋
	《译丛周刊》 (The Translation)	1939	周刊	上海译丛周报社	发表中英双语版时政文章;第42期发表《论持久战》(How China Can Win)中英文版
	《中国通讯》	1941.03	月刊	中共中央宣传部下设的国际宣传委员会	英、法、俄三种文字向海外宣介,是中共在根据地出版的第一个外文宣传刊物
	《解放日报》	1941.05	日报	中共中央机关报、中央西北局机关报(1942年9月始)	中共领导的抗日根据地出版的第一个大型日报,宣介党在不同时期的政治任务及方针政策
	《晋察冀画报》	1942.05	不定期	晋察冀军区政治部	中共领导的抗日根据地第一份以刊登照片为主的综合性画报
	《晋察冀杂志》	1943.05	不定期	晋察冀军区政治部	英文刊物,向海外报道晋察冀边区的抗战情况

①中央档案馆:《中共中央文件选集(第14册)》,中共中央党校出版社1992年版,第316页。

②中央文献研究室,新华通讯社:《毛泽东新闻工作文选》,新华出版社2014年版,第188页。

③《毛泽东文集(第2卷)》,人民出版社1993年版,第145页。

续表 2

类目	名称	时间	刊期	负责机构	备注
英文译著	《论持久战》	1938.11—	连载	《公正评论》	抗战时期《论持久战》有四种英译稿;杨刚将其英译稿编成单行本予以发行
	(Prolonged War)	1939.02		(Candid Comment)	
	日语口语广播	1941.12	-	延安新华广播电台	标志着中国人民对外广播事业的创立
外文广播	英文文字广播	1944.09	-	新华社英文广播部	将《解放日报》和记者电讯稿选编成英文广播稿
	英语新闻节目	1946.07	-	张家口新华广播电台	最早开办英语广播节目
	英语口语广播	1947.09	-	陕北新华广播电台	英文广播业务不断改进,规模不断扩大

(资料来源:中共中央党史和文献研究院官网、延安革命纪念馆及作者本人整理。因篇幅限制,仅选取了部分具有代表性的案例,按时间排序)

(六) 受众细分:根据对象的立场态度以适时分类调整宣传技巧

毛泽东指出,对外宣传“要看对象,就要想一想自己的文章、演说、谈话、写字是给什么人看、给什么人听的”^①,即根据对象特点适时调整外宣策略。

针对国际上保持中立或支持立场的中国人民之友,全面真实地宣介沟通。如毛泽东在同中外记者西北参观团等谈话时,直言不讳地剖析国共关系、战时形势及根据地民主问题。同时,我党借此类双向沟通了解海外人士对中国局势的看法以及优化外宣策略的有效建议,获得了海外民众对中国人民的真正同情。

争取友好国家支持,扩大国际反法西斯统一战线。毛泽东指出:“我们至少期望各友好国家不要帮助日本帝国主义,至少采取中立的立场……至于奉行和平方针、无意于征服或剥削任何国家的苏联,自然是我们的好朋友。”^②尽管莫斯科领导层对中国革命设想经常转变^③,但在抗日战争爆发后,苏联《真理报》《消息报》和共产国际刊物《国际新闻通讯》,仍通过报道时评为中共提供舆论支持。

针对侵略势力及敌对势力,向世界有力宣传中共及全体人民的爱国情怀、民族气节和必胜信念。抗战时期,毛泽东指出:“将敌人一切残暴兽行的具体实例,向全国公布,向全世界控诉。”^④揭露日本军国主义严重罪行及非正义性,粉碎灭华宣传及欺骗谣言。解放战争时期,新华社英文广播及时对外报道人民解放军的胜利进程,如《人民军队收复十个陕北城市》《胡宗南在陕北的三十六师被歼灭》等稿件^⑤,以激活海内外抗敌卫国的精神与再接再厉的朝气。

四、延安时期毛泽东对外宣传思想的新时代观照

延安时期毛泽东对外宣传思想成熟发展立足于深厚的现实根基,多维度实践意涵彰显出强大思想伟力。立足新时代境遇,“对外宣传”逐步向“国际传播”概念转变,反映更深层次的战略调整^⑥。因此,要坚持习近平文化思想的指导,因势而谋、应势而动、顺势而为统筹规划我国国际传播工作,实现新时代对延安时期毛泽东对外宣传思想的创造性转化和创新性发展,加强国际传播能力建设。

(一) 原则坚持:坚持党的全面领导,加强国际传播的顶层设计

延安时期的历史经验表明,尽管“自塑”与“他塑”博弈影响着我党国际形象的塑造,但坚持党性原则,坚持中国共产党的正确领导,是以毛泽东同志为代表的中国共产党人成功开展外宣工作的根本保证。新时代,要充分发挥党把方向、谋大局的政治优势,明确复杂环境下国际传播的政治导向、群众导向、价值导向、规律导向,增强国际传播顶层设计的现实针对性和实践持续性,为有效开展国际舆论引导

①中央文献研究室,新华通讯社:《毛泽东新闻工作文选》,新华出版社2014年版,第98页。

②《毛泽东文集(第1卷)》,人民出版社1993年版,第391页。

③亚历山大·潘佐夫:《毛泽东传(插图本)》,卿文辉等译,中国人民大学出版社2015年版,第404页。

④中央文献研究室,新华通讯社:《毛泽东新闻工作文选》,新华出版社2014年版,第48页。

⑤“新华社对外新闻传播历史溯源研究”课题组:《新中国成立前新华社的对外新闻传播和历史贡献》,《中国记者》2022年第9期。

⑥丁柏铨:《对外宣传·对外传播·国际传播——中国共产党舆论思想中一个方面的重要内容》,《新闻春秋》2023年第1期。

和斗争提供根本遵循。同时,从多语种、多主体、多渠道、多平台、多业态等维度推进国际传播工作落实、落深、落细,帮助国外民众了解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^①,把党的执政成就转化为话语优势进而实现中国共产党国际形象的复合型建构。

(二) 题材延展:挖掘多维立体题材,提升内容品质与传播温度

延安时期的对外宣传主要围绕长征故事、统战政策、边区故事等议题展开,相对聚焦“硬性议题”传播策略,在战时取得良好的效果,为我党争取到更多国际支持。而在“两个大局”交汇的当下,须实现硬性议题向柔性、微观议题转向。第一,挖掘更多可亲可爱的素材及中国特色的文化符号,提升议题的品质表达与情感温度。如2021年“大象奇游记”引发国际媒体关注,北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”成为外国群众的热捧对象,这些成功展现了可信、可爱、可敬的中国形象。第二,既设置人类命运共同体等代表中国主流意识形态的宏观议题,也用微观叙事映照历史进程中独立个体命运以激发共鸣^②。如在YouTube上爆火的“李子柒”“滇西小哥”等博主,将中国故事以见微知著的生活化方式呈现,深受海外受众喜爱。

(三) 风格优化:亲民化的情感动员,用技术赋能话语表达创新

延安时期,毛泽东注意了解海外受众的话语习惯和信息需求,借助鲜明朴实的文风、生动活泼的语言、深入浅出的论述,有效推动政治话语的对外传播,更容易让世界人民看得懂听得明。新时代,国际传播仍须通过亲民生动的话语实现情感互动与情绪动员。如习近平总书记在众多国际场合,巧用东南亚的“水涨荷花高”、非洲的“独行快,众行远”、欧洲的“一棵树挡不住寒风”等典故和妙喻^③,拉近与海外受众的心理距离并激发情感共鸣。此外,根据叙事传输理论,多样化媒介的沉浸式叙事能增强受众的注意与情感响应,放大叙事效果。因此,AIGC为中国故事的多模态生成供给提供技术支撑,如国内首部多语种文生视频AI动画片《千秋诗颂》等,拓展了国际传播话语空间并激活传受之间共享表征。

(四) 主体再塑:塑造多元传播生态,助力中国故事在地化传播

发挥来延安的记者群、国际友人和海外侨胞等多元主体的对外宣传力量,是延安时期毛泽东带领中国共产党人在极端困难的情况下开展对外宣传工作的成功经验之一。新时代,我国国际传播主体更趋多元,除了官方主流媒体外,“我是郭杰瑞”“阿福 Thomas”等头部“洋网红”凭借其民间身份和跨国背景,天然扮演起“他者叙事”角色。其作为行走的符号代言和流动的叙事载体,正利用海内外社交媒体以真实、立体、精准的跨文化视角,向世界讲述中国故事。此外,全球范围内关心祖(籍)国发展的华侨华人,依然具备公共外交与国际传播的鲜明特征与时代责任,正通过中餐、中医、中国传统节庆等载体,实现自我与他者文化的在地化调适,使得海外受众直观感受到中华优秀传统文化的符号魅力。

(五) 阵地耦合:重视运用间性思维,促进智能传播平台间联动

延安时期,毛泽东带领全党利用外文报刊、外文译著、多语种广播等传播渠道开展对外传播,在战时一定程度上突破了信息封锁与传播壁垒,将我党的声音传播至全球。新时代,智能环境形成万物皆媒的媒介景观,国际传播渠道更多地转移到智能平台。因此,要运用间性思维(即联系思维)促进各种平台渠道交织互联,尽力提升我国国际话语权。既要发挥海外社交媒体账号集群优势,用成熟平台使优质国际传播内容“借船出海”,如《人民日报》海外社交媒体矩阵在传播模块和风格各有联系与侧重,利用Twitter和Facebook等平台的不同特点进行定制化传播,又要联合研究院、传播机构、高校等多方资源合作共建,打造人工智能技术引领下新型专精、自主可控、有影响力的国际传播平台“造船远航”。

(六) 受众精准:分层分类分群传播,增强精准与共情传播效能

毛泽东指出对外宣传不能作“留声机”,要避免机械的生吞活剥式的误区与倾向。延安时期,毛泽东针对国际友人和敌对侵略势力等的不同特点,有的放矢地采取不同传播策略,取得一定实效。新时代,要由

①习近平:《加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国》,《人民日报》2021年6月2日。

②陈积银,陈靖怡:《以西方视角驳斥西方观点:约翰·皮尔格作品的叙事策略及其国际传播启示》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2021年第11期。

③习近平:《迈向命运共同体 开创亚洲新未来——在博鳌亚洲论坛2015年年会上的主旨演讲》,《人民日报》2015年3月29日。

相对粗放传播向精准国际传播迈进,即采用贴近不同区域、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^①。全球化表达即创设具有共建共享、世界意义和人类价值的全球性议题,为世界贡献中国智慧、中国方案。区域化表达即在多元场域有针对性地传播中国特色,兼顾传播内容差异性和核心观点讯息一致性^②。分众化表达以精准用户画像为抓手,最大限度满足受众分层、分类、分群传播需求,有效推进中国故事和中国声音的精准国际传播。

结语

回溯历史发现,延安时期毛泽东对外宣传思想的成熟发展,彰显出真理力量的实践伟力,展现并振奋起中国共产党积极主动向世界讲述“延安故事”和“红色中国”故事的精气神。当前,面对国际传播新形势新任务,须从延安时期毛泽东对外宣传思想和实践中总结经验、观照现实,以习近平文化思想为指导加强国际传播理论与能力建设,着力提高国际传播影响力、中华文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力,构建更有效力的国际传播体系,以应对好世界之变、时代之变、历史之变。

The Generating Logic, Practical Connotation and Times Observation of Mao Zedong's Thought on External Communication During the Yan'an Period

CHEN Jiyin^{1,2} & LIU Jiaxuan¹

(1. School of Marxism Studies, Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710049, China;

2. School of Journalism and New Media, Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710049, China)

Abstract: Mao Zedong's thought on external communication during the Yan'an period is a scientific inheritance of the communication thought of the classic Marxist writers, a realistic reflection of the in-depth study of the current situation and the struggle for public opinion support, a refinement and sublimation of the CPC's early experience in press and communication, and a subjective reflection of Mao Zedong's personal character and his communication practice. The practical connotations of Mao Zedong thought on external communication are as follows: adhering to the principle of Party spirit to promote the revolutionary cause, focusing on issues to gain international recognition, seeking cognitive empathy by utilizing expressive rhetoric, leveraging on diversified communicators through kiln diplomacy, enriching the construction of channels through the implementation of the "establishment and breakthrough" approach, and adjusting the strategy of external propaganda in accordance with the standpoint of the audience. With history reflecting reality and looking into the future, Mao Zedong's thought on external communication during the Yan'an period is of great value for strengthening the construction of international communication in the new era.

Key words: Yan'an period; Mao Zedong; external communication; Xi Jinping Thought on the Culture; international communication efficiency

(责任校对 唐尧)

①习近平:《加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国》,《人民日报》2021年6月2日。

②崔灿,钟新:《精准国际传播的内涵与实践策略》,《对外传播》2022年第7期。