中国共产党形象国际传播的动力探赜

张步中[1]　覃伟津[2]

（华南理工大学 1.新闻与传播学院；2.马克思主义学院，广东 广州　510641）

[摘 要]中国共产党形象国际传播的动力，是一个涵盖政治领导力、思想引领力、群众组织力、社会号召力、国家代表力、政府公信力、社会驱动力、人才凝聚力、制度约束力和科技辅助力等多重要素的系统工程，这些要素整体上可划分为主导型、参与型和保障型三大动力类型。这些动力类型的协调运转，主要通过外力汇聚输入型、动力整合输出型以及动力输出反馈型三种模式驱动。外力汇聚输入型驱动模式，是在中国共产党形象国际传播系统外部汇聚输入的各类动力要素所形成的一种驱动模式，主要包括参与型动力和保障型动力。动力整合输出型驱动模式，是在中国共产党形象国际传播系统中对各种动力要素进行处理和转化的一种驱动模式，主要包括内生动力协同、外生动力吸收、内外动力整合输出三个方面。动力输出反馈型驱动模式，是在中国共产党形象国际传播系统的动力输出环节对动力系统进行科学评估以促进系统灵活运作的一种驱动模式，主要包括动力输出过程和结果的反馈。基于此，推动中国共产党形象国际传播系统的整合优化，既要在动力输入层面设置“红绿灯”和化阻力为动力，也要在动力输出层面注重系统方法嵌入和动力衔接转化，还要在动力输出反馈层面做好信息反馈和考核评估，进而全面提升中国共产党形象国际传播效能。

[关键词]中国共产党形象　国际传播　动力要素　动力运行　动力优化

[中图分类号] B27　　**[文献标识码]** A　　**[文章编号]**2096-983X（2025）01-0015-11

习近平总书记在党的二十大报告中指出，中国共产党是“世界上最大的马克思主义执政党”，[1]“大”的样子是中国共产党展现给国际社会的形象，这里的“大”不仅指存续时间、成员数量、组织规模等量上的规定性，更是指性质宗旨、价值理念、精神风貌等质上的规定性。然而，长期以来，在“西强我弱”的国际舆论格局下，国际社会对中国共产党的形象一直缺乏客观公正的认知，国际舞台上的“中国共产党形象”也不是由中国共产党“自塑”的，而是主要由西方的中国问题专家、媒体机构和政党政要“他塑”的，我们“在国际上的声音还比较小，还处于有理说不出、说了传不开的境地”[2]。百年大变局下，在西方国家仍然掌控着国际传播的话语优势背景下，如何加快国际传播能力建设，掌握国际话语主动权，讲好中国共产党带领人民推进中国式现代化的故事，让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入，向世界展现一个“真实、立体、全面”[3]的中国共产党形象，已成为新时代的重大课题。

目前，国内学界对中国共产党形象国际传播的研究主要呈现在以下两个方面。一方面是

收稿日期：2024-05-30；**修回日期：**2024-10-31

作者简介：张步中，教授，博士研究生导师，主要从事国际传播研究；覃伟津，博士研究生，主要从事马克思主义中国化研究。

印刷：深圳社会科学2025年第1期总第39期.indd 15　　2025/1/2 14:34:19

中国共产党形象国际传播的分散性研究，分别聚焦于概念界定、时代背景、现实境遇、认同机制、传播效果、传播策略以及价值意蕴等维度。另一方面是中国共产党形象国际传播的整体性研究，分别聚焦于百年变迁、逻辑理路和推进策略等维度。这些学术成果为我们继续研究和阐释中国共产党形象的国际传播提供了强有力的学理支撑。但相关研究仍然有进一步拓展的空间，对中国共产党形象国际传播的内在机理的研究还有待进一步深化，尤其是对于中国共产党形象国际传播的动力机制分析，学界的关注度还不够。实际上，中国共产党形象的国际传播有其内在的发展动力，需要对其内在动力进行深入挖掘与系统建构。本文在已有研究的基础上，对中国共产党形象国际传播的动力要素进行了系统梳理，由此建构了中国共产党形象国际传播的动力运行模式，进而基于实践发展提出的现实课题对中国共产党形象国际传播的动力系统进行了整合优化，以期为新的赶考路上中国共产党形象的国际传播提供有价值的借鉴。

一、中国共产党形象国际传播的动力要素来源

在现代汉语词典中，动力有两种含义，一是使机械做功的各种作用力，如水力、风力、电力等；二是比喻推动工作、事业等前进和发展的力量，如人民是创造世界历史的动力。[4]中国共产党形象国际传播的动力更偏向于第二种含义，即各种力量的来源。这种力量来源广泛，既有主导型动力，也有参与型动力，还有保障型动力，这些动力要素内容丰富、形式多样、相互促进，构成一个完整的动力系统，共同作用于中国共产党形象的国际传播，不断提高党的形象国际传播的针对性、科学性和有效性。

（一）中国共产党形象国际传播的主导型动力

所谓主导型动力，即在中国共产党形象国际传播中起政党主导作用的各类动力要素。中国共产党作为执政党和领导党的双重政治身份决定了这些力量要素应重点涵盖政治领导力、思想引领力、群众组织力和社会号召力。

首先，政治领导力是中国共产党形象国际传播的首要前提。“党政军民学，东西南北中，党是领导一切的”。[5]党的领导核心作用决定了对自身形象国际传播工作的领导首先表现在政治领导力上，这是党区别于其他政党的独特政治优势。这种政治领导力具体体现为党对自身形象国际传播在政治立场、政治方向、政治原则、政治决策、政治力量等方面的引领与调控，彰显的是党把方向、谋大局、定政策、促改革的政治能力和水平。

其次，思想引领力是中国共产党形象国际传播的基本保证。思想是行动的先导，“没有革命的理论，就不会有革命的运动”[6]。只有思想的高度自觉，才能引领行动自觉。马克思曾在《〈黑格尔法哲学批判〉导言》中指出：“理论一经掌握群众，也会变成物质力量。”[7]理论掌握群众的过程，也就是理论传播、教育、武装和引领群众的过程。从这个意义上看，中国共产党对自身形象国际传播的思想引领力，在很大程度上取决于党创造新思想、传播新思想、转化新思想的广度、深度和力度。党的思想创新力、传播力、转化力越强，党对自身形象国际传播的思想引领力也就越强。因此，善于运用党的理论武装广大党员和群众，以党的理论引领党的形象国际传播，是马克思主义政党的重要领导艺术。

再次，群众组织力是中国共产党形象国际传播的内在要求。“人民是我们党执政的最大底气”，[8]也是中国共产党力量的重要源泉。从这种意义上说，一部中国共产党形象国际传播的历史，就是一部相信人民群众、依靠人民群众、动员人民群众、组织人民群众开创传播伟业的历史。这种群众组织力是中国共产党之所以能进行形象国际传播的奥秘所在，必须长期坚持、不断提升党团结群众、发动群众、组织群众的能力和水平，进一步激发蕴藏在群众中的强大力量，为党的形象国际传播提供源源不断的

印刷：深圳社会科学2025年第1期总第39期.indd 16　2025/1/2 14:34:19

人民力量。

最后，社会号召力是中国共产党形象国际传播的精神动力。人无精神动力则不立，党无精神动力则不强。中国共产党是世界上最强大的政党，这个大的样子突出表现为在进行党的形象国际传播工作中要有强大的社会号召力，这是检验一个政党是否具有社会影响力、社会感召力、社会形象力的重要指标，也是检验社会成员对政党是否产生向心力、认同力、凝聚力的试金石。概言之，保持强大的社会号召力对增强党的形象国际传播能力具有十分重要的意义，具有不可或缺性，必须高度重视。

综上，政治领导力、思想引领力、群众组织力及社会号召力构成中国共产党形象国际传播的主导型动力，其中政治领导力体现的是党的政治领导，思想引领力体现的是党的思想领导，群众组织力体现的是党的组织领导，社会号召力体现的是党的社会领导，它们各有侧重、相互关联、同频共振，共同为党的形象国际传播提供源源不断的内在动力。

（二）中国共产党形象国际传播的参与型动力

所谓参与型动力，即中国共产党形象的国际传播所必需的各类外在动力要素。中国共产党形象的国际传播是一项系统工程，这个系统的有效运转离不开系统外部力量的参与，以此提供源源不断的外力支撑。从中国共产党形象国际传播系统外部来看，这种参与型动力最为关键的就是国家代表力、政府公信力和社会驱动力。

首先，国家代表力是从国家层面为中国共产党形象的国际传播提供动力来源的一种方式。这种方式使得政党的形象嵌入到国家形象中，即可以通过国家形象的国际传播带动政党形象的国际传播，其背后的逻辑是“以国代党”，主要通过国家形象国际传播的代表力来达到中国共产党形象国际传播的效果。[9]由于国际社会交往多以国家为单位，凸显的是国家形象，淡化的是政党形象。因而，国家代表力最为重要的就是在国际社会交往中重点突出中国共产党领导国家发展的核心作用，注重讲好中国共产党领导中国创造经济快速发展和社会长期稳定两大奇迹的故事，注重讲好中国共产党领导中国人民成功走出中国式现代化道路、创造人类文明新形态的故事，以此在突出中国形象的同时亦能凸显中国共产党的形象。

其次，政府公信力是从政府层面为中国共产党形象的国际传播提供动力来源的一种方式。在中国的政治体系中，中国共产党与政府是两个不同的系统，一方面相互独立，党政分开；另一方面相互依赖，党政平衡。这种平衡是指两种政治力量在价值理念、性质宗旨、奋斗目标上达到良性互动，使得中国共产党具有政府性，政府亦具有政党性。也就是说，中国共产党与政府之间的关系不是单向的，而是双向的，即中国共产党可以领导和影响政府，政府亦可以回应和影响中国共产党。从这个意义上看，政府实际上可以成为中国共产党形象国际传播的代言人和执行者，即一定程度上国外公众对中国共产党形象的认知与评价，可以通过对政府形象的认知和评价来完成。这种政府形象的认知与评价最主要来自政府的公信力，包括国外公众对政府的知晓度、美誉度、满意度和信任度等等。概言之，政府的公信力越高，国际社会对中国共产党形象的认知与评价就越好。

最后，社会驱动力是从社会层面为中国共产党形象的国际传播提供动力来源的一种方式。中国共产党是自身形象国际传播的核心主体，但不是唯一主体。人民是历史的创造者及中国共产党始终团结一切可以团结的力量，不断巩固和发展最广泛的统一战线，决定了中国共产党形象的国际传播离不开社会层面的力量参与。这种力量来源广泛，包括了关注党的活动、阐释党的行为、宣传党的形象的外国政党政要、国际组织、社交媒体、专家学者、社会团体等等。这些社会参与力以正面的效应参与到中国共产党形象的国际传播中，构成中国共产党形象国际传播的强大外部推动力，其在中国共产党形象的国际传播中发挥着不可忽视的积

印刷：深圳社会科学2025年第1期总第39期.indd 17 2025/1/2 14:34:19

极作用。对社会参与力的团结巩固、有效整合和科学利用，能够建立中国共产党核心主体同社会层面参与主体之间的动力协调机制，从而为中国共产党形象的国际传播提供坚实的社会力量支撑。

综上，政党、国家、政府、社会分属不同的系统，有明显的界限，但又具有系统边界的开放性，彼此联系、协同互动。因此，全面提升中国共产党形象国际传播效能要正确处理好四者之间的关系，使四者各安其位、各得其所、相互促进、同频共振。

（三）中国共产党形象国际传播的保障型动力

中国共产党形象的国际传播需要主导型动力的供给，也需要参与型动力的输入，更需要保障型动力的支撑。所谓保障型动力，即为中国共产党形象的国际传播提供坚强保障的各类动力要素。这类保障型动力主要包括人才凝聚力、制度约束力和科技辅助力。

首先，人才凝聚力是中国共产党形象国际传播的重要保障。相对其他资源而言，人才作为第一资源引领带动其他资源最有效地实现资源的合理配置，发挥着根本性、决定性和全局性作用。党的二十大报告明确指出，“人才是全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑”，[10]这就从基础性、战略性的高度将人才摆在更加突出的位置，强调要汇聚天下英才，凝聚人才力量，聚集起一支强大的人才大军。推动中国共产党形象的国际传播，也关键在人才，这是衡量一个政党形象国际传播工作好坏的重要指标。尤其在当前的国际舆论格局中，西方话语仍居强势地位，我国对外传播有理说不出、说了传不开、传开叫不响的问题依然存在。如果没有强大的人才队伍作为坚强后盾，中国共产党形象的国际传播就是无源之水、无本之木。从这个意义上看，善于把国际国内两种人才资源集聚到党的形象国际传播中来，是保障党的形象国际传播的根本之举。

其次，制度约束力是中国共产党形象国际传播的有力保证。习近平指出：“制度是关系党和国家事业发展的根本性、全局性、稳定性、长期性问题。”[11]中国特色社会主义制度内在具有的强大生命力和巨大优越性，对党和国家事业的发展起着至关重要的作用。对于中国共产党形象的国际传播而言，传播的前、中、后都离不开制度的约束力。这种制度的约束力内容丰富、涉及面广，最主要包括党内法规和国家法律两个方面。从党内法规上看，主要包括《中国共产党纪律处分条例》《中国共产党宣传工作条例》《关于建立党委新闻发言人制度的意见》等；从国家法律上看，主要包括《中国新闻工作者职业道德准则》《报纸期刊质量管理规定》《新闻出版保密规定》等。党内法规和国家法律两方面的有效衔接、相辅相成、相向而行，必将为中国共产党形象的国际传播提供坚强有力的制度保证。

最后，科技辅助力是中国共产党形象国际传播的物质条件。随着5G、大数据、云计算、人工智能等技术的发展，智能全媒体的影响越来越大，开始出现“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，信息无处不在、无所不及、无人不用”。[12]这种全媒体时代的到来，给中国共产党形象的国际传播带来了技术保障，助推中国共产党形象国际传播的格局和方式发生根本转变，使得中国共产党形象的国际传播拥有更为成熟先进的媒介技术，更为丰富多元的国际传播渠道，更为方便快捷的信息互换平台。因此，中国共产党形象的国际传播要抓住信息化社会带来的技术赋能，把握好国际传播发展的移动化、社交化、可视化趋势，加快构建融为一体、合而为一的中国共产党形象国际传播格局，不断提升中国共产党形象国际传播效能，让更多国外受众了解中国共产党、关注中国共产党、认同中国共产党。

综上，人才凝聚力、制度约束力、科技辅助力构成中国共产党形象国际传播的保障型动力，这种动力类型是对主导型动力和参与型动力的有效补充和有力保障，能够有效激活中国共产党形象国际传播的主导型动力和参与型动

印刷：深圳社会科学2025年第1期总第39期.indd 18　2025/1/2 14:34:19

力，确保主导型动力持久发力，促使参与型动力有效转化，实现主导动力与参与动力、内生动力与外生动力的联动集成，共同提升中国共产党形象国际传播效能。

二、中国共产党形象国际传播的动力运行模式

主导型、参与型和保障型三大动力类型为中国共产党形象的国际传播提供全方位、多层次、立体化的力量支撑。然而，这些动力要素的挖掘与归纳还处于初级阶段，更为重要的是如何发挥这些动力要素的整体性优势，以动力的整体合力不断提升中国共产党形象国际传播的有效性，这是值得深入探索的更高阶段。系统论为这种动力的整合提供了方法指导。系统论认为，“任何物质都是一个系统，都是以系统的形式存在着和发展着。离开系统的物质是不存在的”，[13]并且任何一个系统都具有整体性、层次性、开放性、稳定性等基本特征。由系统论可知，中国共产党形象国际传播也构成一个系统，从系统的整体性上看，其三大动力类型可以分为主导型、参与型、保障型三大子系统，这些子系统相互独立又彼此开放，在进行系统内外物质、能量、信息的交流交换中构成了三大动力系统的运行模式，可以将其归纳为外力汇聚输入型、动力整合输出型和动力输出反馈型三种驱动模式。

（一）外力汇聚输入型驱动模式

所谓外力汇聚输入型驱动模式，是指以中国共产党形象国际传播为系统主体，在系统外部汇聚输入的各类动力要素所形成的一种驱动模式。这种驱动模式多以输入外生动力为主，这些外生动力来源广泛，主要包括参与型动力和保障型动力。

一方面，由国家代表力、政府公信力和社会驱动力所构成的参与型动力是这种驱动模式的主要方面。在该运行模式中，作为关键主体的国家、政府和社会三位一体向中国共产党形象国际传播系统源源不断地输入参与力。在国家层面，通过举办庆祝改革开放40周年大会，积极传播中国共产党为国家谋富强、为民族谋复兴的光辉形象；通过举办庆祝中华人民共和国成立70周年大会，增强“没有共产党，就没有新中国。办好中国的事情，关键在党”的国际共识。在政府层面，历届政府工作报告都会重点突出中国共产党的坚强领导，政府间的国际会晤也会积极传播中国共产党为人民谋幸福、为世界谋大同的责任担当。在社会层面，公民个体通过国际社交媒体讲述中国共产党带领中国人民摆脱绝对贫困、全面建成小康社会的故事，展现中国共产党的为民形象；国际国内的专家学者、政党政要、科研机构等通过探讨“百年大党为什么能”“百年大党如何领导中国人民成功走出中国式现代化道路”来传播中国共产党的执政形象。这三个方面的动力要素看似分属不同的主体，实则各有侧重，都是中国共产党形象国际传播的关键外力支撑，形成了国家、政府、社会三位一体的外力汇聚输入型驱动模式。

另一方面，由人才凝聚力、制度约束力、科技辅助力所构成的保障型动力是这种驱动模式的重要方面。人才、制度、科技具有来源的广泛性，既来源于中国共产党形象国际传播系统的内部，也来源于中国共产党形象国际传播系统的外部。在外力汇聚输入型驱动模式中，这种人才、制度、科技主要来源于系统外部。这些系统外部的人才、制度、科技所构成的保障型动力能够对中国共产党形象的国际传播起到保驾护航的作用，比如传播型人才能为中国共产党形象的国际传播提供人才支撑，国家法律法规能为中国共产党形象的国际传播瞄定正确发展方向，全媒体时代能为中国共产党形象的国际传播搭建跨国全媒体传播体系等等。事实上，在该运行模式中，这些保障型动力主要通过参与型动力发挥作用。也就是说，保障型动力要与参与型动力相结合，赋予国家、政府、社会三大主体以人才（新闻采编人才、传播创新人才、传播管理人才）、制度（国家宪法、关于加快国际

传播的指导意见、关于深化国际传播体制改革的实施方案）和技术（5G、人工智能、云计算）支持，形成两大类型外生动力的汇聚。这种汇聚的关键在于国家、政府和社会三大主体要善于发现人才、引进人才、用好人才，做好制度建设、制度执行、制度维护，重视技术攻关、技术运用、技术转化，实现在动力汇聚运行上相互协同，以此合力供给中国共产党形象的国际传播，不断提高中国共产党形象传播的针对性、有效性和科学性。

（二）动力整合输出型驱动模式

所谓动力整合输出型驱动模式，是指在中国共产党形象国际传播系统中对各种内外动力要素进行系统吸收和科学处理，在促进各种动力要素互通互补、良性循环和协同发展中推动动力系统输出，以转化为中国共产党形象国际传播整体合力的一种驱动模式。这种驱动模式主要包含内生动力协同、外生动力吸收、内外动力整合输出三个方面内容。

首先，内生动力协同是这种驱动模式的首要前提。唯物辩证法尤其强调内因在事物变化发展中的决定性作用。中国共产党形象国际传播的效果集成，也离不开中国共产党这个关键的内因条件。从中国共产党形象国际传播系统上看，中国共产党位于核心主体地位，发挥着主导作用，推动自身形象的国际传播，首先党的各级领导干部、各条战线的普通党员、各级党组织、各级党媒机构等要以身作则、协调配合、共同推进。这一过程需要政党组织内部自上而下的统一指挥、统一部署，与自下而上的积极响应、创新探索相结合，尤其要在政治领导力、思想引领力、群众组织力、社会号召力所构成的主导型动力和人才凝聚力、制度约束力、科技辅助力所构成的系统内部的保障型动力要素上实现充分供给和有效协调。这些内生动力是不可或缺的强大力量，如果缺乏这些动力要素的有效供给和协同运作，中国共产党形象的国际传播就失去了核心动能。

其次，外生动力吸收是这种驱动模式的基本要求。中国共产党形象国际传播是一项系统工程，具有系统的开放性特征，这种开放性是系统得以生存发展的基本条件。系统论原理认为，系统都具有开放性，都与周围环境处于相互联系之中。一个系统如果不能与“外界环境进行物质、能量、信息交换”，[14]那么它既不能存在，也不能发展。由此可见，中国共产党形象国际传播作为一项系统工程，必然要在开放中才能实现自身发展。这种开放性突出表现在系统边界的开放，即系统能够吸收外来动力，并与外来动力进行动力的有机融合。就中国共产党形象国际传播系统而言，主要吸收两方面的外力：一是由国家代表力（国家型庆祝活动、国家型对外会议）、政府公信力（政府工作报告、政府间的国际会晤）、社会驱动力（国际国内的专家学者、政党政要、科研机构）构成的参与型动力；二是由人才凝聚力（新闻采编人才、传播创新人才）、制度约束力（国家宪法、国际传播体制改革方案）、科技辅助力（5G、人工智能、云计算）构成的系统外部保障型动力。这些外生动力的吸收能够提升系统内部动力的汇聚，提升动力的集中高效。因此，中国共产党形象的国际传播不能关起门来搞，要多吸收外在动力的供给，发挥外在动力的作用。

最后，内外动力整合输出是这种驱动模式的关键环节。内在动力的协同与外生动力的吸收是两个不同方面，该运行模式最为关键的是如何把二者有机融合，发挥合力输出作用。在这个过程中，要发挥系统动力整合平台的作用，一方面要对内外动力进行有机衔接和互通互补，比如把主导型动力（中国共产党）与参与型动力（国家、政府、社会）有机结合，构成四位一体的传播主体；把内外不同保障型动力（人才、制度、技术）有机结合，构成内外结合的传播保障机制，通过系统动力整合平台的有效衔接和科学整合，使得中国共产党形象国际传播的合驱力不断紧密。另一方面合驱力要转化和落实到中国共产党形象的国际传播中，形成二者相结合的衔接转化机制，不断提高合驱力的转化效

印刷：深圳社会科学2025年第1期总第39期.indd 20　2025/1/2 14:34:19

率和强化中国共产党形象国际传播的有效性，提升合驱力输出的精准性、有序性和科学性。

（三）动力输出反馈型驱动模式

所谓动力输出反馈型驱动模式，是指在中国共产党形象国际传播系统的动力输出环节，要对动力系统进行科学评估，及时查摆动力输出在协同发展、科学运行、动力转化、实际成效等方面的问题，并及时进行针对性重组与完善，促进系统灵活运作和健康发展的一种驱动模式。这种模式主要包括两个方面内容：一是动力输出过程的反馈。在中国共产党形象国际传播系统的动力输出过程中要确保系统运行的平稳性与协调性，这就要对动力运行过程中的实际状况进行科学监测与问题反馈，比如在传播主体上，是否按照问题导向与结果导向实现了主导型动力（中国共产党）与参与型动力（国家、政府、社会）的有机结合，这种结合度如何？在传播保障机制上，是否根据不同保障型动力（人才、制度、技术）的实际情况实现了有机结合，这种结合度如何？这些方面是否协调一致，将会直接影响到中国共产党形象国际传播系统各种动力要素输出的有效性。因此，在动力输出的过程中要进行实际状况的反馈，在反馈中对系统进行调整与优化，确保系统实现稳步运行，不断提升动力输出过程中的流畅性和有效性，由此为中国共产党形象国际传播提供更为全面、更为科学、更为高效的动力支撑。

二是动力输出结果的反馈。在中国共产党形象国际传播系统的动力输出层面还存在一个与输出对象相互结合并产生良好结果的过程，这个过程是评判输出成效的一个关键指标。这个过程的实际成效如何，需要进行系统的监测与反馈，即输出结果上的反馈。中国共产党形象国际传播系统的动力输出过程的全面、科学和高效，都是为了提升中国共产党形象国际传播效能，这就涉及到这种动力输出是否高效率转化和落实到中国共产党形象的国际传播中，是否提升了中国共产党形象国际传播的现代化水平，是否达到中国共产党形象国际传播的实际目标，这些方面的实际成效如何需要进行结果上的反馈。如何不进行结果上的反馈，而任由动力系统的无序输出，有时候适得其反，动力输出的针对性会出现偏差，有效性亦会降低，没有任何实际成效可言，更谈不上提升中国共产党形象国际传播效能。因此，正是在这种结果的反馈中，我们才能发现问题、分析问题和解决问题，才能进一步强化中国共产党形象国际传播系统在动力输出结果上的针对性，以此不断在持续的动力输出中推动中国共产党形象国际传播取得新成效。实际上，动力输出过程的反馈和动力输出结果的反馈这两方面的内容，是这种动力输出反馈型驱动模式的主要环节，可以说，把握住这两方面的反馈，将会为中国共产党形象的国际传播提供双重保障。

三、中国共产党形象国际传播的动力整合优化

对中国共产党形象国际传播的动力要素来源进行挖掘，以及对动力要素所构成的动力运行模式进行剖析，并明确其运行的机理，可以为中国共产党形象的国际传播提供一种可行的动力运行模式。但在实际操作中，系统不会完全按照既定模式运行，这是因为系统具有动态性特征，“运动是系统的存在方式”。[15]实际上，任何一个系统都“不是既成事物的集合体，而是过程的集合体”[16]。这就决定了系统在运动过程中会不断遇到新情况，迫使系统做出自身调整。也就是说，在动力输入、动力整合和动力输出各环节仍然存在一些亟待破解的现实难题，需要对动力系统作出整体性优化，以全面提升中国共产党形象国际传播效能。

（一）动力输入层面的整合优化

外力汇聚输入型驱动模式为中国共产党形象国际传播系统提供源源不断的动力支撑，是确保中国共产党形象国际传播不断取得新成效的前提条件。但系统毕竟是一个开放性系统，“欲充分认识和有效驾驭系统，必须跳出

印刷：深圳社会科学2025年第1期总第39期.indd 21 2025/1/2 14:34:19

系统看系统，考察它的环境，了解系统与环境如何相互作用”[17]。实际上，外部环境对系统具有反作用，其塑造系统具有正负两方面的性质。从正面塑造来看，外部环境积极为中国共产党形象国际传播系统的正常运转提供传播人才、群众支持等重要资源，这些资源通过补充能量的形式不断推动中国共产党形象国际传播的纵深发展。从负面塑造来看，外部环境对中国共产党形象国际传播系统的生存发展存在负面影响，这种负面影响以压力的方式阻碍中国共产党形象国际传播的顺利推进，主要表现在西方国家凭借话语霸权对中国共产党的形象进行污蔑抹黑、西方学界亦对中国共产党作出错误判断等等。如果对这些负面塑造没有一个清晰的认识，处理不当极易使动力输入蜕变成阻力输入，系统运作亦会形成恶性循环。在这种情况下，要为中国共产党形象国际传播系统输入积极动力，就要对动力输入层面进行整合优化，以实现系统的良性运作。对此，应重点做好两方面工作。

一是要在动力的输入环节设置“红绿灯”，防止消极动力无序输入。中国共产党形象国际传播系统的动力输入是一项伟大工程，必然会包含各种各样的动力要素，没有这些动力要素的输入和供给，就无法提升中国共产党形象国际传播的实际成效。但我们必须清醒地认识到，动力也有野蛮的、消极的一面，尤其在互联网、大数据、人工智能时代，许多消极动力的输入变得更高级、更复杂、更隐蔽。如果不在动力的输入环节设置“红绿灯”，不对输入的动力进行辨别筛选、引导规范，那么消极动力就会无序输入，动力系统就难以畅通，中国共产党形象国际传播系统的良性运转就会受到影响，不可避免会降低传播的水平。因而，中国共产党作为自身形象国际传播的核心主体，要不断加强对动力输入的有效监管，通过设置“红绿灯”的形式，防止消极动力的无序输入。

二是提高驾驭消极动力的能力和水平，想方设法将消极动力转化为积极动力。毋庸置疑，国际社会上的“中国共产党形象”不是由中国共产党“自塑”的，而是主要由西方国家、媒体和政客“他塑”的，他们绝大部分都是戴着有色眼镜来观察中国共产党，以西方的思维方式来思考中国共产党，以西方的话语逻辑来裁剪中国共产党。因此，结果必然是西方眼中的中国共产党根本就不是真实的中国共产党，而只是西方的某个他者形象。当然，面对西方世界抹黑中国共产党的现象，我们要有一个清晰的判断，有些是蓄意而为，有些是价值观差异，还有些是对中国共产党缺乏了解，同时深受西方媒体的影响和蒙骗。对此，我们要用事实击碎流言，通过讲好中国共产党为人民谋幸福、为民族谋复兴、为世界谋大同的故事，传播好中国共产党的声音，牢牢掌握“自塑”权，将被西方话语歪曲的“中国共产党形象”重新矫正过来，塑造一个真实的中国共产党形象，提升世界民众对中国共产党的认知度、认可度和信任度，将国际社会的消极动力转化为积极动力，以此促进系统的良性运转。

（二）动力输出层面的整合优化

动力整合输出型驱动模式为中国共产党形象国际传播系统提供互通互补的合驱力，是确保中国共产党形象国际传播系统健康运转的关键环节。但在系统的动力输出层面仍然存在许多需要进一步改进和提升的地方，主要表现在以下几个方面：一是内生动力不可持续。党内存在的形式主义、官僚主义、贪污腐败等是消解动力的重要制约因素。虽然十八大以来党中央始终坚持全面从严治党的方针，这些问题得到了有效整治，但有些整治后隐形变异又重新反弹，如果不加以解决，内生动力就得不到有效激发；二是内外动力结合不够紧密。一些党员干部只知道做内功，不懂做外功，更不懂得如何与人民群众打成一片，联系群众的方法亦不到位，尤其在内外动力如何实现有机融合上缺乏系统思维，出现了本领荒；三是动力要素衔接转化不够高效。在动力的输出中没有完全把各层次动力

印刷：深圳社会科学2025年第1期总第39期.indd 22　2025/1/2 14:34:19

要素转化为推动中国共产党形象国际传播实实在在的行动，出现了转化率不高的现象。对此，应积极做好两方面工作。

一是从理念嵌入角度看，要坚持系统思维，为中国共产党形象国际传播系统动力输出层面的整合优化提供方法论指导。系统思维是我们党开展工作的一种基础性方法，这种方法强调要素与要素之间、要素与系统之间、系统与系统之间、系统与环境之间的联系和作用。在动力输出层面，党的各级领导干部要克服本领荒，不断提高运用系统思维的能力，必须认识到内生动力的激发、内外动力的结合、合驱力的输出是一个有机的系统整体，任何环节出现偏差都会影响到中国共产党形象国际传播的实际成效。因此，要从系统思维的高度去审视动力系统的运行和输出，明确不同动力要素的基本功能，把握不同动力要素的逻辑关系，进而在动力要素的系统整合优化中真正实现动力的协调发展和整体功能的最优化，为中国共产党形象的国际传播输出更为强劲的动力。

二是从实践发展角度看，要形成动力输出环节与中国共产党形象国际传播的衔接转化机制，为中国共产党形象的国际传播提供更为高效的动力转化机制保障。从中国共产党形象国际传播系统上看，这种衔接转化最为关键的是要把握动力系统与外部环境之间的关系。也就是说，在动力输出环节，要把握好动力输出与中国共产党形象国际传播之间的关系。一方面要以目标为导向，在坚持系统思维基础上，整合系统内部的各种动力要素，确保各种动力要素都能得到科学利用，以动力输出的最优化提升中国共产党形象国际传播的有效性；另一方面要以中国共产党形象国际传播的阶段性为导向，明确不同传播阶段的任务和目标，为动力系统的整合优化和高效输出提供引导，确保系统内部各种动力要素同中国共产党形象国际传播的动态发展实现全方位衔接。

（三）动力反馈层面的整合优化

动力输出反馈型驱动模式为中国共产党形象国际传播系统提供结果反馈，是确保中国共产党形象国际传播系统良性循环的重要保障。在一个有机的系统中，反馈是确保系统实现良性运行不可或缺的重要组成部分。因而，中国共产党形象国际传播系统的运行是否能够实现良性循环，最终要在系统反馈中得到检验。然而，在中国共产党形象国际传播的系统运作中，尤其是动力输出的反馈层面，仍然存在亟待解决的现实问题。一是动力输出后的信息反馈不及时。互联网时代使得信息流通具有及时性，如果在中国共产党形象国际传播系统的动力输出后信息反馈滞后，传播主体未能及时对一些关键性问题做出处理，则会在一定程度上影响传播的进程和水平。二是动力输出后未能形成一套完整的考核评估机制。考核评估机制是保证一个系统科学、高效、稳定运行的关键环节。中国共产党形象国际传播的效果如何，不能自己说了算，要多听听人民群众的意见，自觉接受人民群众的监督。如果没有一套完整的考核评估机制，中国共产党形象的国际传播就难以实现高质量发展。

对此，应在两方面发力。一方面，要建立动力输出后的信息反馈机制。信息反馈机制是中国共产党形象国际传播系统良好运行的重要环节，能够确保中国共产党形象国际传播系统动力输出后能及时把握各种动力要素在动力输出前的利用度、动力输出中的流畅度和动力输出后的转化度，进而根据信息反馈的实际情况对动力系统进行针对性的调整与优化。这种信息反馈机制同样需要系统对外进行开放，尤其是传播主体要自觉接受系统外部的信息反馈，并为信息的反馈通畅提供制度上的保障，确保信息能够及时反馈到系统内部，以促进传播主体及时捕抓相关信息，进一步发现问题、分析问题和解决问题。

另一方面，要形成一套健全的考核评估机制。对中国共产党形象国际传播系统而言，形成一套健全的考核评估机制，是提升中国共产党形象国际传播效能的重要内容，也是衡量和

印刷：深圳社会科学2025年第1期总第39期.indd 23　2025/1/2 14:34:19

测度传播成效的制度保证。因此，在中国共产党形象国际传播过程中，要建立横纵交错的考核评估机制，主要包括三大评估类型。一是形象传播的结果评估，即形象传播工作“落没落实”，包括形象传播任务的落实情况、形象传播目标的实现情况、形象传播方法的运用情况等；二是形象传播的过程评估，即形象传播落实的“过程如何”，包括相关法律法规的制定情况、动力系统的运行情况、传播主体的协作与配合情况、人力和技术资源的保障情况等；三是形象传播的效果评估，即形象传播的“效果好不好”，包括各种形象传播指标体系的达成情况、世界民众对中国共产党形象的认知度、认可度和信任度等等。这种“结果—过程—效果”的评估类型主要采用政党自我评估、交叉考核评估、第三方专业机构评估等多方参与的方式，注重评估主体的多元化，以更好地达到评估的实际成效，助推中国共产党形象国际传播质量的进一步提升。

四、结语

长期以来，西方妖魔化中国共产党形象的一个重要原因就是没有真正了解中国共产党，而对中国共产党的形象产生了误解，误解必然导致错误的政策。在新时代新征程，要纠正西方对中国共产党形象的误解与偏见，需要进行中国共产党形象的国际传播，通过讲好中国共产党勇于自我革命、积极推动构建人类命运共同体、团结带领中国人民推进中国式现代化等故事，传播好中国共产党的声音，展现一个更真实、更立体、更全面的中国共产党形象。然而，中国共产党形象的国际传播是一项伟大的系统工程，不是轻轻松松、敲锣打鼓就能实现的，需要进行顶层设计和系统谋划。本文贡献在于将中国共产党形象国际传播看成一个有机的系统整体，并运用系统分析方法对这一系统的主导型、参与型和保障型三大动力类型进行了挖掘分析，并在此基础上建构了中国共产党形象国际传播的动力运行模式，包括外力汇聚输入型、动力整合输出型和动力输出反馈型三种驱动模式，最后针对动力运行模式中出现的现实难题，从动力输入、动力输出和动力反馈三个层面作出了整体性优化。这种围绕中国共产党形象国际传播系统进行的“动力要素挖掘—动力模式建构—动力运行优化”的动力探赜，不失为一条可行路径探索，这既可为中国共产党形象国际传播嵌入系统论的研究方法，也可为中国共产党形象国际传播系统的运行状况提供一种可行的动力分析框架。

参考文献：

[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[M]. 北京：人民出版社，2022：63.
[2]习近平. 习近平谈治国理政：第2卷[M]. 北京：外文出版社，2017：346.
[3]习近平. 论党的宣传思想工作[M]. 北京：中央文献出版社，2020：13.
[4]中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典：第5版[M]. 北京：商务印书馆，2005：327.
[5]习近平. 论坚持党对一切工作的领导[M]. 北京：中央文献出版社，2019：183.
[6]列宁全集：第6卷[M]. 北京：人民出版社，1986：23.
[7]马克思恩格斯文集：第1卷[M]. 北京：人民出版社，2009：11.
[8]习近平. 习近平谈治国理政：第4卷[M]. 北京：外文出版社，2022：54.
[9]任剑涛. 以党建国：政党国家的兴起、兴盛与走势[J]. 江苏行政学院学报，2014(3)：73-86.
[10]中国共产党第二十次全国代表大会文件汇编[M]. 北京：人民出版社，2022：28.
[11]习近平. 在庆祝改革开放40周年大会上的讲话[M]. 北京：人民出版社，2018：26.
[12]习近平. 习近平谈治国理政：第3卷[M]. 北京：外文出版社，2020：317.
[13]乌杰. 系统辩证学[M]. 北京：中国财政经济出版社，2003：42.
[14]魏宏森，曾国屏. 系统论—系统科学哲学[M]. 北京：清华大学出版社，1995：224.
[15]许国志. 系统科学大辞典[M]. 昆明：云南科技出版社，1994：546.

印刷：深圳社会科学2025年第1期总第39期.indd 24　2025/1/2 14:34:19

[16]马克思恩格斯文集：第4卷[M]. 北京：人民出版社，2009：298.
[17]苗东升. 论系统思维（五）：跳出系统看系统[J]. 系统辩证学学报，2005(3)：13-18.

【责任编辑　史　敏】

An Insight into the Power of International Communication of the Chinese Communist Party Image

ZHANG Buzhong & QIN Weijin

Abstract: The driving force of the international dissemination of the image of the Communist Party of China is a systematic project covering multiple elements. They are political leadership, ideological leadership, mass organization, social appeal, national representation, government credibility, social driving force, talent cohesion, system binding force and scientific and technological assistance. These elements can be divided into three driving forces on the whole: leading, participating and guaranteeing. The coordinated operation of these power types is mainly driven by three modes: external force convergence input type, power integration output type and power output feedback type. The external force converging and input driving mode is a driving mode formed by converging and input various driving factors outside the international communication system of the image of the Communist Party of China. It mainly includes the participation driving force and the guarantee driving force. The driving mode of power integration and output is a driving mode that processes and transforms various power elements in the international communication system of the image of the Communist Party of China. They mainly includes three aspects: endogenous power coordination, exogenous power absorption and internal and external power integration and output. The power output feedback driving mode is a driving mode that scientifically evaluates the power system in the power output link of the international communication system of the image of the Communist Party of China to promote the flexible operation of the system, Based on this, to promote the integration and optimization of the international communication system of the image of the Communist Party of China, it is necessary to set up “traffic lights” and turn resistance into power at the power input level.Besides, we should pay attention to the embedment of system methods and the integration and transformation of power at the power output level. Last but not least do a good job of information feedback and assessment at the power output feedback level, so as to comprehensively improve the international communication efficiency of the image of the Communist Party of China.

Keywords: image of the Communist Party of China; international communication; dynamic elements; power operation; dynamic optimization