

论新时代我国国家传播的新态势与新对策

陈 汝 东

(北京大学 新闻与传播学院, 北京 100871)

摘 要: 国力的增强促使中国努力提高其全球传播能力,而传播能力的提高也助推了国家影响力的扩大。为此,我国不断丰富国家传播的内容,提高国家宣传的强度,不断扩大传播的范围,产生了良好的国际效应。但是近年来,随着中国国家传播度量的增加,在中国的国家传播中也出现了一些新情况,遇到了一些新的阻力乃至挑战,一定程度上影响了国家传播的效果,成为国家发展的隐忧。因此,密切关注国家传播的态势,适时提出并调整国家传播的技巧和策略,保障国家传播安全,既是改善国家传播效果的现实需要,也是国家传播学理论建设的重要任务之一。文章试图对近年来我国国家传播领域的新态势特别是存在的问题与挑战加以剖析,并提出改善的建议和对策。

关键词: 国家传播; 趋势与挑战; 传播策略; 程度与数量

中图分类号: G206 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-5957(2021)03-0023-05

DOI: 10.16207/j.cnki.1001-5957.2021.03.003

近年来,国际形势、全球格局发生了快速而剧烈的变化。一些大国特别是美国的国策发生了历史性的扭转,美国的全球战略变幻莫测,在一系列的国际格局中连续“退群”,强烈地扰动了既有的国际秩序。这不仅对全球产生了巨大影响,也对中国产生了深刻的影响。近年来,中美关系逐渐由合作走向对立与对抗。这些不仅促使全球各国纷纷调整自己的国际站位,而且促使各国纷纷调整其国内政策,中国也不例外。国际秩序的变革促使中国重新考虑其全球定位,重新对自我的国际地位、全球地位进行自我评价和全球评价。与之相应,中国的国家传播也出现了一些新情况,遇到了一些新问题、新矛盾、新挑战。中国需要重新考量自己的传播战略、传播内容、传播的度量以及传播的技巧和对策。因此,本文尝试以最近一两年的国家传播实践特别是以欧美为主要对象的传播为参照,梳理近年来我国国家传播的态势,剖析出现的新矛盾、新问题与新挑战,并提出改善的建议和对策。

一、中国国家传播面临的新矛盾

近年来,中国的国家传播取得了令人瞩目的成就,中国的电视系统已经在许多国家落地,中国领导人和国民的足迹及影响力遍及全球。据外媒报道称,“中国已经批准创建全球最大的宣传机器之一,以期改善其海外形象。”“中央电视台目前在海外有 70 多个分部,中国国际广播电台以 60 多种语言播出。”^①显然,中国的国家传播正在成为影响和改变世界的重要力量之一。中国道路、中国模式、中国故事已经成为许多国家效仿的范例。当然,中国的国家传播也存在许多矛盾,面临许多挑战,值得我们加以深入研究和探讨,以便提出具有针对性的有效应对策略,改善国家传播的效应。针对近年来中国国家传播的情况,我们梳理出以下主要矛盾。这些矛盾,有些是早已存在,但是,其内涵和外延出现了新情况,而有些矛盾是新出现的。

(一) 自身传播动机指向与国际受众心理需求之间的矛盾

收稿日期: 2020-12-30 **基金项目:** 国家社会科学后期资助项目(18FYY023)

作者简介: 陈汝东,北京大学新闻与传播学院教授,博士生导师,全球修辞学会会长,国家传播学会会长。

① 《美媒:中国拟合并官媒组建全球最大宣传机器》,《美国之音》2018 年 3 月 20 日, <https://www.voachinese.com/a/news-china-approves-giant-propaganda-machine-to-improve-global-image-20180320/4306726.html>。

在传播过程中,传者的动机态度应切合受众的心理特点和心理需求,这是取得预期传播效果的重要条件。如果传者只着眼于自身的动机需要,而不顾受众的心理特点、心理需求,自说自话,传播效果就会被严重削弱。在中国的国家传播中,各类传播主体,都十分重视受众的心理特点和心理需求。但是,也不乏忽视受众心理特点和心理需求的情况。比如在对内的视觉传播中,有些电视节目多少年来一直缺乏变化,对国家领导人活动的报道、对灾难新闻的报道等等,从报道的时间长度、报道的内容、报道的方式方法都形成了固定的模式,像文章中的“八股”现象。在对外传播中,也基本上遵循了对内传播的这种模式,多是报道中国国家领导人的活动以及中国的立场、主张、政策,对国际受众的心理需求信息缺乏足够的重视。比如在“一带一路”活动的对外传播中,多是报道中国领导人的讲话、中国的立场、政策,很少报道其他国家领导人的活动、言论以及反响。这在一定程度上影响了国家传播的效果。

(二) 中国故事、中国道路传播与国家意识形态、国家价值传播之间的矛盾

40 多年前,中国打开国门,勇敢地面向世界,并进行大胆的自我改革。这给予世界一个印象,即中国要改弦易辙,要转变国家价值的取向了。的确,中国在 40 多年的改革开放过程中,不再过分强调国家意识形态,冷战思维被摒弃,这使得中国逐渐被一些发达国家,特别是以美国为首的西方世界所接受。中国与西方的意识形态对立逐渐弱化甚至一定程度上消弭,中国逐渐被认同。但是,近年来,中国在国内加强了国家意识形态的宣传和传播,显然,这有助于巩固执政党的思想基础。可是,在国际范围内,中国对既有意识形态和国家价值的强化,也使欧美的主要国家警醒,他们似乎看到了一个在意识形态上与他们完全对立的世界强国,这是完全出乎他们意料之外的。有的美国前官员就表示:“我们现在才明白过来,中国的改革开放,始终坚持保持中国特色,并不会让中国在制度上学习西方。”^①这种情势迫使他们在与中国合作的道路上“急刹车”。他们原来以为已经改变“颜色”的中国,实际上依然在既有的意识形态道路上前行。这是他们不能忍受的,他们必须采取措施遏制中国的发展,尤其是在意识形态上的坚持。这也是当前中国国家传播所面临的新矛盾、新挑战。

(三) 自身国际地位评价与全球实际定位之间的矛盾

随着中国国力的增强以及国际地位的提高,中国自身的评价与国际评价出现了一定的距离,存在一定的矛盾。一方面,中国在承担国际义务时,对外自称是发展中国家,应承担的是发展中国家的责任和义务。但是,另一方面,在标榜自身的发展成就时,往往自我评价为“世界第二大经济体”,标榜中国是最大的发展中国家,是世界经济的发动机,在全球经济复苏等方面起着领先作用,为世界做出了巨大贡献。在对内宣传中,特别是在一些专家学者笔下出现了自我膨胀现象,禁不住标榜自己的世界领袖地位,俨然一番中国已经成为世界强国的气象。这导致了中国国际评价中的矛盾现象,中国在对内和对外评价中相互矛盾,这使中国成为有些大国抨击的靶子。改革开放 40 多年来,中国的发展十分巨大,成就也有目共睹,但是,实际上中国的人均收入还很低,低端收入人群特别是相对贫困现象还很严重,城乡差异还很大。中国依然是一个发展中国家,中国的自我评价应切合自己的实际。

(四) 既有宣传范式与国际格局变化之间的矛盾

中国的国家传播范式在外交和媒体层面,主要是以宣传模式为主的。毫无疑问,这种传播范式在国内具有深厚的传统,也具有好的受众基础,传播效果是显著的,因为长期的传播塑造和培养了适合这种传播模式的大量受众。在国际上,也具有一定的适用范围,比如对非洲、南美等国家的传播,宣传效果是明显的。但是,在有些国家特别是欧美国家,这种宣传模式是不适用的,因为欧美的主要国家经历过以宣传为主的传播历史,宣传是他们曾经的“传统”,他们太熟悉宣传的内容、方式和方法了,因此,宣传在这些地区已经成为一个贬义词,他们对宣传已经具有很强的“免疫”力,一定程度上可以说是很反感,并保持警惕。比如有媒体就报道,“美国、澳大利亚、德国等国的政界人士开始对中国的战略意图提出警告。同时,……日本、德国和意大利等国家的大多数人仍然对中国持消极态度。”^②因此,中国面向发达国家的传播,尤其是面向欧美国家的国家传播战略和策略,还需要调整,需要转变。在全球范围内,中国的国家传播需要进行差异化,对不同国家区别对待。

此外,我国的国家传播也面临着对内传播和对外传播标准统一方面的矛盾以及国民传播权利分配、民智

① 《美前副国务卿霍马茨:美国对华担心的不是当下,而是将来》,人大重阳微信公众号 2018 年 11 月 19 日。

② 《美媒:中国拟合并官媒组建全球最大宣传机器》,《美国之音》2018 年 3 月 20 日, <https://www.voachinese.com/a/news-china-approves-giant-propaganda-machine-to-improve-global-image-20180320/4306726.html>。

开发与社会管理之间的矛盾。总之,我国的国家传播在自身传播动机指向与国际受众心理需求,中国故事、中国道路传播与国家意识形态、国家价值传播,自身国际地位评价与全球实际定位,既有宣传范式与国际格局变化等方面都面临一系列的矛盾和挑战,需要适时地加以剖析和应对。

二、中国国家传播面临的新挑战

中华人民共和国成立以来,特别是改革开放以来,中国的国家传播取得了长足的发展,赢得了世界的承认,为中国的国际地位提升、国家影响力的扩大,做出了巨大贡献。但是,近年来,中国的国家传播也出现了一些新问题,遇到了一些新挑战,这也是不可回避的。

(一)“发展中国家”,还是“世界领袖”?

在最近几年中国的自我表述中常说,中华人民共和国成立以来,特别是改革开放 40 多年里,中国逐渐由“站起来,富起来,走向强起来”^①。巨大的经济体量和蓬勃的发展态势,使中国在各种传播中对自己的定位越来越高。一方面,中国在许多国际话语场中,提出了具有世界引领性的宏大范畴,比如“人类命运共同体”“全球治理”“中国方案”“新四大发明”等,呈现出做“世界领袖”的态势。另一方面,中国的国内传播也因之而呈现出强大攻势,比如宣传片《厉害了,我的国》等。此外,有些所谓的专家学者也鼓噪中国的腾飞与强盛。这使中国逐渐模糊了自我定位。中国到底是“发展中国家”,还是“世界强国”“全球领袖”?变得不那么清晰。随着美国的不断“退群”,甚至有人在鼓吹“中国已经成为世界强国”,很快就超过美国,应考虑做全球的“领头羊”,做“世界老大”。在新的全球变局中,中国的定位是取代美国,做全球领袖,还是定位于发展中国家,继续扮演国际新格局的推动者?这需要中国给自己一个国际地位的客观评价,也需要国际认可。

(二)文化传播,还是文化渗透?

我国一直非常重视与世界各国之间的文化交流。改革开放后,特别是 21 世纪以来,随着中国国力的增强,这种文化传播的度量得到了前所未有的加强。这些传播活动也取得了明显的成效。中国不但在许多国家开设了电视台或电视频道,而且已在全球 154 个国家和地区建立了 548 所孔子学院,1193 个中小学孔子课堂,5665 个下设教学点。孔子学院现有中外专兼职教师 4.67 万人,各类面授学员 187 万人,累计面授学员 1100 万人。^② 这些使中国的国家传播进入了一个新时代。但是,最近一两年,中国国家传播的许多方式方法遭到了质疑。中国的国家传播行为被某些国家视为文化渗透,中国的对非援助被看作是零和博弈,比如美国、澳大利亚等国,就把中国在各开办的电视台、电视频道、孔子学院等视作文化渗透,这使中国的国家传播面临新挑战。出现这样的情况,除了某些别有用心的人的蛊惑、挑拨外,中国国家传播自身的方法和策略也值得反思。如何向世界表明中国是在进行文化传播,而不是文化渗透,这也是我们的国家传播所面临的新挑战。

(三)提高软实力,还是发展“锐实力”^③?

提高中国的“软实力”是中国改革开放后,经济取得巨大发展后,对国家传播做出的重大战略规划。中国的国家传播在进行全球布局的同时,提出了传播中国软实力的策略。但是,在经过数十年的发展后,这一策略受到了来自许多方面的挑战。比如以传播中国语言文化为主要任务的孔子学院在全球布局的同时,就受到了来自美国的挑战。有的美国国会议员批评孔子学院妨害学术自由,是在进行意识形态的渗透^④,有些孔院被关闭。与此相应的是,中国的外派留学生也被污蔑为“间谍”^⑤“特务”,中国公民的国际旅行也遭到

① 李贞《习近平“7·26”重要讲话精神系列解读之五——从站起来、富起来到强起来的历史性飞跃》,《人民网-人民日报海外版》2017 年 9 月 6 日, <http://theory.people.com.cn/n1/2017/0906/c40531-29517480.html>。

② 刘涛《第十三届全球孔子学院大会在成都举行 1500 多代表参会》,央广网,2018 年 12 月 5 日。

③ 据载,“锐实力”一词为美国的克里斯托弗·沃克和杰西卡·路德维格在《锐实力的意义:威权国家如何投射影响力》(《外交事务》2017 年 11 月 16 日)一文中提出。参见王新影《西方语境下的“锐实力”概念解读及应对》,《教学与研究》2018 年第 7 期。

④ 李逸华《真教育或假学术? 美议员提案将使孔子学院登记为外国代理人》,《美国之音》2018 年 3 月 17 日, <https://www.voachinese.com/a/confucius-institute-foreign-agent-20180316/4302799.html>。

⑤ 张霓《中国学生是间谍? 澳名校副校长怒怼政府:胡说八道》,《凤凰资讯》2018 年 1 月 29 日, http://news.ifeng.com/a/20180129/55574697_0.shtml。

不公正待遇^①,有的甚至被杀害^②,甚至有的华裔也遭到不公正待遇^③。一些国家的媒体也对中国进行侮辱性报道。^④他们认为中国不再是传播自己的软实力,而是发展自己的“锐实力”。^⑤这种说法居心叵测,十分阴险,把中国的国家传播置于一种具有威胁性的境地,给中国的国家传播设置了巨大障碍,成为中国国家传播面临的严峻挑战。

总之,最近几年来,关于中国的国家定位、国家传播的定性、国家传播的目的等方面,都面临一些国家的挑战。在我国的国家中,如何界定我国的国家地位、如何给我国的国家传播定性、如何确认我国国家传播的目的,在新时代都需要给予确定的回答,必须调整国家传播的手段和策略。

三、中国国家传播的新策略

针对近年来国际格局的变革,中国国家传播呈现出的新态势,出现的新情况、新挑战,笔者认为,我国的国家传播应与时俱变,顺势而为,适时采取新的对策或策略。

(一) 找准国家定位,准确把握国家传播的总基调

随着中国国力的增强,中国需要向世界讲好中国故事,传播中国道路,弘扬中国文化,重塑中华文明形象。但是,讲授什么样的中国故事,如何传播中国道路、中国文化,如何塑造和弘扬中华文明,需要重新审视,慎重谋划。中国的国家传播要具有统一性,对中国的国家地位、国际预期有一个基本判断。中国在相当长的时间内依然是一个发展中国家,离世界发达国家、世界强国特别是世界领袖大国的地位还有相当的距离,中国的领导者对此早有论述。中国的领导者、政府发言人、媒体、专家学者以及国民,对此也应该有一个清醒的认识,不能被过去的发展速度和所取得的成就冲昏了头脑,不应过度拔高中国的发展程度,更不应使国家传播成为“中国威胁论”的借口。中国的国家传播应平衡好中国自身的发展水平和国际地位判断之间的关系,确立好内外均认可的传播基调。

(二) 把握好国家意识形态、国家价值传播的度量

中国改革开放 40 多年的经验证明,世界各国都应适当弱化、淡化各自的意识形态和国家价值,这是世界各国融入全球化,顺应世界潮流的必要条件。在过去的 30 多年中,中国始终采取低调的传播策略,在与世界各国的交往中采取低姿态,在传播中不过度彰显“强大”的国力,尤其是不过分凸显国家武力,逐渐形成了一个“平和”的国家形象。但是,近几年以来,中国在继续发展经济的同时,强力宣传中国的国家意识形态,向世界强力传达中国的国家意识形态和国家价值导向。与此同时,过度渲染中国的科技实力和科技战略尤其是军事实力,在传播层面与世界发达国家形成强势竞争状态,进而令有些发达国家产生警惕、畏惧心理,他们开始提防、警惕中国的发展,把中国的发展看作一种威胁,把中国的文化传播视作文化渗透、文化入侵。对不同国家的质疑、反对等,一律采取犀利的“怒怼”,而不是温和的说理。这些在一定程度上削弱了我国国家传播的效果,影响了我国的国家形象。^⑥因此,中国需要把握好国家传播的内容和度量,无论是对内传播,还是对外传播,在有些方面都需要保持既往的低姿态,适当弱化、淡化国家意识形态、国家价值的强势传播态势,弱化对武力的渲染,继续塑造和平友好的国家形象。

(三) 加强国家修辞传播策略,弱化宣传模式

宣传还是传播,是当今世界各个国家都面临的问题。在一个全球化的时代,充分认识、了解、理解对方的

① 赵觉瑾《中国游客遭瑞典警方粗暴对待,一家三口被扔坟场,外交部严正交涉》,《环球时报》2018 年 9 月 15 日。

② 《3 名中国公民在中非共和国遇害》,中国新闻网,2018 年 10 月 6 日, <http://mil.chinanews.com/gj/2018/10-06/8643509.shtml>。

③ 《美国女教授当街要华人“回去祖国”面临学校调查》,中国侨网, https://news.china.com/internationalgd/10000166/20180307/32164762_1.html。

④ 《人民日报谈瑞典辱华事件:如此“幽默”,我们不接受!》,环球网,2018 年 9 月 24 日, <http://world.huanqiu.com/article/2018-09/13095939.html>。

⑤ 据载,英国《经济学人》杂志曾刊登封面文章《锐实力:中国影响力的新模式》,用“锐实力”代指帮助政权胁迫和操纵国外舆论,意指“中国威胁论”。参见朱飞虎《浅论新形势下我国对外传播的“舆论场”竞争——以“锐实力”为例》,《东南传播》2018 年第 5 期。

⑥ 雷湘平《14 个发达国家的民众对中国印象极差 为何中国国际形象被扭曲》,《西瓜视频》2020 年 10 月 10 日。

传播模式,准确把握传播对象的心理特点和心理需求,采用适当的修辞手段和修辞策略,进行劝服、说服,是取得预期传播效果的必要前提。忽视传播对象的心理特点、心理需求和文化传统,一味地宣传,自说自话,则难以达到预期的传播效果。21世纪以来,中国的改革开放取得了巨大成就,为世界所瞩目。在对外传播中,中国故事、中国道路、中国文化成为重要内容。中国在进行商品输出、资本输出、文化输出的同时,开始进行国家战略、国家价值的输出。这些引起了许多国家的警惕、反对甚至抵制。这迫使我们的国家传播策略进行转变,由原有的宣传模式转向修辞传播模式。比如,在孔子学院的传播中,我们的管理部门在明确孔子学院的任务时,往往定位在提高中国的文化软实力。我国的相关学者在撰写学术论文时,也毫不掩饰地表示,孔子学院的任务就是传播中国的语言文化,提高中国的文化软实力。在孔子学院在国外举办的学术会议中,对此也毫不掩饰。这些宣传手段、方法和策略,毫无疑问是切合中国的国家传播目的的。但是,目的国家在认识中国的国家传播目的时却不认同提高中国文化软实力的表述,他们会产生反感,以至于对孔院进行抵制^①甚至呼吁关闭。这给中国发展孔院造成了一大挑战。为此,我们的国家传播方式方法,需要转变既有的模式,用对方的方法和策略给予回应,改善国家修辞、国家传播的策略。实际上,我们已经采取了一些措施,做出了一些改善。^②

(四) 加强沟通、劝服、合作,适当弱化针锋相对地对抗和批判

在对外冲突中,合作、沟通、劝服、商洽,还是针尖对麦芒地“怒怼”,搞舆论战,搞大批判?这也是考验国家传播、国家智慧的重要方面。在既往中国的国际冲突中,多采取有理有利有节的策略,比如在南斯拉夫中国大使馆被炸事件、南海撞机事件、国际法庭南海仲裁事件等的传播中,中国采取了低调、隐忍的态度和对策,成功地化解了突发事件中中国与其他国家的冲突和危机。对此,个别网民甚至错误地批评我国外交部门过于软弱。这是不公平的。近年来,中国的国家传播逐渐转变了既往的对外态度,变得十分强硬,对待对外摩擦、冲突往往是针锋相对,比如对待澳大利亚的“无端攻击和肆意抹黑”^③,就是直接怼了回去。在中美贸易战、抗击新冠肺炎疫情中,中国的对美态度也十分强硬,对美方的单边主义做法,给予了严厉的“大批判”。在对美方的贸易战或贸易摩擦的大政方针的判断上,我国出现了偏差,没有预料到美国会不惧中国的批判,一而再再而三地表示要对中国进口货物加征关税,中美贸易冲突不断升级。美国对华的综合遏制策略被轻视、被忽视了。中国的国际舆论大批判策略对美国并没有奏效,这显得十分被动。因此,针对美国等的对立和对抗行为,中国应与时俱变,转换应对策略,继续进行沟通、商洽、劝服、合作,而不是搞舆论战,进行道德大批判。

综上所述,我国的国家传播在近年来出现了一些新情况、新矛盾,遇到了一些新挑战。这包括自身传播动机指向与国际受众心理需求之间的矛盾,中国故事、中国道路传播与国家意识形态、国家价值传播之间的矛盾,自身国际地位评价与全球实际定位之间的矛盾,既有宣传范式与国际格局变化之间的矛盾以及对内传播和对外传播双重标准之间的矛盾。此外,中国的国家传播在国家定位是“发展中国家”还是“世界领袖”,是文化传播还是文化渗透,是提高“软实力”还是发展“锐实力”等方面,也遇到了国际上的挑战。既有的国家传播模式难以适应国家传播的新需要,亟待转变与改善。为此,我们认为,国家传播应找准国家定位,准确把握国家传播的总基调,把握好国家意识形态、国家价值传播的度量,加强国家修辞传播策略,弱化宣传范式,加强沟通、劝服与合作,适当弱化针锋相对地对抗和批判态势。此外,还应正确区别处理好内外关系,区别对待全球传播与区域传播、分众传播与大众传播、媒介传播与实体传播,扭转我国国家传播的被动局面,提高国家传播的质量和效率,使之服务于我国政治、经济、文化、外交等的全面发展,服务于我国发展的百年大计。

(责任编辑:樊增强 责任校对:张慧娟)

(英文摘要下转第53页)

① 王珏《美议员提议将孔子学院列“外国代理人”,华春莹用孔子名言回应!》,中国新闻网, <http://www.chinanews.com/gn/2018/03-23/8474080.shtml>。

② 赵晓霞《中外语言交流合作中心设立》,《人民日报海外版》2020年07月17日。

③ 《中国驻澳大利亚使馆新闻发言人发表严正谈话!》,环球网,2018年10月6日, <http://mil.huanqiu.com/world/2018-10/13187277.html>。

The Politics of “Banned Books”: *Tuibeitu* and Social Governance Between 1900—1927

LI Jun-ling

(*Institute of Modern History, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100101, China*)

Abstract: Prohibition of prophecy books was an important measure of social governance in modern China. During the Xuantong period, the Qing government banned the old version of *Tuibeitu*, which can be translated into “the Back-Messaging Graph”, because people in many places took the book as a “prophetic” text to confirm the imminent demise of the Qing court. However, due to the creation of new intellectuals and the marketing of publishers, the new edition of *Tuibeitu* not only helped the revolutionary propaganda, but also participated in shaping the mentality of all social classes in the Beiyang period. The spread of the old and new versions of *Tuibeitu* had both benefits and drawbacks for social progress, but the circulation of the prophecy book was prohibited by the Beiyang Government because it regarded this book as “superstition” and “evil talk”. The ban on *Tuibeitu* couldn’t help realize the “proper governance” of the society, but erode the basis of “public opinion” for the authorities to govern the country. Thus it can be seen that the Qing Government and the Beiyang Government had been discriminating against the civil society and continuing the traditional way of governing the country through the combination of politics and education. In fact, they lacked effective adjustment and response to the new social environment of diversified information dissemination.

Key words: *Tuibeitu*; banned books; the society in the period of the Republic of China; social governance

(上接第 27 页)

On the New Trends and Countermeasures of National Communication in New Era of China

CHEN Ru-dong

(*School of Journalism & Communication, Peking University, Beijing 100871, China*)

Abstract: The strengthening of China’s national power has promoted China to strive to improve its global communication capability, which has also contributed to the expansion of its national influence. Therefore, China has constantly enriched the content of national communication, increased the intensity of national propaganda, and constantly expanded the scope of national communication, resulting in a good international effect. However, with the increase of China’s national communication in degree and quantity, in recent years, it encountered some new resistance and even challenges, which to a certain extent, affected the effect of national communication, and caused a hidden worry of national development. Therefore, paying close attention to the situation of national communication, and timely proposing and adjusting the skills and strategies of national communication to ensure national communication security is not only the realistic need to improve the national communication effect, but also one of the important tasks of national communication theory construction. This paper attempts to analyze the new situation in the field of national communication in recent years, especially the existing problems and challenges, and puts forward suggestions and countermeasures for effective improvement of national communication.

Key words: national communication; trends and challenges; communication strategies; degree and quantity