

讲好
中国故事
丛书

中国故事 怎么讲

周鑫宇 / 著

为什么我们想宣传中国的美好形象，外国人却好像听不懂？
讲好中国故事，中国人准备好了吗？

 九州传播出版社

讲好
中国故事
丛书

中国故事 怎么讲

周鑫宇 / 著

为什么我们想宣传中国的美好形象，外国人却好像听不懂？
讲好中国故事，中国人准备好了吗？



 辽海传播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国故事怎么讲 / 周鑫宇著. -- 北京:
五洲传播出版社, 2017.5
ISBN 978-7-5085-3657-6

I. ①中… II. ①周… III. ①对外政策—宣传工作—中国
IV. ①D820

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 071118 号

中国故事怎么讲

作 者: 周鑫宇

出 版 人: 荆孝敏

项目策划: 张 斌

执行策划: 王 颖

责任编辑: 梁 媛

装帧设计: 北京红方众文科技咨询有限责任公司

出版发行: 五洲传播出版社

地 址: 北京市海淀区北三环中路 31 号生产力大楼 B 座 6 层

邮 编: 100088

发行电话: 010-82005927, 010-82007837

网 址: <http://www.cicc.org.cn>, <http://www.thatsbooks.com>

印 刷: 北京科信印刷有限公司

版 次: 2017 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 770 毫米 × 980 毫米 1/16

印 张: 13

字 数: 210 千字

定 价: 38.00 元

事实、形象和舆论 /7

第一章 讲好中国故事，没有那么简单 /10

为什么外国人一会儿把中国抬得很高，一会儿又把中国看的很低？为什么外国人要用那样的眼神看待我们的政治、经济、外交和文化？为什么很多外国人始终把中国看成“异类”？为什么我们想“宣传”中国的美好形象，外国人却好像听不懂？

一．外国人爱问的问题 / 10

二．四个不同的中国 / 14

三．中国形象的解析 / 19

第二章 中国形象的成因 /28

中国到底是新兴的还是古老的？到底是落后的还是发达的？到底是全球化、现代化的，还是神秘的、与众不同的？是本质脆弱、需要帮助的，还是能量巨大、值得恐惧的？

一．历史留下的印记 / 28

二．认知心理的影响 / 37

三．中国特殊的国情 / 42

第三章 “讲好中国故事”的能力 /48

今天我们都说讲好中国故事、传播中国声音。普通的中国人和外国人交流，发出的就是中国的声音。可是，讲好中国故事并没有那么简单。会讲故事本身就是一种能力。

一．公共外交的要求 / 48

二．讲故事的方法 / 53

三．“讲故事”的练习 / 60

第四章 中国政治怎么讲? /70

要想和外国人交流中国政治，首先要知道外国人看待中国政治的三个特点，以及中国人向外国人介绍中国政治的三个障碍。

一．外国人眼中的中国政治 / 70

二．中国是不是民主 / 77

三．中国民主的特征 / 91

第五章 中国经济怎么讲? /100

跟外国人讲中国经济崛起，多讲讲全球新兴国家崛起的大趋势、讲讲工业文明向全球扩展的大背景，他们会更容易理解。

一．外国人对中国经济的感受 / 100

二．中国崛起之问 / 108

三．共同发展的动力 / 114

四．共同面对的挑战 / 119

第六章 中国外交怎么讲? /127

跟外国人介绍中国的外交,都可以从大国应该谦虚、自律的文化讲起。外国人认为中国外交应该谦虚一点,这其实是我们的共识。

一. 外国人眼中的中国外交 / 127

二. 讲好“韬光养晦” / 135

三. 讲好“和平发展” / 144

第七章 中国文化怎么讲? /154

跟外国人讲中国文化,要多讲相似的现当代文化、挖掘传统文化背后的共同价值、用个人的语言和经验来讲,这样就能更好地“求同”。

一. 外国人眼中的中国人 / 154

二. 中外文化的共性 / 161

三. 理解文化差异 / 173

第八章 中国向何处去? /181

中国的崛起对世界来说,是融入性的崛起,是负责任的崛起,也是建设性的崛起。中国应该把自己对世界负责任的态度用更清晰地方式传达给外国人。

一. 中国对世界的态度 / 181

二. 好国家的标准 / 187

三. 中国的责任 / 192

四. 中国怎样改变世界 / 197

讲好
中国故事
丛书

中国故事 怎么讲

周鑫宇 / 著

为什么我们想宣传中国的美好形象，外国人却好像听不懂？
讲好中国故事，中国人准备好了吗？



 上海传播出版社

事实、形象和舆论 /7

第一章 讲好中国故事，没有那么简单 /10

为什么外国人一会儿把中国抬得很高，一会儿又把中国看的很低？为什么外国人要用那样的眼神看待我们的政治、经济、外交和文化？为什么很多外国人始终把中国看成“异类”？为什么我们想“宣传”中国的美好形象，外国人却好像听不懂？

一．外国人爱问的问题 / 10

二．四个不同的中国 / 14

三．中国形象的解析 / 19

第二章 中国形象的成因 /28

中国到底是新兴的还是古老的？到底是落后的还是发达的？到底是全球化、现代化的，还是神秘的、与众不同的？是本质脆弱、需要帮助的，还是能量巨大、值得恐惧的？

一．历史留下的印记 / 28

二．认知心理的影响 / 37

三．中国特殊的国情 / 42

第三章 “讲好中国故事”的能力 /48

今天我们都说讲好中国故事、传播中国声音。普通的中国人和外国人交流，发出的就是中国的声音。可是，讲好中国故事并没有那么简单。会讲故事本身就是一种能力。

一．公共外交的要求 / 48

二．讲故事的方法 / 53

三．“讲故事”的练习 / 60

第四章 中国政治怎么讲? /70

要想和外国人交流中国政治，首先要知道外国人看待中国政治的三个特点，以及中国人向外国人介绍中国政治的三个障碍。

一．外国人眼中的中国政治 / 70

二．中国是不是民主 / 77

三．中国民主的特征 / 91

第五章 中国经济怎么讲? /100

跟外国人讲中国经济崛起，多讲讲全球新兴国家崛起的大趋势、讲讲工业文明向全球扩展的大背景，他们会更容易理解。

一．外国人对中国经济的感受 / 100

二．中国崛起之问 / 108

三．共同发展的动力 / 114

四．共同面对的挑战 / 119

第六章 中国外交怎么讲？ /127

跟外国人介绍中国的外交，都可以从大国应该谦虚、自律的文化讲起。外国人认为中国外交应该谦虚一点，这其实是我们的共识。

一．外国人眼中的中国外交 / 127

二．讲好“韬光养晦” / 135

三．讲好“和平发展” / 144

第七章 中国文化怎么讲？ /154

跟外国人讲中国文化，要多讲相似的现当代文化、挖掘传统文化背后的共同价值、用个人的语言和经验来讲，这样就能更好地“求同”。

一．外国人眼中的中国人 / 154

二．中外文化的共性 / 161

三．理解文化差异 / 173

第八章 中国向何处去？ /181

中国的崛起对世界来说，是融入性的崛起，是负责任的崛起，也是建设性的崛起。中国应该把自己对世界负责任的态度用更清晰地方式传达给外国人。

一．中国对世界的态度 / 181

二．好国家的标准 / 187

三．中国的责任 / 192

四．中国怎样改变世界 / 197

事实、形象和舆论

赵启正

当代中国公共外交的主力在民间。这个判断的依据在于：中国的公共外交本质上都是向世界说明中国的活动——重点是说明中国的真实国情，包括社会进展、人民生活、国内外政策和外部世界对中国感兴趣的问题等，其目的在于使国际舆论较好地符合中国的实际，促进外国人民和政府对中国友好关系。

随着中国社会的不断发展，越来越多的公众拥有了跨国交往的机会，他们在出国旅游、留学、工作的过程中，通过一举一动为外国公众提供了了解中国的窗口，因此也必然地影响着国家形象或声誉、发挥着类同公共外交活动的效果。从这个角度可以说“公共外交，人人有责”。现在，中国每年出境的人次已经超过8000万，其中大约3000万人次是到外国，显而易见，这些携带着中国名片的出国者能够在公共外交中发挥出巨大的力量。中国的公共外交事业能够成功，必是功在人民大众、利也在人民大众。

值得一提的是，我们需要厘清“真实国情—国家形象—世界舆论”之间的关系。从本源上看，真实国情是客观实在，是国家形象的基础。作为一个国家真实情况的再现，国家形象有赖于各种形式的媒体（报刊、图书、影视等等）进行传播，但由于报道者的价值观，他的观察角度、选题和叙述方式等的差异，媒体所传播的国家形象会存在片面性和“失真”



的可能；只有越接近真实的描述，越经得起时间和实践的检验，任何粉饰性的描绘，都不可能具有持久的影响力。而关于一个国家的舆论或声誉，则是国家形象在特定人群中获得的评价的总和，它与人的主观判断、价值取向有关，往往以民意测验（显然与测验的设计是否科学有关）形式呈现出来，于是才会出现在不同的国家和地区，关于一个国家的舆论或声誉存在较大差异的现象。因此我们说，一个国家的形象决定于国家的实际情况，而优秀的媒体会有助于真实形象的传播，公共外交是克服过度依靠媒体传播局限性，传播国家真实形象的有效途径。

根据马斯洛的需求层次理论，公共外交的目标归属于被尊重的需求，是比较高阶的追求。随着中国公众与世界接触的机会越来越多，作为中国人的集体身份受到世界认可、尊重的需求在民间越来越强烈。近两年来，许多省、市、地、县也陆续成立了公共外交协会，并开展创新性的活动。这些现象都体现了公共外交的民意基础在中国正逐渐壮大。

可是，需求的层次越高，越不容易实现。要改善世界对中国和对中国人的认知，显然不是政府或者某个单独的社会群体能够独立做到的。开展好中国的公共外交，一方面，一向由政府承担的“对外传播”正在不断改善和加强；而另一方面，公众承担的公共外交方兴未艾。而后者需要通过各种形式的有关公共外交的普及教育和经验交流来提升爱护国家形象的意识 and 对外交流的能力。对于外国人来说，每一个中国人都是有近14亿页的《中国读本》的一页，他们往往只能通过阅读其中的几页、几十页来认识中国和中国人；而直接接触中国和中国人就有可能避免只依赖于媒体而存在的片面性和被诱导性。那么，一个普通中国人怎样才能更好地通过公共外交为国家声誉做贡献呢？这是并不是一个很为难的问题。他们只需在对外交往中用恰当的言行讲述自己和自己身边的真实故事——这些故事源于日常生活，真实、丰满、自然、生动、鲜活、易懂，不需要豪言壮语和华丽的辞藻，但能打动人，中国和中国人的形象自在

其中。

大学作为中外文化交往、理论对话和价值传播的重要平台，是中外人文交流的前沿重地，也是公共外交的核心智库。在公共外交主体多元化的今天，高校理应成为推动其发展的重要主体之一。积极利用自身的国际影响力和人才优势，推动公共外交的理论研究，普及公共外交理念和实践，是每一所高校义不容辞的责任。

周鑫宇博士这本新著虽然是一本公共外交的普及性读物，但其中不乏真知灼见，尤其对外国人对中国的认知心理有深入精彩的分析。而且，作为一本提倡中国人讲述中国故事的书，其本身也在发挥着公共外交的作用，也在教给读者怎么和外国人讲故事。如果我们每个人都把自己的故事讲好了，中国的国家形象也就丰满了，中国良好的国际声誉也就会远播四海。



第一章

讲好中国故事，没有那么简单

一、外国人爱问的问题

在全球化的今天，中国人和外国人的接触越来越频繁。我们出国旅游、工作、留学，在国内接待来访的外国同行和朋友，甚至和外国人成为同事和邻居。接触一多我们就会发现，外国人对中国有各种各样的看法。中国人和外国人接触，就难免就要被问到中国的事。

按理说，跟外国人说中国，应该不难。我们有句话叫做“如数家珍”。中国是我们自己的国家，自家的事还有什么说不好的？

但哪怕是经常从事国际交流的人，也会发现自己面对外国人的问题竟会一时语噎。

比如我所在的大学开展了一些中美人文交流的工作，每年暑假都会有成批的美国学生来访。交流之前，中国学生会很认真地做准备，跟来访的美国学生讲中国的政治是什么样的，经济发展情况如何，包括中国人的家庭生活和传统文化等等，准备得非常充分。但到提问环节的时候，美国学生一举手，经常不问我们之前准备的主题。比如他会问：请问你们中国人真的吃狗肉吗？我们的大学生猝不及防遇到这样的问题，就讲

不出来了。现场的气氛就会就很尴尬。

这样尴尬的场合，很多从事国际交流的人都会遇到。甚至有些问题遇到过很多次，仍然不知道该怎么办。有一次我跟北京市做妇女工作的同志合作进行女性公共外交的研究。今天世界各国涌现了很多女性领导人，通过妇女交流可以更好地推动国家之间的政治信任。北京市的妇女工作理念非常先进，对外交往的能力也很强。但有一次一位同志跟我说，有个问题她参加工作以后被外国人问了 20 多年了，这两年被问得尤其多，但她仍然不知道怎么很好地回答。这个问题就是：中国为什么让女人只生一个孩子？

很多中国人都被外国人问过这个问题。我跟这位同志说，你告诉外国人现在国家已经放开生育二胎了吗？她说，看外国人的意思，不管让生一个还是生两个，在外国人眼里，国家就不应该规定女人能生多少孩子，这是基本的人权。这就是外国人的思维。像这样的问题，就算做专业工作多年的同志，也觉得不容易回答好。

中国人会被外国人问到哪些尴尬的、关于中国的问题？为此我们开展过一些专门的调查。其中一个调查深度采访了 47 个在国外留学过的中国学生。结果显示，被问到比例最高的，是关于中国政治制度的问题。这让我们颇为惊讶，因为海外校园环境里年轻人人居多，而国外年轻人是相对不太关心政治的人群。但无论如何，对于一般的中国学生来说，要解释中国的政治制度，是很不容易的。用学生的话说，他们感觉“很敏感”。

可是外国人就爱问敏感的政治问题。在我们这个调查的结果中，外国人常问的有相当部分都是政治敏感话题。以下是最主要的统计结果：

典型问题	问题类型	比率
“中国会是专制国家吗？”？	政治制度	21%
“中国政府为什么只准生一个孩子？”	计划生育	15%
“中国在用武力威胁台湾（东南亚国家）吗？”	军事威胁	15%
“中国人真的吃狗肉吗？”	饮食文化	12%