

数字时代的公共外交

对话录

主 编：陈雪飞
副主编：欧 亚/任远喆



本书集中讨论了
外交领域的新转型，公共外交的新理论与新实践，
以及如何提升中国软实力等议题

THE DIALOGUES ON
PUBLIC DIPLOMACY
IN DIGITAL ERA

时事出版社

数字时代的公共外交

对话录

主 编：陈雪飞
副主编：欧 亚/任远喆



时事出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

数字时代的公共外交对话录/陈雪飞主编. —北京:
时事出版社, 2016. 11
ISBN 978-7-5195-0048-1

I. ①数… II. ①陈… III. ①外交理论—研究
IV. ①D80

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 236734 号

出版发行: 时事出版社
地 址: 北京市海淀区万寿寺甲 2 号
邮 编: 100081
发行热线: (010) 88547590 88547591
读者服务部: (010) 88547595
传 真: (010) 88547592
电子邮箱: shishichubanshe@sina.com
网 址: www.shishishe.com
印 刷: 北京市昌平百善印刷厂

开本: 787×1092 1/16 印张: 12 字数: 120 千字
2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷
定价: 55.00 元

(如有印装质量问题, 请与本社发行部联系调换)

编者序

自 2001 年“9·11”事件之后，公共外交的重要性愈加凸显，而与以往公共外交的不同之处就在于，伴随世界范围内数字技术的发展与普及，特别是社交媒体这类即时信息传播和交流平台的涌现，互联网技术的应用在其中正发挥着不可替代的作用。由此，以新媒体为主要媒介，其主体、客体、手段和形式不断延展的新公共外交日益提上日程，不仅成为国内外理论研究的热点，而且成为各个国家探索新型外交实践的重要切入点。

正是在这一背景下，外交学院外交学与外事管理系联合外交学院公共外交研究中心举办了一期以“大数据时代的公共外交与中国软实力建设”为题的研讨会，国内多所著名高校和研究机构的相关学者与会参与了研讨。外交部

公共外交办公室的负责人员和工作人员也参加了此次会议，并就外交部借助数字平台开展的公共外交活动及其所面临的困难和挑战与学界人士进行了热烈的讨论。此次会议以“大数据”为题，但与会嘉宾并未局限于此，而是以更为宽泛的“数字时代”为背景，集中讨论了“在这一背景下外交出现了哪些转型”、“公共外交又有哪些新的理论与实践”以及“中国如何更好地借势建设自身的软实力”三大议题。学者们在此次会议上碰撞出了思想的火花，对很多前沿问题进行了深入的思考。

为了能与更多的学者进行对话，让更多学者参与探究这一课题，我们最终决定将整个会议中嘉宾们的发言和论辩结集出版，并将之命名为《数字时代的公共外交对话录》。之所以采用“对话录”为题，主要考虑到它并非一本严格意义上的论文集，而更多的是学者和学者之间，以及学者们与自身之间的对话与追问。正如很多学者所言，自己的发言可能“并不成熟”，但它代表的是自己对“数字时代到底会给我们带来什么”这样一种疑问的持久探寻。

与最初的会议议题相对应，本书主要包括三大板块：“数字时代与外交转型”、“数字外交的理论与实践”以及“数字时代中国软实力的建设”。

数字时代其实是电子信息时代的代名词，因为电子信息都是用机器语言，也就是数字来代表的。它的典型特征是大量信息的生产与即时传输。这一点对人类产生了广泛的影响——无论是你的生活方式还是生产方式，甚至包括外交方式，而且不仅是外交的实践，

还有对于外交的研究。第一板块“数字时代与外交转型”就是针对这一问题的回应。北京大学的张清敏教授指出，在数字时代，外交的概念、行为体、规范和制度都发生了一些改变，但无论如何变化，外交的“和平”本质始终如一，正是在这一设定下，他强调数字媒体、大数据等等这些现代技术只是“器”，外交部门应该坚守自己的“道”。外交学院的袁南生教授则结合自己曾任驻外总领事的经历，提出数字平台、数据信息等等为公共外交的发展提供了新的契机，它们令一国开展的公共外交更具针对力、影响力和管控力。北京外国语大学的周鑫宇副教授结合他们公共外交研究中心开展的两个项目指出，对于公共外交的效果评估而言，以数字技术为基本依托的大数据可以拓展我们的研究空间，但就公共外交的实际效果，即在他国最终促成有利于本国的政策行为来说，这是依靠大数据无法打开的通路，重要的还在于抓住该国的关键少数，而这一点需要我们踏下心来做深入的国别“社会”研究。对外经济贸易大学的董青岭副教授分享了他对大数据概念的理解，并以他们大数据国际关系研究中心正在开展的项目为案例，向大家展示了如何利用大数据去“探测”哪些因素会对世界上一些主要国家的战略影响力产生作用。大数据是否会改变先假设再验证的传统思路，并代之以建模和随机扫描来发现研究奇点？这个题目是否有解，尚待更多的争论与探究。

数字外交、数码外交、数字化外交，英文 digital diplomacy，以其即时性、直接性、包容性等特征，显然已成为当下极为流行的概念，但似乎尚没有一个令各方都满意的统一界定，正如“公共外交”

一样，迄今仍颇具争议。就本书的题旨而言，我们强调的是借用数字平台所开展的公共外交，但这句话似乎又可以进行多面的解读。所以在“数字外交的理论与实践”板块，我们看到天津师范大学的王存刚教授和外交学院的任远喆副教授都尝试对这一概念进行梳理。王教授注重广义的数字外交，并基于各国的经验，展望了数字外交未来的发展趋势。他还特别强调，“数字”是把双刃剑，重在看国际行为体理念和诉求的善恶。任老师则主要从狭义数字外交的角度，展示了各国借用数字化的工具和技术所开展的各种外交活动。他还专门提及我国很多研究都跟在西方后面，所以有必要掌握和平衡数字外交的普遍性与独特性，以结合中国自身的情况，探讨中国特色的数字外交。北京师范大学的张洪忠教授和外交学院的欧亚副教授则从各自所做的实证研究入手，展现了我们借助新媒体对外传播自身形象的困境。张教授挖掘了我国十家中央级媒体在国外著名的社交软件如脸书（Facebook）和推特（Twitter），以及数据平台如谷歌（Google）和维基百科（Wikipedia）中2015年全年的数据，直观地展示了我国与其他国家的重要媒体在影响力方面的差距。可以说，我们想要在国际新媒体平台上赢取空间，尚需要意识层面的巨大转变。欧老师同样用调查数据展示了我们以大众传播做公共外交遇到的渠道失灵及框架失效的问题。她指出，随着数字技术对个体的赋权，我国已经进入一个众媒时代，这当然拓展了我国传播自身的空间，甚至拓展了我们对他国民众进行政治动员的可能性，但它同时要求利用这些平台的涉外工作人员具备更为专业的素养。显然，新

媒体在数字外交中扮演了极为重要的角色，但它的影响力又有多少呢？有学者认为借助新媒体开展的外交所能影响的只是那些短期产生的高热点问题，而对那些需要长期跟踪、长期渗透的国际问题往往无能为力。这是否是新媒体外交的软肋？因此，如何推进新媒体外交与受众之间的长期关系成为一个极富意义的话题，希望更多的学者能参与其中，贡献智慧。

围绕数字、数据、网络、新媒体这些概念还有一个非常核心的论题，即文化安全与软实力的建设。学者们已经指出，随着数字时代的发展，“地缘政治”正进入一个“心灵政治”（noopolitik）的时代。当数字网络割裂了国家与国家、民族与民族、地域与地域之间的界限，在形式上用“节点”与“边”将世界连成一体时，多元的政治、经济和文化到底如何在这个一体世界中共处？阿尔温·托夫勒（Alvin Toffler）在《权力的转移》（*Power Shift*）一书中曾指出：世界已经离开了暴力和金钱控制的时代，而未来世界的魔方将控制在拥有信息强权的人手里；他们会用手中掌握的网络控制权、信息发布权，利用英语这种强大的文化语言优势，达到暴力、金钱无法实现的目的。因此，在一个数字技术所搭建的地球村和“虚拟国际社群网”里，如何保障网络主权、文化安全，如何通过软实力的建设确保文化领导权，都变得越来越重要。这也是我们设立“数字时代中国软实力的建设”这一板块的初衷。

在这一板块中，上海美国问题研究所的倪建平研究员与中国人民大学的钟新教授不约而同地把关注点指向了媒体人。前者强调我

们的媒体人“走出去”投身公益事业；后者强调外国的媒体人“走进来”，通过加深理解增进情感。媒体是实现不同国家“民心相通”的敲门砖，很多时候我们是通过媒体人塑造的“拟态环境”去认知他人，甚至了解自己的。无论是借助传统媒体还是新媒体，媒体人都在塑造一国形象、展现一国价值观方面发挥着不可替代的作用。外交学院的姚遥副教授呼应了前面张清敏教授的观点，他认为数字技术并未给外交带来根本性的变革，它只是公共外交的一个新手段，所以它只是“术”，而以外交政策等为内容的一国的软实力才是“道”，因此只有把重心放在对中国外交理念和外交政策的再确认上，才能够使数字外交在中国发挥更大的作用。重庆大学人文社会科学高等研究院的唐杰老师，依托于他刚刚翻译的著作《数字民主的迷思》介绍了数据收集、分析与展示的方法。当然很重要的是书中用实证数据展现的一个显见的结论，数字平台有着典型的集聚或者说垄断的趋势，正如前文托夫勒所言，“未来世界的魔方将控制在拥有信息强权的人手里”，这是一个戳中要点的提醒。最后中国人民大学的张广生教授讨论了新媒介运用过程中国家合法性的问题。他提到互联网包含物理层、内容层和代码层，而最根本的物理层也就是服务器都掌握在以美国为代表的西方国家那里，所以就信息竞争而言，我们从源头上就是被动的。因此在数字时代，我们软实力的建设、话语权的争夺可能更多是防御型的。当然，如果脱离这个技术，以内容为王，我们的软实力到底在哪里？王教授认为核心在于我们儒法文明的传统和新中国的发展模式，他同时提出了我们应该把小

康和大同的高贵社会理想联系在一起的三个百年的构想。综合来说，数字时代的公共外交，对于主权国家而言，既是机遇，也是挑战，如何因势利导，善加运用，通过软实力的建设突破网络空间的信息霸权与文化霸权，以及如何构建有效的公共外交模式与机制，都需要更多扎实的理论研究和经验研究。

数字时代方兴未艾，数字技术还在不断突破，Web3.0 已经上路。Web3.0 即语义网（the Semantic Web），其主要的特征在于理解意义，比如在搜索中自动替换不可知的匹配词，或者说它可以在没有人类介入的情况下自行交换知识，很多人也把它称为人工智能。技术似乎可以无限延展人类的能力，但在技术的背后人类如何更有效或者更友善地利用技术，这依然是个未尽的话题……

最后，感谢各位作者的参与，感谢外交学院诸位老师对我们工作的大力支持。我们的工作，包括之前会议的召开，以及本文集的出版获得了“中央高校基本科研业务费专项资金”和“高等学校深化教育教学改革项目资金”的资助，特此致谢。

陈雪飞

2016年8月8日

目录

Contents

议题一

数字时代与外交转型

- 数字时代与公共外交 · 袁南生 \ 002
- 大数据与世界主要国家国际战略影响力分析 · 董青岭 \ 009
- 大数据与公共外交的效果控制 · 周鑫宇 \ 019
- 把握外交本质，理解外交转型 · 张清敏 \ 028
- 评论 · 熊炜 \ 036

议题二

数字外交的理论与实践

- 数字外交的历史经验与未来趋势 · 王存刚 \ 050
- 中央级媒体的海外网络传播力 · 张洪忠 \ 061

众媒时代下的媒介化公共外交 · 欧亚 \ 071

数字外交及其在中国的实践问题与方向 · 任远喆 \ 084

评论 · 朱丹丹 \ 097

议题三

数字时代中国软实力的建设

公益传播与社会治理的创新 · 倪建平 \ 113

能力建设、品牌建构和关系建构 · 钟新 \ 121

数字外交与中国话语权 · 姚遙 \ 135

政治传播的数据化图式 · 唐杰 \ 144

新媒介过程与国家合法性 · 张广生 \ 159

评论 · 唐晓 \ 171

议题一 数字时代与外交转型

主持人：唐 晓^①

发言人：袁南生 董青岭 周鑫宇 张清敏

讨论人：熊 炜

主持人：感谢各位嘉宾专程赶来参加由外交学院外交学与外事管理系和外交学院公共外交研究中心共同组织、主办的“大数据时代的公共外交与中国软实力建设”研讨会。今天这个会议既和我们所处的这样一个时代合拍，同时对于外交政策以及外交理论的发展而言颇具意义，而对我们外交学院外交学一流学科建设也具有极大的推动作用，因此我由衷地感谢大家的大力支持。下面我们就进入会议的第一个议程：数字时代与外交转型。这一环节共有四位发言人，首先有请外交学院的党委书记、曾任驻旧金山总领馆总领事的袁南生教授发言。他发言的题目为“数字时代与公共外交”，有请袁大使。

^① 唐晓，外交学院外交学与外事管理系教授、系主任。

数字时代与公共外交

袁南生^①

各位老师、各位专家、各位朋友，今天你们的到来给外交学院带来了灵气，带来了喜气，带来了福气，谢谢大家。大数据时代的公共外交研讨会今天在外交学院举行，我代表外交学院党委，代表秦院长欢迎大家的到来，预祝我们这次研讨会圆满成功，同时也趁这个机会把我对这个问题的一些感受和思考跟大家报告一下。

我是2014年11月19日来外交学院工作的，此前在旧金山总领馆担任大使衔总领事，在那里公共外交、新媒体和大数据都是我们在对外交往工作中撇不开的问题。我的感受就是，如何处理数字时代的外交，对于我们推进公共外交，完成整体外交非常重要。我想从实践的角度谈谈我的体会，因为从理论的角度谈，从大视角谈，那是各位专家的事，我是从小的视角出发，谈点亲身经历的事情。

^① 袁南生，外交学院党委书记、副院长，曾任驻旧金山总领馆总领事。

对此，我有三点感受。第一点感受就是要利用数据分析增强公共外交的针对力，也就是针对性。虽然公共外交的提法时间不长，但实际上公共外交的历史已经很长了。比如我是2000年调到外交部的，迄今已16年了，那个时候我就感觉我们已经很重视公共外交了，只是还没有公共外交的提法，不过我们当时开展的公共外交活动都太缺乏针对性。2002年，我是中国驻孟买的总领事，在我之前是老外交官黄权衡同志在做总领事，在他的任期内就发生过一件事情，当然这个事情跟他本身无关，是中国京剧院到孟买演出，结果全场观众仅32个，演员比观众还要多。京剧院去演出是不是公共外交？当然是，但这个成本就太大了。为什么会出现这种情况，这跟我们在大数据时代掌握的信息渠道不畅有关。这样的事情发生在15年前，那最近有吗？

我再讲一件事情。大家都知道国内投拍的《建党伟业》《建国伟业》要到美国上映，我们要把这样的节目作为公共外交的一个抓手。电影拿到美国的一个大城市，我们花钱请电影院放映，并发票请人去看。电影院可是到时候就放，有没有人看可不是它的事情，结果有一天晚上就一个人也没有。一个人都没有，这就是没有针对性。当然，并不是所有中国节目走出去都会这样，我们也创造过一个奇迹，而这个奇迹的创造就跟数据分析分不开。

中央电视台连续十二三年春晚的总导演赵安就导过一个节目，叫《熊猫中国风情秀》。这个节目是典型的传播中国文化的一档节目。它最大的特点就是把中国传统文化中所有好的东西都揉到一

块儿了。这个节目讲了一个故事：有一只熊猫要结婚了，而这个熊猫太太非常漂亮，就被抢走了。这只熊猫为了把太太抢回来，找孙悟空去学本事，到少林寺去学武功，然后千方百计地把太太抢了回来，抢回来后就以“好一朵茉莉花”这首好听的歌庆祝结束。在这个剧目里面，我们那些传统文化里的好东西都融在其中了，包括四川的变脸、翻筋斗等等，也就是说一台节目把中国文化的精髓都融合到了一起。不过这个节目要走出去是有很大风险的，因为它是民营的，完全要自掏腰包，但演员都是一流的，是天津杂技团、中国歌舞团等组成的一个班子。那要如何运作呢？拉斯维加斯有一百多个剧场，有很多的游客，我们就决定先对拉斯维加斯进行一个调查。我们通过调查和数据分析，最后决定把全世界的文艺之都拉斯维加斯最大的剧场帕拉佐租下来，票价 100 美金一张，天天晚上演，连演了 238 场，创造了中国戏剧在同一个地方天天演出的记录。因为那里的游客是天天换的，如此受欢迎，也说明我们的确演得好。我们也不断地进行数据搜集，美国总共有 56 家报刊、电台报道了演出，都是交口称赞，所以连演了 238 场，不同凡响。我们国内组织第一流的明星到美国去演，一般最多演五场，旧金山演一场，芝加哥演一场，纽约演一场，还有休斯敦、洛杉矶各演一场，每次国家投资都是几十万，一个地方演一场，看的人主要是华人华侨。而且有一次一些明星在旧金山演出时，剧场几十个 VIP 座位还全是空的，没有人，为什么呢？我后来了解到，因为票面上印了票价 120 美金，官员、政要没有一个

人去，旧金山市长解释说，“我来就涉嫌受贿了，你们的票价标明120美元，我来看演出，你肯定还会录像，还会报道，在美国收30美金以上就涉嫌受贿，录像报道就证据确凿了”。这样，人家很自觉就不来了。我觉得即使都来了，一个地方也是演一场，而且国家的投入很大，但是赵安这个节目连演238场，国家没有掏一分钱。中央电视台后来对此进行了专门报道。演出结束以后，2015年春节，这台节目又到联合国演了一个晚上，国家也是没有掏一分钱。我讲这个例子就是为了说明，在大数据时代要明白，数据调查、数据分析将促使我们的公共外交更有针对性。

第二点，利用数字技术来增强公共外交的影响力，主要是指我们借助那些数字媒体平台拓展影响力。这一点要感谢外交部新闻司让驻旧金山总领馆成为全球第一个试点，设立脸书官方网页。我们是第一家在脸书设立官方网页的驻外总领馆，这样我们的信息就可以依靠脸书这个平台传递出去，这是非常重要的。要做到这一点需要解放思想，外交部让我们做这个试点，而且经常指导我们，这的确很不容易。旧金山有四五十个国家的总领馆，绝大多数都在脸书上设有官方账号。一开始我们馆的账号粉丝是最少的，几个月以后，我们成为粉丝最多的官方账号，这样我们需要有什么政策宣示，需要有什么舆论导向，我们想把什么东西告诉美国人，告诉我们的读者，就在我们的官方网页发表，脸书自然就帮我们都传递出去了，它的效果非常好。这是部里解放思想的一个重要行为，部里解放思想首先就是信息传播解放思想。脸书