



察哈尔公共外交丛书 韩方明 主编

中国人的 国际新形象

Chinese Image Abroad

韩方明 主编



国际社会如何看待如今的中国和中国人？
中国人走出国门，如何塑造和提升形象？
公共外交如何助推中国人的国际新形象？

新华出版社

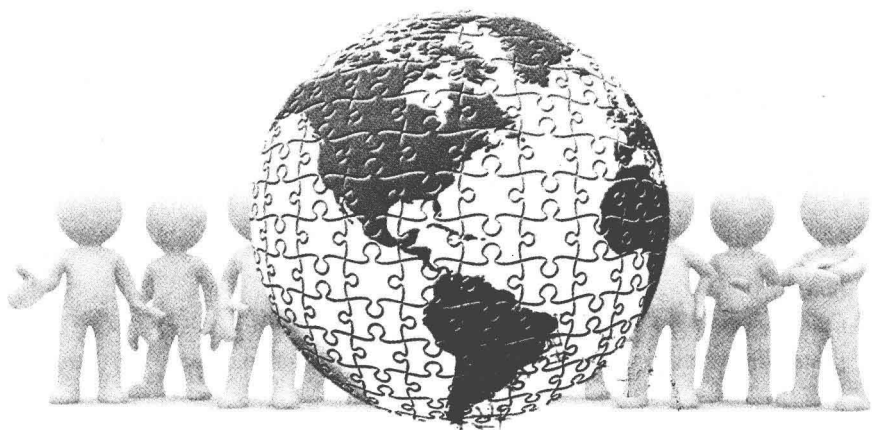


察哈尔公共外交丛书 韩方明 主编

中国人的 国际新形象

C h i n e s e I m a g e A b r o a d

韩方明 主编



新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国人的国际新形象/韩方明主编

北京: 新华出版社, 2012.5

ISBN 978-7-5011-9970-9

I. ①中… II. ①韩… III. ①国家—形象—研究—中国

IV. ①D6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 102156 号

中国人的国际新形象

作 者: 韩方明

出 版 人: 张百新

责任编辑: 张 程

封面设计: 涂鸦文化

责任印制: 廖成华

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhuaapub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 新华出版社照排中心

印 刷: 河北高碑店市鑫宏源印刷包装有限责任公司

成品尺寸: 160mm×240mm

印 张: 12.5

字 数: 150 千字

版 次: 2012 年 6 月第一版

印 次: 2012 年 6 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5011-9970-9

定 价: 26.80 元

图书如有印装问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

代序：中国公共外交的若干问题与建议

全国政协外事委员会副主任、察哈尔学会主席 韩方明

近年来，公共外交在中国起步虽晚，但发展很快。从中央最高层到外交执行部门都高度重视推动中国公共外交，媒体、地方政府、大中企业和普通公民参与公共外交的意识也越来越强，对公共外交投入了极大的热情。公共外交在全国范围内能够受到如此高度的重视，是一件可喜的事情，它对于中国公共外交事业的意义和影响是深远的，也是中国特色社会主义公共外交的一个特色和优势。总体来看，当前中国公共外交有机遇，也有挑战，但机遇大于挑战。特别是十七届六中全会提出了提升国家文化软实力和建设社会主义文化强国的战略，更为中国公共外交的发展开辟了广阔的道路和巨大的发展空间。

公共外交的世界趋势

当今世界正在步入公共外交的时代，任何一个参与全球化的国家要想回避公共外交都已经不可能了。中国公共外交的兴起，是世界范围内公共外交发展潮流的一部分，是全球化和信息化时代外交转型的一个重要方面。中国公共外交的发展不可能违背世界外交公众化和社会化的基本潮流，只有在顺应世界潮流的基础上，在把握公共外交发展的世界趋势前提下，结合中国具体国情和优势，创造

性地开展公共外交，才会真正符合公共外交发展的方向。

从世界公共外交的发展潮流来看，未来公共外交的发展具有以下四个基本趋势：

一、公共外交全球化

近年来，公共外交的一个重要趋势就是全球化。不仅作为发达国家的美国、英国、法国、德国、日本、加拿大、挪威等国家高度重视公共外交，而且广大新兴大国如中国、印度、南非、巴西等也都积极加入公共外交的行列，文莱、韩国、新加坡、希腊等小国也在公共外交方面具有很高的热情。英国的“酷——不列颠”和“创意英国”系列活动，美国对中东国家公共外交的大量投入，法国对文化外交的重视，中国在2008年北京奥运会和2010年上海世博会上的精彩亮相，以及在世界各地几乎每天都在上演的“文化节”、“国家年”和其他大量数不清的教育文化和社会交流项目，无不显示出公共外交的魅力。

在全球化飞速发展的现代社会，万万不可忽视公共外交所带来的巨大外交收益以及在外交领域中占据的重要地位。它已经成为各国外交工作不可忽视的重要课题，在外交工作日程中占有越来越重要的地位。公众外交领域的日益活跃，特别是在全球范围的紧密联系，使得政府包办外交不仅成为一种落后的文化行为，面临道义上的危机，而且在实现国家利益问题上也已经力不从心。因此，只要经济全球化的趋势不发生逆转，公共外交的全球化趋势也会持续下去。

二、公共外交社会化

公共外交是一种以社会为中心的外交。作为一种新外交理念，公共外交主要体现在外交精神的变革上。像美国、英国、法国等国家尽管也开展了公共外交，但其核心理念仍然是以“国家为中

心”的外交，在基本精神上仍然是执行国家战略和实现国家利益的现代外交精神，所谓的公共外交只不过吸纳了一些新的手段服务于新的对象而已，没有从根本上确立用新的外交精神服务于新的外交目的。

相反，加拿大和挪威的公共外交称得上是“新公共外交”，最主要的就是体现在两个国家的公共外交注重发动普通民众、非政府组织、企业等行为体参与公共外交事务。外交的主体不再是局限于一个国家的中央政府，地方政府、非政府组织和企业也成为公共外交的主体，代表国家出面从事各种与塑造国家形象相关的事务。当然，这些行为体不可能完全自行其是，而是在中央政府制定的公共外交理念和战略指导下创造性地开展活动，不能完全任意行事，否则就变成纯粹的民间交流了。如此一来，对外交部门最大的挑战莫过于如何协调国内众多行为体，共同致力于公共外交的崇高目标。尤其是作为一个内阁部门的外交部，如何协调与自己行政职级相等的其他部委管辖的事务，显然是一个重大挑战。

三、公共外交网络化

随着互联网的普及，网络成为公共外交的重要工具。如门户网站、搜索引擎、电子邮件、网络视频、博客、播客、网络社区等新技术的推广，使得网络空间成为公众生活的一个重要空间，也成为公共外交的重要对象。

美国的奥巴马政府无疑是目前推进网络公共外交的代表。奥巴马政府从2009年1月以来，一直在倡导“巧实力”的概念，并致力于把“巧实力”融入其外交政策中，而所谓“巧实力”就是“硬实力与软实力的有机结合”。美国国务卿希拉里办公室主任谢里尔·米尔斯说：“利用新媒体发挥美国外交‘巧实力’并扩大交流，对实现美国外交政策目标至关重要。”而希拉里本人2009年5月13

日在纽约大学的毕业典礼上发表讲话时说要“建立自上而下的新的伙伴关系”、“利用可以利用的一切手段”，这就是“‘巧实力’的实质”，同时希拉里更是提出了“公民外交家”（citizen-diplomats）的概念。

网络外交的主体和对象不再仅仅是政府或军方，而开始向普通公众的方向转移。特别是今年以来，无论是“阿拉伯之春”，还是“伦敦骚乱”、“占领华尔街”，几乎所有国际热点背后都有网络的影子。利用先进的网络技术和先进沟通工具，推进外交的社会化，越来越成为公共外交发展的一个重要维度。目前，各国外交系统都纷纷利用网站、博客、播客、微博等开展公共外交，美国、日本等驻华使馆都纷纷利用微博与中国公众开展互动交流，网络越来越成为各国公共外交的新宠。

四、公共外交战略化

在全球化时代社会运动和政治抗争崛起的背景下，公共外交越来越与经济、社会、文化、军事等议题混杂在一起，日益成为一个与国家硬战略相配套的软战略。在西方国家的大战略文化中，战略不仅仅包括军事、安全、威慑等“硬战略”，也包括政治、经济、社会、科技、心理等“软战略”。

软战略包含着十分丰富的内容，公共外交是软战略中的重要一环，“软战略”要比“硬战略”更具杀伤力。特别是隐身幕后指挥全局的做法，在他国内部鼓动起社会抗议的声浪，塑造政权合法性危机的社会事件，具有更大的隐蔽性和欺骗性，很容易形成不利于国家稳定发展的国际形象危机，有可能干扰一国发展的节奏和进程。由此可见，公共外交并非仅仅是塑造国家形象的柔性手段，而是柔中有刚、绵里藏针，其战略价值不可低估，也是公共外交未来的一个发展方向，应该引起各国高度重视。

中国公共外交的五大问题

中国公共外交尽管发展很快，但暴露出了一些深刻的问题。特别是各个部门一哄而上，如果缺乏必要的科学论证，缺乏相应的组织协调，缺乏统筹全局的意识和能力，有可能好心办坏事，引发严重的外交后果。归结起来，目前中国公共外交实践中暴露出来的问题主要有以下五个方面：

一、统筹协调不足，存在四面出击的倾向

作为一种从学界和外交界提出的新范式，公共外交并非是自上而下的外交意图实施过程，而是自下而上的探索过程。尽管最高领导人提出要大力加强公共外交，但在具体执行过程中依然依靠传统的外交体制和机制，关于公共外交的体制和机制缺乏相对独立性。目前，外交部、中联部、全国政协、教育部、文化部、中国人民对外友好协会、国务院新闻办、国务院侨办等部门都提出要大力加强公共外交，但迄今为止基本上还是各行其是，在公共外交的行动上缺乏必要的统筹协调，没有形成强大的合力。甚至在统一外交议题上，各方行动不一，存在着四面出击的倾向。

二、科学论证不足，存在各说各话的倾向

公共外交是一个热点话题不假，但各方对公共外交内涵的理解却不尽相同。在关于公共外交内涵的争论中，最主要的分歧在于究竟要不要把非政府的涉外活动纳入公共外交的范围。传统公共外交论者坚持认为外交是代表国家的行为，没有政府参与就不能称之为外交，非政府的涉外活动可以称之为“国际民间交流”，不能称之为公共外交。相反，新公共外交论者则认为，在全球化时代，外交

和内政的界限已经非常模糊，外交的范围必须拓宽，仅靠政府开展公共外交回答不了国家间交往面临的大量新问题，不把非政府的国际交往活动纳入公共外交，公共外交便失去了时代意义。

概念内涵的争论表明对公共外交认识的不统一，对如何开展公共外交还缺乏必要的科学论证。思想领域中的模糊必然会影响到执行领域，如何推行具有中国特色的公共外交事业，还是一个亟待回答的深刻问题。

三、考核评估不足，存在效果不明显的倾向

目前，中国在公共外交方面开展的工作很多，如孔子学院、奥运会、世博会、亚运会、各种论坛、国家形象宣传片等，中国在公共外交领域的投入也是巨大的。然而，这些活动究竟效果如何，目前还缺乏科学的考核和评估体系。关于公共外交的效果评估问题，国内也仍然存在争论。

当然，关于公共外交效果评估的困难，主要来自于效果评估的复杂性，如海外公众对一国民意的改变往往与特定环境因素、一国变化、公众心理变化等众多因素相关，未必一定是公共外交活动的产物。因此，对公共外交寄希望越大，到头来的失望可能也就越大。特别是追求的效果越直接，政治性越强，越不大可能看出公共外交活动的独立效果。如何科学评估目前开展的公共外交活动，将是今后中国面临的重大挑战。

四、战略规划不足，存在就事论事的倾向

公共外交是实现国家利益和执行外交政策的手段之一，它服从和服务于国家的目标和经济社会发展的战略全局，波及的领域和涉及的相关行为体非常多，需要统筹国内与国际、官方和民间、高层和草根等众多方面的资源，才能形成公共外交的强大合力。因此，

开展公共外交必须从全局的视野和战略的高度，为一个国家在较长一段时期内的各方面共同参与公共外交确立统筹全局的大战略，将各方面的积极性整合成为强大的合力，从而在纵横捭阖的国际博弈棋局中居于主动。

然而，目前采取的各种公共外交活动还缺乏统一的战略规划，不仅各个部委之间协调不力，而且有很强烈的反对意见认为如果制定统一战略，将会把公众的外交积极性套上政府命令的紧箍咒，从而扼杀了公众参与外交的积极性。在实践中，完全抛弃政府战略统筹和完全纳入政府战略都是不切实际的，问题的关键在于如何平衡两者，使之最大限度地释放公众外交的活力，规避公众参与外交的消极影响。

五、对象锁定不足，存在无的放矢的倾向

公共外交是以公众为对象的外交，明确的对象是开展公共外交的前提。然而，目前我国所开展的公共外交在对象锁定方面还不够明确，外交的针对性不强。在更多的情况下，我国的公共外交是一种针对全体公众的外交，而非锁定某一部分公众进行重点经营的外交。如外交部的新闻发布会可以更多的是一种针对媒体和所有公众的外交形式，但各种论坛就主要是锁定精英开展公共外交，在邀请参加论坛的群体中，不仅要有友华人士，也要考虑邀请一些对中国抱有偏见、误解的人参加，通过论坛鼓励争论，鼓励对话，从而逐渐地影响他们的看法和意见。

因此，公共外交是一种公众取向，从公众认同结构中确立公共外交的理念及其行动路线图。要尊重公众认知规律，不是从自身出发强加给对方国公众某种形象，而是在准确描述公众舆论的基础上，从公众那里获取理念选择的坐标。

中国公共外交的建议

公共外交是一个新生事物，是全球化时代外交转型的一个重要组成部分。在推进中国公共外交过程中，需要坚持理论研究与社会实践相结合、全面推进与重点突破相结合、一般原理与中国实际相结合的原则，全面推进公共外交。

一、坚持以人为本的指导思想

公共外交是对人的工作，牢牢把握活生生的人的思想感情，尊重人、服务人、感动人，在与公众的情感交流中提升外交的智慧和力量，是公共外交生命力的源泉。全球化时代的外交工作正从以政府外交为主的传统外交，向以政府外交和公共外交并重的方向发展。任何国家都必须适应形势变化，转变观念，立体思维，立体操作，打造官民并举、政经文互动、相互配合的统筹外交，多领域、多角度地维护好国家整体利益。尤其是开展公共外交，决不可另起炉灶，必须在现有体制框架内，做好统筹兼顾的工作。

二、制定统筹全局的战略规划

开展公共外交，最起码要有一个统一的方略，对各方面的资源进行集中整理，转化为外交工作的资源。特别是要结合“十二五”发展规划，制定相应的公共外交战略，它着眼全局而非局部，注重结果而非过程，强调方向而非方法。处理国际事务时，加强战略思维要求，善于审时度势，因势利导，内外兼顾、趋利避害。面对世界舆论对中国的种种期待和误解，妥善管理和引导好国际社会对中国的合理预期，大力开展公共外交活动，尽可能获得国际社会的理解、同情和支持。

三、完善协调各方的体制机制

要统筹兼顾好官方和非官方的优势和积极性，集中全民的资源用于公共外交。要统筹好国内公众和国外公众的关联性，尽可能避免国内与国外两种声音、两个口径的悖论。要统筹好国家统一性和社会多样性的矛盾，努力协调好各方面的关系。要统筹好本国利益、他国利益和全人类共同利益，努力增强外交服务多样化利益的能力，全面提升一个国家的外交质量。在实践中，对现行的公共外交体制和机制进行改革，按照公共外交的职能对各个涉外部门进行改革和重组，归类合并，形成开展公共外交和公关外交的强大合力，共同服务于外交工作，营造有利的国际环境。

四、加强体系完整的学科建设

一流的公共外交建立在一流的学科高地基础上。公共外交的重要落脚点是培养公共外交人才，使得学科发展步入推陈出新的持续发展轨道。从公共外交培养体系规划来看，需要着力解决课程设置、师资队伍、培养方案、社会实践等方面的问题。从高等院校来说，要切实加强学科建设，培养造就一大批有世界视野、专业素质和社会能力的公共外交人才队伍。从社会来说，要创造机会，完善制度，不拘一格地拓展学生成才的社会实践，建设若干社会实践基地。从外交部门来说，要开放渠道，规范角色，真正为学生创造经风雨、见世面、长才干的社会实践舞台。

五、构建功能完善的服务体系

一项事业的发展，还离不开服务体系的配套运行。近年来，在公共外交学科成长过程中，也需要大力加强相关社会服务体系，增强公共外交可持续发展能力。特别是学术社群建设、学术期刊建

设、学术平台建设、研究机构建设、研究经费支持等。要通过大力振兴民间智库，拓展筹集民间资源的空间，为公共外交的发展提供强有力的后援支持。今后 5 到 10 年，要大力推动公共外交服务体系建设，为公共外交的学科成长营造良好的学术氛围和发展环境。特别是在各国公共外交体制和制度比较研究的基础上，重点分析党、政、军、民、学、商、媒等众多力量之间的互动关系，研究适合中国国情的效率最高的公共外交制度和体制机制，为中国公共外交体制、机制和制度建设提供决策参考。

目 录

1	代序：中国公共外交的若干问题与建议 / 韩方明
1	国民形象与公共外交
	——新加坡的中国新移民之个案分析 / 刘 宏
14	中国、中国人和中国人形象
	——说说美国人眼中的“新”中国人形象 / 刘亚伟
33	中国社会精英群体国际新形象的建构和传播 / 崔洪建
38	中国与葡语国家的公共外交和澳门的独特作用 / 王建伟
45	日本人眼里的中国人形象
	——在日本 20 年的观察与实践 / 段跃中
49	中国人需要更多的文化形象 / 纪硕鸣
54	新一代中国商界精英的国际形象 / 李 巍
60	当代中国富人的国际形象
	——一种公共外交视角的解读 / 任晶晶
70	缅甸人眼中的中国形象 / 李晨阳 祝湘辉
76	日本纪录片中的中国人形象 / 赵新利
85	关于中国国家形象的国际政治思考
	——基于对两份国际民调报告的解读 / 余万里

101	国际传播过程模式与公共外交效用分析 ——以中国国家形象宣传片为个案 / 檀有志
118	中国与东南亚的民间外交 / 王宪鹏
124	如何提升在欧洲的中国人形象 / 王义桅
130	加强企业社会责任建设， 打造中国企业国际新形象 / 刘然玲
135	艺术文化交流的公共外交价值 / 康守永
140	中国人形象的历史方位与战略转型 / 赵可金
164	加强国人素质建设，提高我国国际形象 / 梁安琪
168	社会精英的国际形象：怎么样与怎么办 / 欧阳君山
179	展现中国国家和国民新形象的成功实践 ——广州亚运会在公共外交领域的几个着力点 / 许瑞生

国民形象与公共外交

——新加坡的中国新移民之个案分析

刘 宏

察哈尔学会高级研究员，
南洋理工大学人文与社科学院院长、教授

导 论

过去的 20 年中，来自中国的新移民大量拥入新加坡，据估计，如今他们在这个只有 500 万人口的国家里已达 40 万至 50 万之众。那么，作为早期中国移民的后裔，占总人口 75% 的新加坡裔当地华人是怎么看待这些新来客的？是将他们视为同根同祖的移民同胞，抑或是与自身社会政治倾向和文化身份均相异的外乡人？从公共外交的角度看，华人新移民如何能够在中国在世界的和平崛起与发展过程中扮演积极的作用？

本文首先介绍 20 世纪 90 年代后新加坡人口结构之改变，接着分析本地新加坡人对中国新移民的看法——它们可以说是欢迎、批评、贬低和被动接受的混合体；然后讨论新加坡移民政策的出发点，即从控制新移民拥入到整合团结现有移民。本文认为，同宗同族的民族观和共同文化源流在塑造新加坡人对新移民的观点时只起到微乎其微的作用，政治上和经济上的现实主义和新型华人身份政治才是影响公众对新移民的态度和政策抉择的重要因素。在这一大框架之下，公共外交能够对中国入、华人新移民和中国国家的国际形象改变发挥一定的积极作用。

本文以新加坡官方及民间对中国新移民的看法的相关论述为主要资料来源，亦采访了新加坡人和中国新移民，同时辅以作者自身的参与观察。近年来出版了一些关于在新加坡的中国新移民研究，但并没有专注国家与民族之间的相互关联以及公共外交的角色。笔者希望本文能唤起更多关于新加坡新型的民族和身份政治的讨论，同时能引起学术界和决策界对华人移民的复杂性与多样性，以及他们在塑造新加坡移民政策中所扮演的越来越重要的角色的关注。

一、变化中的人口结构

新加坡作为一个没有自然资源和巨大国内市场的国家，在经济发展上需要依靠人力资源的支持。然而在过去的 20 年中，虽然新加坡的年总人口增长率由 1970—1990 年间的 1.9% 提高到 1990—2000 年间的 2.9%，但是人口发展趋势却在直线下降，这导致新加坡成为了世界上生育率最低的国家之一：从 1960—1965 年的 4.93 到 1995—2000 年的 1.57，远远低于人口的替代率水平（2.1）。

受到这种趋势的警示，考虑到可能对其社会政治经济的影响，新加坡政府开始采取一系列应对措施。除了实施一系列鼓励国民生育的政策之外，政府更是以引入外来人才提高了人口增长率。吴作栋总理在 1999 年说：“没有外国人才，我们将不能成为经济一流的国家，我们必须从国外引进人才以补充国内人才的不足。”新加坡政府实施了一系列的人才引进措施。例如，由人力部和经济发展局共同组建的机构“联系新加坡”（Contact Singapore），可视为新加坡的国家猎头公司，它旨在吸引国际人才到新加坡工作、投资和生活。它在亚洲（包括北京和上海）、欧洲和北美设立办事处，为有意探讨新加坡的职业发展机会的全球精英以及到新加坡投资或开拓全新商业活动的个人和企业家提供一站式的服务。该机构也与新