

“对外传播理论与实践研究” 丛书
中国外文局对外传播研究中心 选编

全球传播： 新趋势·新媒体·新实践

 “第三届全国对外传播理论研讨会” 论文集

姜加林 于运全 主编



China International
Publishing Group
中国国际出版集团



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

“对外传播理论与实践研究”丛书 ☆ 中国外文局对外传播研究中心 选编



全球传播：新趋势·新媒体·新实践

——“第三届全国对外传播理论研讨会”论文集

姜加林 于运全 主编



China International
Publishing Group
中国国际出版集团



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

图书在版编目(CIP)数据

全球传播：新趋势·新媒体·新实践：“第三届全国对外传播理论研讨会”论文集 / 姜加林，于运全主编. — 北京：外文出版社，2014

ISBN 978-7-119-08738-2

I. ①全… II. ①姜… ②于… III. ①中外关系—传播学—文集 IV. ①G219.26-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第059738号

“对外传播理论与实践研究”丛书

总策划：姜加林

责任编辑：张玉宁 杨璐

装帧设计：吾昱设计工作室

印刷监制：冯浩

全球传播：新趋势·新媒体·新实践

——“第三届全国对外传播理论研讨会”论文集

姜加林 于运全 主编

© 2014外文出版社

出版人：徐步

出版发行：外文出版社有限责任公司

地址：中国北京西城区百万庄大街24号 邮政编码 100037

网址：<http://www.flp.com.cn>

电话：010-68320579 / 68996067 (总编室)

010-68995844 / 68995852 (发行部)

010-68327750 / 68996164 (版权部)

印制：北京蓝空印刷厂

经销：新华书店 / 外文书店

开本：787mm×1092mm 1/16

印张：42

字数：600千字

装别：平装

版次：2014年7月第1版 2014年7月第1版第1次印刷

书号：978-7-119-08738-2

定价：59.00元

版权所有 侵权必究 有印装问题可随时调换

“对外传播理论与实践研究” 丛书编委会

主 任 周明伟

编委会成员（以姓氏笔画为序）

于运全	方正辉	王众一	王刚毅
严文斌	李雅芳	陆彩荣	陈 燕
林良旗	姜加林	徐 步	程曼丽

“第三届全国对外传播理论研讨会” 专家委员会

主 任

蔡名照

执行主任

周明伟

主任委员 (以姓氏笔画为序)

马胜荣	马振岗	王仲伟	朱英璜	杜文龙
杨正泉	周锡生	赵启正	黄友义	翟惠生

专家委员 (以姓氏笔画为序)

尹韵公	方正辉	史安斌	甘险峰	刘 康
刘正荣	孙有中	孙海燕	曲莹璞	严文斌
吴 飞	吴予敏	张 昆	张西平	李希光
陈文俊	单 波	周 宁	孟 建	孟 彦
范以锦	姜加林	胡正荣	唐润华	唐绪军
夏吉宣	郭 可	钱 江	高 钢	曹景行
喻国明	程曼丽			

编者的话

《全球传播：新趋势·新媒体·新实践》一书汇集了第三届全国对外传播理论研讨会的主要成果，探讨了全球传播背景下中国国际传播实践中的前沿问题。

2013年8月15日至16日，在长春举办的第三届全国对外传播理论研讨会，是在全面贯彻落实党的“十八大”重大战略部署的背景下召开的。研讨会的主题为“全球传播：新趋势·新媒体·新实践”。

中宣部副部长、国务院新闻办公室主任蔡名照出席开幕式并发表了《把中国梦对外宣传好、阐释好、解读好》的主旨演讲。中国外文局局长周明伟、腾讯公司副总裁孙忠怀受邀分别为大会作了题为《关注国际形势变化 创新传播理论研究》和《互联网时代全球传播的契机》的演讲。260余位专家学者与会。

研讨会共收到268篇论文。本书甄选了86篇参会论文，包括经专家委员会评审出的12篇优秀论文。为鼓励传播理论在实践中的应用，自本届研讨会开始，增加了传播案例研究的内容。

本书由序言、入选论文2部分组成。其中入选论文分7个专题，内容涉及国家战略传播理论与实践、政治传播与话语体系建设、国际传播能力建设、中国文化的国际传播、涉华舆情与受众研究、国家形象与城市形象传播、公共外交与国际传播等。

代 序

把中国梦对外宣传好、阐释好、解读好

中宣部副部长、国务院新闻办公室主任 蔡名照

关注国际形势变化 创新传播理论研究

中国外文局局长 周明伟

把中国梦对外宣传好、阐释好、解读好

中宣部副部长、国务院新闻办公室主任 蔡名照

党的十八大后不久，习近平总书记提出了实现中华民族伟大复兴中国梦的重要战略思想。这一重要战略思想，顺应了全体中华儿女创造美好生活的热切期盼，顺应了当今中国的发展大势，顺应了世界历史的发展潮流，充分体现了以习近平同志为总书记的党中央继往开来、高瞻远瞩的深邃眼光，体现了当代中国共产党人天下为公、海纳百川的宽广胸襟，是我们党坚持和发展中国特色社会主义的重大理论创新和实践创新，成为中国走向未来的鲜明指引和中华儿女团结奋进的精神旗帜。

我们看到，在中国梦的激励下，越来越多的人以自己的辛勤努力追梦、圆梦，争取人生出彩的机会。国际社会也聚焦中国梦、解读中国梦。从某种意义上说，现在和未来一个时期，国际社会对中国的了解和认识，中国国际形象的丰富和提升，都将与中国梦密不可分。因此，如何更好地对外传播中国梦，已经成为对外宣传战线一个新的重大任务。

做好中国梦的对外宣传和阐释，要注重从历史层面、国家层面、个人层面、全球层面，把中国梦的思想内涵、价值追求、历史地位和世界意义讲清楚、说明白，增进国际社会对中国梦的了解和认同。

一、从历史层面看，中国梦体现了中国人民和中华民族的价值体认和价值追求，揭示了中华民族的历史命运和当代中国的发展走向，具有鲜明的中国特色、民族风格、文化底蕴。中华民族具有5000多年悠久历史，创造了博大精深的中华文化，为人类文明进步作出了不可磨灭的贡献。但近代以来，中华民族蒙受了世所罕见的屈辱和苦难。求得民族独立和人民解放、实现国家富强和人民富裕，成为中华儿女的最大夙愿。从洋务派的“洋务

梦”，到康有为的“大同梦”；从梁启超的“启蒙梦”，到孙中山的“共和梦”，无数仁人志士砥砺前行、艰辛求索，但都未能成功。危难之际，中国共产党登上历史舞台，领导中国人民结束了半殖民地半封建社会，建立了新中国，确立了社会主义制度，开启了改革开放的伟大征程，开创和发展了中国特色社会主义，引领中华民族走上了实现伟大复兴的正确道路。今天的中国，社会生产力、经济实力显著增强，国际竞争力、国际影响力明显提高，中国的面貌、中国人民的面貌发生了历史性变化，被国际舆论称为“近年来最重要的全球变革”。今天，我们比历史上任何时期都更接近中华民族伟大复兴的目标，比历史上任何时期都更有信心、更有能力实现这个目标。可以说，历经鸦片战争以来170多年的不懈奋斗，中国人民心中的民族复兴梦想，越来越展现出光明的前景。做好中国梦的对外宣传和阐释，就要结合中国历史特别是中国近现代史，讲清楚中国梦具有深厚的历史渊源，反映了近代以来一代又一代中国人不懈追求幸福的朴素愿望和艰辛探索；讲清楚中国梦具有广泛的现实基础，反映了今天13亿中国人民的共同理想，指明了全党全国各族人民共同的奋斗目标，是凝聚海内外中华儿女团结奋斗的最大公约数。

二、从国家层面看，中国梦体现了国家富强、民族振兴、人民幸福的本质要求，昭示着全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴的美好前景。在中华民族的传统观念中，个人利益与国家利益和民族利益密不可分，每个人的前途命运与国家民族的前途命运紧密相连。生活在这块土地上的人们都懂得一个朴素道理：国家好，民族好，大家才会好。中国梦的最大特点，就是把国家、民族、个人作为一个命运共同体，把国家利益、民族利益和每个人的具体利益紧紧联系在一起，把国家的发展、民族的进步、人民的期盼有机融为一体。党的十八大站在新的历史起点上，对国家和民族的未来发展描绘了宏伟蓝图，发出了向实现“两个一百年”奋斗目标进军的时代号召。这个宏伟蓝图，把深藏在中国人民心中的百年梦想变成了具体可行的奋斗目标，那就是到2020年实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番，全面建成小康社会；到本世纪中叶建成富强民主文明和谐的社会主义现代化国家，实现中华民族伟大复兴。这个宏伟蓝图，描绘了国家、民族、个人的美好前景，那就是当中国梦实现之际，我们的国家经济实力和综合国力、国际地位和国际影响力大大提升，我们的民族将以更加昂扬向上、文明开放的姿态屹立于世界民族之林，我们的人民将过上更加幸福富裕安康的生活。做好中国梦的对外宣传和阐释，就要讲清楚，中国梦体现了国家情怀、民族情怀、人民情怀的有机统一，体现了中华民族和中国人民的整体利益，具有宽广的视野和丰富的内涵；就要讲清楚，实现中华民族伟大复兴是无比壮丽的崇高事业，在中国特色社会主义道路上取得历史性成就的中国人民，正在求真务实、真抓实干中一步一个脚印地朝着梦想奋进，完全有信心、有条件、有能力把国家富强、民族振兴、人民幸福的宏伟梦想变成现实。

三、从个人层面看，中国梦归根到底是人民的梦，意味着每一个人都能在为中国梦的奋斗中实现自己的梦想，只要每个人都为梦想努力就能汇聚起实现中国梦的磅礴力量。在中国梦的丰富内涵中，“人”是最核心的要素。习近平总书记强调，中国梦是国家的、民族的，也是每一个中国人的。这一重要思想，阐明了中国梦的核心价值和根本属性，揭示了中国梦的目的归宿和动力源泉。做好中国梦的对外宣传和阐释，一是要讲清楚人民是中国梦的主体。民为邦本，本固邦宁。人民是由无数个体构成的整体，每个个体的发展和命运汇成了社会发展的主流，构成了历史命运的基调。马克思、恩格斯对未来社会的展望，就是“每个人的自由发展是一切人的自由发展的条件”。中国人民素来有着深沉厚重的精神追求，即使近代以来饱尝屈辱和磨难，也没有自弃沉沦，而是始终怀揣梦想，向往光明的未来。因此，中国梦不是抽象的、虚幻的，而是汇集了每一个中国人的个人梦想，凝聚着全体中国人民的共同追求。二是要讲清楚中国梦为个人梦提供了广阔舞台。每一个人都有自己的美好梦想，都有放飞梦想的热切渴望。中国梦具有广泛的包容性，有了中国梦这个大舞台，个人梦就有了蓬勃生长的广阔空间；只要融入国家梦、民族梦，个人梦就一定能梦想成真。三是要讲清楚中国梦紧紧依靠人民来实现。人民群众是历史的创造者，每一个中国人追梦、圆梦的努力是实现中国梦的强大支撑。只要尊重人民群众的主体地位和首创精神，最大程度地动员人民群众广泛参与，最大程度地激发每一个中国人的进取心和创造力，最大程度地保证人民平等参与、平等发展的权利，心往一处想，劲往一处使，就一定能汇聚起实现中国梦的不可战胜的磅礴力量。四是要讲清楚中国梦将不断为人民造福。人民幸福是复兴之本、梦想之基。我们要实现的中国梦，就是要使发展成果更多更公平惠及全体人民，让人民有更好的教育、更稳定的工作、更满意的收入、更可靠的社会保障、更高水平的医疗卫生服务、更舒适的居住条件、更优美的环境；让孩子们成长得更好，工作得更好，生活得更好；让人民共同享有人生出彩的机会，共同享有梦想成真的机会，共同享有同祖国和时代一起成长与进步的机会。可以说，中国梦的深厚源泉在于人民，中国梦的根本归宿也在于人民。

四、从全球层面看，中国梦有着宽广的人类情怀和世界眼光，体现了中华民族为人类和平与发展作出更大贡献的真诚意愿，实现中国梦不仅造福中国人民，而且造福世界人民。早在20世纪50年代，毛泽东同志就坚信，进入21世纪的时候，“中国应当对于人类有较大的贡献”。今天的中国，正逐步走向世界舞台的中央，正在为世界和平发展进步作出越来越大的贡献，世界各国也越来越从中国的发展中谋求机会、分享红利。做好中国梦的对外宣传和阐释，一要讲清楚中国梦是追求和平的梦。中华民族历来是爱好和平的民族。讲信修睦、协和万邦，塑造的是敦厚平和、亲仁善邻的民族禀性；郑和下西洋、丝绸之路，播撒的是和平友谊、互利合作的种子。中国历史上曾经长期是世界上最强大的国家之一，

但没有留下殖民和侵略他国的记录。特别是近代以后的苦难遭遇，让中国人民更加懂得和平的可贵。走在复兴之路上的中国人民，怕的是动荡，求的是稳定，盼的是和平。中国将始终不渝走和平发展道路，同各国人民一道推进人类和平与发展的崇高事业，既努力争取和平的国际环境发展自己，又以自身的发展促进世界和平。我们不认同“国强必霸”的陈旧逻辑，决不会称霸，决不会扩张，中国越发展，对世界和平与发展就越有利。二要讲清楚中国梦是开放包容的体系，与各国梦、世界梦紧紧相连、息息相通。每个国家、每个民族都有属于自己的美好梦想，中国梦与美国梦、欧洲梦、非洲梦等不同国家和地区的梦想，共同谱写着多姿多彩的华美乐章。中国自古就崇尚和而不同、包容共生，中国梦是和谐之梦、包容之梦，是和平、发展、合作、共赢的梦，尊重世界文明多样性、发展道路多样化，主张国与国之间、不同文明之间平等交流、相互借鉴、共同进步，齐心协力推动实现持久和平、共同繁荣的世界梦。三要讲清楚中国梦给世界带来的是机遇、是贡献。中国梦不仅是属于中国的，也是属于世界的。在实现中国梦的过程中，中国始终不渝奉行互利共赢的开放战略，把中国人民的利益同世界人民的共同利益结合起来，在谋求中国发展中促进各国共同发展。无论是开放市场、扩大贸易、增加消费，还是抵御亚洲金融危机和国际金融危机，中国在创造经济增长奇迹的同时，有力拉动了世界经济的增长，越来越多的国家正从中国的发展中受益。正如西方媒体所说，“中国的梦想，不仅关乎中国的命运，也关系世界的命运”。随着国力的不断增强，中国将进一步发挥负责任大国的作用，在力所能及的范围内承担更多国际责任和义务，为人类和平与发展的崇高事业作出更大贡献。

早在80年前的1932年，商务印书馆主办的一份有影响的刊物《东方杂志》，曾发起有关梦想问题的大讨论。主编胡愈之向全国各界知名人士提出两个问题：一是“先生梦想中的未来中国是怎样”，二是“先生个人生活中有什么梦想”。这次“征梦”活动陆续收到知识界名人160余封回函。其中，胡愈之的同事金仲华说：“那时候的中国，显然已经通过了历史中的变乱期，而踏上新生的道路……就最低限度说，那时候每个人可不必愁虑生活的问题，饥馑和死亡不再追袭着大部分的中国人。”作家施蛰存充满激情地写道：我梦想中的未来中国，“是一个太平的国家，富足，强盛。”诗人柳亚子表示：“我梦想中的未来世界，是一个社会主义的大同世界。”燕京大学教授郑振铎更是直截了当地宣称：“我们将建设一个伟大的社会主义的国家。”80年前的这场讨论，一定程度上反映了当时有识之士对民族复兴的渴望、对社会主义大同世界的憧憬。但在当时国家失去尊严、民族饱受屈辱的年代，这些渴望与憧憬只能停留在“梦想”阶段。

经过80年的不懈探索与追求，曾经令无数仁人志士魂牵梦萦的中国梦，今天已经是地平线上“光芒四射喷薄欲出”的红日。现在，我们完全可以自豪地说，在中国共产党的领导下，坚定不移地沿着中国特色社会主义道路奋勇前进，实现中华民族伟大复兴的中国

梦前景光明。置身这个伟大的时代，希望对外传播工作者以高度的政治责任感和历史使命感，开拓进取，奋发有为，为使我们国家以崭新的形象屹立于世界民族之林作出更大的贡献。

（该序为作者在“第三届全国对外传播理论研讨会”主旨演讲的一部分）

关注国际形势变化 创新传播理论研究

中国外文局局长 周明伟

第三届全国对外传播理论研讨会是在全面贯彻落实党的“十八大”一系列重大战略部署，特别是在新一届中央领导集体上任半年多以来，在一系列重大对外交往的理论和实践取得重要突破的背景下召开的，也是在国际舆论发生一些新变化，产生一些新趋势的背景下召开的。

在这个大背景下，我们把这次理论研讨会的主题确定为“全球传播：新趋势·新媒体·新实践”。本届研讨会的议题有一部分是延续了第一、二届研讨会的话题，但也非常注重抓住新的研究课题，特别是针对十八大以来中国所面临的新的舆论环境，新一代领导集体的新理念、新举措、新实践和新的重大战略部署所引发的思考和研究。

下面我就新形势下如何增进中国与世界的相互了解，谈三点思考与大家讨论。

一、世界新变局与中国的快速发展使得增进彼此了解更加迫切

当今世界呈现出新的复杂变革，当今中国处于快速发展之中，中国与世界的关系发生了历史性的变化。

习近平总书记在十八届中央政治局常委与中外记者见面会上指出，中国需要更多地了解世界，世界也需要更多地了解中国。这为我们当前的对外传播工作提出了明确的方向和目标。

（一）金融危机后，国际格局发生了深刻变化：我们正处于一个新的历史时期

我们处在一个特殊的时代。其典型特征是政治多极化、经济全球化、社会信息化、威胁多样化。传统威胁和非传统威胁交织，金融危机、气候变化、恐怖主义等全球性麻烦层出不穷。

国际格局的变化主要指大国力量的变化。2001年“9·11”事件和2008年爆发的全球金融危机深刻改变了世界格局，为主要大国力量调整提供了时机，为中国发展提供了宝贵的战略机遇期。

在这一时期，新兴市场国家群体性崛起，发展中国家整体实力不断增强。以“金砖五国”（BRICS五国）和“新钻11国”（Next-11国）为代表的新兴国家发展快、规模大、范围广，大大推动了全球化、多极化进程，新兴市场经济国家在国际社会中的发言权和代表权不断提升，并发挥着更大的国际作用。而国际格局与大国力量变化的主要方面是一个13亿人口的社会主义中国的快速崛起，并成为全球化、多极化的主要推动力量。

世界经济进入深度调整期，增长速度起伏不定和国家间经济利益冲突将是常态。在国际金融危机冲击下，不少国家内顾倾向加重，民众不满情绪上升。一些国家经贸问题政治化倾向加剧，各种形式的保护主义明显上升，国际经贸摩擦显著增多，国际经济金融体系和全球治理改革势头有所放缓。

全球治理合作的难度增加，全球治理机制有待进一步完善。当前，世界正处于新旧秩序交替的过渡时期，全球性问题日益凸显，参与全球治理的主体日益增多，但全球治理缺乏权威、规则和有效性；国际社会关于全球治理的呼声愈益高涨，但各国在一系列问题上存在争议，甚至出现了不少“国际责任中国化”的议论，将许多全球性问题归因于中国，归责于中国。

（二）作为全球第二大经济体的中国，面临诸多错综复杂的机遇与挑战：中国发展到了一个全新的阶段

2000年，中国的经济总量还排在世界第七，十年之后中国一跃成为全球第二，这不仅让世界惊奇，可能也是十年前许多中国人没有预料到的。

中国在2009年成为全球最大出口国，2011年更超越美国成为全球最多国家的最大贸易伙伴。根据美联社对相关贸易数据的分析显示，在金融危机爆发前的2006年，美国是全球127个国家的最大贸易伙伴，中国为70个，但2011年，中国已经超越美国，成为124个国家的最大贸易伙伴，美国则降低到76个。很多学者估计，在很短时间内，中国将有望成为全球贸易的第一大国。

波士顿咨询集团2013年6月1日发表的年度财富报告显示，2012年，全球拥有百万美元

财富的家庭达到1380万个，其中中国有130万个，占到十分之一，总量居世界第三位，仅落后于美国和日本。

中国的海外投资2002年为27亿美元，2012年为775亿美元，海外投资总量达到5000亿美元，海外劳务人员120万，企业2万多家。中国和中国人的利益已遍布世界。

中国制造、中国投资、中国购买、中国模式，这些国际舆论中的“热词”也都显示了中国的崛起。

但我们要看到，中国正处在“将强未强”的历史阶段，中国的发展还不平衡。我们稍微观察一下就不难发现，中国的东部和西部，中国的城市和农村，中国的总体和人均GDP，是几对有着典型反差的“中国数字”。但这又都是实实在在的中国画面。

2012年2月，习近平同志以国家副主席身份对美国进行了一次重要访问，到了他20多年前住过的美国家庭。这个地方是一个两万多人的小镇，离纽约和华盛顿有1000多英里。但我们从电视画面中看到这个家庭的生活水平，与纽约、华盛顿几乎没有差别，居民的谈吐、受教育程度同纽约、华盛顿也没有两样。而如果我们以北京或者上海为圆心，开车往西5至10个小时，所到之处的生活和教育水平大概会相差五年、十年，甚至更多。这就是世界第一和第二大经济体的差距。

因此，我们要牢记中央的判断，中国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段的基本国情没有变，人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾这一社会主要矛盾没有变，我国是世界最大发展中国家的国际地位没有变。

（三）中国与世界更加紧密地联系在一起：中国与世界的关系发生了历史性的新变化

从经济总量上看，通过30多年改革开放的快速发展，中国已经成长为世界第二大经济体。这对于中国而言是一个全新的身份，中国需要适应以新的全球身份来处理对外关系。这需要中国处理好各种不同国家间关系，其中最为关键的是推动建立平等互信、包容互鉴、相互尊重、合作共赢的新型大国关系。

作为世界第二大经济体，如何与世界头号强国打交道，以化解或缓和美国在军事、经济等领域对“中国威胁”的提防？如何与那些同样依靠劳动密集型、出口导向型产业为经济增长引擎的发展中国家打交道？也就是说，中国已经进入其崛起进程中的艰难时刻。

在经济层面上，中国与世界的合作、竞争都在不断深化：在低端产业上，同发展中国家合作竞争；在中端产业上，同新兴国家合作竞争；在高端产业上，同发达国家合作竞争。中国与世界的相互依存日益加深。我们经济的对外依存度在50%以上，能源对外依存度超过50%。

同时，中国对世界来说也是一个巨大的机会，中国依然是推动世界经济发展与增长的最重要力量。一些分析认为，仅未来五年，中国将有4亿游客出国旅游，中国将进口10万

亿美元商品，对外投资5000亿美元。世界无法忽略中国，中国发展离不开世界。

因此，如何推动实现新型大国关系，如何增进周边国家与中国的相互信任、减少摩擦，如何不断加强与广大发展中国家的关系，如何推动国际秩序和国际体系朝着公正合理的发展方向发展，对于这些问题，都需要我们从一个发展中大国的根本利益和肩负的责任与义务、国际社会对中国的期望出发，有更深入的认识，作更充分的准备。

美国“2049”研究所的做法或许能给我们一点启示。该研究所成立于2008年，总裁是小布什政府时期负责亚太事务的副助理国务卿薛瑞福，起名“2049”是因为2049年是新中国成立100周年。这个研究所的主要任务就是研究预测未来中国的发展变化。预测新中国在建国100年时是什么样的情况，对美国和对世界意味着什么。薛瑞福认为，中国未来存有太多“变量”，“2049”不可能百分之百地预测成功，但他们力争抓住中国的最大变化。国外的研究机构尚且能如此，我们自己更要加强战略研究和前瞻性研究，不仅要回顾总结过去十年、二十年的得失，更要展望规划2020年、2049年甚至更久之后的中国未来图景。

这些都赋予了中国对外传播更崇高的使命、更严峻的挑战。我们不仅要塑造中国国际形象，营造良好的国际舆论环境，更要维护国家利益，争取更多的与一个发展中大国相适应的国际话语权。

二、有效增进中国与世界的了解， 向世界说明一个快速发展又复杂多变的中国面临许多新的挑战

毋庸讳言，当前我们对世界传播沟通的能力和效果，还远远滞后于国际形势的发展变化，滞后于中国自身发展的现实需要。在国际形势、中国自身发展和中国对外关系都发生重大变化的情况下，如何内知国情、外知世界，向世界说明一个快速发展而又复杂多变的中国，是一个迫切需要解决的重大现实问题。

（一）中国的快速发展过程本身面临许多问题

中国自身发展过程中的复杂性，一定程度上决定了中国的对外传播和形象塑造是一个艰巨的工程。特别是在当前这个特殊阶段：经济进入深刻转型期，社会进入矛盾凸显期，改革进入艰难攻坚期，增长进入调速换挡期。这更增加了对外说明中国的复杂性。

正如美国学者伊曼纽尔·沃勒斯坦所言，如果是三十年前，人们对中国的看法也许是相同的，但是如今已经不是这样了。很多人，而且有可能是世界上的大多数人都不太明确，到底该如何看待中国作为一个国家和一个世界强国的角色。

（二）国外对华认知更加多元多样

中国以“人口最多、经济发展速度最快、社会主义发展中大国”等多重身份进入世界体系，特别是一个“共产党领导的社会主义国家改变了国际政治格局结构”，引起世界上不同的声音在评论中国，不同的立场在看待中国。对我们国家实际国情，还有我们在国际上的地位，我们在国际上应该发挥着什么样的作用，抱有不切实际的想法和期待，有的依然抱着很深的成见，而各种“对中国好感度”的民情调查报告，更是五花八门。

（三）国际涉华舆论更趋复杂多变

中国已经站在了世界聚光灯下，向中国投来的目光中，有欣赏，也有疑虑；有赞扬，也有批评；简言之：“赞扬、羡慕、嫉妒、恨”，当然更多的是对中国发展的期待。一方面，国际社会普遍关注我国发展前景，对中国的评价日趋客观，希望了解中国的愿望从来没有像今天这样强烈，我们传播国家形象面临难得机遇。另一方面，我们所面临的国际传播形势日益复杂多变，我们的发展必然改革现有的世界利益格局，改变国际规则的制定，影响着国际话语权，这必然要面对愈来愈复杂的外部舆论环境，怀疑、不信任、妖魔化中国的现象会伴随中国的发展长期存在。正如新加坡国立大学李光耀公共政策学院院长马凯硕在2013年5月提到的，中国人民和中国领导人在未来几十年将会遇到的一大挑战是，如何管理世界上除中国外的57亿人口对中国崛起的情绪。

（四）遍布世界各地的中国人和中国产品，在传播中国形象的过程中，已发挥越来越重要的作用

中国人在海外的修养、品德、言行举止，中国制造的产品质量、品牌和信誉，已成为传递中国形象越来越重要的载体。

如何提升中国人的形象，提升中国产品的形象，通过系统工程来丰富中国人和中国产品在转载中国形象过程中的作用和能力，赋予中国人和中国产品更多的国家形象意识和国际传播责任，发挥好他们传播国家形象的主动性和正能量，已经成为一个重大现实课题。

向世界说明快速发展复杂多变的中国，还需要解决沟通和传播的针对性和实效性问题的。我们存在很多自说自话、用概念解释概念、用定义解释定义、空话、套话的现象，而不在意国际社会的需要和关注。随着经济全球化、政治多极化深入发展，各种思想文化交流、交融、交锋更加频繁。在这样的大趋势下，如何准确把握对外传播工作的规律和特点，增强对外传播的吸引力、感染力、说服力、亲和力、影响力，对我们的工作实践和理论研究都提出了新的课题。