

CULTURE DIPLOMACY
THE IMAGE BUILDING OF CHINA
IN A GLOBALIZED WORLD

跨文化沟通

——国家形象的有效传播

徐波 ◎著

 复旦大学出版社

CULTURE DIPLOMACY
THE IMAGE BUILDING OF CHINA
IN A GLOBALIZED WORLD

跨文化沟通

——国家形象的有效传播

徐波 ◎著

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

跨文化沟通——国家形象的有效传播/徐波著. —上海: 复旦大学出版社, 2018. 1
ISBN 978-7-309-13368-4

I. 跨… II. 徐… III. 国家-形象-文化传播-研究 IV. D5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 271040 号

跨文化沟通——国家形象的有效传播

徐波 著

责任编辑/邬红伟

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编: 200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售: 86-21-65642857 团体订购: 86-21-65118853

外埠邮购: 86-21-65109143 出版部电话: 86-21-65642845

上海市崇明县裕安印刷厂

开本 890 × 1240 1/32 印张 8.375 字数 172 千

2018 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-13368-4/D · 913

定价: 26.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司出版部调换。

版权所有 侵权必究

序 一

中国人民大学新闻学院院长、国务院新闻办公室原主任、
全国政协外事委员会原主任

赵启正

我是通过已故中国著名外交家吴建民大使的介绍认识徐波同志的。他是吴大使近20年的老部下、老朋友。他曾邀请我出席联合国教科文组织的一个重要和平论坛，遗憾的是我因故没有成行，但因此与徐波有过数次接触，曾听他谈过在上海世博会及联合国教科文组织工作时的一些亲历的故事和体会，当时我鼓励他把这些故事和体会记录整理成书。今天，这本书已经成稿，即将正式出版，我特向他表示祝贺。

徐波的经历独特，曾当过外交官，在上海世博会是一线外事工作的负责人，后因表现优秀被推荐到联合国教科文组织工作。此书中的案例都是他十多年来从事国际沟通的亲历亲悟，读起来栩栩如生，是一部内容丰富，有国际视野和较强针对性的好书，我愿意向所有关心中国的国际形象、从事中国的对外交流和国际传播的朋友们，特别是外事外宣部门的朋友们推荐此书。

中共十九大明确提出中国社会走向全面复兴的两大历史节点，在接下来的和平崛起过程中，让世界上有更多的国家认同中国的发展，并与中国一道共同构建“人类命运共同体”，将是新时代的中国外交和外宣工作的一个重点。但讲好中国故事并非易事，有时甚至会比较难，而难就难在国情不一样，文化不一样。

我曾在各种场合提到“中国立场，国际表达”。首先，表达中



国要真实,中国的进步在世界上已经有目共睹了,我们应该有自信,不必刻意拔高甚至描画成高大全,存在的问题也要大方承认;其次,表达中国要生动,我们过去习惯用讲道理的方式说服外国人,但有些大道理外国人未必听得明白,而生动的故事更容易打动人,我们常说“讲好中国故事”,就是要让我们的对外表达更加生动易懂,易于接受;最后,表达中国还要升华到中国的文化价值理念层面,否则故事讲得再生动,也仅是供人一乐,不能让外国人对中国和中国人有更深刻的理解和领悟。

徐波在书里说,中国与世界的沟通是跨文化对话,是一种谈心式的交流,要让世界看到中国的文化价值理念,看到中国除了对今天世界的商品繁荣作出贡献外,还能带来什么暖心的公共产品和希望?对这些观点我都很赞同。跨文化沟通不能是我们内宣工作的简单外延,也不是概念口号,更不是耀眼的GDP增长速度的罗列,而是对人类社会终极目标所给予的中国设想和中国方案,是人类人文合作中的“中国好声音”。徐波书中案例的可贵之处,就是它们是基于这种文明对话而深度策划的一个个项目,新颖独到,接地气又符合国际运作规则,它们试图在国际舞台上通过彰显中国人和平文化的价值理念,在哲学和文化的高度告诉世界为什么中国的崛起必然是和平崛起。

徐波有关国际沟通须“深度策划”“项目化”和重在“最后一公里”的说法非常中肯。书中还提到沟通者的职责,并将此崇高职业描述为友谊桥梁的“架设者”、文明交流的“摆渡人”和处理文化冲突的“排雷手”,十分形象。他提到的沟通人员的激情、担当和“她在丛中笑”的谦逊,也是我们能够在今天向世界讲好中国故事的关键所在。

随着中国走向全面复兴,中国外交的内涵外延也发生了深

刻的变化。徐波的书告诉我们,讲好中国故事已不再是政府有关部门的专利,而是一项开放的全民工程,需要中国社会各界的广泛参与,需要我们从外交官到每个公民、公益人士、艺术家、企业家,特别是青年一代的积极参与。就是说,中国已经走进了公共外交时代,每一个中国人都是对外展示说明中国的担当者。公共外交,人人有责。

我还高兴地看到,徐波在巴黎发起成立了“吴建民之友”^①,汇聚了包括法国前总理拉法兰在内的一批中国人民的老朋友,还包括相当数量的法国青年学生,他们都认同吴建民的和平对话思想,这是我们讲好中国故事和传播中国形象的重要国际力量。在此,一并向徐波同志表示祝贺。

2017年12月26日于北京

^① “吴建民之友”(LES AMIS DE WUJIANMIN):2016年6月由徐波等吴建民生前中法友人发起成立,2017年11月在巴黎注册,旨在弘扬吴建民大使和平对话思想,为中法两国,特别是青年一代交流架起沟通桥梁。该协会由法国前政要、大使、大学校长、学者、大企业总裁、记者、律师、艺术家及普通民众和学生组成,法国前总理拉法兰为名誉主席。

序 二

外交部外交政策咨询委员会委员、联合国前副秘书长

沙祖康

习总书记在十九大报告里明确提出,中国特色大国外交要推动构建新型国际关系,推动构建人类命运共同体。两个“构建”为我们指明了前进的方向。构建新型国际关系的核心是相互尊重,公平正义,合作共赢,共同走出一条国与国交往的新路。构建人类命运共同体的目标就是要建设持久和平、普遍安全、共同繁荣、开放包容、清洁美丽的世界。

实现两个构建,需要中国人民和世界各国人民的共同努力。实现中华民族伟大复兴的两个梦,也离不开世界各国人民的理解、支持和合作。其中的核心还是人。不同文化背景的人民如何相互打交道,建立共识是关键。这就涉及跨文化的国际沟通问题。对中国来说,就涉及我们如何按国际通行规则,以国际上大家听得懂的语言,在国际语境中与各国真诚对话,增进了解,建立互信。说到底,人心相通才是构建人类命运共同体的基础。

徐波同志的书给我们讲述了他上海世博会和此后在联合国教科文组织两个平台上如何做国际沟通工作的心路历程。书中谈到的案例及感悟是其十多年来的工作积累和切身体会,读起来情真意切。我相信徐波同志的这一不平凡的经历和体会,对关心及从事国际沟通的广大读者来说无疑有一定的借鉴作用。

徐波的书同时告诉我们,倡导并践行构建人类命运共同体,



一要靠实力，二要靠沟通。而实力，则包括软实力；沟通，则主要是文化和理念的沟通。

徐波提出，在用好现有国际平台“借台唱戏”的同时，我们还需要积极开展与世界的对话，从价值、哲学、道德和理念的角度向世界说明中国的崛起为什么必然是“和平崛起”，进而回答加拿大青年柯伯格之问：中国的崛起对世界公益意味着什么？

沟通是一门大学问，需要懂沟通、能沟通的人群去做。徐波在书中提到，中国在世界上的人文崛起，需要培养一支强大的国际沟通队伍。他还特别提到，目前在包括 UNESCO 在内的整个联合国专门机构里的中国籍职员人数偏少、职级偏低。对此，我完全同意并深有同感。这一状况与中国当下的国际地位、影响和贡献严重不相称。我在担任联合国副秘书长期间，曾多次呼吁国内重视中国的国际职员队伍的建设问题。今天，在中国进入新时代，世界进入大发展、大变革、大调整时期，解决这一问题已显得更为紧迫。要向世界讲好中国故事，人是关键因素，而用好联合国这样的沟通平台，则是关键中的关键。

无论是在被誉为百年世博梦的上海世博会，还是在被誉为世界人文对话的道德高地的联合国教科文组织，我们都看到了一名心系祖国、胸怀全球的外交战士，为促进和推动世界文化对话所作出的努力。在国际舞台上讲好中国的故事，我们需要有成千上万个像徐波同志那样的人才。

我谨借此序，隆重向广大读者，特别是广大青年朋友推荐此书。衷心希望你们当中会有越来越多的人加入到中国与世界文化对话的崇高和美丽的事业中。

2017年12月26日

序 三

中国社会科学院原副院长、学术委员会主任委员、教授、研究员

刘 吉

徐波同志是我忘年老友。他担任过中国驻法外交官、上海世博会从开始到结束全程的外事联络领导,又在联合国教科文组织中积极谋划中国与世界的沟通。长期的外事实践使徐波积累了丰富的实践经验,他既深度了解西方政治、经济、文化乃至生活习惯,更具有精准的全球视野。但,他不只是一位卓越的外事工作者,难能可贵的是他在实践中特别勤于思考,博览群书,还善于从实践中提出创造性见解和理念,并笔耕不倦,写出许多畅销而又有学术价值的著作。因此,我说徐波同志同时是一位学识渊博的学者,他是当之无愧的。

现在他的新作《跨文化沟通——国家形象的有效传播》即将出版了。约我写序,我兴奋地接受了这个“第一读者”的任务。这本书和他以往著作一样,既有许多生动真实的案例,引人入胜;又有在这些案例基础上涌现的种种创新理念,令人回味无穷!

读完书稿,我有三点最深刻的感受:

1. 在中国特色社会主义建设取得举世瞩目成就的同时,讲好中国故事,让世界精准了解中国,对中国的和平发展和推动人类全球化事业都是不可或缺的。这个“国际形象工程”是中国特色社会主义建设不可分割的一部分,必须认真、持续地与中国特色社会主义建设相适应地推行。



2. 国家形象如同企业形象或品牌一样,需要有价值内涵和对外营销,两者缺一不可。国家平庸落后,没有价值内涵,当然谈不上国家形象。当代中国正沿着站起来、富起来、强起来的道路和平发展着,国家形象越来越精彩,问题在于还需努力并善于“对外营销”。在一个全球化和市场经济竞争的时代,传统的“酒香不怕巷子深”的观念已过时了,靠几句政治官话和社论也远远不够了,最重要的是努力与不同文化背景的人民进行平等对话,既虚心倾听人家意见,又赤诚交心地介绍自己,思想工作就体现在营销之中。

3. 营销是一门学问,国家形象营销更是一门大学问,需要有专门设计。党中央的大政方针当然是第一位的,同时还需各部门、各级领导以及全民的各自实践。因此要进行全党全民的国家形象教育。同时,国家形象营销还需要一个个大大小小的具体项目落实推进。

这就需要有一批“国家形象工程”从设计到实施的卓越人才。徐波同志就是这样的一位人才,他已自觉地走在前面。他写的书包含一个一个深刻的实践案例。我在中欧国际工商学院工作许多年,工商教育特别讲究案例教学。徐波同志的书就是最好的“国家形象工程”的案例教育教材。

读徐波同志的书,我作为“第一读者”受益匪浅,特此郑重向广大读者(特别是领导干部)推荐。我确信每个读者一定会各有收获。

2017年12月8日于中欧国际工商学院

作者自序

再过几个小时，我们将进入不平常的 2018 年。

40 年前，小平同志开启改革开放，在彻底改变中国命运的同时，也彻底改变了我们整整一代人的命运。从我进大学到参加外交工作，改革开放所焕发出的活力使祖国在国际舞台上的影响力的不断提升，几乎贯穿了本人职业生涯的全部。而由于上海世博会的原因，阴差阳错，我又走上了一条与传统职业外交官不同的国际沟通道路。这条道路对我而言并非易事，但它风光无限，让我一路走来，经历、体验、目睹了许多颇值得玩味和值得与青年朋友分享的人与事。因此，写此书源于我内心深处那种掩饰不住的激动，那种对改革开放四十年的时代感恩。

我庆幸出生在这个荡气回肠的时代，目睹了祖国的强盛和在国际舞台上的不断崛起。总书记在十九大报告上生动描绘了中国走向全面复兴的两个“百年”和构建人类命运共同体的国际责任，而在这个伟大的进程中，自然就产生了中国在国际舞台上的形象塑造问题。也就是说，如何让世界感受中国的崛起不仅是商品、财富和“一带一路”的基础设施投资的增长，它同样是一种文明的崛起，抑或一种中国对人类社会的责任和道德理念的表达。

从本人十年筹办世博会的国际沟通，再到联合国教科文组织及其他各种国际沟通工作看，我觉得唯有跨文化沟通才能打动来自不同文化背景下的对话者，也唯有通过一个个经过深思谋划、形式新颖的项目，在符合国际规则和国际语境的前提下，



我们才能真正与世界人民架起心灵沟通的桥梁。中央一再强调加强与世界的人文交流，而无论是“一带一路”的“民心相通”，还是“人类命运共同体”建设，核心都涉及人，都涉及那些也许与我们素昧平生，文化背景又大不相同的人。

感谢赵启正、沙祖康、刘吉等老同志在我国国际沟通工作中所给予的自始至终的热情关心与帮助，特别感谢他们在百忙中为拙作写序，给予我那么多的肯定和褒奖。感谢老朋友白岩松、章新胜部长，以及韩方明主席为本书点赞。以上领导和朋友都是做好中国与世界沟通工作的榜样，是我学习的楷模，我谨向他们致敬。

诚如赵主任序言所言，中国已经进入了公共外交的新时代，每个中国人都有责任向世界讲好中国的故事。希望此书能对国内从事国际沟通的同行们起到抛砖引玉的作用，更希望本书对有志于国际沟通的青年朋友有所帮助。

吴建民大使是我的老领导和恩师，他在国际舞台上娓娓道来地讲中国故事，记忆如昨。他生前非常关心我在世博会和教科文组织的国际沟通工作，不厌其烦地听我讲述各种细节。他也曾多次鼓励我将这些沟通案例写下来反馈社会。在此，我谨以此书告慰吴大使在天之灵。

感谢责任编辑邬红伟老师为此书付出的大量时间及思想贡献。感谢复旦大学出版社前总编孙晶和马晓俊老师从一开始就给予我的热情支持。感谢中国教育部将此书列入2017年全国高校出版社主题出版物。由于各种原因，此书将在2018年元月问世，正好成为本人给这个伟大年代的新年献礼。

2017年12月31日于巴黎寓所



目录

CONTENTS

第一章

跨文化沟通与国家形象的构建和传播	/ 1
第一节 我游走在“后世博”国际沟通的舞台上	/ 1
一、十年一觉“世博梦”	/ 1
二、呼唤 2010 世博会“精神遗产”	/ 5
三、从上海到巴黎,我又重新在路上	/ 9
第二节 “和平崛起”的海外形象——一个中国人 不能回避的问题	/ 15
第三节 教科文组织与国家形象的有效传播	/ 25
一、张学忠大使如是说	/ 25
二、姆博让我认真研读《组织法》	/ 29
三、马约尔向我讲述教科文和平文化	/ 34
四、中国与教科文组织:新的“和平文化”对话 已经开启	/ 38

第二章

让中国公益思想插上凤凰的翅膀	/ 47
第一节 “尼山世界文明论坛”来到了教科文	/ 47
第二节 让中国公益思想插上凤凰的翅膀	/ 53



第三节 中国公益上天入海	/ 60
第四节 中国民间公益的滚滚洪流	/ 69

第三章

青年的偶像	/ 77
第一节 柯伯格、哈尼和吴晶	/ 77
一、传奇少年慈善家柯伯格	/ 77
二、哈尼的灿烂微笑	/ 80
三、阳光盲女吴晶的故事	/ 84
第二节 柯伯格之问	/ 89
一、柯伯格之问	/ 89
二、中国的公益教育	/ 93
三、“爱祖国”与“爱人类”的二选一题	/ 96
第三节 “爱祖国、爱人类”与中国海外公益行动	/ 101
一、凯塔总统是少林寺武僧的“铁粉”	/ 101
二、“爱祖国、爱人类”与中国对外援助的 2.0 版	/ 106
三、让我们架构起民心相通的桥梁	/ 113

第四章

南京青年奥林匹克运动会精神遗产与中国的“和平文化”	/ 120
第一节 南京青年奥林匹克运动会精神遗产	/ 120
第二节 为什么“和平”是南京最好的城市名片	/ 130
第三节 为什么将“和平”作为国家形象传播核心要素?	/ 135
一、吴建民大使为何让我们难忘	/ 135
二、中日能否寻回当年的“共同感动”	/ 146

三、假如木俣佳丈建成了“亚洲版”的“哈佛肯尼迪 政治学院”	/149
四、让我们共同吹响和平事业的“集结号”	/157

第五章

国家形象有效传播,我们还在路上	/162
第一节 “和平崛起”与国家形象的有效传播	/162
第二节 国家形象有效传播的“最后一公里”	/167
第三节 学会借台唱戏,讲好中国故事	/176
第四节 建立一支职业化的国际沟通团队	/184
一、“两小儿辨日”及我们眼中不同的世界	/184
二、如何避免陷入“叛徒”和“骗子”的陷阱	/186
三、如何敢于担当又善于担当	/196
四、“心地无私天地宽”,抑或“她在丛中笑”	/214
第五节 迎接教科文组织平台上中国人文崛起的 国家新形象	/219
一、美国人走了,法国人来了	/219
二、美国走了,中国面临的机遇与挑战	/222
三、如何在教科文组织造就一支与国力相符的国际 职员队伍	/224
四、在教科文组织平台上提高国家形象对外传播 的效果	/230
五、迎接中国在世界人文领域崛起的国家新形象	/241

第一章

跨文化沟通与国家形象的构建和传播

第一节

我游走在“后世博”国际沟通的舞台上

一、十年一觉“世博梦”

我确认,一个人想要丰富自己的人生经历,有时确实离不开机遇和你所处的那个时代。从这一意义上看,与外交部老一代职业外交官相比,我应该是非常幸运的。

从2001年本人作为驻法使馆外交官直接介入上海世博会的申办工作,再从2004年4月从外交部奉调来到上海支持上海世博局筹博和办博,掐指算来,我将人生最美好的十年献给了中国历史上第一次举办的(我不敢断言今后在中国是否还会有城市举办国际博览会),也是世博史上最轰轰烈烈的一届世博会。

2010年岁末的圣诞节,国际大都市,也是国人最引以自豪的中国最现代化的城市之一——上海,华灯照常齐放,南京路、淮海路、外滩、陆家嘴那些上海最著名的繁华地域,圣诞树



像往年一样的好看,但在我眼里,这是近年来上海最缺乏国际大都市氛围的一个圣诞节。

2010年10月31日,举世瞩目的上海世博会终于降下了帷幕,热闹了半年的世博园内再也听不到任何声音,纷至沓来的游客,包括远涉重洋的国际游客们的身影,再也看不到了,这一切来得那么突然,让6年多来为世博筹备工作忙碌不停,特别是在世博运营6个月里“胆颤心惊”的世博人多少有点不知所措。

这一切就如同一部精彩的好莱坞大片,电影放完了,你却全然不知,木呆呆地等着屏幕上出现新的画面,然而,这样的新画面却历史地注定永远不会再现了。

10月31日以后的每一天,我没有沉湎在一个接一个的内部庆功酒会里,而是作为上海世博会中国政府总代表助理,尽我的工作职责,也就是说代表国家,把我们(其中又有相当数量是我自己)当年一个个招展邀请来的国际参展方的总代表们送到浦东国际机场。

我最后送走的是联合国展区总代表贝楠(Awni Behnam)夫妇。

很难想象如果换了别人,而不是贝楠夫妇,上海世博会联合国馆还会如此出彩。为了上海世博会的成功举办,我与贝楠夫妇成了无话不谈的朋友,彼此每天不见面,不通个电话,心里就会觉得缺少点什么(事实上,我们之间的友谊一直保持到今天,他来巴黎看我,我赴日内瓦看他,世博会已让我们今生永远在一起)。

他是在圣诞节前一周回日内瓦的。

在机场上,我们尽量掩饰自己的感情,希望在浦东机场只