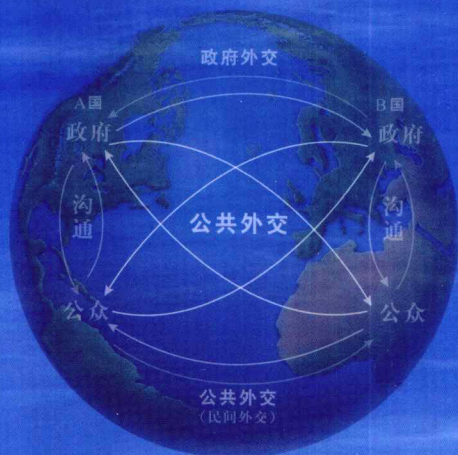


PUBLIC DIPLOMACY AND
COMMUNICATION
BETWEEN CULTURES



赵启正 / 著

公共外交

与跨文化交流

中国人民大学出版社

PUBLIC DIPLOMACY AND
COMMUNICATION
BETWEEN CULTURES

赵启正 / 著

公共外交

与跨文化交流

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

公共外交与跨文化交流/赵启正著. —北京: 中国人民大学出版社, 2011
ISBN 978-7-300-13384-3

I. ①公… II. ①赵… III. ①外交理论-研究②文化交流-研究 IV. ①D80②G115

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 023410 号

公共外交与跨文化交流

赵启正 著

Gonggong Waijiao yu Kuawenhua Jiaoliu

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京市易丰印刷有限责任公司		
规 格	170mm×240mm 16 开本	版 次	2011 年 3 月第 1 版
印 张	14.5 插页 1	印 次	2011 年 3 月第 1 次印刷
字 数	218 000	定 价	38.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



序 言

在全球化时代，公共外交和政府外交构成了国家的整体外交。参与公共外交的各方从不同角度向外国公众表达本国国情，说明本国政策，解释外国对本国的不解之处，同时在国际交流中了解对方的有关观点。开展公共外交的目的是改善外国公众对本国的态度，进而影响外国政府对本国的政策。公共外交的行为主体包括政府、民间组织、社会团体、社会精英和广大公众等多个层面，其中，政府是主导，民间组织、社会团体、社会精英是中坚，广大公众是基础。

早期的公共外交是由政府对外国公众进行的一种宣传活动，后来发展到更为丰富的形式，如：由政府支持的学者交流计划和本国语言的推广活动等等。随着国际旅游费用的下降，各国民众间的直接交往日益频繁；随着经济全球化、国际政治多极化趋势与公众的切身利益关联更为密切，现代公众对于国际事务和本国外交政策的关注度逐渐提高；而以互联网为代表的新媒体赋予公众参与外交事务的广泛的发言权，公众的话语影响力空前增强，当代的公众不再只是公共外交的“受众”，同时也成为积极参与公共外交的“主体”。一国公众不仅可以和他国公众直接交流，而且也可能和他国的政府成员交流。这使得公共外交呈现出新



的面貌，其内容和方式更加丰富，也更加复杂。

改革开放 30 余年来，社会经济的高速发展使中国由世界舞台的边缘走到中心。较之从前，国际形势对中国发展的影响越来越明显，或有助力或有遏制作用；反之，中国的事情往往也为世界所瞩目。有中国特色的社会主义道路既不同于欧美的资本主义道路，又不同于苏联的社会主义道路，世界对中国的理解尚需时日。加之冷战残余意识形态的隔阂，影响了西方政治力量和媒体对中国的正确观察，以致在国际舆论场域中国的形象与中国的实际严重不符。这些背景赋予开拓中国公共外交事业以强烈的迫切性和重要性。

中国的公共外交是本着求同存异的和谐理念，以促进国与国之间相互了解为目的、对外友好交流的活动，与有的国家在公共外交中以打压他国的手段来推销自己的价值观和干涉他国内政的做法有着本质的区别。

我自 1991 年起担任上海市副市长，分管过浦东开发、外事、外贸等方面的工作；1998 年开始担任中国国务院新闻办公室主任，这个机构的责任是向世界说明中国——她的文化、国情和政策；现在我担任全国政协外事委员会主任，这个委员会的主要任务就是开展对外友好工作。这几种工作都介入了公共外交领域。本书的上编“理念篇”的思想内容大多基于我所经历的相关公共外交活动的个人经验和感悟，而下编“实践篇”则是我在公共外交活动中的一些案例。我认为，公共外交重在实践，其道理本来明白易懂，对多数实践者而言，也许无需过多追求“学术化”，那反而会限制了实践中的创新。

公共外交的大多活动具有跨文化的属性，本书对参与公共外交活动

者可能涉及的跨文化问题也做了适当阐述。责任编辑李学伟建议将此书定名为《公共外交与跨文化交流》。

本书最初由中国人民大学新闻学院胡百精副教授倡议，他组织了我的5位博士生，收集了我自1998年以来的演讲、与外宾对话的记录和媒体的报道，摘录了我已出版的著作，进行了分类，归纳为十余章，构成了本书最初的基础。由于所选的原始资料跨越了十余年之久，演讲和对话的时代背景、场合和对象都有所不同，于是我以此为基础进行了重新写作，最终成书。胡百精副教授，张东、强明、王更喜、戴盈、张庆园等五位博士生，正在南开大学做博士后的梁婷婷和我一起对书稿的主要观点进行了多次讨论，并校阅过程稿，本书的“实践篇”也是由博士生们选定的。忘年相处，相互启迪的成书过程令我十分愉快。

我还要特别感谢国际译联副主席、中国翻译协会副会长兼秘书长黄友义先生，孔子学院总部总干事许琳女士，中国人民外交学会秘书长黄星原先生，国务院新闻办公室出版局副局长吴伟女士以及冯春海老师和刘永鑫先生，他们提供的资料和见解在本书中都有体现。

这样一本比较简明的书前后竟用了三年之久，希望它的出版能对我国公共外交事业多少有所助力。我深知随着我国公共外交的蓬勃发展，这本书会显现越来越多的不足之处。我静候读者指正。

赵启正

2011年3月

目 录

上 理念篇

C 第一章 中国进入公共外交时代 / 3

- 一、从民间外交到公共外交 / 3
- 二、新型公共外交是全球和谐对话的网络 / 16
- 三、公共外交的民间力量 / 19
- 四、公共关系与公共外交的联系和区别 / 23
- 五、国际论坛——公共外交的重要平台 / 24
- 六、上海世博会——公共外交的大舞台 / 27

C 第二章 国际舆论——国家发展的重要环境 / 29

- 一、以舆论赢“国缘” / 30
- 二、高度重视舆论环境对国家安全的作用 / 33

C 第三章 新闻发言人制度 / 36

- 一、新闻发布是引导国内外舆论的有效方式 / 37
- 二、我国新闻发言人制度的发展进程和现状 / 38
- 三、新闻发布的形式和特点 / 40

四、优秀的媒体和记者是新闻发布的依靠 / 41

五、新闻发言人的基本素养 / 46

第四章 “塑造国家”与“传播形象” / 50

一、国家形象的基础是国家的真实情况 / 50

二、向世界说明真实的中国 / 53

第五章 地区对国家整体形象的贡献 / 63

一、地区承担着国家的公共外交的责任 / 63

二、地区传播要特色鲜明 / 69

三、对外传播区域经济发展的成果 / 71

第六章 以文化为基础开展对外传播 / 73

一、文化是人类一切领域的 DNA / 73

二、文化的差异性普遍存在 / 74

三、文化差异造成传播障碍 / 76

四、通过对话寻求“有限共识” / 78

五、以文化中的共性弥合差异 / 81

六、中国立场，国际表达 / 88

第七章 跨文化传播中的话语力问题 / 90

一、国家力量是话语力的基础 / 91

二、熟悉西方媒体游戏规则 / 92

三、对外交流依据事实说话才有力量 / 94

四、国家修辞与国家关键话语的作用 / 95

五、国际政治对话的话语力博弈 / 97

C 第八章 翻译——跨文化之桥 / 100

- 一、改革开放在呼唤翻译事业 / 100
- 二、翻译工作的时代要求 / 102
- 三、通过翻译准确传播“国家关键话语” / 106
- 四、造就强大的翻译队伍 / 109

C 第九章 互联网带来的外交机遇和挑战 / 112

- 一、网络外交的兴起 / 113
- 二、网络时代公共外交面临的新挑战 / 115
- 三、兴利除弊是互联网建设的一大课题 / 119

C 第十章 中国文化在传播中增强生命力 / 121

- 一、民族的振兴需要文化的振兴 / 122
- 二、中国文化在传播中增强生命力 / 123
- 三、中国对外文化传播存在“赤字” / 125
- 四、开发中国的跨文化“产品” / 128
- 五、中国图书走向世界的机遇与策略 / 133

C 第十一章 中国形象和“中国模式” / 137

下 实践篇

C 一 公共外交，人人有责 / 145

——与吴建民大使论公共外交

二 “中国列车”行驶在和平发展的轨道上 / 151

——与未来学家约翰·奈斯比特及其夫人多丽丝的对话

三 超越信仰，和谐对话 / 159

——与美国宗教领袖路易·帕罗博士的对话

四 在危机的时候会出现新智慧 / 168

——在 2009 年夏季达沃斯论坛上的对话

五 负责任的利益攸关者 / 174

——对佐利克演讲的评论

六 珍视历史，面对现实 / 178

——在福克斯铜像揭幕仪式和“中美非官方高层对话”上的演讲

七 公共外交助推中日关系 / 181

——在“北京—东京论坛”上的发言

八 历史的时针不要倒退 / 188

——读若宫启文的《和解与民族主义》

九 回头的马是聪明马 / 192

——在全国政协新闻发布会上答中外记者问

C 十 培养国际对话者 / 199

——在几所高校对新闻传播专业师生的讲话

C 十一 阅读与人文精神 / 203

——在“城市阅读，阅读城市”世博论坛上的演讲与对话

后记 / 221



理念篇

公共外交与跨文化交流



第一章

中国进入公共外交时代

新中国诞生 60 多年来，尤其是近 30 年，随着国家实力的不断提升，在世界舞台上扮演着越来越重要的角色。此过程中，中国外交事业获得了令国人自豪的辉煌成果，也面临着新的任务和挑战。无论从中国发展的内外部环境，还是对世界的影响来说，中国加强公共外交都是必然的选择。

参与公共外交的各方从各种角度表达本国国情，说明国家政策，展现本国文化，其实质就是通过信息的沟通 and 交流获得国际社会对本国的理解和支持。

一、从民间外交到公共外交

公共外交（Public Diplomacy，又译作“公众外交”）包括了我们熟



悉的“民间外交”，但比民间外交的内涵更为丰富。从民间外交到公共外交，是时代背景和国际环境变化的要求，也是国家跨文化传播能力逐渐成熟的结果。

（一）什么是公共外交

政府外交和公共外交共同构成国家的整体外交。政府外交是国家领导人之间的公务交往和对外代表国家主权的外交部（有些专门问题可能由政府有关部门和为某项事务进行谈判的政府代表团等出面）与外国政府相应部门的交往，交往的内容极其广泛，但都是在宪法和法律允许的职权范围内代表国家进行的对外交往活动，都涉及双边或多边利益。国家领袖的对外活动是代表国家的政府外交的最高形式。就外交成果的形式而言，外交部代表国家对外表态、交涉和谈判，重大的外交成果可能是双边或多边的条约、协定、公报等。

公共外交与政府外交的最大差异在于：其参与者不能代表国家处理外交事务，也正是因为如此，公共外交可以更为宽松、生动和灵活地采取多种形式在多种场合发出声音，讲述本国的“故事”。

公共外交的概念可以这样概括：

公共外交和政府外交组成国家的整体外交。参与公共外交的各方从各种角度向外国公众表达本国国情，说明本国政策，解释外国对本国的不解之处，并同时在国际交流中了解对方的有关观点。开展公共外交的目的是提升本国的形象，改善外国公众对本国的态度，进而影响外国政府对本国的政策。公共外交的行为主体包括政府、民间组织、社会团体、社会精英和广大公众等多个层面。其中，政府是主导，民间组织、

社会团体和社会精英是中坚，广大公众是基础。

公共外交过程中，参与各方通过多种方式向外国公众或政府多角度地表达本国国情，并了解对方的有关观点，使得交流更直接、更广泛，更有效地表达本国的真实形象，从而起到增强本国的文化吸引力和政治影响力，改善国际舆论环境，维护国家利益的作用。

简言之，中国公共外交的基本任务是向世界说明中国，促进外国公众认识真实的中国——包括中国的文化传统、社会发展、经济状况、政治体制和对内、对外政策等等。

可以用图 1—1 更加精细地描述公共外交的范畴及其与政府外交的关系。

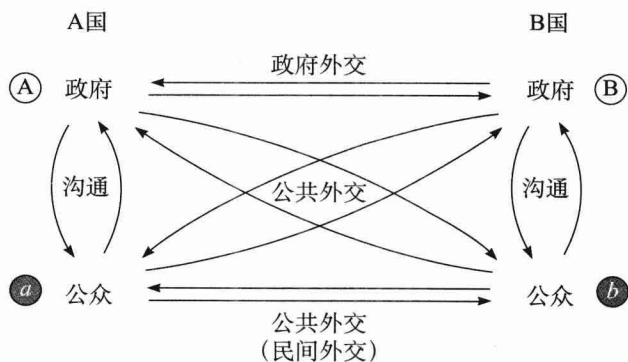


图 1—1 公共外交的范畴及其与政府外交的关系

图 1—1 表明：“公共外交”指的是“政府外交”以外的各种对外交流方式，包括了官方与民间的各种双向交流。这些交流的目的在于直接促



进外国公众对本国的了解，提升本国在其心目中的形象，进而促成外国政府对本国政策的改善。这里的“公众”既包括非政府部门的机构和组织，如媒体、大学、研究所、智囊机构、各种民间组织和非政府组织（NGO）、非营利组织（NPO）等^①，也涵盖了各方面的精英人物（如社会活动家、学者、宗教领袖、演艺界人士等）和广大公众。

对图 1—1 中箭头所示的几种交往维度，分别解释如下：

“一国政府→他国公众”（如图中 A 国政府 $\rightleftharpoons$ B 国公众）：指的是传统意义上的公共外交基本形式，至今这仍然是最主要的形式，包括政府通过大众传媒进行的公共外交和各种在政府支持下进行的面向国外公众的教育、文化交往活动等。如“美国之音”（VOA）^②、英国广播公司（BBC）、《中国日报》（*China Daily*）海外版、中国国际广播电台（CRI）和中国中央电视台（CCTV）面向海外受众的节目以及中国外文出版局（副部级的政府机构）用多种语言出版的杂志等，都是此类公共外交典型的信息载体。

“一国公众→他国政府”（如图中 A 国公众 $\rightleftharpoons$ B 国政府）：指的是一国公众与他国政府之间进行的交往活动，尽管以往许多国家的学者并不将其明确规定在公共外交的范畴之内，但事实上，这种交流形式多年来一直存在于公共外交体系中，并且越来越呈现增加的趋势。比如在民间团体、大型企业、大学和研究机构对外国政府有关部门的访问过程

① 在中国被称为“非营利性民间组织”。据《2010 年民政工作报告（摘要）》，截至 2010 年 9 月，中国目前已有 43.5 万多个登记注册社会组织（包括非政府组织、非营利组织、民间组织），其中既有学会、商会、行业协会等社会团体，也有民办非企业单位。

② 据美国《华盛顿时报》网站报道，美国广播理事会提交的 2012 年财政预算方案显示，“美国之音”计划自 2011 年 10 月 1 日起全面停播中文短波和卫星电视广播节目。“美国之音”中文网 2011 年 2 月 16 日报道称，“美国之音”中文广播停播计划“标志着美对华传播正全面进入网络时代”。