

如何扭转中国的软实力逆差

# 为世界打造



吴旭 著

*Crafting the Chinese Dream*

On How to Solve China's Soft Power Deficit

新华出版社

如何扭转中国的软实力逆差

# 为世界打造

“中国”

梦

吴旭 著

*Crafting the Chinese Dream*

On How to Solve China's Soft Power Deficit

新华出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

为世界打造“中国梦”：如何扭转中国的软实力逆差 / 吴旭著

北京：新华出版社，2009.7

ISBN 978-7-5011-8868-0

I. 为… II. 吴… III. 文化事业—建设—研究—中国

IV. G12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 123114 号

## 为世界打造“中国梦”——如何扭转中国的软实力逆差

---

作 者：吴 旭

责任编辑：韩 刚

封面设计：冯 镭

出版发行：新华出版社

地 址：北京石景山区京原路 8 号

网 址：<http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

邮 编：100040

经 销：新华书店

印 刷：河北省高碑店市德裕顺印刷有限责任公司

开 本：720 毫米×960 毫米 1/16

印 张：16

字 数：230 千字

版 次：2009 年 7 月第 1 版

印 次：2009 年 7 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5011-8868-0

定 价：29.80 元

---

本社购书热线：(010) 63077122

中国新闻书店电话：(010) 63072012

图书如有印装问题，请与印刷厂联系调换 (0312) 2838225

## 世界经济危机下的中国国家形象战略

### 二、破碎的“美国梦”

2009年2月19日中午，发生在芝加哥商品交易所大厅里的一幕，既富戏剧性，又有深远的象征意义。美国权威经济频道CNBC的资深证券记者瑞克·桑坦利，一向以亲和、稳健和明朗的报道风格著称，并为观众和证券交易员所喜爱。这一次，在现场转播奥巴马的房屋救援计划时，他明显地愤怒了。站在拥挤杂乱的交易大厅里，他滔滔不绝、慷慨激昂地高声抨击现行政策是对“美国梦”的背叛。“奥巴马团队是在奖恶罚善，是在加重道德风险，是在推崇错误行为。这是美国！有多少美国人愿意替那些不负责任的邻居交纳房屋贷款呢？干脆我们大家都停止交房贷吧！”在周围交易员的一片喝彩和鼓励声中，桑坦利接着说出了一句话，像重磅炸弹一般在美国媒体和国民心理中不停反馈回响：“现在是到了又一次‘倾茶事件’的时候了。”稍微熟悉美国历史的人都知道，波士顿“倾茶事件”是美国独立革命的起点。1773年12月16日，为抗击英帝国征收的高额茶叶税，北美殖民者们组织起来公开抗税，把从英国运来的茶叶倒进了波士顿河里。

如果桑坦利先生只是“说说而已”，那倒也罢了。可事实并非如此。这一次远未见底的经济危机，冲击的不仅是贪婪无度的华尔街和寅吃卯粮的美国消费方式，更包括美国从建国起就奉为圭臬的个人责任信条和自由市场精神。与日渐消瘦贬值的养老金账户和房屋价值相比，更让美国人从骨子里不能接受的是，一个像泄气皮球一样逐渐干瘪萎缩的“美国梦”。

不可否认，过去这一百年里，美国的成功，是建立在一个相对合理稳定的政治制度和—个保证竞争效率的自由市场体系之上。但是，“美国模式”在世界范围内的影响力，则更是一个成功经典的品牌营销推广案例；其核心，就是被美国战略决策者们精心打造和描画的“美国梦”图景——宽敞静谧的洋房别墅里，一个个独立的小家庭，靠着天赋能力和个人奋斗，享受着自由市场所提供的实现自我的机会。这一“品牌形象”如此深入人心，在世界范围内给美国赢得了巨大的无形资产，支撑着其强势的美元，强硬的外交政策和超强的国民自信。

在“特大经济萧条”如海啸—般涌上北美堤岸的时候，“美国梦”像纸房子—样开始瘫软变形。作为其物质支撑的“洋房别墅”，恰恰是这一轮金融噩梦的始作俑者；而作为其精神支柱的“个人责任、绝对自由”等信条，又将延缓任何重振救援计划的实施，从而延宕和加重本轮危机的毁坏力。深陷债务危机的—个个美国家庭突然发现，原来自己所津津乐道、引以为豪的“自由”，还包括失业、挨饿和无家可归的“自由”。梦想破碎后，会是什么呢？杰罗德·索伦蒂是美国著名的趋势分析家和预言家。2007年底，在“恐慌2008：关于美国的十个预言”中，他精准地预测了房屋市场的崩盘，证券市场的暴跌和主要投资银行的大规模倒闭。那么，2009年又会如何呢？“‘恐慌2008’之后，将是‘崩溃2009’”，索伦蒂在其关于2009年的十个预言中作出了更加令人心惊胆战的趋势预测，“银行信贷市场的崩溃，会波及美国社会的所有角落。没有任何—个星期，政府不是在焦头烂额地救援濒临倒闭的巨型企业。在美国历史上，这将是史无前例的。当人们失去了房屋和工作，变得无助、无望，早晚会走上反叛、抗税甚至是革命的道路。我们将经历的不是什么‘大萧条’，而是‘最大萧条’”。

所有这一切，对于太平洋彼岸的中国来说，又意味着什么呢？

## **二、中国：从“震中”到“安全岛”**

2009年，将注定以其惊心动魄的大波大折而载入世界史册。但是这一次，命运的转盘赋予中国的，是一次难得而又久违的历史机遇。从2008年下半年开始，国际格局和世界力量的对比，明显向有利于中国的方向发生了根本和“质”的变化。中国自身强大完整的生产制造能力，相对独立健康的银行金融体系，高达2万亿美元的巨额外汇储备，使中国既具备了抵御金融风险的“抗打击”能力，又具备了重促经济发展的自我振兴能力。虽然世界性的市场和全球一体化的经济格局，使中国经济不可能不受牵连，但其影响绝不会是长期和致命的。

刚刚过去的2008年，对于中国来说，可谓是灾难频仍，好事多磨。一场突如其来的毁灭性地震，似乎昭示着2008年中国在世界雷达上的“震中”位置。中国既是世界的焦点，也是外界揣摩的对象。这一年多的指指点点，让中国更成熟，也让世界电视观众第一次在“黄金时段”深度审视中国。还记得那张被高高擎起的“中国，挺住！”的标语吗？在一波未平、一波又起的地质余震和新闻余震中，中国真的挺住了。当焰火构成的巨人脚步还停留在北京上空，真正的金融地震却已经开始撕裂世界的经济版图了。从时间上看，竟然如此巧合：几乎在北京残奥会圣火熄灭的同一天，有百多年历史的投资银行——美国雷曼兄弟公司正式宣布破产；其股价从2008年9月8日的每股17美金，直线摔落到9月15日的一毛钱一股。从此，这一轮金融危机的闸门无可挽回地打开了。

俗话说，大难不死，必有后福。从2008年天灾人祸中一路跌跌撞撞走来的中国，突然发现了成熟的力量和自身的分量。2009年，不管愿不愿意，中国施展腾挪的舞台，将不再是“鸟巢”里的虚幻世界，而是国际格局裂变前夕波诡云谲的大棋局。此时此刻，中国必须重新估量世界民意和国际格局的重大转变，并迅速作出相应的调整。比如说，2008年以前，国际社会特别是西方国家对于中国的成见、偏见、歧见、陋见，更多的是

基于一种根深蒂固的道德优势；往深里说，其实就是混合了经济优越感，文化优越感，政治价值观优越感，甚至包括种族优越感的一种集体心理潜意识。从2008年8月开始短短几个月，这一层层罩门被一个个地击破了。美国最大的100家企业的总资产价值从12万亿美金迅速缩水至8万亿美金，而且尚看不到底部；全国平均房价下跌了将近三分之一，而所有工薪阶层养老金账户里的投资也下跌将近一半。囊中羞涩后，不要说普通人，就是一贯对中国颐指气使的美国政客，也要恭下身来和中国“同舟共济”了。同时，金融危机也暴露了美国借贷消费文化的害人害己和不可持续性。一桩接一桩涉及银行投资信贷的“庞氏”骗局，一个个贪得无厌、欺诈瞒骗的跨国企业总裁和政客，成千上万没有基本收入仍大肆“投资”房地产的低收入阶层，随着疮疤越揭越深，整个社会文化模式的虚幻假象也被捅破了。意识形态层面，以美国政府为首在处理危机时，一边画地为牢，一边自打耳光。先是秉承市场精神，任由企业破产倒闭；雷曼坍塌后，又立刻改弦更张，强行向银行注资；然后，又公示要盘点银行资产，强令资不抵债的银行破产；一天后在股市暴跌压力下又改口宣布，从没有想过要将银行国有化。所有这些应对措施，与美国一直以来用来教训其他国家的那套理念和信条，完全是南辕北辙。现在的美国，其政治、经济模式的感召力，包括其国家信誉，都被大大地打了折扣。

相比而言，中国目前所处的地位，更像是一个乱世中的“安全岛”。不仅基本的经济金融体系完好无损，而且中国长期奉行的勤俭守拙、谨慎沉稳的投资风格，政府监管与市场竞争并行的调控模式，都愈发显现出其前瞻性和优越性；更重要的是，那些促成、支撑和保障以上政府决策模式的中华文化传统和价值观，逐渐开始占据世界舆论场上的道德高地。那曾经绚丽多彩的“美国梦”，此时仿佛是绽开后逐渐黯淡的礼花，慢动作一般开始坠入夜色中，留下了一片虚无缥缈的空白。现在，谁能够填补这块价值模式上的真空，重塑一个人类共同追求的梦想呢？

### **三、扭转中西方“软实力逆差”**

一个大国崛起或复兴的道路，往往艰辛而漫长。而其中，能够真正扭转乾坤、从强手如云的国际舞台上脱颖而出的历史机遇，不仅珍贵稀少，而且往往是可遇而不可求的。但凡成功的大国，不仅要有深厚强大的经济、军事、资源实力，要有一整套符合历史发展要求的价值观模式、文化传统和政治架构，而且更能够抓住每一个历史“拐点”所赋予的机会，审时度势，当仁不让。二次世界大战结束前，美国不仅提前谋篇布局，在国际政治领域搭建了联合国，国际经济领域创立了国际货币基金组织和世界银行，国际军事领域构建了北约组织，而且在国际舆论传播领域开设了“美国之音”，在国际文化交流领域设立了“富布赖特学者奖励基金”。多点齐下，“软”、“硬”实力兼顾，保证了美国在其后半半个多世纪的全面统领地位。

现在的中国，就站在这样一个求之不得，但又稍纵即逝的历史拐点上。从纯粹硬实力的角度衡量，中国自身巨大的发展惯性，使得这场持续了30年的“追赶和超越赛”，失去了原来的悬念和轰动效应。单纯从能源消费，制造业能力和主要工业品产量等硬指标衡量，中国已经在总量上超越了所有国家。在贸易和投资领域，中国都保有令人艳羡的顺差。目前，在国际关系互动的大格局下，真正制约、阻碍甚至会威胁国家稳定和安全的，恰恰是中国与主要西方国家之间的“软实力逆差”。

在由西方主要媒体掌控的“国际舆论竞技场”上，这种“软实力逆差”集中表现为：中国政府的形象被刻意抹黑，中国的政策意图被歪曲解读，中国的解释申辩被压制淡化，中国的价值观和传统被贬低和边缘化。这种“软实力逆差”造成的结果，经常使中国、中国政府和普通中国人，在国际舆论场上感到没处说理，有口莫辩，甚至费力不讨好。2008年中国所经历的一系列事件，从拉萨“3·14”事件到四川地震，从圣火受阻到奥运准备，无不显露出这一逆差之大、之深和其潜在的伤害性。就在不久

前，美国的官员和媒体还在强词夺理，把这场世界经济危机的主因，归结为中国的储蓄过度。中国传统文化推崇一种“公道良心”的自我反省评审原则，认为真正谦谦君子的处世之道，应该是“笑骂由人”，“身正不怕影子斜”，“清者自清，浊者自浊”，“桃李不言，下自成蹊”，等等。这些原则，放在个人的修养历练上，无可厚非；但是，如果机械地应用在对外公众外交的实践中，特别在应对涉外危机事件时，则不仅不合时宜，而且迂腐滞钝，贻害无穷。21 世纪大国之间的竞争，很多时候都体现为软实力的竞争。中国以前所奉行的“大树底下好乘凉”的搭车意识和不招灾不惹祸的“老好人”心态，已经和中国国家自身的绝对实力，以及国际社会对于中国新的角色期待，不再合拍了。

消除这种“软实力逆差”，需要中国在硬件上要有大动作，在软件上要有大创新。中国在国际话语权争夺上的弱势，很多时候源于我们找不到自己发声的平台，没有训练有素、熟悉对外传播的“发言人”或“代言人”，没有一定规模的国际受众群。前一段时间，包括《纽约时报》、《基督教科学箴言报》等国外媒体开始关注中国拟议的一项打造“外宣媒体旗舰”的战略投资计划。其实，这是中国消除“软实力逆差”的必需步骤和必要投资。从时机上看，也是正当其时。这种硬件上的投资，不光是摩天大楼和设备器材，还要有专业的研究培训机构，详细周备的目标国持筹人档案体系，独立、专职、带有基层草根性质的公关组织和支持团体。公众外交，从本质上讲，既不是卑躬屈膝，也不是认输服软；它是为一个国家最大限度提升软实力，并最终为实现各项战略利益而服务的。软实力虽然依托于经济、军事等硬实力而存在，但两者并不一定共同进退，根本原因在于，这两种实力的争夺，遵循着不同的游戏规则，面对着不同的目标，采取着不同的战略战术。相比而言，一个国家对公众外交和国家形象的投入，是最惠而不费、投入产出比最合算、效果也最久远的投入。

## 四、为世界打造“中国梦”

具备了构筑软实力的硬件，这只是一个必要的开端；要真正彻底的解决中国与西方国家之间的“软实力逆差”，关键还是软件的问题。也就是说，我们要塑造什么样的形象，传播什么样的声音。

一个国家的整体国际形象，包含着多个层面的构成要素。对于一个外国人来说，“中国的印象”是一个包罗万象的混合体：这里有中国的历史，中国的政策，中国的文化，中国的产品，还有接触过的一个个中国人。要把所有这些文化的碎片、现实的符号、情感的律动归结成一个统一一致的集合象征体，这几乎是一项不可能完成的任务。在以前的对外传播和交往中，我们的外交官经常会遇到这样的情况，或者是外国人在中国博大精深、错综复杂的文化历史面前望而却步，或者是连我们自己也无法精要地描画这一深刻变动的古老文明。我们提出的“和平崛起”、“和谐世界”等战略框架和口号，更多的是着眼于国外的战略决策者和意见领袖，而不是针对那些普普通通、对中国不甚了了的国外民众。用现代形象管理学的标准来衡量，我们的“广告词”和“象征符号”太不贴近群众了，缺乏视觉触摸感和情感想象力。

这方面，“美国梦”的形象营销推广模式无疑为我们提供了一个可以仿效的榜样。当“美国梦”的光环逐渐退却的时候，为什么我们不能给世界打造一个崭新、动人、令人神往的“中国梦”呢？

“中国梦”是一个图景，但更是一种模式。中国的复兴和腾飞，正在书写着人类史上的一个奇迹。一个占全世界五分之一人口的古老文明，在短短的几十年时间内，没有对外掠夺和侵略，没有对外种族的奴役和侵压，完全靠着自身民族的勤劳、隐忍和智慧，走出了一条令人信服、更值得后起国家效仿的复兴之路。“中国梦”既是世代中国人追寻的梦想家园，也是未来世界人类生存模式的一个范本。这里有家庭邻里的和睦，人类和自然和谐共生的“天人合一”，以集体主义为根基的“大局观”、

“天下观”和贯穿儒、道、佛三教、深入人心的“和为贵”处世哲学。在整个世界走到 21 世纪这个“大拐点”的时候，上述的每一个要素都愈发显得重要和珍贵。当然，中国现在还有诸多问题，更面临数不清的严峻挑战。但，所有这些，都不能阻止中国人有自己的梦想。现实的不完美，更不是阻止我们推销自己梦想的理由。

作为一个有历史责任感的大国，中国需要打造、构筑和推销自己的梦想。“中国梦”不是什么自我炫耀，而是中华文明为世界发展前景提供的一个答案。与其他国家的梦想相比，中国的畅想中挟带着更多穿越漫长历史隧道后的深邃和平实，也具有经历过无数沉浮磨砺后的包容和力量。“中国梦”只能由中国自己来打造，但这个梦想可以属于整个世界。

[注：本文发表于 2009 年第 11 期《瞭望东方周刊》]

# 前言

这里收录的 30 多篇时评、短论和分析文章，基本都完成于 2007 年 5 月以后的两年时间里。对我个人来讲，2007 年 5 月这个时间点，意义非同一般。一来，我 2005 年完成的博士论文《中国网络民族主义》，在 2007 年 4 月底被美国社会科学方面知名的罗曼出版社正式出版。在美国，“不出版，就灭亡” (Publish, or Perish) 这一口号，是被所有争取晋升为“终身教职”的助理教授奉为金科玉律的；一本英文学术专著的出版，无疑为我解脱了不少英文学术研究和写作的压力，终于可以腾出时间写点中文的东西了。二来，作为美国著名研究型大学约翰·霍普金斯大学的讲座教授，从 2007 年 5 月底开始，我带着 18 个美国研究生开始了一段充满戏剧情节的“中国当代传播”之旅。作为一个并不比自己学生大多少的带课教授，几个星期的研讨课教下来，我观察到和感悟到的东西，远远超过我那些从未到过中国、而对中国的成见又是如此根深蒂固的学生们。

而过去的这两年，对于中国和美国这两个“巨人”国家来说，用“不平凡”三个字来形容，似乎都显得不够力道。一幕幕惊心动魄的正剧，喜剧，悲剧，闹剧，哑剧，你方唱罢我登场，直看得人眼花缭乱，目不暇接；辗转于大洋两岸的舞台之间，穿梭在东西方文明的断层夹缝之中，作为一个在美国大学里教授“战略媒体与大众传播”和“高级公关写作”的中国教授，我无法让自己躲避那些无处不在的心灵碰撞、文化冲击和认知落差。碰撞会出火花，冲击能让人警醒，而落差更引人沉思。这本书中的文字，忠实地记录了自己思索的过程和一些可供呈观的结果。其价值，不在于有什么真知灼见，而在于提供了一个独特而真实的观察视角。

平常看奥斯卡颁奖典礼的时候，最受不了获奖者照着个单子，逐一感

谢那些曾经、正在和将要支持他或她的人。我心里常想：至于吗？有那个必要吗？轮到自己了才发现，还真有必要，而且确实是发自内心的感激之情。一本书虽不算什么，但没有一班人的支持、鼓励、关爱和奉献，也是不可能成形的。首先要感谢的是自己的同窗好友曾军，没有他的鼎力支持，这本书是不可能如此快、如此好地出版面世的。另外，《环球时报》的国际评论版编辑王文，《瞭望东方周刊》国际版编辑黄琳、戴闻名，还有《对外传播》杂志的编辑吴奇志，都曾不厌其烦，为书中的部分文章倾注了心血。更令我念念不忘的，是国内学界几位著名学者、教授的提携和扶助；其中，清华大学中美关系研究中心主任孙哲教授，复旦大学新闻学院孟建教授，清华大学新闻传播学院李希光院长，中国青年政治学院新闻传播系展江主任和任一农教授，都曾为我在国内的研究和讲学费心、出力和奔忙。最后，是要感谢我的父母，以及一直代替我这个远游他乡的儿子无微不至地照顾父母亲的姐姐一家。当然，没有我夫人刘星雨这十年来的相伴相知，我不太可能会有今天的成绩，包括这本书。

吴 旭

于南京大学—约翰·霍普金斯大学中美文化研究中心

2009年5月30日

## 目 录

|          |   |
|----------|---|
| 代 序..... | 1 |
| 前 言..... | 1 |

## 第一部分 夺取舆论场上的金牌

|                        |    |
|------------------------|----|
| 中美之间真正的逆差是知识 .....     | 3  |
| 如何扭转中美知识逆差 .....       | 6  |
| 中国应拿舆论竞技场上的金牌 .....    | 12 |
| 让更多老外愿为中国说话 .....      | 20 |
| 奥运突发事件，不必大惊小怪 .....    | 24 |
| 奥运期间如何应对国外媒体 .....     | 27 |
| 奥运+中国=? .....          | 33 |
| “话语权”才是中国奥运的“首金” ..... | 39 |
| 奥运危机公关与中国国家形象战略 .....  | 46 |
| 打造中国国家形象大战略 .....      | 67 |
| 奥运是中国竖起的一面镜子 .....     | 72 |

## 第二部分 中国软实力不能吃老本

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 中国软实力不能吃老本 .....         | 87  |
| 软实力要靠“软实力”来实现 .....      | 92  |
| 国家危机公关也需“与时俱进” .....     | 97  |
| 从“鞋子”看中国自信 .....         | 101 |
| 动辄“不高兴”的民族，不是强大的民族 ..... | 106 |

## 为世界打造“中国梦”

——如何扭转中国的软实力逆差

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 西方媒体用“三色”眼镜看中国 .....         | 111 |
| 汶川地震让西方看中国的眼光变了吗? .....      | 116 |
| 解读国外的“对华民意” .....            | 123 |
| 如果美国背叛了全球化 .....             | 128 |
| 美国正在对华发泄失落情绪 .....           | 132 |
| “反恐”是“新美国世纪”的广告语 .....       | 138 |
| <br><b>第三部分 国际公关中的“黄金律”</b>  |     |
| 中国人需不需要起个英文名? .....          | 145 |
| 说说“跨国道歉” .....               | 150 |
| 在美国更要学会“讲政治” .....           | 155 |
| 美国的“主流媒体”在哪里? .....          | 159 |
| 现代传播的“3G”革命 .....            | 165 |
| 谁在看美国《国家地理》? .....           | 172 |
| 国会山上的“旋转门” .....             | 176 |
| 美国总统的包装术 .....               | 179 |
| 在美国大学教公关 .....               | 182 |
| 国际公关中的三个“黄金律” .....          | 186 |
| 世界前沿公关理论漫评 (2006—2008) ..... | 201 |
| <br><b>代跋 新“西行漫记” .....</b>  |     |
| <b>228</b>                   |     |

# 第一部分

## 夺取舆论场上的金牌

- § 中美之间真正的逆差是知识
- § 如何扭转中美知识逆差
- § 中国应拿舆论竞技场上的金牌
- § 让更多老外愿为中国说话
- § 奥运突发事件，不必大惊小怪
- § 奥运期间如何应对国外媒体
- § 奥运 + 中国 = ?
- § “话语权”才是中国奥运的“首金”
- § 奥运危机公关与中国国家形象战略
- § 打造中国国家形象大战略
- § 奥运是中国竖起的一面镜子

