

中国公共外交的源起、挑战 and 对策

杨洁勉

如何学习西方的公共外交和应对新媒体对外交带来的挑战，这就需要我们首先要讲真话，把中国的真实情况和看法说清楚；其次，我们还要讲白话，让大家都能够听得懂，容易记得住和照着做；然后，我们还要向我们的对手学；最后，我们要发挥中国共产党重视和擅长宣传的传统。

中国：从人民外交到公共外交

以前我们讲“民间外交”“人民外交”。毛泽东和周恩来等老一代领导人非常重视“民间外交”和“人民外交”。在周恩来的领导下，中国人民外交学会于1949年12月就成立了。中国人民对外友好协会是1954年成立的。1971年3月的第31届世乒赛和4月的中美“乒乓外交”也是民间外交。为什么那个时候搞得比较好呢？因为我们没办法，人家不承认我们，中国跟美国、跟欧洲、跟日本都没有外交关系，只能是以民促官。

2009年胡锦涛第一次提出“公共外交”，党的十八大报告又用文件的形式予以肯定，指出：“我们将扎实推进公共和人文外交”。中国外交部刚刚开始搞公共外交，成立了公共外交办公室。现在文化部有“春节”系列，国新办有“感知中国”系列，教育部现在有孔子学院。上海在冯国勤会长的推动下，于2010年在全国最早成立了地方的公共外交协会。我们上海有几个

品牌，像姚明现在就是我们公共外交协会的副会长。姚明是不可复制的、唯一的。

从本世纪初中期开始，我们国内就有人研究公共外交，现在基本上像学术期刊、有关的专著、大众读物都有关于公共外交的研究和讨论。中央领导说：“要把中国的故事讲好。”怎么才能把中国故事讲好？我想有三点。第一，你要有真正的故事，就是你动了脑筋。你有好故事，人家要爱听，如讲中国为什么发展得这么快、变化这么大、有哪些是世界上可以学的。第二，你自己要有一套很好的表达方法。这个方法是什么呢？你要考虑听众、受众，就是跟你一块儿吃饭、跟你一会儿开会、跟你一会儿参观的人，他要听你讲，要向你学，不是你懂什么。第三个，就是到什么地方说什么话，“到什么山唱什么歌”。年轻一点学过外语的都知道，就是你讲中国笑话要讲到外国人笑，你的本领不是一点点，因为幽默感是不一样的。

我国对“公共外交”的一般定义是：公共外交作为对传统外交的继承和发展，通常由一国政府主导，借助各种传播和交流手段，向国外公众介绍本国国情和政策理念，旨在获取国外公众的理解、认同和支持，争取民心民意，树立国家的良好形象，营造有利的国际舆论环境，维护和促进国家根本利益。而向国内公众介绍本国外交方针政策及相关举措，是支持公众参与公共外交的基础工作。赵启正同志认为：“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。”他还说过：“公共外交有理论，但更重要的是实践。”

新媒体的机遇和挑战

我们官方现在比较擅长的是传统媒体，比如报刊、户外广告、广播、电视，这些我们做得比较好。当然，传统媒体还是有一定优势的。比如说读《人民日报》的人不是太多，但是读的人当中有一大半是很重要的，如党政领导干部。有一次我去上海复兴公园，看到好多年纪大的人都是把鼻子贴在

玻璃上看《人民日报》。那么这些老年人有多少呢？全中国65岁以上的有一亿多，所以这些老年人传统上主要还是看这个。

现在很多年轻人是不看报纸的，还有的年轻人连文章都不愿意读的，现在一条短信或者微博只有一百多字，最好就是一个关键词、一句话。因为现代都市生活节奏很快，人变得非常浮躁，也变得急功近利，但这就是现实世界。

个人和媒体的关系是怎么样的呢？现在有这么几句话，第一叫“人人都是记者”；第二“围观有力量”；第三“功夫在微处”，就是微博。微博于2009年8月在中国诞生，到2011年就成为中国网民在网络上获取信息的第一大渠道。其他的是网上新闻和BBS，就是网络论坛。现在讲句笑话，作者比读者多，所以很多人就要拼命有粉丝，要有转载率，这就是他在扩大他的影响。

新媒体有的一些什么特点？跟你有互动，当时就能发生的，而且数量很多，大家可以共享。科技进步是经济社会和政治进步的动力，首先要看到它所能提供的机遇。我这个话是讲给领导听的，有些领导觉得这个事情烦，就要封掉它，就要遏制它，其实你是遏制不住的。但是现在我们也有进步，比如说抗震救灾，中国做的比美国要好多了，我们是全国一条心。像汶川大地震恢复重建，比日本的福岛，比美国的路易斯安那州飓风的灾后重建都搞得更好。

新媒体的特点有交互性与即时性、海量性与共享性、个性化与社群化。我们必须站在时代进步的立场来看待新媒体，因为科技进步是经济、社会和政治进步的动力。首先要看到新媒体所能提供的机遇，但新媒体确实也给我们带来了许多挑战。即使是挑战，它还是可能被转化为机遇的。

新媒体迫使中国外交要走近草根，要跟广大老百姓见面，现在的外交神秘性很少了。还有一点，因为外交有保密的需求，比如说我们的船被朝鲜人扣掉了，在这个时候你就不要去讲这个船是在我们这一边还是在他们那一边，先要把人搞回来，安全是第一的。再比如说我们的人质被人家抓去

了，我们说“要不惜一切代价”，那么人家知道你要花代价了。所以外交是有保密成分的，但是绝大部分是可以公开的，要让老百姓知道的，老百姓有时候知道了也就更体谅你了。

新媒体已经成为西方渗透中国的又一手段，增加了中国外交的难度。这个大家要知道，西方对我们的渗透是很厉害的，我们上海国际问题研究院经常受到境外的网络攻击。新媒体也使一些发展中国家的动荡对中国有更大的溢出效应。中东动乱了两年，我们有句话叫“穿西装的哭了，穿长袍的愁了”，因为第一批倒台的都是总统，接下去的那些老王爷们。

如何学习和做好公共外交

首先要讲真话

大家知道，傅莹同志在英国当大使的时候公关工作做得很好。傅莹同志曾告诉我，她专门请英国的公关公司给使馆的同志上课，举手投足、言谈吐字都是要讲学问、讲修养的。她当外交部副部长时，在2010年9月11日到北京外国语大学讲公共外交。她讲：“公共外交不是涂脂抹粉，而是坦诚的自我介绍，把中国的真实情况和看法说清楚。为什么只有到中国看的人才知道中国之美好、政策和制度之成功，也才能理解我们面对的挑战之艰巨、努力之不易？我们总不能把世界上那50多亿人都请到中国来看，才能让人都了解中国吧？这就需要更加积极主动，有针对性地介绍中国，讲日常的中国人和中国事。”2013年傅莹同志又担任了新一届人大的外委会主任和发言人，“两会”上她的发言工作就做得很好，从她身上我们可以学到很多。

其次要讲白话

习近平同志最近的一些讲话，大家都反映听得懂。人们听懂了，也容易记得住和照着做。我们还要学学体制外。有个讲上海清口的周立波，他也谈国际问题，谈得惟妙惟肖，老百姓挺喜欢听的。所以我们要向体制外学

习。还有姚晨，她的微博粉丝特别多，多到什么程度呢？多到一个《人民日报》的小青年写下了这么一段话，他说：“姚晨转发量比看《人民日报》的人还要多。”她的粉丝当时是1955万，现在已经超过5000万（2003年8月）了，比《人民日报》发行量多出十数倍。

还要向对手学

比如说美国原来的国务卿赖斯，她就讲出“外交要革命”，拿我们的话讲就是要“走转改”，要接地气，要到基层去，不能光坐在办公室。我们还要向两位大使学习，一个是美国大使骆家辉，一个是英国大使吴思田。那个骆家辉，美国人做大使的费用是国家给你包干的，就是你坐经济舱也好，坐头等舱也好，就给你这点钱。那么他省钱，不得了了，他自己也宣传，还有一批人帮他宣传。英国大使叫吴思田，他出任英国驻华大使，搞了一个计划，叫“88天访问8个城市”。他从北京坐火车到上海，然后跟我讲，他坐火车既省了多少排气量，绿色、低碳。我们中国人做了这么多艰苦朴素的事情，就是不讲。要出来讲啊，要让老百姓知道。

要发挥中国共产党重视和擅长宣传的传统

在极其困难的情况下，利用一切可能的办法搞宣传，是我们的“三大法宝”之一。现在怎么能退化呢？我们一定要换位思考，居安思危，要跟老百姓在一起。今天只要我们坚信我们自己的事业是正义的，我们是顺应历史潮流的，那么我们就能够在新的形势下来引导舆论主流，迎接公共外交的新胜利。

杨洁勉：上海国际问题研究院院长、研究员。