

## 以全球视野延展对外传播

新华社副总编辑 周宗敏

传播力决定影响力，话语权决定主导权。习近平总书记多次强调，要讲好中国故事，传播好中国声音。对此，结合新华社的工作实践，我谈一些体会。

首先，讲好中国故事的前提是坚持国家立场，为中国走近世界舞台中央提供有力舆论支持。

第二，讲好中国故事的关键是加强议题设置。在对外传播中，我们强调既要“站在天安门城楼上看问题”，也要“站在喜马拉雅山上看问题”，以全球视野延展对外传播，将服务于我外交大局、有利于我核心利益、体现我价值观念、符合国外受众思维习惯和表达方式的具体议题设置嵌入对外传播之中，抢占主导权，有效影响国际舆论。

例如，我们根据南海问题斗争需要，充分发挥遍布全球采集网络优势，将“中国不接受、不参与仲裁符合国际法”等立场主张准确传递给国际社会，相关外文稿件被《纽约时报》、美联社、路透社、法新社等西方知名媒体以及亚太、拉美、东亚和阿拉伯地区主流媒体和新闻网站等广泛转载。

第三，讲好中国故事的基础是创新对外话语体系。我们将中华民族文明传承与新中国成立以来，特别是改革开放以来取得的巨大成就相结合，深入研究国外受众的阅读习惯和接受心理，努力寻找中外利益交汇点、话语共同点、情感共鸣点，使我们的话语既具有鲜明的中国特色，又具有开阔的国际视野。为了向国际社会更好地宣传“一带一路”战略，我们主动策划了“‘一带一路’全球行”活动，以全球联动、全球连线等方式，向海外受众深入阐释“一带一路”理念和精神。突出“共商、共建、共享”理念，把中国梦和世界梦尤其是沿线各国的梦想紧密结合起来，全方位展示“一带一路”沿线国家构建利益共同体、命运共同体的美好愿景。

今年2月，我们推出中、英、法、西、俄、阿、德、日、韩9种语言版本的原创动漫MV《四个全面》，采用国外流行的说唱音乐解读“四个全面”战略布局，形式活泼、通俗易懂，3天浏览量突破127万次，被2000余家网站转载。《纽约时报》、美联社、法新社、CNN等西方主流媒体致函，希望转发这个MV，美联社等还专访了主创团队。

应该看到，尽管我们的国际传播事业取得了飞跃，但国际舆论场中“西强我弱”的局面还没有出现根本性变化。我们将继续坚持国家立场这个总方向，做好议题设置，不断改进完善话语体系，把好钢用在刀刃上，在国际舆论竞争中一个战役一个战役地打，积小胜为大胜，假以时日，中国的国际话语权和影响力一定会与我们的国际实力和地位相匹配。



周宗敏

## 既要讲理服人又要以情动人

国务院侨务办公室副主任 谭天星

讲好中国故事，传播好中国声音，是一个时代课题，也是侨务部门联系海外侨胞、海外华文媒体的优势所在。有华人的地方就有华文媒体，目前海外有6000万华侨华人，分布在世界200多个国家和地区，有1000多家华文媒体。这是我们的话语世界，也是我们与世界交流对话、展示中华独特文化的舆论平台。

在此，有三点感想和大家分享。

第一，海外侨胞与华文媒体是讲好中国故事的重要参与者。海外侨胞长期在海外生活，熟悉住在国情况，是促进友好交流的“金丝带”“连心桥”，在讲好中国故事、传播好中国声音方面具有独特优势。要让海外侨胞更好把握中国视角，更好地讲好中国故事，离不开海外侨胞和华文媒体。希望国内媒体积极加强与华文媒体的沟通交流，根据海外华文受众的整体性和差异性，创新合作方式，丰富合作内容，实现共赢，共同讲好中国故事，促进交流，作出贡献。

第二，加强媒体融合，是讲好中国故事的有效途径。当前，新媒体发展日新月异。加快新旧媒体融合，积极发挥互联网对外传播的优势，构筑新媒体对外传播的矩阵，需要传统媒体与新媒体共同发声。在媒体融合方面，国内媒体不断改革创新，有很多很好的经验。海外华文媒体不甘落后，做了很多有益的探索和实践。希望海外媒体和国内媒体加强交流，取长补短，加快融合发展步伐，进一步提升海外媒体的影响力。

第三，讲好中国故事，应该新闻、文化并重。

习近平总书记指出，博大精深的中华文化是海内外中华儿女共同的魂。中华民族伟大复兴的中国梦，离不开中华文化的伟大复兴，中国国力的提升包含了中华文化的发展。讲好中国故事，既要讲好经济实力的故事，又要讲好软实力的故事。硬实力的故事讲好，是为了让人尊敬；软实力的故事讲好，是为了让人亲近。要增强海外华文受众对中国政策的好感，积极支持海外华文媒体全面准确客观地报道中国经济社会发展现状，正确表达中国立场、中国观点，做好中国新闻报道，以理服人；同时也要积极调动文化资源，充分利用海外侨社这个文化阵地，推动中国文化走出去，精彩演绎中国故事，以情动人。

讲好中国故事任重道远。我们将充分发挥侨务优势，为讲好中国故事、让中国走向世界而努力。



谭天星

## 海外侨胞是最好的“民间大使”

中国侨联副主席 康晓萍

当前，“中国奇迹”“中国震撼”催生了国际上读懂中国经济、解码中国道路的现象。世界关注中国，这是好事，但中国故事不能任由他人来演绎、曲解，中国人理应成为讲好自己故事的“推手”“写手”“高手”。

不少外国友人来到中国，才发现与从西方媒体上知悉的中国形象差异很大。今天的中国要深度融入世界，就需要让世界深入了解中国，就需要找准国外受众的需求。海外侨胞既熟悉中国和住在国的情况，又有丰富的国内外人脉资源和国际交流经验，是讲好中国故事、传播中国声音最热情、最积极、最直接的群体，是向世界解读中国最为理想的“民间大使”。

首先要明确“谁来听”“谁来讲”的问题。要使海外侨胞不仅成为中国故事的忠实倾听者、重要评判者，而且成为中国故事的积极参与者、精心编撰者、热心讲述者。二是要解决好“听得进”“听得懂”的问题。我们的海外侨胞熟悉中外文化、了解住在国社情民意，可以通过他们聚焦中国与住在国的话语共同点和利益交汇点，多讲事实说话，多用故事表达，把我们想说的与当地社会关注的有机结合起来。三是要解决好“传得出”“传得开”的问题。支持和鼓励海外侨胞为走出去的国内媒体实现落地、生根、发芽，牵线搭桥，推动中国故事成为“N种版本”在海外广为流传。

为此，第一，应该重视华侨华人经营的餐馆、超市、咖啡厅等场所的辐射作用。通过合理运作，让外国民众在享受华侨华人提供的餐饮、商业、零售业服务的同时，将一个真实的中国展现在普通民众面前。第二，适当选择华文媒体植入中国故事内容。目前，海外华文媒体有1000多家，他们利用跨媒体的传播手段，形成了报纸、广播、电视、网络的全方位、立体化传播体系。第三，大力支持由海外侨社、侨胞兴办的中文学校。世界各地有近2万所中文学校。如果能解决教学模式不一、教材短缺、课外阅读资料匮乏、师资队伍严重不足等问题，中文学校也会成为讲好中国故事的优质平台。第四，积极甄选和组织一批中华传统文化精品走向海外。中华传统文化如中医、中华武术、中国舞蹈、伦理孝道等，不仅深受海外侨胞欢迎，而且越来越受到外国民众的喜爱。第五，努力打造一批“中国书架”，广泛传播中国名著。

中国侨联将进一步加强与人民日报海外版等媒体的合作，讲好中国故事，让近者悦、远者来，更好地促进联接中外、沟通世界。



康晓萍

## 文化多元是我们的传播优势

欧洲时报社长 张晓贝

我今天就如何有效提升中国国际话语权问题，谈谈自己的认识。

我们常说世界上没有无缘无故的爱，也没有无缘无故的恨，这个爱和恨的标准在某些方面是统一的，在某些方面又完全对立。不同的国家、不同的民族、不同的国情、不同的文化、不同的历史传统、不同的发展阶段，决定了在许多问题上，东西方的价值标准是有差异的，甚至是对立的。

中国在快速发展，几亿中国人摆脱了贫穷，这是中国提高话语权的一大优势。我们讲话有了底气，也具备了相应的传播和技术手段，因此需要特别着重研究提高国际话语权的重点和突破口。我认为，中国现在以文化为突破口的选择是正确的，中国文化具有的多元性恰恰是我们对外传播的优势。

西方基本认同文化多元的理念，抓住多元角度更容易让西方大众了解中国，认识到中国是多元中国、发展中的中国。由此可以引申到发展道路多元，不能处处以西方模式作为唯一标准，判断世界的是是非非。中国文化包括传统价值观，其思维方式、哲学思想和价值取向与西方的价值取向存在很大差异，这是客观存在的。因此，如何让这存在巨大差异的双重文化有机融合，是中国对外传播工作应该思考的另一个大问题。

我认为，在多元社会，对一般民众求同存异，是对外传播的重要原则。要有异先求同、最大程度拉近相同的方面，在求同前提下，讲历史发展水平不同、社会发展水平不同、思维方式不同，就容易让对方受众理解，虽然对方受众不容易马上理解中国的观点，但起码可以做到相互尊重、相互理解。

我的一位好朋友也是资深媒体人，他用法文写一本书，题目是《和你们一样的中国人》。就是说中国人和法国人是一样的文明人，同样爱好和平、追求经济发展和社会进步，中国人既不是异端邪恶，也不愿意落后。该书在法国产生很大的反响。

我们讲中国梦，就是要找到它和个人梦和世界梦的结合点。从个人梦引申到中国梦，就容易对外传播。同时，把中国梦和世界梦连通结合，就可以让世人感觉到，中国发展和世界息息相关，中国是推动世界历史发展的积极组成部分，是促进合作的推动力，中国为世界做贡献就可以阻止那些中国威胁世界的话语。我们生活在海外的华侨华人在海外生活越久，对海外的实际情况，包括优点和缺点也看得更清楚，从而对西方就不会盲目崇拜、对自己祖国更有感情。



张晓贝

## 让更多外国青年亲近中国

清华大学国情研究院院长 胡鞍钢

我从5个方面谈一谈如何发挥智库作用，更好地讲述中国故事。

第一，将对中国故事的讲述建立在深入研究中国国情的基础之上。讲述“中国故事”，不仅要有生动鲜活的案例，还要有学术性、研究性、思想性。在案例或具体问题的基础上形成“中国思想”“中国理论”。这样，才能把中国创造经济增长奇迹的故事、中国迈向工业化与现代化的故事、中国特色民主政治发展的故事、中国成长为新型超级大国的故事、中国创新绿色发展的故事、中国迈向共同富裕的故事讲精彩。

第二，讲好中国故事要学会“到什么山，唱什么歌”。中国发展的现实只有一个，但“中国故事”却有不同讲法，不同的外宣受众所关心的中国故事的方面也不尽相同。从全世界看，大体有两类国家：一是北方国家，“中国故事”的焦点更多地汇聚在关于民主内涵的理解和民主实现形式的中西方差异；二是南方国家，对当前人类发展水平还处在中下水平的国家，他们更愿意从“中国故事”中学习如何从一穷二白走向繁荣富强的“中国经验”，也包括“中国教训”。

第三，在培养国际人才的过程中氤氲“中国情感”，春风化雨，润物无声。以我所在的清华大学国情研究院为例，我们培养了大批了解中国、亲近中国的青年，他们以“中国通”“知华派”的身份回到自己的国家，他们是中国撒向世界的火种，必将“星火燎原”，发挥更大的积极作用。

第四，积极参与对外交流，在“走出去”“引进来”的过程中更好地做到知己知彼。这里，“走出去”着重强调研究者本人走出去；“引进来”，主要是针对具有较高专业水准和业内声誉的国际媒体机构和出版机构。我们要利用好这些外宣资源和知识传播平台，通过他们的信息需求了解国际社会对中国关注的热点问题，提高我们自身的专业化和国际化水平。

第五，积极借助中国主流媒体写好“中国文章”，介绍“中国发展”，讲好“中国故事”。这里我们也感谢包括人民日报海外版等在内的诸多媒体朋友，你们不仅是我们的长期合作伙伴，同时是我们能够“走出去”的重要平台。

总体上讲，今天我们处在讲好“中国故事”的各方面条件比较有利的一个时期。中国崛起的事实已经越来越为各方所接受，愿意聆听中国声音的力量，希望从与中国合作中受益而不是与中国对抗的力量，都在不断加强。我们要因利乘便，充分发挥智库作用，更好地讲述中国故事。



胡鞍钢

## 自信地向世界说明中国

中国人民大学国际事务研究所所长 王义桅

非常高兴有这么一个机会，我讲3个故事以及背后的一些体会。

第一个故事，在丘吉尔80岁左右的时候，有一个记者采访完他后说，“祝您健康，希望明年继续采访您。”丘吉尔说，“没问题，你还这么年轻。”丘吉尔这个话对我有很大的启发，就是要自信地应对别人的提问，自信地向世界说明中国，就要像丘吉尔说的那样：我没有问题，关键你能不能行。

第二个故事，2009年的时候，我在德国汉堡讲中国和平崛起。我穿了一身青年装，他们一看说，你今天穿毛服装，你很保守。我说这个青年装，源自普鲁士的军服，从你们那学来的。我是中国共产党党员，我们信仰马克思主义，马克思是你们德国人。今天是什么日子？2009年11月12日——这也是基于基督教文化的时间概念。你看，我们的时间表述都是你们西方人说的算，你们怎么还说中国威胁？

其中有一个中国问题专家问我，你真信仰马克思主义吗？你信仰的不是我们的马克思主义。我说，我们的古人学了印度的佛教，但把印度的佛教变成了中国佛学和禅宗，从来没有一个印度人说，你信的佛学和禅宗不是佛教。我们是中国化的马克思主义，中国化的马克思主义是不断发展和完善的。所以，不能仅仅从文本来说马克思主义。他觉得有道理。

第三个故事，是今年在开罗，我讲“一带一路”带来的机遇。老外说，我搞不明白自己在不在“一带一路”里面。我说，“一带一路”，全称叫“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”。有三个关键词，第一个是“21世纪”，最能体现21世纪的就是互联网，互联互通可以帮助你们实现弯道超车，现在互联网最大的企业在中国。第二个讲“带”，是经济带，这个带是中国改革开放模式经验的体现。第三个讲“路”，“路”更简单了，你羡慕中国，中国很富，但中国以前跟你一样，是从贫穷发展起来的。中国人有句话：要致富先修路，要快速修高速。很简单，你也是文明古国，也是发展中国家，只要按照中国这样的路径来做，而不是搞什么颜色革命，你也会取得更大的进展。在中国，“路”还这样一般的路，我们是道路，“路”只是实现“道”的一种方式，“道”怎么说的呢？道家说，一生二，二生三，三生万物。“一带一路”不是一条，而是很多很多条，大家都有份，因为它是开放的。



王义桅

## 『讲好中国故事 做好桥梁纽带』

研讨会发言摘编