

提升中国国家形象——

参与度和体验感是加分项

本报记者 王连文

● 报告显示,在中国参与全球治理的领域中,科技(63%)、经济(60%)、文化(53%)是海外受访者最为认可的3个领域,人文景观是海外受访者选择来华的最主要因素(59%),其次为体验当地生活(49%)和欣赏自然风光(48%)。

经过70年的艰苦奋斗,进入新时代的中国,国家形象不断提升。近日,当代中国与世界研究院等在京发布的《中国国家形象全球调查报告2018》(以下简称“报告”)对亚洲、欧洲、北美洲、南美洲、大洋洲、非洲等的22个国家1.1万人作了在线调查。与以往相比,调查新增“人类命运共同体”、改革开放40周年等热点话题,涵盖中国整体形象与影响力、政治、外交、经济、文化和科技的国际形象与传播,更加立体、全面地呈现出国际社会对2018年中国国家形象的认知。

报告指出:“中国整体形象保持稳定,在发展中国家稳步上升,内政外交受好评,国内治理认可度提升;新中国成立70年特别是改革开放40年,中国取得了巨大成功,且对全球发展起到积极作用;‘人类命运共同体’理念对个人、国家、全球治理的积极意义得到认可,‘一带一路’对地区和全球经济的积极意义更获关注。”

值得一提的是,报告针对文化和旅游的调研,成为海外关注亮点,成为提升中国国家形象的加分项。报告显示,在中国参与全球治理的领域中,科技(63%)、经济(60%)、文化(53%)是海外受访者最为认可的3个领域,海外受访者最期望通过中国媒体了解中国科技(41%)、文化(38%)和经济(34%);历史悠久、充满魅力的东方大国仍是海外民众对中国的突出印象;中餐(55%)、中医药(50%)、武术(46%)被认为是最能代表中国文化的3个方面;人文景观是海外受访者选择来华的最主要因素(59%),其次为体验当地生活(49%)和欣赏自然风光(48%)。

北京大学国家战略传播研究院院长程曼丽表示,在世界大发展大变革大调整中,进入新时代的中国逐渐

走进世界舞台的中央。报告发布的内容说明国际社会对中国的认知发生了重要变化,表现为由浅表到不断深入,由了解到理解、信任和支持,由接受信息到开始接受理念,由陌生隔膜到民心相通等四方面特点。

党的十八大以来,国家综合实力和国际影响力大幅提升,对外传播能力建设加强和积极引进来、走出去直接相关。例如,围绕“一带一路”倡议实施,截至2018年底,我国已在海外设立37个中国文化中心,有17个位于“一带一路”沿线国家,成为增进中外文化和旅游交流合作的重要窗口和平台;2016年至2018年,丝绸之路国际剧院联盟、国际艺术节联盟、国际博物馆联盟、国际图书馆联盟、国际美术馆联盟相继建立,到2019年4月,共有88个国家和地区的319家境外文化机构加入;两届“一带一路”国际合作高峰论坛和亚洲文明对话大会成功举办;首届中国国际进口博览会经贸成果丰硕,按一年统计,累计意向成交578.3亿美元,与“一带一路”沿线国家累计意向成交47.2亿美元,第二届中国国际进口博览会举办在即,规模进一步扩大……“一带一路”与构建“人类命运共同体”深入人心。

与此同时,透过报告内容,需要进一步总结和思考的方面还很多,从中发现的问题、得到的启示,能否尽快转化为提升对外文化和旅游交流合作的重要借鉴、对外传播的“锦囊妙计”,值得好好研究。例如,对于“历史悠久、充满魅力的东方大国仍是海外民众对中国的突出印象”,丰厚的中华优秀传统文化是促进民心相通的优势资源,对继续推进中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展和发展当代特色文化提出了更高要求;



中国国家形象

全球治理表现认可度

中餐、中医药、武术赢得海外民众青睐,取决于其很强的体验性、实用性、生活关联度等,更多形式的文化艺术走出去需要在增强海外民众参与度、体验性上下功夫。

对于加强对外传播能力建设,程曼丽表示,鉴于国际形势和对外传播生态的变化,进一步提高多元主体对外传播能力建设,讲好中国故事、传播好中国声音,赢得国际话语权,打造新时代对外传播拳头产品和品牌至关重要。

清华大学新闻与传播学院副院长史安斌指出,以报告为例,可以打造更加权威的系列产品,进行更高层次内容发布,更加及时、有效地展示中国国家形象在全球范围内的动态趋势。

中国人民大学新闻学院教授赵永华提出,相关调查研究成果应进行大力宣传,使其在国际上产生更大范围的正面影响,同时发现潜在问题做出预测,并提供分析、解决方案,更好地服务于对外文化交流工作。



10月21日,几位“蓝人”在北京嘉里中心商场展开了一场“快闪”,与商家和顾客即兴互动。据悉,美国纽约原版互动体验秀《蓝人秀》目前已在全球25个国家的超过300个城市上演,观看人次逾3500万。作为一场前卫、动感、娱乐效果十足的视听盛宴,《蓝人秀》引发人们对生态与环境、嬉戏与童趣、探索与好奇等的思考。据了解,《蓝人秀》将于11月27日至12月8日在北京天桥艺术中心上演。此外,还将到广东珠海、福建泉州、江苏南京、陕西西安等9个城市巡演。

图为《蓝人秀》在北京嘉里中心表演。

本报记者 陈璐摄

中国与加纳合拍电影《埃博拉》在福建签约

本报讯 10月19日,在福建福州举办的第六届丝绸之路国际电影节上,中国与加纳合拍故事片《埃博拉》签约,这是中加两国电影界的首次合作,也是中国与非洲的首部合拍故事片。

电影《埃博拉》取材于2014年中国医疗队在西非国家救助埃博拉疫情的真实故事。2014年,西非爆发埃博拉疫情,中国抗埃援非医疗队远赴非洲抗疫前线,面对随时可能被感染的死亡威胁,以惊人的毅力和高超的医术展开救援,成功实现习近平主席提出

的“打胜仗、零感染”的目标,得到非洲政府和人民的交口称赞。

据媒体报道,埃博拉病毒不久前再度在刚果死灰复燃,引起国际社会的高度关注。此前由FOX电视台和美国国家地理频道联合制作的电视剧《血疫》讲述了埃博拉病毒上世纪70年代第一次出现在美国的历史,该剧的热播再次将人们的视线聚焦埃博拉病毒。据项目发起人、中国闪亮影业董事长沈健介绍,扣人心弦与惊心动魄也是电影《埃博拉》的主要特点。(联文)

“2019丝绸之路万里行·魅力东盟”在京启程

本报讯 (记者马寅)日前,由中宣部对外推广局、国家广电总局国际合作司、中国—东盟中心、陕西省委宣传部共同指导,五洲传播中心与陕西广播电视台联合举办的大型跨国全媒体活动“2019丝绸之路万里行·魅力东盟”启动仪式在北京举行。据悉,此行将一次性跨越陆上丝绸之路和海上丝绸之路沿线国家和地区以及重要节点城市,其间将在东盟沿线国家和地区举办经贸交流会、文化论坛、公益活动等活动。

启动仪式上,五洲传播中心主任陈陆军表示,该活动将集合优势资源,提升内容设计,拓宽传播渠道,进一步发挥媒体作为中国与东盟友好交往的传播者、务实合作的推动者、和谐共处的守望者的作用。作为“丝绸之路影视桥”重点工程,“丝绸之路万里行”活动将通过影视、演出、文化交流、经贸推介会等方式,面向丝路国家开展多层次、立体丰富的文化互动,增进中国与“一带一路”沿线国家间的友好往来,带动中国文化走出去。

多国驻华使节共度“中国美术馆之夜”

本报讯 (记者冯倩)近日,“伟大历程 壮丽画卷——庆祝中华人民共和国成立70周年美术作品展”外交专场招待会在国家美术馆举行。来自阿尔及利亚、阿根廷、哥伦比亚、约旦、叙利亚、阿联酋、摩洛哥、格鲁吉亚、澳大利亚、巴基斯坦、塞内加尔等国的驻华外交官,在这里共同度过了美妙的“中国美术馆之夜”。

“美术馆是文化的餐厅,是中国用文化大餐招待世界友人的地方。今天,我们奉上的大餐是70年以来中国杰出艺术家们所创作的代表性作品,这些作品有480多件,是从全国20多个美术馆的藏品中精选出来的。其中的许多作品进入了中小学、大学的课本,在世界范围内也有一定影响。”中国美术馆馆长吴为山在致辞中说。

“伟大历程 壮丽画卷——庆祝中华人民共和国成立70周年美术作品展”由文化和旅游部主办,展览将持续至11月2日。

楼柏芊:把话说到心坎上

本报记者 程佳

“热爱是最好的老师,能一直从事自己喜爱的我感到很幸福,我个人的成长和中外文化交流中心,以及国际文化交流事业发展同步的。”作为在中外文化交流战线上工作整整20年的老兵,中外文化交流中心交流与合作处处长楼柏芊,多年从事对外文化交流工作,不断总结、探索创新国际文化交流工作经验,为促进中外文化交流贡献自己的光和热。“展形象,担使命,树立文化自信就是我们的工作。就我而言,讲好中国故事,首先要把话说到人的心坎上。”楼柏芊说。

1999年,刚进入中外文化交流中心工作的楼柏芊,就参加了在云南昆明举办世界园艺博览会的涉外活动,主办方组织外国知名摄影家来华拍摄,希望通过他们的镜头向世界展示中国最好的一面。“当时挪威的一位摄影家由于不了解中国的国情,不愿

意继续拍摄,这让我认识到文化交流工作的重要性,用合适的方式让中国文化真正走入世界人民的内心,而不是简单地强加工作任务。”楼柏芊耐心地讲解,让这位摄影家发现中国的美,最终完成拍摄。如今的两个人已经成为多年的挚友。

2015年,楼柏芊负责筹备赫尔辛基艺术节中国主宾国活动,这是赫尔辛基艺术节首次邀请其他国家作为主宾国,也是中芬两国建交以来,中国在芬兰举办的规模最大、水准最高的大型文化专题活动。为了办好这个活动,楼柏芊和她的团队足足筹备了近两年时间。

“我们常说,文化交流要打开内心,要像谈恋爱一样让对方发现你的好,继而爱上你。”楼柏芊回忆说,“当时质疑声很多,中国文化艺术真的有这么好吗?为了让他们真正了解中国,我们邀请赫尔辛基艺术节艺术总监亲自来自中国观看、挑选节目,带他们去北京地坛公园体验中国太极、地书,让他们亲身感受中国人的日常生活。让外国人从了解中国到热爱中

国,文化是很好的桥梁。”

2015年12月,《与民乐经典近距离·圣风/阮族室内乐团音乐会》在曼谷中国文化中心举办;2016年10月,《游园·寻梦—与民乐经典近距离音乐会》在莫斯科中国文化中心上演;2017年6月,《与民乐经典近距离—紫禁城室内音乐会》在首尔中国文化中心举办……这些都是中外文化交流中心重点打造的精品——“与民乐经典近距离”系列品牌项目活动。

“我们已经与中央音乐学院合作3次,出访3个国家,与中国音乐学院合作2次,出访3个国家。我们希望让民乐焕发新的光彩,正在努力尝试让所有项目系列化、品牌化,更加深入人心。”楼柏芊介绍说,“今年10月底,我们准备在曼谷中国文化中心做中国戏曲推介,宣传戏曲文化不是简单的表演,而是通过传统戏曲的现代传承,全方位、立体化展现中国戏曲之美,激发外国人了解中国的欲望,继而让他们爱上中国。”

楼柏芊多次参与重点国际文化交流活动,包括参与组织协调中法文

交流人物