

文化外交的蕴意与实现路径

陆建非

迪士尼、机器猫与歌德学院——外交中的文化软实力不容小觑

作为新一轮文化软实力竞争的积极推动者,美国、英国、法国、意大利、日本等发达国家和韩国、印度等新兴国家中的文化大国都在调整对外文化方针政策,一方面制订国家文化发展战略,加强文化建设,一方面加大资金和人力投入,大力开展人文交流和文化外交,以期不断增强文化软实力。如今,美国的迪士尼、英国的莎士比亚、日本的机器猫、德国的歌德学院、俄罗斯的普希金学院、英国的 British Council、法国香榭丽舍大街的时尚等,或家喻户晓,为普罗大众所喜爱,或享誉全球,被各国精英热捧。它们不仅成为传播本国文化的符号和载体,在推动本国与世界各国的经济合作、文化互动和人文交往方面,也发挥了巨大的作用。当然,文化交流是双向的,除了输出之外,吸收与运用也极为重要,西方一些发达国家将非洲不少部落文化的符号比如图腾,融入到自己的文化比如流行服饰当中,又如对非洲原生态音乐的借鉴与发展等等,也为其文化外交助力良多。

作为长期从事教育和外事工作的人,我虽然也关注一些发达国家的文化外交战略和政策,但更为关注它们文化外交中的语言推广和形象代言。因为,语言除了是思维的模式、交流的工具,更重要的是文化的载体。而形象则是文化的高度具象或抽象的结果,成功塑造的形象具有过目不忘、易于传播的效能。

从语言推广来说,法国非常注重法语在国际社会的传播。1883年,法国建立了法语联盟,以促进法国殖民地及世界其他地区的法语教学活动。经过一百多年的发展,法语联盟已经形成一个遍及全球的教学网络,在全世界 136 个国家和地区建立了 1040

个法语联盟,接收了近 4 万名学员。所有的法语联盟都坚持采用不同的形式介绍法国文化,并致力于同所在国开展文化交流。法语联盟的设立和运行主要接受法语联盟基金会的监督,其办学章程中规定的,诸如理事会的工作不取报酬,不介入当地的政治、宗教和种族争议,与一所在地大学结为合作伙伴等条款,确保了其各级法语课程的高质量,它颁发的学习证书得到了法国国民教育部的承认,也获得了一些欧洲组织,如 ALTE(欧洲语言测试协会)的认可。这为法语联盟推广法语地区文化和“文化交流计划”提供了可能和基础。

从文化外交的形象代言来说,与中国的大熊猫相比,日本的机器猫则更具时代性和文化性,运作也非常成功。1979 年,《哆啦 A 梦》在日本首播,播出后随即掀起热潮。时至今日,“蓝胖子”在全球 35 个国家播出过,包括美国。2002 年,“蓝胖子”被美国《时代》周刊评选为十大“亚洲英雄”之一,是唯一一个入选《时代》排行榜的日本虚拟角色。为此,日本发动并开展了所谓的漫画外交,试图运用动画片和漫画书向世界推广日本文化。2008 年日本外务省任命哆啦 A 梦为日本史上首位“动漫文化大使”,2013 年哆啦 A 梦又成为日本申办 2020 年夏季奥运会会的“特殊大使”。时至今日,从凯蒂猫到“蓝胖子”,从《铁臂阿童木》到《千与千寻》,这些动漫在征服各国观众的同时,也为日本的国家形象塑造,以及旅游和外交事业发展立下了显赫战功。

从上述案例可以看出,文化外交是当今国家外交的重要组成部分,在一个国家的外交战略中,占据着不可或缺的地位,发挥着不容小觑的作用。



iPanda 熊猫频道通过熊猫向世界传播和平、友爱理念,提升国家形象。

“和平性”、“柔软性”是文化外交最为显著的特点

“文化外交”一词最早见诸 1934 年的《牛津英语大词典》,即“英国议会创造了一种新的文化外交手段,就是致力于海外英语教学”。这个概念具有明显的时代局限性,后来美国外交史学家拉尔·夫·特纳 (Larf Turner) 在 20 世纪 40 年代对这一概念加以丰富,从文化服务于政治的目的这一角度来解读,并由美国外交史学家弗兰克·宁科维奇 (Frank Ninkovich) 系统地阐述和发展,这标志着文化行为已经正式纳入美国整体外交活动中。文化外交普遍作为国家外交工作的有机组成部分,得益于 1961 年《维也纳关系公约》的规定:各国使领馆的职责之一就是“促进派遣国与接受国间之友好关系,及发展两国间之经济、文化与科技关系”,由此,文化外交得到了国际法的确认。

但是,文化外交的内涵并不仅限于《维也纳关系公约》履约的使领馆职责,而是被越来越多地引入国家的外交政策中,与传统的政治外交、经济外

交相辅相成,在国家整体外交实践中共同担负起实现国家利益的重任,成为外交事务及活动的一个重要领域和分支。许多欧洲国家习惯把文化外交称为“第三外交”,把对外文化关系作为国家对外政策的“第三根支柱”(在政治、经济之后)。美国官方和学界则将文化事务(继政治、经济、军事之后)当作“第四外交”。也就是说,文化外交逐步获得了独有的内涵、外延及特征,它的蕴意超出我们原先的想象。

曾任中国文化部副部长的孟晓刚将文化外交定义为围绕国家对外关系的工作格局和部署,以文化表现形式为载体或手段,在特定时期,针对特定对象开展的国家或国际间公关活动。从这一定义可以看出,文化外交必须具备以下几个基本特性:一是以维护国家利益、实现国家对外战略目标为根本出发点的外交行为,二是以政府为主导、面向对象国政府和民众的官方行为,其行动主体是一国政府,政府是文化外交活动背后的主推手;三是以文化为表现形式,通过和平的、非武力手段加以实现

的公关活动。

毋庸赘言,作为外交的一种活动形式、手段和策略,文化外交服从和服务于以维护和发展国家安全利益为核心的整体外交战略。然而,与传统的政治、经济和军事外交相比,文化外交最大的特征就是它代表了一个国家的文化软实力,具有“和平性”、“柔软性”的重要特征。在国际关系领域,学者一般把文化概括为“软实力”,以区别传统意义上的政治、军事等“硬权力”。在世界多极化和全球化的格局下,软实力在国际竞争中的作用愈来愈突出。正如有的学者所说:“文化成为了一个舞台,各种政治的、意识形态的力量都在这个舞台上较量。文化不但不是一个文雅平静的领地,它甚至可以成为一个战场,各种力量在上面亮相,互相角逐。”但是,这种角逐或战争是不见硝烟的。一方面因为其终极战略目标遥远而显得非功利性,另一方面,其手段的选择因文明而显得和平,可以说,“和平性”或者说“柔软性”是文化外交最为显著的特点。

发展我国文化外交要处理好三对关系

一是“走出去”与“请进来”的关系。在跨国际的文化交流过程中,必须要有文化自信,要“走出去”,让世界了解和喜爱中国的文化传统特质,这也是当前我国文化外交的重点,唯有如此,才能让中国文化在未来全球文化版图上占据一个有影响力的地位,否则,将难以达到文化外交的目的,甚至有可能失去民族文化的特性和国家的文化身份认同。但是一味强调“走出去”也有弊端,似乎有着过于明显的“扩张意图”,这一点常为国际社会所曲解和诟病。因此,我们也要加大学习力度,把国外的优秀文化“请进来”,以开放包容的心态大胆吸收其他国家和民族的优秀文明成果,以之作为重构中国社会核心价值观的新鲜要素,使我们的文化更具有国际性和现代化色彩,从而更好地获得世界认同,转化为软实力。比如,孔子学院除了推广汉语、传播中国文化之外,也要有“学习意识”,况且,孔子也说过“教学相

长”。以孔子学院为载体,适当引进外国文化,互相学习与欣赏,何乐而不为。这点歌德学院做得很不错,他们很注意请中国的诗人、作家群体去德国交流,加强中德双方的互动,让双方的利益相关群体都有意愿参与到交流过程中去。二是传统文化和当代文化的关系。谈到中国文化,很多人都会强调“5000 年悠久的历史文明”,诚然,我们有非常伟大的古代文明,但我们不能总活在古代。现当代的中国文化成果在哪里?我们今天的发展在哪里?实际上,很多当代的中国学者、文学家、艺术家同样出类拔萃,但他们缺少展示的平台。比如,莫言的文学作品,一开始并不为国内所重视,经由意大利、西班牙语等小语种的翻译、推广,赢得了国外学者的认可,获得了诺贝尔文学奖。据不完全统计,他的作品现在已被译成 40 多种外国语。所以,我们不能言必称孔子或者老子,总是谈论中国 5000 年以前怎样,

2000 年以前如何,要对中国今天的文化发展给予更多的关注。三是政府主导与民间交往的关系。对比中欧间的文化交流,欧洲更倾向于民间交往,重视人与人的沟通,这是保持文化多元性的重要方式。中国当前开展较多的是官方主导下的文化交流项目,这样容易带来一定的生硬感和疏离感,有时候会形成场面上很热闹,微观上不走心的尴尬局面。我们常常讲的美国的“三片”:薯片、大片、芯片,就是从个体上抓住人心、功能上输出文化的成功样板。因此,应积极创造条件,鼓励更多、更广泛的民间交流,通过政策法规杠杆等,鼓励文化企业通过符合国际惯例的市场运作走向世界,通过“长流水、不断线”的文化外交,和风细雨,润物无声,增强与周边国家之间的互相信任,扩大与西方发达国家之间的互相了解,巩固与发展中国家之间的传统友谊。

争取更大国际话语权阐释中国文化的世意义

近代以来西方优先发展及其扩张的历史,也建构了西方价值观的世界性强势地位,使其他文化的价值观处于结构性弱势之中。在这样的现实背景下,我国的文化外交能否将文化转化为软实力,关键在于文化价值观能否被认同。我们可以做的,就是通过争取更大的国际话语权来阐释中国文化价值观的世界性意义。那么,如何争取更大的话语权呢?撇除国家实力这一基础不谈,我个人更看重学术上的理论研究、语言上的教育推广,以及传播上的媒介创新。

一是要加强理念层面的理论阐发和研究。文化外交不仅是一种外交类型,更应是一种外交理念。直到目前,我们谈论的“文化外交”基本仍停留在所谓的政治(军事)、经济(金融)、文化(教育)等三分层面。文化固然有其作为等分领域的概念属性,更有其涵盖人类文明各领域的大属性。尤其是在政治、经济、社会各领域的发展中,真正运用“文化”思维和眼光去看问题,实现从依靠文化到了文化的转变,才能更好地发挥文化的柔性强势。中国本就有“怀柔远人”、“仁义之道”的传统,如何以传统文化

为理论资源,推动文化外交理念创新发展,给世界带去一种新的声音,不仅有助于消除所谓的“中国威胁论”,更将有力地推动中国在世界思想领域的实质占位。就现状而言,目前中国文化的多元理论研究与蓬勃发展的实践相比,仍显单薄和滞后。无论是文化外交概念本身,抑或是软实力、文明冲突论等理论,都是舶来品,我们国家率先提出的和谐世界、人类命运共同体等概念,亟需学理层面的进一步阐发和研究。需要引入社会学和学术界的力量,加强对于文化外交工作内涵和外延的深入研究,逐步形成实践丰富理论,理论指导实践的良性互动。

二是加强基础层面的汉语教育和文化交流。语言作为文化的传播工具,在国际文化交流中发挥着不可替代的作用。借鉴西方发达国家的经验,在我看来,可以借助民间资本和力量,派遣更多优秀的师资,创办更多的孔子学院、孔子课堂和其他汉语教学组织,强化民间各种基金会、研究会等社会组织的作用,只要做好办学章程的审定和办学过程的监督,既可以扩大力量,又可以淡化官方特色,凸显文化润物细无声的功能。甚至可以

在适当时候考虑筹建老子学院、达摩学院等,使得文化外交执行机构多元化,不仅能与西方哲学进行学术对话,也能与佛教界开展宗教文化交流,展现中国文化的多元气象,有西方人所谓“孔子学院”是中国人来传教的说法。

三是加强操作层面的形象和媒介创新。文化交流与文化外交,本质上都是人际、族际、域际等的文化互动,它是有情感和温度的,它需要有趣的形象和美丽的载体,而不是冷冰冰的说教,也排斥乏味的方式。在这方面,中国做得还不够。从宏观上来说,中国提出了很多的外交理念和主张,但是对国家形象,还缺乏一个非常具体、明晰的概括,一些不了解中国的其他国家对我们的宣言和主张并不完全认同。从微观上看,我们走到国外,常常很难用一个词来指称中国的特点并与对方进行深入的交流,用“熊猫”,我们没话说,用“京剧”,对方不了解。因此,对于中国的一些适合对外交流的非物质文化遗产,我们的推广力度还有待进一步加强,传播手段还有待进一步创新。

(作者为上海师范大学教授)

【背景新闻】
中共中央政治局 1 月 22 日召开会议,决定设立中央军民融合发展委员会,由习近平任主任。中央军民融合发展委员会是中央层面军民融合发展重大问题的决策和议事协调机构,统一领导军民融合深度发展,向中央政治局、中央政治局常务委员会负责。

1949 年 5 月的一天清晨,经历了枪弹声的上海市民,被一阵场景深深震撼,这场景就是解放上海的人民子弟兵为了不扰民而合衣露宿街头:1963 年 8 月,毛泽东因为感动于南京路上“霓虹灯下的哨兵”,挥笔写下“八连颂”!这两个已经深深镌刻在上海历史中的经典图景,其揭示的本质在于:国防军队建设永远是经济社会发展与人民幸福安宁的坚强保证!再请看:这几年,举国上下为一个又一个航天成就欢呼,为饺子般下水的高新舰船惊叹……而在这些成就的背后,矗起的是上海企业、上海科技、上海力量为国防与军队建设贡献的丰碑!上述事例毫无疑问地表明:军民融合发展是大势所趋,也是上海之路;既是富国之举,更是强军之策。

军民融合发展,就是经济建设和国防建设统筹协调发展,核心是军民科技、产业实现互转、互通、互融,民为军用、军为民用、军民两用。放眼世界,军民融合发展是大势所趋,已经成为一种发展“秘诀”;美国军民科技、产业的高度融合,让人们对诸如波音、通用等知名大企业,已经分不出究竟是民企还是军企;以色列通过“以军带民”模式,令其军事和经济傲视中东乃至世界;至于日本“藏军于民”的体制机制,早已引起世人对其国家实力与战争潜力的高度警觉。这几年,上海市委市政府对军民融合发展高度重视,采取了不少实际举措,其成效与影响都有目共睹。但毋庸讳言,在战略谋划、顶层规划方面,在建立体制、完善机制方面,在法规配套、政策健全方面,在塑造文化、营造环境方面,尚需加大力度,面临着深度发展、加速发展的现实必要性与时紧迫性。

当前,经济新常态呼唤新思路,军队大改革呼唤大视野。我认为,这两个呼唤的交响,就是军民融合发展。正是适应新常态新形势的要求,去年 7 月,党中央、国务院、中央军委专门出台了关于军民融合发展的意见,而习近平总书记更是在 2015 年就鲜明提出“把军民融合发展上升为国家战略”!

上海有着独特的经济优势、技术优势、产业优势、人才优势以及传统优势,在军民融合发展上没有理由不走在前列,而要实现国际经济、金融、贸易、航运“四个中心”的目标,更必须在军民融合发展上大做文章,真正当好排头兵、先行者。军民融合发展应当也必将成为上海实现“四个中心”目标的增压机与倍增器!为此,我建议:

第一,上海,应当在军民融合发展中打造适应时代要求的新方位。上海,不只是上海人的上海;上海,也不只是上海驻军的上海。在国防军队建设上,上海应该面向全国、上海可以服务全军!上海,不仅要当好“经济中心”、“金融中心”,上海也理当努力成为全国乃至全球的军工重地、国防重地!

第二,上海,应当在军民融合发展中打造“科创中心”建设新高地。建设具有全球影响力的科创中心,核心是科技、关键在人才,而科技与人才正是国防与军队建设的两大支柱,显然,军民融合发展可以成为也应当成为“科创中心”建设的天然引擎与制胜高地。

第三,上海,应当在军民融合发展中打造应急管理 with 公共安全建设新品牌。从上海近年来的经验教训看,把应急管理 with 公共安全建设作为军民融合发展的突破口 with 示范点,既十分可行也十分必要。应将应急系统与国防动员系统的力量、资源、机制融合起来,可以有效打造现代化、国际性大都市安全管理新品牌。

第四,上海,应当在军民融合发展中打造上海文化、上海精神新名片。军民融合发展,不仅要融科技、融人才、融资源,也要甚至更要融思想、融文化、融精神。当前,天下并不太平,世界很不安宁。我们要通过创新拓展双拥共建活动特别是国防教育的内涵、方式,让全市上下牢固树立“富国必欲强军”、“国防建设人人有责”的意识,让上海文化、上海精神注入拥军报国、强军富国的时代基因。

(作者为驻沪空军某部政治委员)



诺丁汉大学孔子学院参加诺丁汉大学校园开放日活动。

从“乒乓外交”到孔子学院——中国文化外交的发展与特色

谈到中国文化外交的典型案列,很多人首先想到的是:中国于 1971 年 4 月通过邀请美国乒乓球队访华,对改善中美关系进行试探性接触,即所谓“乒乓外交”。结果“小球震动了大球”,两个月后基辛格秘密访华,为尼克松总统访华和两国关系的正常化铺平了道路。可以说,文化外交结束了新中国成立以后中美之间 20 多年的持续对立,为双方的国际战略调整作出了贡献。实际上,早在新中国成立之初,周恩来总理就运用“烤鸭外交”,签订了《中缅边界条约》,使中缅边界问题得到合理解决,成为运用和平谈判方式解决此类问题的第一个成功范例,也是流传于外交界的一段佳话。

当然,文化外交不是一段段佳话的汇编,而是有思想指导和完整框架的政策实践。进入新世纪以来,中国政府在国内积极推动文化的保护、复兴与发展,并以此为基础在国际上积极开展对外文化交流,例如,至 2007 年为止,中国与 123 个国家签定了有效期 5 年的文化合作协定,签署了 430 个年度文化交流执行计划,与 160 多个国家和地区有不同形式的文化交往,与世界数千个文化组织保持着各种联系,涉及文学、艺术、文物、图书、博物馆、广播、卫生、教育、工、青、妇等诸多方面。每年经文化部批准的文化交流项目有 1200 多起,22000 多人次。通过与不同的国家协议举办互惠的“文化节”、“文化周”、“文化季”、“文化年”等活动,展现了中国文化的丰富内涵和魅力,增加了中国人民和其他国家人民对彼此文化的了解,成为巩固中国与相关国家友谊的重要途径。

除了奥运会、世博会这两个重大的文化交流与合作平台之外,汉语言的推广和孔子学院的创办更具有基础性 and 长远意义,已经成为提升中国

软实力的有效途径。截至 2015 年 12 月 1 日,国家汉办在 134 个国家(地区)建立了 500 所孔子学院和 1000 个孔子课堂。孔子学院设在 125 国(地区)共 500 所,其中,亚洲 32 国(地区)110 所,非洲 32 国 46 所,欧洲 40 国 169 所,美洲 18 国 157 所,大洋洲 3 国 18 所。孔子课堂设在 72 国共 1000 个,其中,亚洲 18 国 90 个,非洲 14 国 23 个,欧洲 28 国 257 个,美洲 8 国 544 个,大洋洲 4 国 86 个,极大增进了汉语国际推广工作的广度和深度。此外,国务院侨办、文化部等部门也积极筹划各自职能范围内的汉语国际推广工作,汉语国际推广工作的发展可谓日新月异。目前国外学习汉语的人数已经超过 3000 万人,大约 100 个国家的各级各类教学机构都教授中文课程,其中大学 2300 余所,中小学增设汉语课也成了新的趋势。中国开展对外汉语教学的高等院校目前已达到 330 多所。作为国家级汉语水平认证的中国汉语水平考试(HSK)至 2004 年已在 35 个国家和地区的 87 个城市设立了考点,在国内 30 个城市设立了 52 个考点,参加考试的人数累计 37 万人次。

通过上述数据可以看出,新时期我国文化外交的规模持续扩大,内容不断丰富,对外文化关系进一步加强;在 98 个驻外使领馆设立了文化处和海外中国文化中心,海外中国文化建设和阵地建设不断加强,为文化外交工作向纵深化发展奠定了坚实基础;文化外交工作越来越着力于宣传我国文化价值理念,提升我国在国际文化事务中的话语权;尤其令人欣慰的是,文化外交越来越得到重视,手段日益娴熟,方式日趋活跃,中华文段品牌效应显著增强。可以期待,我国的文化外交必将在总体外交格局中发挥更大的作用,赋予中国外交更多的中国特色。