

改革开放后的中国文化外交浅析

张殿军^{1 2}

(1. 中共天津市委党校 国际政治研究所 天津 300191; 2. 南开大学 马克思主义教育学院 天津 300071)

摘要: 文化外交是提升国家“软实力”的重要手段。改革开放以来,中国围绕建设“文化大国”、“文化强国”这一新世纪战略使命,在对文化外交的战略意义保持高度理论自觉的同时,以理性、务实和自觉的态度,大力开展文化外交实践活动。虽然中国的文化外交取得了令世界瞩目的成就,但是其中也存在着诸多亟待解决的问题。在新的历史时期,中国只有采取积极、主动的措施,大力推进文化外交,才能彰显中华文化的博大精深,在社会主义文化大繁荣大发展的进程中推动中华文明的复兴。

关键词: 中国; 改革开放; 文化软实力; 文化外交; 文化传播

中图分类号: G125 **文献标志码:** A **文章编号:** 1007-4937(2012)01-0035-04

针对文化软实力越来越成为综合国力竞争的重要因素的现实,党的十七大报告明确提出了“提高国家文化软实力”的战略要求。文化外交是提升国家文化软实力的重要手段。改革开放以来,中国政府立足中国国内文化发展与走向世界的辩证统一,在对文化外交的战略意义保持高度理论自觉的同时,紧紧围绕建设“文化大国”、“文化强国”这一新世纪战略使命,把积极开展文化外交纳入国家发展战略的重要轨道,以理性、务实和自觉的态度,大力开展文化外交实践活动,推动中华文化走向世界,最大限度地国际文化竞争中维护了中国的国家文化权益和国家形象。

一、中国文化外交取得的成就

文化外交是提升国家文化软实力的重要途径,也是塑造一个国家良好形象的积极手段。面对文化的全球化以及世界各国的文化交流、合作的日益频繁,改革开放后,中国政府视文化为推行国家战略的一个重要渠道和特殊领域,十分重视国家的文化外交问题,不断积极主动地寻求与他国的文化往来与合作,拓展文化交流渠道,以便更好地让世界认识、了解中国。在中国政府的高度

重视和积极努力下,中国的文化外交取得了前所未有的巨大成就。

第一,文化外交走上了机制化、规范化和制度化发展轨道。这主要表现在:一是建立了文化外交机构。新中国成立后,党和政府虽然大力开展文化外交活动,但并没有严格意义上的专门机构来统领对外的文化交流工作,而是由国家相关部门根据国家对外交往的需要分头实施,这在一定程度上制约了中国文化外交的整体效果。改革开放后,中国政府开始加强文化外交机构的建设工作,进一步加强了对外领导机构的整合力度。先是在1991年设立了国务院新闻办公室,担负起向外国介绍和说明中国的职能。后于2004年在外交部成立了专门负责对外文化交流工作的公众外交处。中国文化外交领导机构的建立,能够确保中国文化有组织、有系统地“走出去”,从而为中国文化外交的健康发展提供了有力的制度保障。二是文化外交走上了制度化的轨道,文化外交的透明度不断提高。为妥善回应世界对中国某些重大问题的关注,增加政府工作的公开性和透明度,中国政府采取了多种措施,如设立新闻发言人制度、建立了国家信息文化交流平台。

第二,文化外交的内涵不断充实和丰富。改革开放前,中国的文化外交多以对外宣传为主,不仅意识形态色彩浓厚,而且内容单调、呆板。20世纪90年代以后,中国政府在继承了传统文化外

收稿日期:2011-10-12

作者简介:张殿军(1968-),男,山东莱州人,副教授,博士研究生,从事中国外交和国际政治研究。

交手段的同时,不断创新对外文化交流的形式,丰富文化外交内涵,积极向世界推广中国。如大力开展对外汉语教学。截至目前,中国已经在全球建立了322所孔子学院和369个孔子课堂,分布在近100个国家和地区,成为推广汉语教学、传播中国文化和国学的全球文化品牌;建立海外中国文化基地。作为中国政府推广中国文化的基地,“中国文化中心”承担着在驻在国“举办文化活动、提供信息服务、开展教学培训”的三大功能;进一步举办形式多样、题材丰富的文化周、文化年活动。自1999年中国首次在法国巴黎举办了“感知中国——迈向21世纪的中国”文化周活动之后,中国政府先后举办了英国“中国文化年”、俄国“中国文化节”、爱尔兰“中国文化节”、荷兰阿姆斯特丹“中国艺术节”、美国“中国文化节”活动。2004年又推出了“中华文化非洲行”活动。此外,从2006年开始,中国—俄罗斯“国家年”、“中印文化年”、西班牙“中国文化节”、意大利罗马“中国文化节”等双边文化活动也陆续开始。

第三,文化外交的方式灵活多样。灵活多样的文化外交方式是激发文化受众文化想象力和增强文化感染力的重要保证。20世纪80年代以后,中国政府借助多种文化传播舞台和媒介,采用多种手段,灵活运用各种形式,全方位、多渠道地宣传、推介中国。一方面,中国政府积极参与联合国发起的多边文化合作活动。自1985年中国加入《世界遗产公约》以来,中国积极参加世界文化遗产的保护工作。截至2009年,中国已经成功申报了世界遗产38项,其中,世界文化遗产27项,人类口头与非物质文化遗产4项,极大地促进了国内文化遗产的保护工作。另一方面,利用国际舞台宣传中国。近些年来,中国成功地举办了上海合作组织文化部长级会议、欧亚文化与文明会议、第六届亚洲艺术节、国际文化政策论坛第七届部长级年会、2007年联合国中国非物质文化遗产节、2008年北京第29届奥林匹克运动会、2010年上海世博会等。所有这些文化交流活动的成功举办,在不断深化中外友好关系的同时,也充分彰显了中华文化的独特魅力,塑造了良好、积极的国际形象。同时通过传统媒体与现代传媒联手,合力推介中国。中国政府不仅积极利用传统媒介宣传自己国内外的方针、政策,而且还积极构建现代传播体系,利用互联网等高新技术,通过建立网站、开辟宣传网页,开展媒体外交等方式宣传中国。

第四,文化“走出去”战略成效显著。为展现“文化中国”的崭新面貌,中国本着“品牌制胜,文化致远”的理念,不断加快文化“走出去”的发展步伐。在中国政府的扶持下,一批有自主创新能力和自主知识产权的文化企业开始拓展国际市场。如2007年,中国青年出版总社在英国投资的中国青年出版社伦敦分社正式成立。中国通过积极实施中华文化“走出去”等重大项目,向海外推介了大量中国的优秀文化创意产品,扩大了中华文化产品的知名度,为开辟海外市场奠定了良好基础。

第五,文化外交的规模、领域不断扩大。与中国全方位对外开放的格局相对应,中国基本建立了全方位、多渠道的对外文化交流格局。一是文化交往的对象、范围广,不仅面向发达国家,而且还涵盖发展中国家;不仅积极拓展双边文化交流,还踊跃参与国际多边文化往来。截至2005年,中国已经与145个国家签订了文化合作协定,签署了752个文化交流执行计划,与近千个国际文化组织和机构有着不同形式的文化往来,在法国、韩国、埃及等多个国家建设有中国文化中心。二是规模和领域不断扩大。到目前为止,中国已经与160多个国家和地区开展有不同形式的文化交往。文化交流数量达1360多项,与10年前相比增长了5倍,涉及文学、艺术、文物、图书、广播、科学、技术、教育、卫生、体育、博物馆和文化保护等多个方面。

二、中国文化外交存在的问题

新中国成立后,特别是改革开放以来,中国的文化外交在宣传和平发展理念、树立良好国家形象、提升文化软实力等方面发挥了重要作用。但是,我们也应该看到,新中国的文化外交经验与发达国家成熟的文化外交经验相比,仍处在起步和发展阶段,面临着许多的挑战和考验。

第一,浓厚的官方色彩有待淡化。成熟的国家形象战略是多元文化主体共同支撑的话语体系,因此,世界发达国家文化外交的参与主体是多元化的,在发挥政府主导作用的同时,也把国家形象的塑造权力交由跨国公司、个人以及非政府组织来开展实施。中国的文化外交长期以来由政府包办,如近年来,海外“孔子学院”、“中国文化周”、“文化节活动”、“艺术展览”、“电影周”等活动都带有浓厚的官方背景。虽然政府或者国家在

对外文化交流活动中,可以并且应该充分发挥其政治优势,高效、快捷地调动文化外交所需的一切资源和力量,但是如果文化外交活动的“官方”色彩过于浓厚,难免会因其牵涉政治性而降低可信性和客观性。

第二,需建立集中、统一的文化外交机构。文化外交要有效开展,必须具备的一个前提条件是有一个独立的文化外交领导机构。在发达国家,文化外交的开展都有一个统一的文化机构来统领。相比之下,中国尽管从事文化交流的机构众多,但是文化力量分散,条块分割,部门分工模糊,各自为政。为了进一步推进中国文化外交的发展,中国成立了专门负责文化外交事务的机构——公共外交处,但事实上,公共外交处仅是隶属于外交部的一个部门,行政级别低,权威性不强,难以对国家其他部门的文化交流工作起统筹协调领导作用。有鉴于此,建立一个强有力的文化外交权威机构,是中国持续推进文化外交发展的当务之急。

第三,文化外交内容输出不均衡的状况需进一步改善。中国文化外交输出内容不均衡状况主要表现在两个方面:一是传统文化与现代文化输出不均衡。中华文化主要由两部分内容构成:以儒家文化为主要内容的中华传统文化资源和马克思主义的政治文化。新中国成立以后,中国共产党在继承中华民族优秀传统文化的同时,还确立了马克思主义的政治文化在中国社会主义政治生活中的指导地位。纵观新中国成立以来的文化发展历程,以儒家文化为代表的中国传统文化与以马克思主义为核心的主流意识形态之间缺乏有效整合。“而中国目前可以向世界传播和推广的是以儒家文化为代表的传统文化,而不是以马克思主义为核心的政治意识形态。”^[1]这在一定程度上削弱了中国文化的世界影响力和感召力。二是对外文化输出的硬软件不平衡。作为文化输出的重要载体,文化产业是一个以精神文化产品的生产、交换和消费为主要内容和特征的产业系统。中国在信息化硬件建设上,如文化用品、设备及相关文化用品生产和销售的文化产业相关层占绝对优势地位,但在代表传统文化产业以及新兴文化产业发展的核心层和外围层的文化内容产品和文化服务业的国际市场上却处于从属地位。出口的文化商品50%以上是游戏、文教娱乐和体育设备及器材,被世界公认是文化硬件出口大国、文化软

件出口小国。

第四,文化外交的形式需进一步拓展。文化交流和传播的形式是多样化的,既可以通过国家双边或者多边文化交流的形式,也可以通过组织如文学、展览、宗教、教育活动形式进行,还可以通过对外文化援助、设立文化交流基金等方式开展。多样化的文化交流形式,对全面认识、树立一个国家的国家形象具有重要的意义。改革开放以来,中国采取了多种对外文化交流形式,在推动中国文化“走出去”方面取得了一定的成绩。但是也存在着渠道相对集中、形式较为单一的问题。

多边主义文化外交需进一步拓展。所谓多边主义是指三个或者三个以上国家之间发生关系的制度安排。改革开放以来,中国在发展双边外交的同时,也积极发展多边主义外交。但中国参加的多边组织,多以经济贸易为主,抑或是开展安全对话与合作而进行的,鲜有文化方面的考虑和安排。在多边的基础上开展文化交流和对话,不仅可以减少双边机制可能产生的误解,强化双方相互信任的气氛,而且可以通过文化对话,进一步促成国家间在经济贸易领域以及非传统安全等问题上展开进一步合作。

三、推进中国文化外交的几点建议

在文化软实力竞争日趋激烈的今天,文化外交肩负着推动中国社会主义文化大发展大繁荣的光荣使命和复兴中华文明的艰巨任务。充分发挥文化外交塑造中国国家形象的积极作用,必须对中国文化外交存在的问题采取相应的措施加以改进,以更好地推动中国文化走向世界。

第一,构建文化外交的长效机制。通过文化外交树立良好的国家形象是一个长期的过程。因此,要保证中国文化外交的可持续发展,中国政府应多措并举,扎实、稳健地推进文化外交工作。一是针对中国文化外交机构力量分散,统合力度较差,难以对国家其他部门的文化交流工作起统筹协调领导作用的现状,结合具体国情,尽快整合对外文化资源,成立一个灵活高效的全国性对外文化交流领导机构,专门负责对外文化交流的管理与协调。二是加快文化外交立法工作。改革开放以来,中国的文化外交虽然取得了令人瞩目的成就,但也存在着文化策略缺位、对外文化战略缺乏系统性的不足,这极大地影响了中国文化的世界影

响力。以健全的制度为基础,加强文化外交立法,既可以使文化外交沿着正确的轨道前进并取得实效,也能避免用急躁冒进的方式来发展文化外交的做法。三是加大文化外交投入力度。文化外交的作用虽然显现得慢,而且需要连续不断地投入大量的资金和资源,但其产生的经济和政治效应却是无法估量的。

第二,积极开展同国际性组织和非政府组织的文化交流。在当今的国际关系结构中,存在着政府间国际组织和非政府组织共同发展的国际政治态势。因此,中国文化交流活动不要只局限于政府之间的交流,而要拓宽文化外交对象,把发展同国际性组织特别是非政府组织的文化交流纳入对外活动的范围。一是加强同世界非政府组织的文化交流。非政府组织是作为继主权国家、国际政府间组织之后的被称为全球治理的“第三部门”出现的。非政府组织用自己的文化价值理念影响国际舆论走向,解决全球公共性问题,尤其是非传统安全问题等方面发挥了其他国际组织难以替代的作用。中国要积极开展同非政府组织的文化交往,积极参加由其发起、倡议和组织的一系列国际公益性活动。这对进一步塑造中国具有合作精神和负责任的大国形象有着积极的意义。二是大力发展同非政府主体的文化往来。非政府主体是指“除统治集团中的执政集团外的一切力量,既包括广大人民群众,也包括统治集团、统治阶级中的非执政力量,是指一切不能代表国家,不能以国家和政府名义处理外交事务的政党、集团、组织、企业、学校、团体以及有影响的个人等”^[2]。在当代国际关系民主化蓬勃发展的大背景下,民众及其国内公众舆论对国家政府外交决策的影响越来越大。所以,新形势下,中国不仅要加强同政府主体的文化交往,还要大力发展同其他国家的非政府主体,如政党、议会之间的文化交流。通过与这些文化主体在科学、技术、文化、教育、体育等方面的交流与合作,为中国的和平发展创造良好的外部环境。

第三,继续推进民间文化交流活动的纵深发展。民间外交虽是非官方渠道,但它具有手段灵活、形式多样、范围广泛等特点。民间文化交流在新中国成立后至70年代初的二十多年里,对中国的外交发展曾发挥过重要的辅助作用。党的十七大报告提出,新时期要“继续广泛开展民间外交,扩大对外文化交流,增进人民之间的友谊,推动国

家关系的发展”。当前,中国要推动中华文化走出去,必须坚持“两条腿”走路,在发挥政府文化外交主渠道作用的同时,还要发挥民间组织、团体和公民个人,以及海外侨胞、华侨等群体的作用,借助他们的力量,传播中华文化,使中国的文化理念和价值诉求得到更广范围的理解和认同,为中国文化软实力的提升创造条件。

第四,加快建立以高新技术为载体的文化传播平台。党的十七大报告提出,要“运用高新技术创新文化生产方式,培育新的文化业态,加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系”。文化的传播离不开传播工具。现阶段,人类社会已经进入了信息技术时代,先进、高效的技术革新了传统的通讯工具和交流手段,使文化传播和文化交流发生了革命性的变革。它不仅改变了传统的文化理念、文化运行模式,为人们共享全球文化提供了一个全新的消费空间,而且还创造了新的文化生产方式、传播方式和消费方式,实现了文化信息传递的即时性和快捷性。现代高新技术是提升中国文化软实力的新引擎。中国除了要将传统文化的传播媒介和现代信息传播媒介有机结合起来,运用先进传播技术改造传统的文化传播模式,推进图书、报刊出版、广播影视制作技术升级,不断丰富中华文化的生产方式与表现形式,增强中华文化产品的表现力外,还要顺应世界信息技术化发展的趋势,瞄准当代世界最新的现代传播技术来扩大中华文明的影响力。要大力“推动民族文化的丰厚资源与现代数字、网络技术结合,在移动文化信息服务、数字远程教育和数字娱乐产品中融入优秀传统文化的内容,使高新技术成为传播中华文化的重要载体”^[3],多形式、立体式和多载体地传播中国文化,不断提高中国文化的软实力建设。

参考文献:

- [1] 潘忠岐,黄仁伟. 中国的地缘文化战略[J]. 现代国际关系, 2008(1).
- [2] 叶自成. 新中国外交思想: 从毛泽东到邓小平[M]. 北京: 北京大学出版社, 2001: 405-406.
- [3] 王建润. 建设中华民族共有精神家园——新形势下如何大力弘扬中华文化[M]. 北京: 人民出版社, 2008: 80.

(责任编辑: 王雅莉)