

文化外交：新时期增强我国 综合国力的重要途径

◎ 苏淑民

[摘要]文化外交是主权国家利用文化手段达到特定政治目的或对外战略意图的一种外交活动。文化外交具有间接性、渗透性、长期性、基础性的特性。改革开放以来，我国文化外交在配合我国整体外交，提升文化的国际影响力，宣传中国和平发展理念以及树立良好国家形象等方面发挥了重要作用。

[关键词]文化外交；内涵；综合国力；重要途径

文化如水，润物无声。文化的力量，深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中，成为综合国力的重要标志。与此同时，伴随着经济全球化和政治多极化的步伐，世界正朝着文化多元化的方向发展，国际文化交往达到了空前的规模和水平。尤其是随着现代大众传播媒介的发展和信息传播的日益便捷，国际文化交往趋于频繁密切，内容也日益丰富。在这些跨国界的文化交流中，除了以民间的形式展开外，很大部分是在国家政府指导下展开，从而逐渐成为当代国家总体外交的重要组成部分。可以说，当今世界，文化因素在国际关系中的地位日趋突出，文化外交成为继政治外交、经济外交等传统外交之后的重要外交形式。利用文化提高本国的国际地位和影响力，已成为世界大国的一项战略选择。

一、文化外交的涵义和特点

文化外交，即主权国家利用文化手段达到特定政治目的或对外战略意图的一种外交活动。

从国内外的文化外交的实践看，文化外交具有以下几个基本特征：

1. 行为主体是一国政府

文化外交同一般意义上的对外文化交流相比，无论是外延还是内涵，其范围都要小得多。文化交流的主体非常广泛，可以是官方政府，也可以是基金会，学术团体、宗教机构、商业机构等民间组织；而文化外交更加注重突出政府在对外关系中所起的作用。因而，有中国学者认为文化外交是“一国政府所从事的对外文化关系的总和，或者说，是以主权国家为主体、对外行使主权的官方文化关系。”

2. 行为对象是另一国的公众

文化外交的主要目的是充分利用文化资源，通过文化交流与沟通，促使各国人民彼此了解，培养共识和互信，从而促进国家间合作与和谐发展。

3. 行为目的是最终维护和实现本国的国家利益

所有外交活动的目的都是为了促进国家利益的实现，文化外交也不例外。文化外交与传统的政治外交、军事外交、经济外交相辅相成，并共同担负着实现国家利益的重任。只不过它是通过创造有利的国际环境进而促进国家利益实现的。

曾任我国文化部副部长的孟晓驷认为，文化外交可以定义为围绕国家对外关系的格局与部署，为达到特定目的，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。某项活动是否属于文化外交的范畴，可以用四条标准衡量：第一，是否有明确的外交目的；第二，实施主体是否是官方或受其支持与鼓励；第三，是否在特殊的时间针对特殊的对象；第四，是否通过文化表现形式开展公关活动。

文化外交具有间接性、渗透性、长期性、基础性的特性。文化之于人类社会，如同空气之于人。它可以自由地跨越国籍和边界，于不经意间传播思想、理念和价值。这一特殊的形态决定了文化在对外关系中犹如润物细无声的春雨，当军事斗争、意识形态对抗、经济竞争在人类社会之间制造仇恨、敌意、怀疑和猜忌时，文化悄无声息地带来信任、和解、好感和亲密，从感性上和心理上促进民间的了解与友谊，从而形成巩固双边长期关系的坚实基础。文化部前部长孙家正指出：文化外交的实质是与世界各国人民之间心灵的沟通和情感的交流，在沟通、理解的基础上达到理解与尊重。通过文化外

交的途径和方式，通过深入人心和争取人心，为维护世界和平与促进共同发展，发挥经济政治外交所难以替代的作用。

一般说来，当前各国政府推行文化外交的主要方式包括：一是签订国际文化交流官方协定，缔结文化条约，召集或参与国际或地区文化会议，组建或参加国际文化组织；二是推进文化代表团互访，举行对外文化演出与文物展览，提供文化咨询服务；三是教育交流活动，包括留学生培养、语言教学、专业艺术人才交流、学术交流等；四是信息交流活动，包括图书报刊、音像制品、电脑软件、广播电视、互联网等的文化信息交流活动。

二、中国文化外交的发展现状

中国文化历史悠久，且其发展脉络从未断裂。几千年来中国文化的独特魅力吸引着商人、使节、学者和传教士纷纷前来寻求财富、权力、真理和灵感。这种历史造就了一个文化大国，也使中国在对外文化交流方面具有深厚的传统。从张骞出使西域、玄奘求真经到鉴真东渡扶桑、郑和七下西洋，马可·波罗、利玛窦来华访学、传教，清政府派青少年赴美留学，中国历代对外文化交流几乎从未中断。

新中国成立以来，文化外交作为国家总体外交的一部分，为宣传中国革命成果，巩固和开创新中国外交局面，以及改革开放初期的经济建设和国家统一作出了重要贡献。但改革开放以前，中国对外文化交流的对象基本是社会主义国家和亚非拉民族独立国家，对外文化交流项目常常带有意识形态色彩，在内容上比较单调，形式上比较单一。

改革开放后，中国综合国力日益增强，特别是新世纪以来，中国政府提出科学发展观，提出推进经济、政治、文化协调发展，把文化发展战略看成是国家发展战略的重要组成部分，把文化外交提高到与政治、经济外交同样重要，不可替代的位置，中国文化外交工作进入了一个新的时期。

以胡锦涛为总书记的新一届中央领导集体高度重视文化外交在国家整体外交中的重要作用，提出“要加强经济外交和文化外交，推动实施‘引进来’和‘走出去’相结合的对外开放战略，深入开展对外宣传和对外文化交流。”随着中国改革开放深入发展，我国文化外交从积极服从、服务于中国总体外交全局出发，领域不断扩大，内容不断丰富。

加强汉语传播，建立海外文化基地，开展“文化年”等形式多样的文化活动，是本世纪以来中国大力开展文化外交的标志性活动，并取得了累累硕果。

“孔子学院”是在借鉴国外有关机构推广本民族语言经验的基础上，在海外设立以传授汉语和传播中国文化为宗旨的非盈利性机构。2004年11月21日，全球第一所“孔子学院”在韩国首都首尔成立。此后，中外合作创办的孔子学院在海外蓬勃发展。截止2009年10月份，我国已在全球87个国家和地区建立了280多所孔子学院和200多个孔子课堂，注册学生20余万人次，向109个国家派出了2500多名汉语教师。

孔子学院的目标非常明确，就是希望各国朋友通过学习中国语言和文化了解中国，使之成为展示中国悠久文化和当代发展成就的窗口，沟通中国与世界各国的文化桥梁。《华尔街日报》

发表《汉语推广热全球》一文评论：“中国政府的汉语推广战略的高明之处在于：推广教育和语言有助于加深外部世界对国家的了解，是扩大一国影响力的最有效途径。战舰能让别国人民暂时臣服，而让他们理解你的语言却能使大家成为朋友。”新加坡《联合早报》指出，“孔子学院的推广，有助于外界了解中国，消除外界对中国和平崛起的误解。”2006年1月，美国《纽约时报》发表了一篇题为《中国的又一热门出口产品：汉语》的评论，引用当地一所汉语研究机构负责人的话说：“中国正在用汉语文化来创建一个更加温暖和更加积极的中国社会形象。”国家汉办主任许琳说，孔子学院已成为体现中国“软实力”的最亮品牌，成为当代中国“走出去”的符号。

开展文化外交，必须弘扬具有民族特质的精神理念，而其物质载体就是海外文化基地的建立。目前中国已在海外建立了一批文化阵地。文化部部长蔡武在新闻发布会上透露，截止到2009年9月，我们已经在驻82个国家的96个使领馆中设立了文化处或者文化组，已经建成的中国海外文化中心7个，正在建设之中的还有9个。中国文化中心的作用是提供文化、教育、信息三大服务。具体来说，举办各种展览会、电影放映会、音乐会，提供关于中国文化的“发现中国”系列讲义，举办关于汉语、太极拳和中医等的讲座等。

在世界各地掀起一阵阵“中国潮”的“文化年”、“文化节”，已成为文化走出去的一张醒目名片。互办“国家年”，增强中外文化交流，是外国人深入了解中国文化的有效途径，为推动我国的文化输出提供了一个很好的平台。进入新世纪以来，中国以主宾国的身份组织并参加了一系列的“中国文化年”活动，例如，“中法文化年”、“中

俄国家年”、“中日文化体育交流年”等一系列大型文化外交活动，受到了中外政府与社会各界的高度重视与广泛参与，项目之多、规模之大、规格之高、影响之深远，前所未有，极大提升了中国文化的国际影响力。在中法文化年历时两年的举办过程中，胡锦涛总书记与法国总统希拉克分别出席了文化年的重要活动。国内17个部委和全国性人民团体以及中法47对友好省市和50多家中法两国一流企业不同程度地参与，项目达700多个，使中法十几个城市、上百万民众有机会近距离相互了解彼此文化。中俄在互办“国家年”期间举办了500多项活动，内容丰富，形式多样，两国民众广泛参与，促进了双方在政治、经济、科技、人文等各领域的务实合作，成为增进两国人民世代友好，全面提升中俄战略协作伙伴关系水平的重要举措。中法、中俄国家年活动不仅大大促进了双方的文化交流，还对欧洲其他国家产生了示范和连锁效应，带动了新一轮的文化交流热。2005年后，意大利、西班牙、德国、希腊、英国等纷纷与我国合作举办“文化年”或“文化节”，掀起了中国文化热。

三、文化外交是新时期增强我国综合国力的重要途径

1. 提升中国的软实力

“软实力”是当代国际关系理论领域中，对国家力量内涵的一种新探讨和发展。当今世界的竞争是综合国力的竞争，一个国家的发展强大，不仅体现在经济增长、科技进步、军事力量增强等硬实力方面，也必然体现在文化思想、精神追求、道德力量等软实力方面。近些年来，软实力在国际竞争中的作用越来越突出。加强软实力建

设，成为许多国家的战略选择。

“软实力”这个术语最早是由美国哈佛大学教授约瑟夫·奈提出来的。他认为，一个国家的软实力主要存在于三种资源中：第一，文化，即对其他国家和人民具有吸引力的文化；第二，政治价值观，特别是当这个国家在国内外努力实践这些价值观时；第三，外交政策，但这些外交政策需被认为合法且具有道德权威。其将文化放在头等位置，足以见得文化是软实力的核心，从而折射出文化外交的重要性。

扩大中华文化的国际影响力是提升中国软实力的重要内容和手段。文化外交面向外国公众，以文化传播为主要方式，通过文化教育交流如学术交流、考察访问、国际会展、文化艺术演出等活动来传播有关中国的信息，弘扬中华文化，从而有效地增强中国文化吸引力和政治影响力，改善国际舆论环境，维护国家的利益。

2. 重塑中国的国际形象

国家形象形成的基础是主权国家的综合国力，一国国家形象的树立取决于本国良好的形象政策的实施。国家形象是由国际文化价值结构的相互身份认同关系所建构和表达出来的。所以，开展文化外交，通过文化信息和价值观念的对外投射与相互沟通，产生文化吸引力，激发他国的认同感，建构起与他国之间积极友好的身份认同关系，便能在国际社会的认可与肯定中树立起良好的国家形象。

3. 营造中国和平发展的外部环境

伴随着中国综合国力的增强，同时由于意识形态的差异以及其他历史原因，国际社会上充斥着“中国威胁论”的论调。开展文化外交，是化解“中国威胁论”、营造中国和平发展外部环境

重要手段。

“中华文化是化解‘中国威胁论’的一剂良方”。“注重用文化交流的手段，用历久弥新的中华文化，用中国人民宽广博大的胸怀，用洋溢着东方神韵的哲学和智慧，来沟通人的心灵，化解无知和偏见带来的矛盾，把我们求和平、谋发展、促合作的信息传达出去。面向外国主流社会，面向外国公众，把一个真实客观的中国介绍出去，告诉他们中国人在想什么、做什么。只有这样，才能发挥文化交流滴水穿石、润物无声的功能，让世界正确地认识中国、了解中国、理解中国并喜爱中国。”

4. 促进经贸发展

全球化时代下，文化外交已成为影响国家对外经济联系、支持一国经济参与对外合作的核心因素。许多国家常常是“经济未到，文化先行”，以文化手段增强投资环境的吸引力，提高产品的国际出口创汇能力，为经济贸易开路。如美国以其影视作品，到处“开疆拓土”，征服人心，培植人们对美国文化和美式生活方式的认同和崇拜，进而喜爱其产品。可口可乐、肯德基、微软等跨国公司，不费“一兵一卒”，不仅赢得巨大的商业利润，也为国外大部分国家的民众所认同和接受。韩国为推介本国产品，吸引中国游客到韩国旅游，不断在中国各地举办各种形式的“文化周”、“文化月”活动，在中国刮起一阵又一阵的影视、服饰等“韩流”，成功地扩大了韩国的影响和中国民众对韩国的认同。

文化外交还是实现文化贸易利益的主要渠道和手段。目前，文化产业已成为公认的“朝阳产业”。2009年9月，中国国务院常务会议讨论并通过了《文化产业振兴纲要》，指出我国文化产

业呈现出健康向上、蓬勃发展的良好态势，正在成为推动社会主义文化大发展大繁荣的重要引擎和经济发展新的增长点；扩大对外文化贸易；形成鼓励、支持文化产品和服务出口的长效机制。这就意味着文化外交不仅拥有相对独立的经济利益，也是实现这些文化贸易利益的主要渠道和手段。如果进一步从文化产业的国际化以及国家对外经济合作的全局来看，成功的文化外交还将为整个文化产业带来更开阔的外部合作空间和更加有序的外部竞争环境。

5. 维护文化主权

中国是当今世界各大国中仍然坚持共产党领导和社会主义道路的国家，随着中国经济力量的增强，政治影响的扩大，自然成为以美国为首的西方国家推行文化霸权的重点对象。

文化外交是应对文化霸权的有力工具。文化外交可以通过“引进来”、“走出去”的形式进行文化交流。一方面，我们要增强本国文化的认同感和凝聚力，坚守自身的价值观、意识形态，防止被西化，同时对西方文化中优秀的部分加以吸收，从而为自身文化带来源源不断的新鲜血液，提升自身文化的生命活力。另一方面，在文化外交中，我们要积极将自身的文化“走出去”，让世界认识我们的世界观、意识形态、价值观，改变以往一些国家对我国存有的偏见和误解，提升我国文化在世界的影响力，维护我国的文化主权。

[收稿日期]2009-11-08

[作者简介]苏淑民，女，北京第二外国语学院法政学院副教授，中国人民大学国际关系学院博士研究生，主要研究方向为国际政治、外交学。

[责任编辑]李晓霞