

日本文化在中国

的传播与影响 (1972-2002)



李文 著

中国社会科学出版社

G712.5
16

日本文化在中国

的传播与影响 (1972-2002)



李文 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

日本文化在中国的传播与影响: 1972—2002 / 李文著.
北京: 中国社会科学出版社, 2004.9

ISBN 7-5004-4567-9

I. 日… II. 李… III. 中日关系-文化交流-文化史-
研究-1972~2002 IV. G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 058120 号

特约编辑 张 慧
责任编辑 刘文新
责任校对 王 卿
封面设计 王 华
版式设计 王炳图

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

电 话 010—84029453

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

版 次 2004 年 9 月第 1 版

开 本 880×1230 毫米 1/32

印 张 11

字 数 295 千字

定 价 25.00 元

邮 编 100720

传 真 010—84017153

装 订 广增装订厂

印 次 2004 年 9 月第 1 次印刷

插 页 2

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

目 录

第一章 引 论	(1)
第一节 日本文化在中国传播的主要阶段和特征	(1)
第二节 影响日本文化在中国传播的主要因素	(11)
第三节 日本文化在中国传播的历史意义	(21)
第二章 邓小平对日本现代化经验的思考与借鉴	(29)
第一节 改革开放的重要参照系	(29)
第二节 从计划经济到市场经济	(37)
第三节 重视科技和教育	(44)
第四节 邓小平的引导、示范效应	(48)
第三章 人员往来	(56)
第一节 留学日本热	(56)
第二节 官方交流	(64)
第三节 民间交流	(76)
第四节 人员往来与文化传播	(83)
第四章 日本对中国的技术转移	(90)
第一节 对华投资和技术转移	(90)
第二节 日本技术转移的外溢效应与关联效应	(101)
第三节 影响日本技术向中国转移的主要因素	(116)
第五章 日本式经营在中国的移植	(133)
第一节 中国学习和借鉴日本式经营的主要路径	(133)
第二节 中国企业界对日本式经营的学习和借鉴	(148)
第三节 影响中国企业学习和接受日本式经营	

的主要因素	(164)
第六章 学术研究与交流	(177)
第一节 重新发现、重新认识日本	(177)
第二节 为变革社会提供借鉴	(188)
第三节 知识的积累与创新	(194)
第四节 中日学术交流与知识共同体的建立	(200)
第七章 语言文字	(209)
第一节 日语教学与研究	(209)
第二节 日语的推广与日本文化的传播	(218)
第三节 汉语与日语的交互作用	(225)
第八章 文学作品	(243)
第一节 日本文学的译介	(243)
第二节 日本文学在中国的地位与影响	(257)
第九章 影视作品	(271)
第一节 日本影视作品在中国的流行	(271)
第二节 日本影视作品在中国的主要消费群体	(285)
第三节 日本影视作品对中国社会文化的影响	(294)
第十章 价值观念与生活方式	(309)
第一节 价值观念	(309)
第二节 生活方式	(329)
参考文献	(344)
后记	(348)

第一章

引 论

1972—2002 年间，中国经济社会发生了历史性巨大变革。在这一特殊历史时期，在多方面因素的共同作用下，日本文化在中国的传播无论在广度上还是在深度上都达到了历史最高峰，并对中国的现代化、产业化进程以及文化转型产生了积极影响。

第一节 日本文化在中国传播的主要阶段和特征

一、日本文化在华传播的三个阶段

1972—2002 年 30 年间，日本文化在中国的传播和影响可以以十年为单位划分为三个阶段。

第一阶段，初始期（1972—1982）。1972—1982 年，是战后中日关系顺利发展的十年，也是日本文化在中国传播和影响的初始阶段。1972 年 9 月，周恩来总理和田中角荣首相在北京签署《中日联合声明》，中日两国实现了邦交正常化，揭开了两国友好关系的序幕；1978 年 10 月，邓小平访问日本，两国政府间缔结的《中日和平友好条约》正式生效，为中日友好关系长期发展奠定了基础。此间，两国签订了十多项贸易、航空、渔业、海运、科技、文化等政府间的协定和协议，中日友好城市发展到 46 对，中国访日人员从 1972 年的 500 多人次增加到 1982 年的 1.9 万人次，日本访华人员从 1972 年的 9000 人次，增加到 1982 年的 13.8 万人次，中日贸

易由 1972 年的 10 亿多美元, 增长到 1982 年的 104 亿美元。^①邓小平访问日本后, 日本被中国高层视作中国改革开放、实现社会主义现代化的重要参照体系和学习对象, 对日后日本文化在中国的传播和影响起到了关键作用。

第二阶段, 高潮期 (1983—1992)。1983—1992 年是中国人民对日本全面发生兴趣、好感迅速提升的十年, 也是日本文化在中国的传播速度最快、产生影响最大的十年。1982 年中国共产党第十二次代表大会明确提出了“计划为主、市场调节为辅”的发展方针之后, 中国市场对外开放力度加大。日本制造的家用电器、汽车等商品源源不断地涌入中国。这些商品裹挟了大量与现代科学技术与管理、生产和消费理念相联系的信息, 以及与现代市场经济相联系的价值观念, 对长期处于计划经济体制下物质十分匮乏的中国民众的心灵产生巨大震撼。频繁发生的高层互访、迅猛掀起的留学日本热, 使人们对战后日本重新崛起和现今的发达水平有了新的认识。“昔日之师傅 (中国), 不如今日之弟子 (日本)”的现实, 再次给中国人上了一堂“发展是硬道理”的教育课。一时间, 举国上下无不把日本看做学习的榜样和赶超的对象, 日本的富裕和发达与中国的贫穷和落后形成的鲜明对照, 使许多中国人产生的强烈的危机感、紧迫感、责任感和使命感, 成为改革开放重要的精神动力源泉。对日本各种文化资源的不断获取, 是导致这一时期中国人的思想观念、生活方式发生巨大变化的重要原因之一。美国学者任达 (Douglas R·Reynolds) 认为, 1898—1912 年十余年时间, 就思想、文化、社会、政治体制的影响来说, 是近代中日关系的关键十年。他认为使中国随后几十年变化极大的种种“革新”的范本, 大都在此阶段来自日本, 因此从这个意义上提出了这是近代中日关系史上的“黄金十年”的观点。^② 鉴于中国改革开放、发展市场经济的许

① 徐之光主编:《中日关系三十年》, 时事出版社, 2002 年, 第 139 页。

② 参见任达:《新政革命与日本》, 江苏人民出版社, 1998 年。

多思路，特别是在调整政府与市场的关系、发展外向型经济、注重价格优势等方面采取的政策和措施，大都在1983—1992年间来自日本或是受到日本启发的结果，这一时期中国的学术界、企业界和民众思想观念的转变在很大程度上也受到日本文化影响，因此，也可以将这一时期称为中日关系史上的第二个“黄金十年”。在这一阶段，日本文化主要作为现代工业文明传入中国并主要发挥促使中国文化向现代工业文明的方向转变的作用。

第三阶段，常态期（1993—2002）。1993—2002年，是中日关系进入正常状态的十年，也是日本文化在中国的传播和影响走向正常状态的十年。1992年中国共产党第十四次代表大会明确提出了“社会主义市场经济”概念以后，中国进一步加大了吸引外资和发展外贸的步伐，双方经济贸易往来遂成为日本文化在中国传播和影响的主要方式和途径。从1993年到2002年，日本一直是中国最大的贸易伙伴和主要外资提供国；中国是日本最重要的出口市场之一，并一直是日本第二大贸易伙伴。其间，虽然中日关系不时受到来自日本方面对战争认识问题、靖国神社问题和钓鱼岛问题的不正确做法的伤害，但两国间的经济联系和文化联系的发展却很少受到这些因素的影响，而是主要按照自身规律运作的。这一时期，中国的日本研究进入正常状态。20世纪90年代以来，日本经济长期处于低迷状态，而中国经济的发展却一直保持良好态势，导致在主观上中国学习和借鉴日本经验模式的欲望逐渐降低。尤其自90年代末期以来，学术界在学习日本方面甚至提出了“红旗能够打多久”式的诘问。有些学者对“日本究竟在全世界建立了多少站得住的模式，提出了多少经得起推敲的学说”表示了怀疑。^① 这种状况明显有利于中国学者摆脱上一个阶段常常带有的功利主义和实用主义色彩，将日本作为一个独立对象，以更加客观公正的态度加以研究，从而有效地避免在“拿日本说中国事”的过程中，以中国的需要对

^① 陈永明主编：《体验日本》，上海教育出版社，2001年，第206—207页。

日本加以认识和取舍、甚至曲解日本，以及仅仅把引进日本文化当作中国实现现代化的一个步骤情形的发生。这样的研究对于把日本作为一个独立的文化引入中国，增加中国文化的弹性和容量具有十分重要的意义。

二、几个值得注意的特征

1972—2002 年日本文化在中国的传播和影响具有下述四个特征。

(一) 日本文化在中国的传播和影响主要以中国的经济发展需要为契机。日本文化中能够直接作用于中国现代化和产业化的因素，如科学技术、经营管理、发展模式等率先得以引进、传布并产生影响；日本文化中最具有“文化”特征的因素——如价值观念、生活方式、文学艺术等——在中国的传播和影响在很大程度上借助了物质文明巨大的开拓性力量。

中日甲午战争以来，日本文化在中国的传播和影响先后经历了两次高潮：一次发生在 19 世纪末 20 世纪初，一次发生在 20 世纪末 21 世纪初。两次高潮都是以改革为契机。19 世纪末 20 世纪初的“戊戌变法”和“新政”，是一次主要在政治领域进行的改革。因此，当时日本文化在中国的传播和影响集中发生在思想领域和政治领域，主要表现为中国模仿、学习、移植日本的各种政治制度，并从日本大量翻译、介绍西方思想家和哲学家的著作。发生在 20 世纪 70 年代末的改革开放，主要以经济体制为对象。因此，中国主要围绕“发展是硬道理”这一主导思想，通过各种渠道和方式引进日本的技术、管理和有关发展经济的经验、模式以及其他相关的文化要素。

这种改革性质决定了跨国公司成为日本文化在中国传播和影响的重要媒介。1978—2002 年间，日本是对中国直接投资项目最多的国家，是与中国拥有贸易关系最多的国家，也是对中国经济发展和 社会变革影响最大的国家。诸多日本文化因子以贸易和投资为媒

介向中国输送和传播,日本的技术、管理、金融、保险、地产、广告、设计、行销、公共关系、信息搜集、研究和开发,以及隐藏在这一切背后的价值观念、审美观念及生活方式,通过日本跨国公司的生产经营活动在中国发生作用,成为推动中国经济发展和社会变革的重要因素。在这一过程中,政治和意识形态色彩日趋淡化,沟通的形式和途径日益服从经济发展和文化传播本身的规律;每一件商品、每一个生产流程、每一项营销活动,都成为承载多层次信息的传播媒介,成为象征符号的生产和消费活动,影响和改变着多年来一直生活在封闭和半封闭状态下人们的生活态度和价值观念。

日本直接投资和商品的进入,给中国在消费和生产两个方面带来学习效果。日本商品在中国畅销,扩大了国内的需求,对利益非常敏感的企业家们从而在本土通过逐渐模仿和提高熟练程度生产出同样的产品。日资企业的进入,则为中国国内企业和人群提供了可供直接学习和模仿的对象。通过同日本企业的沟通与协调以及对日资企业的模仿和竞争,中国政府和企业提高了在明确产权、制订和遵守契约、建立信用体系、增强透明度以及反应市场变化等方面的意识和能力。中国适合市场经济发展的制度环境,主要是在改革开放,尤其是引进外资过程中不断获得改善的。在计划经济时期,政府对生产、投资和外贸的每一个环节都进行严格控制。即使在改革开放初期,市场竞争的范围和强度都受到限制,创新受到抑制,落后和守旧受到保护。但在包括日资企业在内的外资外企大量进入后,许多不符合市场经济发展要求的规章制度、法律条文逐步得到调整。

吸引直接投资和发展外贸,还在不断改变传统的人际关系和思想观念。托克维尔说:“贸易使人们相互独立。”市场变得越来越重要,使人们必须不断更新思维方式和行为习惯。中国社会变迁首先是在“出口加工区”和“经济特区”发生的。“那里的空气使人感到自由”。在“出口加工区”和“经济特区”,重新会聚在一起的陌生的、相互平等的人们不再十分注重血缘、地缘等传统人际关系,

计划经济体制下的人浮于事、论资排辈、相互扯皮等弊端大为减少，人们能够竞相在经济领域施展聪明才智。在跨国公司就职的“白领”成为得风气之先者。通过他们，来自域外先进技术和管理以及原有的价值观念和生活方式完全不同的新的价值观念和生活方式大量进入中国。他们既是新的技术与管理载体，又是新思想、新观念的实践者，以及新的生活方式的创建者。

发生在 19 世纪末 20 世纪初的中国学习和引进日本文化的高潮，由于主要以思想革命和政治改革为目的，活动的主体在于知识界和政治界，因而得以经由戊戌变法、辛亥革命以及“五四”新文化运动，产生了许多著名的思想家和政治家。但相对说来，这场与引入日本文化有关思想和政治运动，带来的只是少数知识阶层思想观念的巨大变化，社会整体依旧大半停滞于现代文化之外。由于文化传播和影响集中发生在经济领域而不是思想、政治领域，中国各地和各阶层的人们欢迎来自日本的新文化，纷纷自觉不自觉地加入到学习和传播日本文化的行列，使发生在 1972—2002 年间的学习和引进日本文化的过程，最终成为一个主要以千百万民众为主体，并使千百万民众的素质发生根本改变的过程。大众阶层成为这次文化传播的主要接受者和受益者。诚然，在这一过程中，并没有产生大批著名的思想家和政治家，但却使中国学习引进日本文化发展自身经济的目标成为现实，使越来越多的人成长为更符合现代化、产业化发展需要，尤其是市场经济需要的公民。

中国的改革开放首先从经济与技术方面寻找学习和引进域外先进文化的突破口，随后逐渐扩展到其他领域的做法，是一条值得其他发展中国家学习和借鉴的成功经验。通过这样的程序和方式学习和吸收外来文化，能够有效地避免社会变革中新生产方式和旧生产方式之间、新文化和旧文化之间矛盾的激化；围绕经济进行的文化引进和吸收主要是在基层和民间开展的，因此可以绕开甚至透过政治意识形态的障碍和壁垒；虽然思想观念的变革是行为的先导，但人们只有在初步并逐步享受到经济发展的好处、且产生了较为强烈

的改变物质生活现状的愿望时，思想观念的转变才能更为迅速和彻底。

(二) 1972—2002 年间日本文化在中国的传播和影响，并非单纯地发生在中日两国之间，而是与作为一个整体的东亚社会变革具有内在联系。在中国全面学习和引进日本文化之前，已有东亚 NIES（中国台湾、中国香港、韩国、新加坡）和 ASEAN-4（泰国、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾）相继引进以日本的资金和技术，借鉴日本的发展模式，相继进入新兴工业化国家和地区以及准新兴工业化国家的行列，并在东亚初步形成了独具特色的现代化模式。中国改革开放的外在压力和启示，既来自日本，也来自受到日本影响的其他东亚国家和地区。中国学习和引进的日本文化，既有从日本直接引进的成分，也有从东亚其他国家和地区间接引进的成分。中国学习日本和 NIES 的经验走向现代化、产业化，是东亚“阶梯型连带性发展”的一个最为重要的环节，也是东亚经济跨世纪巨变和重新崛起的一个最重要的标志。

日本文化通过直接和间接的方式在中国得以传播并发生影响，使现代化的东亚模式在最终意义获得验证和确立。东亚在地理上与世界其他地区相对隔绝，在历史上长期受中国文化影响，在语言文字、典章制度和生活方式等方面存在诸多共同点。但自 19 世纪上半叶西方势力入侵东亚，瓦解了东亚以中华帝国为中心的朝贡一册封体系，作为一个整体的东亚开始遭受人为的分割和分裂。在二战结束后的一段时间里，东亚在政治意识形态、经济发展水平和文化模式等方面进一步发生对立与分化。但自从中国实施改革开放、自主地向日本学习和吸收先进文化开始，中国和日本以及 NIES 之间经济上的相互往来不断增强，日益形成一个不可分割的经济体系、来自政治意识形态的界限和分歧、制度上的差异的影响力日益衰退，尘封于历史多年的东亚文化的共同方面开始复苏并发挥作用。以儒教文化为共同背景、以经济发展优先、发展外向型经济、政府引进和扶植市场、发挥劳动力优势或价格优势、重视劳资关系和诸

为特征的东亚现代化模式，由于中国的改革获得初步成功而得以提升其在世界历史中的地位。

(三) 在文化层面上，1972—2002 年间，日本文化在中国的传播和影响没有经历太多的对立、紧张与冲突，而是主要表现为与经济社会转型相适应的自然发生的过程。

1972 年以来，日本文化在中国的传播和影响，是以中日邦交正常化为前提、以市场发展为主导进行的，而非以侵略和刺刀为先导，因此在进行过程中不存在殖民主义和反殖民主义的矛盾；这种传播和影响主要是在冷战开始结束、世界经济全球化的发展进入新的历史时期后，以经济活动为中心展开的，因此，也很少遭遇到来自对立的政治意识形态方面的妨碍；在物质文明巨大作用力的冲击下，日本文化对中国的传播和中国对日本文化的学习、接受和吸收，主要表现为作为发展中国家向发达国家的靠拢和前进的过程，而没有表现为传统与现代的紧张和冲突；日本文化作为一种过渡文化，通过吸收西方现代文明完成了现代化进程，同时又保持了与中国文化之间诸多的共同方面。因此，这种输出—输入关系，并没有直接表现为中西方文化间的碰撞。

在思想文化界，改革开放后出现了有利于学习和引进日本文化的良好环境：中国的现代化事业需要学习外国先进文化的主张长期占据主导地位。在 19 世纪末中国发生的那种坚决反对“悉夷”更反对“师夷”的守旧势力非常强大，凡倡导学习外国的主张都被诬为“媚夷”、“乱夷夏之防”、“以夷变夏”，保守的“话语”始终占据一种巨大的“道德”或“道义”优势的情况，在 20 世纪末的中国已不复存在。来自所谓“左派马克思主义阵营”的保守和抗拒的力量，在经历了计划经济和文革政治的民众中日益丧失发挥作用的空间，新中国成立后一段时间内，尤其是文革时期将学习外国的一切态度和主张都斥为崇洋媚外的情形已经遭到多数人的摒弃；打着“反对和平演变”、“反对资产阶级自由化”的旗帜反对改革开放的势力依然存在，但其社会影响已经无法与其在 19 世纪末和文革时

的前辈相比。邓小平发明的不争论原则，使中国近代以来一直存在的主张将西方文化一概“盲目”接受和一概“盲目”排斥的两种态度的争论降低到最低程度。当年鲁迅曾将学习外国先进文化的过程表述为“从别国里窃得火来，本意却在煮自己的肉”，深刻地反映出那一代知识人不仅有“满清”统治的耻辱，又有西方外来思想的无形压迫，“被近代化”的同时，还要付出与反“被近代化”的传统势力肉搏的代价。改革开放后，先进的知识分子在引进先进文化时，则不再需要经历这样痛苦的过程。日本的人员、物资、信息、知识、形象和价值观念在中国的流动，在大多数场合都不具备“日本化”或文化霸权色彩，因此也没有引发各种形式的抵抗和焦虑。日本学人一般不对“近代”与“现代”加以区分，主要原因在于日本没有像亚洲其他国家一样，通过一个与殖民地半殖民地的“近代”斗争而进入独立自主的“现代”。同样，发生在1978年的改革开放也不具备划分时代的意义，因为在中国学习日本和其他发达国家先进文化的过程中，在从封闭走向开放、从计划经济走向市场经济的过程中，也没有发生大的断裂和扭曲，而是主要表现为一个连续的、渐进的自我转变和调整的过程。改革开放以来中国文化对日本文化的学习和接纳，是对以往中国—西方乃至亚洲—西方二元对立模式的扬弃。它以对话和包容的方式，提供了把东方文化和西方文化纳入同一个协调框架的可能性。

（四）尽管1972—2002年间日本文化在中国的传播和影响达到了历史的顶峰，但中国学术界却对这种传播和影响的范围和深度都缺乏足够认识，相关研究十分薄弱。

从1997年3月开始，日本学者沟口雄三到北京日本学研究中心任主任。沟口在中国首先注意到的一个现象是“在中国知识界，日本文化的地位比我们日本人想象的还要低。”在沟口看来，大多数日本高中生、大学生至少都能举出二、三部中国古典作品的名称来，如《三国志》、《水浒传》等，而中国的高中生、大学生则很少有人知道日本有一部世界上最早的长篇小说《源氏物语》。在日本

存在着中国古典作品及有关中国情况书籍的出版市场，而在中国却没有相应的日本古典作品及有关日本情况书籍的出版市场存在的余地。在日中民间的文化交流方面，日本向来致力于向欧美介绍自己的文化传统。而如把那些能使欧美人感到异国情趣的“歌舞伎”、“能”、“浮世绘”、“陶瓷器”、“茶道”、“花道”、“书道”等介绍给中国，其结局恐怕是：“歌舞伎”、“能”让中国人联想到京剧，“浮世绘”让他们联想到中国画，而至于陶瓷器、茶道、花道、书法则至多不过被看成是对中国的模仿。这与日本人喜欢京剧、爱好中国画和中国书法、憧憬唐诗的境界是非常不同的。^①沟口先生的这种感受虽然有些偏离事实，但在中国方面，确也存在对日本文化于中国改革开放的重要意义认识不足的倾向。正如孙歌在1995年写到的那样：“至于说到日本文化，十有九个中国人会问：他们受了咱们什么影响？”^②

这种情况的发生具有多方面的原因。其一，1972—2002年间日本文化在中国的传播和影响主要集中在经济技术方面。这种影响虽然十分重要，甚至可以说最为重要，但正如沟口先生所指出的那样，中国许多从事人文社会科学研究的知识分子受传统文化的影响，认为经济即所谓“利”，技术即所谓“小人之末技”，在一般情况下并不十分看重，虽然他们和普通百姓一样，在作为消费者出现在购物场所时，也是十分在意日货和国货的区别。其二，有些学者对日本精神文化存在偏见。1918年周作人在北京大学所作《日本近三十年小说之发达》的讲演中，开篇即指出：“我们平常对于日本文化，大抵先存一种意见，说他是‘模仿’的。西洋也有人说‘日本文化是支那的女儿’。”^③1925年他在《日本与中国》一文中

① 沟口雄三：《“知识共同”的可能性》，《读书》1998年第2期。

② 孙歌：《作为方法的日本》，《读书》1995年第3期。

③ 钟叔河编：《周作人文类编·7·日本管窥》，湖南文艺出版社，1998年，第233页。

又指出：“中国在他独特的地位上特别有了解日本的必要与可能，但事实上却并不然，大家都轻蔑日本文化，以为古代是模仿中国，现代是模仿西洋，不值得一看。”^① 这种心态在改革开放后的中国依旧在一定程度上存在。从事“国学”或与“国学”相关学科研究的人，认为日本的本土文化来自中国，而一些曾在欧美留学和进修的“洋学者”则认为日本的现代文化来自欧美。总之，品位不够高。专门从事日本研究的学者，对日本文化的独特性及其对中国现代化的意义不能说没有充分认识，但他们很少有人将这一时期日本文化在中国的传播和影响作为专门研究对象。至今，中国方面对1972年以来的日本文化在中国的地位和作用还缺乏较为全面、精确的评估。其三，即使最具有民族特征的日本思想观念向中国的跨国流动，也不是一个简单直接的观念输出/输入关系，而是经过了一个“跨语际”、带有文化建构性质的翻译过程。就具体价值观的跨文化转移而言，本土和非本土的区别只是在一段相当短暂的概念转译期才特别明显地被人们感知。随着来自日本的概念逐渐被纳入中国已有的文化概念系统中去，它的非本土性也就越来越不重要，越来越被人们忽视了。

第二节 影响日本文化在中国传播的主要因素

一、战后日本经济的重新崛起

世界上所有地区的经济昌盛几乎都带来了文化的繁荣及其对外辐射力的增强，经济的成功总意味着与这种经济相联系的文化的成功。日本经济在战后迅速崛起，一举成为世界第二经济强国之后，日本文化也开始走向世界。学术界开始研究、概括日本成功的经

^① 钟叔河编：《周作人文类编·7·日本管窥》，湖南文艺出版社，1998年，第58页。

验，而其他发展中国家和地区则在实践中学习和借鉴日本发展模式。

在东亚，韩国、台湾地区首先接受了日本模式的影响。这与韩国和台湾地区战前曾沦落为日本的殖民地有关，也与朝鲜战争后，美国把韩国、台湾地区和日本一道确定为反共桥头堡有关。此外，同属于儒教文化圈范围，也是一个重要因素。20世纪60—70年代，经历了经济上的高速发展，具备了向外转移资金和技术的能力和需要后，日本开始向韩国、台湾地区转移资金和技术。当东亚NIES在经济发展方面取得突出成就后，日本和东亚NIES在资金技术上提供的联结，推进和扩展了整个东亚地区的现代化。始于1985年的日本和NIES本土货币的升值，则是东亚地区化升级的重要契机。日本在战后经济高速增长过程中，所积累的新经验和形成的新模式，伴随日本的资金和技术在东亚地区内的传播和扩散，是现代化的东亚模式产生的重要原因之一。

战后日本经济重新崛起，尤其是日本经济增长模式与西方世界的差异，引起欧美国家的浓厚兴趣，许多学者开始展开对日本的研究。在美国连续面临贸易逆差的第七年（1979年），美国哈佛大学社会学教授埃兹拉·沃格尔（中文名付高义）在美国出版了《日本名列第一》一书，从政治、经济、科技、教育和社会生活等方面全面对比了美国和日本现状，破天荒地指出号称“世界第一”的美国，在很多方面已落后于日本，呼吁美国应该拜日本为师。该书的出版在美国引起巨大轰动，一时间美国各地纷纷请沃格尔去讲述日本的情况和经验，诸如《Z理论》、《日本的管理艺术》等标榜向日本学习的书籍纷纷出版。美国反思自身、学习日本的潮流是沿着两条途径展开的。许多美国人开始承认日本人比美国人更懂得怎样管理企业，或者认为美国企业和日本企业在管理的“硬性”因素方面，即战略、结构、制度等非常相似，但在“软性”方面，即技巧、作风、人员和最高目标存在差别。因此，他们认为美国企业界要迎接日本的挑战，必须研究和学习日本管理艺术。日本社会的组