

胡文涛 等著

文化外交与 国家国际形象建构

西方经验与中国探索



中国社会科学出版社

本书系2010年度教育部人文社会科学研究规划基金项目“文化外交与
中国国际形象建构研究”（项目号：10YJAGJW005）的最终成果

本书为广东外语外贸大学外国文学文化研究中心研究成果

文化外交与 国家国际形象建构

西方经验与中国探索

胡文涛 等著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化外交与国家国际形象建构：西方经验与中国探索 /
胡文涛等著. —北京：中国社会科学出版社，2015.3
ISBN 978-7-5161-5311-6

I. ①文… II. ①胡… III. ①文化交流—对外政策—
研究—中国②国家—形象—研究—中国 IV. ①G115
②D8③D6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 308020 号

出 版 人 赵剑英

责任编辑 赵 丽

责任校对 董晓月

责任印制 主 超



出 版 社 中国社会科学出版社
社 址 北京沙滩后街55号
邮 编 100720

网 址 <http://www.csspw.cn>

发 行 部 010-84083685

门 市 部 010-84029450

经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京市大兴区新魏印刷厂

装 订 廊坊市广阳区广增装订厂

版 次 2015 年 3 月第 1 版

印 次 2015 年 3 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 14.75

插 页 2

字 数 251 千字

定 价 46.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社联系调换

电话：010-84083683

版权所有 侵权必究

目 录

绪论 国际形象需要新的建构路径	(1)
第一节 问题缘起	(2)
第二节 中国文化外交与国际形象建构的研究现状	(5)
第三节 研究的目的与意义	(11)
第四节 研究思路方法、内容与努力方向	(12)
第一章 软实力视角中的文化外交与国际形象	(16)
第一节 文化外交与国家软实力	(16)
第二节 文化外交与国际形象的理论联系与内在互动	(21)
第三节 国际形象可评估与文化外交对其建构功能	(26)
第四节 个案透析:文化外交维护英国在英联邦的软实力	(34)
第二章 形象与形象政治:理论缘起与案例剖析	(47)
第一节 形象、国际形象与形象政治	(47)
第二节 形象政治:框架与运行	(55)
第三节 美国形象危机与奥巴马政府的修复战略	(61)
第四节 多元文化主义与加拿大的形象经略	(71)
第三章 文化外交助推国际形象建构:英美日的经验	(86)
第一节 英国以文化外交塑造新型国际形象	(86)
第二节 美国善用文化外交重构国际形象	(100)
第三节 日本以“文化立国”战略提升国际形象	(109)
第四章 文化外交参与中国国际形象的建构历程	(127)

第一节	中国文化外交概述:从理念到机制的演变	(127)
第二节	运用文化外交推介社会主义新中国的形象 (1949—1978)	(137)
第三节	文化外交服务于“改革开放”形象的树立 (1978—1989)	(144)
第四节	打破“妖魔化”以塑造“热爱和平”的形象 (1990—2000)	(151)
第五节	构建和平发展与负责任的大国形象(2001 至今)	(157)
第五章	中国海外跨文化形象建构:理念与案例	(168)
第一节	形象传播中的跨文化问题	(168)
第二节	文化外交提升中国在欧洲的形象	(171)
第三节	中国在美国形象的起伏与文化外交的角色	(184)
第四节	“欢乐春节”:中国对外文化传播品牌	(198)
第六章	以文化外交提升中国国际形象的对策设计	(209)
第一节	外交理念融入文化基因	(209)
第二节	外交实践嵌入文化元素	(217)
主要参考文献		(225)
后记		(231)

绪论 国际形象需要新的建构路径

进入21世纪,经济全球化迅速发展,互联网国际化更是带动了全球信息与文化的快速流动与传播。技术手段和传播平台为不同国家、不同民族、不同国际社会行为体、不同知识共同体、不同社区、不同人群之间的信息阅读、彼此认知、情感沟通和相互理解创造了人类历史上前所未有的条件,使人类能够更加便利地进入心灵空间,进入一个多元文化互动共生的文明世界。全球化对国际关系的直接影响就是国家之间的相互依存关系更加密切,国际关系行为体比任何时候都更加关注自身的国际影响力、国际声誉和国际形象。因此,无论从理论话语还是政治现实来看,国际关系已经开始从传统的突出硬实力关系(军事、经济关系)开始向关注软实力关系演变,文化对国际关系具有极为重要的现实建构作用已经成为一种普遍共识。所以,看到文化全球流动在推进“通过国家及其人民之间交换观点、信息、艺术以及其他文化方面的内容来促进相互理解”的好处的同时,对许多国家来说,文化已经不仅仅是一个产业、一种产品,而成为关系和影响一个民族保持个性和在全球化背景下生存的战略问题。^①正如美国著名中国问题专家乔舒亚·库珀·雷默(Joshua Cooper Ramo)所言,国家形象问题是中国当前最棘手的战略难题,它在某种意义上将决定中国改革发展的前途和命运。^②因此,形象、政治、文化外交三者之间比任何时候都更加关系密切,而文化外交如何在国家形象战略中发挥特殊作用便成为一个重要的理论和现实课题。

① 张清敏:《全球化环境下的中国文化外交》,《外交评论》2006年第1期。

② [美]乔舒亚·库珀·雷默:《中国形象——外国学者眼中的中国》,沈小雷等译,社会科学文献出版社2006年版,第8—9页。

第一节 问题缘起^{*}

20世纪90年代起,从文化的取向(approach of culture)研究国际关系和分析世界历史与观察全球问题的学者越来越多。美国塞缪尔·亨廷顿的“文明冲突论”、约瑟夫·奈的“软实力论”和入江昭的“文化国际主义理论”,以及英国约翰·汤林森的“文化帝国主义论”、日本平野健一郎的“国际文化理论”等纷纷登台亮相。他们从文化的差异性探寻国际社会冲突的新原因,从经济殖民主义的历史经验分析经济文化强国将如何对经济落后的国家实施文化帝国主义行为。他们探索世界各国之间文化力量博弈对世界格局的影响,分析追求对他国及其国民的吸引力、说服力和影响力而维护与扩张国家利益代替以军事征服和经济殖民为手段的国家利益谋求方式。

纵观世界发展史,一个国家的最终强盛,是文化的强盛;一个民族的最终复兴,是文化的复兴。第二次世界大战后美国的崛起,依靠的是“两手抓”:一手抓马歇尔计划,一手抓富布莱特项目。美国利用马歇尔计划对欧洲进行经济援助,开辟了新市场,提高了贸易量,从而增强本国的硬实力。而软实力的提升主要得益于富布莱特项目等教育文化项目的实施。富布莱特项目是美国文化外交的重要组成部分,通过与对象国的教育和文化交流来赢取民心,以文化为载体传播美国价值观,最终实现美国的文化崛起。同样,中国要建设文化强国,必然要向世界弘扬中华文化,增强国家文化软实力。中国共产党第十七届六中全会以“文化改革”为主要议题,审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》。会议确立了建设社会主义文化强国的目标,将“文化兴国”置于国家重大战略的地位。古往今来,中国无数知识分子都坚信文以载道。以文化人,是昔时圣贤先哲为师之道;以文兴国,是当今新兴国家谋求崛起之策。同理,要推动中华文化走向世界,文化外交是必由之路。

新中国成立以来,几代领导人对文化在外交中的作用都高度重视,尤

^{*} 本节的主要内容曾以文章《文化外交:文化强国的重要路径发表》(作者:胡文涛)在《中国社会科学报》(2012年4月16日第B5版)上发表。选入该书时有修改。——作者注

其是周恩来总理。^① 文化外交为国家的外交总格局和国家利益作出了应有贡献。但相比英、法、美等文化大国，无论是理论层面还是政策层面，都有相当不足。主要原因在于，中国文化体制改革的活力还未释放出来，文化外交还没受到应有的重视。其实，早在2004年8月30日，时任中国国家主席胡锦涛在第十次驻外使节会议上强调，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。^② 这是目前可以考证的中国最高领导人第一次公开使用并强调文化外交的重要意义。但是后来文化外交没有被外交界和学术界广泛使用，而逐步被含义接近的“人文外交”所取代，^③ 其个中缘由无人阐述。因此，文化外交在中国要达成共识，成为概念，进入决策高层的思维中还有相当的路要走。

改革开放三十余年，经济快速发展为中国积累了雄厚的硬实力，而文化软实力则相形见绌。在软实力与硬实力极不相称的形势下，文化外交应运而生、顺势而起。文化外交（cultural diplomacy）是政府或者非政府组织通过教育文化项目交流、人员往来、艺术表演与展示以及文化产品贸易等手段为促进国家与国家之间、人民与人民之间相互理解与信任，构建和提升本国国际形象与软实力的一种有效外交形式。^④ 文化外交向世界传播中华文化，提高中华文化的国际影响力，以期形成与中国国际地位相对称的文化软实力。基于此，文化外交应该成为外交领域中继政治、经济之后的第三支柱。从战略高度深刻认识文化外交的重要地位和作用，是文化外交的坚强思想保证。美国、英国、法国和日本等国早已将文化外交置于国家战略的重要地位，密集地运用文化外交服务于本国的国家利益。当年小布什政府力图改善美国在世界上的不利形象，大举投入公共外交，并频繁

① 详见梁晓君《塑造新中国形象——试论周恩来的文化外交作为新中国首任外交部长》，《外交评论》2008年第2期。周恩来创造性地运用多样化的文化载体，开展卓有成效的文化外交，为塑造新中国形象、改善国际舆论、打开新中国外交局面做出过杰出的贡献。

② 摘引自《第十次驻外使节会议在京举行胡锦涛温家宝讲话》（<http://www.china.com.cn/chinese/2004/Aug/647868.htm>）。

③ 胡锦涛在2009年7月17—20日北京召开的第十一次驻外使节会议上，强调“要加强公共外交和人文外交，开展各种形式的对外文化交流活动，扎实传播中华文化”（摘引自《胡锦涛等中央领导出席第十一次驻外使节会议》，http://news.xinhuanet.com/politics/2009-07/20/content_11740850_1.htm）。

④ 胡文涛：《解读文化外交：一种学理分析》，《外交评论》2007年第3期。

地更换国务院负责公共事务和公共外交的副国务卿，但是冷战期间西方世界的公共外交所体现出的过度“宣传”甚至“欺骗”受众的本质已经难以赢回世界的信任。因此，布什政府后来选择了文化外交，在国务院成立了文化外交咨询委员会，并推出耗资巨大的“全球文化计划”（Global Cultural Initiative），以重建美国在世界上的国际形象。而近年来日本文化外交的成功运用已经将日本有效地推向备受世界欢迎的国家之列。

一段时间以来，公共外交在中国日益受到重视，而文化外交却被掩盖在公共外交的光环之下，甚至有学者大肆将孔子学院作为公共外交的“成功之举”进行宣扬，其后果实不利于国家利益。文化外交能否不被“统一”于公共外交，而作为一种成熟并富有不可替代性的外交形式而自立于外交类型之中，这也需要学者根植于丰富深厚的研究成果而建立起学术自信，不跟风，不唯上。今天公共外交似乎有铺天盖地之势，其实有两个原因。其一是受美国的学术话语霸权影响；其二就是国内政治生态使然。从学术史来看，文化外交概念的提出早于公共外交。法国、德国、英国等欧洲发达国家不但较早提出文化外交概念，而且积累了丰富的实践经验，它们创造性地开拓的文化外交项目如法语联盟、歌德学院、英国文化委员会影响至今。因此今天的欧洲，无论是官方还是学界都在对文化外交进行坚守和捍卫。学界既要重视对国际关系的欧洲学派（包括英国学派）的研究，也不能忽视外交学中欧洲学派的贡献和现实存在。即使在美国，面对“9·11”恐怖事件，官方和学界开始重启“文化外交”以赢得人心。因此，在国际关系和外交学研究中，中国学界要尽量避免话语上的“美国化”，多视角、多方位地去找寻学术源泉，同时做到与时俱进。于此，文化外交的研究者，有责任和使命去进行学术坚守和学术探索，既不迷失方向，同时又能兼容并包。而政治生态对学术的影响不言而喻，这些年屡见不鲜。一个突出的例子，就是“和平崛起”话语的兴起和迅速被“和平发展”新话语所取代，犹如过山车，其中的动因就是政治生态变化，而这个转化对学术界造成的不适应至今仍有后遗症。因此，“公共外交热”背后的动因和前景同样需要学术界理性应对。

中国亟需从战略高度认识文化外交的重要性，吸取发达国家在发展公共外交中的教训，转而加快中国特色社会主义文化外交战略构建，为中国文化外交的发展指明方向。这样才能将文化外交切实提升到国家战略的高度。同时，学界也需要更加广泛深入地研究文化外交，在诠释基本概念和

引荐西方理论话语之外,要拓展研究视野,提升研究的纵深度。我们不仅要研究回答文化外交是什么(尽管大家对概念总是争论不休),而且要研究回答文化外交能做什么以及怎样发挥文化外交的功效?我们不仅要研究西方发达国家的文化外交历史、理论和现状,而且要研究新兴国家,包括中国文化外交的资源、手段、内容以及成效。目前我们研究的短板不少,尤其是针对中国文化外交的基础研究还不够全面系统,没有扎实丰富的基础研究而去谈高深的理论建构,恐怕是缘木求鱼。当今世界,一个国家的文化竞争力已成为衡量该国整体实力尤其软实力的重要指标。因此,未来研究的趋势是将外交学与传播学融合、交叉,进行综合研究,突出研究文化外交如何更有效推进国家的形象建构和传播,以及中国文化外交的历史经验与未来对策。

基于以上学术思考和服务决策的需要,本书作者在坚持十余年文化外交研究的基础上,尝试在文化外交功能研究上有所突破,使得更多青年学者能加入到这个研究领域,以避免出现“阳春白雪”的现象和“曲高寡欢”的趋势。为此,2010年本书作者以“文化外交与中国国际形象建构”为题申报当年教育部社科基金项目,并成功获得批准。据作者考证,这也是迄今为止,教育部第一次批准以“文化外交”为题的社科基金项目,从个人角度来说,当时不可谓不是一种心灵慰藉,而后的四年自己对学界流行一段关于申报课题的心语“拿不到一时痛苦,拿到了几年痛苦”感同身受。经过对课题深化研究,发现需要对研究内容进行适当的拓展,这就是目前《文化外交与国家国际形象建构:西方经验与中国探索》一书得名的缘由,在原来课题申报内容的基础上,增加了对西方几个国家运用文化外交建构良好国际形象的经验与教训的研究和总结,为后面针对中国的对策研究提供一些有益借鉴。

第二节 中国文化外交与国际形象建构的研究现状

西方国家在研究文化外交对国际形象的影响方面的论文和著作不少,包括美国、英国、法国、德国等国的政府和学界都认同文化外交与国际形象之间的相互作用。例如,德国早在20世纪70年代就将文化外交提升为其外交三大支柱之一,目前不仅旨在推广德语、弘扬德意志文化,更是重于服务国家外交、安全和经济利益,参与和影响全球化的建构。德国文化

外交近年来取得了积极效果，使得德国国际形象在恢复国家统一后逐渐摆脱“威胁论”、“强势论”，与法、英并驾齐驱，在欧盟和国际事务中发挥着积极的作用。^①但是相比之下，国内外针对中国的研究成果总体上不足。因此，本节着重对中国文化外交与国际形象建构的研究成果进行学术史梳理。

一 国内的研究现状

（一）单向成果不少，但系统交叉研究的专著尚无

文化外交、国家国际形象的研究比较集中在单向研究上。自冷战以来世界许多国家尤其是美、法、英、日等发达国家非常重视提升本国文化竞争力，大力开展文化外交。特别是美国著名学者约瑟夫·奈于20世纪90年代初提出“软实力”（Soft Power）概念后，国际上掀起一股研究文化软实力及文化外交的热潮。

中国的文化外交研究起步相对较晚，但发展势头强劲，且取得了不少研究成果。1993年王沪宁发表了论文《作为国家实力的文化：软权力》，文章论及了构成国家实力的六个因素，并且指出“文化作为国家实力的观点早被人们所注意”，并被视为“国家权力的基本支柱”。“文化不仅是一个国家政策的背景，而且是一种权力，或者一种实力，可以影响它国的行为”^②——王沪宁这一段精辟的论述影响至今。王沪宁的文章虽未对文化外交及其如何建构一国国际形象等问题进行论述，但却对以后国内学者开辟了一种新的研究领域和视角。李智2005年出版专著《文化外交——一种传播学解读》和论文《试论文化外交》，从跨文化国际传播的角度，探讨文化外交的内涵、外延及其地位与作用。李智把文化外交定义为“文化外交即是以文化传播、交流与沟通为内容所展开的外交，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”。^③作者在书中对美国、英国、法国、日本等国家的文化外交的特点及其成功的经验进行了论述，同时也对中国文化外交的发展历程和特点进行了较为详尽的论述。在论述中国文化外交的作用时提到了文化外交有助于让世界

① 孟虹：《服务于国家利益的德国文化外交》，《光明日报》2010年5月28日第8版。

② 王沪宁：《作为国家实力的文化：软权力》，《复旦学报》（社科版）1993年第3期。

③ 李智：《文化外交——一种传播学的解读》，北京大学出版社2005年版，第24页。

更好了解中国,消除国外媒体报道中国时对中国形象刻意进行“扭曲”、“丑化”所产生的负面影响,向世界展示一个客观、全面、良好的中国国际形象。但所占比重很少,还有进一步进行补充论述的空间。彭新良2008年出版的专著《文化外交与中国的软实力:一种全球化的视角》是近年来一部比较系统地阐述文化外交的著作。该书对文化、外交、文化外交的概念分别进行了界定,同时指出“媒介传播”和“对外文化交流”是国家开展文化外交的两种主要方式。在论述如何提升中国的国际形象时,作者提出需要“改革传播模式,不断创新和拓宽传播途径”。该书涉猎到文化外交对中国国际形象的塑造功能,即通过文化交流在潜移默化中向他国民众传播了中国文化,利用其柔性的一面更好地达到了宣传效果,有助于中国良好国际形象的建构和软实力的提升。

针对国际形象的研究,近年来国内的研究成果非常丰富,比较突出的有刘继南的著作《国际传播与国家形象》;刘继南、何辉等的著作《中国国家形象的国际传播现状与对策》;刘继南、何辉等的著作《镜像中国——世界主流媒体中的中国形象》。以上著作的作者都是传播学领域的学者,他们通过定量与定性、比较研究等研究手法,对20世纪90年代以来西方主流媒体(主要是世界主流印刷媒体、主流广播电视媒体、主流影视)上“外国人心中的中国国家形象及中国人形象”的演变和发展进行研究,勾勒出这段时期中国在西方媒体的国际形象总体上消极大于积极的现象,并分析了出现这一现象的深层次原因。但是,刘继南等认为,通过这些文化交流方式塑造的中国国际形象不仅让他们了解中国以前的辉煌,更重要的是让他们了解现在的中国,有助于他们消除对中国形象的误解和误读。^①孙有中的著作《解码中国形象》对1993—2002年十年间《纽约时报》和《泰晤士报》的中国报道进行定量与定向分析,介绍了两报中的中国国际形象及西方媒体对华报道的规律。作者在书中系统探讨了中国形象的定位问题,提出一套中国形象定位的指标并对如何改善中国国际形象提出了宏观对策。何辉、刘鹏合著的《新传媒环境中国国家形象构建与传播》一书中,作者介绍了媒介环境变化与国家形象演变之间的互动关系,并且介绍了新传媒环境中世界各国是如何进行国家形象构建的经

^① 刘继南、何辉等:《中国形象——中国国家形象的国际传播现状与对策》,中国传媒大学出版社2006年版,第280页。

验。在论述中国如何在新传媒环境下做好国家形象构建时，作者除了介绍中国政府行为方式，中国公民、团体对构建国家国际形象的影响和责任外，还着重强调了必须在新传媒环境中扩展传播渠道，创新传播技巧，尤其应重视文化交流在构建国家形象中的作用。另外，段鹏的《国家形象建构中的传播策略》、张昆的《国家形象传播》、胡晓明的《国家形象》、李正国的《国家形象构建》、周明伟主编的《国家形象传播研究论丛》、刘康的《国家形象与政治传播》、丁磊的《国家形象及其对国家间行为的影响》、吴友富的《中国国家形象的塑造和传播》、国家广播电视总局人事司和中国国际广播电台人事办公室主编的《国家形象对外宣传论文集》等成果，大量从传播学视角（包括跨文化传播和政治传播，研究者基本上是新闻与传播学领域学者）研究中国的国家形象问题，引起国内学界的重视。中国传媒大学和上海外国语大学还专门自设“中国国家形象研究”课题，体现了学术界对国家形象研究的重视。但是将外交学和传播学交叉融合研究的成果却没有实质突破。

（二）两者结合研究已经进入探索阶段

国内外有些学者已经将视角转移到国家形象建设与传播的有效路径上，其中就包括文化外交路径。研究对象比较集中于中国政府，重点是政府如何运用文化交流手段塑造中国国际形象的柔性的一面。国内学者倪建平的论文《中国在中亚文化传播和国家形象塑造》、《中国在非洲的文化传播和国家形象塑造》和杨鸿玺的论文《文化外交与国际形象塑造》，对文化传播与国家形象尝试交叉研究，对以后学者的研究具有借鉴意义。倪建平的论文《中国在中亚文化传播和国家形象塑造》描述了中美俄等国文化角逐中亚的现状，分析了中国文化在中亚传播所面临的不利因素，并提出了“加强文化传播，重塑文化大国”的应对措施。作者指出，中国要进一步加强同中亚国家的关系，不仅取决于不断深化的双边政治和经济关系，还要取决于中国能否在中亚实施成功的文化传播。中国要寻求和平发展，也必须通过在中亚的文化传播建构自身强有力的文化认同，树立起“和平中国”和“文明中国”的国际形象。^①倪建平的另一篇论文《中国在非洲的文化传播和国家形象塑造》，分析了中国在非洲进行文化传播的优势及挑战，提出了一些相应的应对措施。作者认为中国对非政策“不

^① 倪建平：《中国在中亚文化传播和国家形象塑造》，《对外传播》2006年第12期。

仅取决于自身的和谐文化建设，也与通过和谐文化传播来提升国家形象紧密关联”，“国家形象往往是对外传播和外交政策综合作用的结果，而文化对外交政策的作用也体现在蕴涵历史文化养分的外交风格之中”。^① 文章总结推论，扩大对非和谐文化传播，其主旨在于通过文化信息和价值观念的对外投射和相互流通，产生文化吸引力，建构起与非洲国家间友好身份的认同关系，进而在非洲各国民众心中塑造有和谐文化底蕴的良好国际形象。^②

中国台湾学者陈一新教授在《“文化外交”之内涵与实践》一文中把新中国成立后中国大陆地区的文化外交划分为三个阶段：开创阶段（1949—1966年），“文化大革命”严重干扰时期（1966—1976年），改革开放以来逐步发展与空前活跃时期（1978—今），并在文章中提及文化外交对改善中国的负面国际形象，提升中国软实力的作用，但并没有对各个阶段文化外交如何提升改善中国国际形象这一问题作进一步的研究和阐述。

最近的研究成果就是周丽娟所著的《对外文化交流与新中国外交》一书。作者对新中国成立至今（1949—2010）的对外文化交流对新中国外交的作用分为五个时间段进行探讨，其中侧重于研究五个阶段文化外交在维护和建构中国国际形象中发挥的作用。该书对文化传播、文化外交与国家形象进行交叉研究，取得了非常大的突破，对此领域的后续深化研究具有很大的借鉴意义。

二 国外研究现状

目前国外学者对中国文化外交的研究成果并不是很多，但也不乏有特色的成果。国外较早研究中国文化外交的学者哈本特·派森（Herbert Passin）1963年出版了专题研究中国文化外交的著作《中国的文化外交》（*China's Cultural Diplomacy*, Frederick A. Praeger, NY, 1963），书中介绍了新中国成立后到1960年间，中国通过各种文艺团体的出国访问、国家间人员的互访等形式文化外交活动，推动与其他国家的关系发展并且指出文化外交发挥了中国与其他国家建交的“先行官”的作用。除此之外作者在文中也提到了中国文化外交的另一个作用就是向其他国家民众展示一个

① 倪建平：《中国在非洲的文化传播和国家形象塑造》，《对外传播》2008年第1期。

② 同上。

“富有活力，团结统一”的中国国际形象。但作者并未就文化外交如何改善国家国际形象的这一问题进行更加详尽的探讨。美国学者威廉·E. 拉提夫 (William E. Ratliff) 在 1969 年发表的文章《中国对拉美的文化外交 1949—1960》 (*Chinese Communist Cultural Diplomacy toward Latin America, 1949—1960*)^①，作者对比了中国与印度在拉美第三世界国家的文化外交活动，并对这一时期中国文化外交的特点进行了总结，提到了中国对拉美开展文化外交是为获得其他国家的外交支持，但并没有把文化外交对这一时期中国国家形象的建构方面进行论述。这两部作品都是早期外国学者对中国文化外交进行研究的代表作，为后人的进一步研究累积了一些基础。

近年来外国学者对中国文化外交研究的著作开始多起来。美国学者王红樱 (Hongying Wang, 音译) 在其文章《国家形象打造与中国外交政策》 (*National Image Building and Chinese Foreign Policy*) 中探讨了 1954 年至 2002 年中国政府试图建构什么类型的国家形象、外国对中国的认知是否与中国自己的认知相一致、中国所设计的国家形象对其外交政策行为有何影响等问题进行了论述。其中也就中国在其他国家资助和组织文化活动方案以改善自己的国家国际形象进行了专门讨论。^② 美国学者乔舒亚·柯兰齐克 (Joshua Jurlantzick) 的专著《魅力攻势：中国的软实力是如何改变世界的》 (*Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World*) 则探讨了中国如何鼓励国际文化交流、加大对外援助力度来提升自己的软实力，并成功通过软实力外交达到明显改善国际形象的效果。

但近年来外国学者侧重于研究“孔子学院”、“全球汉语热”^③，以及中国在国外举办的“文化年”、“文化周”等大型文化交流项目及其对提升中国软实力的作用。例如，一些学者在软实力理论视角下，把中国文化外交作为拓展中国软实力的一个重要手段，探讨中国如何利用文化外交在

① William E. Ratliff, "Chinese Communist Cultural Diplomacy toward Latin America, 1949 - 1960", *The Hispanic American Historical Review*, Vol. 49, No. 1 (Feb., 1969) .

② Deng Yong & Wang Feiling, ed., *China Rising: Power and Motivation in Chinese Foreign Policy*, Rowman & Littlefield Publishers, INC., 2005, pp. 73 - 97.

③ 主要成果可以参见 1. Cultural Diplomacy Outlook Report 2011: Institute Cultural Diplomacy, <http://www.culturaldiplomacy.org/>. 2. James F. Paradise, China and International Harmony: The Role of Confucius Institutes in Bolstering Beijing's Soft Power, *Asian Survey*, Vol. xlix, No. 4, July/August 2009. 3. Lye Liang Fook, China's Media Initiatives and Its International Image Building, *International Journal of China Studies*, Vol. 1, No. 2, October 2010 .

世界各地提升中国软实力。博尼·格拉瑟 (Bonnie S. Glaser) 和 莫里萨·莫菲 (Melissa E. Murphy) 合著的《具有中国特色的软实力》(*Soft Power with Chinese Characteristics*) 一文中把中国的文化外交作为提升中国软实力的一种手段进行探讨, 作者把中国在全球设立“孔子学院”传播中国语言和文化作为中国文化外交的最主要方式, 用这种大型的文化交流项目提升中国的国际形象和软实力。托马斯·拉姆 (Thomas Lum)、维尼·莫雷森 (Wayne M. Morrison) 和布鲁斯·旺 (Bruce Vaughn) 合作完成的论文《中国在东南亚的软实力》(*China's "Soft Power" in Southeast Asia*), 总结认为, 中国在东南亚国家开展软实力外交, 具有“传统文化”和“亚洲价值观念”等方面的优势。作者指出中国在东南亚国家中开展文化外交有助于塑造和传播中国热爱和维护地区和平的国际形象, 能够增强在这一地区的影响力, 更好的维护国家利益。亚当斯·伯多莫 (Adams Bodomo) 的文章《中非关系: 对称性, 软实力和南非》(*Africa-China Relations: Symmetry, Soft Power and South Africa*) 和珍妮芬·库克 (Jennifer G. Cooke) 的文章《中国软实力在非洲》(*China's Soft Power in Africa*), 都把中国对非洲各国开展文化交流作为提升在该地区软实力的重要手段来分析。通过在非洲国家设立孔子学院, 传播中国的语言和文化; 开展各种教育文化交流活动, 主要是扩大吸收非洲学生来华求学; 加强人员间往来, 特别是在非洲的中国商人, 他们在与非洲各国民众直接接触和交流过程中, 传播中国语言和文化, 以此来提高中国文化影响力和国家软实力。

第三节 研究的目的是意义

进入 21 世纪以来, 伴随中国的全面崛起, 一些西方国家依仗其媒体话语优势, 利用中国国内发展中出现的问题, 对中国国际形象进行肆意歪曲, 严重影响中国国际声誉。但是就此问题的本质和应对方式的探讨, 国内学者多从技术层面提出对策, 而比较少从文化层面分析问题, 更缺少从文化外交路径提出长远对策。为弥补这一缺憾, 特著此书, 研究目标立足以下几点: (1) 通过历史与现状的透析, 从理论层面揭示国际形象正在成为权力政治的重要来源, 成为影响国际关系的重要变量, 因此形象政治必将成为国际关系学术领域愈加重要的研究对象; (2) 以英、美、加、日等国为分析对象, 研究西方国家在驾驭形象政治和以文化外交手段建构、

修复国际形象的经验和不足，为中国认识形象政治的内涵和现实意义以及熟悉西方国家形象政治的本质特征提供帮助；（3）以中国国际形象在西方社会的变迁轨迹为分析样本，探索文化因素在其中的正反两方面的作用，继而深化文化外交对国际形象的柔性建构功能的认识，试图通过外交学和传播学交叉融合研究，探索国际关系中新的研究取向；同时为中国突破所面临的形象困境，营造良好的国际环境提供有效的对策。

本书具有一定的理论价值。第一，将国际关系中的软实力、文化国际主义、建构主义和传播学的形象传播和跨文化传播等相关理论结合研究，梳理出形象、观念与利益之间的内在逻辑联系，从而丰富和发展国际关系学科中的形象政治理论研究。第二，重点探讨文化外交对国家国际形象的柔性建构功能以及增进国际公众对本国的了解和培养好感度的重要作用，从而丰富文化与传播、文化与国际关系的理论研究。第三，文化外交要达到影响国家形象建设的功效，其中一个重要变量就是如何实现“跨文化传播”，通过中国对美国、欧洲的具体实践以及中国在海外开展“欢乐春节”等案例分析，可以深化文化外交和国际形象建构中的跨文化理论研究，为中国进一步有效开展此项工作提供理论支持。

本书研究的问题其现实意义亦十分突出，具体表现在两个方面。第一，透视西方几个有代表性的国家在文化外交与建构国际形象领域中所展现出来的手段、方法、路径、成效和问题，同时总结中国 60 余年来在运用文化外交手段建构国际形象方面的经验和不足，对今后中国借鉴他国经验、创新思路更好地提升自身的形象建构能力具有现实参考价值。第二，后金融危机时代中国的“崛起”之势对西方社会近两百年来对中国抱有的心理定势造成巨大冲击，导致“树大招风”。所谓“中国傲慢论”在西方国家不断出现，它对中国的国家利益构成威胁，以文化外交为柔性手段向世界传播一个客观、可亲的形象，这一对策研究对中国未来外交工作和国际形象的建构非常必要，其研究成果对中国如何更好地赢得国际社会的人心与思想，从而推进中国和平发展战略的顺利实施，具有重要的实践价值。

第四节 研究思路方法、内容与努力方向

一 研究的基本思路

本书以新中国成立以来，尤其是改革开放 30 余年间中国政府在形象定