

文化外交专题

# 跨文化传播语境下文化外交的有效路径

## ——基于日本在拉美开展文化外交的案例分析

赵 晖

**内容提要：**进入21世纪，中拉合作进入全方位、宽领域、多层次的新发展阶段，经贸领域的相互依赖程度日益加强。然而，拉美晴雨表的调查结果显示，拉美民众对中国的好感度与相互间紧密的经贸关系并不相称。与此相比，尽管日本与拉美间的贸易和投资合作明显低于中拉合作水平，但拉美民众对日本的好感度却一直较高。究其原因，依托于当地日裔社团的文化人才储备战略和立体式文化交流网络是日本开展对拉文化外交的“秘密武器”。在“编码—二度编码—解码”这一跨文化传播链条中，日本通过打造高效传播中介，最大限度地减少了传播过程中信息的损失或扭曲，为拉美民众呈现了更接地气、更能引发共鸣的日本文化产品，从而潜移默化地影响了拉美民众对日本及其对外政策的价值判断。借鉴日本经验，中国或可在“侨务公共外交”基础上，制定以华裔为主要对象的文化外交战略：建立中国移民博物馆，帮助华裔建立“集体身份认同”；建立华裔文化人才库，在华裔群体中培养“文化推手”；建立市场化的文化传播平台，提供“一站式”文化体验。

**关键词：**文化外交 跨文化传播 侨务公共外交 中拉关系 日拉关系

**作者简介：**赵晖，新华社国际部主任编辑，中国社会科学院研究生院拉美系博士研究生。

**中图分类号：**G125 **文献标识码：**A

**文章编号：**1002-6649 (2018) 05-0111-14

自古以来，文化就是国家对外交往中不可或缺的重要组成部分。二战后，随着全球化的不断发展以及国家间相互依存程度的日益加深，在国际关系领域，以文化为内核的“软实力”竞争逐渐取代了以军事为基石的“硬实力”较量。美欧等发达国家也相继出台了文化外交战略，希冀借助文化手段，潜移默化地影响他国受众，继而影响他国外交决策。尤其是“9·11”事件后，全球非传统安全风险激增，文化隔阂带来的文明冲突问题益加严峻，这也更加凸显了文化外交的重要性。

## 一 跨文化传播语境下的文化外交与中日对拉文化外交的差距

跨文化传播是文化外交的显著特点之一。由于文化外交的主体和客体之间往往存在着较大的语言文化差异，因而在从“编码”到“解码”的传播链条中，“二度编码”这一环节必不可少。文化外交的作用过程实际上就是无数个“编码—二度编码—解码”的传播过程的总和，其有效性在很大程度上取决于跨文化传播语境下信息传递的有效性。通过考察日本在拉文化外交的成功做法，或许可以部分解释为什么拉美民众对华和对日好感度存在一定差异。

### （一）跨文化传播语境下的文化外交

目前，国内外学术界对文化外交的研究方兴未艾，但尚未形成完整的理论框架。中国学者李智认为，文化外交是以文化传播、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。<sup>①</sup>美国学者理查德·阿恩特认为界定“文化外交”最好的方式就是以“文化关系”为参照加以区分。在他看来，“文化关系”是在没有政府参与的自然状态下有机地发展起来的跨国文化交流，而一旦有为政府工作的外交人士介入，并试图引导和改变自然状态下的跨国文化交流以满足国家利益时，“文化关系”就变成了“文化外交”。<sup>②</sup>

“公共外交”是另一个经常被用来区别“文化外交”的学术概念。新西兰学者西蒙·马克认为，“文化外交”是“公共外交”在跨国文化交流领域的一

<sup>①</sup> 李智：《试论文化外交》，载《外交学院学报》，2003年第1期，第83页。

<sup>②</sup> Richard Arndt, *The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*, Washington D. C. : Potomac Books, 2006, pp. xviii.

个子集。就内容和形式而言，“公共外交”比“文化外交”更为宽泛，涵盖了涉及官方媒体、公共关系等非文化领域的其他外交实践。<sup>①</sup>中国学者胡文涛则指出，“文化外交”和“公共外交”之间的区别还在于前者关注长远利益，以增进相互理解为战略目标，而后者追求短期效应，注重价值取向灌输，功利性强。<sup>②</sup>

尽管国际学术界尚未给出文化外交的权威定义，但国内外学者在文化外交的参与主体、运作机制、行为目标等核心要素上意见趋同。文化外交的参与主体既包括政府，也包括政府所支持的非政府组织和个人，而参与客体主要为对象国民众。运行机制则是以长期的、由政府参与的文化交流活动为媒介拉近与对象国民众的距离，在对象国民众中提升本国国家形象。行为目标也非常明确，通过获取对象国民众和舆论支持，保障本国外交政策的实施，并积极影响他国外交决策，从而维护本国国家利益。

文化外交的一个显著特点就是跨文化传播。文化外交的主体和客体对应的是跨文化传播中的传者和受者，由于不同文化构成不同语境，在传者和受者之间建立传播链条需要经过一个对传播内容进行重新编码和解码的过程，而这一过程中，也不可避免地出现信息损失或信息扭曲等现象。因而，文化外交的有效性在很大程度上取决于跨文化传播语境下信息传递的有效性。

英国文化研究理论大师斯图亚特·霍尔认为，事物本身并没有意义，而是人们通过概念和符号等表征系统，为世界万物建构了意义。意义的生产依赖于诠释的实践，而这一实践又依赖于人们能动地使用符码进行编码，即将事物编入符码，以及靠另一端的人们对事物所指代的意义进行翻译或解码。<sup>③</sup>

霍尔的“编码—解码”理论较好地解释了文化传播的机理，即传播者使用编码生产信息，通过一定的传播媒介传递给接受者，后者通过解码接收信息，并作出接受、部分接受或拒绝接受的判断。霍尔进一步指出，编码者和解码者所使用的符码集合并非是完全对称的，因此信息在传播链条两端的传者和受者之间缺乏“等值性”，从而导致“扭曲”和“误解”等现象的发生。<sup>④</sup>而这种非对称性和非等值性，则是由编码者和解码者在意识形态、知识

<sup>①</sup> Simon Mark, *A Greater Role for Cultural Diplomacy*, Clingendael, Netherlands Institute of International Relations, 2009, p. 15.

<sup>②</sup> 胡文涛：《解读文化外交：一种学理分析》，载《外交评论》，2007年第3期，第57页。

<sup>③</sup> Stuart Hall (ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage, 1997, pp. 25 - 62.

<sup>④</sup> Stuart Hall, “Encoding/Decoding”, in Simon During (ed.), *The Cultural Studies Reader*, New York: Routledge, 1993, pp. 93 - 94.

结构、思想认识等方面的差异性决定的。

在跨文化传播中，由于编码者和解码者所使用的符码集合差异性更为明显，符码之间还需要翻译，因此，原先在同一语言文化下、由“编码—解码”构成的传播过程就被扩展为“编码—二度编码—解码”的传播过程，即传播者编码，传播中介将所接收到的信息进行解码后二度编码，最终的接收者再对二度编码的信息进行解码。

随着传播链条的延长以及二度编码的出现，传播的有效性在很大程度上取决于传播中介能否在不同文化符码之间架起沟通桥梁和纽带，以最大限度地减少二度编码中有效信息的损失或扭曲。一种理想状态是，传播中介能够在对原始信息进行解码并二度编码之前直接参与到原始信息的生产中。换言之，传播中介不仅仅是“二度编码”的参与者，同时也参与到“二度编码”之前的“编码”以及“二度编码”之后的“解码”环节，从而贯穿信息生产和传播的全链条。这样一来，就可以最大限度地降低不同语言文化的差异性干扰。

具体到文化外交，由于其主体和客体存在于不同的文化语境下，文化外交的作用过程实际上就是无数个“编码—二度编码—解码”的传播过程的总和。在这一过程中，传播中介的作用至关重要，人才和平台缺一不可。一是因为文化外交的主体国需要在客体国设立能够开展长期文化交流活动、为实现主体国文化外交目标服务的传播机构；二是因为主体国还需要培养一批对主体国和客体国所承载的两种文化较为熟悉且有意愿为主体国文化外交利益服务的传播群体。

## （二）中日对拉文化外交的差距

依循跨文化传播的视角，亚洲国家对拉美开展文化外交面临着类似的难题：相距遥远、语言不通、文化差异明显。拉美文化本质上是在其殖民历史过程中形成的一种独特的、西方文化占据主导地位的混合文化，或者说，拉美是一个主要受西方思想和价值观主导的地区。<sup>①</sup>而中国和日本同属东亚文化圈，在饮食习惯、宗教信仰、价值取向等诸多方面均与以西方文化主导的拉美文化具有内在的差异性和相斥性。这些文化隔阂导致拉美与亚洲国家之间存在较高的认知障碍，构成了跨文化传播中最难逾越的障碍。

拉美著名民调机构拉美晴雨表几乎每年都会公布拉美民众对包括中国、

<sup>①</sup> 郭存海：《中国的国家形象构建：拉美的视角》，载《拉丁美洲研究》，2016年第5期，第55-56页。

日本在内的世界主要国家的好感度调查。与拉美的近邻美国和拉美大多数国家的前宗主国西班牙相比，拉美民众对中国和日本的认知度偏低。2000—2015年期间，拉美晴雨表分别就“你如何评价美国”“你如何评价西班牙”“你如何评价日本”“你如何评价中国”进行了调查，共有6个选项，包括“很好”“好”“差”“很差”“不了解”“不回答”。拉美民众被问及“你如何评价美国”时，仅有平均8.7%的人表示“不了解”美国，这反映出美国文化在拉美民众中有很高的认知度和辨识度。与之相比，拉美民众对西班牙的认知度明显下降，平均18.5%的受访民众表示“不了解”西班牙。而表示“不了解”日本和中国的比重分别为21.5%和23.9%，比“不了解”美国的比重高12.8个百分点和15.2个百分点（见图1）。这说明中国和日本在对拉跨文化传播中面临不小的挑战。

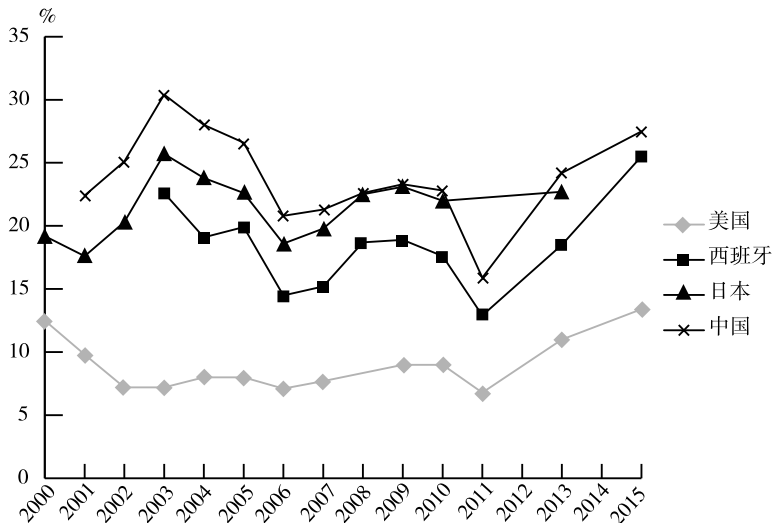


图1 拉民众对区外大国认知度比较

资料来源：根据拉美晴雨表（Latinobarómetro）2000—2015年调查数据绘制。http://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp。[2018-03-10]

尽管在认知度上中国和日本可谓是“伯仲之间”，但如果从好感度上来看，日本则表现出明显的优势。2001年，57.4%的拉美民众表示对中国怀有好感（选择“很好”和“好”两项的总和），此后数年这一指标呈波浪式起伏，2011年达到最高值64.9%，但之后便再次回落并于2015年降至49%。与此同时，对中国表示反感的拉美民众比重（选择“差”和“很差”两项的总和）虽有波动，但幅度偏小，年平均值为18.7%，峰值为2013年的

23.3%。与中国相比,拉美民众对日本怀有好感的比重相对较高,年平均值为63.4%,比中国的54.6%高出了近9个百分点,而对日本怀有反感的比重相对较低,年平均值为12.6%,比中国低了近6个百分点(见图2)。

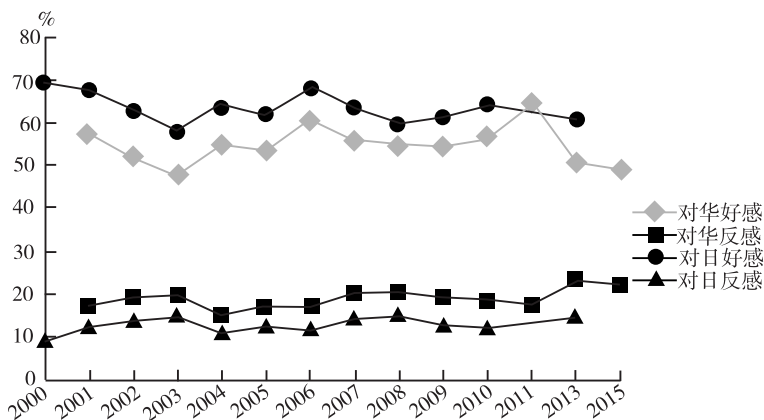


图2 拉美民众对中日好感度比较

资料来源:根据拉美晴雨表(Latinobarómetro)2000—2015年调查数据绘制。<http://www.latino-barometro.org/latOnline.jsp>. [2018-03-10]

另外一个有意思的现象是,2001—2010年间,拉美民众对华好感度的波动曲线与拉美民众对日好感度的波动曲线非常近似,几乎同步涨跌。但与此相对的是,这一期间,由于中拉经贸合作发展迅猛,中国逐步取代日本成为拉美在亚太地区的第一大贸易伙伴,且差距越拉越大。2002年,日本和中国在拉美对亚太地区出口中的比重非常接近,均占三成左右,但到了2010年,中国的比重猛增至55%,而日本的比重则跌至18%。<sup>①</sup>

此外,随着中国成为不少拉美国家的第一大或第二大贸易伙伴国,拉美对华认知的需求和供给之间的矛盾不断凸显,拉美民众对中国和中国文化存在的一些固有偏见和错误认知被不断放大,诸如“中国威胁论”“中国殖民论”的提法也时常见诸拉美报端,对中国的国家形象造成一定的负面影响。

由此可见,无论是从时间轴上的纵向比较,还是将中国和日本进行横向比较,中拉经贸关系和拉美民众对华好感度之间存在着明显的“错位”现象。一方面,随着时间的推移,持续紧密的中拉经贸关系并没有直接带来拉美民众对华好感度的明显提升。另一方面,虽然中国和日本在拉美对外经贸格局

<sup>①</sup> SELA, *Las Relaciones Económicas de Japón con América Latina y el Caribe. Nuevos Senderos de Crecimiento y Países Emergentes*, Caracas: Secretaría Permanente del SELA, 2013, p. 79.



中的地位一升一降，拉美民众的对华好感度和对日好感度之间的差距却鲜有变化。这种反差说明，尽管中国和日本在培养拉美民众对华（对日）好感度方面都面临着相似的跨文化传播障碍，但日本开展对拉文化外交的成效好于中国，且受经济指标影响较小。

诚然，影响拉美民众对华好感度的因素多种多样，本文试图仅从跨文化传播的视角，以日本对拉文化外交的行为主体和传播机构为考察对象，寻找日本政府培养拉美民众好感度的有效路径。

## 二 日本对拉文化外交的推手与立体网络

为甩掉二战“侵略国”和“战败国”的身份，日本在经济腾飞后对文化外交非常重视，也积累了不少成功经验。一方面，日本政府高度重视发挥日裔社团在文化外交中的主体作用，另一方面，积极搭建面向普通民众的文化外交平台。文化人才储备战略的实施、立体式文化交流网络的建立，使得日本在“编码—二度编码—解码”这一跨文化传播链条中，拥有了较为高效的传播群体和传播机构，能为拉美普通民众提供更接地气、更能引发共鸣的日本文化产品，从而潜移默化地提升他们的对日好感度。

### （一）日本对拉文化外交的推手

1996年，日本政府公布实施《21世纪文化立国方案》，提出“文化立国”口号，明确将文化产业确定为与工业同等重要的国民经济基础产业。日本希望通过扩大国际文化交往，建构其作为文化大国的国家身份。安倍政府更是大力推行“酷日本”战略，希望以文化产业振兴低迷的日本经济，并增强日本软实力。受此影响，以动漫为代表的日本文化在拉美有不少拥趸。每年，巴西的圣保罗、阿根廷的布宜诺斯艾利斯等拉美主要城市都会举办规模盛大的动漫节。这些动漫节甚至成为当地非常重要的文化品牌，吸引了大量来自世界各地的日本动漫爱好者。

日本文化在拉美的“走红”，不仅与日本政府不断向外输出文化产品的做法密切相关，更为重要的是，在拉美还有一批不遗余力推广日本文化的日裔群体。他们不仅熟悉拉美文化，在日本政府的有意培养下，对祖籍国的文化也产生了好感并能够在两种文化间自如切换。他们成为“编码—二度编码—解码”的跨文化传播链条中至关重要的传播中介，是日本对拉文化外交中不可或缺的“文化推手”。

据日本公益财团法人海外日系人协会公布的统计数据，全球范围内共有大约380万“海外日系人”（在海外永久居住的日本人及其子孙后代），其中190万在巴西，是日本在海外规模最大的日裔社团。拉美地区“海外日系人”排在第二、三位的分别是秘鲁和阿根廷，各有10万和6.5万人。<sup>①</sup>由于日本政府统计的“海外日系人”一般只到第四代，而在一些移民历史超过百年的拉美国家中，日裔后代已经到了第六代、第七代，因此，“海外日系人”的实际人数要多于官方统计人数。其中，一部分“海外日系人”是日本对拉文化外交的积极参与者和推动者。这与日本特殊的移民史以及日本政府重视培养“文化推手”的文化战略密不可分。

第一，日本特殊的移民史确保了移民初期日本文化在拉美国家扎根并在社团内部传承。19世纪末20世纪初，由于国内人口压力的增大，日本先后与墨西哥、秘鲁、巴西、阿根廷等拉美国家签订移民协议，开始了由政府主导的大规模“集体移民”。以巴西为例，1924年，日本国会提出向巴西移民的新政策，允许日本政府和私人公司联手向巴西购买土地，建立殖民地，安置日本移民。1929年，巴西殖民公司在圣保罗成立，成为日本政府在殖民地的代表，以特许公司身份对购买的殖民地和移民社区进行监督和管理。日本政府还在移民社区大量建立学校、医院等公共设施，增强凝聚力和向心力。

二战爆发前，尽管日本移民已经有了第二代、第三代，但他们基本上是说日语的，只不过这些日语中夹杂了一些葡萄牙语或西班牙语的语言习惯；从事职业主要为农业，绝大多数聚集在农村，比如在巴西从事农业生产的日裔人口高达90%以上，而城市中的小商业经营者也往往以家庭为单位，这导致日裔的自我雇佣率高达81%；异族通婚率也非常低，1908—1942年间，第一代和第二代日本移民的异族通婚率仅为2%和6%。<sup>②</sup>这延缓了日本移民与当地社会融合的进程，为日后巴西国内出现的排日浪潮埋下了隐患。但与此同时，日裔社团的封闭性保证了日本文化传统的传承和传播，最大限度地日裔群体内保留了日本传统文化基因，避免了过早被当地文化所同化的命运。

第二，二战期间日拉关系的破裂倒逼日裔社团经历了从被动融入到主动融合的过程。二战爆发后，在拉日裔社团的生存状况出现了严重恶化。尤其

<sup>①</sup> 参见“公益财团法人海外日系人协会”官网。<http://www.jadesas.or.jp/en/aboutnikkei/index.html>。[2018-03-10]

<sup>②</sup> 刘兆华、祝曙光：《二战前拉美日裔同化与融合的制约因素——以秘鲁和巴西为例》，载《史学月刊》，2008年第8期，第108-109页。



是珍珠港事件爆发后，迫于美国压力，拉美国家对外宣布与日本断交或向其宣战，对内则加大了对当地日裔群体的限制和打击，出台了关闭日裔学校、解散日裔社团、没收日裔人士财产、勒令停发日报日刊、禁止公共场合说日语、将上千名日本侨民遣送到美国看押等一系列仇视政策。由于与日本政府的联系被完全切断，日裔群体迫于生计，不得不走出自己的“小圈子”，被动融入当地社会，以期获得更大生存空间。

二战结束后，随着日拉关系的缓和以及日本对拉移民计划的重启，日裔群体在拉美国家的正当权益得以逐步恢复。此前接二连三的排日浪潮，令日裔群体充分意识到融入当地主流社会并争取参政议政机会的重要性。经过几十年的发展，日本后裔与当地社会融合度不断提高，遍布各行各业，在政界、商界、学界等领域均涌现了不少精英人物，社会地位有了显著提高。尤其在秘鲁和巴西政界，日裔掌握着一定的话语权，不仅推动了双边关系的稳定发展，同时也是日本开展文化外交的有力支撑。此外，在历史、文学、音乐、体育、美术等文化领域，日本后裔也是人才辈出，颇有建树，在跨文化传播领域发挥着极其重要的桥梁作用。

第三，日本政府的有意挖掘和扶持催生了大量了解双方文化并愿为日本文化外交服务的“文化推手”。日本政府高度重视对“文化推手”的挖掘和培养。借助拉美众多的日裔社团，日本政府在当地政界、商界、学界、新闻界积极物色可资培养的日裔后代，通过授予“拉美日裔领军人物奖学金”等方式，资助这些未来的“文化推手”赴日本深入学习和了解祖籍国的政治、经济、文化等，接续和强化文化纽带，培养其传播日本文化的责任感。一个突出的例子是，日本政府培养了一大批在当地有一定影响力、致力于日本海外移民史的历史学家，借助其学术研究成果，推动了在拉美多国设立日本移民博物馆。此外，在阿根廷等国还有为数不少的民间广播电台，创办者多为受日本政府资助的日裔后代，以推广日本文化为己任。

作为日本文化输出的重要顾问，这些“文化推手”为日本政府的文化外交提供了强大的智力支持。“文化推手”了解当地民众的艺术兴趣和欣赏水平，懂得如何抓住双方文化的契合点以及如何确保输出到当地的文化活动更接地气、更能引发共鸣，从而减少在“编码—二度编码—解码”这一跨文化传播过程中的有效信息损失或扭曲，起到“润物细无声”的积极作用。

## （二）日本对拉文化外交的立体网络

日本政府在推行文化人才储备战略的同时，还与日裔社团共同搭建了一

个立体的文化交流网络，作为跨文化传播中重要的传播平台，直接为文化外交服务。这一立体网络由市政平台、私营平台、展会平台这三大平台构成，互相促进、互为补充，增加了日本文化传播的丰富度和有效性，对于拉近拉美普通民众与日本和日本文化之间的距离发挥了至关重要的作用。

第一类平台是市政平台。主要是由当地日裔社团在日本政府资助下修建并捐赠给当地政府的公共设施，如阿根廷首都布宜诺斯艾利斯的日本花园、巴西圣保罗市伊比拉布埃拉公园内的日本馆等。这些公共设施被当地州政府和市政府列入重点旅游景点后，其知名度和游客流量大幅提升。值得注意的是，这些公共设施虽被纳入当地市政平台，但运营方仍为日裔社团，可自主开展文化传播活动。如阿根廷的日本花园由阿根廷日本文化基金会负责运营，一年四季文化活动不断。这些文化活动以传播日本文化为宗旨，既有展现日本传统文化的书法、茶艺、坐禅、空手道、日本舞蹈等表演，也有深受当地人喜爱的插花、盆景、折纸、动漫真人秀等互动活动。日访游客量最高曾达到12万。2012年起，阿根廷日本文化基金会还组织面向阿根廷人的日本文化旅游，每年一次，每次15天，通过以文化为主题的旅游项目让阿根廷民众加深对日本本土的了解和好感。

第二类平台是私营平台。主要指当地日裔社团筹资设立的、向全体公众开放的日本文化中心。这些日本文化中心大多由日裔社团的活动中心改建或扩建而成，以私营方式举办各类语言文化培训班、组织“日本文化周”等免费文化活动，向当地民众积极传播日本文化。以位于秘鲁首都利马的秘鲁日本文化中心为例，这座占地面积为1万平方米的10层大楼始建于1967年，是秘鲁日本协会的所在地。该中心每年开展的各类文艺演出在300场左右，绝大多数向普通民众免费开放。这些文艺演出既有符合当地受众审美观的本土音乐、舞蹈，也有从日本国内邀请过来的演出团体传播日本流行文化和高雅文化，间或也有一些当地接受程度较高的日本传统文化展示，比如茶道、武士道等。秘鲁日本文化中心还开设了290多项培训课程，完全与市场接轨，有些课程不仅与日本文化密切相关，比如日语、花艺、厨艺、动漫等，而且就业导向也非常明显，深受当地民众欢迎。

第三类平台是展会平台。主要指当地日裔社团举办的一年一度的大型文化活动，或全面宣介日本传统文化，或以动漫、美食、电影等某种形式的日本文化为主题。这些大型文化活动将文化传播与展会经济无缝对接，通过展会将当地民众吸引到现场，潜移默化地传播日本文化中最具吸引力的元素，

突出文化融合，拉近双方距离。以圣保罗日本文化节为例。该文化节由巴西日本都道府县人会联合会主办，是日本在海外规模最大也最有影响力的文化节，每年吸引的游客数量在15万~20万之间。2002年，日本文化节被列为里约州政府对外推介的旅游品牌，2004年被里约市政府列入官方活动日程表。2017年的日本文化节吸引了300个参展商，集合了在巴西的主要日本企业，也包括一些销售日式美食、日本工艺品的当地小微企业。作为主打特色，主办方在3天的会期里安排了近百场日本文化演出，日本传统元素和流行元素穿插其中，包括日本47个都道府县的美食制作展示、巴西日裔小姐总决赛、日本太鼓表演、日本动漫真人秀等。此外，针对当地市民对花艺和茶文化的喜爱，还设有专门的花艺和茶道展示区。

在这个以普通拉美民众为主要对象、以开展文化外交为主要内容的立体网络中，日裔社团、日本政府和日本企业逐渐形成了“一个台前、一个幕后、一个出钱”的合作机制。尽管日裔社团财务上是独立的，与日本政府不存在直接的利益关系，但在邀请日本演出团队、协调当地政府和媒体关系等方面仍需得到日本使领馆和日本政府的大量帮助。而日裔社团组织的几乎每场文化活动，日本使领馆也会积极参与其中给予支持。

从历史上看，日裔社团与日本政府之间的合作关系并不是一成不变的，而是经历了从利益关系到合作关系的转变。第一阶段，当日本移民初到拉美时，为帮助他们尽快适应新环境，日本政府出资买地、援建学校医院等；第二阶段，随着日本移民逐步完成原始资本积累，日本政府从援助转为协助，根据日裔社团的实际需要，单方面提供相应协助，比如建设日本文化中心、日本移民博物馆等；第三阶段，日本政府的援助逐渐降至最低水平，不再单方面提供协助，而是按照双方需求寻找合作机会，比如通过向日裔后代提供留学、就业以及反向移民等优惠政策，推动日裔后代“日本化”。

值得一提的是，在拉美多国，建立日本移民历史博物馆成为当地日裔社团对内增强文化认同、对外传播日本文化的“标配”。其中，巴西日本文化福祉协会管理的日本移民历史博物馆规模最大，总面积为1250平方米，占据了3层楼，陈列的日本移民物品多达9.7万件，系统展示了日本移民在巴西的发展史。博物馆内还有一套电子查询系统，日裔后代只要输入先辈的名字，就能查询到先辈是哪年乘坐哪条轮船抵达巴西的。协会还设有一个单独的历史资料馆，收藏尚未展出的文件和物品等，供学术研究使用。

### 三 日本对拉文化外交的启示

综上所述,依托于当地日裔社团的文化人才储备战略和立体式文化交流机构,日本高度重视面向普通民众的文化交流活动,将“文化牌”和“草根牌”巧妙结合,积极发挥传播中介在跨文化传播中的桥梁作用,以达到事半功倍的效果。与日本重视在拉美日裔群体中培养“文化推手”并依托当地日裔社团建立“常设性”文化传播机构的成功经验相比,中拉跨文化传播链条中传播中介的局限性仍较为明显,其有效性有待进一步提高。

不可否认,中国在对拉文化外交实践中也非常重视传播中介的作用,围绕“侨务公共外交”<sup>①</sup>做了大量工作,起到了增加中拉民间相互认知的积极作用。但遗憾的是,理应在“侨务公共外交”中“挑大梁”的华人社团不仅缺少能够自如对接双方文化、找到最佳契合点的“文化推手”,而且也缺乏有影响力的、保持较高辐射频率的文化传播平台,导致输出的文化产品所承载的有效信息在跨文化传播中更容易受到差异性干扰,出现较大损失甚至扭曲,从而使得文化外交的努力大打折扣。参照日本经验,解决这一问题的关键在于,要清醒认识到侨胞与华裔在文化外交中的不同作用,进一步激发华裔群体参与中国对拉文化外交的主动性和创造性,利用他们在二度编码中的天然优势,打通中拉跨文化传播中的认知壁垒,提高跨文化传播的有效性。

华裔群体的优势主要体现在三个方面。第一,华裔在人数上占优。据不完全统计,截至2014年,在整个拉丁美洲和加勒比地区的33个国家中,华侨华人总数约有121万人(不包括华裔和混血的中国人),其中巴西25万、委内瑞拉20万、巴拿马17万、秘鲁10万、阿根廷10万,等等。<sup>②</sup>而据中国海外交流协会预估,拉美有华裔和华侨华人共约600万人,其中混血华裔400万~500万人。<sup>③</sup>第二,华裔更热心文化事业。大多数第一代移民为了在当地站稳脚跟而全力在商业领域打拼,有的还抱着海外挣钱回国花的打算,这样

<sup>①</sup> 2011年,时任国务委员戴秉国在全国侨务工作会议上首次提出“侨务公共外交”的概念,时任国务院侨办主任李海峰也在大会上指出,“十二五”时期,要“以‘以侨为桥——沟通中国与世界’为主线,加强侨务公共外交”。

<sup>②</sup> 杨发金:《拉美华裔华人的历史变迁与现状初探》,载《华侨华人历史研究》,2015年第4期,第39页。

<sup>③</sup> 朱慧玲:《拉丁美洲侨情现状与特点》,载《八桂侨刊》,2005年第4期,第64页。

的暂居客心态导致其对融入当地社会、推动文化交流的积极性不高或有心无力，很难直接充当文化传播的使者。而出生在当地的华裔，得益于家庭环境 and 教育背景的大幅改善，职业选择范围更广，对门槛较高的文化事业也更有兴趣。第三，华裔更了解当地社会情况。与第一代移民相比，从小成长在当地文化氛围下的华裔，对于当地民众的文化习惯、兴趣爱好、欣赏水平更为了解和熟悉，可以作为文化交流活动的重要桥梁，对文化交流活动的主题、内容及形式能提出更接地气、更具针对性的建议，增强跨文化传播的有效性，为文化外交大局服务。

然而，把在拉华裔所具有的天然优势转换为文化外交的实际推动力，还面临着一个最主要的障碍：华裔对华认同度偏低。由于一些历史、政治、文化等方面的原因，与日裔相比，华裔与中国的联系明显较弱，不少华裔身上已经很难找到与中国和中国文化相关的印记。为激发华裔群体在“编码—二度编码—解码”跨文化传播链条中潜在的最佳传播中介作用，可参照日本经验，考虑下列“三步走”计划。

一是建立中国移民博物馆，帮助华裔建立“集体身份认同”。拉美多国的日本移民历史博物馆是日裔群体在异国他乡建立对日本的“民族认同”和“文化认同”的重要场所。此外，日本中央政府和各级地方政府、国际交流机构、知名大学等都有一些专门针对日裔的奖学金项目，并通过设立海外劳工信息和支持中心（CIATE）等日本政府资助的非营利性机构为“日二代”“日三代”提供赴日工作的信息和培训支持。近期，日本政府还准备将赴日就业的政策优惠放宽至“日四代”，预计每年将为数千名“日四代”赴日工作提供便利。这些做法对于建立和加深日裔对日本的“集体身份认同”有积极意义。

与之相比，中国在秘鲁等国的移民史比日本还要多50年，但在拉美却没有一家中国移民博物馆，因而缺少一个对华裔后代进行移民史教育、培养身份认同的重要平台。另一方面，不少拉美国家第一批中国移民居留的时间已经超过百年，相关的历史研究又很匮乏，因而有必要对拉美的中国移民史研究给予重点扶持，在当地华裔后代中培养一批历史学家，为建立中国移民博物馆提供智力支持。此外，随着在拉华裔对赴华求学、就业需求的增加，中国政府也可考虑制定相关的优惠政策，将现有的优惠政策从侨胞扩展至“华三代”或“华四代”。

二是建立华裔文化人才库，在华裔群体中培养“文化推手”。与日裔相



比，华裔在当地的就业渠道相对狭窄，多数仍集中在商业领域。这就需要中国政府有针对性地在华裔群体里寻找可以作为“文化推手”的“好苗子”，为其提供较好的成长空间，不断强化其与中国的文化联系，借助他们的社会基础，推动中拉跨文化传播和融合。通过建立华裔文化人才库，一方面可以针对个人制定相关的培养计划，另一方面又可有意地意识地为这些“文化推手”提供相互学习和沟通的平台，形成一个完整的“文化传播链条”。链条的一端是中国文化“走出去”，链条的另一端是拉美受众的积极反馈，而“文化推手”则是保证链条正常运转的“齿轮”，在保证文化传播的有效性和针对性的同时，还可发掘和开发既有中国特色又符合拉美当地审美的文化产品，以文化为突破口，拉近当地民众与中国的距离，赢得其好感。

三是建立市场化的文化传播平台，提供“一站式”文化体验。从日本的成功经验来看，为当地市民提供“一站式”文化体验的公共平台可以为促进民心相通、夯实民意基础“加分”。但除了建在拉美本土大学内的孔子学院外，中国仍缺少开放度较高的民间文化传播平台。尽管孔子学院开展了大量丰富多彩的文化传播活动，但其面临掣肘较多。其一，孔子学院是与当地大学合办的，决策机构里外方人员占多数，无论是经费使用还是活动组织都需要付出较高的沟通成本；其二，孔子学院的工作人员都是高校老师和志愿者，缺乏开展系统文化交流活动所需的文化资源和文化传播知识。因此，有必要在孔子学院之外，设立一些专门推广中国文化、促进两国文化融合的交流平台。

借鉴以日裔社团为依托的日本文化中心的成功经验，中国政府可考虑向华裔社团提供政策扶持，鼓励其建立中国文化中心，开展市场化经营，将针对当地民众的免费文化活动与收费培训活动紧密结合，为其提供可持续的“一站式”文化体验。此外，可以为这些海外中国文化中心提供“菜单式服务”，根据文化中心的具体需求，派驻文化演出团组、派遣专业培训老师等，实现中国文化产品“供给端”和“需求端”的高度匹配。

(责任编辑 高涵)