

## 俄羅斯“中國年”的公共外交成效評估

中國網 china.com.cn 時間： 2011-09-07 16:55 發表評論>>

2007年在俄羅斯舉辦的“中國年”可謂中俄間別開生面的公共外交，是兩國共用理念——“世代友好、永不為敵”的實踐。雖然不能指望辦一次“中國年”就能改變某些俄羅斯人對中國的負面看法，但它至少有助於提升中國的正面形象，俄羅斯人也對兩國的未來趨於樂觀。中國若能正視文化差異，繼續以不同載體推動公共外交，設身處地尊重差異，未來收穫將必然可期。

### “中國年”的公共外交特徵

分屬儒教文明與東正教文明的中俄兩國，因文化差異而有難以逾越的隔閡，此雖未必導致衝突，卻有礙關係的深化。兩國通過以國家為主體、文化為主題的互動模式，相互舉辦“國家年”，推動民間、地方與企業的了解、交流及合作。有別於條約或公報宣示，“國家年”乃是付諸實踐的公共外交。“中國年”具有以下特徵。

#### 理念的落實

中俄在反霸與多極化的戰略匯合，而達成了“世代友好，永不為敵”的理念共識，但如何落實卻是一大挑戰，而其關鍵在於兩國社會互信的長年不足。

中國全國政協委員李靜傑指出，為增進兩國人民的理解，鞏固、擴大戰略夥伴關係的社會基礎，而有後續的“國家年”。如其所言，“國家年”實乃化解無形隔閡、增進互信的第一步。透過實際交流，才可能強化了解與友誼。所以，“中國年”非但方向正確，亦為共用理念的落實。

#### 人本的回歸

中俄民間互信的不足，在相當程度上係文化所致的觀念歧異。若欲調和，唯有回歸人本一途。“中國年”所針對的正是廣大俄羅斯民眾，以交流促進俄羅斯人對中國的了解，傳達中國的友好訊息。如此，俄羅斯民眾才能真正理解中國，進而消彌隔閡。是故，在宣傳對象的抉擇上可謂切中核心。

#### 文化的側重

黑龍江社科院俄羅斯所所長宿豐林曾指出，中俄關係憑倚兩隻巨輪前進，不容否認政治之輪現下駛得很好，經濟之輪卻仍脆弱，文化交流卻是雙邊關係發展不可忽視的重要因素。文化交流的貧瘠使得戰略夥伴關係進展緩慢，相互了解的缺乏也是過往衝突乃至於戰爭的重要因素。“國

家年”既有助於文化交流，亦能消彌“中國威脅”的非理性恐懼。

所以，“中國年”文化交流的意義與效應深遠，俄羅斯更于2008年2月開通“中國”電視頻道，兩國合作以俄語介紹中國和中俄關係的發展。因此，文化的側重可謂切中兩國問題的根本。

### “中國年”的成效評估

宏觀結果需憑藉微觀層次來實現，而從被宣傳對象的角度評估“中國年”，也將是較客觀的觀察。但必需說明的是，目前相關的調查統計，還面臨樣本數與代表性的考驗，因此僅能勾勒粗略樣貌。因為在幅員遼闊的俄羅斯進行調查並非易事，即便是俄羅斯國家人口普查也飽受抨擊。在沒有更好的選擇下，個人僅能多方羅列並輔以訪談，以求公正客觀的結論。

#### *地域性評估：對華排斥感略降，但未能扭轉俄羅斯人的優越心態*

冷戰後，“黃禍反華”風潮在俄羅斯一度甚囂塵上，其中又以曾屬中國的遠東區南部為最。“中國年”若能於此有所斬獲，甚至改變當地民眾觀感，將尤具意義。個人赴遠東區訪查時值中國舉辦“俄語年”，而俄羅斯“漢語年”翌年亦將展開，個人因此趁機探訪俄羅斯人對“中國年”與“漢語年”的觀感。

當地多數俄羅斯人雖知道“中國年”，卻是思索許久後才想起似有此事；雖有人知道和看過相關活動，卻有更多人表示並未見聞，甚至玩笑地表示這可能僅存在於莫斯科和北京。此外，“中國年”似乎未能扭轉俄羅斯人的觀感，因為近八成的俄羅斯人雖然知情，也表示肯定，但同樣也有近七成者不會因此改觀，而近七成民眾也不知“漢語年”舉辦在即。（參見表1）

表1：远东区俄罗斯人对“中国年”、“汉语年”的观感（2009年）

您知道俄罗斯在2007年举办“中国年”吗？	知道	不知道	
	77.5%	22.5%	
“中国年”有助于您了解中国吗？	有	没有	难以回答
	70%	10%	20%
	会	不会	难以回答
“中国年”会让您对中国人改观吗？	20%	67.5%	12.5%
	知道	不知道	
	30%	70%	

资料来源：作者2009年9月于海参崴、伯力、海兰泡与乌苏里斯克的访察。

“中國年”的成效未如預期，或許與其主要針對年輕人而相對忽略其他年齡層民眾有關，或因為宣傳不足，抑或俄羅斯人平日為生活奔波而無暇顧及。此外，俄羅斯的地廣人稀亦有礙活動的舉辦。

遠東歷史、考古與人類學研究所（後簡稱遠東民族所）資深研究員列

雅柏切科則表示，“國家年”是很好的活動，但確實也未廣為人知，可能多見於傳媒宣傳，但因其屬高級政治範疇，才會未盡人意。但他仍樂觀表示，兩國在政治、經濟與社會各方面是很好的夥伴，俄羅斯人和中國人將永遠都是兄弟。

而“中國年”有無正面作用呢？據遠東民族所 2009 年的研究可知，當地民眾近年對中國人的態度並無顯著轉變。（參見表 2）

表2：遠東區俄羅斯人對與中國人往來的觀感（2003年、2008年）

	优越	未想过	无		排斥	未想过	无
2003年	29%	32%	38%		34%	39%	26%
2008年	28%	34%	38%		29%	28%	43%

资料来源：整理自 В. Ларин, Л. Ларина, “Окружающий мир глазами дальневосточников,” Россия и АТР, No.1 (2009), с.с. 40-41.

此外，中國人在當地相對於他人也不受歡迎。受訪者對中國人有優越感與排斥感者雖僅三分之一，但遠東民族所所長拉林及拉林娜卻特地指出，由於多數俄羅斯人因羞愧而隱藏真意，故實際比例可能遠高於此。

儘管如此，排斥感在這五年裏的略降仍值得欣慰，而未想過與無意見部分也呈正向發展。是故，“中國年”雖未能扭轉當地俄羅斯人的優越心態，但至少仍有助於化解他們原本的負面觀感。

遠東區俄羅斯人觀感的僵化，極可能與其生活經驗有關。就訪查所知，中俄邊境貿易雖然互補，但市場結構卻極為扭曲：俄羅斯人因收入有限而不得不購買其認為相對次級而低廉的中國商品，中國人則為了生計必須忍受許多不便或變相勒索，彼此多有抱怨又未讓對方知悉。因此，物質需求並無助於化解隔閡，反倒因為隔閡又鞏固了既有偏見。多數俄羅斯人常誤將華商與勢利狡猾畫上等號，並認為中國人粗鄙，對於中國人認為當地曾屬中國之見更是不以為然。俄羅斯人的認知，極可能是忽略商人在商言商，與將自己所接觸者無限放大為中國人皆是如此所致。

### **全國性評估：成效有限，寄希望於年輕一輩**

全俄輿論研究中心的調查可探知一般民眾對中國人觀感的動態變化。

其中，認為兩國民眾關係一般且平穩者皆維持在四成左右，其他項目則相差無幾。（參見表 3）因此，“中國年”對一般俄羅斯人就兩國人民關係的觀感並無顯著作用。

表3：您如何评价当前俄中两国人民的整体关系？（2005年、2007年、2009年）

	2005年	2007年	2009年
友善的	15%	19%	17%
好的，睦邻的	19%	17%	17%
一般，平稳的	40%	40%	39%
冷淡的	11%	10%	10%
紧张的	3%	3%	5%
仇视的	2%	1%	1%
难以回答	10%	10%	11%

资料来源：摘自“Сосед, Партнер, Конкурент? Россияне о Китае,” Всероссийский центр изучения общественного мнения, Пресс-выпуск No. 1247 (16 июня 2009), <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=12005>.

就過去 10 年對中國的觀感，2005 年至 2007 年的數據變化幅度則甚於 2007 年至 2009 年者。但時值 2007 年“中國年”之際，觀感變好者卻下降 6%，變壞者也下降 4%，但不變和不感興趣者也各自提升 7%與 4%。雖然“中國年”的舉辦當下讓俄羅斯人觀感變壞的比例下降，但使其趨於保留的作用卻是更甚。若就 2009 年與 2007 年相較，在“中國年”結束後，不感興趣者明顯下降 5%，不變者則下降 2%，足見“中國年”引起俄羅斯人的關注，儘管觀感變好與變壞也各自提升 2%。（參見表 4）

表4：您在过去10年对中国的看法是否有改变？若有，是朝那方面？（2005年、2007年、2009年）

	2005年	2007年	2009年
变得更好	28%	22%	24%
不变	38%	45%	43%
变得更坏	12%	8%	10%
我对中国没兴趣	16%	20%	15%
难以回答	6%	5%	8%

资料来源：摘自“Сосед, Партнер, Конкурент? Россияне о Китае,” Всероссийский центр изучения общественного мнения, Пресс-выпуск No. 1247 (16 июня 2009), <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=12005>.

然而，俄羅斯人對中俄關係的看法倒是明顯好轉，如認為中國是戰略與經濟夥伴者即從 34%攀升至 41%；認為是盟友者雖從 2007 年的 27%驟跌至 2009 年的 19%，但認為是戰略經濟夥伴者也上升了 5%。由於兩者皆屬正向，其間的此消彼長尚難謂俄羅斯人否定中國；其次，“友好國家，盟友”與“戰略和經濟夥伴”的總和雖下跌 3%，並轉至“經濟和政治敵人，競爭者”，但 3%尚在誤差範圍內，也不足以解釋“中國年”惡化俄羅斯人就“中國對俄羅斯意義為何”的判斷。（參見表 5）

表5：您认为今日中国对俄罗斯而言？（2005年、2007年、2009年）

	2005	2007	2009
友好国家, 盟友	22%	27%	19%
战略和经济伙伴	34%	36%	41%
经济和政治敌人, 竞争者	24%	21%	24%
敌对国家, 可能敌人	4%	4%	4%
难以回答	16%	13%	13%

资料来源：摘自“Сосед, Партнер, Конкурент? Россияне о Китае,” Всероссийский центр изучения общественного мнения, Пресс-выпуск No. 1247 (16 июня 2009), <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=12005>.

前駐華大使羅高壽曾指出，中俄關係的長遠發展和穩定有賴於年輕一輩，但對應寄希望於未來之“中國年”的成效有限，對俄公共外交後續的深度與廣度顯然可再擴及不同的年齡層。

### 未來可再深化的方向

中俄目前皆有將“國家年”與“語言年”建立的良性互動轉為常規形態的共識，當前確實也是落實“中國年”于基層的良機。在評析“中國年”後，以下擬就未來可再深化的方向提出建議。

### 以不同載體持續推動

此前，中方組委已注意到“中國年”的“下基層”問題，其後便貫徹至“漢語年”，如活動即從莫斯科向外輻射貫穿遠東區、西伯利亞直至俄羅斯最西部。在幅員遼闊的俄羅斯推展公共外交，未來仍得借助不同的載體。

國家主導固然是方法，但要融入社會各界更有賴民間的努力。民眾也是載體之一，其作用更不容小覷。從普遍性與接觸面考量，華商及華工亦為絕佳載體，因其活動範圍遍及全俄，而且最貼近民眾生活。

要華商及華工肩負文化宣傳使命，可能會讓人覺得陳義過高，但只要他們能自律遵守俄羅斯法令、把關商品品質，從平日交往逐步改變俄羅斯人對中國人的觀感，即是最好的宣傳。俄方近年大力掃蕩境內身份不合規範者，使得為數頗多的中國人被迫離境，但中國遊客借旅遊管道趁機打工、經商等情形仍然可見。此固然和俄羅斯吏治不清有關，但華商與華工若能確實遵守規定，此一問題自能化解。劣貨假貨則是另一個嚴重問題，俄羅斯內部一直都有對華商傾銷大批帶有致癌物質或污染環境商品的指責。凡此其實都能從中國己方做起，除了加強法治教育與商品抽檢外，更應灌輸中國公民榮譽心，使其了解自己在國外無時無刻都代表著中國。

### 設身處地尊重差異

冷戰已終結多年，但俄羅斯人對中國負面觀感卻仍舊如昔，因此互信建立極其不易。誤解既起於民間互動，由此切入亦是一途，中國遊客或在俄羅斯因各種緣由而短期停留則是環節之一。部分遊客由於未拘小節或未留意國情差異，以致于發生不必要的誤會，甚至給俄羅斯人留下粗鄙的錯誤印象。

如中國人常習于問及對方個人或家庭狀況，以示關心，但俄羅斯人反倒認為是侵犯隱私。此外，生活習慣也必須留意。今日在俄的中國人，皆應設身處地、尊重彼此差異，避免徒增無謂的紛擾，此亦能從中國國內的倡導和教育做起，但倡導及教育並非短期工作，必須長期推廣才能見效。

### 持續強化文化交流

“國家年”的開創性在於側重文化交流，此亦兩國所欠缺。有別於軍事或經貿利益的不穩固，文化交流的正面效應才是長久的。甫落幕的“漢語年”已延續“中國年”的基礎，並深入擴大文化交流，來日必將有開花結果之日，亦將影響深遠。故現階段可再著力的是將文化交流融入生活面，以加速俄羅斯人對中國文化的認識。

為此，不妨試著讓中國風在俄羅斯蔚為風尚，並與商業、生活、旅遊等方面結合，因為 18 世紀的俄羅斯即是如此。當年固然與俄羅斯深刻的西化受到啟蒙運動尊崇中國為開明專制典範有關，但彼時的中國文化與商品確實也是讓人讚嘆不已。故要讓中國風再起，除持續文化宣傳外，產品品質亦需要全面提升與細緻化，讓俄羅斯人平日即感受到中國特色與風味，文化交流屆時自是事半功倍。在中國經濟和國力崛起的輔助下，不但相得益彰，對中國形象的提升也絕對有所助益。

公共外交的目的在於為彼此製造共同話語，就此而言，中俄兩國相對於他人的優勢在於彼此已有共有的話語——“世代友好”，當前要務則在於有效落實。唯有“國家年”此類側重文化面的公共外交，方能真正轉變兩國民眾對彼此的觀感，從而鞏固友誼。透過對“中國年”的評析，我們未來只要再做強化，收穫將必然可期。

來源：公共外交季刊 作者：劉蕭翔（台灣政治大學外交學系國際關係學博士）

文章來源：中國網

責任編輯：葉子

[http://big5.china.com.cn/international/pdq/2011-09/07/content\\_23373651\\_2.htm](http://big5.china.com.cn/international/pdq/2011-09/07/content_23373651_2.htm)