

中國大陸軟權力的發展與影響

The Development and Impact of China's Soft Power

呂郁女 *Lu, Yu-Nu*

銘傳大學數位資訊傳播學系教授

Professor, Department of Information and Communication,

Ming Chuan University

鄧中堅 *Teng, Chung-Chian*

政治大學外交學系教授

Professor, Department of Diplomacy,

National Chengchi University

摘要 / Abstract

中國在二十一世紀經濟的崛起，不但使其對世界經濟的影響力日增。經濟高度的發展連帶使得當前中國軍事權力日益向外延伸，特別是在東亞地區。儘管擁有這樣的經濟和軍事權力，但國際間的許多問題都有賴國家間相互的合作。軍事上的威懾和經濟上的利誘可以迫使其他國家就範，但最終的和平解決爭端仍有待各方經由軟權力建立的諒解和互信。從2000年開始，中國已經開始推出「走出去」的計畫，大幅強化最具吸引力電視媒介對海外的播放，將觸角延伸到世界每一個角落，包括亞洲、非洲、歐洲、大洋洲、北

美洲、及南美洲。根據兩項國際民意調查，亞洲、非洲、拉丁美洲等地區開發中國家的民眾對於中國在經濟和軍事方面的發展大多數持肯定的看法。換言之，中國大陸軟權力的發展已經有相當的成果。不過，中國大陸軟權力的運用仍然面對相當多的障礙需要跨越。根據前述國際民意調查結果，我們可以發現歐洲和東北亞民眾對中國不論是軍事力量的發展和經濟的崛起都是十分關切的，特別是關切軍力的擴張。

The economic rising of China in the 21st century has increased its impact in the world economy. As a result, Chinese military power has also extended its presence in the world, East Asia in particular. Despite of this kind of economic and military clouts, problems around the world needs mutual cooperation among nations. Nations might be forced to change their intentions for the time being by sticks and carrots, but the final peaceful resolution of the disputes should be based upon the mutual trust and understanding through soft power. From 2000 onward, China has adopted the “go out” plan to strengthen its attractions fostered by overseas broadcast of television media and to extend its reach to every corner of the world including Asia, Africa, Europe, Oceania, North America and South America. According to two international opinion polls, peoples in Asia, Africa and Latin America tend to have positive attitudes toward Chinese economic growth and strong military presence. In other word, there exist positive effects of Chinese application of soft power. However, many obstacles remain there while China applies its soft power to influence attitude and behavior of other nations. In accordance with the above-mentioned opinion polls, we could discover that peoples in East Asia and Europe concern much about China’s economic and military expansion and presence, the latter especially.

關鍵詞：軟權力、硬權力、孔子學院、電視媒介

Keywords: Soft Power, Hard Power, Confucius Institute, TV Medium

壹、緒論

中國在 21 世紀經濟的崛起展現出在經濟上強大的權力，對世界經濟的影響力日增。從玩具安全的爭議，人民幣升值的問題，至中美戰略經濟對話，再到參與八國集團的會議等，都顯示有關國際財政經濟貿易主要問題的解決，必定要有中國的參與。經濟高度的發展連帶使得軍事現代化成為可能，當前中國軍事權力雖不至於對美國造成威脅，但它的的影響力日益向外延伸。中國大陸近幾年在發展出的核子武力和購自俄羅斯最先進的武器（包括現代級驅逐艦、基洛級潛艦、蘇愷戰鬥機等），固然展現其軍事權力，但是並未因此就解決了中日間在東海石油開採的問題。在後冷戰全球化的時期，軍事力量並非解決問題的有效手段，因此其侷限性是可以想見的。中國大陸在經濟的擴張是有目共睹的事實，外匯存底 10663 億美元¹，就是其傲人國際經濟權力的最佳寫照。可是與國外的經貿互動愈多也會產生愈來愈多的經貿糾紛。人民幣升值的問題更是 21 世紀最困擾中國的議題，因為政府面對的是國內外的壓力；人民幣升值固然可以緩和歐美國家的批判，但又引發內部經濟學者的擔憂和警告。²貿易的摩擦更是層出不窮，今年最大的問題就是美國檢驗出中國製玩具不安全，並在北美和歐洲引起連鎖效應，導致矛盾對立。³奈伊（Joseph S. Nye, Jr.）主張「商務是傳遞文化的方式之一」，⁴因此中國大陸要注意典型經濟擴張所引發的問題，以及其對國家形象的潛在不利影響。

¹ 〈中國央行確認外匯儲備突破萬億美元〉，

http://news.bbc.co.uk/chinese/trad/hi/newsid_6260000/newsid_6264900/6264949.stm(January 15, 2007)

² 〈人民幣匯率再升新高 專家提出警告〉，

http://news.bbc.co.uk/chinese/simp/hi/newsid_6330000/newsid_6334000/6334081.stm(February 6, 2007).

³ 〈玩具爭執 喜萊莉卯上北京〉，《世界日報》，2007 年 11 月 24 日。

⁴ Joseph Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*(New York: Public Affairs, 2004), p.13.

儘管擁有這樣的經濟和軍事權力，但國際間的許多問題都有賴國家間相互的合作。軍事上的威懾和經濟上的利誘可以迫使其他國家就範，但最終的解決仍有待各方基於諒解和互信，才能坐下來協商談判，以達成和平解決爭端。在這樣的情況下，軟權力（Soft Power，中國大陸稱為「軟實力」）成為注意的焦點，至少是要設法塑造國際間良好的形象，例如探月衛星的成功發射和運作以及神舟載人太空飛行是中國科技的成就。這些作為如果不能適時說明，又可能會被描述為軍事權力的擴大。而中國近幾年來已注意到形象的塑造，例如，在第一次「神舟五號」載人太空飛行成功之後，太空人楊利偉在國（境）外的參訪活動就是在展現「軟性」的一面；中國能夠舉辦 2008 年北京奧運會，當然是有利於中國軟權力的發展。但如何利用這個機會來進一步在國際社會展現並提升軟權力，應該是更值得注意的事情。

貳、何謂軟權力及中國的認知

軟權力的特質是什麼？具體的行為為何？主要手段為何？所呈現的政策為何？奈伊透過比較軍事權力、經濟權力和軟權力的方式來回答這些問題，他認為在這樣一個分歧的世界中，權力有軍事、經濟和軟性等三個來源，這三者彼此有程度不同的關係。由表一來分析，奈伊從行為（behavior）、主要中介手段（primary currencies）和政策（government policies）三個角度切入來區分這三種權力。在展現的行為方面，軟權力是以吸引力（Attraction）和議程設定（Agenda setting）來達到相互支持及合作；而軍事權力則是威逼（Coercion）、嚇阻、與保護；經濟權力則為誘導（Inducement）、威逼。在主要中介手段方面，軟權力傾向以共有的價值、文化、政策和機構（Institutions）產生吸引力，並設定議程；軍事權力當然是運用武力或武力威脅來達成其目標；經濟權力則為物質的報酬（Payments）和制裁（Sanction）。在政府政策方面，軟權力是仰賴公共外交、雙邊及多邊外交；軍事權力則傾向於威逼、外交、戰爭、聯盟；經濟權力是援助、賄賂和制裁。

硬權力 (Hard Power) 與軟權力有何區別呢？硬權力是一種能力 (Ability)，是「一個國家使其它國家從事原先不會做，或只有在受懲罰、獎勵等威脅下才會做的事情」，這包括了經濟權力和軍事權力；軟權力則是「一個國家達到自己追求目標的能力，因為其它國家與它有共同的需求，這個能力是仰賴吸引力，而不是威逼」。⁵重要的是，軟權力不但與硬權力不同，且軟權力的大小與硬權力無直接關係。

過去中國大陸沒有注意到軟權力，也未曾有系統的展現其軟權力，這主要是因為重視硬權力，認為要保護國家利益一定得仰賴硬權力。矛盾的是，中共一味的以展現自己的軍事權力不但無法解決問題，反而引起了其他國家的戒心，無法達到保護國家利益的目標。例如 1995 年在南中國海有爭議的暗礁議題上，中共派遣了海軍前往卻引起了反彈。從另外一個角度而言，中共自鄧小平以來，一直強調和平發展的政策，也就是建構一個有利於經濟發展的和平環境，強調軍事武力似乎是與這個政策背道而馳，且愈走愈遠。在此情況下，中共愈來愈展現出要尊重其他國家，與其他國家合作的誠意。

表一：軍事權力、經濟權力和軟權力的區別

	行爲	主要中介手段	政府政策
軍事權力	威逼、嚇阻、保護	威脅、武力	威逼、外交、戰爭、聯盟
經濟權力	誘導、威逼	物質的報酬、制裁	援助、賄賂、制裁
軟權力	吸引力、議程設定	價值、文化、政策、機構	公共外交 雙邊及多邊外交

資料來源：Nye, *op.cit.*, p.31.

晚近以來，中共開始重視在當前「一超多強」的國際環境中，如何利用並

⁵ Robert O. Keohane and Joseph S. Nye, Jr., *Power and Interdependence*(New York: Longman, 2001), p.220.

發揮中國的軟權力，以平衡超級強權。中共解放軍報甚至清楚地區分軟權力和硬權力，界定軟權力是「文化的力量、榜樣的力量、理念和理想的力量」。⁶在文章分析中，我們可以觀察到中共軍方深切瞭解硬權力（軍事和經濟權力）不足以與美國「直接對抗」，因此要發展軟權力來「制衡超級大國的打壓」。⁷儘管瞭解軟權力的重要性，也擁有文化上的優勢，但是如何將中華文化傳播到世界各地是一大問題。中共宣傳部長劉雲山最近在內部演講明白指出「當今世界文化與經濟、政治的聯繫日益緊密，文化的地位和作用越來越突出，已經成為綜合國力的重要組成部分。」⁸但他也瞭解到在這個中國現代化建設和文化發展的重要時刻，中國仍要大力推進文化建設，以提升「中國文化軟實力」。⁹中國廣播電視學會副會長張振華也點出了中國在文化軟權力方面的弱點在於中國雖然是「文化資源大國」，但卻是「文化產業和文化產品生產的弱國」，中國既是「媒體大國」，又是「傳媒弱國」。¹⁰

參、孔子學院：公共外交的創新與軟權力的傳布

公共外交有三種作法，三者同等重要，且都要求來自政府的資訊和長期文化的關係。第一種也是最直接的作法是每日的傳播溝通，包括了詮釋國內外政策決策的情境。第二種作法是策略型的傳播，這就像政治運動或廣告活動一樣，要傳布一套單純的主題。也就是說，這個運動要規劃在一年的時間內利用象徵性的事件和傳播，以推銷一個中心主題或推動一個特定的政策。公共外交的第三種作法是透過獎學金、交換、訓練、研討會、會議及媒介的接觸，與主

⁶ 〈解放軍報呼籲中國發展軟實力制衡美國〉，
http://www.singtaonet.com/glb_military/200706/t20070621_561675.html (June 21, 2007)

⁷ 同前註。

⁸ 〈中宣部長促豐富傳播手段 提升文化軟實力〉，
http://www.singtaonet.com/china/200704/t20070409_509703.html(April 9, 2007)

⁹ 同前註。

¹⁰ 錢海紅，〈國家軟實力建構和中國公共關係發展高層論壇綜述〉，《現代傳播》，第145期(2007年)，頁138。

要菁英份子間所發展出來歷久彌新的友誼。這三種公共外交的作法，在協助建立國家吸引人的形象上扮演重要的角色，而這可以促進達成追求的目標。¹¹

當然，我們要進一步探討中共如何利用軟權力的優勢。由於中國經濟的崛起，所有有關中國歷史文化和語文的研究在全世界已形成一股風潮，從高度工業化的歐美國家，到開發中的亞洲、非洲、拉丁美洲都可觀察到此一現象。中國迅速的掌握這一個發展，開始利用這新一波的「中國熱」，改善其形象，而且這也符合中國大陸「走出去」的策略。配合新一波的熱潮，中國公共外交最重要的創新之一是成立「孔子學院」，並擴散到全球。中國計畫在全球建立至少一百所孔子學院。孔子學院成立之後廣受各國的歡迎，所以設置的速度已經遠遠超出中國大陸原先的計畫。全球第一所孔子學院於2004年11月21日正式在韓國首都首爾掛牌成立。截至2007年11月底，中共在全世界已經成立了210所孔子學院，分布在64個國家和地區。¹²

中共與國外合作設置的孔子學院泰半是與當地大學合作。根據初步統計，中共已經在澳洲、奧地利、比利時、保加利亞、加拿大、法國、德國、匈牙利、印尼、愛爾蘭、以色列、義大利、日本、肯亞、黎巴嫩、墨西哥、荷蘭、紐西蘭、巴基斯坦、菲律賓、波蘭、葡萄牙、羅馬尼亞、俄羅斯、盧安達、塞爾維亞、新加坡、南非、南韓、瑞典、泰國、英國、美國、烏茲別克、孟加拉、肯亞、奈及利亞、埃及、辛巴威等39個國家，與超過一百家大學合作建立孔子學院。不可忽視的是，中共本身的大學可以藉與外國大學合辦孔子學院的機會，拓展與國外大學的學術交流，建立更密切的學術聯繫網絡。例如，柏林自由大學與北京大學；德國埃朗根—紐倫堡大學與北京外國語大學；廈門大學與泰國皇太后大學¹³；雲南大學與孟加拉南北大學¹⁴；上海外國語大學與日本大

¹¹ Nye, *op.cit.*, pp.107-110.

¹² 〈孔子學院達二百一十所 分布在64個國家和地區〉，
http://209.246.126.241/MainNews/SocDigest/Technology/xhw_2007_12_06_17_30_37_992.html
(December 6, 2007)

¹³ 〈廈大將到泰國設孔子學院 主教漢語和中國文化〉，
http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/overseas/2006-03/08/content_4274447.htm
(March 8, 2006)

阪產業大學等¹⁵。

孔子學院的主要工作是提供漢語教學相關的服務工作，包括「面向社會各界人士，開展漢語教學；培訓漢語教師，提供漢語教學資源；開展漢語考試和漢語教師資格認證業務」。¹⁶除此之外，孔子學院也「提供中國教育、文化、經濟及社會等資訊諮詢」，並「開展當代中國研究」。由於孔子學院不只是針對單純的漢語教學，而且也促進國外人士對中國當代的政治、經濟、社會、文化的瞭解，對於形象的改善自然有所幫助。總之，有研究顯示「孔子學院」是中共公共外交的重要一環。¹⁷

名義上孔子學院的推廣是由非政府機構「國家漢語國際推廣領導小組辦公室」(簡稱「漢辦」)負責，且學院總部是具獨立法人資格的非營利組織。但「漢辦」是一個教育部所屬的事業單位，中共官方當然可以堂而皇之的介入。更重要的是「漢辦」會得到 12 個政府部門（國務院辦公廳、教育部、財政部、國務院僑務辦公室、外交部、國家發展和改革委員會、商務部、文化部、國家廣播電影電視總局【國際廣播電臺】、新聞出版總署、國務院新聞辦公室、國家語言文字工作委員會）的協助，¹⁸相對會得到充分的支援。從奈伊的觀點，軟權力在相當程度需要借重政府的力量，如果政府介入固然可能是資產，也可能帶來負面的影響。在這樣的情況下，中國應該注意到推動公共外交的同時，如何更大幅度引進民間力量。儘管如此，與硬權力相較，軟權力更仰賴有意願的詮釋者和接受者的存在，並不只是文化有吸引力，且受到模仿。¹⁹有興趣學習漢語者不只是單純的對語言有興趣，更多的是中國文化或者是政治經濟有興趣。²⁰

¹⁴ 〈孟加拉國成立孔子學院 增進孟中人民理解和交流〉，

http://news.xinhuanet.com/overseas/2006-02/15/content_4183637.htm(February 15, 2006)

¹⁵ 請參閱 國家漢語國際推廣領導小組辦公室，<http://www.hanban.org> (December 9, 2007)

¹⁶ 請參考孔子學院章程。

¹⁷ Joshua Kurlantzick, *Charm Offensive*(New Haven: Yale University Press, 2007), pp.67-69.

¹⁸ 這十二個部委是國家漢語國際推廣領導小組的成員。

¹⁹ Nye, *op.cit.*, pp.15-16.

²⁰ 〈漢語遭遇機遇 中國啟動對外漢語戰略〉，《國際先驅導報》，2005 年 3 月 22 日。

肆、電視媒介全球佈局與軟權力的發展

文化的傳遞可以透過各種不同的途徑，但是不可否認的，電視媒介扮演十分重要的角色。²¹在波灣戰爭期間，美國有線新聞網（CNN）和英國廣播公司（BBC）這兩個代表美國和英國（或歐洲）觀點的有線新聞網對議題的設定和內容有很大揮灑空間，而半島電視台（Al Jazeera）的成立及成功營運，證明了電視媒介的關鍵地位。受到這些因素影響，法國現在也成立了屬於自己的多語言電視新聞頻道。²²其實，在公共外交中，傳播溝通扮演十分重要的橋樑地位。²³

中共文宣當局也注意到「要切實提高傳播能力，拓展傳播渠道，豐富傳播手段，加快構築傳輸快捷、覆蓋廣泛的現代傳播體系，不斷擴大中華文化的影響力」。²⁴從2001年「十五」計畫開始的這一年，中共的廣電部門也開始積極推動「走出去」的計畫，這個計畫的目的是依據國家整體外交的目標，以主動的對外宣傳，「為改革開放和現代化建設營造良好的國際輿論環境」。²⁵其實，這項宣傳工作也要改變不良國際輿論報導對環境和中國大陸改革開放的不利影響。²⁶基於「走出去」計畫的目標，電視媒介規劃的政策是「通過各種渠道，採用各種手段，開拓進取」，能夠在國外有效接收到中國的電視節目，特別是在當地的家庭。²⁷在動員和整合電視媒介參與這項計畫的心力之外，經費

²¹ 中國廣電總局「走出去」的計畫包括了廣播、電視、電影三大媒介。然而其中最主要的是電視媒介，所以本文謹就電視的部分進行討論。

²² Nye, *op.cit.*, p.54.

²³ *Ibid.*, pp.107-108.

²⁴ 同註8。

²⁵ 中國廣播電視年鑒編輯委員會，《中國廣播電視年鑒2001年》（北京：中國廣播電視年鑒社，2001年），頁22-23。

²⁶ 中國廣播電視年鑒編輯委員會，《中國廣播電視年鑒2002年》（北京：中國廣播電視年鑒社，2002年），頁167。

²⁷ 中國廣播電視年鑒編輯委員會，《中國廣播電視年鑒2003年》（北京：中國廣播電視年鑒社，2003年），頁32。

上的資源當然不可或缺。在 2005 年，「走出去」計畫的預算經費為 1.46 億人民幣。²⁸

我們以英語國際頻道 (CCTV-9) 為例來看中國對外播放電視節目的內容。CCTV-9 每天二十四小時播出的節目主要是以中國主題為主，包括了「China Today」、「Biz China」、「Learning Chinese」、「Chinese Civilization」、「Around China」、「Rediscovering China」。其他的節目和新聞節目當然是從中國的觀點出發來討論，其中也有與中國相關的內容。因此，我們可以確認電視媒介對國外播出的部分本身是軟權力的展示，同時也是推動軟權力的主要手段。具體作法是以中央電視台第四套 (CCTV-4 中文國際頻道) 和第九套 (CCTV-9 英語國際頻道) 為主力，爭取在歐美國家落地。由於中國大陸是國際媒體覬覦的市場，所以中共首先以和這些國際媒體交換的方式，取得進入歐美主要市場。例如，2002 年 4 月，CCTV-9 與美國時代華納 (Time-Warner) 和新聞集團 (News Corp.) 合作，得以進入紐約、華盛頓、休斯頓、洛杉磯、舊金山、西雅圖等主要有線網，同時進入了直播衛星系統，用戶數達到 190 萬戶；7 月，CCTV-9 與德國的博世電信合作，進入柏林、法蘭克福等城市 130 萬戶主流社會的家庭；7 月中央電視台與維亞康母公司 (Viacom) 簽署合作備忘錄，主要使 CCTV-9 在美國主要城市大酒店落地。²⁹在歐洲市場方面，12 月，中國分別與新聞集團、歐洲體育台簽署了協議，使得 CCTV-9 節目分別進入英、法兩國的 580 多萬和 130 萬戶家庭。³⁰在亞洲、非洲和拉丁美洲地區，CCTV-9 和 CCTV-4 及中國地方衛視台也多方設法與當地電視台 (如南韓、蒙古、尼泊爾、南非等國) 合作，以獲得落地權。³¹

2004 年是中國電視媒介對外宣傳另一個重要時刻。首先，為了拓展對歐洲、非洲和拉丁美洲的工作，中央電視台成立了西法語頻道 (CCTV E&F)。

²⁸ 中國廣播電視年鑒編輯委員會，《中國廣播電視年鑒 2006 年》(北京：中國廣播電視年鑒社，2003 年)，頁 32。

²⁹ 中國廣播電視年鑒編輯委員會，《中國廣播電視年鑒 2003 年》，頁 49。

³⁰ 同前註，頁 49。

³¹ 同前註，頁 32。

其次，中央電視台兩個國際頻道節目信號已經覆蓋全球，並在北美、歐洲、亞洲、大洋洲和中南美洲的 120 多個國家和地區落地入戶，其中 CCTV-4 在境外入戶超過 1000 萬戶，CCTV-9 在境外入戶達到 4000 萬戶。³² 根據廣電部門最新的統計，CCTV-9、CCTV-4 和 CCTV-E&F，境外落地總戶數達到 6000 多萬戶；其中，CCTV-9 有 5000 多萬戶，CCTV-4 有 150 多萬戶，CCTV-E&F 有 180 萬戶；CCTV-9 落地戶新增美國迪斯尼酒店 20 家，達到全球 230 家酒店。³³

從 2004 年開始，中國調整作法並為了強化競爭力，匯集了中央電視台和主要地方電視台的精品節目，由中國國際廣播電視總公司主導組成「長城衛星電視平台」，通過與全美第二大衛星電視公司--艾科斯塔公司 (EchoStar) 的合作，直接進入各國傳播市場，其目的是建立其品牌地位，以主導未來中文電視傳播市場，這也改變傳統對外宣傳的格局。2004 年 10 月 1 日，「長城衛星電視平台 (北美)」首先開播；這個平台由 CCTV-4、CCTV-9、北京電視臺、上海東方衛視等 17 個電視頻道組成。³⁴2005 年 2 月 1 日，長城 (亞洲) 衛星電視平臺開播，這個平台節目覆蓋東南亞中部、北部 (越南、老撾、緬甸、菲律賓等) 和泰國、韓國、朝鮮、朝鮮、日本、馬來西亞、印尼等部分地區及中國的東南部地區。³⁵長城 (北美) 平台經過一年的建設和發展，已經超過三萬訂戶；長城 (亞洲) 平台超過 9 萬用戶。³⁶2006 年 8 月 28 日，長城 (歐洲) 平台在法國巴黎通過 IP 電視正式開播，覆蓋全歐洲。³⁷非洲平台基本建成，該平台由 CCTV-9、CCTV-4 和 CCTV-E&F 組成，其中 CCTV-9 已有 230 萬用戶，CCTV-4 有 200 萬用戶，CCTV-E&F 有 100 萬用戶。³⁸這些平台的建成有

³² 中國廣播電視年鑒編輯委員會，《中國廣播電視年鑒 2005 年》(北京：中國廣播電視年鑒社，2005 年)，頁 52。

³³ 中國廣播電視年鑒編輯委員會，《中國廣播電視年鑒 2006 年》，頁 547。

³⁴ 中國廣播電視年鑒編輯委員會，《中國廣播電視年鑒 2005 年》，頁 52。

³⁵ 請參考北京電視台，<http://www.btv.org/>

³⁶ 《中國廣播電視年鑒》編輯委員會，《中國廣播電視年鑒 2006 年》，頁 547。

³⁷ 同註 35。

³⁸ 中國廣播電視年鑒編輯委員會，《中國廣播電視年鑒 2006 年》，頁 547。

多方面的意義。在基本「走出去」的作法方面，從過去「單一的租機、租時段的方式」轉變為提供設備，在海外建發展基地等的多重方式。同樣重要的是這樣的平行發展實際上擴大了當地國家收看中國電視節目的機會和選擇，擴大了中國「軟權力」的影響。

伍、中共外交政策與軟權力的限制

儘管經濟上高度持續成長，但我們仍然要問：「中國大陸軟權力來源為何？」根據奈伊的詮釋，一個國家的軟權力有三個主要的來源：它擁有吸引其他國家人民的文化；它長期堅守的政治價值；以及它的外交政策具有正當性和道德性。³⁹我們分析中國在三項來源方面的優越性。在第一項來源方面，中華文化淵遠流長，廣為世人所研究，再加上近年來學習漢語蔚為風潮，所以在這方面具有無比的優勢，對軟權力的發展會有積極的貢獻。

在政治價值方面，儘管胡錦濤在中共十七大政治報告中高舉「中國特色的社會主義」和堅定不移發展社會主義民主政治等主張，但這樣的主張無法完全反映在現實世界中。更何況中共當局不但無法說服自己，也無法說服他人有關共產主義制度的正當性。換言之，政治價值是中共對外宣傳的劣勢。

在外交政策的正當性和道德性方面，中共在國際社會愈來愈展現出負責任大國的傾向，使其具備有相當程度的有利地位，然而它與世界少數失政國家（failed states）的密切關係，則又呈現出他的不利地位，例如，蘇丹、伊朗、北韓、緬甸等。因之，在外交政策方面，中共要審慎思考運用，否則會折損其軟權力的發展和影響力。中國大陸在外交政策方面給予外界的評價是正反不一。政府政策可以強化或虛耗一個國家的軟權力 例如，2003 年的伊拉克戰爭是一項使美國不受歡迎的政策行為。⁴⁰在這方面，我們也要檢驗中國在外交政策方面是助力，亦或是阻力。

³⁹ Nye, *Soft Power*, p.11.

⁴⁰ *Ibid.*, p.14.

在全球主要的爭論性的安全議題上，中國以不干涉他國內政為由，拒絕國際社會制裁的態度令許多工業化國家憂心不已。在蘇丹和緬甸兩個嚴重違反民主人權的國家，雖然國際社會交相指責，要求聯合國介入解決，包括派遣聯合國維持和平部隊前往達爾富（Darfur）地區，以及解除緬甸軍事政權對民主派的鎮壓和對翁山蘇姬的軟禁等。對這些事務，中共一貫的態度是聯合國安全理事會可以討論，甚至前往調停，但是不能制裁那些國家。

據估計，在達爾富地區，有 20 萬到 40 萬人（大多數是非阿拉伯人）遭屠殺，另外 250 萬人流離失所。⁴¹達爾富地區人民的問題受到歐美國家民間持續有組織的關切，他們以各種方式進行抗議，且聲浪日益高漲。為了達爾富的殘酷屠殺，著名的女星及聯合國兒童基金會的親善大使米雅·法蘿（Mia Farrow）持續不斷的關切，包括各式各樣的遊說及請願，親身訪問難民營瞭解實際狀況，並發起了一項運動將北京奧運定名為「種族屠殺奧運」（Genocide Olympics），且呼籲擔任奧運藝術指導的導演史匹伯（Steven Spielberg）公開要求北京當局對達爾富的問題採取行動。⁴²史匹伯立刻致函胡錦濤主席，譴責達爾富的屠殺行為，並要求中國政府運用其影響力終止當地的人類浩劫。⁴³由於這些歐美的抗議的強度，為了避免影響到奧運會的順利舉行，所以北京方面才指派了非洲事務的特別代表，協調蘇丹，最後接受聯合國維持和平部隊的進入。⁴⁴儘管如此，蘇丹政府仍然多方阻撓維和部隊的部署，前景未見樂觀。

至於緬甸事務方面，儘管超過 10 萬名僧侶、學生和群眾連日示威抗議，但軍政府不為所動，調集軍隊展開鐵腕壓制。⁴⁵由於缺乏國際民間人士的聲援和其他因素，所以並未對這個中南半島的國家帶來些許改變。聯合國安全理事

⁴¹ Helene Cooper, "Darfur Collides With Olympics, and China Yields," *New York Times*, April 13, 2007.

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ 蘇丹總統之前一直拒絕美國、非洲和歐洲的要求，允許聯合國維和部隊進入達富爾，以補充七、千名裝備不足且坐困愁城的非洲聯盟軍隊，並重建當地的秩序。

⁴⁵ 〈緬甸政局：軍政府武力鎮壓 傳打死一僧侶〉，
http://www.singtaonet.com/euro_asia/200709/t20070926_625307.html (September 26, 2007)

會雖然在 2007 年 10 月 11 日發表聲明，譴責緬甸軍政府的武力鎮壓，並造成至少 13 人喪生，但是仍無法通過正式譴責的決議案。⁴⁶中國在緬甸具有很大的影響力，但未能促使後者採取寬鬆的政策，開放社會，這一點頗遭到國際社會非議。

所幸的是在中共積極牽引和斡旋之下，處理北韓核武問題的六方會談終於在 2007 年年初達成協議，並已經次第在執行該項協議。可是在有關伊朗發展核武問題，中共的確兩度參與聯合國對伊國的制裁決議，但卻聯合俄羅斯將制裁內容淡化處理。更令人注目的是，中共在 2007 年 12 月 9 日仍然與伊朗簽約，預計投入 20 億美元開發該國油田，此舉當然會弱化了聯合國對伊朗的經濟制裁效果。⁴⁷無論如何，中共爲了自身利益（特別是能源需求）所制訂的對外政策和作爲經常會對其軟權力帶來不利的影響，如何調整是一大考驗。

陸、國際民意調查與中國軟權力的檢驗

我們從兩項國際民意調查的結果可以觀察到中國在世界不同角落的人民心目中的狀況，也是一種對中國軟權力的檢驗，觀察各國民眾對於中國在各方面發展的印象。

第一個是由在美國華府的 Pew Research Center 在 47 個國家地區，針對全球關心的議題所進行的調查，並在 2007 年 6 月 27 日公布結果，調查分析顯示美國的不受歡迎程度正不斷深化，而中國也緊隨其後，不歡迎程度急升。⁴⁸第二個是由德國馬歇爾基金會在 2007 年 12 月 5 日公布委託 TNS Opinion 民調機構針對六個歐洲國家和美國，所進行民意調查的結果。⁴⁹

⁴⁶ 〈緬甸：目前沒有任何理由改變路線〉，

http://news.bbc.co.uk/chinese/trad/hi/newsid_7040000/newsid_7046300/7046307.stm(October 16, 2007)

⁴⁷ 元樂義，〈中共花二十億美元開發伊朗油田〉，《中國時報》，2007 年 12 月 11 日，版 A13。

⁴⁸ Pew Research Center, *47-Nation Pew Global Attitudes Survey*(Washington, DC: Pew Research Center, 2007).

⁴⁹ 〈逾半數歐、美人擔心中共崛起〉，《青年日報》，2007 年 12 月 7 日，版 5。

這兩項調查共同的發現是，歐洲國家強烈感受到中共在世界經濟發展和地位上不斷提升所構成的威脅。馬歇爾基金會的調查顯示，有六成四法國人，六成二斯洛伐克人、六成義大利人，五成九波蘭人，和五成七德國人表示，感受到中共在世界舞台上不斷壯大的經濟地位構成威脅。在 Pew 的調查中，許多先進國家大眾眼中，中國的經濟成長帶來麻煩，與兩年前相比較益加格外明顯；六成五的義大利人、六成四的法國人和五成五的德國人認為中國的經濟發展對他們不是件好事情。此外，調查亦顯示，西歐國家與東歐國家有差別，例如，五成四的德國人、五成一的法國人、六成一的義大利人、五成八的捷克人表示不喜歡中國。相較之下，六成的俄羅斯人和六成四的烏克蘭人喜歡中國，且明顯的超過不喜歡的比例。與歐陸國家比較，英國和美國對中國的態度較為緩和。馬歇爾基金會的調查顯示，歐洲人較美國人為擔心，高達五成五歐洲人擔心中共崛起，美國人的比率則為五成一；由於英國受訪者對中共的極端樂觀氣氛而使得歐洲的平均數字趨於溫和。在 Pew 的調查中顯示，四成九的英國人和四成二的美國人不喜歡中國，這個數字都低於西歐國家；同樣地，這兩個國家對於中國經濟高度發展的反感也比較低。從 Pew 的調查分析，大多數歐洲（包括東歐和西歐）和北美洲國家的民眾對中共軍事權力的增長，認為是不好的事情。

根據 Pew 的調查結果，於亞洲、非洲和拉丁美洲的民眾對中國又有什麼看法呢？有何異同？整體而言，非洲國家對中國的看法最好，其次是拉丁美洲和東南亞，最差的是東北亞和印度。在非洲國家中，象牙海岸及馬利對中國的歡迎超過九成，肯亞及塞內加爾也都超過八成，非洲國家中只有南非對中國抱有懷疑態度，歡迎比率只有四成四。中國在拉丁美洲受歡迎程度差異很大，六成三的智利人、六成一委內瑞拉人及五成六秘魯人表示喜歡中國，而在阿根廷及墨西哥各只有三成二和四成三的民眾對中國表示歡迎。在東南亞和南亞方面，馬來西亞、印尼、孟加拉和巴基斯坦，大多數人表示喜歡中國。在東北亞部分，只有二成九的日本人和五成二的南韓民眾對中國表示歡迎。

大多數受訪者關切中國軍力的成長是不利的，但持續認為中國經濟對他們國家而言是有利的。大多數非洲國家認為中國軍事權力增長這是件好事情，除了南非和衣索匹亞兩國民眾認為是不好的多於好的。東亞國家方面，馬來西亞、巴基斯坦和孟加拉的民眾持正面看法。韓國和日本兩國民眾最關切中國軍力，分別有八成九和八成民眾認為這對他們國家是不利的。大多數拉丁美洲國家民眾也不認為這是件好事情，委內瑞拉除外。大多數歐洲（包括東歐和西歐）和北美洲國家的民眾對中共軍事權力的增長認為是不好的事情。

至於中國日益茁壯的經濟，大多數受訪民眾持肯定的態度，且認為有利該國。中國在非洲投資的成效很明顯反映在這個調查中，因此非洲國家民眾一致對中國經濟成長持肯定看法。同樣地，絕大多數拉丁美洲國家對中國經濟成長也持肯定看法，唯一例外是墨西哥。在周邊國家中，馬來西亞、巴基斯坦、孟加拉、印尼特別肯定中國的經濟成長；印度則是不肯定（四成八）稍多於肯定的（四成二）；南韓民眾有六成持不肯定的看法。

最後要看大家對中國影響力的見解。在非洲和拉丁美洲，大多數國家民眾認為中國對各該國有相當大的影響力，且認為中國的影響力是正面的。非洲國家民眾認為中國與美國在當地的影響力是旗鼓相當的。拉丁美洲國家民眾認為美國的影響力大於中國。在非洲地區，大多數國家民眾認為中國的影響力快速增長且超越美國，而中國的影響有利於非洲國家。在拉丁美洲國家，多數民眾認為中國和美國的影響不是正面的。委內瑞拉和智利超過半數的民眾認為中國影響力是正面的，然而巴西、阿根廷和墨西哥三國民眾則認為中國和美國的影響力都是負面的。

柒、結論

民眾對中國的印象主要是來自於本身從各個不同的資訊管道獲知，這些管道包括了學校、大眾傳播媒介、親友、親身的接觸等。這些資訊的取得相當程度反映出軟權力的影響。從這兩項國際民意調查結果可以初步檢驗中國的軟權

力。從 2000 年開始，中國已經開始推出「走出去」的計畫，大幅強化最具吸引力電視媒介對海外的播放，不但將觸角延伸到世界每一個角落，包括了亞洲、非洲、歐洲、大洋洲、北美洲、及南美洲。爲了覆蓋非洲、拉丁美洲還特別在 2004 年新開闢了西班牙語和法語的頻道。爲了要達到在世界各地能夠接收到中央電視台的訊號，中共廣電部門努力透過各種管道，不惜以各種利益交換的方式，取得落地歐美地區的權利。他們合作的重點對象是當今全球最重要的媒介集團（新聞集團、時代華納、維亞康母等）。這樣努力確實在短期內能夠將中國大陸精品電視節目傳布全世界。

從這兩項國際民意調查結果可以發現歐洲和東北亞民眾對中國的印象明顯和國家決策者表面上支持中共的態度有一段差距，受訪者對中國不論是軍事力量的發展和經濟的崛起都是十分關切的，特別是關切軍力的擴張。對於中國軍力的發展和不透明化所產生的疑懼是可以理解的，尤其是周邊日本和南韓以及東歐國家強烈反對的態度是值得注意的。中國經濟快速發展所導致日增的摩擦是不可忽視的負面因素；對於軍事力量和經濟擴張的看法當然也影響到對中國整體形象趨向於不受歡迎。

中國經濟崛起對於原物料和糧食的需求大增，大量對亞洲、非洲、拉丁美洲開發中國家進行投資和採購，對這些國家的經濟是有所助益。相對的，這些地區的國家基本上對中國有很好的印象，且愈是需要的國家愈是歡迎中國，非洲就是最好的例子。相形之下，拉美地區經濟比較發達的國家（如墨西哥、巴西、阿根廷）對於中國比較不是那樣高度的歡迎，特別是經濟摩擦最大的墨西哥。

總體而言，中國大陸軟權力的發展已經有相當的成果，但是目前仍有幾個主要的障礙需要處理。第一是政府介入軟權力的發展太深，可能會引起其他國家的戒心，恐將影響到其成效，在軟權力的發展上，政府的參與固然重要，但如何鼓動民間力量的參與也不可輕忽。第二是軟權力在相當程度上要與軍事權力相配合，中國傳統文化是講求王道的，因此在軍事現代化的過程中，應該注

意到透明化，方可能消除國際社會的疑慮。第三是作為一個國際社會負責任的大國，中國應該妥慎處理經濟崛起所帶來的摩擦，尤其要注意到尊重國際經貿建制的原則、規範和規則。中國大陸爾後應當更加努力排除上述障礙，俾使其軟權力的擴充更容易著陸，以發揮其影響力。