

上海世博文化外交探析

徐波

【内容提要】世界博览会因其“经济、科技、文化领域内的奥林匹克盛会”而享有美誉，是开展文化外交，寻求同世界各国交流与合作的重要平台，是各国推动文化外交的重大机遇。上海世博会在“城市，让生活更美好”这一主题下设立了“城市多元文化的融合”这一副主题，致力于强调多元文化的融合和传统文化的传承。历时半年的世博文化外交取得了极大的成功，极大地促进了中国与世界的交流与对话，改善了中国的国际形象，提升了中国从事文化外交的能力，对于未来中国与世界更为深入的良性互动奠定了扎实的基础。

【关键词】上海世博会 世博外交 文化外交 国家形象

【作者简介】上海世博会中国政府总代表助理

自 1851 年英国伦敦举办第一届展览会以来，世博会因其发展迅速而享有“经济、科技、文化领域内的奥林匹克盛会”的美誉，是开展文化外交，寻求同世界各国交流与合作的重要平台。可以说，世博会是一场文化盛宴，它让国人“不出国门便可游尽天下”。这种经历对于百姓来说是一场丰富的文化体验，对于国家来说则是一场宏大的文化外交交响乐。为了最大限度地利用世博会所带来的文化外交良机，上海世博会在“城市，让生活更美好”这一主题下设立了“城市多元文化的融合”这一副主题，致力于强调多元文化的融合和传统文化的传承。经过历时半年的世博文化外

交，中国成功地展示了中华民族 5000 年灿烂文明、展示了新中国 60 年特别是改革开放 30 多年的辉煌成就、展示了我国各族人民为实现全面建设小康社会目标而团结奋斗的精神风貌，并很好地了解和吸收了其他国家和民族的优秀文化、经济和科技发展的优秀成果。正如英国 48 家集团俱乐部主席斯蒂芬·佩里所言，“从某种程度上讲，2010 年的上海世博会比 2008 年的北京奥运会还要重大。奥运会仅持续 3 到 4 周，而上海世博会将持续好几个月，展现中国丰富的历史文化，吸引全世界的人参观访问。他们不但能目睹现在中国的面貌，还能通过世博会，想象到未来中国的发展前景。”^①

一、文化外交与上海世博会

全球化已是当今时代发展的必然趋势，如何利用文化外交增强国家的综合国力也就成为各国政府面临的重要课题。世界博览会作为全球最高级别的国际展会，是各国推动文化外交的重大机遇。对主办国而言，可以通过世界博览会树立威望、推广文化、传递理念；对参展国而言，世界博览会除了同样具有塑造形象、树立威望的作用外，更是促进合作、取长补短的绝佳契机。

人类文化交往由来已久，文化外交亦并非新鲜事物。在欧洲列强全球殖民的时代，它们就非常注重用文化来维护其殖民利益。而全球化的进展让文化要素在外交事务中崭露头角，“文化”与“外交”的关系再次为人瞩目。与对文化与外交的密切关系的理解相同步，1961 年，《维也纳外交关系公约》规定，各国使领馆的职责之一是“促进派遣国与接受国间之友好

^① 斯蒂芬·佩里：“通过世博会预测中国未来——访英国 48 家集团俱乐部主席斯蒂芬·佩里”，上海市政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，上海译文出版社，2010 年，第 286 页。

关系，及发展两国间之经济、文化与科技关系”。^①由此可见，作为国家外交工作组成部分的文化交流在当时就得到了不仅是外交界、而且得到了国际法的确认。

20世纪90年代，伴随着经济全球化和政治多极化的步伐，借助先进的信息技术及发达的大众传媒，文化在国际关系中的作用日益受到国内外学者的广泛重视，文化外交由此成为一个崭新的课题。尽管中外学者对此还没有普遍认可的定义，^②一般说来，文化外交是一国政府所从事的对外文化关系的总和。换言之，文化外交是主权国家以文化传播、交流与沟通为手段，达到特定政治目的或对外战略意图的一种外交活动。

相比传统的政治、经济、军事外交，文化外交有以下特点：第一，具有很强的平和性。它柔而有力，沁透人心，旨在通过各种形式多样的文化交流活动，对其受众潜移默化，从而产生一种有利于对文化外交实施国家的文化认同和好感。第二，行为主体多样性。传统外交的行为主体一般为主权国家的外交部门，而文化外交主体可以是一国的官方机构，也可以是其非政府组织、普通公众，但文化外交必须由政府主导，并由其相关机构直接制定执行政策，否则，那些非政府组织和公民个人所进行的对外文化沟通活动只能被认定为文化交流，而非我们在此讨论的文化外交。文化外交的实施主体一定是政府组织或者经过政府授权和委托的非政府机构或公民，政府部门是最终责任主体。第三，实践路径的复合性。由于文化丰富的内涵和实施主体的多元性，文化外交的实践路径也是多种多样。从表层看，其实践路径可以是各种物质文化的交流，如各种司空见惯的文艺形式、

^① 《维也纳外交关系公约》，1961年4月18日订于维也纳，联合国网站，http://www.un.org/chinese/law/ilc/foreign_relations.htm。

^② 关于中外学者有关文化外交的定义，可参见：Frank A. Nillkovich, *The Diplomacy of Ideas: U. S. Foreign Policy and Cultural Relations, 1938-1950*, Cambridge: Cambridge University Press, 1981; 李智：《文化外交：一种传播学的解读》，北京大学出版社，2005年；胡文涛：“解读文化外交：一种学理分析”，《外交评论》，2007年第3期；孟晓驯：“锦上添花：‘文化外交’的使命”，《人民日报》，2005年11月11日；门艳玲、谢桂玲：“文化外交刍议”，《当代经理人》，2006年第12期。

包括电影、流行歌曲、餐饮文化等；从中间层面看，其实践路径相对比较复杂，是一种制度文化的输出，传递的是一种制度文化信息；从终极目标层次看，其实践的路径是为了某种价值观的传播。换言之，不管是通过表层的各种文化交流形式还是中间层面的制度文化输出，实施文化外交最终目标是弘扬某种价值观，使受众对文化外交实施国的文化传统、政治制度、价值观念在理念上予以认同。

世界博览会是由一个国家的政府主办，有多个国家或国际组织参加，以展现人类在社会、经济、文化和科技领域取得成就的国际性大型展示会。其特点是举办时间长、展出规模大、参展国家多、影响深远。世界博览会的举办不仅能给主办国创造巨大的经济效益和社会效益，宣传和扩大其知名度和声誉，同时也能给参展国带来发展的机遇，通过扩大国际交流与合作，以促进其经济发展、文化繁荣和社会进步。因此，世博会不仅是政府外交、经济外交的平台，也是一个文化外交的大舞台。顾名思义，世博文化外交就是在世博会平台上实施的文化外交。上海世博会就是全世界不同国家和文化背景的人民进行的一次史无前例的跨文化大交流活动。

上海世博会的筹办和申办期间，正是中国快速发展的战略机遇期，它对推进中国的文化外交、改善中国的国际形象有着重要意义。首先，世博会彰显的不只是经济发展成果，更是一国的深厚文化内涵。作为一种跨文化传播现象，世界博览会所传递的文化由五大体系组成：一是世博会文化核心体系；二是主办城市的文化体系；三是主办国的文化体系；四是参展国的文化体系；五是具有普遍价值的世界文化体系。^①在这样一个庞大的世博会文化系统中，集合了多种文化外交的表现形式：在物质文化方面，体现了“对外文化展览”的表现形式；在制度文化方面，包含了“签订国际文化交流官方协定”、“缔结文化条约”、“参与国际文化会议”等表现形式；

^① 孙祥飞、陈姗姗：“上海世博会——上海城市文化的嵌入式传播”，《科教文汇》，2008年5月(上旬刊)，第160页。

在行为文化方面，体现了“民俗交流”的表现形式；在精神文化方面，包含了“文艺表演”、“科学技术交流”等表现形式。因此，上海世博会对于中国文化外交来说，其机遇是全方位的，不只是具体的外交操作，还包括更高层次的外交理念、外交模式等的提升。

其次，上海世博会是中国开展文化外交的重要契机。对于主办国而言，世博会是一个全球性的盛会，由于不受国体限制、地域影响，也没有民族、宗教、文化、经济水平等因素的限制，参展国来自世界的各个角落，这就给主办国提供了足不出户便可展示国威、开展外交的契机。除了展示本国经济、政治、军事、科技各领域的巨大成果之外，中国还可通过上海世博会这一平台，向其他国家的民众推介本民族的文化理念、生活方式，以寻求积极的国际认同。更为重要的是，中国可以通过上海世博会传递中国对于世界和中国自身发展方向和道路的理念，展现中国对人类发展的持续关注。《上海宣言》中所表达的对“和谐城市”的追求，将成为人类长期奋斗的目标。

最后，上海世博会也会因为广大参展方的文化外交而精彩纷呈。世界博览会不仅是主办国展示国家力量的舞台，对于参展国而言，这也是一个自我宣传、显示综合国力、展现国际形象的契机，其参展内容包罗万象、丰富多彩，并且都是本国最具特色、最新奇、最先进的精华与成果。参展国通过世界博览会不仅能和主办国开展政治、经济、文化领域的合作，也能和其他参展国进行双边交流。对于世博会的主办国而言，参展国家、国际组织和参观者的数量，既是衡量世博会成功与否的参考要素，也是主办国能否利用世博契机有效开展文化外交的重要指标。简言之，参展国家和国际组织越多，对于主办国开展文化外交就越有利。纵观世博会历史，参展国家和国际组织最多的一届世博会是德国 2000 年汉诺威世博会，为 172 个国家和国际组织；参观者最多的一届世博会是日本 1970 年大阪世博会，为 6400 万人。而上海世博会则吸引到了 189 个国家和 57 个国际

组织参展和 7300 多万人次参观者前来参观。

来自世界各地的大众和精英都对世博文化外交充满着期待。美国作家罗伯特·劳伦斯·库恩指出：“2010 年的世博会……不仅仅意味着一次世界博览会。它将成为一个窗口，通过它，人们可以看到中国领导人眼中的未来——一个由全人类参与合作和共享的多极化世界。……中国与国际社会的关系发展之快令人惊叹，而 2010 年的世博会就是最好的例证。”^①英国伦敦市市长鲍里斯·约翰逊也表示，上海世博会举办本身就是一个国际交流和合作的例证。同时，也给举办城市向世界提供了一个展示自己、与其他城市相互学习取经的机会。^②

对上海世博会的文化外交的高度期待最主要地表现在三个方面。首先，人们普遍期待，通过上海世博会实现跨文化交流，实现人类多元文化的平等相处。土耳其伊斯坦布尔市市长卡迪尔·托普巴什认为，博览会在文化交流和社会生活的发展上发挥着重要作用，为不同文化的彼此认识提供了机会，让不同文化和平相处。^③红十字国际委员会主席雅各布·克伦贝格尔认为，上海 2010 年世博会可能在未来被视为跨文化交流的一个重要里程碑，并将深化中国和世界之间的相互理解。^④埃及内阁信息与决策支持中心主任侯赛因·艾尔—卡梅尔认为，上海世博会是文化与智库思想相互交流的绝佳舞台。^⑤

其次，人们也期待通过这种文化外交和观念交流，为未来的人类发展

^① 罗伯特·劳伦斯·库恩：“设立在上海的一座地球村”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 216-219 页。

^② 鲍里斯·约翰逊：“上海：令人兴奋的活力之城”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 315 页。

^③ 卡迪尔·托普巴什：“更重要的体现：让不同文化和平相处”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 345 页。

^④ 雅各布·克伦贝格尔：“跨文化交流的重要里程碑”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 20-21 页。

^⑤ 侯赛因·艾尔—卡梅尔：“金字塔顶通长城”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 154 页。

提供新思想、新观念。印孚瑟斯科技有限责任公司创始人纳拉亚纳·穆尔蒂认为，上海世博会是世界各国人民围绕“城市，让生活更美好”这一主题交换思想、大聚会的绝好机会，帮助我们为整个地球目前面临的问题和困难找到一些创新型的解决方案，一同努力创造更好的城市、更好的生活以及更好的世界。^①国际展览局秘书长文森特·冈萨雷斯·洛塞泰斯期待，通过上海世博会，能实现用“和谐”来包容永远有矛盾和对立的城市发展，以一种全局的眼光来审视未来更美好的城市和生活。^②新西兰达尼丁市市长陈永豪认为，上海世博会将是一个面对面分享理念的论坛，也将是一个庆祝人类无限智慧的盛会。^③

最后，国际社会也广泛期待，通过世博会更进一步了解中国这个不断崛起的大国。日本早稻田大学校长白井克彦指出：“通过经济、体育、文化的交流，使世界人民能够了解新的中国，加深了对中国所提倡的和谐社会的理解。”^④日本著名法学家、防卫大学校长五百旗头真指出，上海世博会将“向世界传递文明大国的信号”，中国的发展不仅关系到中国自身的命运，也将对 21 世纪世界的发展产生巨大的影响。他期望上海世博的召开能向世界传递中国成长为文明大国的信号，中国的强大不会成为压制其他国家的霸权，中国将是通过经济和文化的交流，让他国富足幸福的道德文明之国。^⑤

^① 纳拉亚纳·穆尔蒂：“以创新型的解决方案，去创造更好的生活”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 272-274 页。

^② 文森特·冈萨雷斯·洛塞泰斯：“发挥实验室效应”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 31 页。

^③ 陈永豪：“面对面分享多元智慧”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 297 页。

^④ 白井克彦：“加深世人对和谐社会的理解”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 188-189 页。

^⑤ 五百旗头真：“向世界传递文明大国的信号”，上海市人民政府新闻办公室编：《大海的激荡，人类的追求——世界百位名人谈上海世博》，第 150-151 页。

二、上海世博文化外交的成就和特点

上海世博园区面积不过 5.28 平方公里，却云集了 300 多个充满创意的各国展馆，上演了 2 万多场充满创意的文化活动。作为一次规模空前的盛会，上海世博会不仅是 21 世纪初中国和世界“零距离”接触的绝佳平台，更能令全球多元文化的和谐欢聚得以精彩呈现，世博文化外交取得了极大的成功。

上海世博文化外交所取得的重大成就，不仅体现在各参展方对世博会主题的不同呈现手段，也体现在各参展方不同的筹办方式，乃至各展馆在世博会期间的不同预约制度上。

第一，多元化的主题呈现方式。整个世博会期间，包括主办方中国在内的所有参展方都全方位地践行着世博文化外交，其重中之重和首要手段便是通过各种方式诠释上海世博会“城市，让生活更美好”的主题。

所有参展方的工作重点首先是通过展馆建设实施文化外交。上海世博会有 189 个主权国家和 57 个国际组织参展，其中 42 个国家选择了自己设计和建造展馆，42 个国家租用了东道国提供的展馆，余下的国家和国际组织全部在联合馆内，此外还有 18 个企业馆、城市最佳实践区 (UBPA) 52 个城市案例馆和东道国中国的国家馆、31 个省市馆、港、澳、台 3 个特区馆以及 5 个主题馆。在上述展馆展示中，参展各方通过独特的建筑语言、新颖别致的展示手段和琳琅满目的展示内容体现了世博文化外交。与此同时，绿色低碳成为本届世博的主旋律。如园区内采取大量节能减排的措施，太阳能光伏发电总量近 5 万伏，类似阳光谷等建筑还成为本届的绿色建筑地标。各参展方更是把绿色作为其城市可持续发展理念的营销点，如日本馆的互动发电、世界气象组织的环保影片及最佳实践区的伦敦零碳馆。这使得上海世博会以一届绿色世博载入史册。

其次，所有参展方都非常重视通过文艺演出实施文化外交。上海世博会 184 天内，共有 228 个国家、国际组织和城市的 1289 个文艺团体奉献了 1131 个精彩纷呈的文艺节目，其演出的场次达 22923 场，约 3400 万观众，即近一半的世博会参观者观看了上述文艺演出。这些演出或是组织者提供的主题秀，或是参展方提供的节目，还有的则是组织者为本次活动特别请一些世界著名的文化团“量身定做”的文艺节目。在这些文艺演出中，以“民族、民俗、民间”为代表的“三民”文化传统演出占据了上海世博会文化秀的重要部分，给世界栩栩如生地呈现了一幅人类多元文化的全景图。

最后，通过论坛实施文化外交是世博文化外交的一个重要手段。上海世博会的论坛规模史无前例。世博会半年中，主题论坛有 6 场，主要在长三角地区举行，公众论坛 53 场，分散在全国各地，最远到过西藏、新疆。在此基础上，2010 年 10 月 31 日还在世博中心举行了青年高峰论坛和世博高峰论坛各 1 场。从邀请出席的嘉宾看，主题论坛共邀请了 300 多位国际嘉宾，高峰论坛 70 多位国际嘉宾。这些国际嘉宾除政治人物外，均是国际相关领域的领军人物，其中不乏诺贝尔奖得主、文化巨匠、著名学者等，其公信力、影响力均为世界公认。据统计，出席主题论坛的听众达 4000 多人，出席高峰论坛的听众逾 2000 多人，这些论坛听众既是世博会“城市，让生活更美好”主题的实践者，更是论坛光辉思想的传承者、传播者。如果我们再加上难以计数的 50 多场公众论坛的听众，广大电视机前的观众、网民，上海世博会论坛的辐射力将远远超出我们的想象。

论坛成为各种新思想的孵化器，也成为世博会精神遗产的主要载体。在世博会展馆、文化活动、论坛三种主题演绎的手段中，如果说展馆留下的是物质遗产、文化活动留下的是一种对艺术的美好回忆的话，论坛则是名副其实的精神遗产创造者和传承者。

第二，各具特色的世博会筹备模式。由于举办一届世博会包括申办、

筹备和运营等不同阶段,考虑到此特点,讨论世博文化外交时,我们必须在更为宽阔的时间背景下对各国不同的办博文化予以分析。这种参展方在筹备和运营期间所表现出的不同的管理文化,无疑也是其文化外交的一个不可忽视的组成部分。

由于各国经济、社会发展水平及管理文化的差异,各国在筹博过程中呈现了迥然相异的办博模式。中国素有集中资源办大事的传统,并组成了严密的办博组织架构,几乎所有相关的中央部委均成为世博会组委会成员,在运营的184天里,它们分别以7个前方工作组的形式,直接参与上海世博会一线运营工作。需要指出的是,历届世博会东道国政府均对世博会予以高度重视,但像中国中央政府如此亲力亲为的并不多。发达国家由于多为成熟的市场经济体,且具有丰富的参博经验,有的甚至还举办过一次或数次世博会,因此,它们的办博体制是一种常态性的公益大项目的运作模式。其主要方法是在国家预算基础上,充分动员社会各界参与,形成所谓的“PPP”模式,即国家(Public),私营部门(Private)之间的合作(Partnership)。这种模式在融资、提高社会各界对世博的参与度和关注度以及人力资源的优化配置等方面都体现出了一定的优势。

第三,不同文化背景下的观博预约制度。世博期间,不同展馆对其贵宾参观的预约制度反映出的是迥然不同的预约文化,如日本馆、对预约提前量、人数均有严格要求,并规定所有VIP团抵日本馆时必须出示书面预约申请号,反映了日本文化的严谨作风。对意大利、西班牙、法国等拉丁文化而言,他们的展馆接待则比较随意,只要是VIP,是朋友,他们并不介意是否是事先提出的,还是当场提出的访问申请。最有典型意义的是阿拉伯文化,只要是老朋友,他们就会热情相接,将你邀为座上宾,使你对阿拉伯人民的热情好客有一种亲身体会。值得一提的还有美国馆,其VIP接待文化充分体现了美国人民灵活、热情、随意的风格,只要有可能性,美国人总是希望更多的VIP参观其展馆,对提出申请程序的时间似乎并不

很严格。

持续 184 天的上海世博会，就其世博文化外交而言，有着非常鲜明的特点，具体体现在以下几个方面。首先是受众的广泛性。与政治外交只面对政治精英、决策者等各国上流社会的当权派不同，世博文化外交针对的是每一个普通的参观者，而非政治精英和各种社会名流。1928 年 11 月 22 日在巴黎签署的《国际展览公约》开宗明义就表示，“展览就是一种展示，无论名称如何，其宗旨均在于给大众以教益。它可以展示人类所掌握的满足文明需要的手段，展现人类在某一个或多个领域经过奋斗所取得的进步，或展望人类发展前景”。^①由于世博文化外交针对的是那些前来参观世博会的普通群众，因此，世博文化外交的大忌就是讲那些空洞无物的话，而是通过那些看似简单、通俗、易懂，老少皆宜的展示活动打动每个普通人，从而给他们留下终身难忘的印象。

其次是参观过程中的互动性。与奥运会、世界杯足球的体育赛事不同，世博会不是一种电视观赏活动，而是参观者与参展者之间的一种广泛的互动过程。正是世博会观赏过程中这种独特的互动性，决定了世博文化外交是一种谈心活动，是一种心灵的对话，是一种倾听与倾诉的关系。正是这种零距离的沟通功能，使世博文化外交能够细雨润物，打动人心。

再次是参与各方之间关系的平等性。作为人类文明发展的新驿站和世界各国人民友好交流的平台，所有参展国家在世博平台上一律平等，这种平等使人们超越地域、信仰、文化习俗的差异，实现了人类历史上史无前例的跨文化对话。同样，这种平等性还体现在参展者与东道国之间。作为东道国，它既是组织者，也是世博会的参展者。作为组织者，它履行的是国际展览公约规定的义务；作为参展者，它与其他参展方一样，只有高质量展示，才能赢得参展方和各国人民的尊重和欢迎。世博会参展各方的平

^① 中国国际贸易促进委员会展览部：《国际展览局和世博会工作资料汇编》，2005 年 4 月，第 37 页。

等交流权利，使以平等和相互尊重为基础的世博文化外交成为可能。

最后是展示活动方式的非政治性。相对于传统外交，文化外交的意识形态等政治色彩较淡，而在世博会平台上的文化外交还要特别遵守世博会非政治化的传统。就东道国而言，成功举办一届世博会最起码的衡量标准就是和谐。世博文化外交的出发点和归属均是通过文化交流的形式，营造组织者与参展者之间的和谐氛围。由于世博会不同于传统意义上的商业展会，它必须由主权国家中央政府举办、必须以教育为目的、必须围绕世博会的主题，换言之，世博文化外交的表现形式必须与世博会主题演绎的三种形式相一致，即展馆展示、文化演出、论坛。世博文化外交正是以其非政治性特点而受到各方的欢迎。

三、上海世博文化外交的意义和影响

为期半年密集的世博文化外交，极大地促进了中国与世界的交流与对话，改善了中国的国际形象，提升了中国从事文化外交的能力，对于未来中国与世界的更为深入的良性互动奠定了扎实的基础。

第一，世博文化外交促进了中国与世界的交流互动。上海世博文化外交是一次史无前例的文化对话实践，极大地促进了中国与世界关系的发展，让我们更为充分地理解到人类文化差异性的存在，并为全球化条件下实现人类全球化共治提供了宝贵经验。

历史上中西文化大交流曾发生过三次：第一次是公元1405年郑和下西洋；第二次是1607年意大利传教士利玛窦与徐光启的历史性相会；第三次是1793年，英王乔治三世的使臣马尔嘎尼勋爵在中国承德朝觐乾隆皇帝。在三次历史性的东西文化对话中，惟有利玛窦与徐光启的相会构成了中西文化交流史上最具有划时代意义的事件。上海世博会则是中国历史上第一次全社会、大规模、全方位、零距离地拥抱国际社会。这里的中国社

会指的是我们的参展主体已不仅是过去习惯上的国家和中央政府，而是包括了全国 31 个省市，甚至港、澳、台特别行政区，还包括了许多企业，既有央企，也有民企，还有合资企业，甚至还包括了街道、社团乃至普通公民。这是所有中国人的一次全面拥抱世界的活动。

世博文化外交还使我们发现了人类文化差异性的存在。毋庸置疑，上海世博会的参展各方与中国组织者一样，均希望通过世博会的沟通平台，以世博文化外交为手段，向中国和世界推销其文化和价值观念，赢得世界对其进一步的了解和认同。在这样一个典型的文化与创意的“奥运会”中，国与国之间的文化差异非但没有掩饰，反而大大彰显，从而使中国公众真正认识到相关国家的文化特质。

更重要的是，世博文化外交为全球化条件下实现人类全球化共治提供宝贵经验。从本质上看，上海世博会是世界各国围绕世博主题的一次跨文化交流和对话，是一种人类对城市化经验的共享，是一种倾听和倾诉。通过这样的对话，人类将找到旨在提高生活质量的美好城市生活的实践路径。从世博会的运营管理看，这不仅是一种全新的文化对话的形式，也是在组织者与参展方之间就世博大业实现“共治”的一种尝试。

在这个“共治”的游戏中，作为组织者，中方的职责是向所有参展方提供参展服务，其权利也仅为国际展览公约和上海世博会注册报告赋予组织者的管理服务权利，如中方要为参展方提供人员入境、物资通关、入园证件、交通、住宿、用餐等便利并协助好它们举办国家馆日活动及其贵宾接待。在世博运营的 6 个月中，中方通过参展方总代表指导委员会平台，与参展方在世博日常运营工作方面进行“共治”。双方通过坦诚交流、实事求是的原则，解决了各种前所未闻的问题。如有关参展方总代表在园区内的交通问题。这种“共治”不仅是管理方法的创新，也是管理文化的创新，从中也充分体现了外交学中妥协艺术的美。从全球化共治的角度看，妥协是实现总体利益的最佳手段。世博会管理文化告诉我们，实现共治就不能

停留在传统外交的博弈论定式中，妥协是崇高的，妥协比拼争更伟大，因为它使所有参与者都成为赢家。这里的妥协是一种包容，是一种无私精神和大国情怀，为的是谋求国际社会双赢多赢。世博会如同一个地球村，组织者和参展者为寻求最高利益所形成的协商和妥协氛围，为全球化条件下解决各种全球问题，实现全球共治提供了一次有益的尝试。

第二，上海世博文化外交改善了中国的国际形象。近年来，随着中国的快速崛起，国际社会对中国的误解——无论是有意还是无意的——正在快速增加，随之而来地也对中国的国际形象产生了不利影响。而上海世博会则赋予了我们一个重要的改善中国国际形象的机遇。事实上，世博文化外交也的确不辱使命，使世界认识到了一个真实的中国，使博大精深的中国文化更加丰富多彩，进而塑造了中国的新形象。

上海世博会期间，国际参展方工作人员与世博会组织者和观众实现“零距离”对接，认识了一个更加真实的中国。世博文化外交使博大精深的中华文化更加丰富多彩，上海世博会为中国学习世界其他民族优秀文化和城市化道路上各种宝贵经验提供了历史契机。中国公众不仅看到了美轮美奂的展馆、流连忘返的展示内容、异彩纷呈的歌舞及充满思辨的论坛，更懂得了世界文化及城市化道路的多样性的伟大之处，学会了另一种方式进行未来的“造城”运动。上海世博会运营的成功，同样也是城市治理人性关怀的成功。世博期间在组织者、参展方和参观者之间有许多可歌可泣的故事，讲述的都是人类最为基本的人道主义思想，这种大爱超越了语言、国界、文化、宗教和意识形态，弘扬的是一种普世价值，而这种普世价值就是人类在经济全球化条件下各种残酷竞争面前赖以和睦相处的人文条件。

世博文化外交塑造了中国的新形象。在全球化条件下，由于国与国之间经济相互依存，国家利益呈现出多元化的趋势使外交的手段和受众同样出现了多元化的趋势，文化外交因而不仅构成了一国外交体系的组成部分，也是整个外交的核心所在。作为一种“软实力”，文化外交在经济全球化

的背景下，不仅可以围绕国家外交的总体目标展开，维护国家文化利益，而且可以宣传自己的价值观，提升和扩大国家的影响力。就中国而言，就是为其在 21 世纪的和平崛起谋取一种有利的国际文化和舆论氛围。

在世博会 184 天中，组织者共举办了 170 场国家馆日，19 场国际组织荣誉日，接待副总理以上国际贵宾 219 批，其中，仅外国元首、总统、国王近百批。此外，经组织者礼宾部门安排入园的外宾超过 10 万人次，外国记者入园区 1.4 万人次，使世博园区成为中国历史上最大的外交舞台。

国际展览局主席蓝峰表示，上海世博会是上海的成功，中国的成功。联合国秘书长潘基文表示，上海世博会再次确立了上海的国际大都市地位。从所有国际媒体的报导看，几乎没有对世博会的消极报导，即使在一些西方国家，许多媒体在评论中国事务时总是带有怀疑和批评的眼光，但对世博会它们却异乎寻常地唱起赞歌，从而使上海世博会成为中国在新世纪国际舞台上的一张新名片，促进了世界对中国的了解，并推动中国与参展国家的双边合作关系。

第三，上海世博文化外交提升了中国开展文化外交的能力。从 1982 年重返国际展览运动以来，特别是通过举办本届世博会，中国不仅谱写了世博会的新历史，也将世博文化外交推向历史新高。如果说前述两个方面是世博文化外交的最为直接的成果，那么提升中国未来开展文化外交的能力，则是此次世博文化外交实践的间接成果，但这一成果的意义和影响或许更为深远。

首先，世博文化外交是对全民的世界知识大普及，提升了中国进一步融入世界的能力。如果说，中国加入世贸组织（WTO）是经济上融入世界的话，上海世博会就是中国在文化上与世界的一次全面对接。我们应该看到，尽管改革开放后中国的国力不断提升，已成为世界第一出口大国和第二经济大国，但每年 5000 万的出国人次与庞大的人口基数相比，仅为中国人口的 5%，也就是说，在全球化的今天，即便我们的经济与世界已密

不可分，但有机会与世界接触的人还不到 5%。与此同时，我国的近邻韩国每年出国人数 1200 多万，而其人口不到 4600 万，出国人数占其人口的四分之一。仅此可见中韩两国国民国际化程度的差异。

上海世博会可以说是中国公众一次伟大的地理大发现，是一次国际知识的大普及，胜似举办了一个世界公民的速成班。所谓地理大发现是指，中国公众知道了许多此前闻所未闻的国家；所谓国际知识大普及，指的是通过世博会，参观者发现了各国不同的风土人情和巨大的文化差异；所谓世界公民速成班，指的是园区内平均每天有 5000 名（最多时 9000 名）大学生志愿者们，他们希望通过与参展方工作人员交朋友，通过服务外国参观者的志愿者精神，与天下所有人交朋友。在这些年轻人身上，体现的是“世界一家，地球一个”的国际主义情怀。

其次，世博文化外交使中国社会变得更加开放和宽容。纵观世博会历史，任何一届世博会都会给人类的进步留下了不朽的物质和文化遗产。也许，偌大的中国馆将像巴黎埃菲尔铁塔一样成为世界人民在上海欢聚的新地标。但历史同样告诉我们，一届世博会的历史地位并非由其物质遗产写就，精神遗产的多寡将决定上海世博会在国际展览运动及中国现代化历史进程中的地位。最早提出上海申博的已故市长汪道涵曾表示，“世博会是战略的，要管 60 年”，这告诉我们，上海世博会对中国社会的历史意义将是极为深远的，它将使我们的世界更美好，使中国和世界人民生活得更幸福，更有尊严。

最后，世博文化外交为文化外交的人才培养作出了重要贡献。继 2003 年“中法文化年”开创了我国在西方大国举办文化年以来，我国与西方大国举行各种大型文化交流活动方兴未艾。无疑，上海世博会又使我国文化外交达到了历史新高，它在 184 天内集中宣传了我国在各方面的巨大发展成就，使我国的良好形象在世界人民的心目中更具象化，从而大大缩短了中国与世界各国的沟通距离。但在这一过程中，最重要的却是人才。从事

文化外交，首先要懂外语，但懂外语未必懂世界，懂世界未必懂中国，懂中国未必懂文化。要将懂世界和懂文化结合起来，需要一种学习精神和国际主义的情怀，要敢于做世界不同文化背景下人民之间交流的促进者，但要做的这一切关键是要有一个良好的培养和使用机制。培养人才固然不易，使用好人才更是关键，要建立一套科学的用人评价体系，不仅要鼓励更多的有志青年投身到世博文化外交中去，更要在制度上保障文化外交人能够尽快脱颖而出。

通过世博文化外交，我们看到一大批符合上述要求的文化外交人才的涌现。随着上海世博会的结束，他们有的回到原来的工作岗位，有的到了新的工作岗位，但不可否认的是，这批经过世博文化外交洗礼的人才队伍将是未来中国文化外交的宝贵财富。无论是对于我国文化资源禀赋的把握和利用，还是其赢得公众心的创意能力，他们都可称得上是文化外交所需要的高质量的对外沟通人才。只要拥有国家层面的统一谋划，那么这批人才便能更为积极地参与到未来中国的大型国际活动外交中，使未来大型国际活动中的文化外交更具创意，更能打动世界各国人民的心扉。

internal logic of the street politics, we can have a deep understanding of the development of Thailand's street politics, thus taking effective measures to maintain political stability in changing society.

Iran Nuclear Issue and Its Implications to the Region and Major Powers

JIN Liangxiang (60)

By its nuclear program, Iran does have considerations for peaceful use of nuclear energy despite some outstanding questions. Iran's growing nuclear capability will produce long and profound geopolitical implications even Iran would not break the redline. With the increasing of Iran's capability, the power structure in the Middle East will change in favor of the radicals or anti-American forces. The U.S. has stepped up its paces to forge a united front with Arab countries to isolate Iran both to press for Iran's compliance and to prepare for the potential danger of Iran's proliferation. Major power interactions around the Iran nuclear issue is one part of their relations in the first decade of the 21st century.

Probe on Cultural Diplomacy of Shanghai Expo

XU Bo (73)

The World Expo owes its reputation to "An Olympic festival of economy, technology and culture". It is an important platform of cultural diplomacy and international communication and cooperation, and an important opportunity for countries across the world to push cultural diplomacy. Shanghai Expo attaches "Integration of Urban Multi-cultures" as a sub-theme to the theme of "Better City, Better Life", which underlines integration of the multi-cultures and inheritance of traditional cultures. The cultural diplomacy of the Shanghai Expo that lasted for half a year has achieved great success and greatly advanced China's communication and dialogue with the world, improved China's international image, enhanced China's ability of cultural diplomacy

and laid solid foundation for further interaction between China and the world.

On Public Opinion Diplomacy of Shanghai Expo

GUO Ke and WU Ying (90)

The World Expo has been evolving from an exhibition of technological revolution and industrial achievements in its initial design to a platform of civilization and cultural communication in addition to merely an exhibition, and brings about important opportunity for the host countries and cities to exhibit their brands and images. Shanghai Expo is an integral part as well as a platform of the China's general public diplomacy, which draws great attention to the media home and abroad. This paper examines the global journalisms on Shanghai Expo, then comes the discussion on the law of change, and patterns and models of the dissemination of the international public opinions and then followed with further discussion on the significance, value and enlightenment of the opinions on China's public diplomacy for the purpose of promoting the coming exploration and development of China's public opinion diplomacy.

Analysis on the Development History and Features of Sino-African Science and Technology Relationship

WANG Tao (113)

Sino-African science and technology relationship has a long history. With the establishment of New China, Sino-African science and technology relationship developed from spontaneous to conscious. China and Africa treated each other on an equal footing. China gave selfless technical assistance to Africa. After 1980s, bilateral relations which were pragmatic and mutually beneficial became more of cooperation than of aid. After 2000, Sino-African science and technology relationship transformed from principles to policies. In 2009, "China-Africa Science and Technology Partnership Program (CASTEP)" was launched and the mechanisms of bilateral relations were established.