

DOI: 10.14015/j.cnki.1004-8049.2020.07.005

陈杰:“海洋命运共同体视角下的中国海洋公共外交”,《太平洋学报》,2020 年第 7 期,第 54-66 页。

CHEN Jie, “China’s Maritime Public Diplomacy from the Perspective of the Maritime Community with a Shared Future”, *Pacific Journal*, Vol. 28, No. 7, 2020, pp.54-66.

海洋命运共同体视角下的 中国海洋公共外交

陈 杰¹

(1.中山大学,广东 珠海 519000)

摘要:建设海洋强国与 21 世纪海上丝绸之路需要海洋公共外交提供助力。中国海洋公共外交作为新时代中国特色大国外交的一部分,以构建海洋命运共同体为理念,以阐释中国海洋战略、讲好海洋合作故事、扩大蓝色朋友圈、传播传统海洋文化、提升蓝色软实力为使命。中国的政府部门、沿海城市、中央企业、主流媒体以及智库机构普遍具有政治可靠性高、易于统筹协调的特点,因此可重点发挥其优势,形成“五位一体”的海洋公共外交主体布局,协力讲好海洋领域的“中国故事”。

关键词:海洋命运共同体;海洋公共外交;海洋强国

中图分类号:D822.2

文献标识码:A

文章编号:1004-8049(2020)07-0054-13

2013 年 7 月 30 日,习近平总书记在主持中共中央政治局第八次集体学习时指出“建设海洋强国是中国特色社会主义事业的重要组成部分”^①。2013 年 10 月 3 日,习近平主席在印度尼西亚国会发表演讲时提出共同建设 21 世纪海上丝绸之路。如果说“建设海洋强国”体现着中国实现中华民族伟大复兴“中国梦”这一抱负的话,那么,21 世纪海上丝绸之路倡议则体现着中国基于丝路精神打造人类命运共同体的天下情怀。两者构成彼此促进的互动关系,而海洋是

它们共同的载体和纽带。

目前中国海洋强国建设与 21 世纪海上丝绸之路建设都取得了积极成效,但也都存在较大的提升空间,如我国海洋战略和海洋命运共同体思想需要在全世界更大范围内进行阐发,蓝色伙伴关系需要拓展广度和深度,中国在海洋领土问题上的声音还不够响亮,有些国家对海洋战略蓄意误读甚至刻意“污名化”。公共外交在提升国家形象、消解污名、拓展伙伴关系以及建立互信等方面可发挥政府外交所不具

收稿日期:2020-03-27;修订日期:2020-05-06。

基金项目:本文系 2018 年度国家社科基金重大项目“习近平新时代中国特色社会主义思想”(18ZDA007)的阶段性研究成果。

作者简介:陈杰(1978—),男,江苏泰州人,中山大学国际翻译学院中东研究中心教授、博士生导师,中山大学“一带一路”研究院研究员,文学博士,政治学博士后,主要研究方向:公共外交、中东研究。

* 感谢《太平洋学报》编辑部和匿名审稿专家提出的建设性修改意见,文中错漏由笔者自负。

① “习近平在中共中央政治局第八次集体学习时强调 进一步关心海洋认识海洋经略海洋 推动海洋强国建设不断取得新成就”,《人民日报》,2013 年 8 月 1 日,第 1 版。

有的独特优势。“海洋问题的多样化、敏感性和复杂性增加了各国应对海洋事务的难度……单靠政府间的对话无法解决所有问题,这就使得海洋公共外交成为未来公共外交发展的重要方向之一。”^①但是,海洋公共外交在助力中国海洋强国建设和21世纪海上丝绸之路建设过程中,重点依赖哪些主体发挥作用以及如何发挥作用都需要进行更加深入的研究。

一、海洋公共外交的概念

从逻辑层面来看,海洋公共外交是海洋外交(maritime diplomacy)与公共外交(public diplomacy)的交集,具体来说,是海洋外交中以公共外交手段开展的那一部分,或公共外交中事关海洋议题的那一部分。海洋公共外交的命名既与智库公共外交、企业公共外交、城市公共外交等以公共外交行为体命名不同,也与文化外交、宗教外交、旅游外交、体育外交等以具体领域命名不同,它是一种议题型的公共外交,即海洋是公共外交实践所围绕的议题,而海洋议题又牵涉经济、军事、旅游、文化等多个领域。就好比在探讨中国的海洋战略时,可将其看作是涉及政治、经济、法律、社会、军事等多领域的综合战略体系。^②

目前国内外对公共外交的理论研究已较为丰富,普遍接受公共外交主体的多元特征,公共外交行为体从单纯的政府主体扩展到媒体、智库、社会组织、企业甚至是个人在内的多元行为体,这也构成了传统公共外交与新公共外交的重要分野。相比之下,国内对海洋外交的理论研究尚较为滞后,导致对海洋公共外交的认识和研究也就显得更加不足^③,无法指导中国海洋公共外交的实践。譬如,在一些学者看来,海洋外交主要是一种政府外交,地方政府、大型海运公司、港口物流公司等在内的非专职外交行为体或非官方行为体不构成海洋外交的主体。^④否认海洋外交主体的多元性,相当于自我捆绑,不利于为包括海洋公共外交在内的中国海洋外交实践提供更为广阔的舞台和更多的想象空

间。再如,有学者指出,海洋外交按照强制性高低和社会属性差异,可分为炮舰外交、海军外交、海洋法律外交、海上合作外交和涉海民间外交五种实践形式。^⑤这一分类指出涉海民间外交是海洋外交的一种形式,然而,民间外交也只是公共外交的一部分,并非公共外交的全部,因为公共外交“涵盖‘政府对政府外交’以外的各种对话方式,包括双方或多方的官方—民间或民间—民间的各种直接交流”^⑥。涉海民间外交作为一种单纯的民间对民间的外交行为,仅构成海洋公共外交的一个侧面。此外,海军外交和海上合作外交也都承担着一些公共外交的职能。以前者为例,中国“郑和”号训练舰在2012年沿着当年郑和的航迹先后到访14个国家的港口,传播“和谐海洋”理念,就是一次系统的公共外交实践;而“和平方舟”号医院船的历次“和谐使命”任务亦构成一次次生动的公共外交实践。

迄今为止,国外学界虽没有明确区分或命名海洋公共外交,但对其开展的大量相关探索实际上是存在的。这些相关探索通常涵括在两类研究中。一类是在“海洋外交”研究或“海洋环境外交”“海洋科学外交”“海洋教育外交”等

① 岳鹏:“中国开展海洋公共外交的和平路径”,《公共外交季刊》,2016年第2期,第14页。

② 刘中民著:《世界海洋政治与中国海洋发展战略》,时事出版社,2009年版,第363页。

③ 国内对海洋公共外交的研究散见于各处,缺乏整体性和聚焦性。其中,有一篇论文直接研究中国海洋公共外交,即《中国开展海洋公共外交的和平路径》;另有一篇论文围绕美国海洋公共外交,为《美国海洋公共外交的兴起及其对南海问题的影响》。其他与海洋公共外交相关的研究成果或围绕特定的目标国家或区域,或围绕特定的议题,或以历史视角展开研究。这些相关研究总体上缺少学理分析,如对海洋公共外交在海洋外交中的定位缺乏清晰描述,对海洋公共外交的定义几乎没有涉及,对公共外交的主体和实践路径缺乏系统化分析,对海洋公共外交的目标国多设定在周边国家,议题也因此多限于南海等热点问题。

④ 沈雅梅:“当代海洋外交论析”,《太平洋学报》,2013年第4期,第39页。

⑤ 马建英:“海洋外交的兴起:内涵、机制与趋势”,《世界经济与政治》,2014年第4期,第68页。

⑥ 赵启正:“从民间外交到公共外交”,《外交评论》,2009年第5期,第2页。

子领域研究中将公共外交视作实施手段。^① 另一类研究虽也没有直接使用海洋公共外交的整体概念,但类似的概念,如“合作性海洋外交”或“海洋软实力外交”等,在很大程度上就是一种公共外交。伦敦国际战略研究所高级研究员克里斯蒂安·勒米尔(Christian Le Mièrre)是这类研究的典型代表,其著作《21世纪的海洋外交:动因和挑战》将海洋外交分为“合作性海洋外交”(co-operative maritime diplomacy)、“劝服性海洋外交”(persuasive maritime diplomacy)和“强制性海洋外交”(coercive maritime diplomacy)三类。其中,“合作性海洋外交”既包括访问港口、联合海上演习或训练、海上人道主义援助和救灾,也包括海洋领域的教育项目、个人访问和合作办会等形式,“这些活动在本质上是赢得人心的尝试”,“合作性海洋外交事件都有一个共同的政治目标。每个事件都在寻求建立影响力、联盟或信任。合作性海洋外交的目的不是欺凌、威慑或强迫,也不是强行说服,相反,它通过吸引、同化和激励等手段来诱使其他政府合作或令其安心”。^② 因此,除联演联训外,“合作性海洋外交”的主体就是海洋公共外交。而“劝服性海洋外交”,其目标是“提高对一国海上或总体实力的认识,为一国在国际舞台上建立声誉”,它“不针对特定的接受者,也不是为了让潜在的手感到恐惧”,而是“说服其他人,使其相信自己的海军(或广义的军事力量)是存在的和有效的”。^③ 显然,“劝服性海洋外交”与公共外交也有较大程度的重叠。此外,印尼穆罕马迪亚大学学者纳贾穆丁·哈鲁尔·里亚尔(Najamuddin Khairur Rijal)在克里斯蒂安·勒米尔的基础上研究了“合作性外交”、“劝服性外交”代表的软性模式与“强制性外交”代表的硬性模式的融合,提出了“海洋巧外交”(smart maritime diplomacy)的概念^④;美国佐治亚南方大学学者纳兰达·罗伊(Nalanda Roy)以中国在南海问题上的做法为例提出“魅力外交”概念,指出“魅力外交”的目的是“为了赢得邻国信任”。^⑤ 因此,无论是“通过吸引、同化和激励等手段来诱使其他政府合作或令其安心”的“合作

性海洋外交”,还是“为一国在国际舞台上建立声誉”的“劝服性海洋外交”,以及“为了赢得邻国信任”的“魅力外交”,都与公共外交的旨归趋于一致,那就是“吸引人、鼓舞人、说服人、打动人”^⑥。

虽然从国内外已有的对海洋外交的研究中均难以找到对海洋公共外交概念的现成界定,但是,随着海洋治理在全球治理中地位的上升,以及出于对公共外交对一国海洋战略实施重要性的理解,有必要为海洋公共外交设置一个整合性的界定。当然,对海洋公共外交的概念界定一定是非常困难的,因为即便对于其上位概念“公共外交”来说,其界定也因人而异、因时而异,因学科不同而侧重点有所不同,诚如以色列巴伊兰大学学者埃坦·吉尔博阿(Eytan Gilboa)所说,“学者和实践者们对公共外交使用了形形色色的令人困惑、不完整甚或存在问题的定义”^⑦。即便是“公共外交”概念提出者埃德蒙·格利恩(Edmund Gullion)的定义,也存在多

① 此类代表性研究如:Tumai Murombo, “The Role of International Environmental Diplomacy in the Sustainable Use of Marine Biodiversity in Areas Beyond National Jurisdiction: Ending Deep Sea Trawling”, *The Comparative and International Law Journal of Southern Africa*, Vol. 40, No. 2, 2007, pp. 172-192; Robert Patman and Lloyd Davis, “Science Diplomacy in the Indo-Pacific Region: A Mixed But Promising Experience”, *Politics & Policy*, Vol. 45, No. 5, 2017, pp. 862-878; Czarnecka Agnieszka and Katarzyna Muszynska, “The Role of Maritime Education and Training of Young Adults in Creating a Strategic Model for the Management of a Public Diplomacy Project”, *International Journal on Marine Navigation and Safety of Sea Transportation*, Vol. 13, No. 2, 2019, pp. 387-392.

② Christian Le Mièrre, *Maritime diplomacy in the 21st Century: Drivers and Challenges*, London: Routledge, 2014, pp. 8-11.

③ 同②, p. 12.

④ Najamuddin Khairur Rijal, “Smart Maritime Diplomacy: Diplomasi Maritim Indonesia Menuju Poros Maritim Dunia”, *Global Strategis*, Vol. 13, No. 1, 2019, <https://e-journal.unair.ac.id/JGS/article/download/10494/7160>.

⑤ Nalanda Roy, “The Dragon’s Charm Diplomacy in the South China Sea”, *Indian Journal of Asian Affairs*, Vol. 30, No. 1/2, 2017, pp. 15-28.

⑥ 赵可金等:“公共外交的目标及其实现”,《公共外交季刊》,2011年第1期,第79页。

⑦ Eytan Gilboa, “Searching for a Theory of Public Diplomacy”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, 2008, pp. 55-77.

方面的不足。^①

本文尝试将海洋公共外交定义为:一国政府或代表其利益的相关行为体为了维护国家海洋权益、促进国际海洋合作、引导涉海国际舆论或提升海洋软实力而面向国外公众开展的信息或观念传播活动的总和。根据这一定义,海洋公共外交的主体既可以是一国政府,也可以是代表其利益的其他行为体,如城市、企业、媒体,甚至是个体,这些行为体从政治传播的角度可称为“代理人”^②,它们凭借“不同的能力、不同的优势和未开发的潜力”在公共外交领域各具影响。^③行为体范围的扩大契合了外交平民化、社会化的总体趋势,也符合新公共外交对行为体多元化的要求。海洋公共外交的目标对象则是广义上的“国外公众”。基于此,海洋公共外交就存在“政府—>民众”、“民众—>民众”以及“民众—>政府”^④这三条进路。在实质方面,海洋公共外交是“信息或观念的传播”,这构成公共外交对国外公众产生影响的核心因素之一,也正如1965年埃德蒙·格利恩在爱德华·默罗公共外交研究中心成立仪式上所称的,公共外交的核心是“信息和观念的流动”^⑤。在目标方面,海洋公共外交既服务于“引导涉海国际舆论、提升海洋软实力”,也通过“维护国家海洋权益、促进国际海洋合作”服务于海洋主权、安全和发展利益,兼顾了国家海洋形象的构建需要和国家海洋利益的实现需要^⑥。至于海洋公共外交的具体手段,则因行为体和目标的不同而有所不同。

二、中国海洋公共外交的理念和使命

一国海洋公共外交的理念和使命,常因意识形态、国家整体实力、总体外交战略以及海洋在国家发展战略中的定位而异,甚至与一国的文化传统也有密切关系。以美国海洋公共外交为例,其目的是制造特定涉海舆论、培植当地亲美势力、对他国公众施加政治影响进而对他国政府涉海决策进行“战略性干预”^⑦。因此,美国海洋公共外交中的对抗性思维以及干预性、功

利性特征异常明显。而印度的海洋公共外交理念则具有明确的指向性和显著的狭隘性。“主流分析人士的叙事话语是,印度正在东盟地区建立深层次的战略联系,以抗衡中国在印度洋地区日益增长的影响力。”^⑧相比之下,中国海洋公共外交作为新时代中国特色大国外交的一部分,在理念和使命上必然有别于美、印等国。

2.1 中国海洋公共外交的理念

2019年4月23日,习近平总书记在会见应邀参加中国海军成立70周年海上阅兵庆典的各国海军代表团团长时指出:“海洋孕育了生命、联通了世界、促进了发展。我们人类居住的这个蓝色星球,不是被海洋分割成了各个孤岛,而是被海洋连结成了命运共同体,各国人民安危与共。”^⑨由此,打造海洋命运共同体成为中国在全球海洋治理领域的一个重要理念性公共产品。海洋命运共同体的提出打破了某些西方国家的霸权式海洋治理思维,有助于促进国际海

① 郑华:“新公共外交内涵对中国公共外交的启示”,《世界经济与政治》,2011年第4期,第145-146页。

② 张萍:“政治传播过程中的公共外交:概念、范式与逻辑”,《南京社会科学》,2017年第8期,第146页。

③ Geun Lee and Ayhan Kadir, “Why Do We Need Non-State Actors in Public Diplomacy: Theoretical Discussion of Relational, Networked and Collaborative Public Diplomacy”, *Journal of International and Area Studies*, Vol. 22, No. 1, 2015, pp. 57 - 77.

④ 目前学界对“民众—>政府”的公共外交进路讨论不多,但这一进路在实践中是客观存在的。例如,招商局集团曾用中国“蛇口经验”成功说服吉布提总统启动吉布提港口建设。参见“西方解决这问题说要用几百年 中国人不需要这么久”,人民日报海外版官网,2018年9月10日, <http://news.haiwainet.cn/n/2018/0910/c3541083-31393332.html>。

⑤ “What is Public Diplomacy”, The Public Diplomacy Council, <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm>, 访问时间:2020年4月10日。

⑥ 国内有学者指出“中国的公共外交应当坚持国家利益高于国家形象的取向”,笔者同意这一观点。参见莫盛凯:“中国公共外交之理论与实践刍议”,《外交评论》,2013年第4期,第45页。

⑦ 白续辉、陈惠珍:“美国海洋公共外交的兴起及其对南海问题的影响”,《太平洋学报》,2017年第4期,第15页。

⑧ G. Padmaja, “Modi’s Maritime Diplomacy: A Strategic Opportunity”, *Maritime Affairs*, Vol.11, No.2, 2015, pp.25-42.

⑨ “习近平集体会见出席海军成立70周年多国海军活动外方代表团团长”,《人民日报》,2019年4月24日,第1版。

洋秩序朝着更为公正、更为合理的方向发展,^①因为海洋命运共同体的核心是基于“互信、互助、互利”原则^②的互动型蓝色伙伴关系的建立,其中,互信是前提,互助是过程,互利作为结果,同时也增进互信,从而形成良性的海洋交流合作循环发展模式。从具体路径来说,海洋命运共同体构建需要对接各国海洋发展战略,把海洋交流合作和海上互联互通落到实处。

当然,中国海洋命运共同体的理念不是纯粹为了与西方海洋治理观竞争而提出来的,它是中国海洋观发展到新时代的必然,是人类命运共同体理念在海洋领域的直接反映,更深深地植根于中国厚重的历史和文化传统之中。从历史溯源来说,中国的海洋公共外交理念从一开始就具有和平的特征,且一以贯之。郑和下西洋这一伟大的海洋公共外交实践就是明证。从文化基因来说,中国海洋公共外交的理念中传承了天下情怀与友好互助精神。如果说《汉书·高帝记》中的“且夫天子以四海为家”展示了中国传统的天下情怀,那么《论语·颜渊》中的“四海之内,皆兄弟也”、《孙子·九地》中的“同舟而济,遇风,其相救也如左右手”则展示了中国传统文化中的平等、互助精神。习近平提出的“太平洋足够大”的形象说法也正反映了中国传统文化中的包容性特征。

因此,从根本上来讲,新时代中国海洋公共外交要以服务于构建海洋命运共同体为最高理念遵循和最终价值旨归。而海洋命运共同体对“合作、一体化与和平”的鲜明诠释^③,必然决定了中国海洋公共外交在使命和手段方面需要具有和平性、包容性与合作性的特征,在实施主体方面需要走一条多元化和社会化之路。在具体实践中,中国海洋公共外交要服务于海洋强国建设。只有中国自身实现了海上和平崛起,其提出的海洋治理理念和海洋合作倡议才会拥有广泛的说服力和感召力,其实施的海洋互联互通项目——无论是硬联通还是软联通项目——才有可能发挥巨大的示范性和引领性,从而带动全人类海洋事业的发展。从这个意义上来说,中国以海洋公共外交实践服务于海洋强国

建设构成倡导和通往海洋命运共同体之路上不可跳过的行动路径。

2.2 中国海洋公共外交的使命

2017年10月,党的十九大报告提出要“讲好中国故事”;2018年8月,习近平总书记在全国宣传思想工作会议上提出要“向世界展现真实、立体、全面的中国”。因此,中国公共外交的核心任务就是“讲好中国故事”,“向世界说明中国”,它与政府外交“向世界宣传中国”形成协力。相应地,海洋公共外交的使命就是在海洋命运共同体理念的指引下,在海洋领域讲好“中国故事”,向世界说明中国的海洋观、海洋战略、海洋理念和海洋倡议,以形成广泛共鸣和积极回应,助力打造基于“互信、互助、互利”原则的蓝色伙伴关系。

(1) 阐释中国海洋战略,助力建立战略互信
不同于西方殖民性的海洋强国发展路径,中国海洋强国建设强调和谐与合作,是以建立海洋命运共同体为战略导向的共赢型发展。^④但是,现实政治中,中国的海洋战略面临严峻的国际舆论环境,有些周边国家和域外国家刻意渲染“中国海洋威胁论”,误导国际社会对中国海洋战略的认知。如东海问题是日本炒作“中国海洋威胁论”的抓手。2015年7月,日本外务省网站公开中国在东海开发天然气田的航拍照片和地图,称中方在所谓日中东海“中间线”中方一侧新建了十多座海洋作业平台,诬指中方搞“单方面”资源开发,违反两国2008年就“共同开发”东海油气田达成的协议。南海则成为美国和一些主权声索国渲染“中国海洋霸权论”

① 杨剑:“建设海洋命运共同体:知识、制度和行动”,《太平洋学报》,2020年第1期,第94页。

② 在2019年中国海洋经济博览会开幕之际,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在贺信中提出了深化海洋交流合作需要“秉承互信、互助、互利的原则”。参见“秉承互信互助互利原则 让世界各国人民共享海洋经济发展成果”,《人民日报》,2019年10月16日,第1版。

③ 陈秀武:“东南亚海域‘海洋命运共同体’的构建基础与进路”,《华中师范大学学报》(人文社会科学版),2020年第2期,第153页。

④ 谢茜:“新中国70年海洋强国建设”,《中国高校社会科学》,2019年第5期,第25页。

的最好工具。美国甚至形成“领导人亲自表态,高官直接推动,官僚具体操作,非官方献计献策”的南海舆论宣传机制,意图通过持续的舆论渲染强化中国“侵占者”形象,从而使国际社会特别是周边国家对中国加强防范。^① 针对中国提出建设和平、合作、和谐之海的愿景,《华尔街日报》的一篇文章称“北京想要在统治南中国海的同时创造和谐的幻象”^②。在中国经略印度洋方面,一些域外大国和域内国家有意强化对“中国海洋威胁论”的话语传播^③,把中国进入印度洋刻意描画成“珍珠链战略”,称印度洋地区“被蒙上了中国持续入侵的阴影”^④，“如果印度不能打造出与西至红海东至南中国海战略边界相匹配的能力,那么中国就会以咄咄逼人的‘珍珠链战略’侵犯这一空间”。^⑤ 而对于中国提出的共建21世纪海上丝绸之路倡议,有国外学者称,“中国已证明其不会回避使用经济胁迫的手段寻求利益,将经济投资作为潜在武器”。^⑥

随着特朗普上任后的首份《国家安全战略报告》将中国定义为“修正主义国家”和“战略竞争对手”,以及当前中美关系滑入两国建交以来的低谷,中国须直面美国政、媒、学三界对中国海洋威胁的刻意渲染、对中国海洋战略的蓄意抹黑。可以料想,中美两国在全球海洋治理领域的竞争将不断持续。从中国角度,必须主动向全世界说清楚中国海洋战略的和平性、防御性、包容性特征,说清楚中国与历史上的海洋霸权不同,走的是建设和平之海、和谐之海的道路,以最大限度打消一些国家的疑虑和猜忌,助力建立战略互信。

(2) 讲好海洋合作故事,推动发展战略对接

“一带一路”建设不是另起炉灶、推倒重来,而是实现战略对接、优势互补。^⑦ 构建海洋命运共同体不是口号,而需要不同国家之间对接海洋发展战略,以在顶层设计层面为海洋合作提供保障。^⑧ 目前中国与有关国家的海洋战略对接和海上合作已初显成果。如中国与泰国、马来西亚、柬埔寨、印度、巴基斯坦、马尔代夫、南非等国已签署政府间海洋领域合作文件。在具体项目方面,希腊比雷埃夫斯港建设成效显著,

巴基斯坦瓜达尔港、斯里兰卡科伦坡港口城和汉班托塔港二期工程等项目有序推进,中荷海上风电合作,中国与印尼、伊朗等海水淡化合作项目也正在落实。中国海洋公共外交应通过讲述这些海洋合作的成功故事、描绘未来海洋合作的愿景,推动中国与21世纪海上丝绸之路更多沿线国实现发展战略对接。

2017年6月,国家发展和改革委员会与国家海洋局联合发布的《“一带一路”建设海上合作设想》提出了海上合作的总体思路,其中包括“加强与21世纪海上丝绸之路沿线国战略对接,全方位推动各领域务实合作”。^⑨ 《“一带一路”建设海上合作设想》不仅是中国描绘的合作愿景,更包含了具体的行动设计,如通过实施一批具有示范性、带动性的合作项目,在25个细分领域共建绿色发展、依海繁荣、安全保障、智慧创新和合作治理之路。然而,这一海上合作设想尚未引起国外广泛关注。因此,中国海洋公共外交需将中国的系统化海上合作设想传递给21世纪海上丝绸之路的沿线国,努力增加其国际显示度和认可度,争取把单方面的“设想”转变为大家共同的关切、共同的行动。

① 李忠林、侯天佑:“试论美国在南海问题上的舆论宣传”,《和平与发展》,2017年第3期,第35-36页。

② “China’s Maritime Diplomacy”, Wall Street Journal, August 18, 2016, <https://www.wsj.com/articles/chinas-maritime-diplomacy-1471561516>.

③ 刘思伟:“印度洋安全治理制度的发展变迁与重构”,《国际安全研究》,2017年第5期,第94页。

④ Chinmoyee Das, “India’s Maritime Diplomacy in South West Indian Ocean: Evaluating Strategic Partnerships”, *Journal of Strategic Security*, Vol.12, No. 2, 2019, pp.42-59.

⑤ Brig Narender Kumar, “India Unveils Maritime Diplomacy in the Indian Ocean Region”, *India Foundation Journal*, Vol.VII, No.3, 2019, <https://indiafoundation.in/wp-content/uploads/2019/08/India-Foundation-Journal-May-June-2019.pdf>.

⑥ 楼春豪:“21世纪海上丝绸之路的风险与挑战”,《印度洋经济体研究》,2014年第5期,第13页。

⑦ 习近平:“携手推进‘一带一路’建设——在‘一带一路’国际合作高峰论坛开幕式上的演讲(2017年5月14日,北京)”,《人民日报》,2017年5月15日,第5版。

⑧ 翟崑:“海洋命运共同体构建需知行合一”,《太平洋学报》,2020年第1期,第100页。

⑨ 国家发展和改革委员会、国家海洋局:《“一带一路”建设海上合作设想》,新华网,2017年6月20日, http://www.xinhuanet.com/politics/2017-06/20/c_1121176798.htm。

(3) 促进理解蓝色伙伴关系,扩大蓝色朋友圈

伙伴关系是“国家间基于共同利益,通过共同行动,为实现共同目标而建立的一种独立自主的国际合作关系”。^① 中国自20世纪90年代起在全球发展伙伴关系,目前,伙伴关系已成为中国积极推动构建新型国际关系的重要内容。2017年1月18日,习近平主席在日内瓦发表《共同构建人类命运共同体》的主旨演讲,强调为了构建人类命运共同体,国际社会要从构建伙伴关系等方面入手。^② 同样,海洋命运共同体的形成也要从构建蓝色伙伴关系入手。基于对此深刻理解,2017年6月,中国政府在联合国首次举办的海洋大会上正式提出“蓝色伙伴关系”倡议。与会的联合国副秘书长吴红波强调,没有国与国之间、组织与组织之间顺畅、协调、高效的伙伴关系,就无法实现海洋资源的可持续利用与养护。^③ 而“养护和可持续利用海洋和海洋资源以促进可持续发展”正是联合国可持续发展目标(SDGs)之十四。当前,国际层面的海洋垃圾伙伴关系(GPML)、东亚海环境管理伙伴关系计划(PEMSEA)等都为相关具体领域的治理提供了富有成效的解决方案。^④ “蓝色伙伴关系”作为中国在全球海洋治理领域的倡议,其提出尚不足3年。期间,中国已与葡萄牙和塞舌尔就建立“蓝色伙伴关系”签署了政府间文件,与12个小岛屿国家签署《平潭宣言》鼓励共同构建蓝色伙伴关系。尤其值得一提的是,中国与欧盟的蓝色伙伴关系发展驶上了快车道:2017年,中欧双方共同举办“中国—欧盟蓝色年”,2018年共同签署《在海洋领域建立蓝色伙伴关系的宣言》,2019年共同举办首届“中国—欧盟海洋蓝色伙伴关系论坛”。虽然中国的蓝色伙伴关系网络构建已取得初步成效,但整体而言,对21世纪海上丝绸之路沿线国的覆盖还远远不够,与构建海洋命运共同体的要求尚有较大距离。因此,促进全球各国尤其是21世纪海上丝绸之路沿线国对蓝色伙伴关系的理解和接受,激发这些国家加入蓝色“朋友圈”的愿望,就成为未来一段时期中国海洋公共外交的重要任务。通过海洋公共外交促进蓝色伙伴关系构

建也契合约瑟夫·奈提出的公共外交涉及“建设长期关系以构建一个对政府政策有利的环境”的观点。^⑤

(4) 传播传统海洋文化,传递命运共同体理念

中国丰富的海洋文化遗产反映了中华民族对海洋的传统认知,融合了中国传统文化中的价值精髓。经过数千年的沉淀,中国人对海的想象是“博大”与“包容”,是“和平”与“互助”。古代海上丝绸之路,不仅仅是中国与各民族的商业贸易之路,更是文化交流、文明互鉴之路。伟大的航海家郑和以“宣德化而柔远人”的宗旨,为中国古时的海洋外交实践深深地打上了和平烙印。他“没有签订一个不平等条约,没有拓展一块疆土,没有带回一个奴隶,还为沿途国家剿灭海盗,广播仁爱于友邦”,开创了海上和平与友好往来的世界范例。^⑥

中国的海洋公共外交既要将这些中国传统海洋文化传播出去,更要讲清楚当前中国海洋强国的重大部署、中国的全球海洋治理观与中国传统海洋文化之间的渊源关系。正如习近平总书记强调的那样,“把继承传统优秀文化又弘扬时代精神、立足本国又面向世界的当代中国文化创新成果传播出去”^⑦。中国提出的海洋命运共同体理念就蕴含了中国传统文化精髓中的“包容”、“和平”和“互助”精神,其提出反映了中国面对当前全球海洋领域存在治理赤字、信

① 门洪华、刘笑阳:“中国伙伴关系战略评估与展望”,《世界经济与政治》,2015年第2期,第68页。

② 习近平:“共同构建人类命运共同体——在联合国日内瓦总部的演讲(2017年1月18日,日内瓦)”,《人民日报》,2017年1月20日,第2版。

③ “构建蓝色伙伴关系 促进全球海洋治理”,自然资源部官网,2017年7月5日, http://www.mnr.gov.cn/zt/hy/lhgkcxzfzy/201707/t20170705_2102733.html。

④ 朱璇、贾宇:“全球海洋治理背景下对蓝色伙伴关系的思考”,《太平洋学报》,2019年第1期,第54页。

⑤ Joseph S. Nye, Jr., “Public Diplomacy and Soft Power”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, No.1, 2008, pp.94-109.

⑥ “吴胜利:构建和谐海洋,就应当让海洋远离战争”,中新网,2009年4月21日, <http://finance.chinanews.com/gn/news/2009/04-21/1655971.shtml>。

⑦ “建设社会主义文化强国 着力提高国家文化软实力”,《人民日报》,2014年1月1日,第1版。

任赤字、和平赤字、发展赤字而展示出来的担当意识,应该通过公共外交的手段传播出去。

(5) 塑造良好国家形象,提升蓝色软实力

国家形象是“主权国家最重要的无形资产”^①。“良好的形象能产生信任和合作,有助于建立联盟,为经济提供动力,从而为国家利益做出贡献”。^②因此,国家形象与国家利益之间存在密切关联。国家形象的构建路径具有“他塑”和“自塑”两种。如果说“他塑”路径因外部变量多而存在巨大不确定性的话,那么“自塑”路径则掌握在自己手中。中国海洋公共外交就是一种主动而为的国家形象“自塑”路径。通过树立良好的中国国家形象,尤其是良好的“海洋中国”形象,一方面可以为中国维护自己在海洋领域的主权、安全和发展利益创造有利条件,另一方面,可以为应对国际上某些国家对海洋发展战略的“污名”论调做出直接贡献。

作为中国参与全球海洋治理的重要方式,涉海公共产品供给是提升中国国家形象的有效路径。目前,中国在海洋领域已经打造了一系列不同性质的公共产品。如中国政府提出的“蓝色伙伴关系”是倡议类公共产品,覆盖阿拉伯海和孟加拉湾等海域的“海上丝绸之路”海洋环境预报保障系统是信息类公共产品,中国军队在亚丁湾护航是安全类公共产品,中国海洋经济博览会则属于经济类公共产品。面向各国民间提供海洋公共产品,其本身就是一种公共外交,有助于“自塑”中国在海洋领域的良好国家形象,从而“赢得全球伙伴的尊重”^③。例如,中国海军从2008年12月至2018年12月,组建31批护航编队在亚丁湾、索马里海域为中外船舶执行护航任务1190批次,将“危险海域”重新打造成“黄金航道”^④，“不仅增强了中国在反海盗伙伴眼中的海上形象,而且有助于缓解人们对中国海军有朝一日崛起后可能威胁到近海以外地区的海上繁荣的担忧”，“提升了中国的‘蓝色软实力’”^⑤。

三、中国海洋公共外交的“五位一体” 主体布局

海洋命运共同体的本质要求是要实现人与

人之间在海洋问题上的“命运与共”以及人与海洋之间的“和谐共生”，“意味着在海洋场域内的一切存在都处于共存、共治与共享的关系互动中”^⑥。因此,海洋命运共同体的构建绝不只是政府层面或政府间的事,而需要全人类、各国各部门共同努力。构建人类命运共同体的关键在行动。^⑦海洋命运共同体的构建,其关键自然也在行动。中国作为海洋命运共同体的首倡国,更要率先行动。只有以不同的行为体为基点,主动密织互学互鉴的国际交流网络和互利共赢的国际合作网络,海洋命运共同体的愿景方能早日实现。中国的海洋公共外交可以为这样的国际交流网络和国际合作网络的形成做出自己的贡献。

在中国海洋公共外交众多行为体中,政府部门、沿海城市、中央企业、主流媒体和智库机构具有政治可靠性强、行动响应度高以及易于统筹协调的特点,因此,可重点发挥它们的比较优势,形成“五位一体”的主体布局^⑧,使它们相辅相成,形成“讲好中国故事”的合力,有效提升海洋公共外交的效果。当然,这些行为体在海

① 管文虎主编:《国家形象论》,成都科技大学出版社,2000年版,第23页。

② Falk Hartig, “How China Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests”, *International Studies Review*, Vol.18, No.4, 2016, pp.655-680.

③ 杨剑:“建设海洋命运共同体:知识、制度和行动”,《太平洋学报》,2020年第1期,第95页。

④ “中国海军第31批护航编队启航 致敬护航十周年”,新华网,2018年12月9日, http://www.xinhuanet.com/mil/2018-12/09/c_1210011656.htm。

⑤ Andrew Erickson and Austin Strange, “China’s Blue Soft Power: Antipiracy, Engagement, and Image Enhancement”, *Naval War College Review*, Vol.68, No.1, 2015, pp.71-92.

⑥ 张景全:“‘海洋命运共同体’视域下的海洋政治研究”,《人民论坛》,2019年第S1期,第110页。

⑦ 习近平:“共同构建人类命运共同体——在联合国日内瓦总部的演讲(2017年1月18日,日内瓦)”,《人民日报》,2017年1月20日,第2版。

⑧ 事实上,参与海洋公共外交的行为体可以非常多元,甚至包括侨民。国内已有个别学者开展了相关研究,如探讨通过侨务公共外交打造“情感共同体”的海丝建设思路,参见谢婷婷:“侨务公共外交在海丝建设中的实践策略——以华商为例”,《太平洋学报》,2017年第11期。但从政策意义和执行力角度来看,政府部门、沿海城市、中央企业、主流媒体和智库机构形成的“五位一体”主体布局更便于在顶层设计之下开展中国海洋公共外交。

洋公共外交中也应有所侧重,如沿海城市、中央企业要着力加强国际海洋合作,主流媒体要着力引导涉海国际舆论、提升中国的海洋形象,智库机构则要着力打造和传播中国特色的海洋话语体系。

3.1 以政府部门为主体的海洋公共外交

与其他行为体相比,政府拥有更多的权威性和更广泛的国际影响力,也拥有更多可调配的资源,这些是其开展海洋公共外交的优势。在美国的海洋公共外交实践中,政府性主体也是领头羊,政府部门和政府官员直接通过国际会议、媒体、网络等平台落实公共外交意图^①。作为中国海洋公共外交的首要主体,中国政府部门也可依托多种手段开展海洋公共外交。

譬如,在依托涉海大型主场活动方面,中国政府围绕21世纪海上丝绸之路先后举办了21世纪海上丝绸之路博览会、21世纪海上丝绸之路国际艺术节以及世界妈祖海洋文化论坛等一系列活动,对促进彼此理解、凝聚各方共识发挥了重要作用。由自然资源部、广东省人民政府共同主办的2019中国海洋经济博览会以“蓝色机遇、共创未来”为主题,吸引多家外国企业参展,习近平在贺信中指出要“促进海上互联互通和各领域务实合作,积极发展‘蓝色伙伴关系’”,这是中国领导人面向世界涉海企业进行的重要立场宣示。以博览会、艺术节、国际论坛为载体的海洋公共外交为促进中国与世界的海洋交流和民心相通做出了重要贡献。

在依托涉海教育项目方面,脱胎于“中国—东盟绿色使者计划”的“绿色丝路使者计划”,仅2011年到2015年间就举办了36期面向发展中国家的环保培训班,来自48个国家的900多名环境官员来华学习;而据《绿色丝路使者三年行动计划(2019—2021)》,更多的“一带一路”沿线国的环境官员和研究人员有望参与计划。不少参加活动的外国环境官员纷纷“点赞”该计划。^②由中国南海研究院举办的“中国—东盟海洋法律与治理”高级研修班自2016年开班以来广受好评,已成为中国和东盟国家海洋治理领

域人才培养和学术交流的机制化平台。此外,国家海洋局与教育部联合设立的“中国政府海洋奖学金”旨在为环南海、太平洋和印度洋周边国家和地区的优秀青年来华攻读涉海专业研究生学位提供资助。这些计划或项目不只是人力资源培训的国际平台,也是开展公共外交的重要场合,可以起到公共外交追求的“润物细无声”的良好效果。

此外,援助外交往往占据人道主义的制高点,利于援助国在受援国树立良好的形象。以中国对太平洋岛国斐济援助为例,随着斐济“北望”政策的推行和中国海洋强国建设的稳步推进,中国援助不断增加。^③这些援助不但改善了斐方民生,也提升了中国在斐形象。更为重要的是,中国对斐援助不附带任何政治条件,不受国际和地区风云变幻影响。^④相比之下,以澳大利亚为主的西方援助国在向一些太平洋岛国提供援助时,不断强加所谓的“好的治理模式”、附加所谓的“改革议程”,导致西方式援助在这些国家愈加不受欢迎。^⑤《“一带一路”建设海上合作设想》中多次提到对21世纪海上丝绸之路沿线发展中国家开展援助,如在应对海平面上升、海岸侵蚀、海洋生态系统退化以及编制海洋资源开发利用规划等方面提供技术援助,对海洋观测监测基础设施提供技术和设备援助。各种形式的对外援助将有助于在中国与受援国之间架设一座座民心相通的桥梁。

3.2 以沿海城市为主体的海洋公共外交

《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》指出要“开展城市交流

① 白续辉、陈惠珍:“美国海洋公共外交的兴起及其对南海问题的影响”,《太平洋学报》,2017年第4期,第17页。

② “‘绿色丝路使者计划’获广泛认同 共同推进区域绿色发展”,央广网,2019年4月15日, http://china.cnr.cn/news/20190415/t20190415_524577385.shtml。

③ 李德芳:“中国开展南太平洋岛国公共外交的动因及现状评析”,《太平洋学报》,2014年第11期,第31页。

④ 张永兴:“中国援助为南太平洋岛国带来实惠”,《经济参考报》,2019年1月15日,第3版。

⑤ 秦升:“超越‘竞争性援助’:21世纪海上丝绸之路建设与太平洋岛国经济发展的新思考”,《太平洋学报》,2017年第9期,第49页。

合作,欢迎沿线国家重要城市之间互结友好城市”,“形成更多鲜活的合作范例”。《“一带一路”建设海上合作设想》也提出“中国政府鼓励环渤海、长三角、海峡西岸、珠三角等经济区和沿海港口城市发挥地方特色,加大开放力度,深化与沿线国的务实合作”。

依据21世纪海上丝绸之路的重点方向,《“一带一路”建设海上合作设想》中提出的共建“中国—印度洋—非洲—地中海蓝色经济通道”“中国—大洋洲—南太平洋蓝色经济通道”以及“经北冰洋连接欧洲的蓝色经济通道”均以中国沿海经济带为支撑。因此,中国沿海城市可以面向相关国家的沿海城市开展海洋公共外交,助力蓝色经济通道的建设。具体的形式包括缔结友城关系,或在已有友城关系的基础上深化双方在涉海经贸物流、科技人文等领域的合作。自1973年中国天津与日本神户结成第一对中外友城关系以来,截至2018年底,中国已与136个国家建立了2566对友城关系。为了构建更为广泛的“蓝色伙伴关系”网络,一方面要盘活大量处于静置或半静置状态的沿海友城资源,或开发新的沿海友城资源,另一方面要善于借力诸如世界城市和地方政府联盟(UCLG)等影响力广泛的国际性城市组织,“争取参与权、发言权和话语权”^①,通过海洋合作议题的设置引导世界城市间的涉海合作。

沿海城市开展海洋公共外交的另一个重要方式是积极打造属于自己的涉海活动,并将其机制化、品牌化。譬如,深圳着力将中国海洋经济博览会打造成“中国海洋第一展”,为建设全球海洋中心城市提供有力支撑;海口连续11年举办中国(海南)国际海洋产业博览会,旨在搭建一个国际性、高品质的海洋产业展览展示平台;平潭自2019年起创办平潭国际海洋旅游与休闲运动博览会,积极打造海洋旅游领域的国际名片;宁波自2015年起连续举办海丝港口国际合作论坛。这类活动的多边性质有助于提升公共外交的效能,在短时间内提高城市声誉、塑造城市品牌,进而促进相互投资和人文交流。^②

3.3 以中央企业为主体的海洋公共外交

中国涉海央企是海洋公共外交的重要行为体。以央企参与对象国港口建设为例,因港口建设往往牵涉一个国家的战略利益,所以参与港口建设在很大程度上属于重大的海洋公共外交实践,直接关系到两国关系的质量。据统计,过去十年间中国至少投资了18个国家的25个港口项目。^③成功的港口建设和运营就是生动的公共外交实践,有助于实现央企和东道国政府的合作共赢,“促使双方期望得到帕累托改进”^④,继而为深化两国关系起到催化作用,当然,也能助力中国塑造良好的国家声誉。譬如,中国海军在吉布提获建首个海外后勤保障基地,与招商局集团积极参与吉布提港口建设和为此“打前站”有密切关联。^⑤再如,希腊比雷埃夫斯港的经营一度陷入危机,但中远海运集团使其获得新生和突破性发展,短短几年间,该港在全球集装箱港口排名中由中方接手之初的第93位一下子跃升至2019年的第28位。2019年10月,希腊政府又批准了中远海运比雷埃夫斯港港务局提交的总投资约6亿欧元的后续发展规划,标志着中希关系史上新的一页已经掀开。

在微观层面,“走出去”的涉海央企为了体现企业社会责任,常采用“属地化的人力资源管理”策略^⑥。策略实施过程本身就是一种公共外交实践,展示了企业的社会担当,提升了企业在当地的美誉度。如中国港湾工程有限责任公司在尼日利亚承建的莱基深水港建成后将带动约

① 储斌、杨建英:“‘一带一路’视域下城市外交的动力、功能与机制”,《青海社会科学》,2018年第3期,第52页。

② 赵新利、任静文:“中国城市公共外交的研究与实践”,《公共外交季刊》,2019年第1期,第91页。

③ “日媒统计:过去十年,中国投资18国港口”,参考消息网,2020年1月7日, <http://www.cankaoxiaoxi.com/finance/20200107/2399558.shtml>。

④ 黄凌云、郑淑芳、王珏:“‘一带一路’背景下对外投资企业的合作共赢机制研究——基于社会责任视角”,《管理评论》,2018年第2期,第180页。

⑤ 孙德刚:“中国港口外交的理论与实践”,《世界经济与政治》,2018年第5期,第26页。

⑥ 祝继高、王谊汤、谷良:“‘一带一路’倡议下中央企业履行社会责任研究——基于战略性社会责任和反应性社会责任的视角”,《中国工业经济》,2019年第9期,第182页。

17万当地人就业;招商局集团在吉布提投资的自贸区将为当地创造10万个就业机会,占该国可就业人口的六分之一。此外,涉海企业在当地举办的社会公益活动更是“赢得人心”的公共外交之举。例如,招商局集团在吉布提开展了系列民心工程,包括举办“共铸蓝色梦想——21世纪海上丝绸之路优才计划”,捐助200万美元建设培训中心,设立奖学金和助学金等。吉布提总统盖莱表示“对招商局在吉布提的工作充分肯定”,称“招商局为吉布提国家进步做出重要贡献”^①。赵启正曾说,每个中国人都是世界阅读“中国读本”的一页。^② 中国企业也不例外,其在当地的社会担当也给全世界传递了中国作为负责任大国的良好形象。

3.4 以主流媒体为主体的海洋公共外交

媒体是多元公共外交系统的舆论扩散器。^③ 以主流媒体为主体的海洋公共外交在本质上是战略性的涉海国际传播,旨在提升中国在海洋领域的国际话语影响力,服务于海洋命运共同体理念的全球传播。常态情境下的做法是利用媒体尤其是新媒体的传播优势,以对方喜闻乐见的方式,把中国海洋战略的和平性和防御性说清楚,把海上合作设想中的丝路精神传递出去,把中国传统海洋文化的包容精神传播出去,把中国在涉海问题上的立场及其历史和法理依据传播出去。为此,应鼓励重要的门户网站开辟更多的涉海专栏,加大对世界各国多语种涉海节目的供给,让更多优秀的海洋文学和影视作品“走出去”,甚至也可以选择拍摄专门的海洋领域国家形象片。

在南海问题等敏感议题上,中国主流媒体经常会面对危机情境。朱锋提出,中美南海争议在很长一段时间内的重心之一就是“舆论战”。^④ 面对海洋守成大国的舆论挑衅,作为海洋崛起国的中国,其主流媒体要能在危机中发挥信息传播、舆论引导功能,主动、及时发声,义正词严地表明态度,并在危机后一段时间发挥形象修补功能。然而,面向突发事件开展危机传播一直都是中国媒体的短板。一个受政府资助的国家形象设计

项目发现:中国媒体不知道如何在突发事件的报道中做到积极主动;在中国开始宣传时,西方媒体早已将其偏见融入其中。^⑤ 因此,中国主流媒体要善于议程设置和框架建构,不断提升自己的危机传播能力,学会在危机中掌控话语权,化“危”为“安”甚至化“危”为“机”。在一些特定的危机情境中,优秀的媒体记者甚至还可以临时扮演外交官、调停者的角色,进行所谓的“媒体经纪人外交”(media-broker diplomacy)。^⑥ 从这个角度看,海洋公共外交对中国的媒体机构及其人员提出了更高的素质要求。

3.5 以智库机构为主体的海洋公共外交

涉海智库机构也是开展海洋公共外交的重要力量。在知识体系方面,涉海智库具有的专业性特征,有助于与各国涉海机构进行对接,同时也赋予智库以较强的公信力,在说服受众方面有特殊作用^⑦,因此,涉海智库在讲清楚海洋命运共同体理念和中国海洋发展战略方面,具有比其他行为体更为独特的优势。此外,现有涉海智库还具有政治可靠性强的特征,因此可通过“政策指引、研究议题分配、活动指导或任务委托”等方式让智库成为实施海洋公共外交的重要依托。^⑧ 事实上,一些涉海智库在公共外交方面颇为活跃。以南京大学中国南海研究协

① “招商局与吉布提政府签署战略合作及捐赠协议”,招商局官网,2017年11月25日,http://www.cmhk.com/main/a/2017/k25/a34851_34949.shtml。

② 赵启正:“公共外交需要多方协同”,载陈雪飞主编:《变革中的世界与新时代公共外交能力建设》,时事出版社,2019年版,第8页。

③ 王莉丽:“‘多元公共外交’理论框架的建构”,《中国人民大学学报》,2018年第2期,第120页。

④ 朱锋:“击破美国‘炮舰外交’不能单靠军事”,环球网,2016年3月10日,https://opinion.huanqiu.com/article/9CaKrnJUqgX。

⑤ 孙皖宁:“借船出海:中国媒体‘走出去’战略背后的公共话语”,《全球传媒学刊》,2016年第2期,第12页。

⑥ Eytan Gilboa, “Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects”, *Diplomacy and Statecraft*, Vol.12, No.2, 2001, pp.1-28.

⑦ 王莉丽:“智库公共外交:概念、功能、机制与模式”,《中国人民大学学报》,2019年第2期,第100页。

⑧ 白续辉、陈惠珍:“美国海洋公共外交的兴起及其对南海问题的影响”,《太平洋学报》,2017年第4期,第21页。

同创新中心为例,该中心以学术为纽带,通过“请进来”和“走出去”的方式积极开展海洋公共外交。如定期邀请国外南海研究方面的知名学者做客“南海论坛”,邀请国外高层次官员到访中心开展深入交流;与日本笹川和平财团、韩国东亚基金会、新加坡南洋理工大学拉惹勒南国际关系研究院等建立合作关系,通过二轨对话尝试政策沟通,通过设立合作项目掌握南海研究的国际动态,此外还联合举办“中新南海对话会”“中日关系与亚太海洋安全秩序”“东亚海洋秩序与安全”等国际会议。^① 2016年5月,广东外语外贸大学21世纪海上丝绸之路协同创新中心成功主办了“21世纪海上丝绸之路(广东)国际智库论坛”。论坛宣布成立“21世纪海上丝绸之路国际智库网络”,打造“合作研究、信息共享的跨国知识共同体”,这将为我国智库开展海洋公共外交提供一个重要的多边平台。

智库在开展具体的海洋公共外交活动时,要尤其注重打造和传播具有中国特色但又融通中外的海洋话语体系。目前,中国海洋战略在国际层面常面临“被建构”的境遇。如美国太平洋司令部(现更名为“印太司令部”)的中国问题专家丽莎·托宾(Liza Tobin)在一篇文章中对中国海洋战略中的重要概念和表述进行了文本分析,表明其目的是“为美国决策者和国家安全专业人士提供一系列更准确、更有力的术语解读,便于他们与中国同行就海洋问题进行接触”^②;而美国海军战争学院中国海事研究所研究员瑞安·马丁森(Ryan Martinson)则对中国海洋战略从决策到实施以及学术咨政体系进行了分析^③。尽管两位研究者均有在华学习经历,但中国涉海智库作为中国海洋思想和海洋话语的“集散中心”,应在国际上掌握涉华海洋话语建构的主动权,通过更多的国际学术交流、国际学术发表以及国际媒体亮相发声,将中国特色的海洋话语体系传播出去,实现“中国话语的国际表达”。

四、结 语

海洋是“流动和连续整体”,这注定海洋问

题不是一国的问题,而是全人类共同的问题。同样,海洋发展也不再是单纯的海上军事力量的发展,而是牵涉多个领域的复合体^④。应该说,中国海洋公共外交在服务于海洋命运共同体构建方面,拥有巨大的发展机遇和宽广的实践空间。然而,中国海洋公共外交实践与研究的现状与海洋的战略性特征严重不相称。在海洋公共外交实践方面,缺乏规划和协调的顶层设计,对已有公共外交资源挖掘不够,在具体操作上还处于“大写意”阶段,尚未向“工笔画”转型。在海洋公共外交研究方面,国内学界产出严重不足。但是,比这些更需要引起重视的是,中国各个涉海行为体以及涉海研究界的公共外交意识尚需进一步加强。詹姆斯·帕门特(James Pamment)指出,公共外交中存在“责任意识”或“责任文化”,公共外交的政策执行者和学者都需要加倍努力,把国家责任感和责任文化融入未来的公共外交实践之中。^⑤ 因此,中国海洋公共外交迎来大发展的前提之一就是各个海洋公共外交行为体要自觉拥有强烈的公共外交责任意识。从这个角度来看,2017年11月中国太平洋学会在第七届公共外交“北京论坛”上成立“公共外交专业委员会”,其意义除了为中国海洋公共外交研究搭建专业的交流平台外,还将有助于激发或引导多元行为体公共外交责任意识的培育。

编辑 邓文科

① “带领‘国家队’统筹高校涉海事务高端智库”,中国网,2017年2月9日, http://www.china.com.cn/haiyang/2017-02/09/content_40262332_3.htm。

② Liza Tobin, “Beijing’s Strategy to Build China into a Maritime Great Power”, *Naval War College Review*, Vol.71, No.2, 2018, pp.16-48.

③ Ryan Martinson, “Panning for Gold: Assessing Chinese Maritime Strategy from Primary Sources”, *Naval War College Review*, Vol. 69, No. 3, 2016, pp.22-44.

④ 谢茜:“新中国70年海洋强国建设”,《中国高校社会科学》,2019年第5期,第29页。

⑤ [英]詹姆斯·帕门特著,叶皓等译:《21世纪新公共外交:政策和实践的比较研究》,南京大学出版社,2016年版,第145页。

China's Maritime Public Diplomacy from the Perspective of the Maritime Community with a Shared Future

CHEN Jie¹

(1. *Sun Yat-sen University, Zhuhai 519000, China*)

Abstract: The construction of a strong maritime country and the 21st Century Maritime Silk Road calls for the development of maritime public diplomacy. As a part of major-country diplomacy with Chinese characteristics in the new era, China's maritime public diplomacy follows the concept of building the maritime community with a shared future, whose goals are to explain China's maritime strategy, tell the stories of maritime cooperation, win more maritime friends, spread China's traditional maritime culture, and enhance maritime soft power. China's government departments, coastal cities, central state-owned enterprises, mainstream media, and think-tanks are generally characterized by high political reliability and coordination accessibility. Therefore, the advantages of these agents should be fully leveraged, and a "five-in-one" general layout for maritime public diplomacy should be established to well tell China's stories in the maritime field.

Key words: maritime community with a shared future; maritime public diplomacy; a strong maritime country