

出國報告(出國類別：專題研究)

文化外交策略與技巧－ 以臺灣書院為例

服務機關：文化部
姓名/職稱：劉順明/專員
派赴國家：德國(柏林)
出國期間：102年7月25日至10月25日
報告日期：102年11月1日

摘要

文化外交是希望透過文化交流，增進彼此相互了解，政治意涵低，在傳統外交手段難以應付當前新型態的國際議題下，「軟實力(Soft Power)」當道，文化外交漸漸在處理國際事務上占有重要地位，此國際氛圍有利發展「臺灣書院」，協助臺灣拓展國際空間。

臺灣文化內涵具有民主、自由、開放、多元的特質，且在國際間以經濟發展程度高之正面形象著稱。然而，臺灣因承受來自中國大陸龐大的政治壓力，導致在國際社會發展困難的特殊國際處境屢屢獲得國際友人普遍同情。臺灣若能透過「臺灣書院」以文化外交與各國交流，除了讓他國減輕來自中國大陸之政治壓力外，亦使各國較易合理化與臺灣交往之動機。因此，大力推動「臺灣書院」執行文化外交，應是目前臺灣在外交突圍的另一個可行選項(Alternative)。

自從行政院 99 年 11 月成立『行政院臺灣書院政策推動小組』，且在 100 年 5 月文化部成立後，同年 12 月行政院修正『行政院臺灣書院政策推動小組』架構及要點，決心推動「臺灣書院」以來，在文化部的努力下，海外文化據點逐漸增多，相關文化活動業已透過一個個海外據點執行，展現相當的成效。惟若參照德國、法國、英國、日本、中國大陸等國的海外文化機構，並與「臺灣書院」目前執行狀況比較，「臺灣書院」實有經費不足、駐點太少、駐外人員人力有限等窘境，尤其缺乏清楚的品牌形象策略，更可能讓其效果大打折扣。

筆者有幸榮獲行政院「102 年度選送公務人員出國專題研究實施計畫」推薦，前往德國文化外交學院(Institute for Cultural Diplomacy)研習文化外交與國際關係認證課程，除了由課程中獲知德、英、法、日、中等國家文化外交推廣概況，亦透過私下訪問與外國友人交換意見之機會，探討文化外交相關議題，頗有斬獲。因此，本報告希望透過「國家品牌必要性」、「臺灣書院品牌策略建議」、「臺灣書院執行計畫建議之『策略面』、『組織面』、『執行面』及『資源面』」等面項，提出檢討與建議，希望有助於未來「臺灣書院」政策之推動。

目次

摘要.....	- 0 -
壹、本文.....	- 3 -
一、研究目的.....	- 3 -
二、研究過程.....	- 4 -
(一)文化外交學院(ICD)介紹.....	- 4 -
(二)研修課程及時間規畫.....	- 4 -
(三)文化外交歷史起源.....	- 5 -
(四)文化外交定義與各國案例.....	- 7 -
(五)為什麼文化外交對臺灣重要.....	- 15 -
(六)臺灣「軟實力」運用概況.....	- 20 -
(七)臺灣「文化外交」運用概況.....	- 22 -
貳、結論：心得與策略建議.....	- 24 -
一、國家品牌的必要性.....	- 24 -
二、臺灣書院品牌策略建議.....	- 26 -
三、臺灣書院執行計畫建議.....	- 28 -
(一)策略面.....	- 28 -
(二)組織面.....	- 28 -
(三)執行面.....	- 29 -
(四)資源面.....	- 31 -
參、參考資料.....	- 32 -
肆、附錄.....	- 33 -
【The Final Report for Certificate Program in International Relations and Cultural Diplomacy】.....	- 33 -
【ICD 課表】.....	- 44 -
【上課筆記】.....	- 66 -
【活動照片】.....	- 105 -

壹、本文

一、 研究目的

告訴世人臺灣是甚麼？可以透過很多管道，例如傲人的經濟實力、沒有流血的民主改革、敦厚純樸的民風等等。然而，這些元素其實都是文化的一部份，如何把屬於臺灣的文化，用說故事的方式傳播到世界的每一個角落，讓大家願意聽，想了解，甚至想來臺灣看看，需要有一套縝密的思維邏輯鋪排並透過有效的政策工具達成目標。

哈佛大學教授約瑟夫·奈(Joseph S. Nye)於 2004 年出版書「軟實力(Soft Power)」提出「軟實力」(Soft Power)概念，引起廣泛討論¹。突顯「文化」元素在外交政策的角色有其不可忽視的重要性。因此，各國試圖在外交政策中加入更大量的文化內容，推銷自己的國家到國際舞臺。

馬總統黃金十年政見中，以「文化興國：以文化發揚臺灣優勢」，勾勒其對臺灣文化政策的願景，強調未來將以文化來發揚臺灣的優勢。以臺灣為特色發展出的中華文化核心價值是：開放、進取、善良、勤奮、誠信、包容，表現在外面的是海洋文化、多元文化、創新文化、志工文化、愛心文化。面對全球，臺灣的軟實力可讓全世界感動。

中華民國文化部 101 年 5 月 20 日成立，肩負國家文化政策擘劃之使命，相較於其他國家，臺灣外交處境更顯險峻，參與正式國際活動屢屢受阻。因此，「文化外交」成為有機會突破困境的可能途徑，亦是文化部成立後施政重點，希望將臺灣的文化內容透過外交網絡推廣到國際，以提高臺灣能見度，讓文化作為臺灣外交的最主要內涵，藉由軟實力的展現，增加世人對臺灣國家形象之好感度。

鑑此，筆者希望前往在研究世界文化外交領域占有重要地位之德國文化外交學院(Institute for Cultural Diplomacy ,ICD)研習，藉由文化外交學術課程之傳授、與各國不同文化背景學員之互動及親身體驗異國文化活動之機會，瞭解跨文化溝通原則與策略，以提升筆者對文化外交策略擬定之實務概念與技巧，俾利將來運用所學規劃文化部文化外交策略。

在探討文化外交(Cultural Diplomacy)之前，筆者想先釐清公眾外

¹ Joseph S. Nye,Jr., "SOFT POWER," (NEW YORK: PublicAffairs, 2004), P.x

交(Public Diplomacy)與文化外交的差異。基本上兩者的核心均是運用「軟實力」影響他國及其人民之觀念及行為，以增進自己國家利益。公眾外交範圍較廣，運用文化、教育、體育及人民間互動達成其目的，文化外交則是將重點放在文化間的交流。為符合本專題研究主題，以下分析會將焦點集中在「文化外交」討論。

二、 研究過程

(一) 文化外交學院(ICD)介紹

ICD 於西元 1999 年創立，是一個非營利、非政府組織。總部位於德國柏林，宗旨是透過文化外交之學術研究及發展，創造一個文化間對話平臺，以達成世界和平與穩定。經過過去十幾年的發展，ICD 在研究世界各國之文化外交政策領域已占有領導地位，亦與羅馬尼亞頂尖大學 Babes-Bolyai University 合作，針對國際關係與文化外交授予碩、博士學位及認證課程。其國際關係與文化外交認證課程為期 1 個月，結合理論與實務，提供文化外交核心知識，內容主要透過授課、國際會議、專題研討會及參訪等方式，探討文化外交在當代國際關係所扮演的角色。教授及講員背景多元，多來自國際政治領域、學術界、外交界、公民社會等之主要從事文化外交工作人士。

在強化實務領域的跨文化溝通方面，ICD 課程有三個主要領域，包括對於文化外交活動研究之學術課程、青年教育及發展進階課程、人權及世界和平課程。

(二) 研修課程及時間規畫

1. 本次修習課程內容涵蓋：

- (1) 文化外交的歷史與演進
- (2) 文化外交國際案例
- (3) 國際關係與文化外交未來趨勢
- (4) 國家品牌建構與單向文化外交
- (5) 當代德國外交政策
- (6) 國際組織
- (7) 歐洲政治
- (8) 文化外交模式

- (9) 宗教與文化外交
- (10) 軟實力、硬實力與巧實力
- (11) 衝突地區的文化外交

2. 本次研習時間：

(1) 8 月 1 日至 8 月 30 日，共計一個月，參加 ICD 課程(課表詳附件)。

(2) 9 月 1 日至 9 月 30 日

- 撰寫研究計畫大綱
- 彙整並分析認證課程中可再深入探討之議題，納入研究計畫
- 徵詢認證課程之教授有關研究計畫大綱之妥適性，請其提供意見並就需進行實地訪查部分建議 2-3 位專業人士(或機關)進行訪問。
- 執行訪問計畫，主要蒐集非認證課程介紹，且有別於大國(或強國)之文化外交策略，訪問對象如下：
 - A. Dr. Nazar Al Baharna：前巴林外交部長，目前為文化外交學院衝突地區調和中心主任。
 - B. Mr. Paul Iorapuu：奈及利亞籍，文化外交研究中心研究生。
- 訪問資料整理及撰寫報告

(3) 10 月 1 日至 24 日

- 訪問 Mr. Mark C. Donfried：ICD 創辦人，文化外交專家。
- 訪問資料整理及撰寫報告

(三) 文化外交歷史起源²

若我們追溯人類歷史，「文化外交」概念早在距今約 3000 年前的青銅器時代即是人類運用來發展文明的手段。例如波斯人與希臘人派外交人員到國外考察並將所吸收的知識攜回學習，巧妙同化外來資訊及技術，讓自己文化更壯大，同時不斷向外擴散，影響無數地區。然而，早期的外交重點在文化間的交流，而非強

² Richard T. Arndt., "The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century," (Dulles, Virginia: Potomac Books Inc., 2005), P.1-10

調國與國間的關係。目的是將具適應性的語言與文化，透過風俗長時間的修正與定義後，再修正既有規定，進而將其編成法典，以期縮小雙方爭議並極大化彼此合作可能。同時，兩國(或兩區域)間的交流形式多樣。例如，古埃及與當時貿易夥伴間的交流方式包括：交換稀奇珍寶、小孩、專家、和親、商品與勞務。而在中國漢朝爲了邊疆和平，皇帝亦將其姐妹或女兒送至異國和親，而異邦則定期向中原皇帝朝貢以求兩國友好邦誼。

文化外交在希臘時期亦曾被用來挽救國家瀕危的國力。例如，古希臘人在其國力江河日下時，將國內最好的詩人與哲學家送到國外當文化大使，希望向他國傳播希臘文化，同時也讓他國品味希臘文明，希望進而宣揚國威，挽救日漸衰弱的國家形象。而羅馬帝國則透過其寺廟、劇院、公共建築、勝利拱門、神奇水療館等高技術的建築爲其文化指標性象徵，向外擴展至地中海地區，甚至到德國最古老城市特里爾(Trier)。此外，羅馬本身也使其城市富含他國文化象徵，讓他鄉人民在羅馬彷彿置身自己家園般親切，這亦是文化外交最佳寫照。

近代，文化外交的概念仍被廣泛使用。例如法國大革命與拿破崙戰爭均運用了文化外交；英國在第二次世界大戰前，試圖說服美國人支持其對付德國希特勒，亦運用了文化外交技巧；蘇聯在 20 世紀初，除了以鼓動、宣傳手法強調意識形態「群眾」意念外，也使用了文化外交達成對外宣揚馬克斯主義的目的。再者，美國於 1930 年代與拉丁美洲啓動的文化交流計畫、1942 年成立美國之音(Voice of America (VOA))、二次世界大戰期間成立戰爭資訊辦公室(Office of War Information (OWI))、1953 年成立的美國新聞署(U.S. Information Agency (USIA))、國務院教育文化事務局(State Department's Bureau of Educational and Cultural Affairs)於 1977 年與 USIA 合併。1999 年 USIA 再整併回國務院，建置於國務院公共外交與公共事務次長(Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs)下³等種種舉措，均表示文化外交在人類歷史發展過程一直扮演著重要角色，值得深入探討。尤其，

³ <http://www.usdiplomacy.org/diplomacytoday/contemporary/public.php>

現今國際局勢更形複雜，國家概念漸漸模糊，傳統的政治、經濟硬實力(Hard Power)似乎難以解決恐怖主義充斥、氣候暖化、糧食危機、能源短缺及社會媒體驚人動員能力等國際新議題，實有必要重新思考文化外交等軟實力的再運用，以促進不同族群、文化間的相互對話與瞭解，以期降低衝突，維持世界和平。

許多國家於20世紀初陸續成立推動文化外交的負責單位，只是，相較於美國將文化外交事務建置於國務院等政府機構下，其他如英國文化協會(British Council)、法國文化協會(Institut Francais)、德國歌德學院(Goethe Institute)則盡量避免其文化外交計畫乃為短期政治目標所設計，相反地，希望給外界為一獨立、非政治機構的印象。

(四) 文化外交定義與各國案例

1. 文化外交定義：依據哈佛大學教授約瑟夫·奈(Joseph S. Nye)對「軟實力」的定義：因欣賞價值、效法政策、對於繁榮與開放的追求，想進一步跟隨，不用武力或經濟制裁屈服他人，而用吸引力。而「文化外交」的主要內涵就是「軟實力」的運用，即是：使用或分享文化商品及實際協商以促進相互了解及實際影響其他國家。進一步說明則是，針對觀念、價值、傳統、其他各種文化及認同面向彼此交流，吸引別人而非用武力壓迫他人對自己產生好感，進而達到希望達到的目的，可由公部門、私部門或公民社會完成。
2. 文化外交主要元素：
 - (1) 歷史情境(Historical context)：文化外交的運用，仔細考慮歷史因素是相當重要的，例如，美國電影或一些美式價值觀在東亞(日本或臺灣)或許很容易被接受，因為從歷史的淵源來看，美國與日本及臺灣的關係相當友好，自然不會太抗拒美國的文化輸出。相反地，若是美國的電影或價值觀在中東地區恐怕就不是那麼受歡迎。約瑟夫·奈在其著作「軟實力」曾引用「Pew Global Attitudes Project, What the world think in 2002.」在七個主要人口是伊斯蘭教的國家進行調查，對於「美國的音樂、電影、電視」吸引力約

40%；對於「美國觀念及習俗的傳佈」吸引力約 12%。追溯其歷史因素，不難發現與美國長期介入該地區衝突有很大關係。由於美國長期干涉該地區政治，導致該區人民對美國的反感。

- (2) 議題 (Agenda)：即文化外交的宗旨，例如促進海外對該國文化及文明更廣泛的了解與欣賞、發展文化活動、藝術交流、宣傳該國文化等。
- (3) 執行單位(Agent)：文化外交可由政府、企業或非營利組織，甚至是公民社會所執行。通常，為確保可信度，文化外交會盡量降低政治色彩或去政府化，否則容易淪為國家宣傳的負面印象，對成果將大打折扣。
- (4) 媒介/工具(Vehicle)：為達成文化外交設定的目標所執行的各種方案。所使用的媒介相當富彈性，可用傳統媒介、新媒介、舉辦演討會、補助計畫、教學等。
- (5) 目標對象(Target Audience)：針對不同利益團體，文化外交應依據目標對象之喜好設定不同的訴求方式，以期達到最佳溝通效果。
- (6) 文化外交主要策略：
 - A. Positive Classical Cultural Diplomacy(正向古典文化外交)：用政府力量支持有系統推廣國家文化。
 - B. Negative Classical Cultural Diplomacy(負向古典文化外交)：用政府力量保護本國文化，例如法國與德國曾限制電視臺應播放本國電視節目時數。另外，法國認為文化商品不等同於經濟商品，不應列入 WTO 談判，而率歐盟國家提出「文化免議」(Cultural Exception)主張。
 - C. New School Cultural Diplomacy (Partnership)新學院派文化外交：只是提供管道讓別人容易接觸、了解該國文化，不強力推銷，亦不企圖掌控、告訴別人如何做

3. 各國文化外交案例

文化外交是長期的工作，難以立竿見影，因此各國都由專責機構執行，希望潛移默化影響他國或其人民，進而對該

國產生好感，甚至做出友好或有利該國的行動。以下則針對德國、法國、英國、日本、中國大陸及美國介紹其執行文化外交概況。

(1) 德國

德國主要從事文化外交的單位包括歌德學院(Goethe Institute)、德國學術交流資訊中心(German Academic Exchange Service (DAAD))及德國之聲(Deutsche Welle, DW)。其組織運作分別介紹如下：

- A. 歌德學院：前身爲德國學院，爲外交部一部分，1976年外交部同意其爲一獨立文化組織。屬非營利、政治中立單位，但在很多時候代表聯邦政府籌畫文化及教育活動。歌德學院每年預算(約 2 億 7800 萬歐元)來自德國外交部及新聞辦公室，但這些錢超過一半從語言學習費及考試費用所得而來。目前有 136 個分支機構分別在 91 個國家。其宗旨是介紹多面向的德國給全世界，提供語言、文化、社會、促進國際文化合作管道、建立圖書館及資訊中心。運用的策略包括：語言訓練、文化活動、講學、音樂會及展覽。所定的目標對象爲一般公眾、非洲、高中學生(主要是德國足球員)。
- B. 德國學術交流資訊中心：於 1952 年成立，是世界最大的學生與學者國際交換基金組織，229 個高等教育機構及 123 個高等教育機構之學生組織爲其會員(2009 資料)，經費來源：47%德國外交部、21%教育研究部、9%經濟合作發展部、17%EU，6%其他。其宗旨爲，促進國際學術關係，以交換學生、學者及研究人員爲主。運用的策略包括：超過 250 個計畫，提供外國人、德國人/機構申請各種補助、獎學金，促進德語學習或德國研究，協助南半球發展中國家及過去蘇聯及東歐陣營尋求改革高等教育系統之國家。提供政策決定者文化、教育及發展政策建議。鎖定的目標對象爲，德國或國外學者及學術單位及其他支持學生、學者之國際

交流組織。

- C. 德國之聲：於 1953 年設立，製作短波、網路、衛星廣播、4 種語言之衛星電視服務及線上新聞網站。是按德國公法設立的國際化公共媒體，為德國廣播電視聯合會（ARD）的成員，由來自 60 多個國家約 1500 多位工作人員組成。每周約 9000 萬人次收聽或瀏覽網站。總體來說，德國之聲的經費並非來自廣播電視用戶的收費，而是來自於納稅人（從德國聯邦政府得到撥款）。在有限的範圍內，德國之聲可以提供一定的廣告時間。2003 年，德國之聲的經費大約為 2.91 億歐元來自聯邦政府，另 0.15 億來自其他。德國之聲總部座落在波昂和柏林，以 29 種語言播出廣播節目，以德語、英語和西班牙語播出電視節目。其宗旨為：讓世界更了解德國、增進德國與世界之雙向對話、對不自由地區提供完整訊息及利用其可信度提升德國國際聲譽。德國之聲網站以 30 種語言提供有關德國、歐盟以及國際的時事新聞、德國時事、文化，以及德國和其他國家之間的雙邊交流及背景報導。德國之聲中文網每天更新時事、經濟、文化和體育新聞，提供包括如何留學德國以及歐洲旅遊等信息，並提供部分被中國大陸當局禁止出版圖書的在線閱讀。運用的策略包括：製作廣播、電視以及網際網路的資訊服務於全球。德國之聲在非洲有 200 個合作夥伴。另外，具有國際訓練機構，20 個來自世界的受訓員將成為未來編輯，亦與波昂大學合作，提供 2 年碩士課程。鎖定的目標對象為，對德國、歐洲有興趣之世界公民，特別現在（或未來）意見領袖、想學德語以認識德國的人、不自由地區的人民。

(2) 法國

主要從事文化外交的單位為「法國文化協會」（法文：Institut Francais），1907 年法國成立第一個文化外交專責機構，1950 年更名為「Cultural Centers」，2006 年再改為

「Cultures France」，2010 年又更名為「The French Institute((法文：Institut Français)」)。目前全球有 150 個分支，超過 1000 個聯盟，配置在法國大使館下，但有自主的財務。財源大部分或部分來自語言課程利潤或贊助。其宗旨是，建立單一代理機構發展文化活動、藝術交流、宣傳法國文化(語言、文學、科學、戲劇與知識)，鼓勵國外文化接待(透過 XX 季或 XX 節)、與法國南部地區合作、國際駐村計畫(法國或海外)、訓練教師或定義教學內容(教學方法、教學技術)。運用策略包括：發展與夥伴司(文化節、國際駐村計畫)、法國與非洲及加勒比海的交流與藝術合作、對國外受眾推廣並傳布法國學術組織、鎖定的目標對象為，學習法語學生、表演藝術家、視覺藝術家、建築師及將主要重心放在歐洲的人。

(3) 英國

主要從事文化外交單位為英國文化協會(The British Council)，於 1934 年建立，管理規定像慈善機構，是英國國際文化關係單位。為一獨立單位，非執行政治任務。每年經費 7.05 億英鎊，2.11 億由 FCO(Foreign and Commonwealth Office)給予，因此，英國文化協會負責人有向國會報告單位政策規畫、執行及表現成果義務。另外，歐盟國際發展司(Department for International Development, EU)及其他國際單位亦會協助提供英國文化協會之年度預算。計有 210 個分支機構，分別座落在 110 個國家。其宗旨為：透過英國與其他國家的文化、教育及其他互動，促進海外對英國文化及文明更廣泛的了解與欣賞。利用網路與年輕人接觸。透過藝術、科學課程、人權計畫、社區與運動領導力的訓練，著重在教育的提升、提供與創意。運用的策略包括：全球建立 2700 所學校，全世界連結超過 100 萬名學生。引進 45 萬名外國學生到英學習，增加英國 85 億英鎊經濟效益。建海外圖書館、訓練英語教師、舉辦國際競賽(例如 Climate Champions)、宣

傳英國優秀人才。鎖定目標對象為，在生命線掙扎的國家(緬甸、辛巴威)、建立信任的國家(中東、巴基斯坦)、發展中國家(奈及利亞)、開放及已開發國家(現存與英國友好關係：法國與美國)，三個主要目標族群，

- 第一群目標對象：高階決策者或領導人，例如政府部長層級領導人、指標性文化人、全國性宗教領袖及駐海外之英國外交大使。
- 第二群目標對象：主要影響者，例如現任組織策畫或執行政策之領導人。
- 第三群目標對象：35 歲以下有潛力年輕人，包括英國學生或想在海外求學之英國學生。

(4) 日本

主要負責文化外交的單位為日本國際交流基金會(the Japan Foundation)，於 1972 年日本外交部所成立，2003 年與外交部分離。總部在東京，在 20 個國家有文化及語言中心。負責講學、專題討論會、研討會、展覽與表演。其宗旨為，促進日本與其他國家文化交流，對於國際文化交流提供財政支持；深化其他國家對日本的知識及相互了解；促進文化藝術交流；推廣日語教育及知識分子交流。運用策略包括：運用藝術與文化、日文教育、日本研究與學者交流(研究計畫必須要解決共同全球問題、在國與國間增加了解與包容，對於發展更開放與公義的社會有所貢獻)等。鎖定的目標對象包括，學生、老師及學術單位。日本文化外交致勝關鍵因素(key successful factors)：因應各地民情給予不同文化交流政策、具創意。

(5) 中國大陸

中國大陸主要從事文化外交的單位為孔子學院(Confucius Institute)，為一非營利教育機構，推廣中文及文化，國際性地推廣當地中文教學。由非屬政府之非營利機構漢邦(HanBan)執行，配置在教育部下，若他國願意提供場所給予孔子學院運作，漢邦將會支助前 5 年預算。第一個孔子

學院及教室於 2004 年漢城成立。至 2009 年止，孔子學院提供了 9000 個中文課程，26 萬人註冊。至 2010 年止，共有 322 個孔子學院，369 個孔子教室分散在 96 個國家與地區。中文國際協會預計 2010 年設立 500 個孔子學院；2020 年 1000 個。其宗旨為：在中國及其他國家間執行語言及文化交流。運用策略包括：對各社會單位發展中文課程，對當地學校訓練中文教師並提供中文教學資源、建立當地硬體設備舉辦 HSK Examination(中文流利測驗 Chinese Proficiency Test) 及中文教師認證、推廣當代中國研究；並對中國教育、文化、經濟與社會提供資訊及諮詢服務。鎖定目標對象為，全年齡層、其中文課程價格優惠，8-10 周課程平均約 100 歐元，並對學生及有財務需要者提供折扣。

(6) 美國⁴

1953 年 8 月 1 日美國成立新聞署(United States Information Agency, 簡稱 USIA, 接受國務院的政策指導)。主要標是「在推動國家利益前提下，瞭解、告知、影響國外公眾，並且擴大美國人與美國各機關及國外對應單位彼此之對話。」該機構負責所有新聞處理，包括先前屬於國務院的「美國之音」(Voice of America)。1955 年國務院和新聞署簽訂協議，將美國海外文化教育交流項目的日常管理任務交給新聞署，由新聞署中的教育事務局(Bureau of Educational Affairs)負責實施。因此，新聞署成為美國文化外交的管理者。該署也變成冷戰期間，美國文化外交負責機構。1999 年 10 月 1 日 USIA 停止運作，將該署資訊提供(Information)及交流功能(Exchange)併入國務院，置於國務院新設之公共外交與公共事務次長(Under Secretary of State for Public Affairs and Public Diplomacy)下執行。該署的廣播功能(Broadcasting functions)，包括 VOA and Marti 廣播電視及其他美國政府支持的廣播，例如自由歐洲電臺

⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/United_States_Information_Agency

(Radio Free Europe (在東歐)) 及自由電臺(Radio Liberty (在前蘇聯)), 則被統整為一獨立於國務院的單位, 設置於廣播理事會(Broadcasting Board of Governors (BBG))繼續運作。USIA 被廢止時, 其年度預算約 10 億美金。

在 USIA 存在其間, 使用多種形式的媒體宣傳, 包括個人親身接觸、廣播、圖書館、出版及分送書籍、新聞、電影、電視、展覽、英語教學等。其業務四個重點領域有:

- A. 處理美國境內及國外廣播訊息: 例如冷戰時期的廣播節目「美國之音」, 至 1967 年止, VOA 已使用 38 種語言廣播, 擁有 2600 萬名聽眾。
- B. 圖書館及展覽: 其中最有名的是傅爾布萊特計畫(the Fulbright Scholarship Program), 它是國際教育交換計畫, 由美國國務院和世界 150 多個國家的合作機構共同推動。透過人員、知識和技術的交流, 促進美國人民和世界各國人民的相互了解。此計畫每年提供大約 7,500 個獎助學金給予美國及外國學者、學生、教師、藝術家和專業人員, 使得外國得獎者可以在美國從事研究、教學、演講、實習或攻讀學位, 同時也讓美國得獎者得以在國外從事類似的計畫。為了確保計畫的公平、無偏見, 會請文化及教育方面專家學者予以遴選。
- C. 新聞服務: USIA 成立後 20 年, 出版刊物包括 66 種雜誌、報紙及其它期刊, 總計每年約 3000 萬份刊物, 以 28 種語言分送各地。
- D. 電影: 在整合好萊屋計畫未成功後, USIA 即開始自製紀錄片向世界宣傳。

美國文化外交政府所主導的色彩相當明顯, 似乎喪失文化外交相互理解、建立互信的本質。雖然在 USIA 廢止前, 它對冷戰時期貢獻良多, 一直是美國政府對外軟實力展現的有效武器, 也正因其「宣傳」色彩明顯, 對於本就對美國有成見或不友善的國家成效有限。有人甚至將 2001 年 9 月 11 日恐怖攻擊視為美國對伊斯蘭國家文化外

交的重大挫敗。雖然 USIA 停止運作，其功能亦由國務院及廣播理事會等政府單位收編，部分功能繼續運作，但由國家強力主導特色未變。因此，美國現階段已無像德國、法國、英國等獨立於政府的海外文化中心。但不可否認，美國國力強大，尤其媒體、教育、運動、非營利組織、大眾文化力量(例好萊塢)更是他國難以匹敵，透過這些非政府單位所展現的軟實力效果已是非常龐大。或許，這是美國向世界展示政府與民間力量針對文化外交分競合擊的最佳典範。

(五) 為什麼文化外交對臺灣重要

1. 國際外交趨勢演變

第二次世界大戰後冷戰期間，美國及蘇聯兩大強國主宰世界，國際政治以雙極世界(Bipolar World)形容。美、蘇兩強各率領民主陣營及共產陣營分庭抗禮，進行軍備、太空科技競賽等，直到 1990 年前後，東歐及中歐的共產主義國家發生推翻共產黨統治的急劇政治變化。先由波蘭發難，後來擴展到東德(促成兩德統一)、捷克斯洛伐克、匈牙利、保加利亞、羅馬尼亞等以蘇聯為首之前華沙公約組織國家，最後以蘇聯解體告終，冷戰正式結束。

後冷戰時期，美國成為世界獨強國家，不論在軍事、經濟、科技及文化方面無國可及，但是歐盟快速整合、中國高速的經濟與軍事成長以及俄羅斯崛起，形成「一超多強」國際局勢。然而 911 恐怖攻擊後，讓所謂的強國重新思考國際秩序，911 之前對國際安全的考量主要是防止大規模毀滅性武器的擴散或是大國之間的軍事關係；911 之後，國際安全的焦點則是防堵恐怖主義活動。美國更是傾全力反恐，還因此發動了第二次伊拉克戰爭。然而，美國所帶領展開的全球反恐活動是否讓世界變得更安全？以現今國際情勢來看，答案似乎是否定的，因為全球依然籠罩在恐怖主義的陰影下，恐怖組織稍有風吹草動，各國無不繃緊神經，嚴陣以待。正因為恐怖主義打破去國際關係理論對國家及安全的定義，即

便看似毫無權力的個人或組織，亦可藉由恐怖活動做出影響整個世界運作的驚人之舉。這種不對稱戰爭的背後似乎有其更深層的原因需要去探討⁵。

其實，早在 1993 年，美國哈佛大學山繆爾·杭廷頓教授（Samuel Huntington）即在《外交季刊》（Foreign Affairs）上發表《文明的衝突》文章，1996 年出版一本名為《文明的衝突與世界秩序的重建》（The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order, 1996）著作。強調冷戰結束後，世界衝突的根源，「主要不是意識形態和經濟的」，而是「文化上的」，全球政治的主要衝突將發生在不同文明的國家和集團之間，文明的衝突將主宰全球政治。決定未來世界格局的是八種文明是：西方文明、儒家文明、日本文明、伊斯蘭文明、印度文明、斯拉夫—東正教文明、拉美文明和非洲文明。

文明之間所以發生衝突並成為人類社會中一切衝突之源，主要原因在於：第一，文明差異確實存在且是根本差異；第二，世界村讓歸屬不同文明體系的人們交往日益頻繁；第三，全球經濟現代化和社會變革的進程，使人們脫離傳統的地域認同，也削弱了把民族國家作為認同的根源；第四，文明意識被西方的二元角色所強化（即本身處於權力高峰的西方面對有強烈欲望、意願及資源用非西方國家方式形塑世界的非西方國家）第五、文化特徵的差異比政治經濟特徵的差異更難妥協與解決。第六，經濟區域主義日趨上升⁶。

911 恐怖攻擊，讓各國開始檢討其外交政策的重心是否應做大幅修正。杭廷頓的文明衝突論似乎給世人再次反思的機會。或許，人類的衝突主要根源真的是對彼此的不瞭解，要相互瞭解，從文化角度去認識是最直接，也才能看到最真實的樣貌。哈佛大學教授約瑟夫·奈（Joseph S. Nye）2004 年出版的「軟實力（Soft Power）」一書，再次強調文化在外交政策所扮演的角色，引起世人廣泛討論與重視。近年來，「文化外

⁵ Joseph S. Nye Jr, "The Future of Power," (New York: PublicAffairs, 2011), P.153-204

⁶ http://en.wikipedia.org/wiki/The_Clash_of_Civilizations

交」在各國外交政策中已逐漸占有不可或缺的地位。

2. 臺灣特殊國際環境因素

自從 1949 年中華民國政府退守中國大陸撥遷來臺灣，中華人民共和國政府在大陸成立後，兩岸分治成為歷史的必然，60 幾年來中華民國在臺灣致力於經濟發展與民主改革，已成為高度經濟發展的民主化國家，甚至被世人譽為華人地區最自由的國家。反觀中國大陸，自 1970 年代，鄧小平啟動經濟改革開放以來，大陸經濟快速發展，至今已是世界第二大經濟體，外匯存款排名第一的國家。惟政治改革緩慢，始終堅持共產主義，依據美國人權組織「自由之家」(Freedom House)公佈 2013 年全球自由度調查報告，臺灣與歐美等高度民主化國家被歸類為「自由」等級，中國大陸繼續被評為「不自由」地區，香港繼續被評為「部份自由」地區⁷。

雖然兩岸發展路徑迥異，但兩岸關係始終是臺灣對外發展必須審慎考量的重要外部因素。雖然隨著國際經濟情勢的整合與發展，兩岸在經濟上已有密不可分的關係；政治上即便互不隸屬，但是中國大陸併吞臺灣的政治意圖從未消滅，長久以來中國大陸在國際上堅持的「一個中國」政策，宣稱臺灣是中國的一部份，迫使他國不得承認臺灣為一個國家並與其建交。尤其隨著中國大陸在國際的發言權越來越大，經濟實力日趨雄厚，這使得臺灣的外交空間受到極大的限制。

因此，如何讓臺灣走出去成為政府最重要的施政目標之一，其中，兩岸政策扮演關鍵角色。若我們檢視臺灣這 60 幾年來的兩岸政策可知其演變狀況：

- (1) 蔣中正總統時期因國民政府(國民黨)剛撤退來臺，兩岸敵對態勢明顯，以「漢賊不兩立」為兩岸關係定調，彼此互不往來，接任的蔣經國總統則提出「三不政策」，採取不妥協、不接觸、不談判的立場。直到 1987 年蔣經國總統視民間需要，開放大陸探親後才開始有些許交流。基本上，兩蔣時期兩岸關係幾乎是零互動。1988 蔣經國去

⁷ <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2013>

世，由李登輝副總統繼任為總統。這段時期中國大陸在外交上不斷施壓，壓縮我國國際空間。

- (2) 1990 年 5 月 20 日，李登輝總統於第八任總統就職演說宣示：「如中共當局能推行民主政治及自由經濟、放棄在臺灣海峽使用武力，不阻撓我們在一個中國前提下開展對外關係，則我們願以對等地位建立雙方溝通管道、全面開放學術、文化、經貿與科技交流。」10 月 7 日，李總統邀集朝野各黨及社會各界人士於總統府成立國家統一委員會研商制訂「國家統一綱領」。1991 年成立行政院大陸委員會，專責大陸事務，兩岸互動逐漸頻繁。惟為防止臺灣經濟過度依賴中國大陸，李總統提出「戒急用忍」政策因應⁸。1999 年再提出「特殊的國與國關係」論述定調兩岸關係，此舉引起中國大陸強烈不滿，公開否定臺灣與中國大陸是國與國關係，再次重申「一個中國原則」。此時中國大陸在外交上使用「擠光、壓光、鬥光」三光政策，強力封殺我外交空間。
- (3) 2000 年臺灣政黨輪替，由民進黨陳水扁總統繼任。2002 年提出「一邊一國」論定調兩岸關係，大陸方面 2005 年則制定《反分裂國家法》反制，彼此關係到了衝突邊緣。2006 年陳總統宣布緊縮兩岸政策，將由「積極開放，有效管理」轉變為「積極管理，有效開放」。基本上，民進黨執政由 2000 年至 2008 年間，中國大陸對其兩岸政策更為不滿，外交上企圖孤立臺灣的意圖只增不減，雙邊民間經濟的互動雖然未曾間斷，但因缺乏政治互信，政府間的制度性規範難以推動。
- (4) 2008 年臺灣再次政黨輪替，由國民黨馬英九總統繼任。主張在中華民國憲法架構下，維持「不統、不獨、不武」的臺海現狀，並表示不會推動「兩個中國」、「一中一臺」或「臺灣獨立」。以「九二共識、一中各表」基礎上持續推動兩岸交流，進而與中方簽署了包括經貿、海陸空交

⁸http://www.lawtw.com/article.php?template=article_content&job_id=64395&article_category_id=1174&article_id=31443

通、金融、農業、智慧財產權等 19 項協議，制度化雙邊關係；在國際上，亦與日本簽署《臺日投資保障協議》及《臺日漁業協定》；2012 年 11 月 1 日，臺灣亦正式成為美國「免簽證計畫」(VWP) 的參與國；另，歐盟除支持我國參加「世界衛生大會」等國際組織，更率先給予我國免簽證待遇，帶動各國跟進，目前臺灣已有 132 個國家及地區給予免簽證的待遇⁹。此階段中國大陸對臺政策不再劍拔弩張，甚至提出許多惠臺政策希望拉攏臺灣民心，對於臺灣國際空間的需求，前中共國家主席胡錦濤更於 2012 年 12 月中共十八大的政治報告再次表明推進兩岸統一的目標，強調反臺獨與堅守「九二共識」的立場，並首次提到「一中框架」的概念，還期許兩岸能共同努力「對臺灣參與國際組織活動問題，可以通過兩岸務實協商，作出合情合理安排」。

綜上所述，中國大陸在國際上是不許臺灣出現具主權意涵的象徵，例如以國家身分參與國際組織、國際活動及設置使館從事相關外交事務等。而現階段馬總統溫和的兩岸政策雖讓兩岸關係前所未有的熱絡，同時似乎也讓臺灣在國際空間有所拓展，但仔細檢視也是有「前提式」的空間。而且，自從 2008 年馬政府執政後，中國大陸利用各種不同方式在國際上打壓臺灣國際空間亦時有所聞，包括：2009 年，新加坡 APEC 領袖會議，全體會員國皆受邀參加氣候變遷會議，惟臺灣領袖代表連戰未獲邀，2010 年的東京影展強逼臺灣代表團掛名中國臺灣，藝人更因不願屈從中國臺灣名稱、痛失走綠地毯機會；同年，我跆拳道選手楊淑君參加廣州亞運，更在中國技術委員趙磊主導下遭遇「黑襪事件」，被迫失格。2011 年，我國已加入二十年的「東南亞國家央行總裁聯合會」(SEACEN)，因中國人民銀行(中國央行)加入，被迫更改會員名稱為中華臺北央行，2012 年中華民國國旗因奧運盛事在倫敦街頭飄揚，中國大陸立即要求主辦單位撤旗；2013 年春天，馬英九總統受邀參加教宗方濟就職典禮，中國大陸也拉

⁹ <http://www.mac.gov.tw/ct.asp?xItem=104459&ctNode=5628&mp=1>

高分貝，要求教廷與我國斷交¹⁰。由此可見，中國大陸在國際場合仍然小動作不斷，因此，確保臺灣人民參與國際事務的權利，政府應設法再利用其他管道讓臺灣走出去。

文化外交政治意涵低，主要是透過長期彼此間的文化交流相互理解，藉由深入的瞭解大大降低彼此衝突的可能。這相當符合國際間促進和平的共識，亦是兩岸人民期許兩岸和平的目標。若是臺灣能善用文化外交增進與中國大陸間的相互認識，且以文化外交策略性地推廣有別於其他華人地區的臺灣獨特文化，促進與世界各國全面性的交流，進而贏得國際間的認同與支持，相信對於臺灣兩岸關係的昇華及國際空間的拓展都有莫大的助益。

(六) 臺灣「軟實力」運用概況

由於軟實力涉及層面包括文化、教育、觀光、體育、美食、藝術等相當廣泛。因此，除了文化部主要透過文化執行文化外交外，其他部會亦有運用臺灣軟實力執行其相關業務狀況，主要單位例如：外交部、教育部、中華民國僑務委員會及交通部觀光局等。試就相關單位涉及臺灣軟實力業務內容分述如下：

1. 外交部¹¹

針對具有邦交夥友好關係之學生設置獎學金(Scholarship)；另對於國外學者提供助學金(Fellowship)，希望吸引來臺學習與研究。其次，外交部為保障人類安全，維護和平、民主、人權、人道關懷及永續發展等普世價值，善盡國際責任及義務，積極回饋國際社會，亦制定「援外政策」積極透過各項雙邊及多邊合作發展計畫，如各項醫衛、交通、教育、農漁業、科技及環境保護等基礎建設合作計畫，促進合作國家之經濟建設及社會發展協助友邦及友好國家改善人民所得、降低貧困，並提高其生活水準，以增進人民福祉。

再者，外交部亦透過駐外技術團，針對各地區特色及合作國家需求，藉由產業輔導及顧問諮詢，執行農藝、園藝、

¹⁰ <http://www.libertytimes.com.tw/2013/new/sep/21/today-p8-2.htm>

¹¹ <http://www.mofa.gov.tw/>

水產養殖、畜牧、食品加工、資訊及職訓等各類合作計畫，提供技術協助及能力建構，提升合作國就業及民間部門市場競爭力。

另外，外交部制定「青年打工度假」，希望促進我國與其他國家間青年之互動交流與瞭解，目前已與紐西蘭、澳洲、日本、加拿大、德國、韓國、英國、愛爾蘭、比利時等國簽署相關協定並已生效執行。

2. 教育部¹²

推動國際青年交流，例如為吸引國際學生來臺，辦理臺灣獎學金、補助大專院校設置外國學生獎學金及來臺短期研究補助計畫、研修外國學生來臺就學及實習規定並研擬相關配套措施、補助重點大學設立境外臺灣教育中心，招收優秀外國學生來臺留學及推廣華語文研習、推動高等教育輸出計畫，組團參與各洲國際教育者年會、辦理留學臺灣宣傳活動等，以提升臺灣高等教育優勢之國際曝光度。同時也推動青年壯遊、服務學習與國際參與。

再者，辦理華語教育，包括：執行華語文教師赴國外大學任教計畫、辦理國內大學校院具華語文教學專長學生赴海外實習教學計畫、辦理外國學校華語文教師及學生組團來臺參加觀摩研習及文化參訪活動、辦理華語文相關能力鑑定測驗、辦理國家對外華語文教學政策推廣相關工作項目、辦理教育部華語文獎學金計畫及辦理海外華語文能力測驗。

最後，在促進國際教育交流方面，鼓勵國人參與重要國際組織、推動臺灣研究國際交流、履行國際教育合作協約計畫、推動國際學術教育交流活動及邀請國際教育人士來臺訪問等。

3. 中華民國僑務委員會¹³

僑委會主要職責是服務海外地區臺灣僑胞，而僑胞住在國外可說是最好的文化外交大使，因此僑委會針對僑胞亦有

¹² <http://www.edu.tw/>

¹³ <http://www.ocac.gov.tw/>

許多活動設計，包括：海外民俗文化種子教師培訓班、海外青年文化志工培訓班、臺灣藝術團體邀訪及全球華文網路教育中心提供資訊等。

4. 交通部觀光局¹⁴

觀光局對外很重要的任務是，強化臺灣觀光品牌國際意象，深化國際旅客感動體驗，以期擴大觀光及關聯產業之經濟效益。觀光局有專屬網站(<http://www.tboc.gov.tw/w1.aspx>)為有興趣到臺灣旅遊的觀光客提供旅遊景點、住宿、交通、購物、行程安排、美食介紹、臺灣文化等七種不同語言之完整資訊介紹。

5. 行政院國家科學委員會

主要是協助設置「臺灣書院」數位資訊整合平臺，以提供來自全球網友一個資訊平臺瞭解臺灣。

(七) 臺灣「文化外交」運用概況

1. 臺灣書院組織架構

臺灣書院是於民國 99 年 11 月行政院成立『行政院臺灣書院政策推動小組』後，在 100 年 10 月由當時行政院文化建設委員會正式在美國紐約、洛杉磯及休士頓掛牌成立，當時組織涉及 14 個部會機關(構)。101 年 5 月 20 日中華民國文化部正式成立，行政院遂於 101 年 12 月修正『行政院臺灣書院政策推動小組』架構及要點，將該推動小組召集人由黃政務委員光男兼任，副召集人由文化部龍部長應台兼任；涉及部會由原來 14 個精簡為 6 個，推動小組委員原由各部會次長組成，亦提升為由各部會首長組成。

組織調整後，文化部為臺灣書院統籌單位並為『行政院臺灣書院政策推動小組』窗口，協同單位為外交部、教育部、中華民國僑務委員會、交通部觀光局及行政院國家科學委員會。

臺灣書院三大政策主軸為：臺灣多元文化呈現、臺灣研究/漢學研究及華語文推廣。三大政策面向再細分十項核心業

¹⁴ <http://admin.taiwan.net.tw/>

務，由前述 6 個部會協調分工，納入臺灣書院政策成果展現。
分工項目如下：

(1) 臺灣文化多元呈現

- A. 實體臺灣書院設置：文化部、外交部、僑委會
- B. 臺灣文化海外推廣：文化部、外交部、教育部、僑委會及交通部觀光局
- C. 軟性行銷臺灣觀光：交通部觀光局
- D. 臺灣書院聯絡點：外交部
- E. 數位臺灣書院：主辦－國科會、文化部；其他 4 部會協同。

(2) 臺灣研究/漢學研究

- A. 臺灣研究講座：教育部
- B. 臺灣獎助學金：外交部、教育部
- C. 漢學書房/漢學研究：教育部

(3) 華語文推廣

- A. 主流社會華語教學及正體字推廣：教育部、僑委會
- B. 華語教材外語化：教育部、僑委會

2. 文化部臺灣書院執行現況¹⁵

目前文化部海外駐點規劃全球臺灣書院共有 11 個據點，包括：美國紐約、洛杉磯、休士頓、英國倫敦、法國巴黎、德國柏林、西班牙馬德里、日本東京、馬來西亞吉隆坡、俄羅斯莫斯科及香港等，正式以臺灣書院掛牌為美國紐約、洛杉磯、休士頓。102 年度預算為新臺幣 6062.4 萬元。其宗旨是：經過自由開放的社會、長期且穩定的經濟成長、多元族群的文化融合，發展出兼容並蓄具臺灣內涵與特色的中華文化，將積極扮演「和平的締造者」、「人道援助的提供者」、「文化交流的推動者」、「新科技與商機創造者」及「中華文化的領航者」。主要措施包括：

- (1) 設置「臺灣書院」數位資訊整合平台，以服務全球網路使用者。

¹⁵ <http://taiwanacademy.tw/ch/about/about.jsp>

- (2) 華語文教學及正體字推廣。
- (3) 活絡臺灣研究及漢學研究並擴散其成果。
- (4) 辦理「臺灣書院」獎助學金。
- (5) 向世界介紹多元精緻的臺灣文化。
- (6) 設立「臺灣書院」據點及聯絡點。

另外，文化部自 2013 年至 2016 年積極結合政府及民間資源，推動辦理「文化光點計畫」，希望尋求與全球重點大學及主流藝文、學術、研究等領域之專業機構建立長期而實質的夥伴關係，在海外辦理多元而深入之臺灣文化及臺灣研究活動以充實臺灣書院內容。

3. 小結－建立臺灣書院品牌策略

綜上分析，自從行政院成立『行政院臺灣書院政策推動小組』及文化部正式成立後，對於文化外交業務的整合及分層負責架構已有大幅改進，惟目前由 6 個對執行文化外交相關業務仍然過於紛雜，且業務內容亦有許多雷同之處。部會間如何建立有效溝通的合作平臺，進而更精準分工、共享資源，以完成文化外交共同目標似乎仍無具體策略。然而，這與缺乏臺灣書院的品牌建構策略息息相關，臺灣書院不應只是一個認識臺灣的平臺，透過其傳遞至國際的訊息，其實臺灣書院亦肩負臺灣國家品牌形象的建立。因此，要成功推廣臺灣書院，其品牌策略的擬定相當重要。包括：臺灣書院的定位、市場區隔、潛在/直接競爭對手為何、目標對象、品牌個性、推廣策略、媒體宣傳計畫及推廣效果評估方法等，均應由一專責機關統籌、擘畫，其他部會協同配合，才能發揮資源整合綜效及臺灣國家形象傳播效果的最大化。

貳、 結論：心得與策略建議

一、 國家品牌的必要性¹⁶

如果，「臺灣書院」是一個告訴世界「臺灣是甚麼？」的櫥窗，我們必須精挑細選，到底要把甚麼東西放在這有限的櫥窗裡展示，既吸睛，有足以代表臺灣，尤其讓人過目不忘。例如，提到汽車就會想

¹⁶ http://www.eastwestcoms.com/res_why.htm

到德國或日本；談到時尚，就聯想到法國、義大利；想到電子產品浮現腦中的是日本，說到電影帝國，則非美國好萊塢莫屬。這些都是成功的品牌聯想，那麼，提到臺灣，我們希望別人想到什麼？

基本上，國家概念是由許多複雜的元素所組成，包括地理位置、人民、文化、宗教、傳統、產業、習慣、自然資源及歷史。然而，誰有義務為國家的形象把關？這個重任非政府莫屬。也就是說政府必須有遠見地投資、管理、推銷這個國家品牌。當然，政府應讓所有利害關係人，包括所有國民、非政府組織、民間企業、甚至外國人(傳播對象之一)等共同參與。畢竟，所有國家人民及組織都會以身為正面國家形象的一分子為榮。

每一個國家都有其強項與弱項，一個好的國家品牌策略會在知道自己弱點的前提下，突顯該國強項。國家品牌建構的目的是要在衡量其強項及弱項後，為國家在世界體系下做出最好的定位。然而，要完成一個成功的品牌策略，必須要做深入的量化及質化的調查，其中更要涵蓋相關利害關係人的寶貴意見。

提出國家品牌指標(the Anholt Nations Brands Index)的學者 Simon Anholt，將國家品牌解構成六大面向：旅遊業、出口產品、對內及對外政策、人民、文化及歷史資產、投資和移民。基本上，影響層面幾乎涵蓋政府所有部會做為。另外，南加大的公共外交學者 Joshua Fouts 曾說：「國家品牌建構的正面效果是讓較小的國家參與國際對話」而他也強調，創意性地運用新媒體或科技，可以讓小國或窮國對世界宣揚自己的優點¹⁷。

如前所述，國家品牌的建構牽涉層面極廣，涉及國家各部會資源整合，其規模遠大於「臺灣書院」涵蓋範圍，例如國家品牌構成面向亦包括出口產品形象、國家對內及對外政策(對內例如勞工政策是否保障勞工權益、或是環保政策是否符合國際標準；對外則例如是否投入國際合作、主張區域和平或積極援外策略等，上述種種均會影響國家形象表現)、投資和移民等，均非由文化部「臺灣書院」目前規劃之業務內容所能承擔，或許應由行政院主導成立「國家品牌形象策略辦公室」並與優秀的品牌建構專業團隊合作，整合國家資源，共同擬定一

¹⁷ <http://www.cfr.org/diplomacy-and-statecraft/nation-branding-explained/p14776>

套可長可久的國家品牌策略及推廣方針，要求各部會(尤其涉外單位)，共同遵照此策略與方針，基於各部會不同需要擬定執行戰略，以達國家品牌訊息訴求的一致性，極大化傳播效果。

然而，臺灣書院既是海外介紹臺灣的一個城市櫥窗，且以積極扮演「和平的締造者」、「人道援助的提供者」、「文化交流的推動者」、「新科技與商機創造者」及「中華文化的領航者」為宗旨，實有擔負展現國家品牌的必要性與正當性。尤其，以目前臺灣書院的業務內容規劃，亦涉及跨部會(包括外交部、教育部、交通部觀光局、僑委會等)業務，為達其資源整合綜效，品牌策略建構亦是當務之急。如果，「臺灣書院」品牌策略建構成功，或許可作為未來臺灣國家品牌策略的參考指標(Benchmark)。

二、臺灣書院品牌策略建議

要讓世人清楚知道「臺灣書院」是甚麼之前，我們應該要先釐清自己是甚麼(定位)？跟別人不一樣在哪裡(市場區隔)？對誰宣傳(目標對象)？要把自己塑造成甚麼形象(品牌形象)讓別人認識？為什麼別人要來認識我(目標對象利益)？及用甚麼方式告訴目標對象(推廣策略)？因此，「臺灣書院」需要一個明確的品牌策略做為推廣的準則。

成功的品牌策略，必須要做深入的量化及質化的調查，包括，我們需要知道目前大家對於臺灣整體的印象、對臺灣海外文化中心(臺灣書院)的印象、期望臺灣海外文化中心提供什麼服務、對中國大陸孔子學院的印象、當地人民的文化需求及基本人口特性統計資料、當地政府的文化政策及主要文化活動等資訊。

蒐集上述研究及統計資料後，則可利用分析工具歸納策略擬定所需的資訊。由美國商業管理顧問 Albert Humphrey 在史丹佛國際研究所工作時提出的 SWOT 分析，經常被用於企業戰略制定、競爭對手分析等場合。其中，S 代表來自組織本身的優勢(Strengths)，W 代表自組織本身的劣勢(Weakness)，O 代表來自外部環境的機會(Opportunities)，T 代表來自外部環境的威脅(Threats)。運用 SWOT 分析，可以瞭解「臺灣書院」內外優點及情勢，有助於判斷到底「臺灣書院」以何種定位自居較利於與潛在競爭對手(例如孔子學院)做區隔，亦有利於未來品牌策略擬定及推廣。

一但「臺灣書院」定位確立，即可發展品牌形象策略擬定，簡單說，品牌形象是別人認識你的整體概念。試想，我們常聽到人家說某某公眾人物形象好，某某人形象差，會有這樣的結果主要是來自平常我們對這個人親身的觀察、大家口碑、媒體印象等綜合結果。如果想改變個人形象，知道別人如何看待自己是基本資訊，如果別人完全對自己沒有印象或印象紛亂，對於品牌形象建立來說，或許是件好消息。因為就像一張白紙，可以一切從零開始，省去消除過去不良印象的成本。同樣的道理是可以完全運用在「臺灣書院」品牌形象的建立上，在前述的調查中，之所以需要知道「對於臺灣整體的印象」、「對臺灣海外文化中心的印象」即想知道目前「臺灣書院」的普遍印象為何？如此我們才能與自己想建立的臺灣書院品牌形象比對，看中間的落差有多少？而如何拉近落差就是品牌策略發展的重點。

品牌形象的建立應立足在品牌定位上，例如蘋果電腦公司(Apple)因為定位是「創新」，所以展現出來的品牌形象就是科技感、時尚感的；麥當勞的定位是「歡樂美味」，所以品牌形象展現就是家人、朋友共享美食的快樂時光。而星巴克的定位是「人的產業提供咖啡體驗，而非在咖啡產業服務人」，因此品牌形象的展現就是在繁忙的都市叢林中，提供高品質的咖啡，讓忙碌的都市人有偷閒、享受一杯愜意咖啡的時光。「臺灣書院」要與何種形象連結是一門需要深入研究的功課。除了前述的調查資料外，臺灣的歷史、人文發展、經濟表現、資訊科技、優良的農業技術、地理風光、人民在國際表現(例如導演李安、棒球選手王建民)種種資料，均須經過客觀的分析與判斷，做出適切的定位後發展而來。

品牌形象策略一旦建立，接下來所有的推廣活動、機構形象識別系統(Corporate Identity System, CIS)¹⁸等，均要依據品牌策略發展而來。而機構形象識別系統 CIS 包括三個體系：理念識別(Mind Identity)、視覺識別(Visual Identity)、行為識別(Behavior Identity)。理念識別(MI)是組織經營的基本精神與原動力所在，也是視覺識別(VI)設計依據。理念識別包括：理念(臺灣書院價值觀、組織文化、組織使命與方針策略等)、策略(臺灣書院策略)與遠景(臺灣書院展望、責

¹⁸ <http://hep.ccic.ntnu.edu.tw/browse2.php?s=186>

任、企圖心)。視覺識別(VI)則包括品牌名(臺灣書院)、品牌標誌、圖像系統(象徵圖形或吉祥物)，可於將來應用於媒體傳播與推廣活動等。行為識別(BI)包括活動識別與行為識別，即「組織特長」的識別與展現。為使「組織特長」發揮極致，也就需要教育(服務態度、應對技巧、電話禮貌、工作精神等)、管理(環境、職員學識提升、研發新服務內容)，因地制宜設計該地文化活動(運用調查、推廣、公關、公益事件、贊助活動的識別形式)來贏取社會大眾認同。

為讓資源有限的「臺灣書院」發揮最大的影響力，由文化部擘畫一套精準的品牌策略十分重要，否則由目前各部會缺乏品牌目標，逕依自己業務所需所執行的文化外交業務，恐過於紛雜，難以傳達一致性訊息，導致折損臺灣軟實力的效果，殊為可惜。

三、臺灣書院執行計畫建議

(一)策略面

1. 建議行政院在現有體制成立或新設「國家品牌形象策略辦公室」並與外部優秀品牌建構專業團隊合作，統籌臺灣國家牌策略的擬定，做為各部會(尤其涉外單位)推廣臺灣品牌形象之依據。
2. 由文化部與外部優秀品牌建構專業團隊合作，統籌擬定「臺灣書院」品牌形象建構策略。

(二)組織面

1. 相較於其他國家文化中心的預算、業務規模，「臺灣書院」實在難以比擬，雖然這與國家大小或許有關係，但是在預算比例分配上，「臺灣書院」實在偏低，102 年文化部全球布局預算 6.74 億，臺灣書院僅有 6062.4 萬元。預算提升有其必要，甚至應以任務編組負責臺灣書院相關業務。因為臺灣書院的業務最重要是提高臺灣能見度，除了被動提供服務等人來使用外(例如語言課程、獎助學金)，更需要廣泛與各駐在國官方、民間、非營利組織等透過電話、電郵、甚至親身接觸建立國際人脈網絡，以尋求任何可能推銷臺灣的機會。如果「讓臺灣走出去」真是我們施政首要順位，臺灣書院肩負重要功能，應有專門團隊負責。
2. 文化部臺灣書院應做好部會橫向溝通及合作平臺角色，並與行政院及相關部會溝通「臺灣書院」品牌形象策略及理念，以提

高資源整合綜效。

(三) 執行面

1. 統一文化部各外館之「臺灣書院」組織形象識別系統(CIS)，包括理念識別（Mind Identity）、視覺識別（Visual Identity）、行為識別（Behavior Identity），以傳遞一致的品牌形象。
2. 就目前已設之臺灣書院或預計設立的外館進行當地國的量、質化調查，目的是瞭解當地文化需求及臺灣文化在當地的優、劣勢，並掌握當地人口特性，以設計適切的文化活動或提供對應服務，確保「臺灣書院」的傳播效果。例如：某國人民非常重視古蹟的保存，如果我們瞭解這樣的民族特性，就可以由臺灣書院出資辦理與古蹟保存相關的活動，主題或許可以是臺灣的古蹟保存，亦可以是該國的古蹟保存。因為若由臺灣書院出資維護當地國的古蹟，不僅可以突顯臺灣書院具人文特質的品牌形象，亦可強化當地國及其人民對臺灣的好感，進而達到文化外交的目的。
3. 從事文化外交的人應瞭解執行文化外交是長期耕耘的工作，義意乃是促進兩國人民相互瞭解，進而對臺灣產生好感。這樣的好感是一種品牌資產，在未來何時有回饋不可知，但絕對需要也值得投資。因此，應該放更多的心力在瞭解當地國的風土民情、草根文化，從而發展出針對每一個國家量身打造的文化外交策略。比方說，就筆者 3 個月短暫的觀察，德國的民族性除了刻板印象中的務實與直接外，其實還算相當念舊與友善。在柏林，大大小小的跳蚤市場很多，成了一般人民周末消遣的好去處。有些跳蚤市場規模相當龐大(好比一個 mall)，食衣住行育樂所需的東西應有盡有且東西保存狀況良好。突顯德國人民環保、節儉的個性。臺灣書院或許亦可想想，在這樣的跳蚤市場及人民特質的情境下，可以有甚麼樣的策略，讓臺灣形象深入德國人心。
4. 臺灣書院的任務是希望外國友人透過此一窗口認識臺灣，進而提升臺灣能見度與好感度。既是如此，除了與駐在國官方保持良好關係外，廣泛接觸產、經、學界、公民社會團體更是重要，

因此基於臺灣書院品牌形象策略，應積極尋找適切的合作對象不斷強化該形象，讓各界對「臺灣書院」有一個鮮明且正面的品牌形象連結，有助於提升臺灣國家形象。例如，筆者本次到德國文化外交學院研習，在與該學院的創始人之一 Mark C.

Donfried 交換意見後，他即表示很希望與臺灣合作，舉辦與臺灣文化外交議題相關的研討會、工作坊、演講等活動。另外，與筆者同樣是認證課程學員的一名來自俄羅斯西伯利亞地區的文化部官員在課餘閒聊時表示，在俄羅斯聯邦的克拉斯諾雅斯克，每兩年舉辦一次的亞太地區國際音樂節(Krasnoyarsk

International Music Festival of the Asia-Pacific region)每次都有來自各國不同形式的藝術團隊同臺交流，下次舉辦時間是 104 年 6 月 26 日至 7 月 4 日，相關訊息請參閱 <http://www.apfest.com/>。

她非常歡迎臺灣團隊報名參加，希望能看到有別於中國大陸的臺灣團隊演出，開始接受報名時，她會再用電子郵件提醒筆者。有接觸就可能有機會，因此，「臺灣書院」若主動出擊，應有相當的可能為臺灣尋求發聲的管道。

5. 雖然「臺灣書院」不希望與中國大陸「孔子學院」爭大、爭正統，但當兩個單位被放在同一個地方，又都以教授中文為其主要業務之一，彼此的競爭關係很難避免。尤其，對於外國人而言，要其清楚地分辨更是難上加難。因為「臺灣書院」與中國大陸「孔子學院」區隔不夠明顯，尤其，孔子學院在世界各地據點數量龐大，同樣是希望學習中文，為何要選擇臺灣書院？臺灣書院所提供的誘因仍待開發。其實，「臺灣書院」與「孔子學院」有一個很大的不同是，「臺灣書院」具有自由、多元與包容的特質。但這如何展現，讓人可以清楚感受、又很容易與「孔子學院」區分開來呢？其實也不難，「臺灣書院」可以大力支持與本身品牌形象相符而卻是中國大陸較少，甚至不方便公開支持的活動。例如，在國外極為盛行的人權、環保議題。久而久之，「臺灣書院」除了介紹臺灣獨特的文化外，亦與人道關懷、綠色環保印象相連結，自然就能與孔子學院有所區隔。

6. 歐洲國家例如德國、英國、法國之海外文化中心發展歷史悠久，

值得效法，尤其歐洲為民主發源地，對於人權普世價值相較於美國似乎更加強調，例如經濟學人雜誌，針對評論中國大陸的經濟發展的文章，往往亦會涵蓋人權、環保議題。不會只是一面倒地讚頌中國大陸經濟發展的成功。再者，歐洲人民的生活習慣似乎跟亞洲人更為貼近，例如會有傳統市場販賣標榜有機的農作物、肉販、魚販及特色小吃等，很像臺灣的菜市場。另外，在德國，周末亦會有規模龐大的跳蚤市場，販售東西包括食、衣、住、行、育、樂，應有盡有，與臺灣夜市文化頗為相似。因此，歐洲地區的文化交流應可多設據點，用心地好好開發。

(四) 資源面

1. 除了政府對於文化外交的推動要有策略性的規劃外，如何整合公、民(企業)、NGO 資源也是非常重要的。目前藉由海外文化中心推動文化外交的國家均極力降低該中心是執行政府政策的印象，包括德、英、法、日均由獨立、政治中立單位在執行，有些預算還是大部分來自於業務收入(例如：德國歌德學院及法國文化協會)，甚至連中國大陸孔子學院也是號稱中立之非營利機構「漢邦」執行。可見，文化外交要成功，政府色彩越低越好。因此，「臺灣書院」應該扮演好整合臺灣公民社會資源，搭建平臺，讓臺灣充沛的民間活力走出臺灣。
2. 針對公部門目前進行文化外交的部門，例如：外交部、交通部觀光局、僑委會、教育部等單位，均應基於「臺灣書院」品牌形象策略下，定期檢視業務是否過於雷同應予整併，或者應開發其他業務，以期有效運用資源。
3. 文化外交人才應予積極培養，「文化外交」的概念有別於傳統的外交手法，即便是科班出身的外交人員也未必能勝任，在文化部希望逐漸擴展臺灣書院之際，應輔以通盤的文化外交人才培育計畫，不管是現任或是未來可能從事文化外交的人員，都應該有相關的培訓課程，以建立「文化外交」概念，擴大文化外交人才庫。筆者本次參與的文化外交學院「國際關係與文化外交認證課程」或者筆者原先預計前往，但因行政院僅核定 3 個

月月研習時間而被迫放棄的 6 個月英國牛津大學「Foundations of Diplomacy Course」課程，其實都是培養本部「文化外交」人才不錯的管道。文化部可嘗試與類似的學術單位或機構進行人才培育合作計畫，定期選送適當人員出國受訓，除了增加文化外交基本知識外，藉此認識各國從事文化外交領域的專家、學者、民間人士亦是相當重要的人脈資產，絕對有助於日後文化外交業務的推動，是相當值得投資的項目。

參、參考資料

1. Joseph S. Nye, Jr., "SOFT POWER," (NEW YORK: PublicAffairs, 2004), P.x
2. Richard T. Arndt., "The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century," (Dulles, Virginia: Potomac Books Inc., 2005), P.1-10
3. <http://www.usdiplomacy.org/diplomacytoday/contemporary/public.php>
4. http://en.wikipedia.org/wiki/United_States_Information_Agency
5. Joseph S. Nye Jr, "The Future of Power," (New York: PublicAffairs, 2011), P.153-204
6. http://en.wikipedia.org/wiki/The_Clash_of_Civilizations
7. <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2013>
8. http://www.lawtw.com/article.php?template=article_content&job_id=64395&article_category_id=1174&article_id=31443
9. <http://www.mac.gov.tw/ct.asp?xItem=104459&ctNode=5628&mp=1>
10. <http://www.libertytimes.com.tw/2013/new/sep/21/today-p8-2.htm>
11. <http://www.mofa.gov.tw/>
12. <http://www.edu.tw/>
13. <http://www.ocac.gov.tw/>
14. <http://admin.taiwan.net.tw/>
15. <http://taiwanacademy.tw/ch/about/about.jsp>
16. http://www.eastwestcoms.com/res_why.htm
17. <http://www.cfr.org/diplomacy-and-statecraft/nation-branding-explained/p14776>
18. <http://hep.ccic.ntnu.edu.tw/browse2.php?s=186>
19. 訪談對象
 - (1) Dr. Nazar Al Baharna(前巴林外交部長，現任 ICD 衝突地區調和中心主任)
 - (2) Mark C. Donfried (ICD 創辦人之一，文化外交專家)
 - (3) Paul Iorpuu, Cultural diplomacy in Nigeria (文化外交研究生)

肆、附錄

【Final Report for Certificate Program in International Relations and Cultural Diplomacy】

Is “Taiwan Academy” an alternative?

By Aaron Shun Ming Liu

Introduction

Taiwan has 23 million permanent populations. Its ethnic groups include Han (98%), of which 70% Hoklo, 14% Hakka, 14% Mainlanders, Aborigines (2%). The jurisdiction of Taiwan includes Taiwan, Pengh, Kinme and Matsu, around 36000 square km. The GDP (PPP) of Taiwan is 38,749 U.S. Dollars in 2012 ranked 19th in the world.¹⁹ Taiwan has long enjoyed economic prosperity thanks to the talent, ambition and hard work of its people. From the recent economic index, Taiwan's foreign reserve is ranked 7th and is the eighteenth largest trading country in the world.²⁰ This exceptional economic performance guarantees that Taiwan is well-equipped to fulfill the UN's requirements of a full member which is “higher standards of living, full employment, and conditions of economic and social progress and development.” Even though so many efforts Taiwan has done, Taiwan is still abandoned by the international community, including U.N., W.H.O etc.

There are no legitimate reasons why Taiwan should not be able to join international organizations. There is an only political obstacle that is China's so-called “One China Policy.” Therefore, it is especially important for Taiwan to build up its soft power in order to cooperate with those who have non-official relations with Taiwan at all levels of global issues which will not only protect Taiwanese human rights but also benefit all human beings.

Joseph S. Nye, former dean of the Kennedy School of Government at Harvard University, raised the concept “soft power” in his book in 2004. He said soft power is the ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments.²¹ This concept has been applied in the foreign affairs over years by many countries in order to help what hard power cannot achieve.

¹⁹ <http://en.wikipedia.org/wiki/Taiwan>

²⁰ http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its2012_e/its12_world_trade_dev_e.htm

²¹ Joseph S. Nye, Jr., “SOFT POWER,” (NEW YORK: PublicAffairs, 2004), P.x

Undeniable, Taiwan issue is a political issue; it's hard for Taiwan to use the official diplomatic way to participate in the international affairs. Therefore, cultural diplomacy as soft power might be an alternative for Taiwan to introduce itself to the world. In this paper, I am trying to explore how other countries apply soft power and examine what the current difficulties Taiwan is facing. Finally, I will propose the feasible solutions for Taiwanese government to wield its soft power as a way to expand its international space.

The Relationships between the both sides of Taiwan Strait

From the 16th century, Taiwan has been called "Formosa" ("Beautiful Island") by the west. It used to be the colony of Dutch and Spain in the 17th century. In 1662, Zheng Cheng-gong, a loyalist of the Ming Dynasty, which had lost control of mainland China (Qing Dynasty took over China) in 1644, defeated the Dutch and established a base of operations in Taiwan. Zheng's forces were later defeated by the Qing Dynasty in 1683. From then on, Taiwan became increasingly integrated into the Qing Dynasty before it ceded the island, to the Empire of Japan in 1895 in the First Sino-Japanese War. In 1911, the Qing Dynasty was defeated by the Republic of China (ROC). Japan had controlled over Taiwan around 50 years since 1895. However, Japan was defeated in World War II in 1945. The Republic of China (ROC), led by the Kuomintang (KMT), became the governing polity on Taiwan. In 1949, after losing control of mainland China in the Chinese civil war, the ROC government under the KMT withdrew to Taiwan and declared martial law. Three years later, Japan formally renounced all territorial rights to Taiwan in 1952 in the San Francisco Peace Treaty. Based on the San Francisco Peace Conference of 1951-52 Taiwan's status was unaffected and needed to be resolved on the basis of the principle of self-determination.²²

Legitimately, Taiwan has been a de-facto independent state after civil war in China in 1950. The two sides of the Taiwan Strait have been governed separately, with neither side having control or jurisdiction over the other. Taiwan is no doubt a sovereign state. Taiwan has 23.3 million people, the fiftieth largest population in the world.²³ The jurisdiction of Taiwan includes Taiwan, Penghu, Kinmen and Matsu. Also, Taiwan has its own Constitution, monetary, tax system and national defense. Twenty-three countries formally recognize Taiwan as a state and Taiwan sets

²² http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Taiwan

²³ <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%9B%BD%E5%AE%B6%E4%BA%BA%E5%8F%A3%E5%88%97%E8%A1%A8>

Economic and Cultural office in many countries that have no official relations with Taiwan.

Culturally, Chinese culture is part of Taiwanese culture. Undeniably, Chinese culture seems to be the cornerstone of Taiwanese culture. However, Taiwan used to be the colony of many countries, such as Netherlands, Spain and Japan. Also, China and the United States have played a crucial role for Taiwan's development as well. Therefore, the culture of Taiwan is a blend of Confucianism Han Chinese, Japanese, European, American and Taiwanese aborigines' cultures. Moreover, culture is alive. It always changes with the environment and people's activity. Because Taiwan is a democracy the nutrition cultivating the soil of culture will be totally different from that of autocratic China.

Economically, Taiwan has a strong tie with China. Over the last two decades, Taiwan was the main exporter to the leading producer of Information Technology products in the world. Taiwan has been one of the most important foreign investors in China since Deng Xiaoping's economical revolution in 1970s. In 2012, Taiwan, with US\$ 57 billion investments, was the second to Hong Kong investment for China. Nowadays, many Taiwanese businessmen run their factories in China. Even though these companies got a lot of orders from the world, they contributed few job opportunities in Taiwan. Taiwan has experienced de-industrialization for years.²⁴

Politically, China has denied Taiwan's sovereignty. For example, in 2003, while the SARS crisis receded in much of Asia, the virus left an increasingly devastating trail in Taiwan, ravaging hospitals and wrecking lives. Taiwan had to fight against the fearsome virus alone lasting two months without World Health Organization (WHO) aids. Why did WHO exclude Taiwan from all its activities? According to its Constitution, the purpose of WHO is "the attainment by all peoples of the highest possible level of health." How can it attain its goal if it does not acknowledge the existence of 23.3 million Taiwanese? Taiwan is excluded by WHO because Taiwan is not a full member of the U.N. There are no legitimate problems to Taiwan's joining the WHO. There are only political obstacles from China.

Taiwan is suffering the political prejudice in the international community because of China's so called "One China Policy". It never works if Taiwan uses the official foreign policy to participate in the international affairs. To make a breakthrough for such a difficult situation, Taiwan needs to try hard to find out an alternative way to

²⁴ <http://regulation.revues.org/10177>

protect the human rights of 23.3 million people living on the island. Soft power, a concept developed by Joseph Nye of Harvard University, which means the ability to attract and co-opt rather than coerce, use force or give money as a means of persuasion, seems to be an alternative to build mutual understanding between Taiwan and elsewhere in the world.

In the past fifteen years, a growing body of studies has investigated the meaning of cultural diplomacy and the strategies of soft power. Actually, many countries, such as Germany, British, France, Japan and China have applied worldwide agency to flesh their soft power. They are Goethe Institute of Germany, the French Institute, the British Council, Japanese Foundation and Confucius Institute respectively. They are all non-profit politically independent body; however, in many cases, they act on behalf of the government to coordinate cultural, educational, artistic exchanges.

Cultural Diplomacy Applied around the World

Germany

One of the most important tools for Germany to develop cultural diplomacy is the Goethe Institute. It was founded in 1951 as the successor to the German Academy. It became an independent cultural organization in 1976. The Goethe Institute is a non-profit, political independent body; however, in many cases it acts on behalf of the Federal Republic of Germany to coordinate cultural and educational activities. The overall budget of the Goethe Institute is approximately 278 million Euros consisting of yearly grants from the German Foreign Office and the German Press Office, but more than half is generated from language course tuition and examination fees. So far, there are 136 institutes in 91 countries.

The mission of the Goethe Institute is to bring the multifaceted image of Germany to the world. It provides access to German language, culture and society and promotes international cultural cooperation.

France

France has run the organization of cultural diplomacy since 1907. In 2010, it uses the French Institute (Institut Francais) as its official name. The French Institute is attached to the French embassy but with the status of an autonomous financial institution. It is founded mostly or partly by its own revenue from language courses and sponsorship. So far, there are 150 French Institutes and over 1000 French Alliances around the world.

The mission of the French Institute is to entrust to a single agency, the development of cultural activities abroad. In addition, it will promote artistic exchange, broadcast French culture, encourage the reception of foreign cultures, cooperate with regions of the South, organize the international residency program in France and abroad and train teachers and define contents of instruction.

United Kingdom

The British Council was established in 1934 and incorporated by Royal Charter in 1940. It is the UK's international cultural relations body. The British Council does not carry its functions on behalf of the Crown. However, the Secretary of State for Foreign and Commonwealth Affairs is answerable to Parliament for the policies, operations and performance of the British Council because the Foreign and Commonwealth Office is the British Council's sponsoring department. The total budget of the British Council is 705 million GBP, of which 211 million GBP from the government grants (201 million GBP provided by the FCO) and contract work with the Department for International Development, the EU, and other international bodies helping generate annual income. So far, there are 210 offices in 110 countries.

The mission of the British Council is to promote abroad a wider appreciation of British culture and civilization by encouraging cultural, educational and other interchanges between United Kingdom and elsewhere.

Japan

The Japan Foundation was established in 1972 by the Japanese Ministry of Foreign Affairs but became a separate institution in 2003. It is a principal organization for promoting international cultural exchange. The Foundation is coordinated from its headquarters in Tokyo and has language and cultural centers in 20 countries. It organizes lectures, workshops, seminars, courses, exhibitions and performances.

The mission of the Japan Foundation is to promote international cultural exchange between Japan and the rest of the world, and provide financial support for a range of international cultural exchange programs.

China

The Confucius Institute is the most powerful tool for China to develop cultural diplomacy. The first Confucius Institute was established in Seoul, Korea in 2004. It

is a non-profit educational organization and is run by the Hanban, a non-government and non-profit organization affiliated with the Ministry of Education of the People's Republic of China. The budget of Hanban is all from the government grants and the Hanban finances each institute for the first 5 years while the hosting country provides accommodation. By the end of 2010, there were 322 Confucius Institutes and 369 Confucius classrooms in 96 countries and regions. The Office of the Chinese Language Council International planned to set up 500 Confucius Institutes worldwide by 2010; 1000 by 2020.

The mission of the Confucius Institute is to promote Chinese language and culture and support local Chinese teaching internationally. In addition, it will also provide information and consultative services concerning Chinese education, culture, economy and society and promote research about contemporary China.

Taiwan Academy as Cultural Diplomacy for an alternative

From the examples mentioned above, to maximize the influence of cultural diplomacy, states try hard to let their cultural organizations have no political meaning or leaning. Without political consideration, Taiwan seems to have more space to participate in the international community and introduce itself to the world if Taiwan Academy as cultural diplomacy could be used wisely.

The Profile of Taiwan Academy

Taiwanese government is aware of the feasibility of cultural diplomacy. It has become one of the most important national development plans. In 2011, Taiwan Academy was founded by Council for Cultural Affairs cooperated with other 13 organizations. On May 20th, 2012, Ministry of Culture (MOC) was established and became the official authority of Taiwan Academy. The other five assisted organizations include Ministry of Foreign Affairs, Ministry of Education, National Science Council, Tourism Bureau and ROC (Taiwan) Overseas Community Affairs Council.

The Agent

Taiwan Academy has 10 institutes in 8 countries abroad, which are Tokyo, Paris, New York, Houston, Los Angeles, Berlin, Madrid, Moscow, Sao Paulo, Kuala Lumpur. Taiwan Academy's overall budget is approximately 1.45 million Euros consisting of yearly grants from the MOC.

The Agenda

The purposes of Taiwan Academy are as follows²⁵,

- Introducing Taiwan's diverse and exquisite culture to the world.
- Establishing a Taiwan Academy digital information integration platform to serve the global internet users.
- Promoting Mandarin Chinese instruction and traditional Chinese characters.
- Invigorating the research of Taiwan Studies and Sinology and disseminating the results.

The Vehicle

Taiwan Academy has a professional and informative digital database and portal. It integrated themes that include cultural exploration, Chinese language instruction, Sinology and Taiwan studies, and Taiwan archives. This tool also demonstrates Taiwan's prowess as a creator of global technology and business endeavors, and provides a free platform for users around the world.

Also, Taiwan Academy holds a lot of seminars, workshops, exhibitions, cultural events, language training, lectures, concerts, etc to promote Taiwanese culture. In addition, to support emerging artists and promote local artists, MOC initiates a project called Art Bank. It spends 0.84 million Euros per year to purchases artworks from the Taiwanese artists and sells or loans the prices to companies, government agencies and the public to give the artists more exposure. MOC is trying to cooperate with the Ministry of Foreign Affairs so that the artworks can be shown in Taiwan's overseas embassies and representative offices.

Another vehicle is Spotlight Taiwan Project, which is from 2013 to 2016. The main goal of this project is to promote international cultural exchanges and cultivate a greater interest in and appreciation of Taiwan's culture worldwide. MOC provides funding support up to maximum of US\$50,000 per year for an approved project. The actual amount will vary depending on the project's scope. The following types of events are welcomed to apply:

1. Courses, lectures, symposia, and workshops with research on Taiwan as their focus.
2. Art and culture activities with Taiwan's culture as their theme.
3. Exchanges and collaborative efforts relates to Taiwan's cultural and creative industries or cultural policy development.

²⁵ <http://taiwanacademy.tw/en/index.jsp>

To enhance the global academic community's understanding of Taiwan and stimulate research in Sinology and Taiwan Studies, the Taiwan Academy has listed on the website nine scholarship awards sponsored by Taiwan's five organizations—they are the Mandarin Chinese Scholarship, Chinese Language Degree Scholarship, and Chinese Language Fellowship, for example; these scholarships are set up to encourage students and scholars from foreign universities and research institutions to come to Taiwan to acquire a degree, or engage in research and studying on Mandarin Chinese.

The Target Audience

The target audience for Taiwan Academy is anyone who is interested in Taiwan's culture or learning traditional Chinese characters. They can be foreign students, scholars, academic institutes, artists and cultural organizations whose researches, exchanges or activities related to Taiwan.

The Problems Taiwan Academy is Facing

To achieve the goal of cultural diplomacy, the Taiwanese government should allocate a decent budget. Totally, the 2013 annual budget for culture exchange of MOC is 16 million Euros, including capital expenditure and current expenditure, of which only 1.45million Euros for Taiwan Academy. Compared with other countries, the British Council's budget for 2011 is around 738.5 million GBP; the Goethe Institute's budget for 2011 is around 356 million Euros. It's obviously a hard time for an initial organization like Taiwan Academy if it will take the responsibility to push Taiwan's cultural diplomacy. To some extent, Taiwanese government seems to be lack of resolutions to develop cultural diplomacy.

Moreover, Because of budget constraints, few overseas institutes could be established, which means few countries or regions could understand Taiwan through Taiwan Academy. Even though Taiwan Academy has prepared abundant resources for those who are interested in Taiwan, few people can access to them if lacking the budget to promote them. In this case, it is hard for Taiwan Academy to have an impact abroad.

The last but not the least, is the budget the only issue for Taiwan Academy to increase its influence? Probably not, the lack of an obvious image of Taiwanese

culture and a clear national brand building strategy are the first priority to be solved. For example, one of the main missions for Taiwan Academy is to promote Mandarin Chinese instruction and traditional Chinese characters. However, teaching Chinese is also an important task for China's Confucius Institute, which has 322 Confucius Institutes and 369 Confucius Classroom in 96 countries and regions around the world now. The difference between both sides is Taiwan Academy teaches the traditional Chinese characters but Confucius Institute promotes the simplified Chinese characters. Actually, while some simplified characters were adopted from conventional abbreviated forms that have existed for a long time, many of the changes made were found by many to be "unnatural". Pro-traditional commentators say that the changes through the history are merely alteration in writing styles, not in the structure of the characters. It's quite hard to explain to the foreigners why learning traditional Chinese characters is necessary and unique. Therefore, a clear and strategic promoting plan should be done as soon as possible if Taiwan Academy would like to tell the world what Taiwan Academy is.

The Suggestions for Taiwan Academy

To make a difference between Confucius Institute and Taiwan Academy, MOC should make a great positioning plan for Taiwan Academy. Firstly, the key to gain organization positioning is through brand differentiation. In order to gain market position against Confucius Institute, MOC must accomplish brand differentiation first. This will separate Taiwan Academy from the Confucius Institute and clearly define who Taiwan Academy is in the eyes of the potential target audience. Secondly, increasing Taiwan Academy exposure is important as well but this should be taken only when brand differentiation is accomplished. Increasing Taiwan Academy exposure is achieved by increasing the promoting schedule.

To make a strategy for brand differentiation, MOC could conduct the survey and do the research for both Taiwan Academy and the Confucius Institute. From the survey and research, MOC can know how the target audience acknowledge Taiwan Academy and how many efforts the Confucius Institute has done in that country or region. By knowing that, MOC can understand the current position Taiwan Academy is and how far Taiwan Academy has to go if it would like to achieve its goal. In addition, MOC can perceive the relative position the Confucius Institute has stood in that country or region. Then, Taiwan Academy should think seriously what the core value of Taiwan Academy is. The valuable unique selling point of Taiwan

Academy might be the spirit of democracy compared with autocratic China. After finding out the core value and finishing the brand positioning, MOC should make an action plan which is related to Taiwan Academy's core value and brand position. In doing so, it's relatively easy for Taiwan Academy to make a promoting plan while having a clearer brand strategy in hand. However, all these promotion need a decent budget to finish it.

For a new organization like Taiwan Academy, exposure is very important. Exposure always creates a great opportunity for the target audience to access it. Therefore, allocating a decent annual budget to allow Taiwan Academy to hold the activities is very necessary. If the annual budget couldn't be expanded to the extent, the influence of Taiwan Academy is weakened. Therefore, the government should reconsider the allocation of the annual budget if cultural diplomacy is the high priority to develop for Taiwan. Compared to other countries' investment on cultural diplomacy, Taiwanese government should evaluate carefully every detail for how to run a successful Taiwan Academy and allocate its decent budget to achieve its goal.

The alternative option for Taiwan Academy might take if the decent budget is not allowed in reality. Taiwan Academy can ask its officials who are experts for Taiwan Academy to actively attend every related activity held by the country of residency and talk to the participants with an informative content. By doing so, the public still have the opportunity to know what Taiwan Academy is but the influence will be limited by the manpower.

In addition, Taiwan Academy can support the activities that Confucius Institute might lack of interest to support such as human rights activity. It is not only to show Taiwan as the nature of a democracy but also easily distinguish Taiwan Academy from Confucius Institute.

Conclusion

In the past, hard power such as political and military, was always the main tool of the big power in the international community. However, soft power seems to break the law. Even a small state, it can change the position and win the support from the other countries and their people if it use its soft power wisely. Although the big power might have more tools to develop its soft power it won't be successful if what it had done is conflict to the message delivered by its soft power. For example, China's 2008 Olympics were a success, but shortly afterwards; its domestic

crackdown in Tibet and Xianjiang and on human rights activists undercut its soft power gains.²⁶ Taiwan, with a strong economy, peace-loving people and diverse cultures, should wisely wield its soft power to actively participate in the international affairs. Obviously, Taiwan Academy is an alternative way to avoid the political pressure from China. However, to develop an influential cultural institute abroad, Taiwanese government should at first have a great positioning plan for Taiwan Academy and then allocate a decent annual budget for it to achieve its goal.

Reference

19. <http://en.wikipedia.org/wiki/Taiwan>
20. http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its2012_e/its12_world_trade_dev_e.htm
21. Joseph S. Nye, Jr., "SOFT POWER," (NEW YORK: PublicAffairs, 2004), P.x
22. http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Taiwan
23. <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%9B%BD%E5%AE%B6%E4%BA%BA%E5%8F%A3%E5%88%97%E8%A1%A8>
24. <http://regulation.revues.org/10177>
25. <http://taiwanacademy.tw/en/index.jsp>
26. Joseph S. Nye, Jr., "Why China is Weaken on Soft Power," International Herald Tribune, January 17, 2012, Op-Ed.

²⁶ Joseph S. Nye, Jr., "Why China is Weaken on Soft Power," International Herald Tribune, January 17, 2012, Op-Ed.

Certificate Program in International Relations & Cultural Diplomacy

Course Curriculum

(Berlin, August 1st – 30th, 2013)

Course Curriculum

A1 - The History and Evolution of the Field of Cultural Diplomacy

The course is designed to outline key events and developments in the history and evolution of Cultural Diplomacy in the public and private sector, and in civil society. The course will focus on terminology, with a thorough analysis of the term “cultural diplomacy.”

A2 - International Case Studies of Cultural Diplomacy

The course will provide students with an understanding of how contemporary approaches to Cultural Diplomacy, and the application of Cultural Diplomacy, differ across the world. The course will consider the practice of Cultural Diplomacy in the public and private sectors, as well as in civil society.

A3 - Future Trends in International Relations & Cultural Diplomacy

The course will explore the impact of new and innovative forms of Cultural Diplomacy and the actors involved. Students will reflect and analyze ways in which future trends in Cultural Diplomacy are linked to issues such as human rights, climate change, international terrorism, and poverty.

B1 - Nation Branding and Unilateral Cultural Diplomacy

The course will provide students with a theoretical and practical insight into the concept of Nation Branding using international case studies to explore salient issues in the field.

B2 - Contemporary German Foreign Policy

This course will analyze contemporary German foreign policies with reference to historic events which shaped and influenced the current contemporary German foreign policy. The course will analyze German foreign policies with Western countries and developed countries as well as within the framework of regional and global governance organizations.

B3 - International Organizations

This course will analyze the history and development of leading global governance organizations, their decision-making processes, their foreign policies, and their influence in today's world, as well as their engagement with civil society.

B4 - European Politics

This course will explore the history, development, and the current major themes and debates of European politics. The course will focus in particular on the development of Cultural Diplomacy as it has been practiced in European politics.

B5 - Models of Cultural Diplomacy

The course will concentrate on particular areas in which Cultural Diplomacy can play a part,

such as countries which have flourished from successful acts of Cultural Diplomacy, conflict areas which can benefit from Cultural Diplomacy, or post-conflict areas which have been affected by Cultural Diplomacy.

B6 - Religion and Cultural Diplomacy

The course will consider the role that Cultural Diplomacy plays in promoting inter-faith dialogue while facilitating understanding within differing religious groups. In addition, the course will analyze the role of religion and its influence on both domestic and foreign policies in the context of today's globalized world.

B7 - Soft Power, Hard Power, and Smart Power

This course will outline the historical use and development of hard and soft power policies implemented by the public sector around the world. The course will explore the development of the use of "smart power" policies by the public sector.

B8 - Cultural Diplomacy in Conflict Zones

This course will review and study the historical and current use of Cultural Diplomacy in conflict resolution, peace-building, and reconciliation. The course will examine Cultural Diplomacy as a means of prevention in regional and global conflict, as well as Cultural Diplomacy as a means to foster reconciliation in the post-conflict context.

Center for Cultural Diplomacy Studies
Certificate Program in International Relations & Cultural Diplomacy
 (Berlin, 1st – 9th August, 2013)

Timetable of the Program

Week 1

	Thursday, August 1 st , 2013	Friday, August 2 nd , 2013
9:30		Coffee & Refreshments
10:00		The History and Evolution of the Field of Cultural Diplomacy (A1) (Class) Professor: Mr. Mark Donfried (Director and Founder, the Institute for Cultural Diplomacy) Location: ICD
11:30		Coffee & Refreshments
12:00		The History and Evolution of the Field of Cultural Diplomacy (A1) (Class) Professor: Mr. Mark Donfried (Director and Founder, the Institute for Cultural Diplomacy) Location: ICD
13:00		Lunch Break
14:30	Registration	International Case Studies of Cultural Diplomacy (A2) (Lecture & Discussion) Professor:

15:30	Welcome Words and Introduction to the Program Location: ICD	Mr. Mark Donfried (Director and Founder, the Institute for Cultural Diplomacy) Location: ICD
16:00	The History and Evolution of the Field of Cultural Diplomacy (A1) (Class) Professor: Mr. Mark Donfried (Director and Founder, the Institute for Cultural Diplomacy) Location: ICD	
19:00		(20:00) Sony Center World Languages Party (Recommended social activity)

Week 2

	Monday, August 5th, 2013	Tuesday, August 6th, 2013	Wednesday, August 7th, 2013	Thursday, August 8th, 2013	Friday, August 9th, 2013
9:30	Coffee & Refreshments		Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments
10:00	International Case Studies of Cultural Diplomacy (A2) – Cultural Diplomacy and Transatlantic Relations (Lecture & Discussion) Professor:	Self Studies Program	Cultural Diplomacy in the Media: Diversity Management in the US Public Media (Lecture & Discussion) Professor: Svetlana Stepanova (Development Manager, National	Future Trends in International Relations & Cultural Diplomacy (A3) (Lecture & Discussion) Professor: Mr. Mark Donfried (Director and Founder, the	(11:00) Meeting at the ICD & Travel Time

	H. E. Amb. Elena Poptodorova (Ambassador of Bulgaria to the USA) Location: ICD		Public Radio) Location: ICD	Institute for Cultural Diplomacy) Location: ICD	
11:30	Coffee & Refreshments		Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	
12:00	International Case Studies of Cultural Diplomacy (A2) – Cultural Diplomacy and Transatlantic Relations (Lecture & Discussion) Professor: H. E. Amb. Elena Poptodorova (Ambassador of Bulgaria to the USA) Location: ICD		Cultural Diplomacy in the Media: Diversity Management in the US Public Media (Lecture & Discussion) Professor: Svetlana Stepanova (Development Manager, National Public Radio) Location: ICD	Future Trends in International Relations & Cultural Diplomacy (A3) (Lecture & Discussion) Professor: Mr. Mark Donfried (Director and Founder, ICD) Location: ICD	B3 - International Organizations - Cultural Diplomacy and the Media (Lecture & Discussion) Professor: Prof. Dr. Ulrich Brückner (Academic Director, Center for Cultural Diplomacy Studies) Thomas Franke Director of Public Affairs, Euractiv
13:00	Lunch Break	Travel to Deutsche Bundesbank	Lunch Break & Travel to the Topography of Terror Site	Lunch Break & Travel from the ICD to the Berlin Wall Memorial	Location: Bundespressekongferenz

14:00	(16:30) International Case Studies of Cultural Diplomacy (A2) – Cultural Diplomacy and Transatlantic Relations (Lecture & Discussion) Professor: H. E. Amb. Elena Poptodorova (Ambassador of Bulgaria to the USA) Location: ICD	B2 - Contemporary German Foreign Policy – Focus: the Financial Crisis in Germany and Europe (Lecture & Discussion) Professor: Dr. Albrecht Sommer (Head of the Office of the President, Bundesbank Berlin Headquarters) Prof. Dr. Ulrich Brückner (Academic Director, Center for Cultural Diplomacy Studies) Location: Deutsche Bundesbank	(15:00) "Topography of Terror" (Visit and Tour) <u>Location:</u> Topography of Terror site	(15:00) The Berlin Wall – History of Berlin (Visit and Tour of the Berlin Wall Memorial) Location: Berlin Wall Memorial	Self Studies Program Water Music Festival at the House of Cultures (HKW) (Recommended Cultural Activity) <u>Location:</u> House of Cultures (HKW)
19:00	Swing night at the “ Strandbar Monbijoupark” (Recommended Social Activity)			(Evening) Rock @ Sage (Recommended Social Activity)	

	Location: Strandbar Monbijoupark			<u>Location:</u> Sage Club	
--	--	--	--	--------------------------------------	--

The Center for Cultural Diplomacy Studies
Certificate Program in International Relations & Cultural Diplomacy
(Berlin, 12th – 25th August, 2013)

Timetable of the Program

Week 3

	Monday, August 12 th , 2013	Tuesday, August 13 th , 2013	Wednesday, August 14 th , 2013	Thursday, August 15 th , 2013	Friday, August 16 th , 2013	Saturday, August 17 th , 2013
09:30	Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	
10:00	International Case Studies of Cultural Diplomacy (A2) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Mr. Mark Donfried <u>Location:</u> ICD	Soft Power, Hard Power, and Smart Power (B7) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Mr. Mark Donfried <u>Location:</u> ICD	“Introduction to Cultural Diplomacy in Latin America” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Ulrich Brückner (Academic Director, Center for Cultural Diplomacy Studies) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	<i>Travel Time from ICD to the Bundeszentrale für politische Bildung</i>	“Glocalising the Film Musical in the Americas: Intercultural and Cross-Media Perspectives” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Peter W. Schulze (Professor, Institut for Film, Theater and Culture, Johannes Gutenberg University, Mainz) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	(10:30) Tea, Coffee & Refreshments
11:30			Coffee & Refreshments	(11:00) “Cultural Diplomacy and Multiculturalism	Coffee & Refreshments	(11:00) Stories from the Road of Cultural Diplomacy in Action

12:00	Lunch Break	Lunch Break	“The Effects of Globalization on the Region” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> H. E. Amb. Ramon Custodio Espinoza (Ambassador of Honduras to Germany) <u>Location:</u> ICD House	in Germany. A Model for Latin America?” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Ulrich Brückner (Academic Director, Center for Cultural Diplomacy Studies) <u>Location:</u> Bundeszentrale für politische Bildung	"Contemporary Ibero-Latin-American Relationships" (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Germán Rodríguez Espinosa (Director & Editor-in-Chief, Hispanovisión) <u>Location:</u> ICD House	(Lecture, Performance & Discussion) <u>Speaker:</u> LaFrae Sci (Drummer, Composer Teacher, & International Cultural Activist) <u>Location:</u> ICD
13:00			Lunch Break	Lunch Break	Lunch Break	Lunch Break
14:30	(14:00) Models of Cultural Diplomacy (B5) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Mr. Mark Donfried <u>Location:</u> ICD	(14:00) International Organizations (B3) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Kishore Chakraborty (Director of Research, Center for Cultural Diplomacy Studies) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	Lecture & Discussion <u>Speaker:</u> Fernando Ureña Rib (Cultural Attaché of the Embassy of the Dominican Republic to Germany) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	“Multilateral Cultural Diplomacy: the EU vs. MERCOSUR” (Lecture & Interactive Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Ulrich Brückner Prof. Dr. Peter W. Schulze Genaro Rios-Müggenburg Lasse Hölck <u>Location:</u> European Commission Berlin Headquarters	“The Potential for Cultural Diplomacy to Strengthen Latin American Unity and the Effects of Globalization on the Region” (Interactive Panel Discussion) <u>Speakers:</u> Prof. Dr. Peter W. Schulze Dr. Matthias Lewy Elvira Gonzalez-Valles <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	
15:15			“The Tropical Power Of	"Cultural Heterogeneity	“Music as Cultural Diplomacy: the	(15:00) Cultural Diplomacy in the

			Latino-American Art” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Javier Ramirex (Director & Founder, MARZIA FROZEN) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	and Environmental Preservation: Lessons from Past and Present” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Lasse Hölck (Researcher, Latin America Institute, Free University, Berlin) <u>Location:</u> European Commission Berlin Headquarters	Venezuelan Case of the “Sistema” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Dr. Matthias Lewy (Lecturer, Department of Anthropology, Free University, Berlin) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	Arab World (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Nazar Al Baharna (Former Minister of State for Foreign Affairs of Bahrain; Director - ICD Conflict Zones Mediation Center) <u>Location:</u> ICD
16:00		Travel Time	Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	
16:30	Contemporary German Foreign Policy and Multiculturalism in Germany (B2) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Sarmad Hussein (Cultural Department, German Parliament) <u>Location:</u> ICD	Cultural Diplomacy Case Study: 125 Years to National Geographic (Visit & Exhibition) <u>Location:</u> Will-Brandt-Haus	(16:15) Lecture & Discussion <u>Speaker:</u> Santiago Gómez Rojas (Director, Spanish Film Festival) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	Creative Industries in Latin America. Mexico: Matrix of the Spanish-Speaking Digital Wave (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Genaro Rios-Müggenburg (Project Manager, ProMexico Germany) <u>Location:</u> European Commission Berlin Headquarters	“New Trends in Cultural Expression, including Contemporary and Experimental Art Forms” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Jorge Locane (Researcher, Latin America Institute, Free University Berlin) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	

17:15			(17:00) Latin American Film Fest as an Example of Cultural Diplomacy (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Tania Atilano (Researcher, Law Department, Humboldt University, Berlin) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	Unity and diversity in Latin America (Participant Paper) <u>Speaker:</u> Andreea-Lucia Cojocaru (student at the Babes-Bolyai University of Cluj Napoca, Faculty of European Studies) <u>Location:</u> European Commission Berlin Headquarters	Lecture & Discussion <u>Speaker:</u> Ernesto Moreno Beauchemin (Researcher, Latin America Institute, Free University, Berlin) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	(17:30) " The German-American Folk Festival" (Musical Performance, Exhibition, Cultural Program) <u>Location:</u> Heidestraße
19:00	Salsa night at the "Clärchens Ballhaus" (Recommended Social Activity) Location: Clärchens Ballhaus	"Wall on Wall" Exhibition (Visit & Open air Exhibition) <u>Location:</u> East Side Gallery	Latin American Film Fest Screening "Los Colores de la Montana" <u>Location:</u> Humboldt University	Free Evening	Latin American Cultural Evening (Reception and Music) <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	

Week 4

	Sunday, August 18 th , 2013	Monday, August 19 th , 2013	Tuesday, August 20 th , 2013	Wednesday, August 21 st , 2013	Thursday, August 22 nd , 2013
10:00		Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	Coffee & Refreshments	
10:30	(11:00) Street Festival (Musical Performance, Exhibition, Cultural Program) <u>Location:</u> Uhlandstrasse	Cultural Diplomacy in Conflict Zones (B8) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Nazar Al Baharna <u>Location:</u> ICD	Cultural Diplomacy in Conflict Zones (B8) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Nazar Al Baharna <u>Location:</u> ICD	Cultural Diplomacy in Conflict Zones (B8) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Nazar Al Baharna <u>Location:</u> ICD	<i>Students will participate in:</i> The Berlin Annual African Film Festival 2013 - Africa on Screen: Through the Eyes of Africa” (Berlin,; August 22nd - 25th, 2013) (Please see the later part.)
13:00	Lunch Break	Lunch Break	Lunch Break	Lunch Break	
14:00	Cultural Diplomacy in Conflict Zones (B8) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Nazar Al Baharna <u>Location:</u> ICD	(15:30) Arab World Politics (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Nazar Al Baharna <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture	Cultural Diplomacy in Conflict Zones (B8) (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Nazar Al Baharna <u>Location:</u> ICD	Academic Exchange as an Example of Cultural Diplomacy (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Daniel Zimmerman (Director, DAAD, Berlin) <u>Location:</u> DAAD Berlin Headquarters	
16:30	The Art and Music as Cultural Diplomacy				

	“Music as Mediation: Transcending Political Borders & Building Relationships” (Lecture, Performance & Discussion) <u>Speaker:</u> Cheb Kammerer (Documentary Video Artist & Social Activist, Co-Director of Hip HOpera) Aaron Shneyer (Executive Director of Heartbeat: New Sound Foundation, Co-Director of Hip HOpera) <u>Concert-HEARTBEAT</u> a Hip HOpera for Social Change <u>Location:</u> ICD House of Arts & Culture				
19:00	Group Dinner with Prof. Dr. Nazar Al Baharna, Cheb Kammerer & Aaron Shneyer	Contemporary German Foreign Policy (B2) (Visit & Guided Tour of the German Parliament - Reichstag) <u>Location:</u> German Parliament	ChaCha, Walzer & Co night at the “ Strandbar Monbijoupark” (Recommended Social Activity) Location: Strandbar Monbijoupark	Free Evening	

Week 5

Certificate Program in International Relations & Cultural Diplomacy

	Monday, August 26 th , 2013	Tuesday, August 27 th , 2013	Wednesday August 28 th , 2013	Thursday August 29 th , 2013	Friday August 30 th , 2013
10:00	Self-Studies Program	(Meeting at the ICD at 09:00 & Travel)	“Peace-Building in the South Caucasus Region – Case Study of the Friedrich Naumann Foundation” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Dr. Wolfgang John (Former Project Director, Friedrich Naumann Foundation South Caucasus) <u>Location:</u> ICD	(10:30) “The Contribution of Burundi to the World Global Peace: the Role of Burundi in the Stabilization Central Africa and the World” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> H. E. Amb. Eduard Bizimana (Ambassador of Burundi to Germany) <u>Location:</u> Embassy of Burundi	“Case Studies in Cultural Diplomacy” (Student Presentations) <u>Speaker:</u> Mark C. Donfried (Director & Founder of Institute for Cultural Diplomacy) <u>Location:</u> ICD
11:30		“Cultural Diplomacy in Conflict Zones Case Study: Democratic Republic of Congo” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> H. E. Amb. Clementine Shakembo Kamanga (Ambassador of the Democratic Republic of Congo to Germany) <u>Location:</u> Embassy of the Democratic Republic of Congo			
12:00					
13:00	Lunch Break	Lunch Break	Lunch Break & Travel	Lunch Break & Travel	Lunch Break
14:30	(14:00) B3 – “International Organizations” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Kishore Chakraborty (Director of Research - Center for Cultural Diplomacy Studies (CCDS))	Berlin Excursions and Cultural Program – “We Create Berlin” (recommended Social/Cultural Program)	(15:00) “Cross-Cultural Communication and Training for Peace Operations and Post-Conflict Scenarios” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Markus Postert , (Head of Training Zentrum für Internationale Friedenseinsätze (ZIF))	B5- “Models of Cultural Diplomacy” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Mark C. Donfried (Director & Founder of Institute for Cultural Diplomacy) <u>Location:</u> ICD	B6 – “Soft Power, Hard Power, and Smart Power & the Future of Cultural Diplomacy in Conflict Zones” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Mark C. Donfried (Director & Founder of Institute for Cultural Diplomacy) <u>Location:</u> ICD

	<u>Location:</u> ICD		<u>Location:</u> Zentrum für Internationale Friedenseinsätze (ZIF)		Conclude of the Program & Farewell
19:00	Open Air Cinema and Jazz Evening (recommended Social/Cultural Program)	Tanz im August Dance Performance (recommended Social/Cultural Program)	International Language party at SODA (recommended Social/Cultural Program)	Karaoke Evening At the ICD	

The Berlin Annual African Film & Media Festival 2013

"Africa on Screen: Through the Eyes of

(Berlin; August 22nd - 25th, 2013)

	Thursday, August 22nd, 2013	Friday, August 23rd, 2013	Saturday, August 24th, 2013	Sunday, August 25th, 2013
09:30	Registration <u>Location:</u> The ICD House of Arts & Culture (ICD House)	“Nollywood.edu: African Filmmakers and the Future of Open Education” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Shane McMillan (Co-Founder of AllVersity) <u>Location:</u> The ICD House		“The Role that National Institute for Cultural Orientation In Nigeria Plays Using Cultural Diplomacy as a Means of Dialogue ” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Matthias Akaazua (Post Graduate Student of International Business Management (MBA), Girne American University; Certificate Student, Center for Cultural Diplomacy Studies) <u>Location:</u> The ICD House
10:00	“Introduction to Film as Cultural Diplomacy” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Prof. Dr. Kishore Chakraborty (Director of Research - Center for Cultural Diplomacy Studies) <u>Location:</u> The ICD House	“Free Media and a Free and Economic Independent Film Industry Shape the View of Africa” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Dagmar Dehmer (Journalist, Der Tagesspiegel) <u>Location:</u> The ICD House	“Rebranding Nollywood-The 200 Million Dollar Question” (Lecture, Film Presentation & Discussion) <u>Speaker:</u> Dayo Balogun (Film Editor and Postproduction Consultant, H264 Media Limited) <u>Location:</u> The ICD House	“The Treatment of the Theme of Female Genital Mutilation in the Film Industry” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Hadja Kaba (Founder, Mama Afrika e.V.) <u>Location:</u> The ICD House

10:45	“The Rise of the African Film Industry: Implications & Prospects” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> H. E. Amb. Sitona Abdalla Osman (Ambassador of the Republic of South Sudan to Germany) <u>Location:</u> The ICD House	“The Impact of Mass Media in Africa” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Marion Lieser (Managing Director of OXFAM Germany) <u>Location:</u> The ICD House	“Funding Possibilities For African Filmmakers: The World Cinema Fund” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Isona Admetila (Representative, World Cinema Fund) <u>Location:</u> The ICD House	“Film as a Vehicle for Cultural Diplomacy in Africa” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Theo Pretorius (Producer) <u>Location:</u> The ICD House
11:30	(11:45) Break	Break	Break	Break
12:00	(12:15) “African Stories & Film Africa - DW Akademie's activities in Africa” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Michael Tecklenburg, (Head, Africa Division and Coordinator, Deutsche Welle) <u>Location:</u> The ICD House	“Film as an Educational Tool: A Visual Insight into Africa” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Anna Shivute (Commissioner, The Namibian Film Commission) <u>Location:</u> The ICD House	“The Potency of Cultural Industries in the Contemporary International Relations and Cultural Diplomacy. The Experience of UK and Germany. Lessons for Nigeria and Growing Economies” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Paul Iorapuu (MA Student, Center for Cultural Diplomacy Studies) <u>Location:</u> The ICD House	“The Impact of New Communication Technologies in promoting African Development & Prosperity” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> John A. Kantara (Author, Producer, Journalist) <u>Location:</u> The ICD House

12.30		“Rising Africa” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Leon Willems (Director, Free Press Unlimited) <u>Location:</u> The ICD House	“Internet: the North-South Gate” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Alex Kem (Organizer, the Kenako Festival, Afrika Medien Zentrum e.V.) <u>Location:</u> The ICD House	“Africa on Screen: Through the Eyes of Africa – The Future for Film as Cultural Diplomacy for Africa” (Concluding Interactive Panel Discussion) <u>Moderators:</u> Prof. Dr. Kishore Chakraborty (Director of Research - Center for Cultural Diplomacy Studies) Rahma Salaum (MA Student, Center for Cultural Diplomacy Studies) Paul Iorapuu (MA Student, Center for Cultural Diplomacy Studies) <u>Location:</u> The ICD House
13:00	Lunch Break	Lunch Break	Lunch Break	Lunch Break
14:30	“The Potential of African Film as Cultural Diplomacy – Perspectives from Egypt” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> H.E. Amb. Dr. Mohamed Abdelhamid Ibrahim Higazy	“The Moroccan Film Industry as a Vehicle for Cultural Diplomacy” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Dr. Kalakhi Mohamed (Cultural Attaché, Embassy of Morocco to Germany)	“One Fine Day Films and Film as Cultural Exchange in Africa” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Sarika Lakhani (Producer, One Fine Day Films) <u>Location:</u>	<i>Participants Have Visit to German Federal Ministry of Economic Cooperation</i> <u>Location:</u> German Federal Ministry of Economic Cooperation

	(Ambassador of Egypt to Germany) <u>Location:</u> Embassy of Egypt	<u>Location:</u> Embassy of Morocco	The ICD House	
15.15	(15:30) Reception	Moroccan Film Screening <u>Location:</u> Embassy of Morocco	“Film Making and Cultural Diplomacy in Africa” (Interactive Panel Discussion) <u>Speakers:</u> Sarika Lakhani (Producer, One Fine Day Films) Simon Mukali (Director) Roselidah Obala (Editor) Emo Rugene (Actor) Sven Taddicken (Supervising Director) Sebastian Bonde (Supervising Editor) Cornelia Hammelmann (Project Manager, Deutsche Filmförderungsanstalt) <u>Location:</u> The ICD House	
16:30	“The Presence of the Past: Discussing Films and Negotiating Memories in South African – German Perspectives” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Dr. Ralf Hermann (Head of Berlin Office, Stiftung Partnerschaft mit Afrika e.V.) <u>Location:</u> Embassy of Egypt			
17:00	“Film & Media as an Effective and Powerful Tool in Culture Diplomacy” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Ahmed El Mahmoudy	<i>Travel Time</i>	Break	

	(Founder, ID Labs Art & Technology Solutions) <u>Location:</u> Embassy of Egypt			
17:30	“Creative Industries: Challenge to the growth of Tanzanian Economy” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Rahma Salaum (MA Student, Center for Cultural Diplomacy Studies) <u>Location:</u> The ICD House		“Nairobi Half Life” (Film Screening) <u>Moderator:</u> Sarika Lakhani (Producer, One Fine Day Films) <u>Location:</u> The ICD House	Farewell
18:00	<i>Travel Time</i>	“The Impact and Power of Documentary Film in Real Time. A case study with Ask Me I am Positive” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Teboho Edkins (Film Director, Deutsche Film & Fernsehen Akademie Berlin - dffb) <u>Location:</u> The ICD House	Nollywood and Representation of Nigerian Culture in The Global Market: Mirror Effect or Deflection?” (Lecture & Discussion) <u>Speaker:</u> Dr. Asogwa Euphemia Chika (Lecturer and Head of Department of Mass Communication, Kogi State University, Anyigba)	

			(18:45) “Underneath the Layer” (Film Screening and Discussion with the Director) <u>Speaker:</u> Andrea Gisell Kizua (African Artist) <u>Location:</u> The ICD House	
19:00	Group Dinner & Social Activity- Clärchens Ballhaus	“Ask Me I am Positive” (Film Screening and Discussion with the Director) <u>Speaker:</u> Teboho Edkins (Film Director, Deutsche Film & Fernsehen Akademie Berlin - dffb) <u>Location:</u> The ICD House	(19:30) Group Dinner & Social Activity- Gandhara	

【上課筆記】

08-01-2013

- 1、可諮商文化外交的教授：Professor Ulrich Bruckner
- 2、課程中若對任何講者想進一步了解，可透過 Mark 安排。

文化外交定義：針對觀念、價值、傳統、其他各種文化及認同面向彼此交流，吸引別人而非用武力壓迫他人對自己產生好感，進而達到你希望達到的目的。可由公部門、私部門或公民社會完成。

文化外交主要元素：

- 一、Historical context 歷史情境
- 二、Agenda 議題(你想要做甚麼?)
- 三、Agent 執行單位：政府？非政府單位？NGO？公民社會？
- 四、Vehicle 媒介/工具
- 五、Target Audience 目標對象(不同利益團體有不同的訴求方式)

Positive Classical Cultural Diplomacy(正向古典文化外交)：用政府力量支持有系統推廣國家文化，例如：

- 一、1883 Alliance Francaise
- 二、1924 Deutsche Welle
- 三、1934 British Council
- 四、1951 Goethe Institute
- 五、1972 Japan Foundation

P.S.：冷戰時期，美蘇政治意識形態壁壘分明，但當時 Louis Armstrong 的 Jazz 是一種自由的象徵(不像之前的音樂重視規律、樂理)，而這樣的音樂成功擄獲蘇聯人的心，即是一種成功的文化外交。

Negative Classical Cultural Diplomacy(負向古典文化外交)：用政府力量保護本國文化，

- 一、L'Académie française (French Academy)：The Académie française has remained responsible for the regulation of French grammar, spelling, and literature.
- 二、Quotas on the radio (Eg. France & Germany)
- 三、Cultural Exception

New School Cultural Diplomacy (Partnership)新學院派文化外交：只是提供管道讓別人容易接觸、了解該國文化，不強力推銷，亦不企圖掌控、告訴別人如何做。

一、1925 德國 DAAD(德國學術交流總署)：DAAD 的主要任務是為大學生提供交換學習機會、為德國科學家和外國科學家提供信息支持，並提供科學家學術互訪的機會，進行國際科研項目合作，以此來促進德國大學同國外大學的聯繫。

二、1999 Institute for Cultural Diplomacy：不同文化間相互對話、理解、信任是 ICD 主要創立目標。

範例：運動亦能消除彼此隔閡，讓人們一起合作，影片中以色列與巴勒斯坦在柏林的足球隊合作愉快(www.droppingknowledge.org)。

下次上課前準備：

一、文化可否影響人的想法？

二、文化外交的意義

08-02-3013

- 最後一周請交一篇 10-12 頁與文化外交相關的報告，另一準備 10-15 分鐘口頭報告。

文化可以影響人們的想法與行為嗎？

Eg1：Wynton Marsalis, Lincoln Center and the US. State Department's efforts today
以美國爵士樂為例，由音樂人利用音樂無國界特質影響其他國家，美國國務院亦利用此優勢成功展現文化外交成果。

Eg2：Amb Cynthia Schneider Speaks about the influence of "American Idol" in the middle East.

美國偶像這樣的節目型態在中東地區造成類似節目型態的大流行，一個是「百萬詩人」，另一個是「阿富汗之星」，這兩個節目的流行除了帶動當地文化復興(例古詩、阿富汗歌曲)，節目的遊戲規則(投票選出心目中喜歡的參賽者、自願為候選人到處拉票)，之後更有「候選人」這樣的娛樂性節目讓參賽者發表政見，開放觀眾語音投票其偏好。雖然有些候選人年齡還不足以選總統，但這讓阿拉伯地區的民主藉由娛樂節目有體現的機會。

文化外交有需要嗎？如果有應該在何地？何時？

一、Samuel P. Huntington：新時代的衝突不是來自於意識形態或經濟和是文明的差異(The clash of civilizations)

二、Walter Laquer：新秩序的形成前，世界進入一個失序期，我們需要對舊有的外交、軍事武力的優先序重新檢視，發現是不足以應付新挑戰的，因此文化外交漸增及重要性。

三、Benjamin Barber：目前我們面對的挑戰都是全球議題，沒有國界的，無法用舊有以國家為單元的模式思考，我們需要無國界的公民、無國界的民主，

文化外交有其必要。The old aspiration? Independence. The new reality.

Interdependence.

Q1：如果歌手所做的文化外交可能比政府來得稱職，政府在文化外交場域所扮演的角色為何？

Q2：如何評估文化外交效果？我們怎知道文化外交因果關係？

Thoughts：整合國內資源，以文化部為中心，策畫 5 至 10 年的文化外交政策。

一、訂出 benchmark(調查)

二、擬定文化外交政策

三、執行文化外交政策

四、定期檢視成果(調查)

Conclusion：多元文化主義(Multiculturalism)與整合(Integration)

多元文化主義：社會中不同文化的信仰、價值應給予同等重視。

整合：一群人或社會相互混合，常需要改變來適應其他人的生活、習慣及風俗。

文化外交的必要性：透過教育、強化及永續關係維持創造出一盤綜合沙拉，而不是融合湯，目的是要促進對話(Dialogue)、了解(Understanding)及信任(Trust)

文化外交定義：公部門、私部門或公民社會，透過想法、價值、傳統或其他文化或認同等面向，強化彼此關係、社會文化合作或促進國家利益。

宣傳、廣告與文化外交有何不同？

一、 I am Canadian

二、 I am German

三、 Think Different-Apple

宣傳：有組織的團體或政府，以系統性有步驟的方式，散播片面或單向解讀事物的訊息，企圖影響人們的想法。

廣告：用廣為人知或公開方式宣傳訊息，目的是販賣商品

文化外交：透過觀念、資訊、藝術及其他文化面向與他國及其人民相互交流，增進彼此了解。

【Case Study】

● Germany

一、 Structure of German Foreign Ministry

二、 Key Cultural Diplomacy Institutions

(一) Goethe Institute

(二) Deutsche Akademische Austauschdienst

(三) Deutsche Welle

(四) Institute fur Aussenbeziehungen

(五) German Schools

Goethe Institute

- (一)Agent：前身為德國學院，為外交部一部分，1976 年外交部同意其為一獨立文化組織。非營利、政治中立，在很多時候代表聯邦政府籌畫文化及教育活動。歌德學院每年預算(約 2 億 7800 萬歐元)來自德國外交部及新聞辦公室，但這些錢超過一半從語言學習費及考試費用所得而來。目前有 136 個分支機構分別在 91 個國家。
- (二)Agenda：介紹多面向的德國給全世界，提供語言、文化、社會及促進國際文化合作管道，建立圖書館及資訊中心。
- (三)Vehicle：語言訓練、文化活動、講學、音樂會及展覽
- (四)Target audience：一般公眾、非洲、高中學生(German Soccer)

German Academic Exchange Service (DAAD)

- (一)Agent：1952 年成立，世界最大的學生與學者國際交換基金組織，229 高等教育機構及 123 高等教育機構之學生組織為其會員(2009 資料)，47%經費來自德國外交部、21%教育研究部、9%經濟合作發展部、17%EU，6%其他。
- (二)Agenda：促進國際學術關係，以交換學生、學者及研究人員為主
- (三)Vehicle：超過 250 個計畫，提供外國人、德國人/機構申請各種補助、獎學金，促進德語學習或德國研究，協助南半球發展中國家及過去蘇聯及東歐陣營尋求改革高等教育系統之國家。提供政策決定者文化、教育及發展政策建議。
- (四)Audience：德國或國外學者及學術單位；其他支持學生、學者之國際交流組織。

※How to apply this structure to other fields？例如：firefighter、police 等

Deutsche Welle(像美國之音)

- (一)Agent：德國之聲（德語：Deutsche Welle，縮寫：DW）1953 年設立，製作短波、網路、衛星廣播、4 種語言之衛星電視服務、及線上新聞網站。是按德國公法設立的國際化公共媒體，是德國廣播電視聯合會(ARD)的成員，擁有來自 60 多個國家的 1500 多位工作人員。每周約 9000 萬人次收聽或瀏覽網站。總體來說，德國之聲的資金來自於納稅人，每年德國之聲從德國聯邦政府得到撥款。德國之聲的經費並非來自廣播電視用戶的收費。在有限的範圍內德國之聲可以提供一定的廣告時間。2003 年，德國之聲的經費大約為 2.91 億歐元來自聯邦政府，另 0.15 億來自其他。德國之聲總部座落在波恩和柏林，以 29 種語言播出廣播節目，以德語、英語和西班牙語播齣電視節目。
- (二)Agenda：讓世界更了解德國。增進德國與世界之雙向對話。對不自由地

區提供完整訊息。利用其可信度提升德國國際聲譽。德國之聲網站是德國之聲多媒體、互動的網上服務項目。德國之聲網站以 30 種語言提供有關德國、歐盟以及國際的時事新聞、德國時事、文化，以及德國和其他國家之間的雙邊交流及背景報導。德國之聲中文網每天更新時事、經濟、文化和體育新聞，提供包括如何留學德國以及歐洲旅遊等信息，並提供部分被中國大陸當局禁止出版圖書的在線閱讀。

(三)Vehicle：TV/Radio/Internet 製作廣播、電視以及網際網路的資訊服務於全球。DW 在非洲有 200 個 partners。國際訓練機構，20 個來自世界的受訓員將成為未來編輯，亦與波昂大學合作，提供 2 年碩士課程，有 25 位學生。

(四)Audience：對德國、歐洲有興趣之世界公民，特別現在(或未來)意見領袖、想學德語認識德國的人、不自由地區的人。

Next example：France & U.K. (08-12-2013, later)

08-05-3013

Amb. Elena Poptodorva：International Case Studies of Cultural Diplomacy and Transatlantic Relations (office@Bulgaria-ambassy.org)

- 一、美歐關係在 1989 年後有一個本質上的改變，之前美蘇兩強各擁其陣營，彼此爭鋒，但柏林圍牆倒塌、蘇聯解體後，國界不再明顯，許國全球議題需要各國坐下來共同解決，因此相互了解彼此的文化、需求變得至關重要。尤其，在有信任基礎上的相互了解才是促進世界和平的根本。
- 二、文化外交在全球化的場域中有它的敏感性，例如以德法為例，它們都有自己的政策保護本國文化使其具多元性。但文化外交目的並不是像冷戰時期軍備競賽般造成文化競爭，它是以一個更包容、更理解的態度互相交流、增進了解，並非要消滅對方文化。只是，文化外交對他國造成的影響難以估計，確實也可能遭受用文化為武器入侵他國，即文化帝國主義的批評。
- 三、在國際場域相對發言權弱的國家若善用文化外交是可以補足正式外交所無法達到的效果，而這不僅是政府可以做、應納入公民社會、非營利組織等共同發聲效果更大。
- 四、歷史對一個國家的意義：學員間互紓己見，對自己國家面對歷史的態度陳述，亦對新舊世代對歷史的看法做比較，普遍來說，新世代多半不知道亦不太感興趣本國的歷史，且藉由網路世界、社會媒體讓全球的網路世代無國界，彼此差異更小。

Strengthen the US-EU Relationship：The importance of investing in the Youth Education and Advancement

各國新世代發表對歷史的看法，各國青年對其政府多存在不滿，但卻充滿無力感，保加利亞駐美代表 Amb. Elena Poptodorova 與各國青年討論近年來透過 social media 在世界掀起一波波抗議活動的新世代，在對各國政府做出強力的控訴後，接下來希望政府如何做呢？

我想，「接下來如何做？」這個問題其實不用青年們來告訴政府，否則政府就太失職了。青年們只要可以指出政策哪邊失當，政府就該慶幸。否則，倘若年輕人對公共事務冷漠、事不關己，這個國家不會有希望。

8月3日臺北街頭在白衫軍一張張年輕的臉孔讓臺灣的未來充滿希望。這條民主的道路，臺灣有自己的步伐與節奏，一路走來，我們一點都不差。

08-06-2013

Contemporary German FP-Focus-The Financial Crisis in Germany and Europe

Head of the office of the president, Bundesbank Berlin headquarters

The Maastricht(馬斯垂克)-EMU(歐洲經濟貨幣聯盟)：Core Principles

1. One central bank, one monetary policy
2. National fiscal policies
In order to avoid excessive deficits (free rider problem) the Maastricht treaty stipulates:
 - (1) No-bail-out clause
 - (2) Surveillance of fiscal policy according to stability and growth pact
 - (3) Absence of fiscal transfers
3. Adjustment mechanism in the Europe Monetary Union in case of shocks
 - (1) mobility of labor
 - (2) 對會員國有結構性政策保持及提升財政措施。
 - (3) 國家薪資政策與國內生產力成長相互掛勾。

很不幸這個模式失敗了

以下分別檢視上述政策缺失：

造成利率下降原因：

- 一、No-bail-out clause 被市場忽略或認為是不可信的。
- 二、各國主權信用立足點被忽視
- 三、金融市場沒有紀律，未滿足政府及金融單位期待

利率下降導致結果

公私部門向銀行超貸造成惡性循環

風險擴散乃因缺乏危機防止機制

- 一、修正機制太弱，不足以應付
- 二、財政拮据加深衰退
- 三、IMF 錯估財政危機指數(應是 1.5 非 0.3)

EMU 會員國在處理此危機所面對的問題

- 一、銀行監管單位實際運作的差異
- 二、「銀行太大政府不能放任倒閉」的嚴重影響公共財政的健康體質
- 三、EMU 會員國彼此緊密連結增加危機擴散風險
- 四、缺乏具可信度的儲蓄保險系統，特別是許多有大金融部門的小國家
- 五、為解決這些問題，歐盟委員會於 2012 年 12 月決定成立銀行聯盟(banking union)

銀行聯盟的元素與目標

- 一、單一監理機制
- 二、單一決議機制(銀行不再能仗勢「銀行太大政府不能放任倒閉」，若發生問題不再從納稅亦無人口袋提錢，而是從銀行擁有者或投資者負擔(Bail-in))
- 三、歐洲儲蓄保險系統(降低銀行破產風險)

貨幣政策對歐洲系統的反應(傳統政策)

歐洲中央銀行體系對於 2008-2009 年的嚴重衰退採大幅降息方式因應，導致負債的家庭借不到錢；銀行則減債(deleverage)增加期周轉率，結果造成投資者將其資金投資風險極高的資產。

金融危機前，歐洲銀行彼此借貸，歐洲中央銀行亦可視情況出手；金融危機後，則由歐洲中央銀行統一控管、借貸。

貨幣政策對歐洲系統的反應(非傳統政策)

- 一、大量擴大資金提供(固定利率/3 年期 refinancing operations/放寬抵押品合法性範圍/接受各國中央銀行的風險評估/減少短期存款儲備金從 2%至 1%；存款便利(deposit facility)降到 0%)
- 二、在二級市場購買證券：
 - (一)covered bonds：讓銀行便宜的市場基金安全
 - (二)Securities market program(SMP)：強化已發行證券低利率的轉移到債券收益及銀行貸款利率
 - (三)信貸寬鬆(credit easing)：(Outright Monetary Transactions-OMT)歐洲中央銀行宣布購買主權基金許多國家有通貨緊縮危機，ECB 對於價格穩定宣示化解此危機。

OMT 與 SMP 主要差異

1. OMT 限制主權基金 1-3 年內到期
2. OMT 只要在基金購買前，沒有限制數量
3. 在相當的條件下執行(ESM/EFSF)
4. 若不順從條件 OMT 終止

對 ECB 政策的評估

- 一、有效：銀行未賤價出售且資產市場未動盪；銀行擴散性信用崩盤未發生
- 二、風險：重新建構及強化銀行的需求可能減緩，僵屍銀行仍會存在。
- 三、ECB 政策會導致通膨嗎？理論與實務上並無跡象 ECB 政策會引發通膨。

OMT 有達到目標嗎？

可說有，因為在市場奏效，並啟動高效益債券下跌；亦可說沒有，因在義大利與西班牙的利率仍遠高於德國。某種程度，在周邊國家較高的貸款利率僅反映較高的衰退風險。

OMT 的評估

Bundesbank：市場秩序因 ECB 介入而破壞，貨幣政策被財政健全的思維所掌控(財政主導 financial dominance)。

ECB：介入有時間性(最多 3 年)，市場秩序仍能健全運作。

Bundesbank：完成不受人民歡迎的預算強化之政府誘因持續弱化

EBC：OMT 是有先決條件的，如不服從條件即中止。故，連結 OMT 與一個穩定的計畫，損失的風險應可最小

Bundesbank：因為前在嚴峻的金融市場混亂，所以不服從條件而中止的案例是不太可能的。

Agreement：介入債券市場可以買到時間但不能替代改革

Bundesbank：在二級市場購買債券與國家貨幣金融政策 (monetary financing of states) 類似，此為歐盟所禁止。

EBC：上述情形有嚴格限制與 monetary financing of states 不同。

Bundesbank：OMT 在 EMU 中重新分配納稅義務人的風險已超出 ECB 被授權之範圍。

ECB：在價格平穩的前提下，ECB 被授權保護 EMU，以免瓦解。

Bundesbank：需更進一步的改革(例如主權債務重建機制、出口機制)以防止單一會員國的政治勒索。

08-07-2013

Public Broadcasting as a medium for cultural diplomacy

Svetlana Stepanova

大綱

一、文化外交與媒體

二、美國公共廣播

三、NPR(National Public Radio)

文化外交的定義與任務

定義：是公眾外交與軟實力的一種，包括國家及其人民間觀念、訊息、藝術其他文化面向的交流，以增進相互了解。

任務：針對他國人民對於本國的理想及機構單位的了解所做的努力，以期獲得政治與經濟的廣泛支持。文化外交是傳遞一個國家的靈魂，而它可以轉化為影響力。

公眾外交的溝通金字塔

認知(Awareness)-興趣(Interest)-知識(Knowledge)-倡議(Advocacy)-行動(Action)

公共廣播起源

1967 年公共廣播法案誕生

任務：教育、告知與啟發。支持一個強大的公民社會、增加人民對文化的接近管道及知識、擴大公眾教育並透過電子媒體及相關的社區活動強化社區生活。

美國公共媒體理始沿革

商業廣播占主要地位

早期社區及大學廣播

1967 年公共廣播法案誕生：創造公共廣播的合作

1969 年公共廣播服務(PBS)誕生

1970 年國家公共廣播(NPR)誕生

美國公共媒體主要成員

一、PBS

(一)私有非營利媒體，由所有會員電視臺所擁有並運作。

(二)對全國 348 個公共電視台提供節目

(三)由 CPB 及會員電視台所資助

二、NPR

(一) 私有非營利媒體

(二) 對全國 975 個廣播電台製作、提供節目

(三) 由會員電台所資助

三、CPB(Corporation for Public Broadcasting)

(一)由聯邦政府所創之私人公司

(二)沒有製作或提供節目

(三)由聯邦政府資助

公共媒體的節目：電視(PBS)

一、電視台自製節目，每年提供包括兒童、黃間時段、教育及文化等超過 1200 小時的節目供其會員電視臺選擇。

二、American Public Television 也維持最大的來源供美國公共電視台免費選擇。

三、The Independent Television Service (ITVS)是一個有獨立資金、分送節目及推廣節目的單位，亦製作電視節目。

四、全國教育通訊傳播協會每年撥送 2000 小時由公共電視台、其他管道及獨立製作的節目以衛星方式傳送到全國電視台。

公共媒體的節目：廣播

一、電視台自製節目約 40%

二、美國公共廣播 25%節目來自 NPR，包括新聞、資訊、文化及娛樂節目。

三、超過 35%的節目來自 Public Radio International(PRI)、American Public Media(APM)及其他節目製作、分銷單位。包括來自其他獨立製片及公共廣播電臺。

資金來源

一、會員費用

二、全國、州立或地方大學

三、承銷費用(Underwriting)

四、基金會/非營利組織

五、公共廣播(radio)資金來源比例

(一) 個人捐助 39%

(二) 社團法人 17%

(三) 政府(聯邦/州/地方)4.6%

(四) 基金會 8.1%

(五) CPB 11.4%

(六) 其他 8.5%

(七) 大學 8%

(八) 節目販售 3.4%

NPR 檢視

擁有標準的節目製作與配銷新聞、資訊及音樂節目達 40 年，全美有 975 個電台網絡，外加柏林 NPR 及全球衛星服務。

在美國有 2 個全國最受歡迎的節目「Morning Edition」及「All Things Considered」

一、每周空中有 2640 萬聽眾

- 二、每月有 1470 萬人次上 NPR 網站
- 三、240 萬 FB 粉絲
- 四、超過 300 萬捐贈者
- 五、17 個國外機構
- 六、52 座 George Foster Peabody Awards
- 七、聽眾組成：大學以上畢業占大多數、中年、年收入 7-9 萬美金(詳細數字參閱 PPT)
- 八、NPR 在媒體產業閱聽人流失的大趨勢下，收聽人數逆勢成長，1998-2008 年間成長 63%。

公共媒體影響力取決於

- 一、Reach：有沒有辦法接觸到 TA
- 二、Relevance：節目內容能不能讓 TA 覺得切身相關
- 三、Inclusion：節目是否廣泛融入各種族群
- 四、Engagement：節目是否能讓閱聽眾產生共鳴，激發其行動力。
- 五、Influence：節目是敢挑戰重要議題或對重要議題有獨到的見解、框架；其目標對象是否具影響力？

公共媒體與文化外交的關係

公共媒體常報導事物隱藏背後的原因，會去探究價值、信仰、內在情感、生命經驗、恐懼、夢想等，相對於商業媒體是較客觀呈現當地人民生活的一個窗口，足以提供一個忠實的樣貌給他國及其人民了解該國風土民情，與文化外交宗旨一致。

公共媒體就是文化外交

- 一、Talking：辨識出有影響力或可能變成有影響力的，透過公共媒體打破界限，讓其聚焦且有目的地交換觀念。
- 二、Teaching：透過節目傳送公民生活樣態及透過對話、辯論及做中學來作知識交流。
- 三、Spreading the Word：傳達國家正面利益及訊息。

參考網站

www.freepress.net

stateofthemedias.org

www.npr.org

www.nprberlin.de

08-08-2013

International Organizations Introduction

Dr. Kishore Chakraborty

一、組織的存在是增加主要利害關係人(Stakeholders)的利益-理性觀點；建構主義者(Constructivist view)則認為國際組織是規範與改變的外在代理單位。前開兩種概念均在國際組織中扮演重要角色。

二、Stakeholder mapping:

(一)Primary(主要成員)：構成組織主要成員

(二)Secondary(次要成員)：組織行為間接影響者

(三)Tertiary(第三圍成員)

(四)Stakeholder audit

三、組織通常希望盡量滿足以上成員，據統計，滿意度往往很難超過八成。

四、Value Chain(VC)：從原物料的成品，過程為 value adding steps，最後
 $\text{Margin} = \text{Price} - \text{Total Cost}$ 。國際組織就像 VC 分工。

五、國際組織種類

(一)Intergovernmental Organization(IGOs)政府間組織

(二)Non-governmental Organization(NGOs)非政府組織

(三)International Business Org.(IBOs)國際商業組織

(四)Multinational Corporations 跨國公司

(五)Multidomestic Firms 多國化公司

六、國際組織的設計

政治、經濟是重要元素，組織亦會受到政治權力的影響及控制，而權力與控制會影響經濟，國際組織一旦形成則很難改變，因為既得利益恐不願意新成員分享權力。所以現今也很難成立新的國際組織。

七、國際組織的形成

清楚的安排、對要求、禁止與授權行為均透過成員國之談判，公開達成協議但也難避免暗中交易。

八、國際組之 5 個主要面向

(一)會員規則 membership

(二)議題涵蓋範圍 scope

(三)事權集中 centralization

(四)控制組織的規則 control

(五)有彈性的安排 flexibility

(六)每個領域亦各有其範圍

九、國際組織的賽局理論

因為有囚犯困境情形，故指導方針是理性選擇與考量自身利益，因為國際組織是彼此不斷循環的賽局(Iterated Game)，因此要彼此合作，會有多個平衡點的可能，因此成員亦可能很多，增加談判難度。

十、賽局理論下合作

國際組織中，我們可以看到較多分權或集權的合作方式。國際組織主要利益：在會員國間促進、影響及強化彼此合作。

十一、國際組織的改變需透過

- (一)Path dependence(路徑依賴)：對國際組織來說歷史很重要，你現在甚麼位子主要是看你過去做個甚麼即未來被過去選擇所限制。
- (二)Evolution：環境改變帶來根本性的改變。
- (三)Imitation：利害關係人間相互影響改變。

十二、影響組織因素

- (一)分配問題
- (二)執行問題
- (三)成員個數及彼此經權力不對襯問題
- (四)行為不確定性，成員國的偏好
- (五)上述變數間彼此影響可強化或阻礙合作

十三、國際組織基礎

- (一)理性設計：考量自身利益、國際規範；基於規範的理性考量設計國際組織也會帶來問題。
- (二)對未來憧憬：因對未來有想像以促進彼此合作達成目標。
- (三)成本轉移：建立或參與國際組織價值不菲
- (四)避險：透過創造或修正國際組織達到避險效果。

十四、國際組織設計

- (一)Causal：為既有組織設計規範並內化至既有及新成員。
- (二)Constitutive：因環境需要創造設計者
- (三)理性設計暗示著有意圖的設計，應該讓環境決定應該產生何種國際組織，否則，有意圖的設計恐導致像共產主義或法西斯主義這樣的組織。

十五、合作會成功主要有

- (一)長期方向
- (二)風險可預測
- (三)其他成員的確定性
- (四)其他成員行為的快速回應

十六、缺乏志才會導致合作崩解。互惠對於有利或不利的互動均很重要。國際組織需要時常再活化。

十七、組織架構

- (一)Functional 功能性
- (二)Geographic 地理的
- (三)Process 程序性
- (四)Product 產品
- (五)Mixed 混合性

(六)Matrix 矩陣式

十八、Common Pool Resource

大家共有資源不能由一個國家片面決定，例如地下涵水層。國際組織對於這樣的資源可以透過規範來平衡生態與人類生活所需。

Cultural Diplomacy in the Middle East

International rivalry and culture in Syria and Lebanon

一、法國文化外交透過藝術、音樂、電影、文學、獎學金、學校及語言機構等知識與教育方面傳送。

二、法國文化外交在敘利亞及黎巴嫩推展不順原因：

(一)事涉太多機構致事權難以統一不具強制力

(二)企圖將文化從政治中分開：法國本土希望將文化與宗教分開，間接影響殖民地法國政府與法國宣教團的合作，偏偏法國文化外教在中東依賴宣教團甚多。

(三)黎巴嫩與敘利亞當地政治環境的改變，變得對法較不友善。

(四)法國對敘利亞及黎巴嫩進行文化外交時政治意圖過於鮮明，阻礙其發展。

三、文化外交成功否要看當地國接受度。

08-09-2013

Prof. Dr.Ulrich Bruckner/ CEO Thomas Franke Director of Public Affairs, Euractive

EurActiv：非大眾媒體，為一線上中立媒體，提供歐盟新聞及相關政策辯論資訊，提供免費歐盟事務深度報導資訊，約有 67 萬 5000 讀者，提供 15 種語言介面。

Bundespressekonferenz：1949 年秋天建立，為政治、經濟及文化主要代表單位籌劃記者會。

一、BPK 決定在甚麼議題上由誰提供資訊(有固定時程，每周一、三、五政府或部會發言人可回答所有政治事件問題)

二、記者會只開放給 BPK 會員及在德國境內駐點之外國記者。

三、記者會在聯邦記者會大樓舉辦，大廳及建築是向 Allianz Group 租用。

四、BPK 是個登記有案的協會，總部在柏林，另在波昂有分支。

五、BPK 財務由會員費而來，會員須是德國公民且主要報導柏林或波昂聯邦新聞為主，目前有 900 國會現記者為 BPK 會員。

六、BPK 最主要會議是年會，推選主席團，主席團成員主導記者會。

The model of cultural diplomacy

Power, Distance, and the Promise of Civil Society

- 一、文化外交是為了創造更好的國際信任與理解的環境，以利正式關係運作。
文化外交是傳統外交的重要部分，但是是間接的。
- 二、文化關係與文化外交：文化關係是自然有機的成長，無政府介入，透過貿易、旅遊、學生流動、傳播、書籍流通、移民，媒體近用及通婚呈現，每天有數百萬跨文化交流發生。文化外交則是正式政府外交介入，運用這些交流支持國家利益。
- 三、文化外交與公眾外交：根據美國國務院 1987 年文件指出，公眾外交乃指政府支持的計畫，企圖告知或影響他國人民想法。主要工具為：出版物、電影、文化交流、廣播電視等。文化外交則是在主要公眾外交行動與計畫的子集合，希望透過文化外交使得國內文化資源與成就為外國所知或促進文化向國外傳送，進而影響國際環境。
- 四、法國與德國文化外交著重在語言，英國在教育，俄羅斯在互惠，加拿大則展現其多元文化發展。
- 五、文化外交的未來：
 - (一)釐清誰最適合做文化外交？
 - (二)在現在的環境下，用何種方式做？
 - (三)應建立一個在不同國家公民間對話、理解、信任的永續關係。
 - (四)文化外交離政治經濟議題越遠越可能成功；文化外交計畫交流、對話越多，越可能達成永續效果而成功。
 - (五)政府不能也不應該在文化外交計畫中缺席，相對的，他應扮演確保公民社會團體議題與國家政策優先順位及挑戰，彼此協力合作的重要角色。

08-10-2013

Cultural Diplomacy : Hard to define, but you'd know it if you saw it

- 一、經驗顯示，運用公眾外交作為不受歡迎的對外政策快速反應策略，只會讓國外公眾越離越遠。
- 二、文化外交是在國家聲譽在外有危機時應運而生，但是它是一個搭橋過程，不是單向道，要對他人及其思維方式表示尊敬。
- 三、雖然英國學會(British Council)及歌德學院(Goethe Institute)分別為英國及德國政府所資助興建，但他們均獨立運作。根據英國學會官員表示：「我們的存在並不是為了接受外交部的指令，以達成其短期政治利益，因為那會損害我們的可信度。」
- 四、為極大化文化外交影響，需注意：
 - (一)雙向的
 - (二)長期的
 - (三)不解釋或潤釋不受歡迎的外交政策

- (四)多元、娛樂性的
- (五)可以在兩國關係緊張情況下執行
- (六)無法有效測量，因他是質的影響非量的改變
- (七)文化外交若能滿足地主國興趣成效最好(即引起當地人民共鳴)
- (八)在現今預算緊縮的情況下，文化外交有創意、彈性與機會主義的

08-11-2013

Culture Communicates : US Diplomacy that works

- 一、文化外交應與外交政策分開
- 二、英國學會及歌德學院分別接受英國及德國政府補助，但是自主的機構。法國與墨西哥雖然文化專員是位於大使館結構下，但其供作目標是長期關係建立，部不是針對特定政策解決問題。
- 三、文化外交是需要相當的經費的，如果無此點認知是很難拖動這樣的計畫，使館恐只能就一些私人的參訪、演出等獲得文化交流的成果。無政府支持的文化外交是無系統性的，所反映只是大使本身無一致且零星的個人利益。
- 四、文化外交要推展成功以要有相對的法令配套，例如美國依據 Patriot Act 嚴格的 Visa 取得規定影響數百個文化交流無法成行，也明顯減少外國學生去美國大學學習的數量。
- 五、文化外交仍有它的侷限性，即便連 Walter Laqueur, George Kennan and Thomas Pickering 等住要外交政策專家對文化外交的重要性仍有意見。認為在現在國家安全缺乏的環境中，文化外交在真正安全議題上常被認為太過軟性及邊緣。

08-12-2013

Case study : France

Institut Francais

Agent : The French Institute(2010 正名)，150 個分支，超過 1000 個聯盟，在法國大使館下，但有自主的財務。財源大部分或部分來自利潤(語言課程或贊助)。

Agenda : 單一代理機構發展文化活動、藝術交流、宣傳法國文化(語言、文學、科學、戲劇與知識)，鼓勵國外文化接待(透過 XX 季或 XX 節)、與南部地區合作、國際駐村計畫(法國或海外)、訓練教師或定義教學內容(教學方法、教學技術)。

Vehicle : 發展與夥伴司(文化節、國際駐村計畫)、法國與非洲及加勒比海的交流與藝術合作、對國外受眾推廣並傳布法國學術組織。

TA : 語言課學生、表演藝術家、視覺藝術家、建築師、將主要重心放在歐洲的人

United Kingdom

Agent : The British Council, 1934 年建, 管理規定像慈善機構, 是英國國際文化關係單位。獨立單位, 非執行政治任務。每年經費 7.05 億英鎊, 2.11 億由 FCO(Foreign and Commonwealth Office)給予, 另外, Department for International Development, EU 及其他國際單位亦會協助年度收入。計有 210 個分支機構分別在 110 個國家。

Agenda : 透過英國與其他國家的文化、教育及其他互動, 促進海外對英國文化及文明更廣泛的了解與欣賞。利用網路與年輕人接觸。透過藝術、科學課程、人權計畫、社區與運動領導力的訓練, 著重在教育的提升、提供及創意。

Vehicle : 建立 2700 學校, 全世界連結超過 100 萬學生。引進 45 萬外國學生到英學習, 增加英國 85 億英鎊經濟效益。建海外圖書館、訓練英語教師、舉辦國際競賽(例如 Climate Champions)、宣傳英國優秀人才。

TA : 在生命線掙扎的國家(緬甸、辛巴威)、建立信任的國家(中東、巴基斯坦)、發展中國家(奈及利亞)、開放影開發國家(現存與英國很強的關係-法國、美國)三主要族群, T1: 高階決策者或領導人; T2: 主要影響者; T3: 有潛力者。

Case study : Japan

What is Cultural Diplomacy?

What is ICR?

What is Civil Society?

Agent : Japan Foundation, 1972 年日本外交部所成立, 2003 年與外交部分離。總部在東京, 在 20 個國家有文化及語言中心。負責講學、專題討論會、研討會、展覽與表演。

Agenda : 促進日本與其他國家文化交流, 對於國際文化交流提供財政支持; 深化其他國家對日本的知識及相互了解; 促進文化藝術交流; 推廣日語教育及知識分子交流。

Vehicle : 藝術與文化; 日文教育; 日本研究與學者交流(研究計畫必須要解決共同全球問題、在國與國間增加了解與包容, 對於發展更開放與公義的社會有所貢獻)

TA : 學生、老師及學術單位

日本文化外交 Key Successful Factors: 有與其他國家不同的文化交流任務、因應各地民情給予不同文化交流政策、具創意。

Case Study : China

例一：斯洛伐尼亞

例二：芝加哥公立學校教中文

例三：澳洲南威爾斯大學(孔子學院)

例四：2012 年 Festival Gala Helsinki

Agent：非營利教育機構，推廣中文及文化，國際性地推廣當地中文教學。由非屬政府之非營利機構漢邦(HanBan)執行，配置在教育部下，若該國提供場所，漢邦支助前5年預算。第一個孔子學院及教室於2004年漢城成立。至2009年止孔子學院提供了9000個中文課程，26萬人註冊。至2010年止，共有322個孔子學院，369個孔子教室分散在96個國家與地區。中文國際協會預計2010年設立500個孔子學院；2020年1000個。

Agenda：對各社會單位發展中文課程，對當地學校訓練中文教師並提供中文教學資源、建立當地硬體設備舉辦HSK Examination(中文流利測驗 Chinese Proficiency Test)及中文教師認證；對中國教育、文化、經濟與社會提供資訊及諮詢服務；推廣當代中國研究。

Vehicle：中文教學、訓練中文教師、中文教學資源、中文流利測驗機構及中文教師認證測驗；對中國教育、文化及其他領域提供資訊及諮詢服務；在中國及其他國家間執行語言及文化交流。

TA：全年齡層、8-10周100歐元並對學生及有財務需要者提供折扣。

爭議

- 一、CI意圖模糊：軟實力還是宣傳機器？
- 二、被控思想檢查、管制學術自由及政治監控
- 三、沒有資助國內學校卻資助海外學校
- 四、與歌德學院、法國協會相較偽善。

Models of Cultural Diplomacy

- 一、文化外交機構：法國最早，1883年設立Alliance Francaise。(詳見PPT)
- 二、Soft power(Joseph Nye)：因欣賞價值、效法案例、對於繁榮與開放的追求，想進一步跟隨，不用武力或經濟制裁屈服他人，而用吸引力。
- 三、公眾外交：處理公眾態度在外交政策形成與執行的影響，它是超越傳統外交領域、包括政府作為影響他國公民想法、私人團體國家間利益之互動、外國事務的報導及政策重要影響，外交官及記者間溝通及跨文化溝通之過程。
- 四、ICR(International Cultural Relations)：以各種企圖讓跨國界之文化相互接觸。包括兩部分：政策與活動/現象。

- 五、古典文化外交 Agent 是政府；Agenda 是要贏得國外受眾的心，新學院派文化外交則不然。Agent 是公部門、私部門及公民社會的夥伴關係，Agenda 是促進文化接觸及交流。
- 六、Positive Cultural Diplomacy：在兩國及其人民間主動支持文化對話及交流。
- 七、Negative Cultural Diplomacy：在兩國及其人民間主動阻擋或限制文化對話及交流。

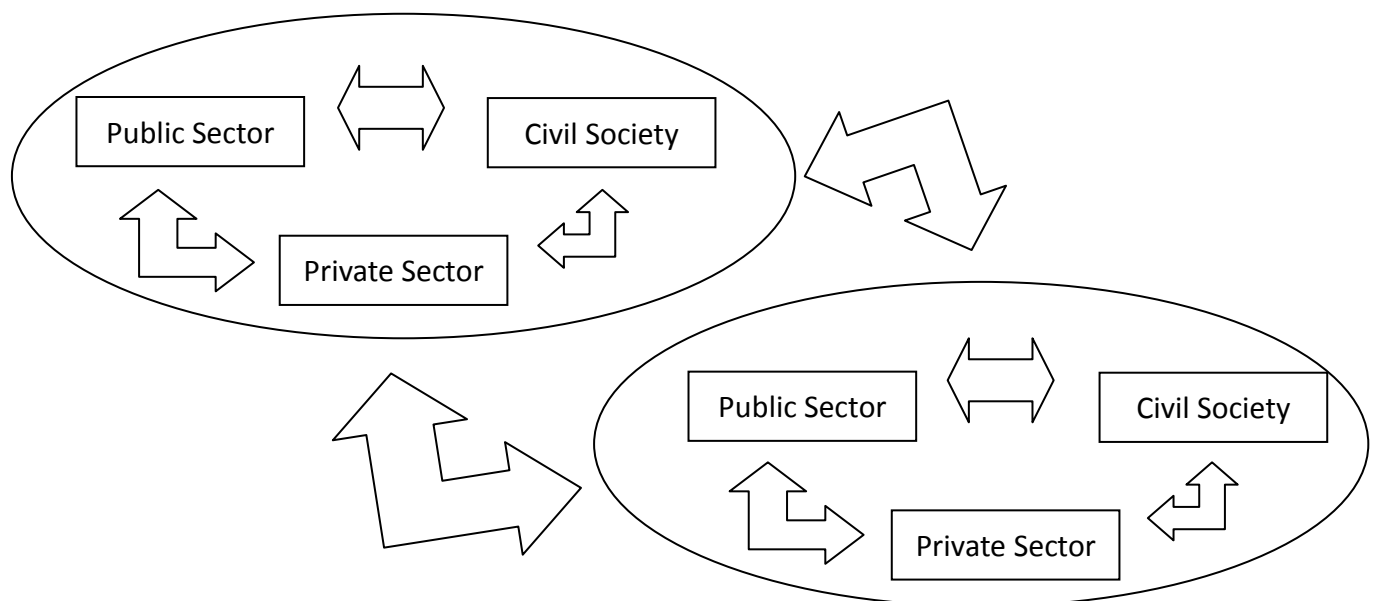
The need for Cultural diplomacy

- 一、在其他國家或地方評估、描述本身之特有認同
- 二、決定文化外交內容：和平關係？沒有關係？衝突區？後衝突區
- 三、定義目標：強化？修復或替代現有關係？發展合作關係？

Future Trends in Cultural Diplomacy

The power of partnership：Public sector 與 civil society 與 private sector 間相互彼此影響、合作。

The power of partnership-Internationally between Countries



Applied Cultural Diplomacy-Case study: Arab Spring

為何 CIA 事先不知道阿拉伯之春即將發生？因為利用社會媒體

- 一、電影：The Yacoubian Building：原著小說改編電影(2006)，2007 電視劇。
- 二、音樂：El General Hamada Ben Amor

三、Social Media

四、Graffiti(塗鴉)：除了在牆壁上，Ganzeer 也做在衣服上，很成功。

Arab Spring 所學到的功課

藝術、文化及媒體像社會的鏡子。

一、書籍、電影、部落格等透露這個社會正在想甚麼

二、國務院有 FB 網頁不夠，需要去看其他 FB 網頁

三、文化的聲音促使更深層社會改變的理解。

四、社會參與的新模式：

(一)賦予地方藝術家、文化人、思想家及文化商品權力

(二)少一些美國文化、想法等的輸出

(三)在最需要的地方給予合作、指導、協助，例如管理、生產與分配。

結論：未來美國文化外交：將世界的故事告訴美國。

08-13-2013

Soft Power, Hard Power and Smart Power

3 ways that attract other countries

一、Culture

二、Value：彰顯人類共通價值(基本人權、自由、尊嚴)，但必須與你的行為一致，否則會打折扣。

三、Policy：推廣對世界或其他國家均有利的公共財政策，例如氣候變遷政策。

錯誤地使用軟實力：政府想控制或介入則導致軟實力失去可信度。賓拉登亦是將軟實力發揮到淋漓盡致的實例。

軟實力有一個很重要的關鍵因素則是 Listening more

軟實力運用實例(詳見 PPT)：

一、藝術：wheels on ice (Marc Bogaers)

二、音樂：The West-Eastern Divan Orchestra (Daniel Barenboim)

三、運動：UNESCO and Culture：Sports for women in Saudi society：透過組織或訓練女子運動團隊進軍國際賽事，讓世界知道穆斯林女性如何積極參與國際體育賽事。

Street World Football：利用小人物改變世界

Agent：Street World Football，起源於 1996 年，為自由而踢，對抗暴力與毒品。
在超過 50 個國家有 80 幾個組織。至 2010 年有 60 萬年青人受影響，在

2002 年 8 月正式成立。利用足球促進永續發展，例如為南非愛滋病、美國健康教育、中東和平、性別平等、拉丁美洲青年領導力培養而踢。

Agenda：強化世界各地地方組織的力量，使用足球協助年輕人克服貧窮、歧視、缺乏教育等挑戰。與公私單位密切合作，預計 2015 年建立全球 200 年輕人的網絡。

Vehicle：Partnership、team、News Center、Awards

TA：對於透過足球協助愛滋病問題有興趣的人，協助南美及南非之地方或全球組織夥伴並使其成為一個交流平台。

Right to Play

Agent：起源於 Olympic Aid，是 1992 年 LOOC(Lillehammer Olympic Organizing Committee)成立，目的是支持當時仍處於戰火國家的人民，以參加冬季奧運來選手為 OA 大使協助募款。募到 1800 萬美元。之後林匹克運動會，OA 也都募款協助需要幫助的族群。

Agenda：2000 年，OA(which become Right to Play)由募款單位變成 NGO，第一個運動及比賽在安哥拉舉辦。RTP 結合了奧運運動員及其他運動精英當運動大使，增加與非奧運運動的關係，更廣泛與私人單位結盟，深入草根。今天的 RTP 成為孩童代言人，主動參與研究及政策發展。主要目的是將運動、商業、媒體等各領域領導人拉進來參與，確保兒童玩的權力。價值：反映運動及遊戲最實際的一面。合作、希望、正直、領導力、尊重、熱情及自然

Vehicle：國際委員會、志工、新聞及媒體

TA：願意當志工並且為以傳達支持運動改變生活這樣的認知而募款的人。

International Organizations

Prof. Dr. Kishore Chakraborty

Refer to two pieces

一、bangladesh-fire-exposes-safety-gap-in-supply-chain(NYT)

二、Emmott on Population and Environment(The Observer)

Group discussion

08-14-2013

Symposium on Cultural Diplomacy in Latin America

“The Colors of Latin America: Preserving Traditional Arts and Heritage in a Multicultural World.”

Introduction to ICD

一、文化外交為何需要：成功地跨國交流成為 21 世紀國際關係重要挑戰。文化

外交成為日常生活文化解碼之基本能力

二、文化外交有其規範與限制(即定義)、對誰說話？是世界性的陳述嗎？誰可接近必要的資訊及教育？成功後獲利？

三、文化外交可促進相互了解、信任，協助減少社會文化之衝突。

四、ICD 承諾完成世界人權基本標準，促進世界和平及穩定。

五、文化外交是分析工具？任務？

六、ICD 是平台提供者或是特定議題倡議者。

(一) NGO、Project based、Non Partisan

(二) Market place for ideas

(三) Infrastructure for projects

(四) Academy

(五) Think Tank

(六) University branch

沒有目標的策略隨時可以改變，但無法對其效果測量。

The Effects of Globalization on the Region

H.E. Amb. Ramon Custodio Espinoca

拉丁美洲六個國家與歐盟簽訂 Associated Agreement 是空前的、相當不容易。談判時除了有經濟議題，歐盟也與拉美國家廣泛討論政治議題，例如人權、反恐等。且歐盟國家並非每個國家都同意簽署，拉美國家整合公民社會力量進行遊說才能成功。拉美國家秉持了解、合作與信任的態度解決過程中種種問題。

Q:如何探尋主流民意對此協定的意見，是否有執行研究或調查？

Historical and Cultural Attractions in the Dominican Republic

Fernando Urena Rib

介紹多明尼加國情，本身繪畫、舉辦畫展，認為身為外交官所做的是與藝術有很大關係，本身對藝術的素養對其工作很有幫助。

New Trends in Cultural Expression, including Contemporary and Experimental Art Forms

Jorge Locane

以語言(Protonio)(由西班牙及葡萄牙融合而成，說、寫均是)說明如何當中間橋樑，溝通不同文化。

International film co-productions as a chance to preserve national heritage in Latin

America

拉丁美洲國家彼此簽訂協定，其中一章為電影合作，讓拉美各國整合彼此電影資源，便利彼此電影從業人員，使其電影工業壯大可與世界各國競爭。

08-15-2013

Bundeszentrale für politische Bildung(BPB)

任務：讓公民更了解政治議題、強化民主認知、增加對政治參與之興趣。為一中央單位但無賦予公權力，是內政部所支持成立。在歷史與社會方面提供政治、文化、經濟過程一起運作的獨到見解。

已成立 58 年，主題變化過程：

50/60 年代：讓民眾熟悉民主、調查納粹獨裁政權及共產主義政權

70/80 年代：環境與和平運動、恐怖主義、發展新方法學概念

90 年代：中東歐的轉變、德國統一、歐洲整合

現今：民主、文化對話、經濟、全球化、福利國家、全球參與

總部在波昂、柏林是分部，約 200 名員工，22 位德國國會議員組成董事會以維持政治平衡與效能。另有 9 個科學家組成顧問團支持 BPB 出版物內容工作。

工作內容：出版刊物、線上/多媒體、辦活動、支持其他非商業組織從事公民教育活動。

目前 EU 有 28 個會員國，使用 24 種語言

目前 BPB 的 TA 主要放在年輕人

Creative Industries in Latin America

Mexico: Matrix of the Spanish-speaking digital wave

Genaro Rios-Muggenburg (genaro.rios@promexico.gob.mx)

拉美創意產業：經濟學家感興趣、網路/電子商務/電子檔案分享/貿易及消費文化商品服務比以往更簡單、CAB(Convenio Andres Bello)透過創意產業領先研究的出版支持文化。

美國與歐洲分別在西班牙市場尋找策略夥伴。拉美是成長最快的媒體市場之一，墨西哥引領數位視聽產品活絡。

墨西哥人才優勢

- 一、成本有競爭力
- 二、國際及品質
- 三、標準化基礎設備
- 四、接近主要國際市場

新世代墨西哥視覺效果專家擁有生產數位影像電動玩具、多工 3D 動畫、多媒體、製作新媒體等數位影像技術證照(DIT)。

墨西哥亦是許多大片拍攝的場景。

政府為創意產業量身打造的誘因

EFICINE

FIDECINE

FONDO PRO AUDIOVISUAL

PROSOFT

FONDO INNOVACION

CONACyT

人才：大學畢業生、9th 世界人才中心，亦是美國重要科技人才庫

市場：2008 年創意產品與服務出口 61.7 億美元，世界上超過 10 億人(超過 10 種語言)觀賞墨西哥視聽產品。拉美最大電影市場、世界排名 15 個主要電玩市場之一

電動玩具

- 一、90 年代末開始發展、2010 年產值 7.5 億美元，未來 5 年將成長 20%。
- 二、單在墨西哥電玩產業創造 10.25 億美元的銷售金額。11 個墨西哥電玩公司。

墨西哥優勢

CCD(Digital Creativity City)：促成創意產業聚落的發展，世界級媒體生產中心、希望成為墨西哥及拉丁美洲最大媒體社群、世界上最大西班牙語媒體內容生產中心。

Network of Mexican Talents Abroad-German Chapter-RED DE ENTOS

President Juna Bethancourt/ VP Francisco Velazquez Escobar

動機：促進海外高素質(例如有高附加價值、知識經濟活動)的墨西哥人才進一步與世界經濟交流與互動。

本組織於 2005 年由墨西哥海外學院、國家科技委員會及經濟部建立，在全球 4 大洲(非洲除外)、10 個國家中有 21 個分會。希望在知識、經驗與接觸分享及與

全球專業領域有近一步接觸機會。

目標：

- 一、擔任墨西哥與海外高素質的專業領域介面
- 二、提升墨西哥與其他國家知識經濟創造整合機會
- 三、促進在商業發展、全球創新教育及海外支持墨西哥社群的高附加價值計畫之完成
- 四、為墨西哥海外專業人士之貢獻提升更高能見度與了解
- 五、提高墨西哥海外聲望

德國是墨西哥最好的支持夥伴，在技術、移民、學術交流、學生社群及文化相似性(因德國曾在墨西哥統治 2、3 百年)

目標

- 一、發展定居在德國的墨西哥專業人士及學生網絡
- 二、建立促進會員與其在墨西哥的對應單位之間溝通及資訊交換的接觸點
- 三、促進計畫的實現並在學術、研發及商業領域促進交流計畫
- 四、透過會員網絡接觸，對墨西哥納入德國經濟體系做出貢獻
- 五、支持墨西哥外交部書記之「墨西哥海外專業人才網絡」計畫目標與任務
- 六、以務實、專業、具目標性之特質，廣泛提升墨西哥在歐洲聲譽

內容項目

- 一、航空
- 二、太空科技
- 三、能源
- 四、環境
- 五、生命科學
- 六、法律事務
- 七、創意表現
- 八、藝術與建築
- 九、國際合作
- 十、國際商業發展
- 十一、資訊科技
- 十二、其他

運作準則

- 一、簡單的行動(Simple Actions)
- 二、專業主義(Professionalism)

三、務實(Pragmatism)

08-17-2013

Cultural Diplomacy in the Arab World

Professor Dr. Nazar Arab World

- 一、人權是所有發展的根本，人文是文化外交基礎。
- 二、成功的文化外交不是只是將藝術展現在他國面前，是要做到讓對方心裡感動並採取正面行動。
- 三、永續發展的 5 個支柱
 - (一)經濟面
 - (二)社會面
 - (三)環境面
 - (四)政治面
 - (五)文化面

上述發展泥土為「人權」，發展出來的支幹是「和平」，而果實則是「成果」

檢視世界上很多暴動、抗議、革命今是因為人權問題的忽略，導致永續發展出問題，進而引發失序狀況。

衝突未必只軍事衝突，可為各種形式，例如人民抗議經濟不好、國與國間對公資源爭奪等。

四、溝通的合適基礎

- (一)公民參與
 - (二)與公民相關
 - (三)人權基礎
 - (四)政府給人民的信任感
 - (五)無歧視
- 五、政府應是要解決問題不要成為問題的一部份。目前政府普遍的問題是：我們是最好的，因為我們有最好的專家，「你們」都不懂。
- 六、解決問題的步驟：
- (一)了解狀況/問題後，分析問題(基於人權角度)
 - (二)誰是主事者？其目的、策略為何？
 - (三)檢視權力結構，上層或下層？
 - (四)合法性(legitimacy)
 - (五)國際介入此事衝突情況
 - (六)媒體將如何影響此一事件

七、一個國家的問題應由內部解決，靠外力無法持久；但某種程度亦須接受外界(例國際)的聲音。

八、阿拉伯之春與文化外交的關係：由阿拉伯之春事件突現阿拉伯國家尚有許多問題待解決，例如和平、人權、國家發展等，而文化外交應以人權為基礎，以上這些問題的發生均因缺乏人權觀念，綜此，不管阿拉伯國家要對外界或外國像阿拉伯國家做文化外交均應從人權角度可量，較可能達成永續效果。

08-18-2013

Introduction to Cultural Diplomacy in Conflict Zone

Professor Dr. Nazar Arab World

在衝突區做文化外交要秉持解決人權基本為題為原則，與當地人民一起參與、工作，他們會自己發展出一套解決問的模式。為有些政治人物利用衝突攫取其政治利益，如果你以人權觀點關照所有問題，會不同的視野及發展。

The Art and Music as Cultural Diplomacy: Music as Mediation: Transcending Political Borders & Building Relationships

Cheb Kammerer

Aaron Shneryer

Heartbeat：以音樂促進以巴和平，目前參與對話的人約 40000 人，而以色列、巴基斯坦人口加起來約 1200 萬人，比例約 0.033%。目前財源為販售周邊商品(T恤、CD)及外部捐款。

08-19-2013

Cultural Diplomacy in Conflict Zone -Sudan

Professor Dr. Nazar Arab World

- 一、蘇丹鄰國有：埃及、利比亞、查德(接壤最多)、中非共和國、剛果、烏干達、肯亞、衣索比亞、厄利垂亞(ERITREA)共 9 國。
- 二、蘇丹有超過 30 省
- 三、大致分為北蘇丹、南蘇丹及達爾弗，族裔分部以阿拉伯族為主(48%)，北蘇丹尚有 4 族，南蘇丹尚有 5 族。油田主要在南蘇丹，管線通過北蘇丹通往蘇丹港。主要爭議區為南北蘇丹邊界 KAFIA KINGI 區及 ABYEI 區。2012 年就發生 8 次衝突。2011 年 7 月 9 日南蘇丹成立，為非洲第 54 個國家。
- 四、蘇丹是最大的阿拉伯及非洲裔國家，全世界嶺土第 10 大，4200 萬人，70% 人口為穆斯林，其餘為基督教或其他宗教，具戰略地位，其衝突來自南北雙方、達爾弗、中蘇丹、蘇丹與查德間。

五、南北爭議：一直被認為是宗教(回教及穆斯林)爭議，但戰爭動機來自財富及權力分配不均。該爭議正是於 2005 年 9 月 1 日肯亞簽訂『全面性和平協議』告終。

六、該協議給 6 年緩衝期，屆時南蘇丹公民投票是否獨立或繼續留在蘇丹。

Abyei 爭議(中蘇丹)

一、豐富油田，南北蘇丹都想盡辦法想讓自己領土與其接壤以便控制。先由私人管理，至 2011 年公投後再看是否歸南蘇丹控制。

二、國際危機團隊認為此區域是蘇丹引爆衝突的根源

Darfur 爭議(西蘇丹)

一、2003 年 2 月引爆，是因為種族及部族間爭議，非宗教因素。穆斯林內之阿拉伯裔與非阿拉伯裔衝突。衝突中南部叛軍與西部蘇丹叛軍結盟。此衝突亦引發與查德間之緊張關係。另與中非共和國亦引發緊張關係。

二、蘇丹政府與蘇丹解放軍於 2006 年 10 月 14 日簽署和平協議。

三、聯合國安理會於 2005 年 3 月 29 日成立制裁委員會禁止提供武器給 Darfur。並與非洲聯合國成立聯合軍對於 2007 年部署於 Darfur。

東蘇丹爭議

與厄利垂亞邊界衝突，亦因中央政府財富及權力分配不均，厄利垂亞是很多叛軍結盟爭取支持的對象。後因其與伊索比亞有衝突，促使其與蘇丹政府談判，以解決東蘇丹之安全、權力分享及資源問題。

周邊國家爭議

許多邊境國家支持蘇丹內部叛軍，而蘇丹也支持各國內部叛軍。

與查德的緊張關係

一、因 Darfur 引起，一開始(2003)查德支持蘇丹政府，但 2004 年後開始支持蘇丹叛軍。兩國 2005 年開戰。蘇丹認為查德介入內戰，而查德指控蘇丹要把 Darfur 衝突擴大至查德領土以破壞其穩定。2007 年兩國在沙烏地阿拉伯簽訂協議停戰，但爭議未因此停歇。蘇丹在 2008 年 5 月 11 日與查德斷交。2009 年 5 月 4 日兩國同意在杜哈和談恢復邦交及停止相互入侵邊界。2009 年 5 月 5 日查德指控蘇丹私運武器及叛軍到該國。

蘇丹爭議相關成員之角色

一、除了與邊境國家衝突，亦有許多強權介入，遭致國際非議其缺乏尊重內部族裔及人權。

二、南蘇丹、中部(Abyei)、Darfur、東蘇丹、各鄰國、美國及安理會成員、聯合

國與非洲聯盟

衝突的意義(implications)

- 一、蘇丹的衝突來自於對土地、資源及石油的控制。這些衝突因族裔偏見及蘇丹內部歌區域之失衡發展而加劇。
- 二、衝突的根源可以回歸到殖民時期，包括權力的潛渡、對財富控制、族裔衝突及與周邊國家的地理、政治、經濟的複雜性、強權間的代理戰爭。
- 三、石油是衝突主幹。2007 年專家預估蘇丹有 50 億桶藏油量，是非洲第五大，次於安哥拉 80 億桶。
- 四、亞洲國家是(中國)是蘇丹主要石油公司。
- 五、蘇丹與邊界國家關係有些和睦有些緊張，例如衣索比亞及肯亞相處和平，但西與查德、東與厄利垂亞及南與烏干達均處緊張狀態。

聯合國安理會行動

- 一、對蘇丹與達爾弗採取制裁：UNMIS(為促進和平協議)及 UNMAID(軍事強力介入，基於聯合國憲章第 7 條)
- 二、將達爾弗問題訴諸國際法庭。
- 三、成立制裁委員會，禁止私運武器至達爾弗。

安理會 5 個永久會員國立場

- 一、美法中因蘇丹石油問題有所爭議。
- 二、中國透過金融投資、貸款、援助滲透非洲，中國進口蘇丹 80% 的石油(為中國需求量十分之一)，亦是提供蘇丹武器最多的國家。
- 三、美國譴責中國支援蘇丹南部及 Darfur 叛軍，希望透過解禁從 1997 年就開始的經濟制裁以助蘇丹逃離中國掌控。
- 四、美國亦想盡辦法想要控制此區，以利其經濟利益。2009 年美國國務院宣布對蘇丹政策是終止人權侵害 Darfur 種族屠殺，並完成全面性和平協議。
- 五、法國原本支持南方反對派，後來改變立場支持美國所支持的，原因是希望其在南蘇丹的 Total 石油公司恢復運作。

主要區域國家立場：蘇丹有 3 種認同—阿拉伯、伊斯蘭及非洲

- 一、與邊界國家關係緊張，這些國家與美國結盟以面對蘇丹政府的伊斯蘭政策。
- 二、蘇丹支持部分鄰國反對黨。
- 三、承受國際壓力，蘇丹需致力結束其南北衝突及達爾弗衝突。
- 四、蘇丹控訴以色列支持南方叛軍
- 五、蘇丹與埃及有邊界爭議，對埃及而言，Lhalaab 地區對埃及具戰略位置。

阿拉伯族群、伊斯蘭會議及非阿拉伯族群立場

阿拉伯聯盟

- 一、強調蘇丹統一、完全拒絕任何影響蘇丹主權、統一、安全及穩定的企圖。
- 二、支持全面性和平協議
- 三、贊成在 Abyei 成立永久仲裁法庭。

伊斯蘭會議

- 一、解決蘇丹在統一、獨立的衝突，並呼籲重建蘇丹
- 二、召開各國部長會議

非阿拉伯族裔峰會

為支持現任蘇丹總統領導下統一蘇丹背書。

國際犯罪法庭(ICC)

- 一、將 Darfur 問題訴諸國際犯罪法庭
- 二、對 Darfur 的 3 個重要案件展開調查
- 三、ICC 於 2009 年 3 月 4 日起訴，應逮捕蘇丹總統 Omar al-Bashir，因其犯了戰爭罪及違反人道罪(在 Darfur)
- 四、2009 年 3 月阿拉伯峰會拒絕此項逮捕，同年 7 月非洲聯盟峰會亦拒絕，理由是國家元首有豁免權。

08-20-2013

Cultural Diplomacy in Conflict Zone –Human Rights

Professor Dr. Nazar Arab World

- 人全不分國籍、住地、性別、出生地、膚色、宗教、語言或人和其他狀況而有不同，全體人類均適用。
- 1948 年人權宣言包含 30 條條款，定義所有人權(包括自由、安全與適當的生活水準)，保護身為人的核心認同。
- 人權常藉有法律、條約、國際法形式彰顯，闡述政府保護人權的責任。
- 沒有麵包很難彰顯自由，沒有自由麵包亦無味。
- 人權相關之國際條約
 1. 1948 年世界人權宣言(UDHR)：聯合國會員大會於 1948 年於巴黎通過 217A(III)決議，第一次揭示基本人權將是全世界所保護。表示認同人類與生俱來的尊嚴及不可分離的權利是世界和平、公義與自由的基礎。是二戰後的悲產經驗所但生的產物，第一個國際條約用「人權」字樣。是後續許多人權條約的母法。
 2. 1966 年經濟、社會、文化權利國際公約：1976 年實施，有 27 條條文，85 國家批准。
 3. 1966 年公民政治權力國際公約：1976 年實施，49 條文，由 35 國批准。
 4. 國際人權宣言＝經濟、社會、文化權利國際公約＋公民政治權力國際公

約=CEDAW+CRPD+CRC+CPED+ICERD+ICRMW+CAT

- 有關人權在國家層級的義務：尊重、保護與實踐。
- 有關人權在個人層級的義務：尊重自己及其他人人權。
- 人權是世界性地被各國批准且受法律保護。它是不可分的權利、且與其他權利相互影響、相互依賴。
- 人權可被分為下列族群：
 1. 公民政治權利(第一代權利)：自由導向權利、包含生存權、個人自由與安全、免於虐待與奴役、政治參與、思想自由、表達自由、意見自由、心靈與宗教自由、集會結社自由。
 2. 經濟社會文化權利(第二代權利)：安全導向權利，包含工作、教育、合理生活、飲食、居住、健康照護標準等權利。
 3. 環境與發展權利(第三代權利)：包含居住於清潔環境、受保護免於破壞、文化、政經發展等權利。
 4. 女性、兒童、青年等權利。

08-21-2013

Presentation-CD in Conflict Zone(See PPT)

08-22-2013

Introduction to Film as CD

Prof. Dr. Kishore Chakraborty

- 一、何謂文化：信仰、價值規範、象徵族群及其認同的儀式等相互分享之集合。
- 二、何謂外交：透過討論或互動了解彼此、影響其他國家及解決問題之實際協商過程。
- 三、文化外交：使用或分享文化商品及實際協商以促進相互了解及實際影響其他國家。
- 四、文化外交的運用有兩層面：
 - (一)經濟面：經濟成長、貿易、更新認同
 - (二)認同面：內部認同、外部認同、文化交流、再成長及提昇經濟貿易
- 五、2003-2008 年，中國創意產品輸出成長 16.92%、印度 15.7%、美國 13.31%。
- 六、Joseph. Nye 認為軟實力包括：文化、政治價值及外交政策。McClory 延展為：文化、政府、外交、教育及商業(創新)
- 七、軟實力實例：國際意圖及角色、文化輸出、世界領導力、軟實力圖像、美食、國家航空/機場、商業品牌等。
- 八、全球化某種程度導致文化商品的標準化，在地化創造差異，可建立品牌。成功的創意產業與文化外交有賴於成功將在地特色融入全球場域裡。
- 九、文化創意產業對於全球貿易之貢獻是 3.4%，達 4244 億美金(2005 年)，從

2000-2005 年，平均每年成長 8.7%(UNCTAD)。

十、創意產業綜合藝術、文化、商業及科技；上述活動均須有豐富的創意技巧，並透過貿易及智財權創造收入。

十一、創意產業包括(UNCTAD)

(一)文化遺產

1. 傳統文化表現：藝術雕刻、節日慶典
2. 文化遺址：具歷史價值的山脈、博物館、圖書館、文物館

(二)藝術

1. 視覺藝術：繪畫、雕刻、古董、照片等
2. 表演藝術：現場音樂、戲劇、舞蹈、歌劇、偶戲、馬戲團等。

(三)媒體

1. 出版印刷媒體：書籍、報紙雜誌、其他出版物。
2. 視聽產品：電影、電視、廣播
3. 新媒體：數位內容、軟體、電玩、動畫等。

(四)功能性創造品

1. 設計：室內設計、繪圖、時尚、珠寶及玩具
2. 創意服務：建築、廣告、創意研發、文化服務、數位服務等。

十二、非洲特點：54 國、人口超過 10 億、有部分世界人口最多的城市、沒有統一的文化、宗教、語言，有非洲聯盟統一機構、主要產業是原物料、沒有已開發國家、民主程度不一、有種族衝突的歷史淵源。

十三、非洲國家文化側寫

(一)豐富文化及文化產品

(二)創意產業未開發

(三)觀光產業未開發

(四)觀光遺產未開發

(五)相對未發展及未保護之人類文化及其藝術品

(六)新媒體尚處嬰兒期

十四、投資非洲最大的障礙：不穩定的政治環境。

十五、非洲電影目標：

(一)避免刻板印象

(二)避免外來化

(三)由固有的東西創造而來

(四)非模仿其他國家而是由自己國家找元素拍攝。

(五)原始的認同是清楚的

(六)多元認同(因非洲有許多國家)

(七)需凸顯文化認同而非僅有經濟考量

African Stories & Film Africa-DW Akademie's activities in Africa

Michael Tecklenburg Coordinator(DW)

- 一、 DW 到非洲國家辦電影製作之 workshop，後從中挑選優秀學員組成團隊，拍攝影片「Nairobi Half Lif」，入圍奧斯卡，對非洲電影是很大的鼓舞。
- 二、 另外，DW 亦找各領域菁英當講師辦 workshop，分組比賽，將訊息在 DW 各節廣告，其紀錄片內容均以關懷非洲當地社區為主。

African Filmmakers and the Future of Open Education

Shane McMillan

利用影片製作接生嬰兒過程或農作栽種之方法，並有多種非洲語言版本、廣為流傳，成為人人可以使用的免費教材，普及知識。

Free media and a free economic Independent Film Industry Shape the View of Africa

Dagmar Dehmer, Journalist

該媒體報導非洲以多元角度呈現，不會僅看非洲表面經濟發展不錯，其實內部有許多問題，例如政治改革、財富分配不均，尚未解決。秉持忠實呈現非洲樣貌給世人，亦不會為了題材標新立異而選擇性報導新聞內容。

Rising Africa

Director, Free Media Unlimited Leon Willems

所運用的媒體要適合當地環境，具巧思創新(例如 Mini Bus Radio)，該電臺透過來往及載客密集的城市小巴士在車上現場直播，讓民眾以最真實質接的方式發聲，雖然器材設備不先進，但卻影響力無窮。

另外，社會媒體讓每個人都能當公民記者，將所看所聞拍下來上傳，引起迴響，阿拉伯之春就是靠這樣的力量爆發開來。

一、傳統的媒體理論：守門人理論

- (一)品質控制、可信度提升
- (二)權力集中在守門人
- (三)對於貪腐新聞蒐集者的困難

二、自由媒體的複雜性

- (一)當權者只是口頭說媒體自由
- (二)新聞檢查對於權力掮客是不可破的規範
- (三)與文化、財政、衝突相關新聞的自我檢查
- (四)媒體多為財團所把持

因此，導致缺乏由上而下的信賴感！

08-24-2013

Rising Africa

Director, Free Media Unlimited Leon Willems

The Potency of Cultural Industry in the Contemporary International Relations and Cultural Diplomacy

Paul Iorapuu

- 一、文化創意產業的發展亦要人民的觀念改變，例如坦尚尼亞，人民普遍認為從事藝術等相關工作是賺不到錢的，如此民間或政府就不會有氛圍希望發展創意產業。
- 二、現代化的交通工具亦可成為文化外交的工具之一，例如想到 BMW 就會與國汽車工業高品質的印象連結。

Funding possibilities for African Filmmakers: The World Cinema Fund

Isona Admetilla

- 一、德國聯邦文化基金與歌德學院及外交部合作，由柏林國際影展於 2004 年創立，為一媒合平台，2011 年德國經濟合作發展部及德國之聲加入合作行列，從 2012 年起，聯邦文化及媒體委員將成世界電影基金會(WCF)主要夥伴。
- 二、支持發展中國家或缺乏結構性電影工業地區的電影製作人，例如非洲、拉丁美洲、中東、中亞、東南亞、高加索地區，每年有 40 為歐元預算。
- 三、支持對象是一些但具有很強的文化認同亦是或創新藝術觀點故事片及紀錄片若未接受贊助則無法拍成的電影製作人圓夢，並強化這些電影在德國電影的介紹。該組織會在製作及發行提供支持。
- 四、上述地區的製作公司及德國製作公司，跟來自該地區導演，可以申請該組織基金，申請基金團隊一定需有德國成員，但電影未必要合製。惟資助基金須用於 WCF 關注的地區。

(一)製片基金

每件案最多 10 萬歐元，整案預算需在 20 萬到 100 萬。贊助基金需花在電影產出的國家。

(二)配銷基金

每件案最多 15000 歐元，此基金須被發在德國的配銷費用。

每年有兩個收件時間，可上網查詢 www.berlinale.de。

Rebranding Nollywood-the 200 million dollar question

Dayo Balogun

Internet: The North-South Gate

Alex Kem

過去，族裡的長老或長輩是電影製片，因為他們形塑我們的世界觀及對居住地方環境的面貌，但是功能已由網路取代。

One Fine Day Films and Film as Cultural Exchange in Africa

Sarika Lakhani

影片欣賞及討論：Something Necessary

描述肯亞在 2007-2008 年間第一次總統大選所發生的內部暴動事件，藉由一個女主角家庭的悲劇來紀錄當時各種社會現象及肯亞社會對女性的價值觀、社會價值。

The Role that National Institute for Cultural Orientation in Nigeria Plays Using Cultural Diplomacy as means of Dialogue

Matthias Akaazua

奈及利亞有很多族裔，文化及語言統一及內部衝突不斷，若此，文化外交應該是奈國發展的優先順位嗎？畢竟，文化外交希望告訴外面國家該國的社會、文化的真實樣貌藉以吸引外國更了解該國甚至到該國探訪，若內部根本問題如法解決，如何說服 TA 甚至吸引他國及其國民。

綜看文化外交的歷史，似乎成功者均是內部經濟或文化具相當穩定度的國家，而今世界各國文化外交方興未艾，其結果如何實有待商榷。

The Treatment of the Theme of Female Genital Mutilation in the Film Industry

運用電影教育人民重要知識，雖然社會禁忌用電影的方式告訴人民女性割禮是對女性健康傷害很大而且不人道的，亦經常遭遇阻礙，但仍是一個較不會直接面對衝突的方法，而且會有潛移默化的效果。

Film as a Vehicle for Cultural Diplomacy in Africa

Adetoun Kuppres-Adebisi

Nollywood 的電影是用自己的角度、電影技術、價值觀告訴世界非洲的樣貌，或許以西方的拍攝電影標準是「非主流的」甚至不成熟的，但畢竟 Nollywood 是從

home video 開始，真實描述人民的生活，對於非洲人來說，它是有強大感染力及影響力的。

08-26-2013

International Organization-Negotiation

Prof. Kishore Chakraborty

PARETO OPTIMACITY：PARETO OPTIMACITY 是指資源分配的一種理想狀態，假定固有的一群人和可分配的資源，從一種分配狀態到另一種狀態的變化中，在沒有使任何人境況變壞的前提下，使得至少一個人變得更好，這就是 PARETO 改進或 PARETO 最優化。PARETO OPTIMACITY 的狀態就是不可能再有更多的帕累托改進的餘地；換句話說，帕累托改進是達到 PARETO OPTIMACITY 的路徑和方法。PARETO OPTIMACITY 是公平與效率的“理想王國”。

談判(Fisher, et al)

一、談判有三要件：

- (一)如果可能，協議要具智慧(雙方均滿意)。
- (二)有效能
- (三)在現有關係上更促進或保有原來關係

二、所未具智慧協議為：

- (一)試著達到每個參與談判陣營之利益
- (二)解決衝突方面夠清楚嗎？
- (三)持久
- (四)顧及團體利益

三、避免僵固立場

- (一)立場會將自己綁死
- (二)看根本利益
- (三)符合對方利益
- (四)帶立場的討價還價是無效率的
- (五)是否會傷害彼此關係
- (六)立場在多陣營協商來最大傷害

四、協商風格

- (一)溫和立場
- (二)強硬立場
- (三)不溫和亦不強硬，但解決重要彼此關心的議題

五、兩種層次的協商

(一)協商的事物

(二)協商程序或過程

六、原則或價值為基礎的協商

(一)人民：將人民與問題分開

(二)利益：著重利益而非立場

(三)選項：在決定做甚麼之前，創造許多可能性

(四)篩選標準：堅持結果必須基於某些客觀標準

七、問題策略矩陣

問題		解決方案
帶立場協商：哪種賽局應該參與？		改變賽局，在價值上協商
溫和立場	強硬立場	原則(價值)基礎協商
● 參與協商的均為朋友 ● 目標是達成協議 ● 讓部換取友誼 ● 對問題及人均溫和 ● 相信他人 ● 容易改變自己立場 ● 提供他人利益 ● 向對方暴露底線 ● 可以接受一方吃虧而達成協議 ● 追求單一解答：一個協商者會接受的答案 ● 堅持達成協議 ● 避免意志力的競爭 ● 向壓力屈服	● 參與協商的均為敵人 ● 目標是勝利 ● 要求讓步為維持關係之條件 ● 對問題及人均強硬 ● 不相信他人 ● 固守立場 ● 威脅他人 ● 將誤導當成是底線 ● 要求單方面的獲得為協議代價 ● 追求單一解答：一個你會接受的答案 ● 堅持立場 ● 企圖贏得意志力競爭 ● 運用壓力	● 參與協商的是問題解決者 ● 目標是一個具效率及善意的智慧結果 ● 將人與問題分開處理 ● 對人溫和對事強硬 ● 追求信賴 ● 著重在利益非立場 ● 探尋雙方利益 ● 避免有底線 ● 對於互利有創新選項 ● 發展雙方可以選擇的想法，不急著決定 ● 堅持使用客觀篩選標準 ● 嘗試在標準獨立意志尚達成協商結果 ● 理性且對各種原因持開放態度，對原則(基本利益)讓步非壓力。

08-28-2013

Peace-building in the South Caucasus Region-Case study of the Friedrich Naumann Foundation

Prof. Wolfgang John

- 一、南高加索區有地緣政治的重要性，包括交通、石油管線、邊界衝突等。
- 二、Friedrich Naumann Foundation 大部分資金來自德國政府，需在德國外交政策規範下運作，但是一個獨立機構。
- 三、**Friedrich Naumann Foundation** 目標
 - (一)衝突管理不是衝突決議
 - (二)停火
 - (三)停止武器競賽及戰爭宣傳
 - (四)改進衝突地區居民的生活
 - (五)聯絡衝突地區雙邊政府及 NGO 組織
 - (六)經濟合作
 - (七)民主改革及促進經濟自由
- 四、主要傳遞訊息
 - (一)私有財產保護
 - (二)只有基於法律下才能對個人使用武力
 - (三)參與勞工國際部門而非衝突或自我孤立
 - (四)軍力限制及妥協：不是示弱表現
- 五、衝突成員間對話
 - (一)政府及事實獨立(de facto)政府代表
 - (二)反對黨代表
 - (三)全國或地方層級 NGO 代表
 - (四)之前戰士代表
 - (五)國外專家
- 六、結果
 - (一)在 Karabakh 及 Abkhazian 案例中，在外界不看好的情況下，維持了近 20 年停火。
 - (二)新政府在 2012 與南奧賽迪亞促成停火。
 - (三)在 2008 年喬治亞與俄羅斯戰爭後減少軍費花費。
 - (四)亞美尼亞、亞塞拜然及喬治亞的自由黨派發表波茨坦宣言。
 - (五)深化 EU 與亞美尼亞及喬治亞關係。
 - (六)喬治亞與 Abkhazia 未承認領土的人道與共同經濟計畫。

**Cross Cultural Communication and training program for Peace Operations and
Post-Conflict Scenarios**

(Center for International Peace Operations)

Markus Postert

主要介紹該機構協助訓練衝突地區維和部隊志工方法、原則、可能遭遇困難等問題，以便協助衝突地區重建。(內容詳見 PPT)

【活動照片】



上課情形(一)



上課情形(二)



Emil Constantinescu
前羅馬尼亞總統



Franco Frattini
前義大利外交部長



Simon Crean 前澳洲工黨主席、貿易部長、教育部長、社會包容部長、藝術部長及鄉村地區、地區發展和地方政府部長



Nazar al Baharna 前巴林外交部長，現任 ICD 衝突地區調和中心主任



Masaharu Nakagawa 中川正春，現任日本眾議院議員，民主黨代理幹事長，
前教育、文化、運動與科技部長



參觀埃及駐德國大使館，與外交官員 Tamer Azzam 寒暄、致意



拜訪蒲隆地(Burundi)共和國駐德國大使館，與 Eduard Bizimana 大使及其小孩合影