



Dr. Peter Hefele  
leitet das Regional-  
projekt Energie-  
sicherheit und  
Klimawandel in  
Asien und Pazifik.



David Merkle ist  
wissenschaftlicher  
Mitarbeiter des  
Auslandsbüros  
Shanghai.



Sascha Zhivkov ab-  
solvierte von Januar  
bis März 2014 ein  
Praktikum im Aus-  
landsbüro Shanghai  
und hat seinen  
Master-Studiengang  
Politik und Gesell-  
schaft Ostasiens in  
Tübingen mittler-  
weile erfolgreich  
abgeschlossen.

# MIT KONFUZIUS NACH AFRIKA

## WIE AUSWÄRTIGE KULTURPOLITIK CHINAS STIMME UND SICHT DER WELT VERMITTELN SOLL

*Peter Hefele / David Merkle / Sascha Zhivkov*

### HINTERGRUND

Auswärtige Kulturpolitik hat sich als ein integraler Bestandteil bei der Gestaltung der Außenbeziehungen moderner Staaten fest etabliert. Oftmals umschrieben in den Begriffen *soft power*, *smart power* oder *public diplomacy*,<sup>1</sup> erfährt sie seit den 1990er Jahren auch in den Schwellenländern zunehmende Bedeutung.<sup>2</sup> Ein aufschlussreiches Beispiel ist die Volksrepublik China, die in immer größerem Umfang weltweit erhebliche finanzielle Mittel einsetzt, um ihren wirtschaftlichen und politischen Aufstieg auch kulturpolitisch zu flankieren. Sichtbarstes Symbol dieser Strategie sind die mittlerweile mehr als 430 Konfuzius-Institute in über 100 Ländern; aber auch der Aufbau von Korrespondentennetzwerken und Stipendienprogrammen für Studierende aus Entwicklungsländern können dazu gezählt werden.

- 1 | Joseph S. Nye, „Get Smart – Combining Hard and Soft Power“, *Foreign Affairs*, 07-08/2009, <http://foreignaffairs.com/articles/65163/joseph-s-nye-jr/get-smart> [14.04.2015]. Im chinesischen Kontext in Wissenschaft und Politikberatung werden die Bezeichnungen *soft power* (*ruan shili*, 软实力), *smart power* (*qiao shili*, 巧实力) oder *public diplomacy* (*gonggong waijiao*, 公共外交) im gleichen Sinne verwendet. Für eine ausführliche Behandlung der Konzepte *soft power* und *public diplomacy* im chinesischen Kontext siehe Yiwei Wang, „Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power“, *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, 2008, S. 257-273. Der Begriff *smart power* wird im Chinesischen (noch) vorwiegend in Bezug auf das amerikanische Außenpolitik-Konzept, das unter Obama und Clinton populär wurde, verwendet. Einen Einblick in die parteiinternen Überlegungen zum *smart power*-Konzept in den chinesischen Außenbeziehungen gewährt Yiwu Zhang auf der Website der Kommunistischen Partei Chinas, „*qiao shili, ying shili, ruan shili*“ (Smart Power, Hard Power, Soft Power), 2010, <http://theory.people.com.cn/GB/10954545.html> [14.04.2015].
- 2 | Für Deutschland vgl. Kurt-Jürgen Maß (Hrsg.), *Kultur und Außenpolitik. Handbuch für Studium und Praxis*, Baden-Baden, 2009.

In Europa kann dieses Instrument auswärtiger Beziehungen auf eine lange Tradition zurückblicken: Sei es durch Sprachinstitute, die Organisation von Kunst- und Kultauraustausch oder die Vergabe von Stipendien zur Förderung des Wissenschafts-/ Bildungsaustausches. Bedeutende und international bekannte Institutionen sind neben den deutschen Goethe-Instituten die Alliance française- sowie die spanischen Cervantes-Institute, vielfach jedoch mit einem Schwerpunkt auf der Sprachförderung. Mit den weltweit operierenden British Council-Einrichtungen zeichnet sich Großbritanniens Ansatz auch durch die Förderung der Kultur- und Kreativindustrien aus, die somit nicht zuletzt zu einer verstärkten Wahrnehmung der eigenen Pop- und Filmindustrie beigetragen hat.

Gemeinsam ist diesen Ansätzen, dass sie über den „Faktor“ Kultur in den Zielländern grundlegende Werte des jeweiligen politischen und gesellschaftlichen Systems vermitteln wollen; den bi- und multilateralen Dialog und Austausch zwischen Gesellschaften und Individuen vertiefen und letztlich das Gewicht und den Einfluss der eigenen Nation weltweit steigern sollen.

Diese Bemühungen sind damit Teil des *soft power*-Konzepts, das auf den amerikanischen Politikwissenschaftler Joseph Nye zurückgeht. ***Soft power* wird „als Macht durch Überzeugung“ definiert, beruht also auf der Anziehungskraft kultureller Normen, Symbole und Güter.**

*Soft power* wird „als Macht durch Überzeugung“<sup>3</sup> definiert, beruht also auf der Anziehungskraft kultureller Normen, Symbole und Güter. Diese wird durch Bildung und Kultur, Wissenschaft und Innovationsfähigkeit, aber auch bekannte Markenprodukte erzeugt und vermittelt. Seit den 1990er Jahren hat dieser Ansatz verstärkt Eingang in die außenpolitischen Strategien auch von Schwellenländern gefunden. Im Gegensatz zur klassischen Diplomatie werden dabei nicht allein die Regierungen, sondern vor allem die jeweiligen nationalen Öffentlichkeiten als „Ziel“ definiert. Geht es dabei um die Interaktion zwischen Regierungseinrichtungen und einer ausländischen Öffentlichkeit, wird hierfür in jüngerer Zeit häufig der Begriff *public diplomacy* verwendet. In Deutschland beispielsweise wurden 2007 die Abteilungen Kommunikation und Kultur im Auswärtigen Amt zusammengelegt.<sup>4</sup>

3 | Joseph Nye, *Soft Power. The Means to Success in World Politics*, New York, 2004, S. 11.

4 | Britt Inga Karten, „Staatliche Imagearbeit: Die Public Diplomacy des Auswärtigen Amtes“, in: Thomas Jäger/Henriette Viehrig (Hrsg.), *Die amerikanische Regierung gegen die Weltöffentlichkeit? Theoretische und empirische Analysen der Public Diplomacy zum Irakkrieg*, Wiesbaden, 2008, S. 163-190.

Die deutsche Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik (AKBP) orientiert sich an einem „erweiterten Kulturbegriff“<sup>5</sup>, der neben die klassische Diplomatie und die Außenwirtschaftspolitik tritt. Dabei wird ein pluraler Ansatz verfolgt, der sich erstens institutionell in einer Fülle von Mittlerorganisationen und zweitens inhaltlich in breit aufgestellten Programmansätzen niederschlägt. Dazu gehören die Goethe-Institute, der Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD), das Institut für Auslandsbeziehungen (Ifa), die Humboldt-Stiftung, die *Deutsche Welle* (DW) und die deutschen Auslandsschulen. Ziel der deutschen AKBP ist es, ein wirklichkeitsgetreues Deutschlandbild in den ausländischen Öffentlichkeiten zu verankern. Damit wirbt man um „Vertrauen und Werte“.<sup>6</sup> Mit ausländischen Multiplikatoren sollen langfristig gemeinsame Wertevorstellungen und Interessen gefördert werden. Nach deutschem Verständnis sollen die Aktivitäten sich dabei an außenpolitischen Kernzielen und Grundwerten der Bundesrepublik Deutschland orientieren, ohne die Autonomie der Trägerinstitutionen bei der konkreten Umsetzung zu beinträchtigen.

## DIE CHINESISCHE AUSSENKULTURPOLITIK

Zu einem wichtigen Pfeiler der chinesischen Außenpolitik entwickelte sich das Politikfeld auswärtige Kulturpolitik erst um die Jahrtausendwende.<sup>7</sup> Dies war zeitlich kein Zufall: Hintergrund war die globale Debatte darüber, welche Rolle China angesichts seines beeindruckenden ökonomischen und politischen Bedeutungsgewinns in der Welt von morgen spielen würde. Während Wissenschaftler wie Richard Bernstein, Ross Munro oder Martin Jacques China als Bedrohung für die Welt bzw. die westliche

- 5 | Der vom deutschen Soziologen Ralf Dahrendorf 1970 in die Debatte um auswärtige Kulturpolitik eingeführte „erweiterte Kulturbegriff“ geht über das Verständnis von Kultur im engen Sinne hinaus und stellt den Begriff in den Kontext des gesellschaftlichen Zusammenlebens und sozialen Austausches. Kulturaustausch und das Prinzip der Beziehungen auf „gleicher Augenhöhe“ rückten damit in den Fokus der Auswärtigen Kulturpolitik.
- 6 | Vgl. Auswärtiges Amt, „16. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik 2011/2012“, Vorwort, S. 5, [http://auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/634528/publicationFile/175854/130109\\_16.pdf](http://auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/634528/publicationFile/175854/130109_16.pdf) [11.05.2015].
- 7 | Eine koordinierende Rolle nehmen dabei auf zentraler Ebene das Außenministerium, das Bildungsministerium und das Kulturministerium, das Zentralkomitee der Kommunistischen Partei, der Staatsrat sowie unterstützende wissenschaftliche Einrichtungen ein. Vgl. Culture in EU external relations, „China Country Report“, 2014, S. 14, <http://cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2014/05/country-report-China-20.05.2014-bis.pdf> [20.04.2015].

Welt bezeichneten (*China threat*)<sup>8</sup>, betonte die kommunistische Führung unter Hu Jintao in Peking den friedlichen Charakter des Aufstieges (*heping jueqi*, 和平崛起). Vor diesem Hintergrund ist die aktuelle chinesische Auswärtige Kulturpolitik als Teil der noch ungelösten Herausforderung zu sehen, wie sich die Volksrepublik in das Gefüge globaler Regime einordnen und ob sie maßgeblich dessen zukünftige Gestaltung beeinflussen kann.



Die starke internationale Kritik an der Außenpolitik des ehemaligen US-Präsidenten George W. Bush veranlasste die chinesische Regierung, insbesondere auf *soft power* zu setzen. | Quelle: Chris Beckett, flickr ©①②③.

### **Der Diskurs über die Auswärtige Kulturpolitik innerhalb Chinas und seine ideologischen Voraussetzungen**

Der politischen Führung in Peking und der akademischen Elite waren (und sind) derartige Vorbehalte gegen den Aufstieg Chinas sehr bewusst. Chinesische Wissenschaftler setzten sich mit der Debatte um die Bedeutung von *soft power* und deren Auswirkungen auf die Rolle ihres Landes intensiv auseinander.<sup>9</sup> Sie gelangten zu dem Schluss, dass China mit den USA auch in den nächsten Jahrzehnten mit Blick auf deren *hard power* noch nicht gleichziehen könne, die USA jedoch in ihrer *soft power* Defizite aufweisen

8 | Vgl. Richard Bernstein/Ross H. Munro, *The Coming Conflict with China*, New York, 1997; Martin Jacques, *When China Rules The World: The End of the Western World and the Birth of a New Global Order: The Rise of the Middle Kingdom and the End of the Western World*, New York, 2012.

9 | Für einen guten Überblick über den innerchinesischen Diskurs über *soft power* vgl. Hongying Wang/Yeh-Chung Lu (2008); Joel Wuthnow (2008); Sheng Ding (2008).

würden.<sup>10</sup> Zudem registrierte Peking die starke internationale Kritik an der US-Außenpolitik unter George W. Bush<sup>11</sup> und schlussfolgerte, dass eine (mögliche) vergleichbare Kritik an China den angestrebten friedlichen Aufstieg enorm behindern würde. Hu Jintaos Bericht an den 17. Nationalen Volkskongress im Jahr 2007 hielt deshalb explizit als Ziel fest: „to enhance culture as part of the soft power of our country“.<sup>12</sup> Welche Bedeutung hat *soft power* also für China? Und welche Rolle spielt dabei das Instrument der Auswärtigen Kulturpolitik? Geht es (noch) nicht so sehr darum, andere Staaten und Gesellschaften auf Grundlage eigener Attraktivität zu beeinflussen, wie Nye einst formuliert hatte, sondern um die Absicherung des eigenen „weichen Aufstiegs“ (auch *soft rise* genannt)? Besteht somit das primäre Ziel für China darin, „to get the outside world to accept its rising power“?<sup>13</sup>

### **Das chinesische Verständnis von „außen“, „Kultur“ und „Diplomatie“**

#### **Die kulturspezifischen Auffassungen von „innen“ und „außen“ haben Einfluss auf Konzepte der modernen chinesischen Auswärtigen Kulturpolitik.**

Für das Verständnis der Auswärtigen Kulturpolitik der Volksrepublik China sind nicht nur die aktuellen politisch-ideologischen Rahmenbedingungen von Bedeutung. Die kulturspezifischen und historisch tief verankerten Auffassungen von „innen“ und „außen“, „fremd“ und „eigen“ haben erheblichen Einfluss auf Konzepte und Instrumente selbst der modernen chinesischen Auswärtigen Kulturpolitik. Während im Westen eine meist klar erkennbare Trennlinie zwischen „selbst“ und „fremd“ gezogen werden kann, ist das traditionelle chinesische Verständnis von „innen“ und „außen“ diffuser. Die chinesische Kultur hat eine eigene Form des Umgangs mit Einflüssen von außen entwickelt. Die weit reichende Sinisierung von Fremdherrschern wie den Mongolen (Yuan-Dynastie) und den Mandschu (Qing-Dynastie) einerseits, die Übernahme des Buddhismus andererseits zeigen typische Formen sowohl der Assimilation als auch der Inklusion fremder Wertvorstellungen. Zugleich fehlt der chinesischen Kultur traditionell jedoch eine

10 | Vgl. Joshua Kurlantzick, „China’s Charm: Implications of Chinese Soft Power“, *Policy Brief* 47, 2006, S. 1-8.

11 | Vgl. Lai Hongyi, „China’s Cultural Diplomacy: Going for Soft Power“, in: Lai Hongyi/Yiyi Lu (Hrsg.), *China’s Soft Power and International Relations*, New York, 2012, S. 83.

12 | Hu Jintao, „Hold High the Great Banner of Socialism with Chinese Characteristics and Strive for New Victories in Building a Moderately Prosperous Society in all Respects“, *Report to the Seventeenth National Congress of the Communist Party of China on Oct. 15, 2007*, <http://china.org.cn/english/congress/229611.htm> [14.04.2015].

13 | Vgl. Wang, Fn. 1, S. 267.

für den Westen typische Tendenz, die eigene Kultur in gleichsam missionarischer Weise nach außen zu tragen – als Konsequenz des universalistischen Anspruches der eigenen Werte. Vielmehr setzte man in China seit jeher eher auf die eigene kulturelle Strahlkraft nach außen, oder wie der Intellektuelle Zhao Tingyang es in konfuzianischer Denkhaltung ausdrückt: „Look for self-transformation in attempts to convince or convert others.“<sup>14</sup>

China war und ist jedoch gleichzeitig nicht bereit, von seiner für sich selbst beanspruchten zentralen Stellung innerhalb der menschlichen Kultur und Zivilisation abzurücken. Insofern ist der vom Westen so titulierte chinesische Aufstieg aus chinesischer Sicht lediglich eine Renaissance, eine Rückkehr an die als rechtmäßig angesehene Position im Weltsystem. Grund für diese Selbstwahrnehmung ist der ausgeprägte Stolz auf die eigene Geschichte und dem (behaupteten) einstigen kulturellen, technischen und wirtschaftlichen Vorsprung vor der übrigen Welt. Vor diesem Hintergrund ist eine offensiv an ausländische Öffentlichkeiten gerichtete „(Kultur-)Diplomatie“ für China weitgehend Neuland. Abgesehen von den ersten Jahrzehnten nach der kommunistischen Machtübernahme spielte *public diplomacy* bis zur Jahrtausendwende in der Außenpolitik Chinas eine untergeordnete Rolle.

**Abgesehen von den ersten Jahrzehnten nach der kommunistischen Machtübernahme spielte *public diplomacy* bis zur Jahrtausendwende in der Außenpolitik Chinas eine untergeordnete Rolle.**

den ersten Jahrzehnten nach der kommunistischen Machtübernahme und einer internationalistischen Propaganda spielte *public diplomacy* bis zur Jahrtausendwende in der Außenpolitik der VR China nur eine untergeordnete Rolle. Dies hat sich jedoch mit der neuen chinesischen AKP-Strategie seit Beginn des neuen Jahrtausends geändert.<sup>15</sup>

## AKTEURE UND STRUKTUR DER CHINESISCHEN AUSWÄRTIGEN KULTURPOLITIK

In der folgenden Analyse stehen zwei zentrale Instrumente der chinesischen Auswärtigen Kulturpolitik im Mittelpunkt: die Konfuzius-Institute, die staatlichen Kulturzentren sowie die Internationalisierungsstrategie der chinesischen Medien.<sup>16</sup> Die chinesische

14 | Vgl. Zhao Tingyang, *Tianxia System (All Under Heaven): Introduction of the Philosophy of World Institutions*, Nanjing, 2005.

15 | Vgl. Wang, Fn. 1, S. 259 ff.

16 | Die Instrumente der Auswärtigen Kulturpolitik wurden erstmals im 11. Fünfjahresplan (2005 bis 2010) explizit genannt: chinesische Kulturjahre, chinesische Kulturwochen, chinesische Filmwochen, chinesische Kunstwochen, Bücherausstellungen, Filmfestivals, Kunstausstellungen, Expos, wissenschaftlicher Austausch, Tourismus und Sport (vgl. Lai, Fn. 11, 86). In jüngster Zeit kommt dem Internet eine immer bedeutsamere Rolle zu. Siehe hierzu: Nele Noesselt, „Internationale Dimensionen des ‚chinesischen‘ Internets“, *Zeitschrift für Internationale Beziehungen* 21, 1/2014, S. 161-177.

Kulturdiplomatie ist – anders als etwa in Deutschland – bislang fast ausschließlich in der Hand staatlicher Akteure. Dies führt einerseits zu einer großen politischen Kontrolle und Kohärenz über deren Agenda, andererseits aber auch zu vielen Problemen, nicht zuletzt deswegen, weil die institutionellen Zuständigkeiten recht zersplittert sind.<sup>17</sup>

### **Konfuzius-Institute: Umstrittene Stars der chinesischen Auswärtigen Kulturpolitik**

**Seit Eröffnung des ersten Konfuzius-Instituts in Seoul 2004 wurden diese Einrichtungen rasant ausgebaut. Anfang 2014 gab es bereits 436 Institute.**

Die Konfuzius-Institute<sup>18</sup> sind das wichtigste, sichtbarste und finanziell bedeutsamste Instrument der chinesischen Auswärtigen Kulturpolitik.<sup>19</sup> Seit Eröffnung des ersten Instituts in Seoul 2004 wurden diese Einrichtungen rasant ausgebaut. Anfang 2014 gab es bereits 436 Konfuzius-Institute und 646 Konfuzius-Klassenzimmer in mehr als 100 Ländern und allen Weltregionen. (In den ersten vier Jahren eröffnete durchschnittlich alle fünf Tage ein Institut.)<sup>20</sup> Bis 2020 möchte die Regierung 1.000 Institute aufgebaut haben.<sup>21</sup> Dieses ambitionierte Vorhaben ist nur über *joint ventures*, in der Regel mit ausländischen Universitäten,

17 | Die „Macht der Diplomatie“, wie Yiwei Wang sie nennt, ist in China nicht zentralisiert. Einzelne Partei- und Regierungsorgane teilen sich die Aufgaben. So bearbeiten das Kultur- und Bildungsministerium mit *cultural diplomacy* sozusagen den Kern der außenkulturpolitischen Maßnahmen. Der Staatsrat und das Außenministerium kümmern sich stärker um *media diplomacy*, das Zentralkomitee der Kommunistischen Partei um *party-to-party diplomacy* mit anderen Staaten, die Konfuzius-Institute werden von einer eigenen Institution namens *Hanban* (siehe oben) verwaltet. Vgl. Wang, Fn.1, 264 f.

18 | Konfuzius erfüllt lediglich die Rolle des berühmten Namenspatrons, steht jedoch keineswegs für ein bestimmtes inhaltliches Konzept der Institute.

19 | Die staatlichen Kulturzentren sind zwar die eigentlich offiziellen und ausschließlich von chinesischer Seite betriebenen Kulturinstitutionen im Ausland (in Deutschland: Berlin). Im Gegenzug betreibt die Bundesrepublik Deutschland ein Goethe-Institut in Peking und eine Abteilung für Kultur und Bildung des Deutschen Generalkonsulats in Shanghai. Deren Status wurde 1988 vertraglich festgehalten und 2005 im Deutsch-Chinesischen Abkommen über kulturelle Zusammenarbeit erneut geregelt. Dennoch stehen in der Regel die Konfuzius-Institute aufgrund ihrer viel größeren Zahl im ungleich stärkeren Fokus des weltweiten Interesses. Deshalb werden sie hier ausführlicher behandelt.

20 | Vgl. Hanban, „About Confucius Institutes, 2014“, <http://english.hanban.org/node/10971.htm> [14.04.2015]; Zhe Ren, „The Confucius Institutes and China’s Soft Power“, IDE Discussion Paper 330, 2012, S.1.

21 | Vgl. Gong Yidong, „Confucius Institute: promoting language, culture and friendliness“, Xinhua, 19.09.2006, <http://www.china-botschaft.de/det/lxdg/t272620.htm> [11.05.2015].

in selteneren Fällen auch mit anderen ausländischen öffentlichen bzw. sozialen Organisationen oder sogar Firmen möglich.<sup>22</sup>



Die weltweit vertretenen Konfuzius-Institute werden in der Regel gemeinsam von der chinesischen Regierung und ausländischen Organisationen, Firmen oder, wie hier, Universitäten getragen. | Quelle: Scott C. Soderberg, University of Michigan, flickr ©○○○.

Die Konfuzius-Institute unterstehen der Aufsicht des *Hanban* (Office of the Chinese Language Council International, 汉办), das nicht nur die Institute verwaltet, sondern für die gesamte chinesische Sprachpolitik inklusive Lehrmaterialien, Lehrpersonal, Lehrqualität, Evaluationen sowie den chinesischen Sprachtest HSK zuständig ist. Das *Hanban* wird zwar offiziell als Non-Profit Organisation geführt, untersteht aber de facto einer engen politischen Kontrolle und wird von einem Gremium aus Staatsrat, Außen-, Kultur- und dem federführenden Bildungsministerium gelenkt. (Insgesamt sind zwölf Ministerien daran beteiligt.) Die Partnerschaften zwischen den Konfuzius-Instituten und lokalen Einrichtungen beruhen auf Standardabkommen zwischen *Hanban* und dem ausländischen Partner, die in der Regel über eine Anfangslaufzeit von fünf Jahren erfolgen.<sup>23</sup>

Die Aufteilung der finanziellen Verantwortlichkeiten erfolgt dabei nach einem bestimmten Prinzip: In den meisten Fällen stellt *Hanban* eine Startfinanzierung für die ersten fünf Jahre sicher, die Gehälter für Angestellte und Lehrmaterialien enthält. Das ausländische

22 | Vgl. Zhe, Fn.20, S. 5 ff.

23 | Don Starr, „Chinese Language Education in Europe: The Confucius Institutes“, *European Journal of Education* 44, 1/2009, S. 71.

Partnerinstitut kommt für die physische Einrichtung auf und trägt die Verwaltungs- und Infrastrukturstarkosten.<sup>24</sup> Die Finanzierung wird so im Verhältnis 1:1 geteilt, in Entwicklungsländern trägt *Hanban* zunächst alle Kosten. Nach den ersten fünf Jahren läuft die Finanzierung durch *Hanban* aus und die Institute sollen sich durch Kultur- und Sprachangebote selbst tragen. Auch wenn genaue Zahlen nicht vorliegen, so dürfte die Anfangsfinanzierung der chinesischen Seite je Institut 100.000 bis 400.000 US-Dollar jährlich betragen.<sup>25</sup> Mit einem Gesamtbudget von etwa 145 Millionen US-Dollar pro Jahr sind die Institute dennoch finanziell wesentlich geringer ausgestattet als beispielsweise die deutschen Goethe-Institute oder der British Council mit 217 Millionen bzw. drei Milliarden US-Dollar Jahresbudget.<sup>26</sup>

Programmatisch weisen die Konfuzius-Institute Ähnlichkeiten mit den spanischen Cervantes-Instituten auf, da beide einen starken Fokus auf Sprachunterricht legen.<sup>27</sup> Unbestritten nimmt der weltweite Bedarf an Chinesisch-Unterricht – derzeit lernen etwa 40 Millionen Menschen Chinesisch – kontinuierlich zu. Dieser Trend ist im Wesentlichen Ergebnis der wachsenden ökonomischen Bedeutung Chinas. Darüber hinaus bieten die Institute eine Reihe von Angeboten zur Kultur Chinas wie Ausstellungen, Vorträge, Filmvorführungen, interkulturelle Trainings, Business-Seminare, Teezeremonien, Kalligrafie, Tai-Chi-Kurse und chinesische Malerei an.<sup>28</sup> Hauptzielgruppe ist dabei eine breite, mit China weniger vertraute Öffentlichkeit.

Die Programmgestaltung bestimmen die Institute grundsätzlich eigenständig. Allerdings können sich aus der Satzung von *Hanban* durchaus Konflikte ergeben. So sollen die Institute „die Gesetze und Vorgaben ihrer Aufenthaltsländer befolgen, einheimische kulturelle und Bildungstraditionen und soziale Bräuche respektieren und nicht gegen chinesische Gesetze und Vorgaben verstößen.“<sup>29</sup> Falk Hartig sieht daher in der Praxis eine „delikate Balance“:<sup>30</sup> Der Spagat ist für die Institute bei im Westen kontrovers diskutierten und für China heiklen Themen oft kaum zu lösen.

24 | Vgl. ebd., S. 71.

25 | Vgl. Falk Hartig, „Konfuzius-Institute – Stars der chinesischen Kulturdiplomatie“, in: Helmut K. Anheier/Bernhard Lorentz (Hrsg.), *Wege der Verständigung. Wie Kulturdiplomatie mehr Vertrauen zwischen China und dem Westen schaffen kann*, Essen, 2012, S. 106.

26 | Für die Zahlen vgl. ebd., S. 106.

27 | Vgl. Zhe, Fn. 20, S. 18.

28 | Vgl. Hartig, Fn. 25, S. 106; auch zum Folgenden.

29 | Satzung der Konfuzius-Institute, <http://english.hanban.org/node/7880.htm> [14.04.2015].

30 | Vgl. Hartig, Fn. 25, S. 107.

## Die staatlichen Kulturzentren

Zweifelsohne stehen die Konfuzius-Institute im Mittelpunkt der chinesischen Sprach- und Kulturvermittlung. Allerdings sind sie nicht die ersten chinesischen Kultureinrichtungen im Ausland. Mit neun Chinesischen Kulturzentren (*zhongguo wenhua zhongxin*, 中国 文化 中心) unterhält die VR China bereits seit Ende der 1980er Jahre offizielle Kulturrepräsentanzen in der Welt. Diese Zentren bieten dabei – ähnlich wie die Konfuzius-Institute – umfangreiche Angebote in der Sprach- und Kulturvermittlung an und veranstalten Ausstellungen, Lesungen und Aufführungen von Künstlern, Schriftstellern und Theatergruppen aus bzw. zu China. Sie verstehen sich allerdings weniger als Bildungseinrichtungen, die den Austausch zwischen Universitäten pflegen und intensivieren sollen. Vielmehr zielen sie auf Kulturvermittlung und Kooperation mit Kulturschaffenden und der Öffentlichkeit in den Gastgeberländern ab<sup>31</sup> und sind stärker mit den entsprechenden staatlichen Einrichtungen in China verwoben.<sup>32</sup> Dadurch ist es ihnen möglich, aktuelle inländische Programme und Ausstellungen zeitnah im Ausland sichtbar zu machen. Mit dieser Verknüpfung kann und soll die Arbeit und Vielfalt der gegenwärtigen chinesischen Kulturszene auch im Ausland dargestellt werden. Diesem Ziel dient auch die zunehmende Förderung der Kultur- und Kreativindustrien in China, die zunehmend attraktive Ressourcen aus der und für die zeitgenössische Kunst- und Kulturszene für das Außenimage des Landes bereitstellt. Entscheidend ist, dass diese vorhandenen „Produkte“ glaubhaft zu einer Marke entwickelt werden können.<sup>33</sup>

**Mit neun Chinesischen Kulturzentren unterhält die VR China bereits seit Ende der 1980er Jahre offizielle Kulturrepräsentanzen in der Welt.**

Auch bei Besuchen von Regierungsvertretern übernehmen die Kulturzentren eine wichtige Aufgabe. So empfängt beispielsweise das Zentrum in Berlin häufig Besuch auch höchster chinesischer Regierungsvertreter. Gegenwärtig ist noch nicht klar erkennbar, wie und ob eine strikte Aufgabentrennung zwischen

31 | Vgl. „Kulturzentren und Konfuziusinstitute helfen das Verständnis zwischen China und der Welt zu vertiefen“ (*wenhua zhongxin he kongzi xueyuan you zhu cengjing zhongguo he shijie renmin liaojie*, 文化中心和孔子学院有助增进中国和世界人民了解), 12.03.2009, [http://china.com.cn/news/2009-03/12/content\\_17432834.htm](http://china.com.cn/news/2009-03/12/content_17432834.htm) [14.04.2015].

32 | Es existieren neun chinesische Kulturzentren in Mauritius, Benin, Kairo, Paris, Malta, Seoul, Berlin, Tokio und Ulan Bator, vgl. <http://berlin.cccweb.org> [14.04.2015].

33 | Vgl. Zhu Legeng, „Chinas Kultur der Welt präsentieren“, 23.03.2011, <http://munich.china-consulate.org/ger/whjy/t808944.htm> [14.04.2015].

den Kulturzentren und den Konfuzius-Instituten gelingen kann.<sup>34</sup> Hierbei dürfte die interministerielle Konkurrenz in der Heimat um Zuständigkeiten und Ressourcen eine wichtige Rolle spielen.



Hu Jintao 2011 zum Staatsbesuch in den USA: Der ehemalige chinesische Staats- und Parteichef beklagte mehrfach, dass die chinesische Meinung in der globalen Medienlandschaft zu wenig Gehör fände. | Quelle: Gregory Jones, U.S. Army, flickr ©①.

### **Chinesische Medien oder: Wie verschafft China sich international Gehör?**

Die Internationalisierung chinesischer Medien stellt ein weiteres Kernziel der chinesischen Auswärtigen Kulturpolitik dar. Der ehemalige Staats- und Parteichef Hu Jintao beklagte noch 2008, dass die chinesische Meinung in der globalen Medienlandschaft viel zu wenig Gehör fände, was sich exemplarisch bei der Berichterstattung über die Olympischen Spiele 2008 in Peking gezeigt habe.<sup>35</sup> Eine Ausweitung der chinesischen *public diplomacy*-Bemühungen sollte deshalb vor allem ein Vordringen in die „internationalen ideologischen und kulturellen Märkte“<sup>36</sup> ermöglichen und einen

34 | So ist etwa das Kulturzentrum in Paris mit dem dortigen Konfuzius-Institut eng verflochten.

35 | Vgl. Wang Dandan, „Das westliche Meinungsmonopol knacken“, *Kulturaustausch. Zeitschrift für internationale Perspektiven*, 3/2012, [http://cms.ifa.de/index.php?id=magazin&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=16253](http://cms.ifa.de/index.php?id=magazin&tx_ttnews%5Btt_news%5D=16253) [28.01.2014].

36 | Zit. in Anne Nelson, *China's Grand Strategy for Media? A report to the Center for International Media Assistance*, 22.10.2013, S.17, [http://issuu.com/cima-publications/docs/cima-china\\_anne\\_nelson/3?e=3797659/5326397](http://issuu.com/cima-publications/docs/cima-china_anne_nelson/3?e=3797659/5326397) [14.04.2015].

direkten Kommunikationskanal mit ausländischen Bevölkerungen herstellen. Daher hat die chinesische Regierung seit 2009 rund 8,7 Milliarden US-Dollar in den Fernsehsender *CCTV*, den Auslandsrundfunk *Radio China International* (CRI) und die englischsprachige Zeitung *China Daily* (mit mehreren Regionalausgaben) investiert.

**Die chinesische Regierung hat seit 2009 rund 8,7 Milliarden US-Dollar in die wichtigsten Auslandsmedien investiert.**

*CRI* deckt 43 Sprachen ab. Die Nachrichtenagentur Xinhua soll bis 2020 in 180 Büros rund 80.000 Kunden mit 1.000 Auslandskorrespondenten bedienen. *China Daily* publiziert seit 2009 eine amerikanische, seit 2010 eine europäische und seit 2012 auch eine afrikanische Ausgabe. *CCTV* sendet gegenwärtig auf Englisch, Französisch, Spanisch und seit 2009 auch auf Arabisch und Russisch. Das neu gegründete Format *CCTV America* unterhält ein Hauptstadtstudio in Washington, zu dem sieben weitere Büros in Nordamerika gehören.<sup>37</sup> Auch in Südamerika unterhält *CCTV* sieben Büros. In Kuba ist es der einzige ausländische Sender, über den die Bevölkerung (offiziell) Zugang zu ausländischen Nachrichten hat.<sup>38</sup>

### **Chinas mediales Engagement in Afrika**

Gerade in Afrika lässt sich die chinesische Medienstrategie gut illustrieren. China stößt dort, ähnlich wie bei großen Infrastrukturprojekten, in eine (mediale) Lücke, nachdem sich westliche Agenturen deutlich zurückgezogen haben. Seit 2012 unterhält *CCTV Africa* sein Hauptstudio in Nairobi, Kenia. Dabei versteht man sich auch als Sprachrohr des afrikanischen Kontinents in die Welt mit dem Anspruch, dessen mediale Präsenz mit dem Ziel zu ändern, „auch Potenziale und Lösungen für Probleme und Krisen aufzuzeigen, und diese nicht nur unverblümt darzustellen“.<sup>39</sup> Die staatliche Nachrichtenagentur Xinhua verfügte im Jahr 2012 über 20 Büros in Afrika. Die Regierung eröffnet zunehmend chinesischen Telekommunikationsfirmen spezielle Investitionsanreize für Afrika, bietet afrikanischen Medien technisches Know-how und lädt seit 2004 afrikanische Journalisten zu Schulungen nach China ein. Die Intensivierung der medialen Berichterstattung in Afrika geht einher mit Chinas steigendem wirtschaftlichem Engagement. Als größter Außenhandelspartner Afrikas betrug das Handelsvolumen

37 | New York, Toronto, Chicago, San Francisco, Los Angeles, Houston und Miami. Vgl. ebd., S. 25.

38 | Vgl. ebd., S. 25.

39 | Vgl. Mark Masaai, zit. in ebd., S. 26.

zwischen China und Afrika im Jahr 2013 erstmals mehr als 200 Milliarden US-Dollar.<sup>40</sup>



Die Zentrale von *CCTV* in Peking: Der größte chinesische Fernsehsender hat seit ein paar Jahren einen neuen Hauptsitz und sendet mittlerweile in den sechs Amtssprachen der Vereinten Nationen. | Quelle: Jamie Barras, flickr ©①②③.

Mit dem quantitativen Zuwachs der Auslandsberichterstattung hat sich auch das Programmformat gewandelt. *CCTV* ist es gelungen, einheimische, aber auch ausländische Journalisten und Moderatoren namhafter Nachrichtenagenturen und Fernsehanstalten zu engagieren. Die Anzahl der Auslandskorrespondenten stieg um ein Vielfaches, insbesondere junge, im Ausland ausgebildete Nachwuchskräfte werden gefördert. Anders als im Inland gehörten kritische Interviews, Streitgespräche zwischen Experten und die Einbindung der öffentlichen Meinung zum neuen Ton bei *CCTV News*, dem englischsprachigen Nachrichtenkanal. „Objektive Berichterstattung“ schreibt sich der Sender auf die Fahnen.

40 | „Chinas Regierungschef sagt Afrika Partnerschaft auf Augenhöhe zu“, Reuters, 04.05.2014, <http://de.reuters.com/article/worldNews/idDEKBN0DK06Z20140504> [05.05.2014].

Es hat den Anschein, als ob die fremdsprachigen Programme etwas weniger politischer Kontrolle als die Programme in China selbst unterworfen wären. Die Aufstände auf dem Tahrir-Platz in Kairo, Studentenproteste in der Türkei, Abspaltungsfordernungen im Osten der Ukraine: Fragen der territorialen Integrität und die Infragestellung der gesellschaftlich-politischen Ordnung sind keine Tabuthemen mehr – jedenfalls solange sie nicht China direkt betreffen. Chinas Auslandsrundfunk und -fernsehen wenden sich bislang vor allem den Märkten zu, die wirtschaftlich im Fokus stehen. Wirtschaftliches Engagement und intensive Medienkontakte sowie studentische Austauschprogramme ergänzen sich gegenseitig.<sup>41</sup>

**Chinas Auslandsprogramme scheinen weniger starker politischer Kontrolle als die einheimischen Medien zu unterliegen, jedenfalls solange ihre Themen nicht China direkt betreffen.**

Chinas Stimme findet so zunehmend Gehör und ist auf dem Weg, zu einem einflussreichen Wettbewerber in der internationalen Medienwelt zu werden. Noch bleibt der Mangel an wirklicher politischer Unabhängigkeit allerdings ein wichtiger Hemmschuh, um mit westlichen Nachrichtenagenturen und globalen Programmen wie *CNN* oder *BBC* konkurrieren zu können.

### **CHINAS AUSWÄRTIGE KULTURPOLITIK: EIN BILD VOLLER GEGENSÄTZE**

Zahlenmäßig ist die Expansion außenkulturpolitischer Institutionen und Programme der VR China beeindruckend. Innerhalb kurzer Zeit ist das Land zu einem wichtigen globalen Akteur auf dem Feld der Auswärtigen Kulturpolitik geworden. Besonders die gut besuchten Sprachkurse der Konfuzius-Institute zeigen, dass man auf die steigende Nachfrage reagiert hat. Jedoch sehen sich die Institute mitunter heftiger Kritik ausgesetzt: Sie seien Instrumente, mit denen China seine kommunistische Propaganda in die Welt trage<sup>42</sup> und mit denen die Chinaforschung weltweit im Sinne der herrschenden Kommunistischen Partei beeinflusst werden sollte.<sup>43</sup> Erstere Kritik kann häufig als überzogen gelten. Doch bleiben kontroverse Themen wie die Situation in Tibet oder das Verhältnis zu Taiwan in den Instituten ausgeklammert. Hingegen soll die traditionelle Kultur des alten China für ein positives Image der modernen Volksrepublik genutzt werden. Denn noch ist etwa die Medien- und Kreativszene des modernen China im Vergleich zu Japan, Korea und selbst Taiwan weniger bedeutend.

41 | Vgl. Nelson, Fn.36, S.26.

42 | Vgl. Hartig, Fn.25, S.107.

43 | Vgl. ebd., S.108.



Der südafrikanische Präsident Jacob Zuma mit dem chinesischen Staatschef Xi Jinping 2013 in Durban: Gerade in Subsahara-Afrika geht die chinesische Kulturpolitik mit vermeintlich konditionsloser Entwicklungshilfe Hand in Hand. | Quelle: Siyabulela Duda, GCIS ZA, flickr ©①②.

Soll eine moderne Auswärtige Kulturpolitik auch ein offener und kritischer Dialog zwischen Gesellschaften sein – und nicht ein Instrument einzelstaatlicher Interessenpolitik –, so muss sich in ihr das gesamte pluralistische Spektrum einer Nation spiegeln. Diese Pluralität muss jedoch inhaltlich und institutionell „abgesichert“ sein. Ein von Regierungsseite als allgemein verbindlich vorgegebenes Bild einer Nation widerspricht diesem Anspruch. So warnt Joseph Nye zu Recht: „Information, die im Verdacht steht, Propaganda zu sein [...], dürfte [...] sich als kontraproduktiv erweisen, da sie den Ruf und die Glaubwürdigkeit eines Landes untergräbt“.<sup>44</sup> Die de facto stattfindende gesellschaftliche Pluralisierung Chinas muss sich deshalb auch in der Auswärtigen Kulturpolitik Chinas wiederfinden. Nur so kann China dem Verdacht entgegentreten, seine *soft power* ausschließlich mit staatlicher Macht generieren zu wollen.

Die innenpolitische Dimension der *public diplomacy* Chinas wird dabei deutlich. *Soft power* dient hier nicht allein außenpolitischen Zielen. Sie soll auch im Inland gesellschaftliche Kohärenz in Bezug auf Kultur und nationale Identität schaffen. In China stützt die Ausstrahlung nationaler Stärke (*zonghe guoli*, 综合国力) nach außen die Legitimität der kommunistischen Einparteiherrschaft.

44 | Joseph Nye, „Public Diplomacy and Soft Power“, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, 1/2008, S. 100-101.

Das bisherige Motto einer „harmonischen Gesellschaft“ wurde unter der neuen Führung Xi Jinpings um den „Chinesischen Traum“ (*zhongguo meng*, 中国梦) als neues identitätsstiftendes Moment erweitert.

Doch zeigt die bisherige, staatszentrierte Strategie der Auswärtigen Kulturpolitik der VR China durchaus Erfolge. Dies trifft besonders auf Entwicklungs- und Schwellenländer zu.<sup>45</sup> Gerade in Afrika ist sie Teil eines systematischen Vorgehens, bei dem außen- und entwicklungspolitische Ziele mit „harten“ und „weichen“ Maßnahmen synchron und integriert verfolgt werden:

(Scheinbar) konditionslose Entwicklungs hilfe, vor allem im Infrastrukturbereich und bei den Rohstoffabkommen, wird flankiert von einer steigenden Präsenz in Form von Kulturprojekten, Konfuzius-Instituten und chinesischen Medien.<sup>46</sup> Die Medienpräsenz Chinas wird in Afrika als Gegengewicht zum Westen wahrgenommen – besonders dadurch, dass die gemeinsame Rolle als Entwicklungsland hervorgehoben wird.<sup>47</sup> Über staatliche Stipendien studieren zudem mittlerweile Zehntausende junger Afrikaner an chinesischen Universitäten. Damit versucht Peking gezielt, zukünftige junge Eliten in Entwicklungsländern frühzeitig an sich zu binden. Ganz unumstritten ist das chinesische Engagement – trotz aller außenkulturpolitischen „Einrahmung“ – nicht. So sah sich der chinesische Premierminister LI Keqiang kurz vor Beginn einer mehrtägigen Afrikareise Anfang Mai 2014 genötigt, auf zunehmende Kritik aus Afrika zu reagieren. In diesem Zusammenhang verkündete er, dass China „nicht den Weg des Kolonialismus einschlagen werde“.<sup>48</sup>

**Die Medienpräsenz Chinas wird in Afrika als Gegengewicht zum Westen wahrgenommen – besonders dadurch, dass die gemeinsame Rolle als Entwicklungsland hervorgehoben wird.**

45 | Vgl. Kurlantzick, Fn. 10.

46 | Vgl. BBC Online, „Ying mei: Zhongguo dui Feizhou meili waijiao bingfei zhi wei ziyuan“ (Englische Medien: Die Charme-Diplomatie Chinas gegenüber Afrika dient nicht nur dem Ziel der Ressourcensicherung), 30.04.2013, [http://bbc.co.uk/zhongwen/simp/pressreview/2013/04/130430\\_press\\_china\\_africa.shtml](http://bbc.co.uk/zhongwen/simp/pressreview/2013/04/130430_press_china_africa.shtml) [30.01.2014]; vgl. Markus M. Haefliger, „Chinas ‚Soft Power‘ in Afrika“, Neue Zürcher Zeitung, 04.01.2013, <http://nzz.ch/aktuell/international/uebersicht/1.17919726> [14.04.2015].

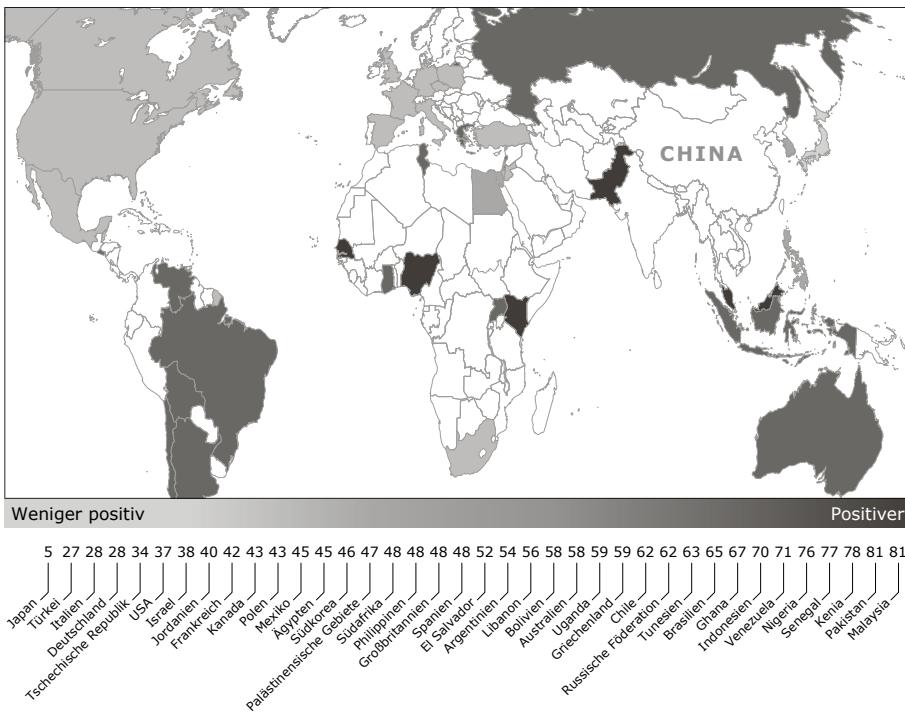
47 | Vgl. BBC Online, Fn. 46.

48 | „Chinas Regierungschef sagt Afrika Partnerschaft auf Augenhöhe zu“, Reuters, 04.05.2014, <http://de.reuters.com/article/worldNews/idDEKBN0DK06Z20140504> [14.04.2015].

Abb. 1

**Chinas Image weltweit**

**Anteil derjenigen, die ein positives Bild von China haben,  
Angaben in Prozent**



Quelle: Eigene Darstellung nach: Pew Research Center, Fn. 49.

Die Auswärtige Kulturpolitik Chinas wird auch in Zukunft, trotz erheblichen finanziellen und personellen Aufwandes, an Grenzen ihrer Wirksamkeit stoßen. So dürfte sich der exklusive Charakter der eigenen Kultur als Hindernis für einen auf „gleicher Augenhöhe“ stattfindenden Dialog der Kulturen erweisen. Die hohe Attraktivität und Anschlussfähigkeit westlicher Kultur speist sich nicht zuletzt gerade aus ihrer Offenheit für fremde Kultureinflüsse, aber auch aus ihrem Anspruch, universale Werte zu vertreten. Die Auswärtige Kulturpolitik dient gegenwärtig wesentlich dem Ziel, die weltweiten Bedenken und Ängste gegenüber dem chinesischen Aufstieg abzufedern. Tatsächlich zeichnen weltweite Meinungsumfragen ein gemischtes Bild: Auch wenn soft power direkt kaum messbar ist, verweisen verschiedene Untersuchungen bei der allgemeinen Frage nach dem positiven Einfluss eines Landes regional unterschiedliche Bewertungen: Das Pew Global Attitudes Project zeigt eine deutliche Kluft zwischen einem überwiegend

positiven öffentlichen Image Chinas in Afrika und Lateinamerika und einem deutlich negativeren Bild in westlichen Ländern.<sup>49</sup> Die steigende geopolitische Bedeutung Chinas sowie seine intensiven außenkulturpolitischen Anstrengungen haben sich also noch nicht im erhofften Umfang in einem eindeutig positiven Image des Landes niedergeschlagen.

Europa sollte diese Entwicklung ernst nehmen und seine eigenen Instrumente der Auswärtigen Kulturpolitik kritisch hinterfragen. Wir können es uns nicht leisten, dass sich ein Kontinent wie Afrika zunehmend von Europa abwendet. Gleichzeitig muss Europa aber seine Grundwerte gegenüber China offensiv vertreten – eine zeitgemäße Auswärtige Kulturpolitik ist dabei eine Schlüsselressource.

49 | Vgl. Pew Research Center, „Global Image of the United States and China“, 18.07.2013, <http://pewglobal.org/2013/07/18/global-image-of-the-united-states-and-china> [14.04.2015].