

# 《国家软实力的模式建构——从传播视角进行的战略思考》

## 书籍信息

版次：1  
页数：  
字数：238000  
印刷时间：2013年01月01日  
开本：12k  
纸张：胶版纸  
包装：平装  
是否套装：否  
国际标准书号ISBN：9787308108942

## 编辑推荐

本书阐述了传播对于国家软实力建构的意义，对于传播与国家软实力建构作出了界定与思考，建立了建构国家软实力的战略思考体系。

## 内容简介

导语传播对于国家软实力建构的意义不只是信息的传递，更重要的是能够通过各种行动引发与其他国家的互动与交流，并且在获得对方认同的状况下，赢得对方的友谊与支持。《国家软实力的模式建构--从传播视角进行的战略思考》(作者王思齐)是关于研究中国传播媒介的专著。内容提要《国家软实力的模式建构--从传播视角进行的战略思考》内容介绍：早在1975年，英国史学家阿诺德·汤恩比(Arnold Toynbee)就已经预言：“21世纪是中国的世纪。”今日看来，汤恩比的预言可谓是真知灼见。然而，中国的崛起并非毫无隐忧。首先，以代工生产为动力的经济发展模式正面临转型升级的压力。其次，中国的崛起让西方国家感到忧虑，深恐自己的世界领导权因此旁落。其三，经济快速发展所导致的迅速“西方化”及对中国固有文化的冲击必须加以注意。最后，在国际地位日渐高升的态势下，中国必须通过各种具体行动与传播行为明示自己“和平崛起”与“和谐发展”的国家主张，并积极营造正面的“国家形象”，以争取国际社会的“认同”与“友谊”，及避免因误解而造成国际冲突的可能性。显而易见，中国的未来发展与国际情势的走向都和中国的“国家主张”与“国家形象”有关。国家主张是引领国家发展方向的根本，也是决定国家资源如何投入与运用的指导纲领。国家形象则是国家给予国际社会的整体观感，也是国际社会对该国进行定位与决定互动方式的重要依据。两者之间，作为体现国家政治理念的国家主张具有较高的位阶与管理能力，因此对于国家形象的建设方向具有决定性的影响力。不过，国家主张能否实践及国家形象能否顺利建构则与国家力量的强弱有关。国家力量的建设正是国家发展的基础。国家力量是一个抽象概念，是各种“有形”与“无形”力量的集合体，其建设除了与资源多寡有关外，更与投入方向及运用方式有关。“力量”本身是中性的，其强弱与效果决定于目标设定的“合理性”与运用方式的“正确性”。目标合理且运用正确不但可以事半功倍，而且可以表里兼顾，既赢得实质，又赢得声誉。反之，则可能顾此失彼或满盘皆输。因此，力量的运用必须依循战略规划的思维。战略是一种科学，更是一种思维、一种艺术和一种哲学，其目的是在坚守战略目标的前提下，以资源投入最少的方式，在最短的时间内，达成战略目标的要求。战略本为军事用语，其意义在于善用资源，克敌制胜。然而，随着政治主张的进程与国家发展的多元化，战略的意义与运用的范围被广泛地延展到各个不同的层面。不过，其根本仍然是通过各种力量的运用以达成既定的目标，因此必须在服从国家主张的状况下进行规划与开展，才能避免相互抵触，彼此抵消。力量是战略规划

的基础，因此对于力量的认知与盘点是战略规划的首要工作。传统上，国家力量被认为是由政治、经济、军事、外交、科技等力量所构成的，且运用的方式主要是从“竞争”的视角开展的，因此胜利往往是建立在对方的失败(损失)之上。然而，这种“零和概念”的战略思维正是造成国际社会争端不断的因子，也是没有任何国家能够永葆长青的主要原因。当所有的目光都集中于经济、军事和外交的竞争之际，哈佛大学教授约瑟夫·奈(Joseph S. Nye)提出了“软实力”的概念，将国家力量划分为“硬实力”和“软实力”两种。简而言之，硬实力就是“以力服人”的压制性力量，其作用在于以“威吓”与“征服”为手段，迫使对方接受自己的主张或意图；软实力则是“以德服人”的同化性力量，其作用是经由“说服”与“认同”的过程，让对方心悦诚服地接受自己的诉求和理念。软实力概念的提出为国家发展提供了新的思考方向，也为国家力量的建设与运用提供了新的方式。软实力的基础在于说服与同化，因此与频繁和有效的传播活动紧密相关。然而，在过往专注于硬实力建设的时代，传播并没有被视为建构国家力量的主要元素，充其量也只是被当成推动既定目标的工具，且运用的重点主要集中于大众传播的层面。在软实力的重要性被日益发掘出来，且传播行为日益多元化与复杂化之际，从传播的各种不同层面对国家软实力的建构进行全方位的探索也就成为极具时代意义的研究课题。传播对于国家软实力建构的意义不只是信息的传递，更重要的是能够通过各种行动引发与其他国家的互动与交流，并且在获得对方认同的状况下，赢得对方的友谊与支持。因此，传播与国家软实力建构的思考层面应该包含“国家的主张与传播的理念”和“国家形象的建立方式”两大层面；至于形象建立的部分除了大众传播媒介之外，也应该将国家行为(包含国家领导人及重要领导者、社会精英与公众人物、国民素质与公民表现等)、观光旅游产业、会议展览产业、文化创意产业等具有传播意义的行动及产业发展方式一并纳入探讨的范围，才能得到较为完整的战略思考体系。《国家软实力的模式建构--从传播视角进行的战略思考》的作者是王思齐。

[显示全部信息](#)

## 作者简介

王思齐，浙江工业大学中国中小企业研究院品牌动力研究所副所长，复旦大学国际公共关系研究中心研究员。浙江大学传媒与国际文化学院传播学博士，澳大利亚邦德大学国际关系和传播学硕士。主要研究领域为媒介经济、(国家)软实力及文化创意产业。已发表《中国应该如何主张——从文化传播与商业动力进行的思考》《网络政治信息的分享及影响力》《电子纸：下一波媒介经营的决胜关键》等多篇论文。

## 目录

## 第一章 传播、国家软实力与大国崛起

### 1.1 软实力概念的源起与发展历程

### 1.2 传播——应予深化及扩展的研究方向

### 1.3 研究思路与研究视角

### 1.4 研究理念

## 第二章 传播与国家软实力的建构

### 2.1 国家与国家力量

### 2.2 国家发展的意义

### 2.3 综合国力的意义与构成要素

### 2.4 软实力的意涵探索

### 2.5 传播在国家发展历程中的角色与功能

### 2.6 如何以战略眼光建构国家软实力

## 第三章 国家主张与传播意理

### 3.1 欧洲中心论——西方霸权思维的根源

[显示全部信息](#)

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)