

软实力(SOFT POWER):它是一国通过吸引和说服别国服从你的目标从而使你得到自己想要东西的能力,分为政治价值观(当这个国家在国内外努力实现这种价值观时)、文化(在能对他国产生吸引力的地方起作用)及外交政策(当政策被认为合法且具有道德威信时)。

# 软实力与中国梦

法律出版社  
LAW PRESS · CHINA

ISBN 978-7-5118-1572-9



大陸資訊及研究中心



0052038

出, 七  
属 繁荣  
繁荣  
繁荣指明了方向。

10月举行的党的十七大上提  
一个重要的战略任务。党的十  
明确提出:推动文化大发展大  
“十二五时期”文化的发展



李希光◇主编

国家社科基金重点项目“我  
国文化软实力发展战略研究”课  
题组组长、清华大学国际传播研  
究中心主任、西南政法大学世界与中国  
议程研究院院长。

## 中国模式

### 将为亚非拉寻找共同道路提供借鉴

尼泊尔驻华大使坦卡·普拉萨德·卡尔基表示,参观过18个省、自治  
区和直辖市,看到了传统文化、经济发展和自然保护的有机结合,这一切  
都是国家形象的组成部分。通过这些随机的观察,我认为中国大陆城市社  
会经济、基础设施的飞跃发展已经可以和发达国家相媲美。

无论“北京共识”或“中国模式”是否能为亚洲、非洲和拉丁美洲渴  
望经济发展的国家带来实在的政策影响,一件事是可以肯定的:那就是未  
来关于政治经济的学术讨论中一定会加上新的一章。中国模式能够为如  
何利用国家和市场,并同时消除它们的极端情况提供很好的借鉴。换句话  
说,中国在国家社会经济力量发展中,协调个体积极性和公共控制的能力  
已经是其他发展中国家认可的软实力。

我们欢迎中国倡议在全世界开办孔  
子学院,伊斯兰堡的孔子学院进展顺  
利。我们欢迎对中国语言和文化学校,  
以及政治家、议员、商人和文明社会代  
表们的学习和东方之旅进行投资。中  
国的饮食一直受欢迎。但下一个世界将  
是中国企业模式、文化、传统医学甚至  
电影的混合物。

巴基斯坦驻华大使  
马苏德·汗

## 李希光: “重庆梦”重新定义中国软实力

过去500年来,现代性来自西方,而今天的现代性来自北京鸟  
巢、上海世博园、重庆朝天门。重庆故事展现的是资本主义市  
场、社会主义计划经济、国有经济、私人经济、全球化文化、红  
色的革命文化多元共存的现代性模式。英国记者、《当中国统治  
世界》一书作者马丁·雅克说,“很多人仍旧认为,只存在一种  
现代性模式,那就是西方的现代性模式。”“现代性是由两个因  
素形成的,一方面是市场竞争、技术,这些可能趋同的因素,会  
把不同国家带到更相似的发展模式上;另一方面,现代性是由历  
史、文化所促成的,这些因素在不同国家之间差异很大,这些因  
素也潜在影响到社会关系、习俗和制度,不仅涉及政治和意识形  
态方面的制度,同时也包括经济制度。”

重庆唱红是用最少的投入,重新获取人民群众对党和政府的  
信任,壮大拥护党和政府的追随者和支持者。

国政协外事委员会主任赵启正:

### 1强公共外交 提升软实力

中国公共外交的任务很明了,就是向世界说明中  
国中国的国情,说明中国的政策,回答外国对  
中国的问题同时了解对方的想法。仅此而已。公众参  
加之后,中国的话语权就自然增加了。通过公共外交  
希望国际对中国的事情的了解和实际接近,至于如何  
评价,那完全是各国的媒体和外国人的自由。



# 软实力与中国梦

## 北京大学历史系教授王希：

软实力是不是应该包含有世界性的内容？中国人把姚明看成是一种中国的象征，中国的骄傲，但姚明同时也是NBA的明星和骄傲，他也是NBA的象征性标志。那姚明到底是中国的软实力的象征呢，还是美国的软实力的象征呢？姚明自己又是如何看待自己的角色呢？

## 纽约城市大学政治学教授孙雁：

在全球瞩目的北京奥运会开幕式上，出现了不少少数民族成员：林跃（羌）、朗朗（满）、宋祖英（苗）、潘多（藏）、李宁（壮）。他们不但出场，还扮演了显著的角色。如果让他们穿上本族服装，配以对他们在中国乃至世界上“之最”的介绍，会让世界感到少数民族不但在中国有机会成功，而且可以是最成功的。



## 澳大利亚麦考瑞大学教授内忍·奇蒂：

“仁义”是儒家哲学思想中两个概念的合体。在公共外交中运用“仁义”，或其在西方对应的价值观，将会为建立一个可持续发展的世界政治环境添砖加瓦。可持续发展的世界政治并非是为保障自身安全而追求权力，它是为保障集体的、无排斥性的安全而对权力进行管理。它以人道主义精神和互惠精神原则为基础，而这些原则同样也蕴含在“仁义”理念中。

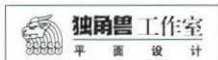
## 美国加州杰普曼大学教授贾文山：

对中国而言，她的理想的全球传播模式是也应该是和谐地球村，这既是一个古老而又全新的理想。这个以和谐为导向、形象为基础、实力为中心的模式既体现了自我利益，也体现了他者利益；既体现了个人的利益，也体现了团体的利益；既体现了民族国家的利益，也体现了整个全人类的利益。它超越了奥巴马所采用的实力导向、民族国家为基础的个人主义和精英主义的巧实力模式。

## 复旦大学新闻学院副教授周笑：

以国家为限的利益划分格局正受到越来越多的挑战；国家软实力真正的价值基点，是独立社会个体，而且首先是那些有能力创造、引导民族或区域文化的代表人物。他们可以是像梁启超、季羨林、鲁迅先生那样，在新老、中外文化的深度交融中孵化出来的精英；也可以是像杨振宁、朱棣文这样的外籍华人，骨子里始终是中华文化的血脉；还可以是像利玛窦、郎世宁这样为中西文化交融作出贡献的外籍人士。他们共同的特征就是以一己之力，传达、继承、创造着中华文化，成为可以纪念和效仿的具体楷模，铸就了国家软实力的真实价值基础。

本书是国家社科基金重点项目“我国文化软实力发展战略研究”的阶段成果



上架建议 中国政治

ISBN 978-7-5118-1572-9



9 787511 815729 >

定价：48.00元

# 目 录

序言 创造中国梦 推销软实力 李希光 / 1

前言 中国软实力发展战略 朱英璜 / 1

## 第一部分 国家品牌力

文明古国与现代软实力 马苏德·汗 / 3

中国模式将为亚非拉寻找共同道路提供借鉴

坦卡·普拉萨德·卡尔基 / 6

中华文化软实力的重塑 辛旗 / 10

中国制造转向中国创造 杨明皓 / 15

打造国家品牌 建立精准理念 范英 / 19

民主转型与国家形象力 孙哲 / 28

## 第二部分 国家凝聚力

软实力的硬内容:国家制度和核心价值观 王希 / 43

国家核心价值与文化安全 史安斌 / 52

国家团结与软实力建设 希拉里·罗斯曼 / 58

内圣外王:软实力需从国内建设 李雪 / 67

## 第三部分 国家话语力

如何加强中国国际话语权 孙雁 / 79

中国媒体在建设软实力时避免成为别国传声筒 吴玫 / 90

- 网络舆论对中国外交的作用 赵瑞琦 / 95  
新媒体外交初探 季萌 / 109  
公民网站与公共外交修复 毕子甲 / 118  
媒体外交与软实力建设 乔木 / 142

#### 第四部分 国民外交力

- 中国需要加强公共外交 赵启正 / 153  
公共外交:短期讨好,还是建立长期伙伴关系?  
内忍·奇蒂 / 156  
公共外交研究的四个理论维度 周庆安 / 171  
美国公共外交的理论与实践 宋颖 / 179  
中国军队软实力的内涵、资源与运用 魏超 / 188

#### 第五部分 文化渗透力

- 跨文化传播视野下的文化软实力 单波 罗新星 / 199  
中国历史上五大软实力客体 汪力娟 / 207  
面子与实力:中美全球传播模式比较 贾文山 / 214

#### 第六部分 软实力战略与策略

- 从宣传到传播:软实力战略核心 叶皓 / 223  
软实力的核心是国家战略能力 张文木 / 237  
提升中国文化软实力的基本路径 孙英春 / 242  
加强软实力 善用“巧实力” 郑保卫 / 250  
传媒全球化下的有效对外传播策略  
李珮 刘海燕 / 257

#### 第七部分 软实力的负面性与局限性

- 美国旧战略的新语言 郑己烈 / 267  
媒介、民族国家与软实力的悖论 梅琼林 / 290  
国家、个人、社会与一个悖论 周笑 / 297  
软实力的消极面与局限性 杜涛 / 306  
品牌背后的国家安全 罗军 / 313

## 第八部分 案例分析

软实力框架下讨论 1949 年以来中国对外援助

莫瑞登·瓦拉尔 / 327

从乌鲁木齐“7·5”事件看舆论引导

侯汉敏 卢春萍 / 345

从媒介人物看中国软实力的变迁 周敏 吴鸿亮 / 352

互联网上的中国环境形象:以《中国日报》为例

纪荔 内忍·奇蒂 / 362