

传媒实力与综合国力比较研究

传媒： 国家软实力

谢征
著

EDIA

SOFT POWER



中国出版集团



世界图书出版公司

传媒：国家软实力

传媒实力与综合国力比较研究

谢征 著

中国出版集团
世界图书出版公司
广州·上海·西安·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

传媒：国家软实力：传媒实力与综合国力比较研究 / 谢征
著 . -- 广州：世界图书出版广东有限公司，2015.6
ISBN 978-7-5100-9659-4

I . ①传 II . ①谢 III . ①传播媒介—关系—综合国力—研究—中国 IV . ①G219.2 ②D6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 144159 号

传媒：国家软实力——传媒实力与综合国力比较研究

策划编辑 赵 泓
责任编辑 汪再祥
封面设计 梁嘉欣
出版发行 世界图书出版广东有限公司
地 址 广州市新港西路大江冲 25 号
电 话 020-84459702
印 刷 虎彩印艺股份有限公司
规 格 787mm×1092mm 1/16
印 张 11.75
字 数 190 千
版 次 2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月第 1 次印刷
I S B N 978-7-5100-9659-4/G·1849
定 价 38.00 元

版权所有 侵权必究

序

综合国力是各个行业领域发展的宏观背景，各个行业的发展多少是在这个宏观背景中消长，从而呈现出国家实力的总体变化，从一个国家在某一阶段对于某些领域的格外重视，可以看到这个国家在这个阶段发展的重点和主要任务。传媒领域也不例外，传媒体系的发展是在国家总体布局中开展的，因此从横向上来看，传媒发展是综合国力提高的一个组成部分。而从纵向上来看，国家近些年来，对于传媒发展的重视程度有所提高，这反映了中国在经历一段时期的经济快速增长之后，对于社会文化等因素的重视。

所以，提出传媒实力和综合国力比较研究的命题是有价值的。这样的价值至少体现在三个方面。

首先，提出将传媒研究置于综合国力理论框架下的研究视角，是对现有传媒研究的拓展和创新。现有的传媒研究汗牛充栋，涉及到传媒研究的方方面面。但是跳出来看，这样的研究多数是将“本体”研究放在一个最重要的位置上，很多的情况下，是在“就传媒谈传媒”，谈传媒的功能、价值、影响、意义等等，都始终没有跳出传媒本身的框架。这样的做法一方面是有好处的，因为只有开展好本位研究，了解本体的特征，才能够认

识事物的本质特点。但是另一方面，这样的研究也有一定的缺失。上面谈到，作为行业领域发展的宏观背景，综合国力是一个大的背景，了解本体在一个大的背景下的变化，体现的是本体在宏观环境中的走势。因此，把传媒研究置于综合国力理论框架下，无疑拓展了传媒研究的范围。

其次，软实力或者说文化软实力研究近年来引起广泛关注。事实上，原始的理论中谈的是“软实力”，它强调的是一种吸引力，强调“认同”的力量。由于这种力量作用方式与文化的作用方式一致，而且文化在发挥软实力作用时要占据非常重要的位置，所以在中国，“文化软实力”一词获得了更高的认可度。因此，将传媒实力作为国际竞争软实力来进行认识，符合当下的行业实际，并将重要理论与本学科研究结合，瞄准了学科关注的热点区域。传媒实力要为软实力发挥作用产生重要影响，而软实力又是当代国家综合国力的重要组成部分。由此可以看到，传媒实力在当代综合国力中占据的位置是重要的，这与现在所处的历史条件相关。

其三，对于传媒在当代国家中的重要作用应当如何合理的界定？有没有一种概括可以说明传媒在当代综合国力中的地位和作用？传媒建设应当提高到怎样的高度？这也是在这一命题之下，需要探索的问题。通过研究，专著的观点是，应该“从提高综合国力和国际竞争力的高度来认识传媒实力的增强”。这个结论符合行业的现时发展和国家宏观发展的客观规律。结论可以提高对传媒认识的深度和层面，深化对传媒认识的内涵，有利于传媒业的发展和提高。如果从这个结论的角度去看，可以发现发展传媒不仅是一个具有本位意义的命题，它对于国家发展的很多方面都有影响。因此，这个结论也就能够有说服力。

这本专著是以博士学位论文为基础撰写的。在撰写博士学位论文的时候，对于传媒实力和综合国力的研究是比较“稀缺”的，较少有研究会从传媒实力与综合国力比较研究的角度，来关注传媒的发展。专著分七个层面，对于传媒实力和综合国力的比较，作了层层推进式的研究。研究首先从对于综合国力的研究着手，指出了这种研究具有的特点和随时间发展的演变，进而把传媒实力带入到这个研究体系中，指出传媒实力对于综合国力研究的重要意义。值得指出的是，博士学位论文成文的这几年，也正是软实力理论在我国，甚至在全球影响力大为扩张的几年，把传媒实力和软实力理

论联系起来，一方面是理论研究的切实需要，另一方面也是对学术热点的回应。这样的联系很好的融合在了整个专著之中，使得传媒实力、软实力、综合国力这三者，形成一种递进关系，并能够为本专著的理论架构张本。

传媒实力与综合国力的研究仍然是可以进一步开掘的。在这一框架下，还可以延伸出一系列的研究问题。例如：传媒与其他行业的关系是怎样的？在行业经济发展中，传媒将来可能被置于怎样的位置上？在传媒发展的过程中，除了有传媒业与一国发展的关系，还有地区传媒与地区发展的关系。在这样的关系处理上，中国各处的做法有何异同，又有哪些是可以改进的？这些问题都可以在后续的研究中进行探讨和专题研究，这也是从事传媒与综合国力比较研究的学者可以进一步开拓的方向。

光阴荏苒，日月如梭。现在，我已经是湖南理工学院新闻传播学院的一名教师。但尽管时光远走，在中国人民大学求学时的点点滴滴仍然历历在目。在品园三舍如同奋力登山般的学习和写作，成为我日后成长最好的奠基石。读博士期间的种种经历，都成为我人生的宝贵财富，也值得我日后加倍珍惜。同样值得提出的是在我做博士后期间，广州日报报业集团和复旦大学新闻学院给予我的种种滋养。正是有了广州日报报业集团的欣赏和资助，才有了这本专著的正式出版。而我所在的湖南理工学院，则给予了我很多时间和精力上的宽容，让我能专心做好出版专著这样的工作。

理论研究需要经得起实践和时间的检验。希望专著能够成为关心传媒与综合国力比较研究学者们品读的一页心香；希望我花时间和精力做的这项工作，能够引起同行学者们的一些关注；也希望传媒与综合国力的比较研究能够延续和获得更多发展。

谢 征

2015年3月于湖南理工学院

前 言

传媒实力是综合国力中重要组成部分之一。从前提这个命题很可能会受到一些质疑，但是在当下——文化的国际竞争表现得如此明显，传媒的发达使其本身深入到社会生活的各个方面——这个命题应当会得到更多人们的理解和重视。在一次层次较高的关于综合国力的系统研究中，综合国力的7类85个指标中，有2项指标与传媒直接有关，一项是“电视人口覆盖率”、一项是“万人上网人数”。^[1]相对于综合国力研究而言，传媒研究应该占有什么样的地位，传媒实力应该如何来科学认定，应当逐渐成为重要的问题；而相对于传媒研究而言，把本体研究放在一个更广阔的背景之下，也应当是一种新的视野。

尽管“文化软实力”在中国已经是一个让人们熟识的词汇，但作为理论源头，约瑟夫·奈提出的“软实力”，还是有其独特内涵。软实力的作用分析、内容分析、结构分析对于传媒研究也应当是有启示的，因为把这

[1] 见中国科学院可持续发展战略研究组撰写的《可持续发展综合国力评价指标体系》，载中国经济网 http://www.ce.cn/ceph/zjlt/rdzt/200503/24/t20050324_3412910.shtml。

两者联系起来的时候，总是可以发现一些有着重要和紧密联结的地方。这样的联结对于如何增强软实力，如何使能产生软实力效果的传媒更进一步，都具有富启发性的意义。

本书做了两个方面的工作，第一是将传媒研究和综合国力研究联系起来；第二是将传媒研究和软实力研究联系起来，这两项工作都具有一定的意义。通过这样的研究，可以发现综合国力研究对于传媒关注的值得提高之处；可以发现传媒在当代社会中正在发挥出一种“软实力”的功能和作用；可以发现类似于综合国力、国家（地区）竞争力研究的国家（地区）传媒实力研究与评测的重要意义；可以发现现实环境下的传媒研究并不是孤立和只具有本位意义的，传媒实力的提高关系到国家（地区）综合实力和综合国力（地区）竞争力的提高和发展。

本书的研究文献主要来自于四个方面。第一方面是有关综合国力的研究文献。这些文献包括对综合国力问题成系统的研究，如《综合国力论》《综合国力新论》《综合国力度量理论》《国家实力评估：资源、绩效、军事能力》《无情的较量——知识与综合国力》《2020年的世界——对未来实力、文化和繁荣的展望》《国家间政治》；对综合国力专题性问题的专门研究，如《综合国力对比方法研究》《中美日俄印有形战略资源比较》；以及与这一问题有关的资料性内容，如涉及到综合国力的古代典籍和一些综合国力研究的计算公式、设计指标等。这些内容为本书开展在综合国力理论框架中的传媒研究提供了良好背景，呈现出综合国力研究的发展脉络。第二方面是有关软实力的理论书籍。这些书籍主要包括哈佛大学肯尼迪政府学院教授约瑟夫·奈所著的《软实力——世界政治中的成功手段》《理解国际冲突》《美国霸权的困惑——为什么美国不能独断专行》，以及与此有关的《大国的兴衰：1500-2000年的经济变迁与军事冲突》《全球通史》等国际关系学、世界历史方面的专业书籍；同属这一内容的还有关于软实力探讨的学术论文和报章时评，这些文章大多侧重于软实力的某一个方面，从一个侧面和一个角度论述软实力的影响、作用、功能。这方面文献为本书探讨软实力和传媒的关系提供了较好的理论铺垫，为研究可以产生软实力效果的传媒提供了一个本来意义上的轮廓。第三方面是传播学和新闻学的理论文献。主要专著有《传播理论：起源、方法与应用》《大众传播模式论》《公众舆论》

《创新的扩散》《理解媒介——论人的延伸》，以及《理论新闻传播学导论》《新闻学概论》《传播学教程》《现代大众传播学》《大众传播学》《传媒影响力》等，主要论文有《议程设置理论与后大众媒体时代的民意研究》《麦克卢汉对美国传播学的冲击及其现代文化意义》等。通过对于这些理论文献中相关内容的分析和运用，来探讨传媒与软实力的理论联系。第四方面文献主要是阐释传媒在当代社会中某一方面影响、问题的文献，如将全球传播与软实力联系起来的《软力量与全球传播》，实证研究传媒实力的《中国传媒迅速崛起的实证分析》《中国传媒普及率追赶的实证分析》，探讨媒介经济现象的《关于媒介经济的若干问题》，探讨传媒核心竞争力的《试论新闻传媒核心竞争力的开发》，探讨国际传播的《国际传播与国家形象》，探讨媒介政治功能的《大众媒介的政治社会化功能》，探讨政府传播问题的《政府传播机理初探》，探讨传媒对分众影响的《大众媒介对儿童的影响》等等，对于这些文献的研究和运用，从不同方面为论证传媒在当代社会中发挥出软实力的作用提供了良好的理论和实证支撑。因为还涉及到传媒实力如何增强、传媒实力评测、传媒业的国际竞争等具体问题，文章还涉及到《政治经济学》《管理现代化》《传媒产业发展的系统理论分析》等与经济、管理和产业发展有关的文献，《社会研究方法基础》《统计学教程》《媒介市场评价研究——理论方法与指标体系》等与社会科学研究方法有关的文献，和《竞争力经济学》《竞争优势》《传媒竞争力》等与竞争力研究有关的文献。另外，本书还采用了一些网络资料，通讯社和报章的有关时评和报道。

所有文献为本书的研究提供了重要基础。因为在综合国力框架中认识传媒实力、把传媒实力作为一种国际竞争软实力来进行探讨是一项独特的工作，研究在文献基础上作了独立的立论和论证。全书共分为七章，作了这样一些方面的探讨：综合国力研究对于传媒实力的观照尚有一定缺失、软实力正成为综合国力的重要考量对象、传媒实力和软实力在理论上具有重要联系、传媒实力正在发生多维的作用和影响、传媒实力在国际竞争中日益重要、传媒实力需要科学测评，同时还就作为软实力的传媒实力建设进行了一些分析。

目录

序 / 1

前言 / 1

第一章 综合国力研究和评测的发展 / 5

一、综合国力研究的学术前史 / 6

（一）从古代到近代的国力研究 / 6

（二）现当代综合国力研究及评测的发展 / 9

二、当代综合国力研究基本理论和指标体系 / 13

（一）综合国力基本理论 / 13

（二）综合国力评价指标体系和评测 / 16

三、对综合国力研究的评价 / 22

第二章 软实力成为综合国力的重要考量对象 / 25

一、软实力是综合国力的重要构成 / 26

（一）“软实力”研究溯源 / 26

（二）当代社会需要增强软实力 / 30

二、软实力的实力来源与构成内容 / 34

(一) 软实力的实力来源 / 34

(二) 软实力的构成内容 / 36

第三章 传媒实力与软实力关系的理论认识 / 42

一、传媒的信息传播活动是软实力的表现 / 43

(一) 信息传播是媒介最重要的社会功能 / 43

(二) 传媒通过信息传播设置议程 / 45

(三) 传播活动在受众中产生效果 / 48

二、传媒的传播活动是其他类型的软实力实现作用的重要渠道 / 51

(一) 传播活动构造“拟态环境” / 51

(二) 大众传媒物质技术形态的社会作用 / 54

(三) 大众传媒的传播活动具有巨大影响力 / 57

第四章 传媒实力的多维影响 / 60

一、传媒与经济 / 61

(一) 传媒的产业功能与宏观国民经济发展联系紧密 / 61

(二) 传媒的国内传播行为与企业产品营销 / 63

(三) 传媒的国际传播行为与世界经济 / 65

二、传媒与政治 / 67

(一) 传媒的国内传播行为与公共管理 / 67

(二) 传媒的国际传播行为与国家对外宣传 / 69

三、传媒与社会 / 71

(一) 传媒的国内传播行为与突发社会事件 / 71

(二) 传媒的国内传播行为与国民教育 / 73

(三) 传媒的国际传播行为与国家形象 / 76

四、传媒与军事 / 78

(一) 传媒的国际传播行为与国际军事冲突 / 78

五、传媒与文化 / 80

(一) 传媒的国内传播行为与社会文化 / 80

(二) 传媒的国际传播行为与国际文化交流 / 82

六、形成与国家地位相匹配的传播力量 / 84

第五章 国际竞争中的传媒实力 / 87

一、竞争力与传媒竞争力 / 88

(一) 竞争力概念的提出和应用 / 88

(二) 有关传媒竞争力的讨论与评价 / 92

二、传媒实力竞争的现实状态 / 96

(一) 我国传媒实力在竞争中发展 / 96

(二) 我国传媒实力有待进一步增强 / 101

三、提高传媒竞争力的重要性和必要性 / 105

第六章 传媒实力的评价 / 112

一、传媒实力评价的意义 / 113

(一) 传媒实力评价是判断传媒业现实发展水平的科学依据 / 113

(二) 传媒实力评价是认识传媒业发挥多维作用的科学基础 / 115

二、传媒实力评价的原理 / 118

(一) 统计是传媒实力评价的必然途径 / 118

(二) 传播学和传媒研究对传媒实力评价的要求 / 121

(三) 对传媒实力的理解 / 124

三、传媒实力评价的方法 / 127

(一) 一般性研究方法 / 127

(二) 传媒实力评价的客观指标与主观指标 / 128

四、传媒实力评测应当成为综合国力评测的组成部分之一 / 135

第七章 作为国际竞争软实力的传媒实力的建设 / 138

一、大力推进传媒产业是增强传媒实力的基础手段 / 139

(一) 发展传媒产业是产业结构优化的要求 / 139

(二) 传媒产业需要市场和政府双重推动 / 142

二、传媒产业自身有力发展是增强传媒实力的关键 / 146

(一) 优化内部结构提高产业产能 / 146

(二) 加强和改善行业管理 / 152

三、培育有竞争力的传媒单位是增强传媒实力的具体途径 / 157

结语 从提高综合国力和国际竞争力的高度来认识传媒实力的增强 / 162

参考文献 / 166

中文文献 / 166

汉译文献 / 173

西文文献 / 176

前 言

传媒实力是综合国力中重要组成部分之一。从前提这个命题很可能会受到一些质疑，但是在当下——文化的国际竞争表现得如此明显，传媒的发达使其本身深入到社会生活的各个方面——这个命题应当会得到更多人们的理解和重视。在一次层次较高的关于综合国力的系统研究中，综合国力的7类85个指标中，有2项指标与传媒直接有关，一项是“电视人口覆盖率”、一项是“万人上网人数”。^[1]相对于综合国力研究而言，传媒研究应该占有什么样的地位，传媒实力应该如何来科学认定，应当逐渐成为重要的问题；而相对于传媒研究而言，把本体研究放在一个更广阔的背景之下，也应当是一种新的视野。

尽管“文化软实力”在中国已经是一个让人们熟识的词汇，但作为理论源头，约瑟夫·奈提出的“软实力”，还是有其独特内涵。软实力的作用分析、内容分析、结构分析对于传媒研究也应当是有启示的，因为把这

[1] 见中国科学院可持续发展战略研究组撰写的《可持续发展综合国力评价指标体系》，载中国经济网 http://www.ce.cn/ceph/zjlt/rdzt/200503/24/t20050324_3412910.shtml。

两者联系起来的时候，总是可以发现一些有着重要和紧密联结的地方。这样的联结对于如何增强软实力，如何使能产生软实力效果的传媒更进一步，都具有富启发性的意义。

本书做了两个方面的工作，第一是将传媒研究和综合国力研究联系起来；第二是将传媒研究和软实力研究联系起来，这两项工作都具有一定的意义。通过这样的研究，可以发现综合国力研究对于传媒关注的值得提高之处；可以发现传媒在当代社会中正在发挥出一种“软实力”的功能和作用；可以发现类似于综合国力、国家（地区）竞争力研究的国家（地区）传媒实力研究与评测的重要意义；可以发现现实环境下的传媒研究并不是孤立和只具有本位意义的，传媒实力的提高关系到国家（地区）综合实力和国家（地区）竞争力的提高和发展。

本书的研究文献主要来自于四个方面。第一方面是有关综合国力的研究文献。这些文献包括对综合国力问题成系统的研究，如《综合国力论》《综合国力新论》《综合国力度量理论》《国家实力评估：资源、绩效、军事能力》《无情的较量——知识与综合国力》《2020年的世界——对未来实力、文化和繁荣的展望》《国家间政治》；对综合国力专题性问题的专门研究，如《综合国力对比方法研究》《中美日俄印有形战略资源比较》；以及与这一问题有关的资料性内容，如涉及到综合国力的古代典籍和一些综合国力研究的计算公式、设计指标等。这些内容为本书开展在综合国力理论框架中的传媒研究提供了良好背景，呈现出综合国力研究的发展脉络。第二方面是有关软实力的理论书籍。这些书籍主要包括哈佛大学肯尼迪政府学院教授约瑟夫·奈所著的《软实力——世界政治中的成功手段》《理解国际冲突》《美国霸权的困惑——为什么美国不能独断专行》，以及与此有关的《大国的兴衰：1500-2000年的经济变迁与军事冲突》《全球通史》等国际关系学、世界历史方面的专业书籍；同属这一内容的还有关于软实力探讨的学术论文和报章时评，这些文章大多侧重于软实力的某一个方面，从一个侧面和一个角度论述软实力的影响、作用、功能。这方面文献为本书探讨软实力和传媒的关系提供了较好的理论铺垫，为研究可以产生软实力效果的传媒提供了一个本来意义上的轮廓。第三方面是传播学和新闻学的理论文献。主要专著有《传播理论：起源、方法与应用》《大众传播模式论》《公众舆论》

《创新的扩散》《理解媒介——论人的延伸》，以及《理论新闻传播学导论》《新闻学概论》《传播学教程》《现代大众传播学》《大众传播学》《传媒影响力》等，主要论文有《议程设置理论与后大众媒体时代的民意研究》《麦克卢汉对美国传播学的冲击及其现代文化意义》等。通过对于这些理论文献中相关内容的分析和运用，来探讨传媒与软实力的理论联系。第四方面文献主要是阐释传媒在当代社会中某一方面影响、问题的文献，如将全球传播与软实力联系起来的《软力量与全球传播》，实证研究传媒实力的《中国传媒迅速崛起的实证分析》《中国传媒普及率追赶的实证分析》，探讨媒介经济现象的《关于媒介经济的若干问题》，探讨传媒核心竞争力的《试论新闻传媒核心竞争力的开发》，探讨国际传播的《国际传播与国家形象》，探讨媒介政治功能的《大众媒介的政治社会化功能》，探讨政府传播问题的《政府传播机理初探》，探讨传媒对分众影响的《大众媒介对儿童的影响》等等，对于这些文献的研究和运用，从不同方面为论证传媒在当代社会中发挥出软实力的作用提供了良好的理论和实证支撑。因为还涉及到传媒实力如何增强、传媒实力评测、传媒业的国际竞争等具体问题，文章还涉及到《政治经济学》《管理现代化》《传媒产业发展的系统理论分析》等与经济、管理和产业发展有关的文献，《社会研究方法基础》《统计学教程》《媒介市场评价研究——理论方法与指标体系》等与社会科学研究方法有关的文献，和《竞争力经济学》《竞争优势》《传媒竞争力》等与竞争力研究有关的文献。另外，本书还采用了一些网络资料，通讯社和报章的有关时评和报道。

所有文献为本书的研究提供了重要基础。因为在综合国力框架中认识传媒实力、把传媒实力作为一种国际竞争软实力来进行探讨是一项独特的工作，研究在文献基础上作了独立的立论和论证。全书共分为七章，作了这样一些方面的探讨：综合国力研究对于传媒实力的观照尚有一定缺失、软实力正成为综合国力的重要考量对象、传媒实力和软实力在理论上具有重要联系、传媒实力正在发生多维的作用和影响、传媒实力在国际竞争中日益重要、传媒实力需要科学测评，同时还就作为软实力的传媒实力建设进行了一些分析。

