

软实力传播的类型学分析

吴 飞¹ 黄 超²

(1. 浙江大学 传媒与国际文化学院, 浙江 杭州 310028; 2. 中国人民大学 新闻学院, 北京 100872)

【摘 要】历史形态是对软实力传播发展进行系统性比较分析的基础。传播的时空、机制两个维度可以勾勒软实力传播的最重要特征以及它们之间的连续性和区别。软实力传播的时空维度包括: 软实力传播的主体客体关系和传播网络的广度、传播过程中信息流动强度和活动程度; 传播所带来交往、交流的速度; 传播现象对特定共同体的影响。软实力传播的机制维度包括软实力传播依托的基础设施、传播网络和权力实施的制度化、权力分层化的模式以及交往的主导方式。这种二维分析框架的理论依据来自多伦多学派、芝加哥学派及结构主义符号-权力学派, 可用以分析软实力传播的历史形态和其背后的社会机制。

【关键词】软实力传播; 分析框架; 时空维度; 机制维度; 理论依据

【中图分类号】G206.3

【文献标识码】A

所谓软实力传播 (Communication of Soft Power) 就是一个 (或一组) 体现了国际社会关系和经济贸易的时空、机制变革的过程, 并且产生了跨地理区域、虚拟区域的信息流动、文化活动、精神交往以及权力实施的传播现象。它是一种历史外观 (figures) 在传播活动中的体现。拉扎斯菲尔德和默顿曾强调传播研究的历史真实性, “人的注意力是在不断变化的, 但这种变化并非随心随遇, 而是深受社会与经济需求变迁的影响。”^[1]追根溯源, 这种具有马克思主义哲学特点的传播观念, 也得益于黑格尔在《历史哲学》中的论述。^[2]而如果说黑格尔提出了一个没有存在背景的历史外观模式, 那么伊尼斯所著《帝国与传播》正是在历史和经验的背景中根据新的信息时代去寻求传播活动的模式。^[3]无论是哥伦比亚学派还是多伦多学派, 亦或是古代唯心主义哲学思想, 都告诉我们, 国际间或全球范围内的软实力传播绝不是一个新现象。软实力传播的特定形式可能由于历史时期的不同而有所区别, 其历史形态是对其发展进行系统性比较分析的基础。因此, 要认清软实力传播在不同时代的历史形态亟待提出一种具有反思精神的分析框架, 将这种描述和比较组织成型。因为没有这样一个框架就难以辨别并确定同一、不同时代, 同一、不同主体之间软实力传播的最重要特征以及它们之间的连续性和区别。

要想考察动态的历史形态, 就必须解释社会体系内部形态的一条途径以识别系统要素和决定系统变化成为可能。我们需要进行一种类型化的分析和比较, 从而辨别并确定不同时代软实力传播的重要特征以及其异同。随着窄众化的发展、网络的出现, 原先关于人际传播、组织传播和大众传播的这种分类可以看作是马克斯·韦伯的所谓“理想类型”, 即这只是一种理想化的分类, 现实中未必有纯粹的范例。但这样的分类可以帮助我们更好地把握每一种传播类型的特征。

【作者简介】 吴 飞 (1964-) 男, 安徽人, 浙江大学传媒与国际文化学院教授、博导

黄 超 (1987-) 男, 江苏人, 中国人民大学新闻学院博士研究生

【基金项目】 本文是2009年教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目《国际传播的理论、现状和发展趋势研究》(项目编号: 09ZJ00010) 最终成果的一部分。

只是这种分类最初是有现实情境作为参考的，这类似于法国社会学家古尔维奇的类型学理念。^[4]此前，戈登在1981年提出的一种类型学分析框架，认为媒介效果与两个彼此相关的方面关联，即时间跨度（长期的或短期的）与意图维度（有意的或无意的）。^[5]英国学者戴维·赫尔德等人在《全球大变革》一书中的研究方法也为本文提供了借鉴意义：软实力传播的历史形态是对软实力传播发展进行系统性比较分析的基础。这将为我们奠定一个易把握、系统性、既相似又存在客观差别的基础。由此，软实力传播的历史形态指的是在不同的历史阶段中软实力传播系统的时空特点和机制特点。

一、传播时空：“多伦多双星”技术-控制论的启迪

在康德看来，人认识世界的时候，并不能真正接触，而是通过一个先验的中介，比如时间、空间等。^[6]技术-控制学派奠基人伊尼斯则第一次明确指出，传播和传播媒介都有偏向。^[7]他还进一步强调媒介偏向、时间偏向和空间偏向的关系，并指出媒介与国家官僚体制和宗教的关系。^[8]而自称自己是伊尼斯“注脚”的多伦多双星之一的麦克卢汉在1971年接受采访时如是说道：“由于是以光速传递，所以地球上的所有事件都是同时发生。在信息的电子环境中，所有事件都是同时发生。没有任何时间或空间将事件分隔……空间的缺乏使人想到村庄的概念。但实际上，这个以光速沟通的星球并不比我们所处的房间大多少。就时间和经过编成的事件发生的速度而言，它们彼此迅速碰撞，以致就连一个村子用做比较对象也不嫌太大。我们现在生活的音响或即时的空间就像这样一个领域：其中心无处不在，其边缘却找不到。”^[9]传播就是扩展我们跨时空互动能力的工具。^[10]

软实力传播能够体现国际社会关系和经济贸易的时空组织变革的过程，我们应指出软实力传播作为一般传播活动的独特性和共通性的分析类别。为了把信息概念的讨论限定在一定范围内，鲁本建议把信息的概念进行窄化，以凸现四个方面特点：数据；过程、行动和结构；渠道、技术手段；信息的使用及其产出、效果。据此，我们可以总结出4种时空维度，初步对软实力传播加以描述和比较：^[11]软实力传播的广度、强度、速度及其影响。这样的分析框架为对软实力传播的历史模式进行定性和定量分析提供了基础。因此，这样有可能分析：软实力传播的主体客体关系和传播网络的广度；软实力传播过程中信息流动强度和活动程度；软实力传播所带来交往、交流的速度；软实力传播现象对特定共同体的影响。

（一）广度、强度与速度

软实力传播过程一般伴随着实物、符号和人员^[12]跨越地理区域、虚拟区域的流动。根据信息传播技术推动中信息流动的真实、虚拟范围的广度可以帮助我们描述不同参与主体的软实力传播状态。例如，过去几十年来，信息传播技术已经成为国际社会关系与经济贸易往来的巨大加速器，同时也促成了新产业的诞生，新媒体产业就是其中之一。^[13]纵观21世纪头个十年，全球ICT发展整体呈上升趋势。尤其是移动宽带用户在近几年增长迅速，在2009年开始超过固定带宽用户数量，移动互联网成为全球发展的热点，也成为软实力传播的一个重要平台（如表1）。由此，软实力传播中的参与者之间的关系及传播网络的范围将越来越广。不同国家、地区、民族、非政府组织之间的交往可能性越来越大，覆盖面越来越大。

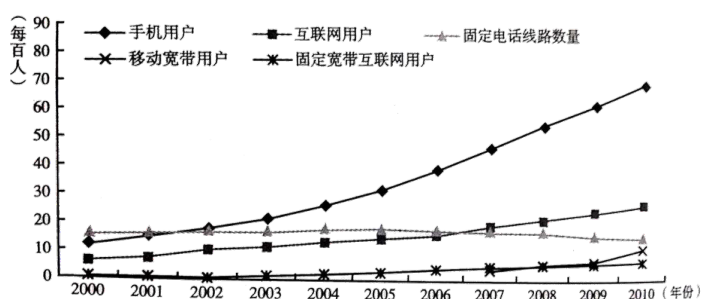


表1：全球ICT发展情况（2000—2010年）^[14]

年 份	2005	2006	2007	2008	2009	2010
固定电话订户数	33707000	34125000	34800000	35000000	35500000	35300000
固定电话订户数(每100人)	54	54	54	55	55	—
移动电话订户数	48088000	51662000	55358100	57972000	59543000	64400000
移动电话订户数(每100人)	76	81	87	90	92	98
固定宽带互联网订户数	9471000	12711000	15550000	17691000	19398000	21300000
固定宽带互联网订户数(每100人)	15	20	24	28	30	—
互联网用户数	26156356	28765676	40786792	48847049	44625336	45262000
互联网用户数(每100人)	42	45	64	68	69	—
安全互联网服务器	4806	5890	8676	10653	13138	19275
安全互联网服务器(每100万人)	76	93	136	166	204	297

表2: 2005—2010年法国ICT基础社会数据及安全互联网服务器指数^[17]

播信息流动强度的基础来看,如表2,法国固定电话订户数稳中有升,2005年的3371万增至2010年的3530万人,增幅为4.7%。互联网用户数和宽带订户数今年来增长明显,其中2M及以上、10M宽带网络鼎湖市场份额分别达到75%、52%。^[16]从软实力传播中内外交往的活动强度程度来看,法国ICT产品的进出口贸易在2005年、2006年达到顶峰,2007年ICT服务出口进入出现一次明显增长,增幅达到9.8%。2008年达到峰值,出口率稳定在4%(如表3)。这些数据从信息可以被需求、传输、转换、储存等方面建立起考察软实力传播活动的众多数据性指标。

此外,软实力传播还可以根据符号或思想从一个地方传播到另一个地方的速度来描述。比如,最老的通讯社之一——路透社创办于1850年,当时保罗·路透使用40只信鸽在布鲁塞尔和亚琛之间传送股市行情,以便于效率低下的欧洲电报系统竞争。然后,数年后路透社最终成为国际信息的一大来源,主要是由于它注重信息交流的速度,这一价值观为其他企业乃至国家、政府所共有。在美国,联邦通讯委员会(FCC)于2010年3月中旬向美国国会提交了“国家宽带计划”。该计划的实施将使美国在2010年达到每秒1千兆比特的网络连接速度,美国人口的宽带接入率将从目前的65%提升到90%,从而引导美国在21世纪实现帮助许多国家进行发展的目标。2011年2月10日,美国总统奥巴马签署总统备忘录,宣布建设高速无线网络计划,承诺在未来十年将拍卖500MHz无线音频资源用于无线宽带服务,提高美国软实力传播的空间速度。^[19]

(二) 四种分析类型的影响力

由此,我们可以通过定量或定性意义上的数据分析勾勒出软实力传播的广度、强度和速度,可以用不同的统计和具体指标来衡量这些维度。然而,有一个特殊的维度是比较难以具体化的,即软实力传播的影响力。传播不仅仅对个人而且对整个社会或文化都有影响;它可以影响到一个团体的共同信仰和价值观,影响它的公共政策与技术。特别是媒介持续不断的信息传播,能对社会变革产生真正深刻的影响。^[20]如果没有清楚地理解软实力传播的影响本质,其形态依然难以确定。决策上的、制度上的、分配上的以及结构上的四种不同分析意义的类型可以帮助我们认识软实力传播的影响力。

决策上的影响指的是,受软实力传播力量和条件影响的政府、公司、集体以及家庭、个人

不仅如此,这些与国家、区域等相关的信息流动强度(或流动量)也可以描述软实力传播。赫斯特认为,世界各国在一个国际权势等级体系中占据制定的位置。这一秩序中的对地位的看法部分地决定着信息传播的流动、方向和数量,^[15]而对于体现了国际社会关系及经济贸易时空变革的软实力传播来说,这便是衡量其形态的一种角度。从软实力传

	2005	2006	2007
ICT产品进口率(%)	10	10	8
ICT产品出口率(%)	8	8	6
ICT服务出口金额(美元)	5233407758	5778190839	6345973447
ICT服务出口率(%)	4	4	4
ICT支出金额(美元)	120717181257.77	131049222657.85	141432037424.52
ICT支出率(%)	7.77	7.85	4.52
ICT人均支出金额(美元)	1983.10	2136.00	2283.43
	2008	2009	2010
ICT产品进口率(%)	7	8	—
ICT产品出口率(%)	5	6	—
ICT服务出口金额(美元)	6394111894	6268895615	6093927687
ICT服务出口率(%)	4	4	4
ICT支出金额(美元)	147719686148.41	135929349286.61	—
ICT支出率(%)	8.41	6.61	—
ICT人均支出金额(美元)	2371.96	2170.82	—

表3: 2005—2010年法国ICT产品和服务进出口情况及支出情况^[18]

所做的政策或决策选择带来的相对成本的收益程度。软实力传播影响着部分政策选择及行动过程的成本，而这些选择和行动往往决定着个人或组织进行决策的结果。2011年，BBC正式结束长达70年的中文普通话短波广播。同年10月，美国之音全面停止其普通话短、中波及卫星电视广播节目，大幅删减中文广播预算800万美元，以确保成本与效益平衡。然而，美国之音将保留中文网站，并在Twitter上推广其产品。^[21]这两个广播渠道都诞生于二战，在冷战后对中国掀起信息心理战的高潮。大量事实表明，苏联解体的一个重要原因就是美国方面在软实力传播决策上的影响。而随着冷战的结束，美国近20年来正不断扩大国际信息项目、各类交流项目的公共外交开销，对外广播所花费的成本比例成下降趋势（如表4）。

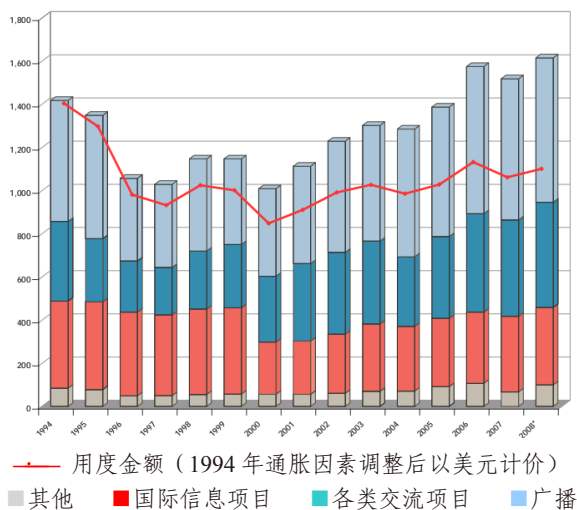


表4：美国公共外交成本（1994年—2008年）（可支配预算,10亿美元/单元）^[22]

但是，在决策中往往会发生重新安排决策议程的现象，而且决策者的积极或消极态度也会产生所谓的“偏见的流动”现象。^[23]决策影响注重软实力传播如何直接影响决策者的偏好和选择。而制度上的影响则强调组织和集体日程反映有效选择或者选择范围的方式，这些选择是软实力传播造成的。在这个维度，我们可以观察到为什么某些选择众多抉择中脱引而出，某些选择为什么并不完善但持续了很长时间。在美国，大部分美国民众对美国之音等美国对外广播节目并不甚了解。比如，1948年美国通过的《美国信息与教育交流法案》规定，美国之音等对外广播信息不能针对美国国内民众播出。如有需要，对外信息在播出后的合理时间内提供给国内的新闻从业者、研究人员及国会议员，仅供“参考”之用。2009年，美国国务院、国防部、国会议员以及美国之音代表就该法案展开研讨：是废除还是放松法案，还是进一步严苛法案，但各方并没有达成共识。时至今日，该法案仍旧有效。

此外，软实力传播对国家内部、国家之间的权力和财富分配具有重要影响。塑造社会中以及社会之间的社会力量（团体、阶级、集体）的方式就是软实力传播在分配上的影响。目前，劳动分工已经超越国家边界。一辆现代汽车的零件可能是在韩国制造，座椅则在印度，轮胎却在巴西，最后整车在美国组装。如果没有整个一系列现代通信技术，从光导纤维到卫星都包括在内，所有这一切都是不可能的。因此我们看到，劳动的全球分工与发达国家、发展中国家依托现代传播技术的软实力传播之间有着复杂联系。这种看似纯粹概念性的方式实际上是在国际社会关系张力以及经济贸易竞争的现实世界发生的。^[24]

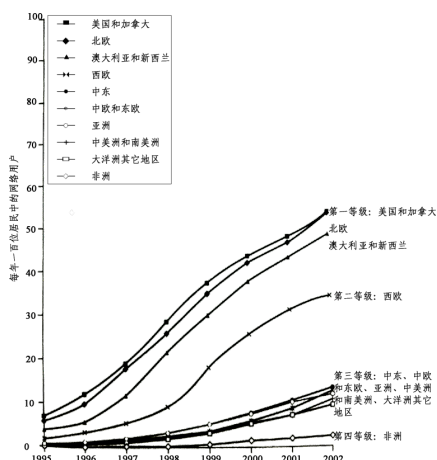


表5：各地区互联网普及率结构图（1995—2002年）^[27]

最后，软实力传播存在显著的结构性上的影响，这决定了国际社会、经济、政治组织与行为的模式，体现在制度及社会的日常运转中。信息传播技术一直都是珍贵的社会、经济和政治资源，自古以来获得其产品和消费的机会存在不平等是鸿沟和冲突产生的一个结构性原因。^[25]

此前，我们已经指出，从发达国家到发展中国家，互联网在不同地区层面上正迅速地具有社会嵌入型，其信息传播的速度、广度强度及其形成的传播网络对全球大多数社会和文明的发展产生了影响，是分析不同国家的软实力传播对国际社会关系和经济贸易时空变革产生影响的重要因素之一。如表5所示，互联网带来的全球数字鸿沟问题十分严重。自1995年起，美国、加拿大、北欧、澳大利亚和新西兰的互联网普及率大幅度上升。而大量国家在这方面却处于落后局面：中东、中欧、东欧、亚洲、中美洲、南美洲、大洋洲其它地区以及非洲。这大概能分成一个暂时性的国际经济、政治组织与行为的四层模型。其中，美国、加拿大、北欧、澳大利亚、信息来位于顶层，然后是西欧，紧接着是中欧、东欧、中东、亚洲、中美洲、南美洲和大洋洲其它区域。最后一层是非洲。这里不仅指出了西方的国际社会角色正处于“功能不良”的孤立状态（第一层、第二层），而且这种状态起因于传播过程的内在原因，即是其传播产生的新结构所致，而不不仅是由互联网为基础的传播活动这一外在原因造成的。软实力传播一直是人类关系方面的许多变化的一副催化剂。通过各种传媒技术，这些变化的累积效应是对空间与时间的重新界定，增强了全球互联方面的即刻性和透明度。^[26]

三、传播机制：从芝加哥学派到结构主义符号-权力学派

（一）工具性的机制维度

早在20世纪初，美国实用主义哲学家约翰杜威宣称：“社会不仅通过传输和传播而存在，而且社会也在很大程度上‘存在于’传输和传播之中”。^[28]其后，芝加哥学派将传播作为研究的核心命题，将其看作是20世纪社会构成的首要因素。杜威提倡实用主义精神、质疑本能心理学的刺激—发硬模式，并在讨论民主的争论中始终强调传播活动的工具性及其对民主的重要意义。他对信息传播技术发展对社会的促进作用持乐观态度。^[29]

杜威关于社会与有机体与环境相互作用的观点，影响了社会学家库利。他认为传播在人类社会有机体的组织中，起着至关重要的作用。库利给传播下了一个宽泛的界定：传播是人类关系赖以存在和发展的机制（mechanism），穿越空间传送信息和在时间中保存它们的手段。^[30]因此，我们不仅要从传播的时空维度认识软实力传播的重要特征，还应该以具有工具性的机制维度描绘不同参与主体软实力传播的轮廓，它们是**基础设施、制度化**。

如果我们想分析软实力传播的广度、速度、强度及其影响力，就必须考察推动或者承载着软实力传播的信息流动、网络和联系所依托的**基础设施**（例如电信技术、国际互联网条约、人类语言或者作为通用编码的互联网语言）。不同的基础设施发展路径将呈现出不同时空维度中软实力传播的发展形态。如表6，回溯近40年的IT/ICT发展变革，进入21世纪，随着以美国为首的信息高速公路计划的兴起，软实力传播带来的影响使其他国家纷纷将宽带建设列入国家基础设施建设的重要项目。此外，信息将我们与更多的文化全球化因素联系在一起，与任何其他形式的传播现象一样，软实力传播不能缺少机制的推动，这些机制包括交通（transportation）模式和交往（communication）模式等所以来的基础设施。^[31]

软实力传播的基础设施条件有利于软实力传播的网络、信息流动和参与主体关系的制度化。制度化即软实力传播模式的规范化，及其在不同时

	1970 年代	1980 年代	1990 年代	2000 年代
信息与传播网络建设	电话网	信息与传播网络	ISDN 整合服务 数字网络	信息高速公路
传播技术	模拟	模拟+数字	数字+无线宽带	宽带，有线无线整合
终端技术	语音+字符	语音+字符+图像	数字+宽带	HDTV，智能终端
信息技术	普遍服务	分布式处理	人工智能	网络计算信息安全；认真
市场	加快通信市场发展	重点在有线和无线电话业务；设备服务市场	重点在移动通讯；设备服务市场	宽带互联网；数字设备内容服务市场

表6：全球IT/ICT发展路径^[32]

空的复制。按照软实力传播模式的制度化来思考问题就是要认识到软实力传播的规范方式及其主体、客体中体现的方式。^[33]比如,在主体方面,制度化这个维度中是否存在与软实力传播相关的全球社会机制呢?我们可以给予肯定的回答。“机制”就是指在特定问题领域里由行为体的预期汇聚而成的一整套原则、规范、规则和决策程序。^[34]这就需要依靠能制定规范、原则、决策等方式的参与实体。软实力传播在很大程度上跨越国界的信息传播,会涉及国际各种行为体之间的权力和利益关系。为了使这种秩序稳定有序,就需要超越国家的国际组织制定统一的规范与标准。这间接地影响了以民族国家为主体的软实力传播活动。在19世纪的大多数政治圈子里,由于传播对军事和外交目的的战略重要性,国家之间的软实力传播都被看做是战略性的和专有的。民族国家之间的紧张关系到1850年左右为止,一直阻碍了国际组织的崛起。最初的现代政府间组织之一是维也纳会议于1851年组建的莱茵河航行中央委员会。^[35]而随着冷战结束以及全球化的不断发展,20世纪中后期及21世纪初期,世界上不断出现了许多体现了国际社会关系和经济贸易往来的国际组织。它们可以成为我们考察不同国家、不同区域软实力传播制度化程度的对象,包括政府间组织(IGOs)、非政府组织(NGOs)、全球多元利益参与者等。比如,国际电信联盟(ITU)是从科学技术层面关注世界信息传播的国际组织,其担负的具体任务主要有以下三项:(1)协调无线电频率的分配,包括为具体的服务项目分配波段,为卫星划分与地球旋转同步的轨道,包括轨道的时间段;(2)为国际通信推荐技术标准,包括有线连接的标准、特定广播和电视服务的宽带,以及其它服务的技术参数;(3)管理国际“共用载波”业务——电报、电报、资料传世和其他新型的业务。^[36]

(二) 权力性的机制维度

传播学研究自20世纪兴起以来,不论是批评经验—功能学派还是技术—控制论学派,其论证的前提都较为接近,有意无意地承认:任何传播都早已被“结构”了。^[37]在这个前提下,不论研究何种传播话题,都可以将研究对象的整体划分为相互制约的不同部分,强调某个部分的意义受制于其他部分。持这样思路的研究中,又以解释传播背后的权力背景的居多,亦即结构主义符号—权力学派所关注的重点。软实力传播的基础设施和制度化与权力问题有着直接联系。马基亚维利在其著述《君主论》中指出畏惧可以通过运用权力符号来展示权力而实现。^[38]软实力传播不是运用拉斯维尔所说的暴力手段,而是对物资、服务、象征符号的传播与操纵。^[39]卡特拉和爱伯格认为,传播虽然带有感情色彩、是一种自我表达——然而传播更是一种权力的实施。^[40]

从微观上看,软实力传播中可能伴随大规模的人的运动,会建立一种持续的互动网络和相互的文化影响网络。凡是在这种关系中被建立起来的机构里,我们都可以将软实力传播看作是文化关系和实践的延伸和升华,亦即迈克尔·马恩所说的“超越性文化权力”,即人的运动有助于在广泛的时间和空间内建立软实力传播参与体之间相互影响的互动模式。^[41]使传播受到约束的是“人类权力斗争的地缘政治结果”,或者是市场通过权力的技术网络而合理化,对这一点,人们一直过于轻易地忽略了。^[42]从中观上看,跨国传媒公司、大众传媒所拥有的权力及其影响仅次于民族国家。通过外国直接投资的过程,跨国传媒公司积极地促进先进的传媒与信息技术的采用。其结果是,曾经使世界各国分离的地缘政治和文化围墙已经无法维持。其所造成的媒体活动的全球化已经对今天的许多东道主国家构成,并将继续构成一种独特的困境。^[43]法国政治学家阿历克谢更直接的指出,(大众)媒介就像一双充满权力的眼睛注视着我们的生活。^[44]而在宏观层面上,一个国家内和国家之间,信息是一个被赋予了很多期望的概念。信息的传播途径被看做是权力组织的神经(其实不仅仅是政府、也是整个社会的神经)。^[45]这是对传播权力属性的认识,帝国主义列强也采用了一些巧妙的战略,即软实力传播体系。^[46]因此,除了从传播的工具属性认识软实力传播,我们还可以通过传播的权力属性的重要特征,来考察软实力传播的发生机制,包括分层化以及交往方式。

软实力传播可以改变权力的组织、分配以及实施。在这方面,软实力传播与其分层化有关。在描述软实力传播历史形态时,需要特别注意分层化的模式。在此情况下,分层化既有社会维

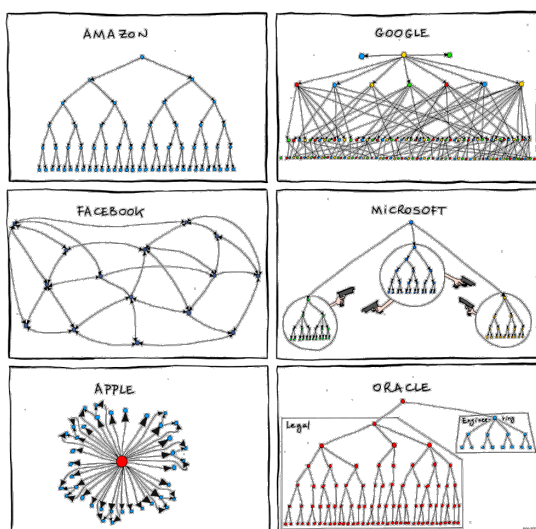


图1：软实力传播基础设施的分层化类比图（等级）：
六大互联网公司组织结构图^[48]

度又有空间维度，它们分别是“等级”和“不平衡”。等级指的是控制进入以及参与软实力传播活动及其基础设施的不对称。如图1，展示的是Web 1.0时代和Web 2.0时代软实力传播所依托的几家国际知名的互联网公司（亚马逊、谷歌、微软、甲骨文、脸谱、苹果）。这些公司都以信息传播技术、数字技术、互联网技术为依托，是可以控制进入并参与软实力传播活动的基础设施。然而，在Web 2.0时期兴起的基础设施内部则体现了“交互性、扁平化、去中心化”的等级结构。不平衡指的是软实力传播过程中对不同的民族、阶级、种族团体以及性别的生活状态产生了不对称影响。^[47]这些类别为认识不同时期不同的软实力传播和控制关系提供了一种识别机制。

最后，在软实力传播的每一个历史阶段，主导型的交往方式中也存在着重要差别。国家间的许多交往方式之一，文化方面的信息仍然通过人际接触、国际旅行者、正式的组织、邮件、其他形式的电信（电话和传真），以及传统的大众传媒进行交流。每一种媒介都可以提供一系列不同的文化形象，其流动可以采取不同于互联网的机构。2011年，脸谱（Facebook）成为全球第一大网站、推特（Twitter）增长迅速，从社交网站（What are you doing now?）变身新闻传播网站（What is happening now?）。新一代基于Web 2.0的搜索（如Quara.com）、新闻媒体（如《赫芬顿邮报》）正在出现。以Iphone为代表的3G智能手机、以Ipad为代表的随身信息接收终端、以Kindle为代表的书刊报纸阅读终端、以Google TV为代表的视频接收终端使得交往方式上的话语权迅速发生转移，软实力传播的交往程序和结构发生了改变（如图2）。在传统媒体时代，信息、思想、符号、价值观与意义首先经由传统媒体传递至网络媒体，再由网络虚拟社区向现实大众社会反馈。而在Web 1.0、Web 2.0时代，软实力传播作为载体所传播的内容均是由网络虚拟社区向现实大众转移。

综上所述，我们也应该分辨出软实力传播历史形态的其他重要特征。除了扩大了软实力传播系统的时空维度外，上述四种传播机制上的维度也可以勾勒软实力传播的轮廓，即：基础设施、制度化、分层化以及交往方式。至此，我们可以用上文所介绍的8种维度分析软实力传播的历史形态和其背后的社会机制，帮助我们辨别并确定同一时代、不同时代、同一国家、不同国家之间软实力传播的最重要特征以及它们之间的连续性和区别。

度又有空间维度，它们分别是“等级”和“不平衡”。等级指的是控制进入以及参与软实力传播活动及其基础设施的不对称。如图1，展示的是Web 1.0时代和Web 2.0时代软实力传播所依托的几家国际知名的互联网公司（亚马逊、谷歌、微软、甲骨文、脸谱、苹果）。这些公司都以信息传播技术、数字技术、互联网技术为依托，是可以控制进入并参与软实力传播活动的基础设施。然而，在Web 2.0时期兴起的基础设施内部则体现了“交互性、扁平化、去中心化”的等级结构。不平衡指的是软实力传播过程中对不同的民族、阶级、种族团体以及性别的生活状态产生了不对称影响。^[47]这些类别为认识不同时期不同的软实力传播和控制关系提供了一种识别机制。

最后，在软实力传播的每一个历史阶段，主导型的交往方式中也存在着重要差别。国家间的许多交往方式之一，文化方面的信息仍然通过人

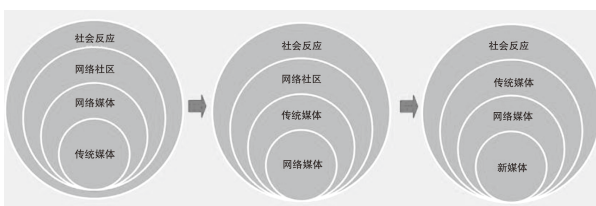


图2：大众媒体转型时代软实力传播的话语权转移

四、结论：动态比较的可行性

借鉴戈登提出的一种类型学分析框架^[49]，以及赫尔德、安德鲁等人的全球化逻辑类型^[50]，我们可以根据软实力传播的时空、机制维度，建构一个软实力传播的类型学分析框架——让动态的分析和比较不同主体的软实力传播形态成为可能。根据广度、强度、速度以及影响这四种基本时空指标的关系，可以勾勒出软实力传播的信息流动、网络以及联系（如图3）。图中，高广度

指的是全球（洲际间）软实力传播的网络和流动，而低广度指的是在主体本土范围内软实力传播的网络和流动。如下图可知，这些时空维度下的指标可能有不同的表现形式：在这个图中，处于上端的四个象限代表不同类型的高级软实力传播形态，在下端的四个象限代表着不同类型的低级软实力传播形态。这些不同类型的软实力传播形态的考察对象既可以是民族国家、社会体系，也可以是政府、组织、机构等。

为方便说明问题，我们在本文暂以民族国家这个政治概念对以下不同的软实力传播类型进行阐述。类型1代表了这样一种软实力传播形态：在从经济到文化的所有社会生活领域或层面上，软实力传播不断渗透扩展，而且具有高强度、高速度以及高度影响，可以被称为**密集型软实力传播形态**，如美国。类型2指的是具有高广度、高强度、高速度，但是影响程度低的软实力传播。由于其影响收到大幅度缓和和调节，这可以被称为**过渡型软实力传播形态**，如中国。类型3的特征是，软实力传播虽然具有低强度、低速度，但有高广度和高度影响，可以把它称为**潜力型软实力传播形态**，因为它的特征更体现在其扩展和影响上，而不是传播速度上。纵贯当今世界，还有一些国家，规模很小，整体的软实力传播强度、速度比较有限，但它们在国际社会却令人敬重，诸如挪威、芬兰、瑞典、丹麦、新西兰、荷兰、冰岛、瑞士。^[51]类型4虽有着高广度，但没有伴随高强度、高速度或者高度影响。后者依然处于低度状态，属于**稀疏型软实力传播形态**，^[52]比如前苏联。上述四种类型我们都可以在世界范围内的不同历史时期找到对应案例。

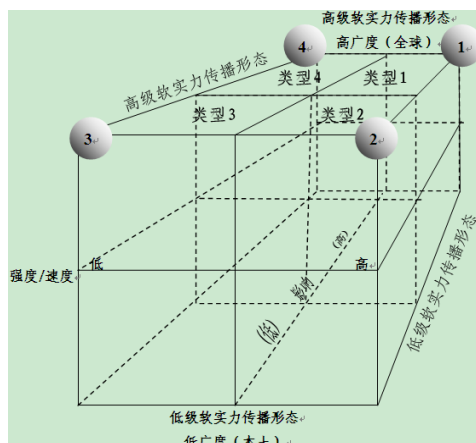


图3：软实力传播的类型学分析框架

对于这个分析框架来说，我们仍然要警惕这样的陷阱。首先，我们不能认为仅仅用这四种状态就能概括全世界各个民族国家软实力传播形态。哪种类型最适合描述什么样的软实力传播历史形态，结合什么样的时空维度、机制维度能更好的勾勒软实力传播的发展趋势，这都得深入思考。其次，民族国家这个考察单位是国际传播场域中软实力传播绕不过去的研究对象，但我们也不能将视阈范围局限在这一国际行为上，应将国际间的其他行为体纳入观察范围。最后，也是极为重要的一点就是，我们必须进行案例的分析，只有通过实践分析才能推导出可以描绘软实力传播的工具的合法性。这也是极为重要的一点。

注释：

- [1] 伊莱休·卡茨、约翰·杜伦·彼得斯等编.《媒介研究经典文本解读》[M]，常江译，北京，北京大学出版社，2011年，第24页。
- [2] 黑格尔将历史研究分为三个层次：首先是原初的历史，即对一手史料的撰录；其次是反省的历史，即后来的历史学家对历史加以消化、赋予意义的过程；最后是哲学的历史，即通过对历史的阐释来建立理解全人类发展问题的一般理论。黑格尔：《历史哲学》[M]，王造时译，上海，世纪出版、上海书店出版社，2001年，第3-11页。
- [3] 哈罗德·伊尼斯.《帝国与传播》[M]，北京，中国人民大学出版社，2003，第3-8页。
- [4] 陈力丹、易正林.《传播学关键词》[M]，北京，北京师范大学出版社，2011年，第266页。
- [5] 叶海亚·R. 伽摩利珀.《全球传播》（第二版）[M]，尹宏毅译，北京，清华大学出版社，2008年，第361页。
- [6] 同4，第126页。
- [7] 转引自：Harold A. Innis, *Empire and Communications*, Oxford, Oxford University Press, 1950, p. 4.
- [8] 同3，第25页。
- [9] 同5，第120页。
- [10] Peter B. Orlik, *The Electronic Media*, Boston, Allyn and Bacon, 1992, pp. 5-6.
- [11] Robert L. Health, *Human Communication Theory and Research: Concepts, Contexts, and Challenges*, Lawrence Erlbaum Associates, 2000, p. 138.
- [12] 中国正在成为世界上最大移民输出国。各种数据表明，自20世纪70年代末，90年代初期的两拨移民潮以来，中国改革开放之后的第三波移民高潮在进入21世纪的十年中已愈发汹涌。不同于第一波混杂偷渡客的底层劳工和第二波过门初启之时的“洋插队”，21世纪移民潮的主力由新富阶层和知识精英组成。高端群体、庞大数量和趋势化发展成为了中国软实力传播中不容忽视和必须面对的问题。转引自：姜飞：《传播与文化》[M]，北京，中国传媒大学出版社，2011年，第6页。

- [13] 胡正荣.《新媒体前沿(2011)》[M],北京,社会科学文献出版社,2011年,第1页。
- [14] 数据来源:国际电信联盟。转引自:胡正荣:《新媒体前沿(2011)》[M],北京,社会科学文献出版社,2011年,第4页。
- [15] Hester, A., Theoretical Consideration in Predicting Volume and Direction of Information Flow, *Gazette*, 1973, Vol 19, pp. 238-247.
- [16] 胡正荣.《新媒体前沿(2011)》[M],北京,社会科学文献出版社,2011年,第257页。
- [17] 数据来源:2005—2009年数据来源于世界银行网站(www.worldbank.org),2010年数据除“安全互联网服务器”亮相外,均来自法国电信管理局(www.arcep.fr)2010年年报。转引自:胡正荣.《新媒体前沿(2011)》[M],北京,社会科学文献出版社,2011年,第258页。
- [18] 数据来源:世界银行网站(www.worldbank.org)。进出口率以进出口产品总数为参照,支出率以GDP为参照。转引自:胡正荣:《新媒体前沿(2011)》[M],北京,社会科学文献出版社,2011年,第259页。
- [19] 刘丽娜、蒋旭峰.《美国总统奥巴马宣布建设全美高速无线网络计划》,雅虎中国, <http://news.cn.yahoo.com/yypen/20110211/204949.html>.
- [20] 梅勒文·德福勒、埃弗雷特·丹尼斯.《大众传播通论》[M],颜建军等译,北京,华夏出版社,1989年,第117页。
- [21] 《美国之音10月停中文广播 仅保留中文网》,21世纪传媒, <http://news.21cn.com/world/guojisaomia/2011/02/18/8120711.shtml>
- [22] 数据来源:美国预算管理办公室,公共数据。“其它”主要包括全国民主基金会、东西方研究中心、亚洲基金、南北方研究中心。参见:Ri Chard L. Armitage & Joseph s. Nye, Jr., CSIS Commission on Smart Power: A Smarter, More Secure America, Washington, D.C., The CSIS Press, 2007, p. 48.
- [23] Schattschneider, E. F., *The Semi-Sovereign People: A Realist View of Democracy in America*, NY, Reinhart and Winston, 1960, p. 91.
- [24] 同5,第23页。
- [25] 安德鲁·查德威克.《互联网政治学:国家、公民与新闻传播技术》[M],任孟山译,北京,华夏出版社,2010年,第66页。
- [26] 同5,第16页。
- [27] 数据来源:对国际电信联盟2004b数据进行的分析和改变,2002年缺少的少量数据来自《2004年美国中央情报局世界各国概况》。转引自:安德鲁·查德威克:《互联网政治学:国家、公民与新闻传播技术》[M],任孟山译,北京,华夏出版社,2010年,第71页。
- [28] John Durham Peters., P. S. (eds), *Mass Communication and American Social Thought: Key Texts: 1919-1968*, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2004, p.13
- [29] 刘海龙.《大众传播理论:范式与流派》[M],北京,中国人民大学,2011年,第57页。
- [30] 同29,第57页。
- [31] 戴维·赫尔德、安东尼·麦克格鲁等.《全球大变革:全球化时代的政治、经济与文化》[M],杨雪冬等译,北京,社会科学文献出版社,2001年,第461页。
- [32] Park, S. J. & J. E. Ku, ICT Policy in Information-society Policies of Korea, http://userpage.fuberlin.de/~jmueller/its/conf/porto05/papers/Park_Ku.pdf.
- [33] 这些主体、客体包括国家、集体、家庭、个人等,其活动涉及政治、经济、军事、民族、文化等所有社会领域。
- [34] Braman, S., “Introduction: The Process of Emergence”, In Braman, S. (ed.), *The Emergent Global Information Policy Regime*, UK, Palgrave-Macmillan, Basingstoke, 2004, pp. 1-11.
- [35] 同5,第13页。
- [36] 程曼丽.《国际传播学教程》[M],北京,北京大学出版社,2006年,第105页。
- [37] 陈力丹、闫伊默.《传播学纲要》[M],北京,中国人民大学出版社,2007年,第42页。
- [38] 马基雅维利.《君主论(英汉对照典藏版)》[M],西安,陕西人民出版社,2006年,第107页。
- [39] 内仁·奇蒂.《软实力框架下的中国媒体形象分析》,郭镇之主编,《全球传媒评论(III)》,清华大学出版社,2009年,第25页。
- [40] 同4,第5页。
- [41] Mann, M., *The Sources of Social Power (vol 2) : A History of Power from the Beginning to AD 1760*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986, pp. 2-7.
- [42] 同5,第16页。
- [43] 同4,第53页。
- [44] 姜飞.《传播与文化》[M],北京,中国传媒大学出版社,2011年,前言题记。
- [45] 同4,第65页。
- [46] 这里具有参考意义的是,英国人用来管理其广袤帝国的全球电报网络中心的某些特征。第一,该网络完全以伦敦为中心,来自帝国各地的电报线路在帝国首都汇拢。第二,横向的线路很少,帝国里的任何两个地点的人们要想彼此通信,都得通过伦敦,即使他们相互之间在地理上是隔壁邻居。这一构造是权力中心和被征服的边远地区之间关系的一个经典结构特征。在一个典型的中心与边缘的关系中,中心鼓励集权化的关系,阻止横向关系。二战以后,世界的中心横跨大西洋,转移到美国。世界大体上仍然具有单一的中心。然而,中心向边缘地区发挥威力的方式存在着性质上的不同。唯一的差异是,今天的中心美国,发挥威力的方式不再向炮舰外交时代中的列强那样肆无忌惮,而是巧妙地通过传播的途径。而在电子帝国主义中,全球传媒流动和服务领域中的国际贸易这两个重大问题受到学者的广泛关注。同14,第33页。
- [47] 戴维·赫尔德、安东尼·麦克格鲁等.《全球大变革:全球化时代的政治、经济与文化》[M],杨雪冬等译,北京,社会科学文献出版社,2001年,第29页。
- [48] Organizational Charts, Bonkers World, <http://www.bonkersworld.net/organizational-charts/>.
- [49] 同5,第361页。
- [50] 戴维·赫尔德、安东尼·麦克格鲁等.《全球大变革:全球化时代的政治、经济与文化》[M],杨雪冬等译,北京,社会科学文献出版社,2001年,第31-32页。
- [51] 杨令书.《国际金融危机背景下的国家软实力布局》,国家软实力研究院, http://www.nssp.pku.edu.cn/T_NewsShow.asp?NewsID=96&SmallClassID=93&BigClassID=35, 2009-06-08。
- [52] Yum, J. O., “Network Theory in Intercultural Communication”, In Y. Y. Kim & W. B. Gudykunst (eds.), *Theories in Intercultural Communication*, CA, Sage, 1988, pp. 239-258.