

“国家形象战略”概念分析

陈世阳

(中共中央党校 国际战略研究所, 北京 100091)

[摘要] 世界各国纷纷从战略高度对国家形象重新定位, 竞相调整或重塑国家形象。国家形象战略研究日益引起有关研究者的关注, 对国家形象战略的概念界定是这一研究的重要部分。

[关键词] 国家形象战略; 概念; 界定

[中图分类号] D80 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1004-3489(2010)01-0020-04

“随着通讯技术和全球化的发展, 形象的视觉冲击力大大增强, 形象的势能得到前所未有的释放。国家形象在国际政治中因而具有了前所未有的重要性, 引起国际社会的高度重视。在全球化时代的国际竞争中, 国家形象的战略地位被凸现出来, 国家形象的塑造与传播也被提到国家战略的高度来认识。”^{[1] (P100)} 世界各国纷纷从战略高度对国家形象重新定位, 竞相调整或重塑国家形象。英国为了改变其昔日帝国形象, 开展“新英国运动”; 从1998年开始, 印度用了十年的时间向全球推广它的全球形象; 2003年1月21日, 美国总统布什宣布正式成立“全球传播办公室”, 推动实施美国的国家形象战略。因此, 加强对国家形象战略的研究日益成为一个重要的课题。

一、国家形象的定义及其分类

国家形象战略是战略在国家形象领域的扩展和运用。要弄清国家形象战略的概念, 需要首先厘清国家形象和战略的定义。

1. 国家形象的定义

从社会心理学角度来看, 国家形象属于社会认

知。在社会心理学内部有两种不同的研究传统: 一为心理学传统, 一为社会学传统。^{[2] (P14)} 目前国内外关于国家形象的定义也有这两种传统, 大致上可分为两类: 认知论和社会交互论。大多数定义都是从认知论出发的, 强调主体对客体的反映。如, 管文虎等认为: “国家形象是一个综合体, 它是国家的外部公众和内部公众对国家本身、国家行为、国家的各项活动及其成果所给予的总的评价和认定。国家形象具有极大的影响力、凝聚力, 是一个国家整体实力的体现。”^{[3] (P23)} 刘继南、何辉等认为国家形象可以界定为: “在物质本源基础之上, 人们经由各种媒介, 对一国家产生的兼具客观性和主观性的总体感知。”^{[4] (P5)} 尼莫 (Nimm) 和塞维基 (Savage) 将形象定义为: 人们对客体、事件或人物所表现出来的可觉察的大量特征而形成的构想。将国家作为形象的对象, 国家形象可定义为一个国家所表现或被认知的特征。^{[5] (P6)} 认知论基本上都认同国家内部因素, 如政治文化、经济发展、历史经验、地理位置等因素, 在塑造国家的形象架构和决定国家的形象战略选择上的作用。另一类是从社会交互的角度进行定义, 强调行为体的社会交互和建构作用。如, 国家形象是指在国际体系中一国与他国 (或国家集团) 的交往

互动使得他国（或国家集团）及其公众形成的关于该国的观念、印象与评价。^{[9] (P.8)} 门洪华认为，所谓国际形象，即一个国家在国际间的政治、经济、文化、军事、科技等诸方面相互交往过程中给其他国家及其公众留下的综合印象。^{[7] (P.17)} 这类观点认为，形象不是与生俱来的，而是在社会交往中和互动中由外界对事物的判断和评价而建构的。

两种路径反映了国家形象形成的不同进程。前者更多关注的是国内的变量——综合国力，国际社会中的价值观念、文化意义和行为规范等外部语境对该国形象的形成基本没有影响。从后者角度出发，国家形象就是由社会建构而成的，是一个关系型的概念。^{[8] (P.25)} 但国内层次因素在国家形象形成中的作用被忽视了。国家形象是在国际社会因素和国家内部因素的共同作用中建构而成的，要对它进行准确的把握，需要将以上两个视角结合起来。因此，笔者认为，所谓国家形象，就是国家的外部公众和内部公众在与该国的互动中形成的对国家本身、国家行为、国家的各项活动及其成果的总印象。关于这个概念，需要从两个方面把握：（1）国家形象本质上讲是一种心理认知，包含主体、客体、主客体关系三个要素。认知主体是国内公众和国际公众，它可以是某一个体，也可以是群体或组织。认知客体是国家本身、国家行为、国家的各项活动及其成果；主客体关系表现为主体对客体的印象，包含一定的评定。（2）外部公众和内部公众与国家的互动是国家形象产生的源泉。国家形象正是在国内外公众在与国家的社会互动中形成的。这种社会互动包含两个层面：一是国内公众在国内社会层面与国家的交互

作用，二是国外公众在国际社会层面与国家的交互作用；并且这种互动可以是直接的也可以是间接地社会交往和联系。

2. 国家形象的分类及其关系

人们为了认识的深入和研究的需要，根据不同划分标准，对国家形象进行了多种分类：按照性质分，国家形象可分为正面形象与负面形象；按照时间纵向，国家形象分为历史形象、当今形象和未来形象；按照领域分，国家形象可分为政治形象、经济形象、外交形象、文化形象、国民形象等；按照认知主体，国家形象分为国内形象与国际形象。在学术研究和生活中人们使用较多的是按照认知主体分类的国内形象和国际形象的概念。因此下面主要探讨国内形象和国际形象。

国内形象与国际形象是相互区别又相互联系的。国内形象、国际形象的区别表现为：尽管是对同一国家的认知和评价，但二者存在很大的差距。由于主体和社会交往情况的不同导致同一个国家的国内形象与国际形象大相径庭。人们对事物的印象很大程度上取决于主体自身的视角、经验、价值观、文化、认知水平等因素的限制，一国内部公众和外部公众往往存在很大区别。另外国内形象与国际形象形成的社会交往情况也是不同的，前者是在国内社会环境下，后者是在国际社会环境下形成的。在这两个不同层面的社会环境下，主体的身份和获取信息的渠道、质量，主客体的关系以及相互作用的方式都是不同的。例如，中国的自我认识与其他国家对中国的普遍认识之间存在巨大的差距。（见图 1）

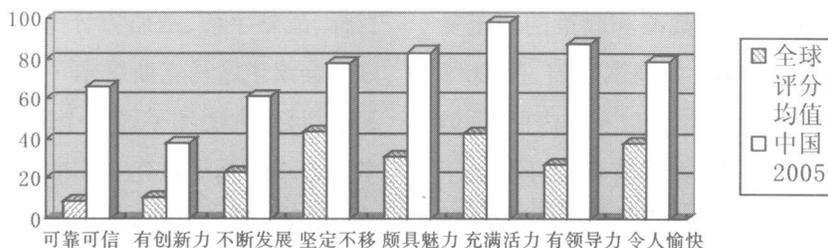


图 1: 中国的自我认识与全球的普遍认识之间的差异

资料来源: [美] 乔舒亚·库珀·雷默等. 中国形象——外国学者眼里的中国 [M]. 沈晓雷等译, 北京: 社会科学文献出版社, 2008: 21

国内形象与国际形象的统一性表现在：二者都具有国家形象的一般特点：客观性、主观性、复杂性、历史性、稳定性；二者都是对国家的总体反映和评价，都是国家形象的组成部分；二者相互作用共同构成了国家形象：当国内形象被国际社会认可，就转变为了国际形象；国际形象与国内形象的不协调会推动国家采取措施改善国家形象。因为根据认知不协调理论，认知不协调的存在会使认知者产生减少这种不协调而获得认知协调的动机，从而推动认知者采取行动改变这种状态。例如，小布什执政8年来美国的国际形象跌到谷底。为修复和重塑美国的国家形象，奥巴马上台后就展开了一系列形象外交。

二、国家形象战略概念

1. 国家形象战略的定义

战略是一个历史概念，经过长期的发展，已从最初的军事领域扩展到今天的政治、经济、社会等广泛领域。在分析古今中外的战略定义后，可以发现战略具有以下属性：第一，战略是关系全局的指导方针；第二，战略是实现目标的手段和途径；第三，战略的实现必须以实力和资源为条件；第四，战略是一种艺术和科学。把这些属性结合起来，就可以得出有关战略的一般性界定：战略就是调动一切力量与资源以实现既定政策目标的艺术与科学。^{[9] (P. 25-29)}因此，我们可以将国家形象战略界定为：国家调动一切力量与资源以构建良好国际形象的艺术与科学。关于这个概念可以从以下几个方面把握：（1）国家形象战略的主体是主权国家。随着全球化的发展和国内外相互渗透的加深，国家战略和政策的制定受到诸多行为者的影响和牵制，如他国政府、NGO等国际行为体、企业等国内团体组织以及国内民众，但国家仍是最主要的行为主体，在战略各个环节处于主导和协调的位置，只有它能体现国家战略的整体性、综合性和宏观性；（2）国家形象战略的目标是构建良好的国际形象。作为国际社会中的一员，国家关注国际社会和其它行为体对自己的印象和评价。良好或正面的国际形象可以使国家更容易获得国际

社会的认同，可以使国家以较低成本实现国际合作和实现国家利益；（3）国家形象战略的基础是国家的综合实力。国家形象在根本上取决于国家的综合国力。^{[10] (P. 16)}从认知的角度，国家形象就是对国家综合实力的反映。综合实力为国家形象战略的制定、评估提供了重要依据，是实现战略目标的手段；（4）国家形象战略的实质既是艺术也是科学，是主体性与客观性的统一。贾高建认为，所谓战略的艺术特征应该从艺术概念的另一种含义去理解，即作为一种应用技能的艺术；它就是要借助于对所在领域的客观规律的科学认识和把握，充分发挥主体的能动作用，从全局的高度推动实践进程的合理展开。因此，我们应该将战略的科学性质和艺术特征统一起来加以把握，而不应将二者割裂开来。^[11]对于国家形象战略来说，首先要重视其科学性质，自觉遵循国家形象领域的客观规律，又要充分认识其艺术特征，发挥主体的能动作用，将对国家形象规律的科学认识正确而恰当地运用于实践中，采取有力措施促使战略目标的实现；（5）国内形象是国家形象战略的基础，国内公众和决策者关于本国国家形象的历史和现实认知以及预期影响本国国家形象战略；国内形象与国际形象的差异会使国家产生推动国家形象战略和改善国家形象的动机。从某个层面上讲，国家形象战略实质上是国家跨越国内形象与国际形象的对立，使二者统一的主观努力。

2. 国家形象战略的要素

关于战略的要素或者战略的结构，国内外的学者见智见仁，大致上可分为三类观点。第一种观点从战略的属性出发，认为战略的基本要素包括战略目标、战略手段、战略方针等。例如，美国前参谋长联席会议主席马克斯维尔·泰勒上将认为，战略总是由目标、方法和手段几个方面组成的。美国陆军学院的小阿瑟·莱克上校将上述看法概括成一个公式：战略=目的（追求的目标）+途径（行动方案）+手段（实现某些目标的工具）。约翰·柯林斯认为，“大战略”应由国家利益、国家目标、国家政策、国家义务等基本部分构成。^{[12] (P. 6-7)}高金铨等认为国际战略的结构应包括以下几个部分：国际战略形势的

判断、国际战略目标选择、国际战略的战略指导。^{[13] (P 9-10)} 国家战略是由国家利益、国家目标、国家力量和国家政策四个基本要素构成。^{[14] (P 328-330)} 第二种观点将战略看做一个程序或实践的过程,认为战略包含战略目的、战略判断、战略决策、战略实施和战略总结等环节。例如,作为认识客体的战略(或称“客观战略”)是人的战略实践过程,是一个客观运动过程。一个完整的战略实践过程是一个复杂的运动过程,包括五个环节:战略目的、战略判断、战略决策、战略实施和战略总结。^{[15] (P 62-63)} 钮先钟认为战略是一个程序或过程。在整个程序中包括四个要素,即为国家、目标、权力、环境。^{[16] (P 144)} 第三种观点,将前二者综合起来,从属性和过程的角度来研究战略。例如,康绍邦、宫力等认为国际战略研究的内

容包括:国际战略指导思想、国际战略目标、国际战略的资源 and 手段、国际战略环境、国际战略模式、国际战略的制定、国际战略的实施、国际战略的评估与调整。^{[17] (P 15-16)} 笔者赞同第三种观点,结合国家形象的特点,认为国家形象战略的要素包括:(1) 国家形象战略目标;(2) 国家形象战略的资源;(3) 国家形象战略的环境;(4) 国家形象战略的制定;(5) 国家形象战略的实施;(6) 国家形象战略的评估与调整。

综上所述,国家形象战略的研究具有重大的理论和现实意义,尤其对中国这个正在迅速崛起和融入国际体系大国来说,显得尤为迫切。现实的发展要求我们加强对此问题的研究,而对国家形象战略概念的探讨,有利于该问题的深入研究。

[参考文献]

- [1] 韩源. 全球化背景下的中国国家形象战略框架 [J]. 当代世界与社会主义, 2006(1).
- [2] 孔汪周等. 社会心理学新编 [M]. 沈阳: 辽宁人民出版社, 1987.
- [3] 管文虎. 国家形象论 [M]. 成都: 电子科技大学出版社, 2000
- [4] 刘继南, 何辉等. 中国形象—中国国家形象的国际传播现状与对策 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2006
- [5] Suman Lee. a theoretical model of national image processing and international public relations [D]. Ph D dissertation Syracuse University 2004
- [6] 邓超. 建构主义理论视角下的国家形象塑造 [D]. 中国传媒大学硕士论文, 2006
- [7] 门洪华. 压力、认知与国际形象——关于中国参与国际制度战略的历史解释 [J]. 世界经济与政治, 2005 (4).
- [8] 李正国. 国家形象建构 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2006

- [9] 李少军. 国际战略报告 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2005—25—29
- [10] 孙有中. 国家形象的内涵及其功能 [J]. 国际论坛, 2002(3).
- [11] 贾高建. 社会发展战略: 科学还是艺术? [N]. 学习时报, 2006—09—27.
- [12] 李景治, 罗天虹等. 国际战略学 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2003
- [13] 高金钿. 国际战略学概论 [M]. 北京: 国防大学出版社, 2001
- [14] 薄贵利. 国家战略论 [M]. 北京: 中国经济出版社, 1994
- [15] 李锦坤, 王建伟. 战略思维 [M]. 天津: 天津社会科学出版社, 2003
- [16] 钮先钟. 战略研究 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2003
- [17] 康绍邦, 宫力. 国际战略新论 [M]. 北京: 解放军出版社, 2006

(责任编辑 双木)