

國防大學政治作戰學院政治學系政治研究碩士班

碩士論文

從中共戰略傳播探討孔子學院運作之研究

**A Study on the Operation of Confucius Institute from
the China Strategic Communication**

研究生：戴彥平 撰

指導教授：顏錦標 博士

中華民國一〇七年六月

國防大學政治作戰學院政治學系碩士學位論文
口試委員會審定書

從中共戰略傳播探討孔子學院運作之研究
A Study on the Operation of Confucius Institute
from the China Strategic Communication

本論文係戴彥平君（學號:1070720115）在國防大學政治作戰學院政治學系完成之碩士學位論文，於民國107年5月3日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明。

委員兼召集人

江毓璋

委員

謝奕祖

指導教授

顏錦標

系所主任

莫大華

中華民國107年5月3日

國防大學政治系碩士生論文文責自負聲明書

本人瞭解並保證所撰寫之論文完全遵守著作權法及學術倫理規範，指導教授已善盡告知、審查、監督之義務。論文倘有抄襲、捏造、改作、妨礙他人著作權，或其他一切有違著作權及學術倫理規範之情事，以及衍生相關民、刑事責任者，概由本人負責，與指導教授、論文口試委員及政治學系所有師長無關。

論文題目：從中共戰略傳播探討孔子學院運作之研究

研究生：戴彥平 (簽章)

學號：1070720115

指導教授：顏廷樺

我已閱讀下方說明，並同時繳交原創性檢測報告。：

☒ 論文原創性檢測報告

☒ 學位論文口試作業規定第肆(六)條

經遭檢舉論文抄襲，且調查屬實者，雖已授予學位，專案報請國防部予以撤銷，並註銷其已發給之結業證書與學位證書。

中 華 民 國 107 年 5 月 3 日

謝辭

光陰荏苒，兩年的研究所生活就快結束了，但結束是另外一種開始，對於人生而言，新的篇章才正要展開。

首先，感謝顏錦標老師，在我撰寫論文的過程中，總是不厭其煩地細心指導，讓我能夠順利完成這本論文；雖無法達到老師所要求的標準，但這也讓我感受到老師對於學術研究的嚴謹與態度，值得欽佩與學習；在這裡也要特別感謝口試委員汪毓璋老師以及謝奕旭老師，對我論文的指導與指正，讓我的論文能夠更加充實；另外，也要感謝 107 年班政戰組班導，余一鳴老師，總是默默關心班上的狀況；感謝方自億老師，協助學生論文相關的事宜；感謝梅雨老師在英文上的指導；感謝政戰學院政治研究所老師們的諄諄教誨。

其次，我要感謝研究所 107 年班政戰組的盈璇學姊、唐妤、棟中、振慶，曾經一起共同努力與奮鬥；感謝宣豪學長在同寢時候的照顧，以及為論文一起努力的回憶；感謝昀倉學長在我遇到困難的時候，出手協助；感謝玄銘學長平時的照顧；感侑成學長、室友家和學長、宗諭學長的陪伴；感謝清華平時的相處與協助，讓我的研究所生活不會那麼無聊，希望未來我們兩對新婚小夫妻還能同遊他國。

最後要感謝我的父母，有你們的支持讓我能夠專心就讀研究所；還有感謝我的女朋友，也是未來的另一半，平欣。當我在研究所的期間，因為有你的加油與鼓勵，才能讓我能夠在研究所的路上，走的更加順遂。

需要感謝的人太多了，有許多我沒有提到但是幫助過我的師長、朋友們，在此讓我獻上萬分謝意，謝謝你們。

戴彥平 謹誌於復興崗

一〇七年六月六日



國防大學

National Defense University

中文摘要

美國在「911 恐怖攻擊事件」發生後，透過「戰略溝通」理念，整合政府各部門之相關作為來影響外國受眾，進一步改變其思想、態度與行為，進而支持或認同美國，最終改善美國國家形象。有鑑於此，中國大陸學者主張應當發展自己的「戰略傳播」體系，傳遞給國外公眾「和平發展」的理念，增進國外公眾對中共國家政策與行為上的理解，除能改善國家形象，更能創造有利於中共在國際上發展之環境。由於「孔子學院」負責中國大陸海外漢語教學與中華文化傳播，影響國外學習者對中國大陸的理解與認同，其運作性質與目標，實踐了「戰略傳播」理念。然而，這也讓許多西方學者對於中共「孔子學院」的動機抱持懷疑的態度。

因此，本文透過中共「戰略傳播」理念探討「孔子學院」的運作，發現孔子學院整合相關部門之運作，進行漢語與中華文華之推廣，影響學習者與國外公眾，改變其對中共的認知與看法，增進理解與認同，最終重塑國家形象、鞏固國際話語權以及增進文化軟實力。

關鍵詞：戰略溝通、戰略傳播、孔子學院



國防大學

National Defense University

Abstract

After the “911,” the United States used the concept of “strategic communication” to integrate relevant actions of various government departments to influence foreign audiences, further change their thoughts, attitudes, and behaviors, thereby supporting or recognizing the United States, and eventually improving the US national image. In view of this, China scholars advocate that they should develop their own “strategic communication” system and pass on the concept of “peaceful development” to the foreign public, so as to enhance the foreign public's understanding of China’s national policies and behaviors, in addition to improving the country’s image. It can create an environment conducive to the development of china in the international community. As the “Confucius Institute” is responsible for overseas Chinese language teaching in China and the dissemination of Chinese culture, it influences the understanding and recognition of foreign learners on the Chinese mainland. Its operational nature and goals have implemented the concept of “strategic communication.” However, this has also caused many Western scholars to hold skepticism about these institutes’ motives.

Therefore, this article explores the operation of the “Confucius Institute” through China’s “strategic communication” concept. It finds that the Confucius Institute integrates the operations of related departments, promotes Chinese and Mandarin, influences learners and foreign publics, and changes their perception of China. Views, increase understanding and recognition, eventually reshape the country’s image, consolidate the right to speak internationally, and increase china’s soft power.

Keywords: Strategic Communication, Confucius Institute



國防大學

National Defense University

目錄

目錄	i
表目錄	v
圖目錄	vi
第一章 緒論	1
第一節 研究動機與研究目的	1
壹、研究動機	1
貳、研究目的	4
第二節 文獻探討	6
壹、美國「戰略溝通」相關文獻	6
貳、中共「戰略傳播」相關文獻	9
參、中共「孔子學院」相關文獻	13
第三節 研究方法	19
第四節 研究架構	20
第五節 研究範圍與研究限制	21
壹、研究範圍	21
貳、研究限制	21
第二章 美國「戰略溝通」起源與中共發展背景	23
第一節 美國「戰略溝通」的歷史演進與理念內涵	23
壹、美國「戰略溝通」機制與功能的歷史演進	24
貳、美國「戰略溝通」的理念內涵	31
第二節 中共「戰略傳播」理念的發展背景與內涵特性	36

壹、中共「戰略傳播」理念的發展背景	36
貳、中共「戰略傳播」理念的內涵	39
參、中共「戰略傳播」理念的特性	44
第三節 中國大陸學者對「戰略傳播」體系之探討	47
壹、「戰略傳播」體系的發展重點	47
貳、「戰略傳播」體系的策略方向	51
參、「戰略傳播」體系的核心內容	53
小結	56
第三章 中共「孔子學院」的建設與發展概況	57
第一節 中共「孔子學院」的發展與機制	57
壹、中共「孔子學院」的發展背景	58
貳、中共「孔子學院」的發展過程	60
參、中共「孔子學院」的運作機制	63
第二節 中共「孔子學院」的推廣與運作	69
壹、中共「孔子學院」的推展作法	69
貳、中共「孔子學院」的設立模式	71
參、中共「孔子學院」的主要職能	73
第三節 中共孔子學院在各洲的發展概況	79
壹、中共孔子學院在亞洲的發展概況	80
貳、中共孔子學院在歐洲的發展概況	82
參、中共孔子學院在非洲的發展概況	84
肆、中共孔子學院在美洲的發展概況	86
伍、中共孔子學院在大洋洲的發展概況	88

小結	90
第四章 中共孔子學院的戰略傳播運作成效與發展趨勢	91
第一節 中共孔子學院的戰略傳播目的與作為	91
壹、中共孔子學院的戰略傳播目的	92
壹、中共孔子學院的戰略傳播作為	96
第二節 中共孔子學院的戰略傳播運作成效之分析	101
壹、中共孔子學院的戰略傳播運作分析	101
貳、中共孔子學院的戰略傳播成效分析	109
第三節 中共孔子學院的戰略傳播發展趨勢	115
壹、提升主體整合，健全組織結構	115
貳、強化網路建設，整合傳播途徑	117
參、明確傳播內容，提升文化內涵	118
肆、統籌目標對象，擴大受眾範圍	119
伍、淡化官方色彩，減少外界質疑	120
陸、強化社區關係，改善良好互動	121
柒、制定回應對策，降低國際誤解	122
捌、提升文化交流，促進彼此理解	123
小結	124
第五章 結論	125
第一節 研究發現	125
壹、美國「戰略溝通」觀念是中共發展的基礎	125
貳、中共「戰略傳播」內涵核心為「整合性」	126
參、「戰略傳播」體系為中共未來發展重點	126

肆、中共孔子學院具有濃厚政治色彩	127
伍、中共孔子學院的運作實踐「戰略傳播」理念	128
陸、「銳實力」是中共孔子學院運作的限制因素	128
第二節 研究建議	130
壹、強化國軍「政治作戰」內涵	130
貳、建立我國「戰略溝通」體系	130
參、持續中共「戰略傳播」研究	131
肆、精進我國「台灣書院」建設	131
第三節 未來研究方向	133
參考文獻	135
壹、中文文獻	135
一、中文專書	135
二、論文	137
三、期刊	137
四、報紙	154
五、網路資料	155
貳、英文文獻	160
一、專書	160
二、研究報告	160
三、期刊論文	162
四、網路資料	163

表目錄

表 1—1	文獻分析種類區分表	19
表 2—1	對中國國家形象產生負面影響的問題	38
表 2—2	中共戰略傳播定義區分表	43
表 2—3	「文化溝通的目標結構」分析表	52
表 3—1	漢語學習相關情況概述表	59
表 3—2	各國語言文化機構發展概述表	61
表 3—3	國家對外漢語教學領導小組成員對照表	64
表 3—4	中共「孔子學院總部」第五屆理事會成員名單表	67
表 3—5	「總部與申辦方合作模式」區分表	72
表 3—6	漢語教師培訓項目表	75
表 3—7	孔子新漢學計劃項目說明表	77
表 3—8	漢語橋比賽與活動項目說明表	78
表 3—9	中共設立「孔子學院」之國家統計表	80
表 4—1	「孔子新漢學計畫」申請對象區分表	100
表 4—2	「孔子新漢學計畫」研究參考課題內容概述表	100
表 4—3	「孔子學院總部理事會」各部門工作職掌表	102
表 4—4	《國際漢語教學通用課程大綱》內容概述表	104
表 4—5	孔子學院是否是國外公眾了解中華文化之良好管道	110
表 4—6	西方媒體報導對孔子學院的解讀	112

圖目錄

圖 1—1 研究架構圖	20
圖 2—1 中共戰略傳播運行機制構想圖	49
圖 3—1 中共「孔子學院總部」與「國家漢辦」機構設置架構圖	69



第一章 緒論

第一節 研究動機與研究目的

壹、研究動機

「911 恐怖攻擊事件」發生之後，美國國內在譴責恐怖主義的同時，各界也同時提出「他們為什麼恨我們？」（Why Do They Hate Us？）¹的疑問。為了瞭解箇中原因，美國政府機構對此問題進行了廣泛、深入的探討。美國雖然在反恐戰爭中取得勝利，但無法挽回美國國家形象在伊斯蘭世界公眾每況愈下的事實；因此美國在反思外交政策與作為的過程中，美國總統布希（George W. Bush, Jr.）意識到，必須調整國家外交機構以加強與他國的溝通，需要透過「戰略溝通」（Strategic Communication），來幫助全世界人民了解和理解美國。²

2004 年 9 月的《國防科學委員會特別小組關於戰略溝通的報告》（Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication）³正式開啟了對「戰略溝通」相關的研究。而後，不管是在 2006 年的《戰略溝通的 QDR 執行路徑圖》（QDR Execution Roadmap Strategic Communication）、2007 年的《美國公共外交和戰略溝通國家戰略》（U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication）、2008 年的《國防科學委員會特別小組戰略溝通最終報告》（Final Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication）還是 2010 年的《國家戰略溝通之架構》（National Framework for Strategic

¹ Peter Ford, "Why Do They Hate Us ?," *The Christian Science Monitor*, September 27, 2001. <https://www.csmonitor.com/2001/0927/p1s1-wogi.html> (Accessed 2017/9/29)

² 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008 年 11 月），頁 77。

³ Defense Science Board of U.S. Department of Defense, *Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication* (Washington, D.C.: Department of Defense, 2004).

Communication），皆觀察出美國政府或軍方，對於「戰略溝通」研究之重視；這些相關報告亦是美國在「戰略溝通」發展上之基礎；更多相關研究學者更是認為美國政府應該透過「戰略溝通」的發展，繼續推廣美國的民主以及重塑美國的國際形象。⁴「戰略溝通」的誕生，是美國在「911 恐怖攻擊事件」發生後，進一步展開研究所發展之產物，期能透過政府各部門整體之相關作為，影響外國受眾，改變其思想、態度與行為，進而支持或認同美國。雖然「戰略溝通」在名詞上較為新穎，但就其內涵而言，美國在歷史上是否就有類似的作為或概念？這部分引起吾人研究之動機。

美國為了改善國家形象而納入的國家戰略核心要素——「戰略溝通」理念，引起世界各國研究的興趣與趨勢；⁵國家形象的重塑漸漸成為各國的發展重心。中國大陸學者董栓柱與董燁認為，中共在國際的國家形象，在「中國威脅論」影響之下，應當發展「戰略傳播」，除了能改善國家形象，更能創造出有利於中共在國際上發展之環境。因此，透過「戰略傳播」傳遞給國外公眾「和平發展」的理念，增進國外公眾對中共國家政策與行為上的理解，⁶讓許多中國大陸學者體認到發展「戰略傳播」的重要性。

2015 年 4 月 11 日，中國大陸「北京大學」成立「北京大學國家戰略傳播研究院」，致力成為國家層級的戰略傳播智庫，為最高決策層級、政府相關部門以及企業單位提供諮詢、教學與研究。⁷2016 年 5 月 21 日，「北京大學國家戰略傳播研究院」舉辦「中國戰略傳播論壇」，多位學者從「國家戰略傳播與公共外交」、

⁴ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008 年 11 月），頁 77。

⁵ 陳俊俠，〈美國戰略傳播源流研究及對中國的啟示〉，《中國海外媒體報告》，第 9 卷第 2 期，頁 31。

⁶ 董栓柱、董燁，〈西方國家大肆炒作「大國衝突論」與「中國威脅論」，為此我們需要——加強戰略傳播，講好中國故事〉，《中國國防報》，2016 年 5 月 6 日，版 22。

⁷ 〈北京大學國家戰略傳播研究院〉，《百度百科》，<https://baike.baidu.com/item/北京大学国家战略传播研究院>（瀏覽日期：2018 年 1 月 1 日）

「網路時代國家傳播治理」和「國家形象與企業走出去」等討論主題，針對「戰略傳播」提出探討；中國大陸學者程曼麗認為，「戰略傳播」是經過設計的專業性傳播，它特別強調系統性、整體性以及協同性，並且強調戰略傳播新思維的發展，提升了中共在對外傳播上的效果，更在轉型的瓶頸上有了突破；而前中共國務院新聞辦公室主任趙啟正認為，在當前中共的國內外輿論環境，「北京大學戰略傳播研究院」等國家戰略傳播研究機構應積極發展，使相關國家戰略的內容與範疇更為具體地呈現，以便真正有效促進國家層級在戰略傳播上的發展與運作。⁸2016年11月27日，中共所舉行的「第四屆國家傳播戰略高峰論壇」，探討國家戰略傳播的發展與提升、國際話語權的掌握以及國家利益之鞏固等相關問題，⁹希冀透過相關學者在論壇上之討論、研究與探討，能給予「戰略傳播」發展上的基礎。因此，「戰略傳播」是中共未來發展之目標，但是，中共該如何發展「戰略傳播」？中國大陸學者該如何給予中共發展的方向與建議？這是一個值得探討之議題。

然而，進行相關研究時發現，中共透過「孔子學院」的建設與發展，進行漢語的教學與中華文化的傳播，進一步影響國外的學習者，增進他們對中國大陸的理解與認同；其運作性質與目標，與中共戰略傳播的理念不謀而合。深究其發展原因在於，隨著中共經濟快速發展，與國際接軌的程度日益提升，世界各國對漢語學習的需求急劇上升，因此，中共借鑒英國、法國、德國以及西班牙等國在民族語言教學上的經驗，¹⁰並配合中共在文化上的「走出去」戰略之下，開始計劃在海外設立以教授漢語與傳播中華文化的非營利性機構，並由中共國務院命名為「孔子學院」。

⁸ 譚震，〈命運共同體與國家戰略傳播—2016 中國戰略傳播論壇綜述〉，《對外傳播》，第 6 期，2016 年，頁 15—16。

⁹ 李沫，〈戰略傳播：國家利益爭奪前沿的較量〉，《中國國防報》，2016 年 12 月 8 日，第 4 版，頁 1。

¹⁰ 廖群峰，〈從孔子學院的普及看中國軟實力的提升〉，《湖南社院學報》，第一期，2011 年，頁 41。

¹¹2004 年 11 月 21 日，中共在韓國首都首爾成立第一所「孔子學院」，之後相繼在美國、瑞典等國家設立「孔子學院」。中共國務院總理李克強在 2014 年的《政府工作報告》中表示：「加快文化走出去，發展文化貿易，加強國際傳播能力建設，提升國家文化軟實力的目標。」¹²在中共文化「走出去」戰略的指標背景之下，發展「孔子學院」，強化文化傳播的能力，進一步提升文化軟實力之影響。

然而，以加拿大與美國為主之西方國家，對於中共「孔子學院」設立過程，以及後續運作提出質疑，這也讓許多西方學者對於中共「孔子學院」的動機抱持懷疑的態度。美國《國家雜誌》（The Nation）報導指出，「孔子學院」由於受到中共部委的領導，對於師資聘任、課程設計以及教學活動等進行管制，¹³更多學者認為「孔子學院」是由中共主導的學術機構。這都影響了中共「孔子學院」的建設與發展。因此，中共「孔子學院」設立的目的究竟為何？在運作上為何受到西方國家的質疑？這是一個值得研究的問題。另外，若以中共「戰略傳播」這一新概念進行分析與探討，是否能觀察出不同的分析結果，抑或對於本研究能凸顯其獨特性與學術上之價值？

貳、研究目的

中國大陸學者畢研韜認為，對於「戰略溝通」的概念認知，決定其模式之設計、目標設定與功能賦予、資源整合的能力以及效果評估指標體系的建立¹⁴。因此，美國與中共在概念上的本質可能相同，但是，其發展可能因國家體系之不同，變化出

¹¹ 杜玲玉，〈中國大陸推動文化「走出去」戰略之研究：以設立孔子學院為例〉，《展望與探索》，第十一卷第一期，2010 年 1 月，頁 13。

¹² 〈政府工作報告—2014 年 3 月 5 日在第十二屆全國人民代表大會第二次會議上〉，《中國政府網》，http://www.gov.cn/guowuyuan/2014-03/14/content_2638989.htm，2014 年 3 月 5 日（瀏覽日期：2017 年 5 月 24 日）。

¹³ 盧業中，〈十年磨一劍？從「孔子學院」在西方受挫看中共軟實力發展〉，《亞太和平研究基金會》，<http://www.faps.org.tw/Pages/ArticleManage/ArticleDetail.aspx?id=60&ArticleTag=1>，2014 年 11 月 28 日（瀏覽日期：2018 年 3 月 24 日）。

¹⁴ 畢研韜，〈戰略傳播概念演化研究〉，《荊州學院學報》，第 23 卷第 3 期，2016 年 6 月，頁 104。

符合自己國家利益達成之模式。事實上，中共對於自身國家利益之重視是無庸置疑的，但由於「中國威脅論」的氛圍，影響了中共在國際上的國家形象與地位。對此，中共體認到，改善國際社會與國外公眾之觀感，方能鞏固其國際形象與國家利益。因此，中共期能透過「孔子學院」的設立，以及在「和平發展」的提倡與「和諧世界」之構建之下，進而塑造良好的國際形象。¹⁵

承上所述，本論文研究目的，首先，探討美國「戰略溝通」的歷史脈絡與內涵以及中共「戰略傳播」的理念與體制的發展；其次，了解中共「孔子學院」的建設與發展現況；最後，以「戰略傳播」理念，探討「孔子學院」的運作與成效。



¹⁵ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008年11月）。

第二節 文獻探討

文獻探討的目的在於能夠給於一項研究理論化的見解與基礎，並透過整合已建立之知識，使其與研究者的思想相互融。文獻探討除了要使研究與同一領域的其他論述與概念結合之外，亦要嘗試從其他研究者的思想提煉出屬於自己的思想體系與理念，這些思想體系與理念將是論文之理論基礎。¹⁶

在本論文之文獻探討的部分，主要分作做三大部分，「戰略溝通」、「戰略傳播」、「孔子學院」。雖然本研究主要探討中共的戰略傳播，但對於中共戰略傳播而言，是借鑑美國「戰略溝通」理念而來，因此，針對美國「戰略溝通」進行探討有其必要性，在文獻探討之方面，主要參考美國官方（白宮、國防部）、學者出版之書籍作為在美國「戰略溝通」部分主要的文獻探討。

壹、美國「戰略溝通」相關文獻

美國「國防科學委員會」（the Defense Science Board, DSB）在2001年發布了《國防科學委員會特別小組管理資訊傳散報告》（Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination），其中主要討論美國民間以及軍方資訊傳散的能力對於國家安全而言是至關重要且強而有力的資產。他們可以創造出外交的機會、緩和可能會發生戰爭的緊張氣氛、遏止衝突的發生、應對非傳統安全地威脅以及美國利益的保護¹⁷。在這份報告中，雖然出現「戰略溝通」（strategic communication）的名詞，但並未針對「戰略溝通」提出相關的闡釋。接著2004年9月，發表《國防科學委員會特別小組戰略溝通報告》（Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication），首次針對「戰略溝通」定

¹⁶ 韓乾，《研究方法原理：論文寫作的邏輯思維》（臺北：五南圖書，2012年10月），頁109。

¹⁷ U.S. Department of Defense, *Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination* (Washington, D.C.: Department of Defense, 2001).

義提出闡述，並表示「戰略溝通」對於美國的國家安全以及外交政策具有其重要性。

¹⁸。2008年1月，再度提出《國防科學委員會特別小組戰略溝通最終報告》（Final Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication），重新檢視之前提出的報告以及評估戰略溝通歷程的行動¹⁹。²⁰這幾份由「國防科學委員會」所提出的報告，是美國在「戰略溝通」發展上的基礎，提供本研究清楚理解發展之歷程。

美國國防部於 2006 年提出《四年期國防檢討：戰略溝通執行規劃》（QDR Execution Roadmap Strategic Communication），為實現有效的「戰略溝通」，而制定了三大目標，第一，使國防部運作戰略溝通的流程制度化，把「戰略溝通」的主要原則融入戰略發展與政策制定、規劃和執行的過程；第二，為「戰略溝通」及其主要傳播支援能力，包括「公共事務」、「資訊作戰」（尤其是「心理作戰」）、「視覺資訊」、「軍事外交」和「公共外交」等劃定任務、職責及其相互關係；第三、為軍事部門和作戰部隊提供適當資源，以便更好地組織、訓練和裝備其實施「戰略溝通」的人員。²¹因此，透過此報告可以了解美國國防部在「戰略溝通」上的執行與指導方向。

《美國公共外交和戰略溝通國家戰略》（U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication）是由美國「公共外交和戰略溝通政策協調委員會」（Policy Coordinating Committee on Public Diplomacy and Strategic Communication）於 2007 年所提出，在這份報告中表示，美國政府力求與全世界的

¹⁸ Defense Science Board of U.S. Department of Defense, *Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication* (Washington DC: Department of Defense, 2004)

¹⁹ Defense Science Board of U.S. Department of Defense, *Final Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication* (Washington DC: Department of Defense, 2008), p. 1.

²⁰ Defense Science Board of U.S. Department of Defense, *Final Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication* (Washington DC: Department of Defense, 2008), p. 11.

²¹ U.S. Department of Defense, *QDR Execution Roadmap for Strategic Communication 2006* (Washington, D.C.: Department of Defense, 2006), p. 3.

國家和人民合作，為世界各地的人民創造更好的生活，作為一個多元文化的國家，美國必須遵中不同文化、背景以及信仰的人民。因此，美國制定了三項戰略目標，以管理美國「公共外交」以及「戰略溝通」，第一，美國必須基於其本身之價值觀，提出希望與機會的積極願景；第二，透過與夥伴的合作，將威脅到夥伴國家人民文化、信仰、自由與和平的暴力極端份子，予以孤立及邊緣；第三，美國必須與其他不同文化或信仰國家的人民，共同培養及創造利益與價值觀。²²

2010 年 3 月，美國總統歐巴馬依據《2009 財政年度國防授權法》（Duncan Hunter National Defense Authorization Act for Fiscal Year 2009），提出了《戰略溝通之國家架構》(National Framework for Strategic Communication)之報告。在這份報告中表示，透過所有的努力，有效的「戰略溝通」對於維護全球的合法性以及支援政策目標至關重要。透過政府在溝通文化上的促進，能夠使行動與語言達成一致性。透過有效發揮審慎的溝通以及參與，了解世界人民的態度、意見、不公以及關切。因此，可信度以及一致性訊息的傳達、發展有效的計畫以及讓世界人民感受、了解其行動是至關重要的。²³

《Information Operations Primer》是「美國陸軍戰爭學院」（U.S. Army War College）於2011年提供相關人員參考使用的文件，雖然「戰略溝通」在本文僅稍作討論，但是，其重點在於本篇報告針對戰略溝通提出其歷史溯源。報告表示，雖然戰略溝通對於美國政府而言是一個新的名詞，但是，他背後的概念、理論和實踐卻非如此。作者認為「戰略溝通」的概念最早可追溯至1917年的「公共資訊委員會」（Committee on Public Information, CPI），也被稱作「克里爾委員會」。²⁴而這部

²² Policy Coordinating Committee on Public Diplomacy and Strategic Communication, *U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication* (Washington, D.C.: Policy Coordinating Committee on Public Diplomacy and Strategic Communication, 2007).

²³ The White House, *National Framework for Strategic Communication* (Washington, D.C.: The White House, 2010).

²⁴ Dennis M. Murphy, *Information Operations Primer* (PA: U.S. Army War College, 2011).

分對於本研究對於「戰略溝通」的概念在歷史演進的論述上提供了基礎。其中亦將「戰略溝通」區分國家層級以及戰場層級並個別提出論述。

克里斯托弗·保羅(Christopher Paul)於2011年所出版《Strategic Communication: Origins, Concepts, Current Debates》一書，其核心在於解釋什麼是正確的「戰略溝通」以及它所包含的內容，並討論戰略溝通的可能解釋、定義。書中表示，雖然許多戰略溝通的定義及內涵，其實是不清楚的，沒有一個統一的界定，但確定的是，對圖像、政策和行動的看法及理解是非常重要的，許多政策的成功取決於各國人民（國內以及國外）的支持，因此，言行一致的影響力就成了關鍵。這在外交政策，特別是國家安全政策領域上尤為顯著及重要。另外，書中也表示，現今面臨的最大挑戰之一就是暴力極端主義所構成的威脅，國家對於暴力極端主義的打擊，必須考慮到極端主義的信仰、動機、觀念以及為何無法瓦解暴力。²⁵這本書對於美國目前遇到的挑戰提出一些自己的看法及回應，並說明如果放棄「戰略溝通」或者在執行成效不彰，國家將會持續面臨威脅。其中針對「戰略溝通」提供歷史脈絡發展之論述，對於吾人了解其歷史發展之演進有了很大的幫助。

貳、中共「戰略傳播」相關文獻

中國大陸學者于朝暉於2008年出版《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》，本書係以冷戰後的美國為研究背景，探討美國利用強勢「軟實力」——即在軟實力的非對稱條件下，開展「整合公共外交」(Integrated Public Diplomacy, IPD)為切入點，提出戰略傳播管理分析架構，希望對研究冷戰後大國國家形象構建及塑造之拓展提出一種新的研究視角。而書中所提出之「戰略傳播管理」，是指以軟實力為基礎，以形象塑造、身份建構、態度轉變以及價值認同作為外交與安全戰略目

²⁵ Christopher Paul, *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates: Origins, Concepts, and Current Debates*(CA: ABC-CLIO, 2011).

標，以「戰略傳播」（Strategic Communication）為核心，透過整合公共外交的機制、功能、策略以及資源，提升國家形象影響力的一種政策行為規範系統。因此，本書清楚針對美國「公共外交」機制與功能進行探討，並提出「戰略傳播管理」這一新的架構分析美國於冷戰後在中東地區戰略傳播的相關作為。²⁶ 本書透過「戰略傳播」解構美國在國際形象的建構以及作者對於戰略傳播的看法，有助於吾人在研究的幫助。

中國大陸學者畢研韜、王金嶺於 2011 年共同出版《戰略傳播綱要》，作者首先提出「戰略傳播」在美國的發展，其次透過美國官方相關文獻之探討以及傳播學的角度，發展出中共本身之「戰略傳播」。因此，作者除了解釋何謂「戰略傳播」，也探討「戰略傳播」與「新聞宣傳」、「公共外交」有何異同？與「三戰」有何關聯？「戰略傳播」又如何實施與評估？以及最重要的，「戰略傳播」如何保障國家安全和國家利益？中國大陸學者畢研韜透過有限的相關文獻，介紹戰略傳播的概念、作業模式以及作業要點，²⁷ 提供吾人在研究及探索「戰略傳播」上的架構與見解；另外，作者還提供「戰略傳播」相關的文獻目錄和網路資源，作為延伸研究之參考。

中國大陸學者李健、張程遠於 2015 年出版《戰略傳播：美國實現國家安全與軍事戰略的重要手段》，本書首先表示，以美軍而言，單靠軍事優勢或者「出師有名」，是無法保證目標達成之順遂，軍隊還必須善於利用「戰略傳播」計畫，透過媒體塑造、人際溝通、多國合作等方式建立美軍的正面形象。因此，書中表示，美軍認為「戰略傳播」是為了實現國家目標或戰略目標而進行的意圖共享。因此，成功的「戰略傳播」不僅有利於美軍在軍事上的勝利，更有利於美國國家安全的鞏固。

²⁶ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008 年 11 月）。

²⁷ 畢研韜、王金嶺，《戰略傳播綱要》（北京：國家行政學院出版社，2011 年 9 月）。

²⁸本書的核心在於深入研究美軍的「戰略傳播」，透過與戰略傳播相關的英國研究機構報告、美軍官方文件以及美軍相關研究文獻進行綜合性的分析，對於吾人在研究美國戰略溝通的發展提供重要的參考，但本書著重於軍事層級戰略傳播的研究，對於國家層級之研究較少，因此僅參考作者對於戰略傳播在理論上架構之分析。

中國大陸學者李昌及楊艾倫於 2016 年 12 月在《中國報業》中發表〈國內戰略傳播研究現狀綜述〉，作者認為「戰略傳播」原本是國際關係領域相關的概念，後來被廣泛應用於市場行銷領域。隨著戰略傳播研究的深入，傳播學領域也開始關注及研究此一概念，並逐步用戰略傳播新思維概念取代並整合傳統的對外傳播研究，進而促進傳播學和國際關係、外交等領域的結合。因此，作者認為，「戰略傳播」是為實現國家戰略利益，包含了領土主權、國家安全、金融穩定、生態環境、以及核心價值觀等，或者是戰略目標，而對重要之特定目標受眾進行的傳播、溝通以及接觸行動。²⁹透過本文可以了解作者回顧概述美國、歐盟、北約等研究的發展作為後，進一步討論及分析中共目前研究的進展，並表示中共相關的研究，理論層面較多，應用研究尚顯不足，是當前急需填補的研究空白，因此本文有助於吾人在本研究中，對於「戰略傳播」發展概況之瞭解。

中國大陸學者趙良英與許曉林於 2016 年在《新聞前哨》發表〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，作者認為「戰略傳播」是指政府或組織為實現特定戰略利益，動員協調各種資源，向特定目標受眾傳遞信息、施加影響的過程；並表示國家「戰略傳播」體系是應對當前宣傳思想工作與意識形態鬥爭新型態的系統化、制度化之設計。³⁰作者基於「戰略傳播」這概念，為中共在「戰略傳播」的發展中，提

²⁸ 李建、張程遠，《戰略傳播：美國實現國家安全與軍事戰略重要手段》（北京：航空工業出版社，2015 年 1 月）。

²⁹ 李昌、楊艾倫，〈國內戰略傳播研究現狀綜述〉，《中國報業》，2016 年 12 月，頁 77—78。

³⁰ 趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第 9 期，2016 年，頁 10—14。

供體系建設之構想，亦針對目標、運作、傳播內容及策略、效果評估等多面向提供重要之建議。此外，本文是「中國國際戰略學會」中的「美國戰略傳播體系研究項目」之一，對於本研究在中共戰略傳播的運行機制以及體系的建立等相關發展提供清晰的架構。

中共「新華社國際部」的主任記者陳俊俠，曾於2013年在《中國海外媒體報告》第9卷第2期中發表了〈美國戰略傳播源流研究及對中國的啟示〉，作者認為，美國在911恐怖攻擊事件之後，為防止國家形象持續惡化，進而將政治傳播、媒體傳播、文化傳播等理念整合起來，提出「戰略傳播」(Strategic Communication)的概念，並將戰略傳播設定為國家戰略的核心要素之一，並在世界上引發了「戰略傳播研究熱」。本文系統地整理了美國「戰略溝通」的起源、形成及組織架構，著重分析概念的核心及特點，對於中共在「戰略傳播」上提供發展的構想及啟示；另外本文亦強調媒體能量的發揮是「戰略傳播」的核心理念之一。作者也表示中共必須借鑒美國的做法，發展屬於中共的「戰略傳播」體系³¹。作者提出對外傳播整合的方式及建議，並結合中共「戰略傳播」相關研究，提供本研究重要的啟發以及參考的價值。

中國大陸學者畢研韜、王金嶺，於2011年在《海南師範大學學報》中發表了〈戰略傳播初探〉，作者表示美國2010年的「國家安全戰略」(U.S. National Security Strategy)，將「戰略傳播」列為國家實力之一，並將資訊與外交、軍事和經濟被列為國家實力的四大要素。文章簡要介紹了美國「戰略溝通」在概念上的演化；畢研韜認為，「戰略傳播」的運作關鍵是「影響控制」。³²作者畢研韜本身為中國大陸「海南大學傳播學研究中心」的副教授，長期研究「國際傳播」與「政治傳播」，

³¹ 陳俊俠，〈美國戰略傳播源流研究及對中國的啟示〉，《中國海外媒體報告》，第9卷第2期，頁31—36。

³² 畢研韜、王金嶺，〈戰略傳播初探〉，《海南師範大學學報》，第24卷第115期，2011年，頁160—162。

對於傳播領域的發展與研究具有重要的貢獻，因此，因為相關背景之關係，讓畢研韜在中共「戰略傳播」的研究領域上成為首屈一指的學者，並陸續提出相關文獻，對中共戰略傳播的發展上功不可沒。由於〈戰略傳播初探〉具有其參考價值，因此，成為日後其他學者在「戰略傳播」研究上重要的參考文獻。

中國大陸學者畢研韜於 2016 年 6 月在《荊州學院學報》第 23 卷第 3 期中發表了〈戰略傳播概念演化研究〉，畢研韜認為各國對「戰略傳播」概念的認知決定其模式的設計、目標與功能設定、資源整合以及效果評估指標體系的建立。文中列舉了美國、北約、英國、中共以及我國對「戰略傳播」概念之認知，並針對「戰略傳播」歸納出四項重點，第一，戰略傳播的目的在於國家戰略利益的維護，需要從戰略層面選擇受眾、管道以及內容；第二，語言是人類的資訊工具，資訊功能是語言的最基本功能，但戰略傳播的影響介質首先是行為，其次才是影像與話語，三者須傳遞一致的信號；第三，戰略傳播是通過改變受眾行為來維護國家利益，而改變行動需要以公開或隱蔽的方式改變其認知；第四，戰略傳播是一種思維工具、一種融合機制。³³因此，本文獻對於吾人在概述各國對「戰略傳播」認知上，提供清楚的演化軌跡，而作者歸納出重點，提供系統化的整理以及對「戰略傳播」概念重要的支撐。

參、中共「孔子學院」相關文獻

福克·哈帝格（Falk Hartig）於 2015 年出版《Chinese Public Diplomacy: The rise of the Confucius Institute》一書，作者在書中除了介紹孔子學院的發展，並針對其影響進行分析。作者認為，孔子學院是中共在公共外交上的工具。因此，作者透過公共外交的概念，作為分析孔子學院的理論架構，並深入探討孔子學院在歐州和大

³³ 畢研韜，〈戰略傳播概念演化研究〉，《荊州學院學報》，第 23 卷第 3 期，2016 年 6 月，頁 104—108。

洋洲的相關活動、受眾結構及組織以及所遇到的問題及挑戰。作者也表示，孔子學院是中共最具有魅力但也具有爭議的工具；而其設立也展現了國際與中共之間學術、教育以及文化的交流。而中共也趁著全球對於漢語以及中華文化的迷戀，找到願意與之合作的相關組織或學術單位，從而資助相關的資源。³⁴而在本書當中最具有參考價值的是作者從公共外交解構中共孔子學院的部分，並透過案例研究進行分析及評估，進一步理解作者認為最重要的資訊與假設。

政戰學院新聞系副教授徐蕙萍於2013年6月在《復興崗學報》中發表了〈自文化間傳播視角探論中共推展「孔子學院」的問題與因應作法〉，文中表示，因為中共在經濟上的崛起，帶動全球「中國熱」、「漢語熱」，讓中共趁勢發展「孔子學院」。中共將孔子學院視為與國際交流的「平臺」，積極擴展其版圖。³⁵而從本文可獲知，作者從文化傳播之觀點剖析中共在全球設立「孔子學院」之原因，並概述其推展的做法及發展現況，並進一步提出「孔子學院」遭抵制之原因。

中國大陸學者劉旭於2015年6月在《重慶大學學報》第21卷第6期中發表了〈中國孔子學院歷時發展研究〉，文章對遍佈全球120個國家近500所孔子學院十年（2004—2014年）歷時發展進行整理和分析，作者認為孔子學院這些發展歷程可以分為三個階段，第一，開拓階段，第二，全球戰略佈局階段，最後是穩定發展階段³⁶。因此，透過本文可以了解作者從發展中存在的問題，分析未來發展以及對未來提供改善之建議。

中國大陸學者張德瑞於2016年2月在《學術前沿》中發表〈對孔子學院國際傳播戰略的思考〉，作者認為，孔子學院除了傳授漢語之外，更重要的在於傳遞中共當前國情情勢以及詮釋國家政策；因此，對於中華文化的傳播、公共外交的開展、

³⁴ Falk Hartig, *Chinese Public Diplomacy: The rise of the Confucius Institute* (NY: Routledge, 2015).

³⁵ 徐蕙萍，〈自文化間傳播視角探論中共推展「孔子學院」的問題與因應作法〉，《復興崗學報》，2013年6月，頁135—156。

³⁶ 劉旭，〈中國孔子學院歷時發展研究〉，《重慶大學學報》，第21卷第6期，頁234—241。

國家形象之建構以及國際話語權的掌握，都發揮極大的促進作用。但孔子學院在訓速發展過程中也出現了不容忽視的現實問題，例如西方國家的排斥。因此，作者認為，當務之急的做法，第一，屏棄發展孔子學院的官方背景；第二，明確孔子學院傳播中華文化的具體內涵；第三，分析當前在文化的傳播過程上可能遇到的挑戰；第四，借鑑世界其他國家語言文化傳播戰略，重新思考有效的管道和機制。³⁷

中國大陸學者喻國明、楊雅，於2017年1月在《對外傳播》中發表〈中國話語傳播「走出去」的關鍵性問題——以孔子學院文化傳播的影響因素為例〉，文中表示，中共孔子學院的發展，截至2014年12月7日，在全球126個國家(地區)已建立了475所孔子學院和851個孔子課堂。中共透過「文化」走出去戰略在海外廣設孔子學院之情況下，成為推廣漢語和中華文化、增進文化交流之平臺。然而，在孔子學院迅速發展的情況下，國外學術單位對於孔子學院的崛起引起了質疑。隨著規模發展的擴大及深入，進而產生更嚴重的排斥。2012年5月，美國開始審查孔子學院；2014年9月，「美國芝加哥大學」(University of Chicago)與「賓夕法尼亞州立大學」(Pennsylvania State University)以「捍衛學術自由」的名義，宣佈停止與孔子學院合作；2015年1月，歐洲第一家孔子學院瑞典「斯德哥爾摩大學」(Stockholm University)孔子學院也宣佈將於6月關閉。³⁸因此，從本文可以了解，作者如何透過西方國家排斥孔子學院的情況之下，重新反思其未來的發展方向與運作上的修正。

日本學者任哲於2012年3月發表〈The Confucius Institutes and China's Soft Power〉，作者表示，孔子學院是由中共成立，與國外大學或其他教育機構合作相關活動，以促進對漢語以及中華文化的了解。而第一所孔子學院是在2004年於韓國

³⁷ 張德瑞，〈對孔子學院國際傳播戰略的思考〉，《學術前沿》，2016年2月，頁61—95。

³⁸ 喻國明、楊雅，〈中國話語傳播「走出去」的關鍵性問題——以孔子學院文化傳播的影響因素為例〉，《對外傳播》，2017年1月，頁48—50。

首爾設立，這些年來，孔子學院發展的數量非常驚人，也不尋常。因此，作者首先提出孔子學院是什麼？他們的目的和功能是什麼？他們的發展速度為何如此快速？孔子學院是中共軟實力的工具嗎？最後，作者透過分析孔子學院的建立背景、組織機制以及相關活動來解釋。³⁹因此，以作者觀點而言，當代中共典型特徵的文化內容以及關鍵概念的不足，是很難將孔子學院視為中共的軟實力。

麥克·岡薩雷斯（Mike Gonzalez）於2015年2月發表《China's Public Opinion Warfare: How Our Culture Industry Learned to Stop Worrying and Love the PRC》，首先，作者表示，具有威脅性的國家——中共，對美國的电影進行審查，影響了美國在文化產業的發展，甚至還審查了美國的大學，如果美國政府當局不進行改善作為或提出應對之政策，將會對國家構成長期的安全威脅。因此，美國國會要求「政府責任辦公室」（government accountability office, GAO）進行相關問題的研究。其次，作者認為，孔子學院是中共侵入美國以及影響學術自由的源頭，因此，作者提出了幾個重點：第一，中共所設立的孔子學院，表面上教授漢語以及傳播中華文化，並資助其他中共在美國大學的研究，意義不明；第二，由於孔子學院影響學術自由的發展，讓美國許多大學正在考慮是否與孔子學院合作；第三，美國最終決定透過「政府責任辦公室」對各大學的孔子學院進行調查；第四、由於證據足以證明孔子學院可能構成國家安全隱患，政府應擴大調查範圍；第五，美國的电影業者、公司必須反思，與一個壓制自己人民的政權合作，是否正確？最後作者表示，透過解決上述之問題，美國可以幫助那些在中共分享美國自由民主價值觀念的人。但是，作

³⁹ 任哲, "The Confucius Institutes and China's Soft Power," 2012.
https://ir.ide.go.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=37844&item_no=1&page_id=26&block_id=95(Accessed 2017/5/20)

者認為，美國人民首先應該對自己的主權表示關切。⁴⁰因此，從作者觀點可以看出較為不同的角度及層面，發掘中共孔子學院的真實作法。

福克·哈丁格（Falk Hartig）於2015年發表〈Communicating China to the World: Confucius Institutes and China's Strategic Narratives〉一文，本文針對孔子學院分析其戰略、目標及影響。作者將中共孔子學院作為中共在公共外交上的工具，透過中共政府的運用，將中共本身的具體戰略敘述與外國公眾進行溝通，同時亦增加中共的軟實力。作者也表示，根據世界不同地區孔子學院的經驗數據來看，孔子學院常受到政治或是意識形態的關注，亦受到一些實際問題的阻礙。⁴¹透過本文亦可得知大部分的學者認為，孔子學院並不會將「真正的」中共呈現給世界，而是中共所認為的「正確的版本」，但這樣卻會因此限制中共在戰略敘述規劃的有效性以及軟實力提高的能力。

雪瑞爾·惠特克（Shryll Whittaker）於2013年12月發表〈China's Rise and the Confucius Institutes: Chinese and American Perspectives〉一文，作者在本文表示，孔子學院是中共所建立與支持的非營利機構組織，其目的在於透過教師、課程、教材等媒介，傳授漢語、傳播中華文化以及彌補相關的研究。由孔子學院相關資源、財政及行政必須倚賴中共政府的支持，彼此之間的往來極為密切，也因為如此，孔子學院的設立引起了爭議，特別是在美國。對於上述情形而言，專家提出兩項評論及關切：孔子學院透過宣傳，為中共提供軟實力的能量以及讓中共在美國大學可以影響及干擾學術的獨立自由。其次，文章也提出疑問，孔子學院的設立究竟能否提升中共的軟實力？中共「國家漢辦」在資金的提供是否會過度影響美國大學的行政人

⁴⁰ Mike Gonzalez, "China's Public Opinion Warfare: How Our Culture Industry Learned to Stop Worrying and Love the PRC," 2015. <http://www.heritage.org/asia/report/chinas-public-opinion-warfare-how-our-culture-industry-learned-stop-worrying-and-love>(2017/5/20)

⁴¹ Falk Hartig, "Communicating China to the World: Confucius Institutes and China's Strategic Narratives," *Political Studies Association*, vol. 35, 2015. pp. 245-258.

員以及教育工作者，還是限制了學術的獨立性？因此，做者透過本文想表示的是，孔子學院的爭論受到更多在國際上系統性變化的驅動，讓中美之間的競爭日益激烈，不再只是學術誠信與獨立自由層級上的問題；中共漢辦與孔子學院對於美國大學的學術自由是否具有嚴重的威脅，作者也保持懷疑的態度。⁴²最後，透過本文有助於吾人了解，孔子學院的綜合概況、運作情形的綜合性評估以及孔子學院如何將影響力擴及於學術的研究以及大眾媒體。



⁴² Shryll Whittaker, *China's Rise and the Confucius Institutes: Chinese and American Perspectives*(N J: Seton Hall University, 2013).

第三節 研究方法

研究方法是指搜集與處理資料的手段與程序，這是指採用類似實地觀察、測驗、抽樣調查、比較研究、模擬等方法。⁴³而本研究採「文獻分析法」（Document Analysis），係經由「文獻資料」進行研究的方法。由於文獻分析是經由文獻資料所進行的研究方式，因此需要首先將「文獻資料」的內涵和分類方式加以說明，再對文獻資料分析的意義和特點進行分析。⁴⁴而文獻的範圍廣泛，舉凡官方文獻、書籍、期刊、報章雜誌及網路資料皆是，唯引用相關資料的來源及內容必須審慎使用，並盡量參考具有指標性之文獻。文獻分析的主要形式，可概略區分為以下三類（如表1—1）。

表 1—1 文獻分析種類區分表

第一手來源	所謂第一手資料是以其原始格式提供資訊，包括：檔案、官書、歷史遺物、遺址、文件、數據（data）、訪談（interviews）、日記（diaries）、相片（photographs）。
第二手來源	所謂第二手資料來源是指對於第一手資料解釋與提出判斷的成品，包括：期刊文章（journal articles）、專書（books）、翻譯（translations）。
書目性工具	所謂書目性工具是那些將相關性資訊加以組織的工具，包括：百科全書（encyclopedia）、字典（dictionaries）、年刊（yearbooks）、書目（bibliographies）、索引（indexes）、摘要（abstracts）、電子索引（electronic indexes）。

資料來源：朱宏源，《撰寫博碩士論文實戰手冊》（臺北：正中書局，2002年），頁103。

⁴³ 朱宏源，《撰寫博碩士論文實戰手冊》（臺北：正中書局，2002年），頁162。

⁴⁴ 葉至誠、葉立誠，《研究方法與論文寫作》（臺北：商鼎文化，2002年），頁136。

第四節 研究架構

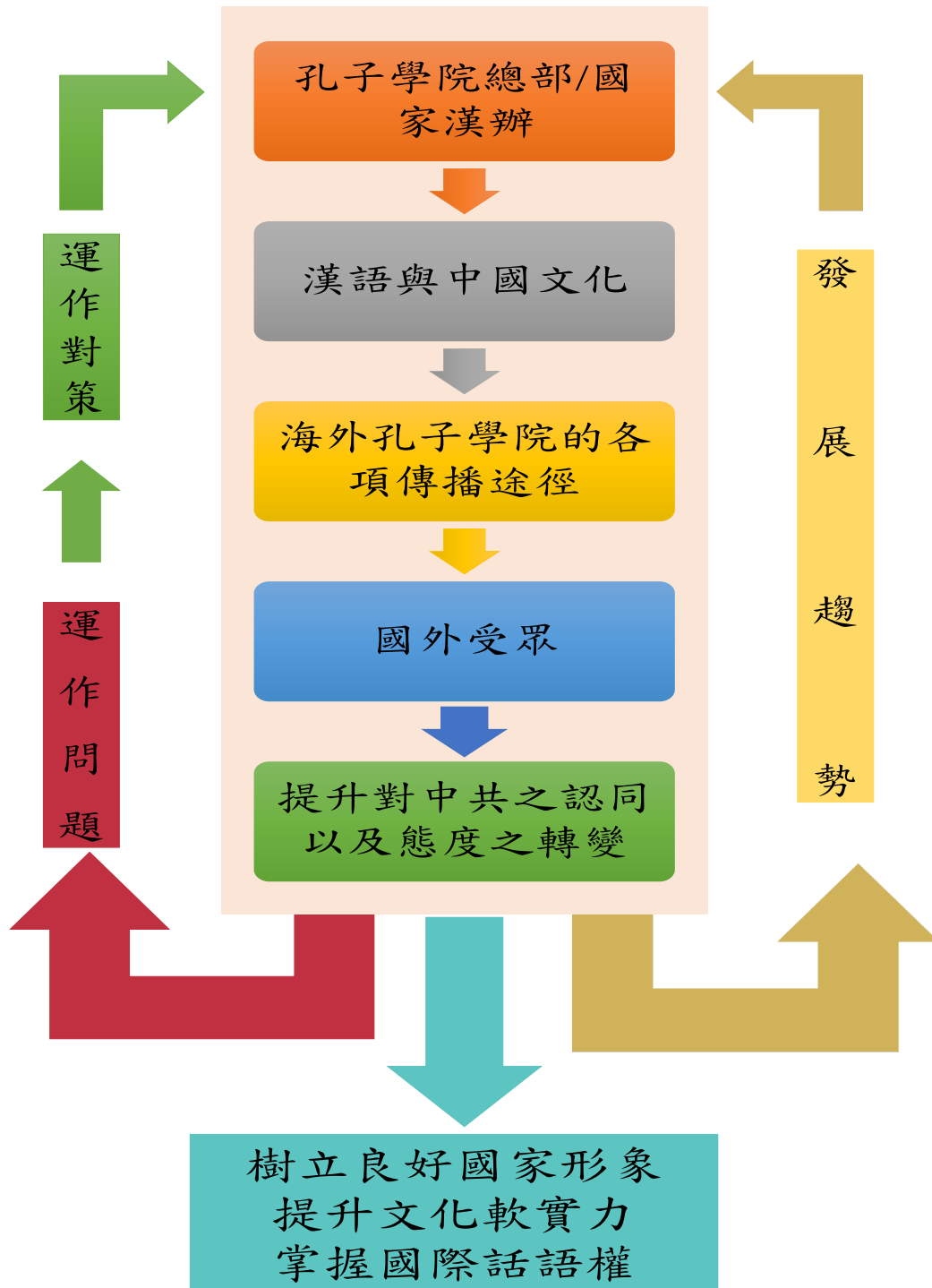


圖 1—1 研究架構圖

資料來源：作者自繪

第五節 研究範圍與研究限制

壹、研究範圍

一、研究內容部分

本論文係探討中共引進美國「戰略溝通」之概念發展自身的「戰略傳播」體系，並透過「孔子學院」影響國外受眾之分析，其涵蓋範圍區包含了美國「戰略溝通」的發展歷程、中共「戰略傳播」的發展與機制以及「孔子學院」運用之分析，因此主要針對「戰略溝通」、「戰略傳播」以及「孔子學院」等相關議題進行探討。

二、研究時間部分

「戰略溝通」一詞於 2001 年美國發生 911 恐怖攻擊事件後首次被美國「國防科學委員會」提出，但是，直至 2004 年 9 月，美國的《國防科學委員會特別小組戰略溝通報告》（Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication）之公布，才真正展開「戰略溝通」的研究。因此筆者在時間範圍上的設定，主要以 2004 年 9 月美國戰略溝通開始研究之時間為起點，至本論文截稿之前的 2018 年 4 月止。

貳、研究限制

針對中共「戰略傳播」運作之探討，學術領域仍有一定的發展，相關著作、期刊論文以及論壇發表等相關文獻資料；而對於中共而言，主要依賴學術領域的研究與發展，因此，官方一手資料文獻之獲得僅能透過搜集官方聲明、報紙公布資料以及領導人談話等相關資訊，進而分析及彙整相關內容；另外，針對中共「孔子學院」相關研究，其授課內容為中共的官方出版之授課教材，無法取得，僅能從中國大陸學者針對相關課程內容的期刊討論中得知部分內容；以上為本研究之限制。



國防大學
National Defense University

第二章 美國「戰略溝通」起源與中共發展背景

中共在十八大以來，從戰略高度進一步強調外宣工作的重要性，並積極創新對外傳播的工作思維、政策以及管理體制，但與美國完善機構相較之下，中共仍有許多不足，例如在文化與意識型態安全上，仍然被認為這是宣傳與文化主管部門之職責；另外，各機構間協調不足，對外傳播力量較為分散；缺乏具有統一規劃與協調整合的「戰略傳播」體系與機制。⁴⁵與此同時，習近平所提出的「講好中國故事，傳播中國好聲音」提供了指導與方向，這讓許多中國大陸學者體認到，此時正是中共發展「戰略傳播」的時機，⁴⁶中共應當透過戰略傳播的發展與運作，協助中共在國家目標上之達成。⁴⁷但是，當前中共對於「戰略傳播」的重視仍然不足，應當透過美國「戰略溝通」的理念借鑒，建立與發展屬於中共本身的「戰略傳播」理念與體系。中國大陸學者陳俊俠認為，由於美國是世界上第一個發展「戰略溝通」理念的國家，也是目前世界上唯一將「戰略溝通」理念廣泛運用到軍事、傳播或外交等領域的國家，應先探討美國「戰略溝通」理念的起源與脈絡，以及了解美國「戰略溝通」發展意涵與運作，進一步思考對中共在發展上的啟示。⁴⁸

第一節 美國「戰略溝通」的歷史演進與理念內涵

美國「戰略溝通」已被用來廣泛描述美國的溝通工作，特別是向全球以及穆斯林社群（Muslim communities）進行溝通，主要希望能夠透過戰略溝通的運作、組

⁴⁵ 趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第9期，2016年9月，頁11。

⁴⁶ 李沫，〈戰略傳播：國家利益爭奪前沿的較量〉，《中國國防報》，2016年12月8日，版4。

⁴⁷ 何輝，〈中國用戰略傳播助推時代大勢〉，《對外傳播》，第4期，2016年，頁18。

⁴⁸ 陳俊俠，〈美國戰略傳播源流研究及對中國的啟示〉，《中國海外媒體報告》，第9卷第2期，頁31。

織以及政策適當的配合，以贏得反對暴力極端主義意識形態的戰爭。⁴⁹因此，不管是美國政府或是國防部，皆針對「戰略溝通」提出相關研究報告，可謂是美國「戰略溝通」發展的基礎。2010 年美國總統歐巴馬（Barack Obama）向美國參眾議院提交的《戰略溝通之國家架構》（National Framework for Strategic Communication），更是清楚規劃出「戰略溝通」的戰略構想、核心概念以及運作機制。

壹、美國「戰略溝通」機制與功能的歷史演進

「戰略溝通」（Strategic Communication）對於美國而言，屬於新穎的主題，但其背後的概念、理論和實踐並非如此。⁵⁰邁克爾·赫斯特（Michael Hester）認為，美國自成立以來，都是透過「戰略溝通」此一概念之作為，來支持國家目標。他認為「戰略溝通」、「政治戰」（Political War）以及「心理作戰」（psychological operations），基本上都是類似的概念，最終目的在於能夠改變敵我之思想、態度、行為。因此，不管是「美國獨立戰爭」（American Revolution）時期，獲得法國人的信任和支持，還是「南北戰爭」（Civil War）時期中，加強人民群眾的意志以及削弱邦聯（Confederacy）的勢力，都體現了「戰略溝通」之意涵。直到 20 世紀的所謂「大戰爭」（Great War），也就是第一次世界大戰開始，到了冷戰結束、蘇聯的崩解，美國才真正將「資訊的力量」納為國力工具的要素之一，藉以成功實現國家目標及利益之達成。⁵¹

邁克爾·赫斯特又指出，「戰略溝通」概念的發展可以追溯 1917 年至 1999 年期間，三個聯邦資訊機構，也就是第一次世界大戰的「公共資訊委員委員會」（1917 年—1919 年）、第二次世界大戰的「戰爭資訊局」（1942 年—1945 年）以及冷戰時

⁴⁹ Michael Hester, *National Strategic Communication: Back to the Future* (PA: U.S. Army War College, 2013), p.3.

⁵⁰ Dennis M. Murphy, *Information Operations Primer* (PA: U.S. Army War College, 2011), p.12.

⁵¹ Michael Hester, *National Strategic Communication: Back to the Future* (PA: U.S. Army War College, 2013), p.8.

期的「美國新聞署」（1953年—1999年），其原因在於，這些機構的設置，皆旨在透過告知國內人民，創造和維護人民意志、加強盟友和夥伴，並利用影響力削弱對手，最終利用資訊支持國家目標。⁵²丹尼斯·墨菲（Dennis M. Murphy）⁵³以及克里斯托弗·保羅（Christopher Paul）⁵⁴皆認為「戰略溝通」的基本理念皆跟上述三個機構的發展息息相關。

一、「第一次世界大戰」時期

在第一次世界大戰期間，威爾遜總統（Woodrow Wilson）試圖透過資訊的製作與傳散，建立美國的國家力量，能在第一次世界大戰中發揮其效能。威爾遜的想法與大多數國家元首一樣，如果要在「總體戰爭」中取得勝利，美國需要強大、持續的公眾意願、國內支持、強大國際盟友之合作，最終能造成敵國心理層面上的衰弱。

55

但是，此時美國政府能量薄弱，國內人民大多具有強烈孤立主義以及反軍事之信仰，這讓威爾遜總統體認「宣傳機構的設立」之重要性，希望透過機構的力量，對國內外傳達美國參戰至關重要之資訊，藉此重振民心與士氣。因此，威爾遜總統在1917年4月13日，以2594號行政命令（Executive Order 2594），成立了「公共資訊委員會」（The Committee on Public Information, CPI），⁵⁶這也是美國政府第一次透過整體的努力，向國外或國內的民眾，廣泛地傳遞訊息。⁵⁷

⁵² Michael Hester, *National Strategic Communication: Back to the Future* (PA: U.S. Army War College, 2013), p.9.

⁵³ Dennis M. Murphy, *Information Operations Primer* (PA: U.S. Army War College, 2011), pp.12-13.

⁵⁴ Christopher Paul, *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates: Origins, Concepts, and Current Debates* (CA: ABC-CLIO, 2011) pp. 72-76.

⁵⁵ Michael Hester, *National Strategic Communication: Back to the Future* (PA: U.S. Army War College, 2013), p.10.

⁵⁶ Chloe Maxwell, "George Creel and the Committee on Public Information 1917-1918," *Tenor of Our Times*, Vol. 4, Article 8, 2015, pp. 72-73.

⁵⁷ Christopher Paul, *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates: Origins, Concepts, and Current Debates* (CA: ABC-CLIO, 2011) p.72.

「公共資訊委員會」的成員編組上，包括陸軍部長牛頓·貝克（Newton D. Baker）、海軍部長約瑟夫·丹尼爾斯（Josephus Daniels）以及國務卿羅伯特·蘭辛（Robert Lansing），威爾遜總統還任命當時頗富聲望的報社主編克里爾（George Creel）擔任該委員會主席。⁵⁸

整體而言，「公共資訊委員會」能夠掌控資訊混亂的局面，發布官方統一、對美國有利且清晰的資訊，讓美國人民對參戰狀態的進展有了清晰的瞭解，更易於支持美國政府的對外政策。該委員會在世界各地設立許多分支機構，其目的在於傳播對美國政府有利的政策資訊。然透過當地的分支機構替美國政府進行宣傳，對他國民眾而言，這無疑增加了資訊的真實性和可靠性。⁵⁹但在第一次世界大戰之後，由於美國在戰後的世界格局的地位終未能如其所願，加上國內孤立主義的思潮持續高漲，美國國會於1919年6月取消「公共資訊委員會」的財政撥款。1919年8月21日，威爾遜總統以3154號行政命令（Executive Order 3154）宣布撤銷公共資訊委員會。

60

二、「第二次世界大戰」時期

1942年，美國政府在資訊的傳遞與組織的運作上，由於機構間無法協調一致，導致無法有效地向美國人民和國際公眾提供資訊。有鑑於此，羅斯福總統遂於1942年1月13日通過「9182號行政命令」（Executive Order 9182）設立了「戰爭資訊局」（Office of War Information, OWI），⁶¹並任命知名廣播新聞評論員、「紐約時

⁵⁸ Bruce Pinkleton, "The Campaign of the Committee on Public Information: Its Contributions to the History and Evolution of Public Relations," *Journal of Public Relations Research*, 1994, 6(4), p.230.

⁵⁹ 梁昌明，《績效視角下的美國公共外交研究（1945—2011）》（山東：山東師範大學博士論文，2015年4月），頁46。

⁶⁰ 李曉曉，《從冷戰結束到「911」事件——克林頓政府時期美國公共外交政策研究》（東北：東北師範大學博士論文，2015年5月），頁27。

⁶¹ Michael Hester, *National Strategic Communication: Back to the Future* (PA: U.S. Army War College, 2013), p.14.

報」記者，伊爾默·戴維斯（Elmer Davis）領導「戰爭資訊局」以及負責整體資訊政策之協調。⁶²

依照 9182 號行政命令，「戰爭資訊局」必須履行兩大職責，第一，透過新聞、廣播、電影等設施，制定和實施資訊方案，旨在促進國內外之受眾，能夠了解當前的戰爭狀況和進展、政府的戰爭政策、活動和目標；第二，協調所有聯邦部門和機構的戰爭資訊活動，以確保向公眾和整個世界提供的戰爭資訊是準確一致的。⁶³因此，「戰爭資訊局」成立目的在於，確保美國民眾能夠清楚了解戰時狀態以及政府的戰時政策、對敵實施宣傳，並針對敵國宣傳進行反制以及向海外國家提供利於美國發展的資訊。⁶⁴

1943 年，羅斯福總統為了明確界定「戰爭資訊局」的職責與權限，發布「9312 號行政命令」，清楚表示，「戰爭資訊局」將針對廣播、新聞、出版和有關外國宣傳活動的各個階段進行計劃、制定和執行。⁶⁵

該組織分為國內與海外兩個不同之分支機構。國內分支機構由「展望雜誌」（Look Magazine）的創辦人小考爾斯（Gardner Cowles, Jr）負責領導，該部門負責鼓勵美國人民支持和參與戰爭工作，向他們傳達重要資訊，針對支持政府之實際作為提供更好之建議，例如購買戰爭債券與參與貨物配給；海外分支機構由 1949 年普立茲獎得主羅伯特·舍伍德（Robert Sherwood）領導，主要負責研究國際輿論對戰爭與盟軍目標之影響；並向聯合國、中立國家、特別是人民群眾提出良好的意見。

⁶² David H. Culbert, *A Guide to the Micro Edition of Information Control and Propaganda Records of the Office of War Information* (Frederick, MD: University Publications of America, 1986), p. v.

⁶³ Gerhard Peters, John T. Woolley, "Franklin D. Roosevelt: Executive Order 9182 Establishing the Office of War Information, June 13, 1942," *The American Presidency Project*.
<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16273> (Accessed 2017/10/12)

⁶⁴ 賈欽涵，〈戰時情報局與美國對華政策（1942—1945）〉，《抗日戰爭研究》，第 2 期，2015 年，頁 95。

⁶⁵ Gerhard Peters, John T. Woolley, "Franklin D. Roosevelt: Executive Order 9312 on the Office of War Information., March 9, 1943," *The American Presidency Project*.
<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16372> (Accessed 2017/10/12)

這個分支機構還試圖限制任何對美國或人民形象不利之證據，例如表明美國政府和人民是虛弱的、主張種族主義的、不支持盟軍目標、生活糜爛或者不民主的。⁶⁶

1942 年，「戰爭資訊局」成立了美國之音（Voice of America, VOA）。美國之音在整個戰爭期間向歐洲廣播，其任務是向外國公眾提供無法獲得的準確資訊。⁶⁷透過「電影局」（Bureau of Motion Pictures, BMP），製作能夠提升美國參戰士氣以及振奮民心的電影，⁶⁸進而影響國外民眾，控制國際輿論。⁶⁹埃爾默·戴維斯曾表示，向大眾宣傳思想的最簡單直接的方法，就是讓他們在不了解宣傳手段的情況下，通過電影播放的方式進行；另外，在海外成立心理作戰分支機構（Psychological Warfare Branch, PWB），透過帶有反制軸心國以及親美相關的圖片、傳單、外語報刊雜誌以及生活用品，影響與勸降敵方士兵。⁷⁰「戰爭資訊局」對於短期目標而言，包括激化盟國之間的聯繫、抵制軸心國、並幫助防止美軍與解放國家平民之間的摩擦；長期目標而言，在於創造一個嶄新美國形象，使海外公眾能接受「美國作為新的世界領袖之地位」的事實。⁷¹在國際上，「戰爭資訊局」與「美國之音」透過交流發揮其效能，並透過戰區命令，與作戰進行同步化，創造出真正的團結與一致，取得了驚人的成功。⁷²隨著戰爭的結束以及順利瓦解軸心極權主義（Axis Totalitarianism），杜魯門總統認為「戰爭資訊局」已完成階段性之任務，於 1945

⁶⁶ Jessica Lauren Wagner, “An Unpleasant Wartime Function”: Race, Film, Censorship, and the Office of War Information, 1942-1945 (College Park, MD: University of Maryland, 2007), pp.5-6.

⁶⁷ Matthew C. Weed, *U.S. International Broadcasting: Background and Issues for Reform* (Washington D.C.: Congressional Research Service, Library of Congress, 2014) p.2.

⁶⁸ Jessica Lauren Wagner, “An Unpleasant Wartime Function”: Race, Film, Censorship, and the Office of War Information, 1942-1945 (College Park, MD: University of Maryland, 2007), p.22.

⁶⁹ Jessica Lauren Wagner, “An Unpleasant Wartime Function”: Race, Film, Censorship, and the Office of War Information, 1942-1945 (College Park, MD: University of Maryland, 2007), p.18.

⁷⁰ Laura Sparaco, “June 13 1942: The Office of War Information is Created,” *The National WWII Museum*, June 13 2012. <http://www.nww2m.com/2012/06/june-13-1942-the-office-of-war-information-is-created/> (Accessed 2017/10/24)

⁷¹ Marja Roholl, “Preparing for Victory. The U.S. Office of War Information Overseas Branch’s illustrated magazines in the Netherlands and the foundations for the American Century, 1944-1945” *European journal of American studies*, Vol. 7, No. 2, 2012, p.3.

⁷² Michael Hester, *National Strategic Communication: Back to the Future* (PA: U.S. Army War College, 2013), pp.17-18.

年 8 月 31 日簽署行政命令，正式廢除「戰爭資訊局」。⁷³在此階段，美國成功地透過「戰爭資訊局」的運作，促進國外公眾對美國在外交與政策上的理解。

三、「冷戰」時期

第二次世界大戰之後，蘇聯在戰後的態度上希望與美國合作，但在美國執行馬歇爾計畫（The Marshall Plan）時，蘇聯意識到此計畫是美國試圖分裂東歐勢力時，蘇聯態度開始轉變，進而與美國展開對抗，以保障在東歐之勢力範圍。⁷⁴因此，全世界進入了以美蘇為首的兩大對立之「冷戰」階段。然而，在此時期內主要發生美國與蘇聯（The Soviet Union）之間的意識型態戰爭。此時美國的主要目標在於對抗共產黨宣傳、平衡國際共黨的歪曲報導，提供美國政府的正確形象；蘇聯則透過「共產資訊局」（Communist Information Bureau）展開宣傳策略，打擊美國威信。

⁷⁵因此，在美國與蘇聯之間的周旋加劇之下，促使美國開始進行反制蘇聯之作為。

⁷⁶

隨著蘇聯意識形態力量的影響之加劇，讓美國體認到新聞規劃（information programs）的必要性。⁷⁷因此，反制蘇聯影響力相關方案的制定，間接宣布美國參與了一場「心智戰爭」（War of Hearts and Minds）。⁷⁸這也讓美國政府增設了一些資訊機構。1946 年，「國際資訊服務處」（International Information Service, IIS）成為「國際資訊與文化事務局」（Office of International Information and Cultural

⁷³ Harry S. Truman, "Statement by the President Upon Signing Order Concerning Government Information Programs," *Harry S. Truman Library & Museum*, August 31, 1945. <http://trumanlibrary.org/publicpapers/viewpapers.php?pid=127> (Accessed 2017/10/24).

⁷⁴ 周湘華、董致麟、蔡欣容，《台灣國際關係史：理論與史實的視角（1949-1991）》（台北：新銳文創，2017 年 5 月），頁 22。

⁷⁵ 方鵬程，〈總體戰爭時期與冷戰時期的宣傳戰〉，《復興崗學報》，頁 67—68。

⁷⁶ Kennon H. Nakamura, *U.S. Public Diplomacy: Background and Current Issues* (PA: DIANE Publishing, 2010), p.9.

⁷⁷ Diane Mizrahi, "The Rise and Demise of the United States Information Agency Libraries," 2015. https://www.researchgate.net/publication/267820342_The_Rise_and_Demise_of_the_United_States_Information_Agency_Libraries_Introduction (Accessed 2017/9/21)

⁷⁸ Kennon H. Nakamura, *U.S. Public Diplomacy: Background and Current Issues* (PA: DIANE Publishing, 2010), p.9.

Affairs, OIC)；1947年，「國際資訊與文化事務局」更名為「國際資訊和文化交流局」(Office of International Information and Cultural Exchange, OIE)。公共事務副部長喬治·艾倫將(George Allen)「國際資訊和文化交流局」分為負責文化和公共外交的「國際教育交流計劃局」(Office of International Educational Exchange Program, USIE)以及負責媒體的「國際資訊局」(Office of International Information, OII)，如美國之音。1950年4月，「國際資訊局」安排了由杜魯門總統所命名的「真相運動」(Campaign of Truth)，代表了美國政府正式開啟了對抗蘇維埃意識形態的「理念戰爭」。1952年，國務院將訊息業務整合到國際新聞署(International Information Agency, IIA)。⁷⁹

艾森豪總統(Dwight David Eisenhower)上任後，認為美國的資訊戰略是無效的，因此將其職能從「國際新聞署」獨立出來，因為艾森豪總統相信，資訊戰略必須將國際公眾輿論、說服以及國家安全政策緊密結合在一起。因此，便於1953年8月1日，設置「美國新聞署」(United States Information Agency, USIA)，⁸⁰規劃執行美國的國際資訊交流的計劃，以支持美國的外交政策，⁸¹其目的在於了解、告知以及影響外國民眾，以促進國家利益，並且擴大美國與外國民眾的對話。⁸²

具體而言，美國政府期能透過「美國新聞署」，達成以下幾個目標，第一，對於外國文化而言，美國透過解釋和提倡自己的政策，讓外國受眾認為美國的外交政策是可信的且具有意義；第二，提供有關美國官方的政策之外，亦提供可能影響其政策的人民、價值觀以及機構；第三，透過與國外同屬機構之間共同建立長期穩

⁷⁹ Michael Hester, *National Strategic Communication: Back to the Future* (PA: U.S. Army War College, 2013), p.18.

⁸⁰ Michael Hester, *National Strategic Communication: Back to the Future* (PA: U.S. Army War College, 2013), p.18.

⁸¹ Kennon H. Nakamura, *U.S. Public Diplomacy: Background and Current Issues* (PA: DIANE Publishing, 2010), p.9.

⁸² William M. Chodkowski, *The United States Information Agency* (Washington, D.C.: American Security Project, 2012), p.2.

固的合作關係，為美國公民和機構帶來國際參與的益處；第四，向總統以及政府決策相關人員提供如何將美國政策有效性地直接影響外國受眾態度之方式。⁸³

美國在這三次階段，透過機制的建立與功能的運作，成功發揮「戰略溝通」理念的成效，協助政府了解國外公眾的文化背景，促進政府能建立與實施完善的國家政策，藉由資訊的交流，使國外公眾更加理解美國在政策上的制定與意圖，改善國外受眾對美國的看法與認知，並進一步支持美國在政策上的相關作為。

貳、美國「戰略溝通」的理念內涵

美國「戰略溝通」的理念在歷史脈絡上以不同的形式或包裝一直存在於不同時期，而對於其理念的形成與體系的確立，則是在「911恐怖攻擊事件」爆發後美國政府一系列的研究與作為之下誕生的。

2001年「911恐怖攻擊事件」的爆發，美國的外交政策作為重新受到美國的媒體、國會以及智庫等各方面的關注，美國眾多學者開始思考「世界為什麼憎恨美國？」⁸⁴許多學者進一步指出，冷戰結束之後，「美國新聞署」的廢除，嚴重削弱了美國政府影響國外公眾的能力，⁸⁵造成美國外交政策的失敗，更造成美國國家形象的下滑以及某些地區民眾對美國仇恨的加劇；⁸⁶而我國學者謝奕旭認為，美國在執行反恐戰爭時，戰鬥也許能依靠軍隊獲得勝利，但是「戰爭」必須依靠政府所有部門的資源整合運用來完成。⁸⁷因此，美國在繼續加強政府的外交政策與作為的基礎力量之下，整合政府各部門的能量與資源，逐漸形成「戰略溝通」。

⁸³ Christopher Paul, *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates: Origins, Concepts, and Current Debates*(CA: ABC-CLIO, 2011), p.74.

⁸⁴ 趙可金，〈美國公共外交的興起〉，《美國研究》，第3期，2003年，頁86。

⁸⁵ 尚六偉、劉燕、張宗波，〈美軍戰略傳播的發展特點及啟示〉，《國防科技》，第35卷第2期，2014年4月，頁28。

⁸⁶ 陳俊俠，〈美國戰略傳播源流研究及對中國的啟示〉，《中國傳媒海外報告》，第9卷第2期，2013年，頁31。

⁸⁷ 謝奕旭，〈新戰爭型態的心智戰爭：美軍戰略溝通與民一軍行動之分析〉（臺北市：國防大學政戰學院，2011年8月），頁109。

2001 年 10 月，美國「國防科學委員會」（Defense Science Board, DSB）在其發表《國防科學委員會特別小組管控資訊傳散報告》（Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination），開始借用美國企業界所使用的「戰略溝通」(Strategic Communication)這一名詞。對於「戰略溝通」(Strategic Communication)這一名詞，源於美國的企業界，其意指的是大型跨國公司在產品行銷（Product Marketing）上所進行之行銷推廣活動，重點在於提升公司整體發展目標和形象，也被稱為「戰略行銷」（Strategic Marketing）。⁸⁸這份報告中提到：「透過公共外交、公共事務以及國際軍事資訊的有效運用，可以動員公眾防止或者解決短期的危機。縝密規劃的戰略溝通可以設定議題以及創造一個增強政治、經濟戰軍事目標達成的環境。透過時間的推展，漸漸地形塑外國人民對於支持美國利益的認知與看法。」⁸⁹但是，此時尚未針對「戰略溝通」提出概念上之探討。

2004 年 9 月，美國「國防科學委員會」公佈了《國防科學委員會特別小組戰略溝通報告》（Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication），首次針對「戰略溝通」展開研究。報告表示，「戰略溝通」對於美國的國家安全以及外交政策具有其重要性，並闡述三大重點，第一，政府理解全球人民態度和文化的手段，並參與人民與機構之間思想上的交流；第二，提供政策制定者、外交官和軍事領導人對政策選擇；第三，透過溝通戰略的方式影響態度和行為，並將「戰略溝通」定義為：「政府使用的各種工具，了解全球的態度和文化、參與人與機構之間想法交流的對話、向決策者、外交人員以及軍事領袖提供建

⁸⁸ 李昌、楊艾倫，〈國內戰略傳播研究現狀綜述〉，《中國報業》，第 24 期，2016 年 12 月，頁 77。

⁸⁹ Defense Science Board of U.S. Department of Defense, *Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination* (Washington, D.C.: Office of the Under Secretary of Defense for Acquisition, Technology and Logistic, 2001), p. 1.

議，以利了解輿論以及政策之選擇；通過溝通上的戰略影響態度和行為。」⁹⁰明確指出美國「戰略溝通」的重點在於，政府透過理解全球人民的態度與文化背景，並藉由溝通戰略的方式改變其認知，甚至是行為。

2006 年，美國國防部發布《四年期國防檢討：戰略溝通執行規劃》（QDR Execution Roadmap for Strategic Communication），在這份報告中將「戰略溝通」定義為：「聚焦於美國政府的過程與努力，進一步了解及接觸關鍵目標對象，並透過資訊、主題、計畫、程序以及行動的協調，達到與國家權力或其他要素的同步化」。⁹¹這也代表美國「戰略溝通」強調政府的整體努力以及各部門之間運作的協調。

2007 年 6 月，「公共外交和戰略溝通政策協調委員會」（Policy Coordinating Committee on Public Diplomacy and Strategic Communication）公布《美國公共外交和戰略溝通國家戰略》（U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication），強調「戰略溝通」應該努力支援國家的基本價值觀念和國家安全目標，並提出四大重點，第一，強調致力於自由、人權和尊嚴以及人之平等；第二，向外分享我們的理念；第三，支援為爭取自由和民主奮鬥的人民；第四，對付那些擁護仇恨和壓迫的意識形態。⁹²這四大重點是美國所展現的價值觀與理念，能改善全球人民對美國的態度與認知的重要內涵。

2008 年美國「國防科學委員會」再度提出《國防科學委員會特別小組戰略溝通最終報告》（Final Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication），重新檢視之前提出的報告以及評估戰略溝通歷程的行動；⁹³這份

⁹⁰ Defense Science Board of U.S. Department of Defense, *Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication* (Washington DC: Department of Defense, 2004), p.3.

⁹¹ U.S. Department of Defense, *QDR Execution Roadmap for Strategic Communication 2006* (Washington, D.C.: Department of Defense, 2006), p. 3.

⁹² Policy Coordinating Committee on Public Diplomacy and Strategic Communication, *U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication* (Washington, D.C.: Policy Coordinating Committee on Public Diplomacy and Strategic Communication, 2007), p. 2.

⁹³ Defense Science Board of U.S. Department of Defense, *Final Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication* (Washington DC: Department of Defense, 2008), p. 1.

報告中認為「戰略溝通」是一個整合的過程，透過公共行動以及訊息的發展、實施、評估以及演化，進而支持政策、利益以及長期的目標；⁹⁴另外包含了五個重點，第一，理解目標對象的態度、行為以及文化；媒體趨勢以及訊息的流動；社會影響的網絡；政治、社會、經濟、宗教的動機；第二，提供民意以及溝通的意涵，讓政策制定者、外交決策者以及軍事指揮官在戰略或者政策的選擇，能獲得最好的方法；第三，參與人民與機構部門在想法上的交流，共同支持國家的利益與價值觀；第四，透過政府與民間社會對於戰略溝通的支持，進而影響目標受眾的態度以及行為；第五，全面性地評估行動的影響。⁹⁵綜上所述，這份報告認為，「戰略溝通」是一個整合的過程，更強調透過社會網絡的運作與影響，理解目標對象的態度、行為以及文化，進一步去影響並支持美國的政策或目標。

2009年，美國國防部提出《戰略溝通報告》(Report on Strategic Communication)，其中將「戰略溝通」定義為：「戰略溝通是一種突然湧現的新思維概念。它應被視為一個過程，而非一套能力、機構或者是獨立行動。廣義而言，戰略溝通是將目標對象的議題以及利益相關者的觀點，與各層級的決策、計畫以及行動進行整合的過程。」⁹⁶其目的在於提供美國國防部在有關戰略溝通以及公共外交的戰略性方向以及優先順序的制定。其中針對「戰略溝通」提出四大要素，第一，提升美國的可信度以及合法性；第二，削弱敵人的可信度以及合法性；第三，說服目標對象透過特定的行動進而支持美國或國際目標；第四，使敵方採取或者不採取特定的行動。⁹⁷

⁹⁴ Defense Science Board of U.S. Department of Defense, *Final Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication* (Washington DC: Department of Defense, 2008), p. 1.

⁹⁵ Defense Science Board of U.S. Department of Defense, *Final Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication* (Washington DC: Department of Defense, 2008), p. 11.

⁹⁶ Department of Defense, *Report on Strategic Communication* (Washington, D.C.: Department of Defense, 2009), p. 1.

⁹⁷ Department of Defense, *Report on Strategic Communication* (Washington, D.C.: Department of Defense, 2009), p. 2.

2010 年，美國白宮基於《財政年度國防授權法》(Duncan Hunter National Defense Authorization Act for Fiscal Year 2009)，向國會提出了《國家戰略溝通之架構》(National Framework for Strategic Communication)，⁹⁸在這份報告中表示，透過所有的努力，有效的「戰略溝通」對於維護全球的合法性以及支援政策目標至關重要。透過政府在溝通文化上的促進，能夠使行動與語言達成一致性。透過有效地發揮經過精確規劃的溝通與參與，了解世界人民的態度、意見、不公以及關切。因此，可信度以及一致性訊息的傳達、發展有效的計畫以及讓世界人民感受、了解我們行動是至關重要的；⁹⁹因此，「戰略溝通」被定義為具有兩項指標，第一，具有言行的一致性，亦是透過語言以及行為的同步，讓目標受眾能被其認知所影響；第二，強調精確的溝通與接觸，亦是公共事務、公共外交、資訊作戰之專業人員，透過精確規劃的程序及活動，向目標受眾進行溝通與參與。¹⁰⁰更重要的是，在這份報告透過部門的整合與協調之概念，提出了「戰略溝通」體系的運作機制。

綜上所述，美國「戰略溝通」理念的重點在於，第一，政府整體的努力與部門間的整合與協調；第二，改變目標對象的認知、態度與行為；而中國大陸學者程曼麗認為其重點還包含了，第一，以國家價值觀、國家利益以及國家安全為核心；第二，建立總統負責、國安會統籌、部門分工合作的之運作機制；第三，政府「言行一致性」與「目標受眾」之間的關聯與結合；第四，著眼國家發展中的重大戰略需求和現實問題，加強國家戰略溝通的理論和政策研究。¹⁰¹上述歸納出的理念重點，同時也是中共借鑒美國發展戰略溝通理念之精髓。

⁹⁸ The White House, *National Framework for Strategic Communication* (Washington, D.C.: The White House, 2010), p. 2.

⁹⁹ The White House, *National Framework for Strategic Communication* (Washington, D.C.: The White House, 2010), p. 1.

¹⁰⁰ The White House, *National Framework for Strategic Communication* (Washington, D.C.: The White House, 2010), p. 2.

¹⁰¹ 程曼麗，〈程曼麗：從戰略傳播角度看國際傳播能力建設〉，《察網》，2015 年 9 月 24 日。
<http://www.cwzg.cn/theory/201509/24932.html>（瀏覽日期：2018 年 3 月 20 日）

第二節 中共「戰略傳播」理念的發展背景與內涵特性

中共將「Strategic Communication」譯為「戰略傳播」，儘管在中共正式官方文件，尚未出現「戰略傳播」此一名詞，但是中共許多政府高層在公開場合開始使用「戰略傳播」這一詞彙；例如，中共外交部長王毅就多次在公開場合表示「戰略傳播」對於國家利益之重性。¹⁰²近幾年來，中國大陸的學術領域，除了相繼出版「戰略傳播」相關著作，還有「國家戰略傳播研究院」¹⁰³研究智庫之設立。學術領域眾多學者的研究發展以及學術論壇的研討，逐漸累積中共發展「戰略傳播」的能量。

壹、中共「戰略傳播」理念的發展背景

中共在對外傳播作為上面臨了許多挑戰與改革，探究其因在於，網路技術的迅速發展、綜合國力的提升以及國內外複雜的輿論環境，這三個層面之因素成為中共發展戰略傳播體系的基本前提與發展背景。

一、傳播媒體型態的改變

資訊時代的來臨，媒體的傳播手段與能力產生了變化。網路資訊的出現與發展改變了傳統媒體的傳播型態、技術以及方式，¹⁰⁴促進了新媒體的誕生與發展。新媒體時代的來臨，確實影響了傳播體系的建構與傳播格局；2016年2月19日，習近平在新聞輿論工作座談會上更是強調新媒體在傳播上的優勢以及重要性；¹⁰⁵另外，中國大陸學者王維佳認為，傳統媒體的傳播模式已經無法適應現況的傳播生態以及受眾需求的變化；¹⁰⁶因此，在面臨網路技術的發展、新媒體的崛起以及傳播型態的

¹⁰² Anastasia Lomova, "The Strategic Communication of China in Africa," 2016. <http://web.isanet.org/Web/Conferences/CEEISA-ISA-LBJ2016/Archive/ca1266ef-c919-40fa-a19a-e058120cbcb.pdf> (Accessed 2017/10/15)

¹⁰³ 《北京大學國際戰略傳播研究院》，<http://www.nisc.org.cn>。（瀏覽日期：2016年5月19日）

¹⁰⁴ 馬向陽，〈大數據與國家形象傳播〉，《對外傳播》，第12期，2015年，頁46。

¹⁰⁵ 相德寶，〈新媒體時代下的中國國際傳播：體系建構、理念變革與實踐創新〉，《對外傳播》，第12期，2017年，頁16。

¹⁰⁶ 王維佳，〈中國對外傳播的範式轉變〉，《對外傳播》，第1期，2015年，頁21。

改變等情況之下，掌握新媒體的傳播技術，就能更精確地傳遞所要傳達之資訊；¹⁰⁷然而這並非淘汰傳統媒體，依據戰略傳播的整合概念，將新媒體與傳統媒體進行整合，能夠進一步提升中共官方在傳播能量以及戰略傳播發展的基礎。¹⁰⁸因此，面臨傳播型態的改變與革新，掌握網路技術的發展，與傳統媒體進行整合，將之視為一種傳播手段或途徑，結合當前戰略傳播的目標、原則以及措施，發揮最大化的傳播效果與成效。¹⁰⁹

二、國家形象重塑的挑戰

2016年，中共的GDP（Gross Domestic Product, GDP）已經擠身世界第二位，僅次於美國，顯現了中共經濟實力近年來已不斷提升；在國際事務上，中共的國際影響力也逐漸增強，這都顯示了中共在世界經濟和國際事務上發揮了重要的作用。但是，國際社會對於中共本身的國際形象之認知卻遠遠落後於中共在全球的影響力，對於國際形象的評價也遠遠低於對經濟成就的評價；¹¹⁰從表（2—1）可以發現，負面影響的問題，是中共在國家形象的塑造上主要影響原因。因此，中共在國家形象的塑造上，面臨國際各國以及國外公眾在認知與接受度的問題，使得中共進一步思考形象重塑的目標。



¹⁰⁷ 劉新傳，〈網路時代國家戰略傳播的新模式：「中國屋」視角〉，《廣西師範學院學報》，第37卷第3期，2016年5月，頁142—143。

¹⁰⁸ 宋爽爽，〈中國國際傳播的核心價值初探〉，《新聞研究導刊》，第5卷第7期，2014年7月，頁197。

¹⁰⁹ 劉揚，〈戰略抓手 時空思維 創新傳播—習近平主席在第二屆世界互聯網大會主旨演講給對外傳播帶來的啟示〉，《對外傳播》，第2期，2016年2月，頁16。

¹¹⁰ 孟新芝、郭子萁，〈新形勢下國家形象塑造及對外傳播策略研究〉，《江淮論壇》，第6期，2016年3月，頁99—100。

表 2—1 對中國國家形象產生負面影響的問題

負面影響的問題	國家	內容
中國威脅論	美、日、俄、印、東北亞、菲律賓、新加坡	中共在政治、經濟、文化、軍事方面的發展造成國際社會威脅。
人權問題	美、歐盟	以人權為由，對中國政府橫加指責。
環保問題	北歐各國	中國環境污染對全球環境造成不利影響。

資料來源：整理自門洪華、周厚虎，〈中國國家形象的建構及其傳播途徑〉，《國際觀察》，第1期，2012年，頁10。

中國大陸學者吳友富認為，透過「戰略傳播」的發展與運作，國家形象能有效地重塑與鞏固，提升國外公眾的接受與好感度；但是國家形象的塑造與提升，是一項複雜的系統工程，原因在於其涉及到硬實力與軟實力的整合、文化外交與經濟外交的整合、政府外交與公共外交的整合以及政府、媒體、企業、個人行為的整合，換言之，中共國家形象的塑造，重點核心在於建立「整合傳播」的概念。¹¹¹

因此，「戰略傳播」的發展，能夠連接國家與國外公眾的橋樑，將自己的國家形象展現給國外民眾，除了提升國外公眾對於國家本身的認同與理解，更能提升國家在國際社會中的形象。因此，國家形象的重塑成為中共發展戰略傳播的背景之一。

三、傳播思維面臨轉型

中國大陸學者程曼麗認為，中共官方目前缺乏整體性的對外傳播戰略思路。首先，從觀念層面而言，和美國相比，在戰略傳播的思想認識、組織規劃、制度安排、體制設計、理論研究等方面均存在一定的距離，缺乏整體性傳播的概念；其次，從

¹¹¹ 吳友富，〈戰略視域下的中國國家形象傳播〉，《國際觀察》，第4期，2012年，頁2—3。

實踐角度來看，中共官方目前的傳播力量較為分散、部門分割顯明、相關機構之間協調不足，無論是政府部門或是媒體機構，都存在這個問題。¹¹²

因此，中國大陸學者張超認為，中共官方應當發展「整合多元傳播主體理念」的創新思維，建構出整合性傳播的格局，除了強調傳統的官方對外媒體要「加強國際傳播能力建設，精心構建對外話語體系」外，還強調媒體、學校單位、企業、非政府組織、公民等其他行為主體的參與，進而提升他國民眾、非政府組織、社會團體等對中國大陸的友好交流，以及增進國外公眾對中國大陸的瞭解與認同。¹¹³這也說明了在「整合多元主體傳播理念」的思維基礎下，不管是中共本身或代表中共的主體，就是中共在「戰略傳播」的主體。中國大陸學者劉新傳更是認為，中共官方若透過從美國「戰略溝通」發展經驗借鑑的「整合性概念」，進而實踐「整合多元傳播主體」理念，在面對突發性事件以及國內外的輿論環境之掌控，在事件處置上具有重要的作用。¹¹⁴

貳、中共「戰略傳播」理念的內涵

首位針對中共「戰略傳播」提出定義之中國大陸學者為「海南大學傳播學研究中心」主任畢研韜。2011年3月1日，中國大陸傳播學學者畢研韜接受「中國智庫網」¹¹⁵總編輯王金嶺之專訪，初步對「戰略傳播」提出了許多想法，第一，他將「戰略傳播」理解為，是政府或組織為實現特定戰略利益，動員協調各種資源，向

¹¹² 程曼麗，〈程曼麗：從戰略傳播角度看國際傳播能力建設〉，《查網》，2015年9月24日。
<http://www.cwzg.cn/theory/201509/24932.html>（瀏覽日期：2017年12月18日）

¹¹³ 張超，〈黨的十八大以來習近平的對外傳播思想研究〉，《對外傳播》，第8期，2016年8月，頁58。

¹¹⁴ 劉新傳，〈網路時代國家戰略傳播的新模式：「中國屋」視角〉，《廣西師範學院學報》，第37卷第3期，2016年5月，頁143。

¹¹⁵ 「中國智庫網」是由「國務院發展研究中心」主辦，全國政策諮詢資訊交流協作機制成員單位共同建設，國務院發展研究中心資訊中心承辦。國務院發展研究中心是直屬中國國務院的政策研究和諮詢機構。主要職能是研究中國國民經濟、社會發展和改革開放中的全域性、戰略性、前瞻性、長期性以及熱點、難點問題，開展對重大政策的獨立評估和客觀解讀，為黨中央、國務院提供政策建議和諮詢意見。

特定目標受眾傳遞信息、施加影響的過程。戰略傳播的目標包括認知提升、形象塑造、身份建構、態度轉變、價值認同以及行為轉化；第二，他認為戰略傳播應該聚焦於特定戰略利益、實施主體是政府或軍方、聚焦於核心受眾、強調理解對方的重要性、語言與行動之間的協調重要性、政府、軍方以及各部門之間的協調以及資訊流通；第三，他認為戰略傳播是一個過程，從觀察、分析、實施到評估，不斷循環及修正，第四，他認為戰略傳播的運作管道包括公共外交、公共事務、資訊作戰及軍民行動。¹¹⁶

在本次的專訪當中，中國大陸傳播學學者畢研韜提出許多對於「戰略傳播」的想法，因此，為了讓這些想法、概念能夠具體的呈現，於〈戰略傳播初探〉以及《戰略傳播綱要》首次提出並確立「戰略傳播」定義：「政府或組織為實現特定戰略利益，動員協調各種資源，向特定目標受眾傳遞資訊、施加影響的過程；其目標包括認知提升、形象塑造、身份建構、態度轉變、價值認同以及行為轉化。¹¹⁷」

然而，隨著研究之進展，畢研韜認為，〈戰略傳播初探〉以及《戰略傳播綱要》所提出之定義，過於籠統，無法指出戰略傳播的根本屬性，不能作為中共在戰略傳播實踐上基本的概念，¹¹⁸因此，遂於2016年6月發表〈戰略傳播傳播概念演化研究〉，針對「戰略傳播」提出了最新的看法：「為促進國家戰略利益，綜合運用行動與話語，影響目標受眾的認知與態度，進而改變其行為。該定義有四個重點，第一，戰略傳播維護的是國家戰略利益，需要從戰略層面選擇受眾、組合渠道、生產內容；第二，語言是人類的信息工具，資訊的流通是語言的最基本功能；第三，戰

¹¹⁶ 畢研韜，〈戰略傳播，天使還是魔鬼？〉，《傳播學觀察》，2011年4月6日。<http://blog.51.ca/u-29124/2011/04/06/战略传播，天使还是魔鬼？/>（瀏覽日期：2016年5月19日）

¹¹⁷ 畢研韜、王金嶺，〈戰略傳播初探〉，《海南師範大學學報》，第3期，2011年9月，頁160。

¹¹⁸ 林信焰、畢研韜，〈戰略傳播概念演化研究〉，《海南師範大學學報》，第3期，2011年9月，頁107。

略傳播是通過改變受眾行為來維護國家利益的，而改變行動需要以公開或隱蔽的方式改變其認知；第四，戰略傳播是一種思維工具、一種融合機制。」

當然，在定義演變的過程當中，除了畢研韜之外，許多中國大陸學者也提出自己的看法。中共「新華社國際部」主任記者陳俊俠認為「戰略傳播」的核心理念有三大重點，第一，透過有效地統籌和協調各部門的行動，做到用一個聲音說話，形成合力，避免因政出多門而擾亂傳播效果；第二，強調精心設計傳播活動，使傳播更具衝擊力；第三，強調觸達關鍵受眾，強調更科學地對外傳播，並進行必要的評估和回饋；¹¹⁹中共國務院新聞辦公室前主任趙啟正認為戰略傳播首先要求政府各部門之間的協調，並將民間力量也參與整合，進而加強國內團結與獲取國際支援，進一步謀求國家戰略利益之實現。¹²⁰；中國大陸海南大學政治與公共管理學院副教授王芳認為「戰略傳播」是以國家為主體，以國家利益為導向，以爭取話語主動權和尋求國際社會支持與理解、合作為目的，兼顧世界公平與正義，在遵循一定規則和系統謀劃基礎上，通過大眾媒體等渠道，向其他特定國家或地區，乃至國際社會進行的傳播行為與戰略主張。¹²¹

但是，由於中國大陸傳播學學者畢研韜對於「戰略傳播」的研究，從 2011 年開始發表，到 2016 年提出新的看法，透過研究、專訪，將概念以及想法，從期刊的發表到專書的出版，甚至成立「國際戰略傳播學會」，長期聚焦「戰略傳播」研究，因此，若以畢研韜所提出之定義，較具權威以及說服力，與其他學者所提出之定義相比也較為完整。

¹¹⁹ 陳俊俠，〈美國戰略傳播源流研究及對中國的啟示〉，《中國傳媒海外報告》，第 9 卷第 2 期，2013 年，頁 32。

¹²⁰ 趙啟正，〈提升對「戰略傳播」的認識和實踐〉，《公共外交季刊》，第 3 期秋季號，2015 年，頁 2。

¹²¹ 王芳，〈國家戰略傳播框架與話語體系構建研究〉，第 4 期，2017 年 4 月，頁 143。

然而，中國大陸傳播學學者畢研韜對「戰略傳播」提出兩次不同的定義（如表2—1），雖然他認為第一次無法提出過於籠統，但是，對於戰略傳播目標明確指出，包了認知提升、形象塑造、身份建構、態度轉變、價值認同以及行為轉化。

另外，在第二次所提出之定義當中，「需要從戰略層面選擇受眾、組合渠道、生產內容」，畢研韜從傳播學之角度，明確強調了「受眾」（To Whom）、「管道」（In Which Channel）以及「內容」（Says What）的選擇與組合之重要性；同時，亦強調語言的基本功能以及認知的影響在於能改變受眾之行為，換句話說，其重點在於，透過語言，影響受眾之認知，最終改變其行為。

然而，吾人認為最重之一點為，在專訪中所提到的「政府、軍方以及各部門之間的協調」、第一次所提到的「動員協調各種資源」以及第二次「傳遞一致的信號」，這三者都強調了一個重點——「協調整合」之重要性，吾人認為，這正是「戰略傳播」精髓所在。



表 2—2 中共戰略傳播定義區分表

來源	定義
〈戰略傳播初探〉、 《戰略傳播綱要》	政府或組織為實現特定戰略利益，動員協調各種資源，向特定目標受眾傳遞資訊、施加影響的過程。戰略傳播的目標包括認知提升、形象塑造、身份建構、態度轉變、價值認同和行為轉化
〈戰略傳播傳播概念演化研究〉	為促進國家戰略利益，綜合運用行動、影像和話語，影響目標受眾認知進而改變其行為的工具。 該定義有四個重點： 1. 戰略傳播維護的是國家戰略利益，需要從戰略層面選擇受眾、管道與內容 2. 語言是人類的信息工具，信息功能是語言的最基本功能，但戰略傳播的影響介質首先是行為，其次才是影像和話語，三者須傳遞一致的信號 3. 戰略傳播是通過改變受眾行為來維護國家利益的，而改變行動需要以公開或隱蔽的方式改變其認知 4. 戰略傳播是一種思維工具與融合機制

資料來源：1.畢研韜、王金嶺，〈戰略傳播初探〉，《海南師範大學學報》，第3期，2011年9月，頁160。2.林信焰、畢研韜，〈戰略傳播概念演化研究〉，《海南師範大學學報》，第3期，2011年9月，頁107。

因此，綜合上述所言，結合畢研韜提出這兩次定義，吾人認為戰略傳播定義為：

「政府或組織為實現特定戰略利益，透過其各部門與資源的協調與整合，從戰略層面選擇受眾、組合管道、生產內容，向特定目標受眾傳遞資訊，期能達成認知提升、形象塑造、身份建構、態度轉變、價值認同以及行為轉化等目的。」

參、中共「戰略傳播」理念的特性

中國大陸學者于朝暉認為，戰略傳播是以特別受眾為目標的聚焦性傳播，具有高度的戰略策劃性。透過多層次與多元化的機制協調與整合，以實現短期與長期相結合的雙向對稱溝通管理。¹²²在特性上包含了「整合性」、「目的性」、「聚焦性」、「雙向性」以及「平衡性」。

一、整合性

中國大陸學者于朝暉認為，戰略傳播是一種整合性傳播，這是因為戰略傳播是注重「正確分析受眾、效應、訊息及手段的複合影響」。平時提及「受眾」時，就彷彿受眾是單一的，而事實上，在資訊全球化之環境中，不同的受眾對同樣訊息會產生不同程度的影響，因此，若要有效地影響不同的受眾，不僅要明確特殊受眾，還要兼顧其他延伸受眾，並透過能與目標受眾產生共鳴的語言、象徵符號及形象來傳遞有效的訊息。因此，「訊息」、「效應」、「受眾」三者的結合便是戰略傳播最好的整合傳播手段。¹²³除此之外，中國大陸學者趙啟正認為，對於整合性而言，就是政府各相關部門的「協調統一」以及「言行一致」；因此，這時候就需要一個跨部門的協調機制，這個協調機制應該包含「政府外交」、「國家安全」、「對外宣傳」、「公共外交」、「對外援助」等相關部門，建立即時溝通的機制，處理關鍵性問題。¹²⁴

二、目的性

戰略傳播以形象塑造、態度轉換、身份構建、價值認同為戰略目標，將政策解釋與文化交流結合為以形象構建為核心的外交行為之系統。戰略傳播積極圍繞著

¹²² 于朝暉，〈整合公共外交—國家形象構建的戰略溝通新視角〉，《國際觀察》，第1期，2008年，頁23。

¹²³ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008年11月），頁85。

¹²⁴ 趙啟正，〈提升對「戰略傳播」的認識和實踐〉，《公共外交季刊》，第三期秋季號，2015年，頁4。

形象塑造，透過計劃地設定步驟，實施全方位的戰略傳播策略，表現出高度的戰略策劃性。¹²⁵因此，中共戰略傳播的根本目的在於維護國家利益，也就是透過「戰略傳播」的創設、改變、緩解、優化傳播與輿論環境；同時透過有效調整戰略傳播的制定，解決適應外部環境之問題。¹²⁶中國大陸學者方振武認為，其目的性應強調「讓世界瞭解中國大陸」與「發展創造良好的國際環境」；對於前者而言，不必過於強調國外受眾在傳播內容上的認同，重點應置於是否能獲得國外受眾在情感上認同與有效溝通；對於後者而言，任何一個國家的對外傳播活動都是以國家利益為優先，透過積極有效的對外傳播活動制定，不但可以在國際社會中樹立良好的國際形象，同時也利於中共在涉及重大議題或重大危機時能處於有利地位，進而有效保障中共的發展處於良好的國際環境。¹²⁷

三、聚焦性

戰略傳播是以關鍵受眾為目標的聚焦性傳播，其所針對的是外國公眾而非政府，即通過影響外國的公眾輿論，進而影響外國政府的外交政策。戰略傳播更加注重國外的輿論菁英、非政府組織、普通民眾的影響力和理解力，是以特殊受眾為目標的聚焦性傳播，通過對不同層次的受眾進行有針對性的傳播以及對話的交流，形成有力的國際輿論。¹²⁸因此，對於中共而言，將關鍵受眾定位在「在社會上有重要影響力的人群」和「對中共政策相當敏感的人」這兩類。第一類受眾基本不因實施國家不同而產生差異，因此同樣應該集中在政治、商業和工會領導人、軍人、宗教人士、新聞和教育從業者、科學家等人群；第二類受眾的特點是與中共關係密切，

¹²⁵ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008 年 11 月），頁 87—88。

¹²⁶ 王芳，〈國家戰略傳播框架與話語體系構建研究〉，第 4 期，2017 年 4 月，頁 144。

¹²⁷ 方振武，〈中國「對外傳播」的概念範疇及實施〉，《中國海外傳媒報告》，第 6 卷第 1 期，2010 年，頁 27。

¹²⁸ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008 年 11 月），頁 85。

因此應該集中在對華友好、因中國大陸經濟發展而受惠以及對「中華文化」有認同感之群體。¹²⁹

四、雙向性

戰略傳播所追求的是「雙向性對稱交流」的溝通過程，最終目的在於建立組織與公眾之間和諧良好的關係，重點在於將組織的想法與訊息向公眾進行傳播與解釋，使組織與公眾產生相互信任的關係與和諧發展的狀態。因此，戰略傳播為構建雙向對稱的傳播機制，旨在透過雙向交流理解與對稱訊息溝通的外交行為，減少國家間的誤解與猜疑，建立良好的國家形象和增進國家利益的目的。戰略傳播強調不同的思想文化之間的溝通，是一種實現相互理解與認知的外交形式。¹³⁰

五、平衡性

戰略傳播內容的核心原則在於公正、平衡以及來源多樣化，因此在面對不同國家、民族、文化、信仰以及意識形態所構成的複雜環境之下，單一的傳播內容或傳播形式是無法適用的。對中共而言，發展戰略傳播的重點在於諳熟戰略傳播的理念與特性，掌握在傳播內容上平衡性之原則。而此「平衡」並非僅是「均衡」而已，還有「制衡」之含義。因此，不管是在「東西方的報導」、「國內外輿論」、「正負面形象」、「官方與民間的態度」、「贊成與反對的觀點」等方面掌握平衡性之原則，才能凸顯「公正」，有效促進外國受眾的接受度，進而發揮國際的影響力。

131

¹²⁹ 陳俊俠，〈美國戰略傳播源流研究及對中國的啟示〉，《中國傳媒海外報告》，第9卷第2期，2013年，頁35。

¹³⁰ 于朝暉，《整合公共外交—國家形象構建的戰略傳播新視角》，《國際觀察》，第1期，2008年1月，頁25。

¹³¹ 陸地、高菲，〈如何從對外宣傳走向國際傳播〉，《杭州師範大學學報》，第2期，2005年，頁56—57。

第三節 中國大陸學者對「戰略傳播」體系之探討

中共目前雖無戰略傳播的機制，但中國大陸學術研究已將此納入研究課題中，體系的建構方式也存在不同的觀點。中國大陸學者史安斌認為，應當建立國家戰略傳播的多部委聯席會議機制，透過中央主管領導與部門，主導戰略傳播的規劃和實施；而中國大陸學者錢文榮則認為，應儘快構建國家層級的「戰略傳播體系」，包含頂層設計、戰略地位、戰略目標、策略方案、組織機構、協調機制的完整體系，並加強相關理論之研究；¹³²中國大陸學者趙良英在「中國國際戰略學會」的「美國國家戰略傳播體系研究」項目成果中認為，中共必須借鑑美國戰略溝通體系之運作機制，建立屬於自己本身的「戰略傳播」體系。¹³³

壹、「戰略傳播」體系的發展重點

一、部門機構的整合

戰略傳播體系的構建，是一個系統工程，重點在於透過「體系」之建立，才能完善組織機構的健全。長期以來，中共將思想觀念的傳播視為一種宣傳工作，主要由宣傳部門進行部署與實施，並未透過國家總體戰略層級之提升，進行整體性之規劃。因此，中國大陸學者在針對美國國家「戰略溝通」體系進行深入研究時，分析出其最大之特點在於「整合性」。換言之，亦是美國透過國家重要資源之匯集與跨部門之聯合運作機制，最大化傳播行動之效能。因此，傳播機構間的協調一致對於戰略傳播運作之成效具有關鍵性之影響，換句話說，重點在於是否能夠掌握傳播過程的系統性、整體性以及協同性。¹³⁴中國大陸學者程曼麗認為，中共官方各職能部

¹³² 李沫，〈戰略傳播：國家利益爭奪前沿的較量〉，《中國國防報》，2016年12月8日，版4。

¹³³ 趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第9期，2016年9月，頁10。

¹³⁴ 趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第9期，2016年9月，頁11。

門之間界限分明，難以兼容，這會使不同層級同類的部門產生協調上的問題，因此，中共必須借鑑美國「戰略溝通」的管理結構，強調一體化的管理層次與高效簡化之特點，進行部門機構間的協調整合。¹³⁵

二、運作機制的建立

中國大陸學者趙良英提出「中共戰略傳播體系」運作機制之架構，建立聯席會議機制，由「國家戰略傳播領導小組」與多部委共同主導，負責戰略傳播的「總體設計」、「統籌協調」以及「監督與實施」；在部門與成員組成方面，包含「外宣」、「外交」、「國防」、「國安」、「商務」、「文化」、「旅遊」、「民族宗教」、「統一戰線」、「港澳台僑」、「大型企業」以及「中央主要新聞媒體單位負責人」；在「戰略傳播領導小組」下，可設立一個直接向中央領導負責的「國家戰略傳播中心」，任命精通中西文化、深諳傳播戰略、國家戰略以及外交之負責人，擔任「國家戰略傳播協調員」，全權負責戰略傳播工作，同時在中央各相關部委設立「戰略傳播辦公室」或「戰略傳播協調員」。「國家戰略傳播中心」與各部委「戰略傳播辦公室」對接，互通傳播訊息、設計傳播方案、部署傳播行動以及開展項目評估。

¹³⁶（如圖 2—1）



¹³⁵ 程曼麗，〈程曼麗：從戰略傳播角度看國際傳播能力建設〉，《查網》，2015年9月24日。
<http://www.cwzg.cn/theory/201509/24932.html>（瀏覽日期：2017年12月18日）

¹³⁶ 趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第9期，2016年9月，頁11。

中共戰略傳播運行機制構想圖

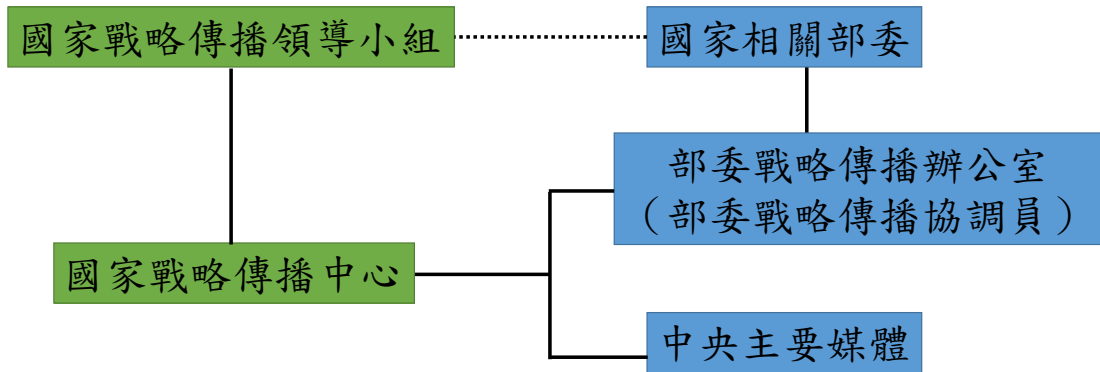


圖 2—1 中共戰略傳播運行機制構想圖

資料來源：趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第 9 期，2016 年 9 月，頁 11。

三、扁平組織的發展

「扁平化」是相對於「科層體制」提出的。當前，中共的宣傳體制基本上為典型的科層體制，第一，從中央至地方；第二，從黨委宣傳部到新聞媒體：這兩者形成了一套「綜橫交錯、條塊分割」的管理體系。在傳統媒體的時代，科層體制的管理是可行的；然而，隨著新媒體之發展，科層體制已無法讓中共的宣傳體制機制發揮真正的效果；因此，戰略傳播體系之構建，在於能夠改革科層體制管理之缺點，並且透過扁平化管理模式的實施，進而減少管理層次以及裁減冗餘人員，建立一種具有精簡特性之組織結構，除了加快訊息流通外，更能提高決策的效率。¹³⁷

¹³⁷ 趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第 9 期，2016 年 9 月，頁 11。

四、議程設置的實施

中國大陸學者程曼麗認為，根據美國學者關於議程設置（agenda setting），議程設置試圖建構的是一種先入為主的認知框架，透過「對社會輿論的遮蔽式呈現」、「對調查資料的選擇性使用」，以及「將複雜的政策轉換簡易的口號」等手段，獲得大多數的社會大眾之支持與認可；¹³⁸美國在透過議程設置的實施，強化美國本身價值觀的優越性以及它對世界領導的合法性，凸顯了議程設置對美國戰略溝通的重要性。¹³⁹

然而，規劃者在戰略傳播的實際操作上常常發現，在實施影響關鍵目標的行動中，成功與否的條件，並不取決於傳播技巧、管道途徑是否暢通以及時機等因素，而是在於，長期固有的負面認知影響了行動的順遂與達成，在彼此溝通上的障礙也會影響戰略傳播的成效。因此，為達到影響關鍵目標決策的效果，在實施戰略傳播的過程中必須充分了解目標對象所處的主客觀環境因素，分別針對性這些因素採取相對應之行動。因此，換句話說，戰略傳播不僅在影響關鍵目標受眾，還在塑造關鍵受眾的決策環境。而塑造環境的過程，類似於一種根據某種需要，或者基於某個目標指向，通過有計劃、有組織的行動，對現有環境的各種因素進行「設置」的效果。¹⁴⁰因此，中國大陸學者史安斌認為，中共除了在理念與機制上引入美國「戰略溝通」的新思維之外，更應加強議程設置的實施與實踐，也就是針對重大新聞事件，透過階段與步驟之劃分，採用合適的傳播策略，借助媒體傳播的力量，引起國外受眾的關注，進而形成「話題」，再進一步深化「話題」的討論，升級為「議題」，

¹³⁸ 程曼麗，〈談戰略傳播視角下的議題設置：以美國涉外輿論為例〉，《對外傳播》，第8期，2016年8月，頁5。

¹³⁹ 程曼麗，〈美國戰略傳播框架下的議題設置〉，《中國社會科學報》，版5，2017年6月9日。

¹⁴⁰ 徐方達、趙振達，〈戰略傳播的「環境設置」效應〉，《福建論壇》，第4期，2013年，頁66。

繼而繼續影響、進行引導，進而創造出利於中共利益的發展以及良好輿論環境之氛圍。¹⁴¹

貳、「戰略傳播」體系的策略方向

一、戰略傳播模式的設計

戰略傳播要求對傳播內容、途徑、語言、對象等進行選擇，將現有的有限資源，優先用於最能有效地影響國際輿論的項目，進一步促進戰略傳播效果的最大化。針對傳播模式的設計，第一，對於傳播內容而言，由於大多數海外受眾對於中華文化具有濃厚的興趣，若在內容上以講述「中國故事」為主，更能吸引多數海外受眾；第二，對於「傳播途徑」而言，由於中共是以國外受眾為目標對象，因此應當優先選擇新媒體以及英文媒體；第三，對於「傳播語言」而言，由於英文是世界上最具有影響力的語言，加上能夠熟練使用英語閱讀的人主要構成了國際媒體受眾的大多數，因此，中國大陸學者趙良英認為，應以英語為主；第四，對於「傳播對象」而言，應傾向於菁英階層，進而影響具有影響力的對象，包括各國政府官員、工商領袖、知識份子等。¹⁴²

二、雙向互動傳播的建立

長期以來，由於中共在宣傳之體制與模式中的資訊傳遞屬於單向性，相較於雙向性的優勢，成效較為不彰。而「戰略傳播」強調將目標受眾作為核心，實現溝通與雙向互動的優勢，因此，原來單向傳遞的宣傳模式，已經無法適應現況；在此情況下，中國大陸學者趙良英認為，要更加注重雙向互動的傳播，尋求與關鍵受眾建立長期聯繫。¹⁴³中國大陸學者于朝暉提出「文化溝通的目標結構」（如表 2—2），

¹⁴¹ 史安斌、劉弼城，〈助力開創全球信息傳播新格局〉，《學術前沿》，第 3 期，2017 年，頁 7。

¹⁴² 趙良英、許曉林，〈加快構建中國國家戰略公共傳播體系〉，《中國行政管理》，第 9 期，2016 年 9 月，頁 120。

¹⁴³ 趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第 9 期，2016 年 9 月，頁 13。

唯有透過「雙向對稱交流與合作」的模式，實踐「雙向互動的傳播」，才能促進相互的理解與認同。¹⁴⁴

表 2—3 「文化溝通的目標結構」分析表

國家行為目標定位	對其他國家的文化問題不感興趣	對其他國家的文化問題感興趣
接受其他國家的文化狀況	單向非對稱自我畫像	雙向非對稱形象宣傳
改變其他國家的文化狀況	單向非對稱傳播自身文化	雙向對稱交流與合作

資料來源：于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008 年 11 月），頁 87。

三、中外話語體系的融合

「話語」是透過字詞語句式的方式表達其思想與觀念的內涵，而「話語體系」則是建立在思想理論與知識之體系的外在表達形式；而「中外話語體系的融合」，代表了「融通中外」之特性，是中共在傳播上，「新概念、新範疇、新表述」的呈現，其重點在於，既要符合中共本身的國情以及鮮明的「中國特色」，又要與國際上的話語體系、表述方式相融，才能增加國外受眾的理解與支持。因此，對於「新概念、新範疇、新表述」思維的創造，是中共在對外的傳播工作上重大之創新，中共將欲傳達的「聲音」傳播出去，促進中共本身與世界的溝通與交流，最終利於國際社會以客觀、理性的態度認識中共。¹⁴⁵因此，中國大陸學者王芳認為，話語體系的構建與融合，最佳路徑就是透過文化進行傳播。跨文化傳播與交流，是有效減少國際衝突的重要手段之一，文化傳播是沒有國界的，也容易產生共鳴。中國大陸學

¹⁴⁴ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008 年 11 月），頁 87。

¹⁴⁵ 張超，〈黨的十八大以來習近平的對外傳播思想研究〉，《對外傳播》，第 8 期，2016 年 8 月，頁 59。

者王芳更是認為，若透過文化專家團隊，仔細鑑別與挑選容易在相關受眾圈產生文化適應的事務，例如推進漢語國際化培訓與交流項目，相信能更完善地展現文化的傳播與融合。¹⁴⁶

參、「戰略傳播」體系的核心內容

一、中共國家利益

國家利益主要包含三個重點，第一，國家安全利益，它是指獨立的國家主權、完整的領土以及國民生存的保障，它是所有其他利益的前提與保障；第二，國家經濟利益，這是國家所有其他利益的物質基礎，包含經濟繁榮、科技進步和人民生活水準的不斷提高，還包括自主發展經濟的權力；第三，國家政治利益，它不僅包含國家制度、國家獨立自主管理內政以及對外交往的權力，還包含了一個國家所擁有的意識形態、宗教信仰以及生活方式等。¹⁴⁷因此，中國大陸學者趙良英認為，對於中共本身的國家利益而言，應將重點置於宣傳「五位一體」¹⁴⁸總體佈局、「四個全面」¹⁴⁹戰略佈局、「十三五」規劃¹⁵⁰、「五大發展理念」¹⁵¹、依法治國、和平發展道路等層面，並強調國家的主權與安全、領土的完整與統一、法治精神、社會秩序與經濟的穩定等內涵，透過戰略傳播表達其主張與立場，進而影響和引導國際輿論。¹⁵²

國防大學
National Defense University

¹⁴⁶ 王芳，〈國家戰略傳播框架與話語體系構建研究〉，第4期，2017年4月，頁146。

¹⁴⁷ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008年11月），頁95。

¹⁴⁸ 「五位一體」是對「全面推進經濟建設、政治建設、文化建設、社會建設、生態文明建設」的概括表述。

¹⁴⁹ 四個全面包含了「全面建成小康社會」、「全面深化改革」、「全面依法治國」、「全棉從嚴治黨」。

¹⁵⁰ 「十三五規劃」全名為「中華人民共和國國民經濟和社會發展第十三個五年規劃綱要」，是指中共制定的從2016年到2020年發展國民經濟的規劃。

¹⁵¹ 「五大理念」為習近平提出的新的發展理念，包含「創新、協調、綠色、開放、共享」。

¹⁵² 趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第9期，2016年9月，頁12。

二、全球治理理念

2016 年 12 月 27 日，習近平在中共中央政治局第三十五次集體學習會議中強調：「要提高參與全球治理的能力，著力增強規則制定能力、議程設置能力、輿論宣傳能力、統籌協調能力。參與全球治理需要熟悉國家方針政策、瞭解國情、具有全球視野、熟練運用外語、通曉國際規則、精通國際談判的專業人才。要加強全球治理人才隊伍建設，突破人才瓶頸，做好人才儲備，才能提供有力人才，參與全球治理。」¹⁵³

中國大陸學者認為，中共官方應當積極參與國際公共事務，透過互信與包容、建立共同價值理念以及維護國際公平與正義等方式，深化中共全球治理的參與。中共可就核武議題、環境治理保護、愛滋病防治、國際金融危機、恐怖主義、毒品犯罪、糧食安全等議題，提高討論與關切，並借助白皮書之發表、新聞發佈會以及各國領導人訪談等多項傳播管道與平臺，強調國際共識，甚至關乎於人類福祉，並注重新興經濟體國家與發展中國家在價值理念上的訴求與反映。中共透過「戰略傳播」，將國際公共事務作為發展重點與核心，向國際社會傳遞參與全球治理的理念與成效，最終達成構建「命運共同體」的目標。¹⁵⁴

三、社會主義核心價值觀

向世界各國推廣「核心價值觀」對中共在戰略傳播的內容制定上的具有其重要性。「核心價值觀」是一國凝聚共識的重要基礎，也是一國精神層面的核心觀念。核心價值觀的發揮，必須融入社會生活，利用各種時機、場合或管道，建立有利於核心價值觀在生活與社會之發展，觀潛移默化地影響與改變國外公眾對其核心價

¹⁵³ 〈習近平：加強合作推動全球治理體系變革 共同促進人類和平與發展崇高事業〉，《新華網》，2016 年 12 月 28 日。http://news.xinhuanet.com/politics/2016-09/28/c_1119641652.htm（瀏覽日期：2017 年 12 月 18 日）

¹⁵⁴ 史安斌、王曦，〈從「現實政治」到「觀念政治」——論國家戰略傳播的道義感召力〉，《學術前沿》，第 24 期，2014 年 12 月，頁 22-23。

值觀之認知，¹⁵⁵進一步擴大核心價值觀的影響力，左右文化思想與價值觀在世界之趨勢。中共在十八大報告提出「三個倡導二十四字」的「社會主義核心價值觀」，也就是「倡導富強、民主、文明、和諧；倡導自由、平等、公正、法治；倡導愛國、敬業、誠信、友善；積極培育和踐行社會主義核心價值觀」；¹⁵⁶具體而言，「富強、民主、文明、和諧」的國家建設目標，「自由、平等、公正、法治」的社會建設目標，「愛國、敬業、誠信、友善」的人生價值追求，形成了涵蓋國家、社會、個人等主體的價值目標與信仰。¹⁵⁷透過戰略傳播，傳遞崇高的價值目標與信仰，將有助於增進世界各國對中共的認同與理解。

四、中華文化

中共周邊的區域國家，基本上屬於「中華文化圈」的範圍，在文化與價值觀上並無較大的差異。在中共提出「一帶一路」與「中國—東盟共同體」等政策之下，呈現出中共在區域合作與整合的發展與思維理念，大部分參與國家予以正面評價。因此，中共與周邊各國在區域的合作上，透過「戰略傳播」，以「中華文化的價值觀」以及「共生共榮的道義基礎」為載體，¹⁵⁸傳遞中華文化的思想與道德，闡述「仁愛、民本、誠信、正義、和合、大同」等理念，在國際社會形成獨特的吸引力以及強大的影響力，進而構築屬於中共的「精神」、「價值」以及「力量」。¹⁵⁹

¹⁵⁵ 陳先紅、劉曉程，〈核心價值觀傳播的國家公共關係戰略構想〉，《新聞學與傳播學》，第6期，2015年，頁25。

¹⁵⁶ 劉芳，〈社會主義核心價值觀研究述評〉，《北京行政學院學報》，第2期，2015年3月，頁108。

¹⁵⁷ 王現東，〈培育踐行社會主義核心價值觀的基本路徑〉，《山東青年政治學院學報》，第5期，2015年9月，頁15。

¹⁵⁸ 史安斌、王曦，〈從「現實政治」到「觀念政治」——論國家戰略傳播的道義感召力〉，《學術前沿》，第24期，2014年12月，頁23。

¹⁵⁹ 趙良英、許曉林，〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第9期，2016年9月，頁113。

小結

透過美國戰略溝通的發展脈絡可以發現，美國發展戰略溝通其主要原因在於為了維護本身的權力（American Power）和領導地位（Leadership）。權力以及領導地位的鞏固與追求，是美國一切戰略行為的根本及動機，亦是我們理解美國行為的根源。¹⁶⁰ 因此，可以觀察出美國「戰略溝通」的理念，除了有效提升自身的文化和價值觀念，最重要的部分在於可有效改變目標受眾對自身的看法、態度和行為，進而提升國家的國際形象。而對於中共而言，戰略傳播發展起步較晚，雖然學術界的研究已有一定的成果，但是官方仍未真正地執行戰略傳播。因此，中共必會持續借鑑美國戰略溝通的概念，將其內涵整合傳播概念及相關資源，精心設計行動與方案，運用傳播方式之運作，進而有效改變外國民眾對中共本身觀點之看法。¹⁶¹



¹⁶⁰ 呂祥，〈美國國家戰略傳播體系與美國對外宣傳〉，《美國藍皮書 2011》，2011 年 5 月，頁 13。

¹⁶¹ 陳俊俠，〈美國戰略傳播源流研究及對中國的啟示〉，《中國傳媒海外報告》，第 9 卷第 2 期，2013 年，頁 36。

第三章 中共「孔子學院」的建設與發展概況

隨著中國大陸在綜合國力的提升與發展，漢語逐漸成為新興崛起的國際語言；¹⁶²因此，在孔子學院的建立之促成與發展之下，使國外公眾在自己的國家就能學習與接觸漢語與中華文化。孔子學院是在受到世界其他國家設立的駐外文化機構的啟發，借鑑其推廣與發展之經驗的基礎上所設立的；同時，孔子學院的建立有利於中華文化與世界各國在文化上的融合與交流，有助於提升中共國家文化軟實力，成為推廣中華文化及國學的全球文化品牌。¹⁶³中共「國家漢辦」主任許琳曾表示，孔子學院透過傳播漢語與中華文化，進一步推動「文化走出去」，建立了良好的國際形象，更是中共在國際戰略中的重點。¹⁶⁴由此可見，孔子學院開展的漢語與中華文化之推廣是由國家政府之主導，以擴大中華文化在世界其他國家公眾中的影響力為目的的國際活動，¹⁶⁵實踐了中共戰略傳播的理念。

第一節 中共「孔子學院」的發展與機制

孔子學院是中共與其他國家合作所建立之非營利性的教育機構，其迅速發展與全球「漢語熱」、中共經濟高速發展、文化科技國際化交流程度等因素密切相關。孔子學院不僅是漢語言教學，它更是向世界展示與傳播中華文化的視窗。孔子學院的成立推動了中共與其他國家在教育與文化上的合作與交流，提供國外公眾理解中華文化之平臺與管道，對於文化的理解發揮重要之作用。2004年11月，中共在韓國首爾成立了全球第一所孔子學院，發展至今歷經十餘年，已經從建設初期

¹⁶² 嚴佩如、劉怡佩，〈中國大陸「孔子學院」發展規劃之研究〉，《大陸教育期刊》，第5期，2014年12月，頁57。

¹⁶³ 洪曉楠、林丹，〈孔子學院的發展歷程與文化意蘊〉，《文化學刊》，第5期，2011年9月，頁30。

¹⁶⁴ 許琳，〈漢語國際推廣的形勢和任務〉，《世界漢語教學》，第2期，2007年，頁106。

¹⁶⁵ 高金萍、郭之恩，〈孔子學院與公共外交〉，《中華文化研究》，第4期，2013年，頁189。

逐漸步向穩定時期；然而，鑒於孔子學院在中國大陸對外教育文化交流中發揮的重要作用，其發展態勢備受國際社會的關注。¹⁶⁶

壹、中共「孔子學院」的發展背景

一、中共綜合國力與國際影響力的提升

語言輸出的影響與作用，建立在是否能獲得國際社會認可之基礎，換句話說，語言輸出方的綜合國力與在國際社會上的影響力是關鍵所在。¹⁶⁷近年來，中國大陸在經濟快速發展與實力大幅提升之下國民生產總值已居世界前茅，對外經濟貿易活動與文化交流日益廣泛與深入，進而促進漢語的實用價值與文化的傳播，「經濟帶動文化」之趨勢已成為客觀形勢的發展，因此，這讓中國大陸體認漢語推廣的重要，進而加強國際漢語言文化的推廣工作，滿足國外公眾學習漢語的需求，進一步建立友好往來關係。¹⁶⁸中國大陸在經濟上的發展，為世界供應商業與就業的機會。從下表可以發現，比例最高的是，將漢語作為工具，運用在經商、文化交流與研究、求職、生活需求的商務或文化機構人員。¹⁶⁹（如表 3—1）



¹⁶⁶ 曾征、楊紅娟，〈基于文獻計量學的孔子學院發展現狀分析〉，《昆明理工大學學報》，第 2 期，2017 年 4 月，頁 102—103。

¹⁶⁷ 戴蓉，《孔子學院與中國語言文化外交》（上海：上海社會科學院出版社，2013 年），頁 25。

¹⁶⁸ 王蕊，〈論孔子學院建設的時代背景與文化意義〉，《瀋陽師範大學學報》，第 35 卷第 2 期，2011 年，頁 137。

¹⁶⁹ 金延旭，〈對當前海外「漢語熱」現象的思考〉，《時代文學》，第 3 期，2008 年，頁 51。

表 3—1 漢語學習相關情況概述表

學習動機	學習目的	學習對象	比例
掌握工具	經商、文化交流與研究、求職、生活需求	商務、文化機構人員、求職者、家屬	70
升學	研讀中文資料	中學生、大學生、大學畢業生	20
深造	語言相關職業	翻譯、語言教師、漢語教師	3
研究	研究語言、研究漢語	漢學家、語言研究者	1
不明確	其他	各種職業人員	6

資料來源：金延旭，〈對當前海外「漢語熱」現象的思考〉，《時代文學》，第3期，2008年，頁51。

二、「漢語熱」現象的崛起

經濟全球化的發展，促進了現代教育國際化的誕生；而「世界貿易組織」(World Trade Organization, WTO) 將教育相關項目納入國際貿易條款，間接促進了各國在教育上的國際合作與交流；中國大陸的經濟與國際地位之提升，推動了國際社會對漢語的需求。在此背景之下，全球學習漢語的熱潮持續提升。¹⁷⁰

因此，越來越多的國家希望了解中國大陸在經濟與文化上的發展，甚至是政治，這些都促使更多外國民眾對漢語進行學習。¹⁷¹ 2003年，中共「國家漢辦」鑑於「漢語熱」之現象，借鑑他國在語言文化相關機構的成功推廣經驗，制定了《漢語橋工程》，其內容主要是向世界推廣漢語與中華文化，進一步增進世界各國對中共本身的理解，並在2004年由中共國務院正式批准頒布；在《漢語橋工程》中，將「孔子學院」置於首項執行任務，顯現中共政府極為重視「孔子學院」的建立以及後續之發展。2005年7月，首屆世界漢語大會將漢語與中華文化的在國際上推廣之任

¹⁷⁰ 戴蓉，《孔子學院與中國語言文化外交》（上海：上海社會科學院出版社，2013年），頁27

¹⁷¹ 劉曉欣，〈為什麼要成立「孔子學院」及其名稱由來〉，收錄於廈門大學日本研究所校編，《漢語國際推廣專題研究論文集》（福建：廈門大學，2012年6月），頁18。

務，納入國家戰略發展的規劃，成為中共在文化外交上重要的執行項目。¹⁷²

三、「中國威脅論」的影響

1978 年，中共在改革開放後，經濟實力大幅提升，國際社會開始出現「中國威脅論」（China threat theory）的聲音，使得中共體認到，在「中國崛起」的氛圍之下，必須營造「正面形象」，降低外界疑慮。2003 年 12 月 10 日，中共國務院總理溫家寶在美國哈佛大學發表演講，提出「和平崛起」之論述，期能透過中共在對外文化與和平形象之重構，進一步降低西方國家因為「中國威脅論」而產生的疑慮，甚至是政治敵意。¹⁷³中國大陸學者唐青葉認為，隨著國際形勢之變化，「中國威脅論」仍會以不同形式持續存在與蔓延。因此，對於中共而言，透過「孔子學院」的設立，充分運用各種管道，搭建人文公共外交之平臺，擴大中華文化在不同國別的民間影響力，爭取更多國外受眾的支持；透過全方位、多層次的文化對話，尤其是價值觀與意識形態的對話，進而營造利於中共和平發展之國際環境。¹⁷⁴

貳、中共「孔子學院」的發展過程

1987年7月中共成立「國家對外漢語教學領導小組」，¹⁷⁵並且設立其常設辦事機構——「中國國家對外漢語教學領導小組辦公室」，之後改稱為「中國國家漢語國際推廣領導小組辦公室」（以下簡稱中共「國家漢辦」）¹⁷⁶。我國學者楊昊認為，中共「國家漢辦」是以教育推廣為主的文化機構，重點置於漢語與中華文化之教育，支援漢語教學與發展以及並厚植其教學能量，並透過制定漢語的國際上推廣戰略，

¹⁷² 劉曉欣，〈為什麼要成立「孔子學院」及其名稱由來〉，收錄於廈門大學日本研究所校編，《漢語國際推廣專題研究論文集》（福建：廈門大學，2012 年 6 月），頁 18。

¹⁷³ 廖箴，〈兩岸海外漢學推廣的競與合：以「孔子學院」及「臺灣書院」為例〉，《國家圖書館館刊》，第 2 期，2012 年 12 月，頁 115。

¹⁷⁴ 唐青葉，〈「中國威脅論」話語的生成機制與國家化與能力的建構〉，《當代中國話語研究》，第 7 輯，2015 年 12 月，頁 6—7。

¹⁷⁵ 「國家對外漢語教學領導小組簡介」，《中華人民共和國教育部》，http://www.moe.edu.cn/s78/A20/gjs_left/moe_852/tnull_8590.html（瀏覽日期：2018 年 2 月 9 日）

¹⁷⁶ 「國家對外漢語教學領導小組辦公室」，《中華人民共和國教育部》，http://www.moe.edu.cn/s78/A20/gjs_left/moe_852/tnull_8591.html（瀏覽日期：2018 年 2 月 9 日）

試圖建立與其他國家的文化交流網路。¹⁷⁷2004年，中共國務院批准實施具有整合性之「漢語橋工程」計劃¹⁷⁸，並參照他國推廣之經驗（如表3—2），為孔子學院之建設提供了發展之基礎。

表 3—2 各國語言文化機構發展概述表

機構	國家	成立時間	覆蓋國家	分支機構數	學員數	目的
英國文化協會	英國	1934年	106個	813	1100萬人	推廣海外的英語教學，促進其他國家對英國文化之了解
歌德學院	德國	1951年	98個	182	27萬人	促進德國海外教學，與其他國家進一步地進行文化交流
法國文化協會	法國	1883年	133個	159	56萬人	向世界各地推廣法語，以及擴展關於法國理念和精神之影響
塞萬提斯學院	西班牙	1991年	44個	87	18.5萬人	促進世界各地對於西班牙語的教學、研究以及使用，並且推廣西班牙文化
孔子學院	中共	2004年	142個	1592	210萬	提高人們對世界漢語言文化的認識、促進多元文化發展以及建設和諧社會

資料來源：劉曉欣，〈為什麼要成立「孔子學院」及其名稱由來〉，收錄於《漢語國際推廣專題研究論文集》，2012年6月，頁17。

¹⁷⁷ 蕭新煌、楊昊，〈孔子學院在中國-東南亞關係政治中的角色〉，《遠景基金會季刊》，第15卷第3期，2014年7月，頁20。

¹⁷⁸ 廖箴，〈兩岸海外漢學推廣的競與合：以「孔子學院」及「臺灣書院」為例〉，《國家圖書館館刊》，第2期，2012年12月，頁117。

而「漢語橋工程」計劃項目包含九大項目，第一，「孔子學院」；第二，「中美網路語言教學」；第三，「教材和影像、多媒體製作」；第四，「國內外漢語教師隊伍建設」；第五，「對外漢語教學基地建設」；第六，「漢語水平考試」；第七，「世界漢語大會和漢語橋比賽」；第八，「漢語橋基金和援助國外中文圖書館」；第九，「基本建設」。¹⁷⁹從「漢語橋工程」計劃項目之措施可以發現，「孔子學院」是首要建設項目，更是推廣之重點。¹⁸⁰因此，中共「國家漢辦」期望透過系列計畫之整合與努力，將漢語順利推廣之世界各國，進而開啟了中共在其他國家語言教育推廣與中華文化的戰略布局。

中共「孔子學院」的設立之初，機制名稱的命名過程，受到中共當局高度關切與討論，並研擬出許多名稱，例如，「中國研究中心」、「漢語教學中心」或者是「中華文化中心」，但最後則是參考中共國務院國務委員陳至立之提議，以孔子作為儒家文化代表人物之內涵，將機構命名「孔子學院」；根據國內學者楊昊表示，最後以「孔子」來命名此一語言推廣與文化機構有兩項因素，第一，降低此一文化機構的潛在爭議，避免產生中共利用文化輸出之疑慮；第二，結合中華文化、中文教育以及孔子所代表的和平形象，彰顯中共致力建構和諧的社會與世界。¹⁸¹

2004年11月21日，中共在韓國正式建立全球第一所「孔子學院」。建立的第一所孔子學院，地理位置與中共相近，¹⁸²皆在儒家文化圈勸為之內，其重要之因素在於中共經濟崛起之後，與南韓之間的經貿往來產生共生相依之現象，加大南韓對中

¹⁷⁹ 〈漢語橋工程簡介〉，《中國教育和科研算機網》，2005年7月21日。
<http://www.edu.cn/20050721/3144302.shtml>（瀏覽日期：2017年12月9日）

¹⁸⁰ 任哲, "The Confucius Institutes and China's Soft Power," 2012.
https://ir.ide.go.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=37844&item_no=1&page_id=26&block_id=95(Accessed 2017/9/30)

¹⁸¹ 蕭新煌、楊昊, 〈孔子學院在中國-東南亞關係政治中的角色〉,《遠景基金會季刊》,第15卷第3期,2014年7月,頁20。

¹⁸² Shryll Whittaker, *China's Rise and the Confucius Institutes: Chinese and American Perspectives* (NJ: Seton Hall University, 2013), p.69.

共的需求¹⁸³。但其實早在2004年6月，中共就已在烏茲別克（Uzbekistan）首都塔什干（Tashkent）建立孔子學院，不過此設立為試運點，並非正式設立。¹⁸⁴除此之外，在第一家「孔子學院」正式建立之前，中共「國家漢辦」已經與美國的「馬里蘭大學」（University of Maryland）、歐洲的「斯德哥爾摩」大學（Stockholm University）以及非洲「奈洛比大學」（University of Nairobi）簽署「建立孔子學院」相關事宜，¹⁸⁵因此，2005年2月18日，中共「國家漢辦」在歐洲「斯德哥爾摩大學」建立歐洲第一家孔子學院；2005年3月7日，在「馬里蘭大學」成立美國第一家孔子學院。¹⁸⁶

中共孔子學院的建設與發展，隨著在世界各國發展與擴大，不僅增進了各國國外公眾對漢語與中華文化的瞭解，還深化與各國在教育與文化上的合作與交流。2013年，中共國家漢辦制定「孔子學院發展規劃（2012—2020年）」，進一步強化孔子學院的建設，促進與他國在教育文化的交流，充分運用與發揮孔子學院作為文化交流之重要平臺，進而成功將中華文化推向世界各國。¹⁸⁷

參、中共「孔子學院」的運作機制

一、國家漢語國際推廣領導小組

1987年7月24日，中共國務院批准「國家對外漢語教學領導小組」的成立，由教育部管理，負責對外漢語教學工作。1987至1998年期間，中共「國家漢語國際推廣領導小組」由「教育部」、「國務院新聞辦公室（原為國務院外事辦公室）」、「外交部」、「國務院僑務辦公室」、「文化部」、「國家廣播電影電視總局」、

¹⁸³ 杜玲玉，〈中國大陸推動文化「走出去」戰略之研究——以設立孔子學院為例〉，《展望與探索》，第11卷第1期，2013年1月，頁63。

¹⁸⁴ Falk Hartig, *Chinese Public Diplomacy: The rise of the Confucius Institute* (NY: Routledge, 2015), p. 100.

¹⁸⁵ Shryll Whittaker, *China's Rise and the Confucius Institutes: Chinese and American Perspectives* (NJ: Seton Hall University, 2013), p.69.

¹⁸⁶ 〈漢語國際推廣簡史：從對外漢語教學到孔子學院〉，《中國網》，2009年9月3日。
http://www.china.com.cn/international/txt/2009-09/03/content_18456777.htm（瀏覽日期：2017年10月31日）

¹⁸⁷ 〈孔子學院發展規劃（2012—2020年）正式發布〉世界漢語教學學會通訊，第1期，2013年3月，頁5。

「國家語言文字工作委員會」「新聞出版總署」等8個部門與「北京語言學院」所組成；然而到了1998年，中共鑑於漢語教學在發展形勢上的需要，又增加了「財政部」、「商務部（原為對外貿易經濟合作部）」以及「國家發展計畫和改革委員會」等3個部門，並解除「北京語言學院」的參與（如表3—3）。¹⁸⁸2008年，中共國務院為精簡與規範其議事協調機構，發布《國務院關於議事協調機構設置的通知》，針對機構設置進行調整，將「國家漢語國際推廣領導小組」撤銷，中共「國務院教育部」接替負責其工作任務。¹⁸⁹

表3—3 國家對外漢語教學領導小組成員對照表

小組職位	政府職位
組 長	教育部部長
常務副組長	教育部副部長
副 組 長	財政部部長助理
	國務院僑務辦公室副主任
成 員	外交部副部長
	國家發展和改革委員會副主任
	商務部副部長
	文化部副部長
	國家廣播電影電視總局副局長
	新聞出版總署副署長
	國務院新聞辦公室副主任
	國家語言文字工作委員會主任

資料來源：〈國家對外漢語教學領導小組介紹〉，《中國教育和科研計算機網》，<http://www.edu.cn/20050721/3144266.shtml>（瀏覽日期：2017年12月9日）

¹⁸⁸ 「國家對外漢語教學領導小組簡介」，《中華人民共和國教育部》，http://www.moe.edu.cn/s78/A20/gjs_left/moe_852/tnull_8590.html（瀏覽日期：2018年2月9日）

¹⁸⁹ 〈國務院關於議事協調機構設置的通知〉，《中華人民共和國中央人民政府》，2008年3月21日。http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-06/14/content_5082270.htm（瀏覽日期：2017年12月9日）

二、國家漢辦

中共「國家漢辦」（「國家對外漢語教學領導小組辦公室」之簡稱）是中共「國務院教育部」的直屬事業單位，期能透過提供世界各國孔子學院在漢語教學的服務與相關資源，滿足國外公眾的學習需求，並促進對中國大陸的認識；中共「國家漢辦」在職責運作上，除了進行漢語教學與傳播中華文化，還制定與推廣「國際漢語教學通用課程大綱」、「國際漢語能力標準」以及「國際漢語教師標準」；培訓漢語師資以及漢語相關考試的執行；推廣「漢語橋」系列比賽以及「孔子新漢學計畫」；組織管理孔子學院獎學金；並提供電視、廣播、網路等教學平臺以及數位化之資源。¹⁹⁰整體而言，中共「國家漢辦」透過教材大綱的制定與編寫、漢語水平考試的推展、師資的培訓與審查等具體作為，¹⁹¹進一步強化漢語教學的發展與影響。2006年1月，中共「國家漢辦」主任徐琳接受訪問時表示，中共「國家漢辦」的成立，其目的在於，透過與他國進行語言與文化上的交流，進一步傳播中華文化的內涵與價值觀。¹⁹²

三、孔子學院總部

中共「孔子學院總部」為非營利性機構，負責指導與管理各國孔子學院。¹⁹³中共「孔子學院總部」設有「孔子學院總部理事會」，由主席、副主席、常務理事以及理事共同組成。其中針對主席、副主席以及常務理事等值為之選拔方式，是由中共國務院教育部提出建議，再經中共國務院批准；而理事之選拔方式，其中10名

¹⁹⁰ 〈關於我們—國家漢辦〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，<http://www.hanban.edu.cn/hb/>（瀏覽日期：2017年11月29日）

¹⁹¹ 戴紹安，〈中國文化軟實力之研究—以孔子學院為例〉，收錄於翁明賢主編，《論中國夢》（新北市：淡大出版中心，2015年4月），頁12—13。

¹⁹² 譚震、趙麗，〈「地熱」中的對外漢語教學必將噴湧—訪國家對外漢語教學領導小組辦公室主任許琳〉，《對外傳播》，第Z1期，2006年，頁12。

¹⁹³ 〈孔子學院章程—第12條〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，http://www.hanban.edu.cn/confuciousinstitutes/node_7537.htm#nod（瀏覽日期：2017年10月29日）

由他國孔子學院的理事長擔任，第一屆理事由中共「孔子學院總部」聘任，之後由孔子學院成立時間順序輪流擔任或透過選舉產生，而剩餘 5 名由中共一方的相關合作機構之代表來擔任，由中共「孔子學院總部」直接聘任。理事任期為 2 年，可連任 1 次；中共「孔子學院總部理事會」的成員在任職期間，中共「孔子學院總部」並不會給予報酬。¹⁹⁴理事會的主要職責在於制定與修改「孔子學院章程」，並且審議孔子學院的發展規劃與戰略以及年度性的計劃與工作報告；另外針對孔子學院在建設上重大事項進行研究。¹⁹⁵

中共「孔子學院總部理事會」制訂了孔子學院的相關建設與規劃以及各國孔子學院的年度預算；另外指導各國孔子學院辦理相關活動，針對孔子學院在運作進行評估。中共「孔子學院總部」也提供各國孔子學院在教學上的服務與資源上的支援；在人員與資金管理上，選派中國大陸的院長與教學人員、培訓孔子學院相關管理人員與教師以及制定資金資產管理制度；中共「孔子學院總部」每年定期召開孔子學院大會，探討精進作為。¹⁹⁶另外，中共「孔子學院總部」的專項工作委員會，提供總部建議與諮詢。而委員的擔任由中共「孔子學院總部」聘任中外知名人士擔任高級顧問。¹⁹⁷（如表 3—4）

¹⁹⁴ 〈孔子學院章程—第 13 條〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，
http://www.hanban.edu.cn/confuciousinstitutes/node_7537.htm#nod（瀏覽日期：2017 年 10 月 29 日）

¹⁹⁵ 〈孔子學院章程—第 14 條〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，
http://www.hanban.edu.cn/confuciousinstitutes/node_7537.htm#nod（瀏覽日期：2017 年 10 月 29 日）

¹⁹⁶ 〈孔子學院章程—第 16 條〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，
http://www.hanban.edu.cn/confuciousinstitutes/node_7537.htm#nod（瀏覽日期：2017 年 10 月 29 日）

¹⁹⁷ 〈孔子學院章程—第 17 條〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，
http://www.hanban.edu.cn/confuciousinstitutes/node_7537.htm#nod（瀏覽日期：2017 年 10 月 29 日）

表 3—4 中共「孔子學院總部」第五屆理事會成員名單表

職位	成員	原單位	備考
主席	劉延東	中共國務院副總理	
副主席	陳寶生	教育部部長	
常務理事	裘援平	國務院僑務辦公室主任	
	江小涓	國務院副秘書長	
	余蔚平	財政部副部長	
	聶辰席	國家新聞出版廣電總局局長、 中央電視臺台長	
	崔玉英	國務院新聞辦公室副主任	
	孔鉉佑	外交部部長助理	
	王曉濤	國家發展和改革委員會副主任	
	郝平	教育部副部長	
	張向晨	商務部國際貿易談判副代表 (副部長級)	
	丁偉	文化部副部長	
	吳尚之	國家新聞出版廣電總局副局長	
	李剛	國務院僑務辦公室副主任	
	周明偉	中國外文出版發行事業局局長	
	王庚年	中國國際廣播電臺台長	
理事	路易士·安東尼奧·保利諾	世界銀行顧問、巴西作家聯合 會會長、體育部前首席顧問	巴西
	劉利民	中國教育國際交流協會會長	中共
	李元元	吉林大學校長	中共
	朱崇實	廈門大學校長	中共
	施建軍	對外經貿大學原校長	中共
	蘇明	上海市教育委員會主任	中共
	彼得·安德列·阿爾特	柏林自由大學校長	德國
	西布蘭德·波佩瑪	格羅寧根大學校長	荷蘭
	申一熙	啟明大學校長	韓國
	伊琳娜·哈列耶娃	莫斯科國立語言大學原校長	俄羅斯

	麥克斯·普萊斯	開普敦大學校長	南非
	何瑞思	謝菲爾德哈勒姆大學校長、原 倫敦大學教育學院院長	英國
	提摩斯·奧謝	愛丁堡大學校長	英國
	史蒂文·納普	喬治·華盛頓大學校長	美國
	丹·牟德	國家工程院院長	美國

資料來源：〈孔子學院總部第五屆理事會成員名單〉，《孔子學院》，第1期，2017年1月，頁22。

從中共「國家漢辦」官方網站中的「國家漢辦」以及「孔子學院總部」機構設置架構圖（如圖3—1）可以發現，兩者是相同，¹⁹⁸中國大陸學者袁禮與鄭曉齊認為，這體現了「一個體系，兩個中心」組織功能，¹⁹⁹也就是中共特有的政府機構編制方式——「一個機構兩塊牌子」²⁰⁰（之後內容有「孔子學院總部」或者「國家漢辦」皆以中共「孔子學院總部/國家漢辦」稱之）。

國防大學
National Defense University

¹⁹⁸ 〈關於我們—國家漢辦〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，<http://www.hanban.edu.cn/hb/>（瀏覽日期：2017年11月29日）

¹⁹⁹ 袁禮、鄭曉齊，〈孔子學院貢獻度、組織行為及功能定位述評〉，《大學教育科學》，第4期，2010年8月，頁102

²⁰⁰ 「一個機構兩塊牌子」：所謂「一個機構」，就是一個法人代表、一個財務帳號、一套領導班子和一個隊伍；所謂「兩塊牌子」，就是指一個機構有兩個名稱，根據工作需要，以不同的名義對外使用相應的名稱。中共由中國共產黨領導，又由於黨政分離的行政改革需要，擔負着國家部門職權的黨內部門有時就需要以國家名義行政，這樣同樣一套內設機構和領導班子，在黨和國家的不同場合就掛上不同的牌子，成為「一個機構兩塊牌子」。（資料來源：〈揭秘「一個機構兩塊牌子」——中國特色的機構編制〉，《大公網》，2013年7月23日。<http://news.takungpao.com.hk/mainland/focus/2013-07/1779741.html>（瀏覽日期：2018年1月20日））

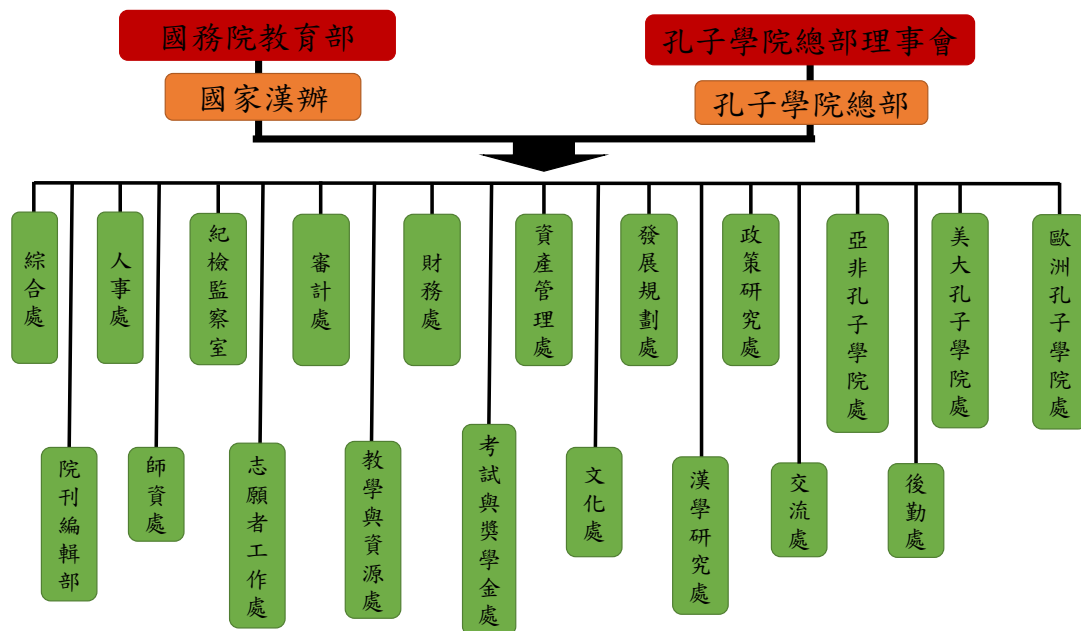


圖 3—1 中共「孔子學院總部」與「國家漢辦」機構設置架構圖

資料來源：〈關於我們——國家漢辦〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，
<http://www.hanban.edu.cn/hb/>（瀏覽日期：2017 年 11 月 29 日）

第二節 中共「孔子學院」的推廣與運作

「孔子學院」建設是中共在文化「走出去」戰略中的重要項目之一，中共希望透過孔子學院的發展，促進國外公眾學習漢語與了解中華文化，並且深化教育與人文的交流。²⁰¹因此，透過對中共在孔子學院的推展做法、設立模式以及職能的探討，進一步了解中共「孔子學院」如何透過整體的建設與功能，達成「加快漢語走向世界、推動教育全球化合作」之目標，創新中共在國際上公共外交與對外溝通的新路徑。

壹、中共「孔子學院」的推展作法

每個國家的孔子學院，由於國情的不同，造就了不同的社會氛圍、歷史與人文特點以及法治環境與法規建制，凸顯了各孔子學院的特點。也因為各國孔子學院在

²⁰¹ 袁禮、鄭曉齊，〈孔子學院貢獻度、組織行為及功能定位述評〉，《大學教育科學》，第 4 期，2010 年 8 月，頁 101。

運作模式均有差異，因此，在整體管理規章制度與政策上，不可能完全適應各國孔子學院；在做法上透過不同的特點，建立不同的管理模式、規章制度以及實施細則，進而有效地管理財務制度、人事制度、教學管理、師資培訓、教材開發、可持續發展性、風險掌握以及權利與義務等問題。²⁰²但針對中共「孔子學院」的推展做法，在「參辦條件」、「設立程序」、「辦學經費」、「權利義務」以及「評估與退出機制」之基礎原則與大方向，基本上的流程運作並無較大差異。

一般而言，凡是有促進漢語教學及中外教育文化交流並符合條件的大學或社會機構，均可申請設立孔子學院。申請機構應具備以下基本條件，第一，所在地有學習漢語與文化的需求；第二，有符合辦學需要的人員、場所、設施與設備；第三，有必備的辦學資金和穩定的經費來源。²⁰³在孔子學院的設立程序，雖然海外的申辦機構可自行選擇中方合作者，但中共「孔子學院總部/國家漢辦」須對所選擇的中方合作者進行資質認證，並且要求申辦機構需與中方合作者共同向中共「孔子學院總部/國家漢辦」提交「設立孔子學院的書面申請」，中共「孔子學院總部/國家漢辦」則會針對雙方合作的可行性與發展潛力進行評估，確立是否批准設立。²⁰⁴

對於新開辦的中外合作設置孔子學院，中共「孔子學院總部/國家漢辦」提供5到10萬美元的啟動經費，之後不管是運營經費，還是年度專案經費，皆是由雙方以相同比例共同負擔。另外，孔子學院必須按規定編制「專案實施方案與預算」、「專案執行情況與預算」，並經中共「孔子學院總部/國家漢辦」批准，同時須將年度工作計畫和總結報總部備案。²⁰⁵孔子學院的建設與發展，透過資金的投入與支持，必須建立在經費保障機制的基礎上。中國大陸學者方杰認為，在發展戰略上，可以

²⁰² 常世儒，〈制度建設是孔子學院發展的保證〉，《國際漢語教育》，第2期，2013年，頁66。

²⁰³ 〈孔子學院/孔子課堂申辦指南〉，《世界漢語教學學會通訊》，第3期，2010年7月，頁9。

²⁰⁴ 徐慧萍，〈自文化間傳播視角探論中共推展「孔子學院」的問題與因應作法〉，《復興崗學報》，106期，2015年6月，頁146。

²⁰⁵ 劉廣兵，〈孔子學院辦學機制及發展策略初探〉，《湖北師範學院學報》，第31卷第5期，2011年，頁124。

將孔子學院的發展適度商業化，以促進孔子學院的發展。中方的資金投入是推進孔子學院可持續發展的重要力量，換句話說，從孔子學院建設的實踐證明，如果沒有國家層級的財政支持，無法建立出具有規模的態勢。²⁰⁶

孔子學院的運作，除享有「孔子學院章程」所賦予之權利之外，亦需遵守「孔子學院章程」的義務、維護孔子學院的聲譽與形象以及接受中共「孔子學院總部/國家漢辦」的指導與評估；若在營運過程中，違反「孔子學院章程」規定，造成資金資產損失，破壞或嚴重影響孔子學院聲譽，中共「孔子學院總部/國家漢辦」有權依法追究其行為與責任，²⁰⁷因此，為確保孔子學院的辦學特色與教學質量，針對辦學規模、教學質量、管理機制、經費及辦學效益等項目，定期進行評估。²⁰⁸

貳、中共「孔子學院」的設立模式

在「孔子學院章程」的規定中，清楚說明了孔子學院的設立模式包含了「總部直接投資」、「總部授權特許經營」以及「總部與申辦方合作」三種模式。這三種模式與西方國家語言文化推廣機構較為單一的設立模式有很大的差異，在國際語言推廣機構中具有獨創性，富有明顯的「中國特色」。「總部直接投資模式」是指中共「孔子學院總部/國家漢辦」單獨在海外進行投資設立孔子學院；「總部授權特許經營模式」是通過特許經營合同的形式，中共「孔子學院總部/國家漢辦」將孔子學院品牌、漢語教學方式以及孔子學院經營模式等特許權授予被特許者設立孔子學院；「總部與申辦方合作模式」是指中共「孔子學院總部/國家漢辦」與申

²⁰⁶ 方杰，〈孔子學院制度建設之我見—慕尼黑孔子學院基本制度建設〉，《國際漢語教育》，第2期，2013年，頁61。

²⁰⁷ 〈孔子學院章程—第七章〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，
http://www.hanban.edu.cn/confuciusinstitutes/node_7537.htm#nod（瀏覽日期：2017年10月29日）

²⁰⁸ 徐慧萍，〈自文化間傳播視角探論中共推展「孔子學院」的問題與因應作法〉，《復興崗學報》，106期，2015年6月，頁148。

辦方通過資源分享，用各自的優勢資源按一定比例對孔子學院進行投資，在孔子學院的設立和運行等過程中形成穩定合作關係。²⁰⁹

現階段孔子學院的設立模式主要是「總部與申辦方合作模式」，與國外機構共同合作與經營，同時又能掌握孔子學院的業務經營指導與人事任命。在目前資金不是非常充裕的情況之下，孔子學院的發展初期採用這種模式，除了能夠緩解經驗、資金以及場地的不足與缺乏，又能借助他國的資源以及結合申辦機構的需要，穩健地推動孔子學院的建設，進一步擴大孔子學院的影響力。「總部與申辦方合作模式」還可分為「中外大學合作」、「中外大學聯合跨國合作」、「外國政府與中國大陸大學合作」以及「外國社團機構與中國大陸大學」這四種模式。²¹⁰（如表 3—5）

表 3—5 「總部與申辦方合作模式」區分表

模式區分	模式內容	案例說明
中外大學合作辦學模式	由中共國內知名大學與國外漢語教學基礎較好的大學聯合辦學。這類孔子學院經總部審批，由中共國內與國外大學共同承辦，孔子學院依託於主體大學，在理事會的領導下獨立運行。目前多數的孔子學院採用這種模式。	美國的馬里蘭大學孔子學院的合作雙方是馬里蘭大學和南開大學，瑞典的斯德哥爾摩孔子學院則由斯德哥爾摩大學和復旦大學合作建成的。
中外大學聯合跨國公司合作辦學模式	孔子學院另一種合作辦學模式是大學與跨國公司合作，就是中外合作辦學允許企業介入，投入資金，並獲得一定的收益。	如由孔子學院總部與英國石油公司（BP）、德勤會計師事務所（Deloitte）、匯豐集團（HSBS）、太古集團（Swire）、渣打銀行（Standard

²⁰⁹ 戴蓉，〈孔子學院—中國模式的語言文化推廣機構〉，《ICCS 現代中國學集刊》，第 4 卷第 2 期，2012 年，頁 139—140。

²¹⁰ 戴蓉，《孔子學院與中國語言文化外交》（上海：上海社會科學院出版社，2013 年），頁 38—39。

		Chartered)等英國企業贊助成立，由倫敦經濟學院和清華大學合作建設的倫敦商務孔子學院。
外國政府與中國大陸大學合作辦學模式	此類孔子學院是外國政府合作，由中國大陸的大學負責教學工作，當地政府負責硬體設備的頭入，再輔以相關的優惠政策，依靠政府獨有的優勢來發展。	例如芝加哥孔子學院，該所孔子學院設在美國芝加哥瓦爾特培頓大學預科高中內，由芝加哥市公立教育局與中國國家和半以及華東師範大學共同合作創辦。
外國社團機構和中國大陸大學合作辦學模式	與社團機構合作，主要是中共國家漢辦選擇一些漢語教學教處較好或者對中華文化有研究基礎的社會團體，與中國大陸大學共同合辦孔子學院的模式。	美國畢美協進社孔子學院就採用這種辦學模式，由畢美協進社和華東師範大學合作建立，畢美協進社孔子學院的工作重點是為美國中小學職前和在職中文教師提供高質量的教師培訓。

資料來源：戴蓉，《孔子學院與中國語言文化外交》（上海：上海社會科學院出版社，2013年），頁39。

參、中共「孔子學院」的主要職能

一、開展漢語教學

漢語教學大至上可分為兩種，基礎漢語教學以及專用漢語教學。基礎漢語教學，面向一般漢語學習者，教授一般漢語的使用；專用漢語教學，乃是具有特定的需求與服務。1950年，中共在對外漢語教學的起步之初，主要是基礎漢語教學，隨後才有外交、中醫、軍事等專用漢語的教學。1980年代後，醫用、科技、文科等專用漢語，尤其商務、旅遊漢語教學發展迅速。近年來，隨著漢語國際化加速，國際漢語教學走向精細化，專用漢語的教學愈加受到歡迎。在伴隨商業交流的深化之

下，職場漢語教學成為職業能力發展的重要項目。²¹¹因此，孔子學院在課程安排上，因為職場漢語教學的需要，針對社會商業人士提供非學歷教育的專門技能的漢語培訓，例如開設各種類型的企業集團、留華預備、職前輔導、考前培訓等和翻譯、商務、金融等技能的漢語課程。²¹²

二、培訓漢語教師

在全球「漢語熱」背景之下，漢語教師已成為傳授漢語與宣傳中華文化的主體，因此，大幅提升漢語教師的要求。漢語教師不僅要強化自身的漢語與英語技能，而且要提升自身的專業文化素養。然而，當前漢語教師的數量與品質並不能完全滿足國際文化交流與教育的要求，因此，中共「孔子學院總部/國家漢辦」應提升漢語教師培訓的工作效能。²¹³而孔子學院在漢語教師的培訓，負責了「國際漢語師資標準」、「漢語國際教育碩士專業學位」、「外國漢語教師赴中國研修」、「專家組赴國外培訓」以及「一帶一路國家本土漢語教師招聘項目」等項目（如表 3—6）。

214



²¹¹ 曾毅平，〈論領域變體性質的職場漢語教學〉，《當代修飾學》，第1期，2018年，頁74。

²¹² 戴蓉，《孔子學院與中國語言文化外交》（上海：上海社會科學院出版社，2013年），頁40。

²¹³ 張龍，〈對外漢語教師職前培訓策略探究——以贛南師範大學國際教育學院為例〉，《英語教師》，第21期，2017年，頁40。

²¹⁴ 〈漢語教師——教師培養與培訓〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。
<http://www.hanban.edu.cn/teachers/index.html>（瀏覽日期：2017年12月22日）

表 3—6 漢語教師培訓項目表

項目	內容
國際漢語師資標準	為了提高國際漢語教師的專業素質和教學水準，培養、培訓一大批合格的漢語教師，滿足世界各地日益增長的漢語學習需求，中共「孔子學院總部/國家漢辦」編撰《國際漢語教師標準》，旨在建立一套完善、科學、規範的教師標準體系，為國際漢語教師的培養、培訓、能力評價和資格認證提供依據。
漢語國際教育碩士專業學位	中國大陸為提高漢語國際推廣能力、加快漢語走向世界、改革和完善國際漢語教學專門人才培養體系以及培養適應漢語國際推廣新形勢需要的國內外從事漢語作為第二語言/外語教學和傳播中華文化的專門人才，決定設置漢語國際教育碩士專業學位。
外國漢語教師赴中研修	設立「外國本土漢語教師來華研修專案」，資助孔子學院專兼職本土漢語教師和外國大中小學教師赴中進修。2017 年 21 所中國高校對外國大中小學漢語教師提供 49 個培訓班課程。
專家組赴國外培訓	為提高海外本土漢語教師教學水準，促進中外漢語教學的合作與交流，設立「專家赴外培訓本土漢語教師專案」。
一帶一路國家本土漢語教師招聘項目	為支援「一帶一路」國家孔子學院本土漢語教師隊伍建設，總部資助孔子學院聘用獲得漢語國際教育專業碩士學位的優秀留學生，返國擔任本土漢語教師，特制定本辦法。

資料來源：〈漢語教師——教師培養與培訓〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。

<http://www.hanban.edu.cn/teachers/index.html>（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）

三、招募志願者人才

為了積極推廣漢語，提高世界漢語教學水準，促進漢語和中華文化在國外的傳播，加深中共與世界各國的相互瞭解，增進世界各國人民間的友誼和交流，中共國家漢辦啟動了漢語教師志願者項目。該項目是國家漢辦為適應當前世界漢語教學蓬勃發展的形勢需要，利用國家本身作為母語國漢語人力資源優勢，開闢的向世界有需求國家提供漢語師資的新措施之一。²¹⁵

四、實施國際漢語教材工程

成立國際漢語教材指導委員會和中外專家組成的工作組。依托國內外基礎較好、積極性較高的大學，開展區域性多語種漢語教材研發。與國內外出版社密切合作，打造編寫、出版和發行一體化的教材供應體系。建立國際漢語教材資源庫，為教學法研究和教材編寫提供訊息服務；另外，建設「網絡孔子學院」，增加多語種頻道和欄目，建立漢語文化國際傳播數位平臺，幫助世界各國漢語學習者用母語上網學習，鼓勵和支持各國孔子學院開展遠程教學。²¹⁶

五、舉行漢語考試

為適應世界各地漢語學習者對漢語考試的需求，自 1990 年起，先後研發並實施了「漢語水準考試」、「漢語水準口語考試」、「中小學生漢語考試」、「商務漢語考試」以及「孔子學院/課堂測試」等多種漢語考試，為漢語學習者測試學習成績、留學中國大陸、申請來華留學獎學金、學校開展教學評估以及用人單位員工招聘和晉升等提供客觀有效的測試標準。²¹⁷

六、執行「孔子新漢學計劃」

²¹⁵ 〈志願者—關於志願者〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。

http://www.hanban.edu.cn/volunteers/node_9697.htm（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）

²¹⁶ 〈孔子學院發展規劃（2012—2020 年）正式發布〉世界漢語教學學會通訊，第 1 期，2013 年 3 月，頁 4—5。

²¹⁷ 〈關於漢語考試〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。<http://www.hanban.edu.cn/tests/>（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）。

為說明世界各國青年深入瞭解漢語文化，繁榮漢學研究，促進孔子學院可持續發展，增進中共與各國人民之間的友好關係，中共「孔子學院總部/國家漢辦」設立「孔子新漢學計畫」（如表 3—7）；²¹⁸透過資助課題研究、攻讀學位等方式，吸引各國優秀青年來華考察訪學。推動在世界著名高校設立中國大陸學教席，資助國外介紹中國大陸的優秀著作和譯著出版，支持各國孔子學院舉辦中華文化研究學術會議等活動。

表 3—7 孔子新漢學計畫項目說明表

項目	內容
中外合作培養博士項目	資助在外國大學註冊的博士生來華學習、開展研究及撰寫博士論文。
來華攻讀博士學位項目	資助外國學生來華攻讀博士學位，一般為 3—4 年。
理解中國項目	1. 資助外國大學和研究機構相當於助理教授及以上的學者等來華訪學研修。優秀的博士後研究者也歡迎申請。申請者須為非中國公民 2. 資助政府、商業金融、教育文化類非政府組織等各界中高層管理人員來華訪問 3. 中國大陸知名專家教授赴國外大學工作，開設納入國外大學學分課體系的非語言類學分課程，並在本校及鄰近各孔子學院舉辦講座。同時亦可與當地學者合作開展研究、舉辦公眾講座等。
青年領袖項目	資助外國政治、經濟、金融、法律、教育、文化、藝術、媒體等領域本科以上學位、已擔任一定職務的優秀青年來華考察訪學。

²¹⁸ 〈孔子新漢學計畫〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。<http://ccsp.chinese.cn/index.html>（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）

出版資助項目	資助外國學者出版或翻譯相關學術著作、博士論文，支援創辦相關學術刊物。
國際會議項目	資助各國孔子學院、大學、研究機構和人員舉辦或參加有關中國大陸研究的國際會議。

資料來源：〈孔子新漢學計劃〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。

<http://ccsp.chinese.cn/index.html>（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）

七、舉辦「漢語橋」中文比賽與活動

「漢語橋」中文比賽是中共「孔子學院總部/國家漢辦」主辦的大型國際漢語比賽專案，是世界人文交流領域的知名品牌活動，包含了「世界大學生中文比賽」以及「世界中學生中文比賽」。「漢語橋」中文比賽旨在激發各國青年學生學習漢語的積極性，以及增強各國青年學生對漢語與中華文化的理解。目前，「漢語橋」中文比賽已成為各國學生學習漢語與瞭解中國大陸的重要平臺。另外，「外國中小學校長訪華之旅」與「中學生夏令營專案」也是「漢語橋」的重點項目。²¹⁹（如表 3—8）

表 3—8 漢語橋比賽與活動項目說明表

項目	內容
世界大學生中文比賽	2002 年以來，已成功舉辦了十五屆，來自世界 110 多個國家的 2500 多名大學生先後應邀來華參加了比賽，各國參與海外預賽活動的大學生達 70 萬余人。該專案已成為各國大學生學習漢語、瞭解中國大陸的重要平臺，在中國大陸與世界各國青年間架起了一座相互學習、傳遞友誼的橋樑。
世界中學生中文比賽	旨在激發外國青少年學習漢語的熱情和興趣，以及對漢語和中華文化的理解。

²¹⁹ 〈漢語橋〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。http://www.hanban.edu.cn/chinesebridge/node_7489.htm（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）

外國中小學校長訪華之旅	是為已開設中文課或有意願開設中文課的外國校長和地區教育官員設立的專案，旨在增進他們對中國大陸的瞭解，推動大、中、小學校漢語課程的開展。「訪華之旅」一般為期一周，代表將赴中國大陸部分省市訪問教育機構和學校，瞭解中國大陸社會文化並與中國的教育工作者們進行深度交流，拓寬合作空間。
中學生夏令營專案	旨在增進中外青少年學生交流，加深各國中學生對漢語文化的瞭解和親身體驗，從而激發其學習漢語的熱情。

資料來源：〈漢語橋〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。

http://www.hanban.edu.cn/chinesebridge/node_7489.htm（瀏覽日期：2017年12月22日）

第三節 中共孔子學院在各洲的發展概況

遍佈各國孔子學院已成為各國公眾學習漢語與瞭解中華文化的一個重要管道。而「孔子學院」（主要設在大學）以及「孔子課堂」（主要設在小學）的產量，²²⁰截至2017年10月23日，已有142個國家建立了516所孔子學院和1076個孔子課堂。其中，「孔子學院」的分佈，亞洲33國115所、非洲38國50所、歐洲43國171所、美洲22國161所、大洋洲6國19所；「孔子課堂」的分佈，亞洲101個、非洲27個、歐洲294個、美洲555個、大洋洲99個（如表3—9）。²²¹世界各地的孔子學院充分利用自身優勢，發展出豐富多元的教學與文化活動，逐步形成了各具特色的辦學模式，成

²²⁰ 尹冬民，〈涉孔子學院中外聲明、公報的內容分析〉，《現代傳播》，第11期，2017年，頁157。

²²¹ 〈砥礪奮進的五年：資料看孔院（2012-2017）〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，2017年10月23日。http://www.hanban.edu.cn/article/2017-10/23/content_702594.htm（瀏覽日期：2017年11月1日）

為各國學習漢語與文化、瞭解中國大陸的重要場所，也受到當地社會各界的熱烈歡迎。在以開設的孔子學院中，亞洲、歐洲和美洲是孔子學院分部最密集的地區。²²²

表 3—9 中共設立「孔子學院」之國家統計表

各洲	設立國家數目	孔子學院數量	孔子課堂數量
亞洲	33個	115所	101堂
非洲	38 個	50所	27堂
歐洲	43 個	171所	294堂
美洲	22 個	161所	555堂
大洋洲	6 個	19所	99堂

資料來源：〈砥礪奮進的五年：資料看孔院（2012-2017）〉，《孔子學院總部/國家漢辦》，2017 年 10 月 23 日。http://www.hanban.edu.cn/article/2017-10/23/content_702594.htm（瀏覽日期：2017 年 11 月 1 日）

壹、中共孔子學院在亞洲的發展概況

在亞洲，泰國、日本和韓國開辦的孔子學院數量和招生規模是最龐大。²²³泰國政府早在 2000 年即爭取到中共政府的支持，在泰國「皇太后大學」(Mae Fah Luang University)建立了「詩琳通中國語言與文化中心」(The Sirindhorn Chinese Language and Culture Center)，成為最早的中文教育推廣之合作機制。泰國政府相當積極地爭取中共政府的支持，特別反映在逐年提升的經貿與投資額方面，目前所擁有的孔子學院與課堂的數量也是東南亞諸國之最。2006 年至 2009 年，泰國陸續成立學院與課堂，並且在 2009 年 3 月起，將發展重點置於課堂的發展。從數量上的調整，說明了中共與泰國在孔子學院的合作逐漸著重在向地方社會與基礎教育紮根上。2012 年 5 月 16 日，泰國前總理盈拉 (Yingluck Shina-watra) 在參加中國大陸志願

²²² 洪曉楠、林丹，〈孔子學院的發展歷程與文化意蘊〉，《文化學刊》，第 5 期，2011 年 9 月，頁 31。

²²³ 洪曉楠、林丹，〈孔子學院的發展歷程與文化意蘊〉，《文化學刊》，第 5 期，2011 年 9 月，頁 31。

者教師歡迎儀式時，特別感謝中共政府所提供得中文教學師資與資源；並且說明了當前泰國年輕人對於中文學習具有高度興趣；由於泰國本身缺乏資源，中共官方在師資與資源的適時協助，對泰國在發展孔子學院以及漢語學習的能量提供穩定的基礎；另外她也強調，透過志願者教師的網絡之建立，將有助於強化中泰在人際合作與互動的關係，進一步促成兩國友好關係的發展。²²⁴

2005 年，日本在京都開創日本第一所孔子學院——「立命館孔子學院」。「立命館孔子學院」是中國大陸學者周偉生、中共國家漢語推廣機構以及北京大學等單位共同合作成立。周偉生被任命為該所孔子學院的第一任院長，也是日本第一家孔子學院的創始院長。目前，立命館孔子學院已發展成為全球最大的孔子學院之一。立命館孔子學院成立之後，中共「孔子學院總部/國家漢辦」積極主動地推進日本國內其他地區孔子學院的辦學進程。為了加強訊息交流與資源共享，密切各孔子學院及課堂之間的協調運作，日本各孔子學院與課堂自發成立了「日本孔子學院協議會」。²²⁵

中韓兩國在政治、經濟等領域的交流日益深入的同時，韓國人學習漢語的興趣逐漸提升，國內「漢語熱」驟然升溫。2004 年，中共國家漢辦在首爾開設世界首家孔子學院後，陸續展開了孔子學院與課堂之建設。特別值得一提的是，僅 2006 年一年內，韓國的孔子學院就增加了 6 所，如「東亞大學孔子學院」、「又松大學孔子學院」以及「忠北大學孔子學院」等。²²⁶

另外，中亞區域也是中共發展孔子學院的目標發展區域。中亞各國是「一帶一路」中「絲綢之路經濟帶」核心區或地緣最近之國家，因此，中共為了實現「一帶

²²⁴ 蕭新煌、楊昊，〈孔子學院在中國—東南亞關係政治中的角色〉，《遠景基金會季刊》，第 15 卷第 3 期，2014 年 7 月，頁 29—30。

²²⁵ 王淑沅，〈日本孔子學院的發展現狀及問題分析〉，《考試週刊》，第 64 期，2014 年，頁 154。

²²⁶ 尹悅，〈韓國孔子學院的現狀及發展策略研究〉，《南陽理工學院學報》，第 8 卷第 1 期，2015 年 1 月，頁 111。

一路」，透過「走出去」戰略與中亞各國進行交流與合作。其中，透過孔子學院在中亞各國的發展所進行的語言戰略，就是其中之一。中共「孔子學院總部/國家漢辦」所提供的各項資源，是中亞孔子學院發展的堅強後盾。此外，中共「孔子學院總部/國家漢辦」於2010年在「新疆維吾爾自治區教育廳」設立了「漢語國際推廣中亞基地」，發揮地緣與民族語言文化相通的優勢，合作完成孔子學院的建設，開發多語種類之教材，透過「請進來」或者「走出去」的漢語教學策略，增強中共本身與周邊國家在教育與文上的化影響力。²²⁷

貳、中共孔子學院在歐洲的發展概況

近年來，中歐「全面戰略夥伴關係」持續穩健發展，中歐經濟的互補性與中歐人民「崇尚文明」的共同價值取向，拉近了彼此的距離。作為塑造未來國際格局與推動世界多元化發展的兩支力量，中共與歐盟正在透過各種方式積極增進彼此間的了解，如開展了「中歐語言交流（歐盟窗口）項目」，簽署了《中歐聯合聲明》與《中歐語言合作聯合聲明》，舉辦了「歐羅巴利亞中國藝術節」等活動。孔子學院是為幫助歐洲各國了解漢語與了解中共國家本身而設立的；孔子學院與歐洲各國語言文化推廣組織共同成為中歐文化交流的重要平臺。另外，由於歐洲獨特的地理與歷史背景，造就了歐洲各國的地緣優勢以及相近的文化傳承，因此在漢語學習以及對中華文化的認同方面，歐洲各國存在著共性。這也表示了各國孔子學院如果能夠共享漢語學習與中華文化資源，形成合作網路，共創品牌項目，無疑將是集中資源、節約成本、多方共贏、各院優勢相得益彰的優質方案。²²⁸

²²⁷ 梁焱、焦健，〈中亞孔子學院發展現狀、問題與策略研究〉，《新疆大學學報》，第39卷第2期，2011年3月，頁97。

²²⁸ 鐘美蓀、龔婧，〈創建資源共享機制，加快合作網絡建設——論歐洲孔子學院的建設與發展〉，《國際漢語教育》，第3期，2010年，頁36。

歐洲地區的孔子學院分布較為集中，其中，俄羅斯、德國、英國數量較多。²²⁹ 對於俄羅斯而言，自 2006 年 12 月 22 日俄羅斯第一所孔子學院在「海參崴」（Vladivostok）的「遠東聯邦大學」（俄語：Дальневосточный Федеральный университет）揭牌運行以來，目前已有 18 所孔子學院，5 所孔子課堂分佈在俄羅斯各地。特別是「新西伯利亞國立技術大學孔子學院」（Confucius Institute at Novosibirsk State University of Technology）在國際與國內大環境的積極影響下，加上中共「孔子學院總部/國家漢辦」協助、中外方合作院校的強力支持以及雙方院長、全體教師和志願者的共同努力下，經歷了從小到大的發展歷程，教學體系建設、文化活動、應用培訓等各方面都取得了重大突破。²³⁰

對於德國而言，在德國的孔子學院建設穩步發展，在當地社會各界引起積極反響，例如「柏林洪堡大學」（德語：Humboldt-Universität zu Berlin, HU Berlin）、「愛爾朗根—紐倫堡大學」（德語：Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, FAU）以及「杜塞道夫大學」（德語：Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf）所建立的孔子學院，根據德國社會的實際需求，組織了大批漢語教學、文化推廣和中德文化交流等活動，如漢語課程、中華文化課程（氣功、太極拳、繪畫、書法、篆刻、烹飪、中國電影欣賞和中國哲學等）、漢語教師培訓、漢語演講比賽、文藝演出、報告會、研討會、朗誦會和展覽等，形式不拘，內容豐富；同時，中共孔子學院還憑藉自身的有利平臺，積極參與德國相關大學以及所在地區的大型文化交流活動，努力擴大漢語以及中華文化在德國社會的影響力，特別是德國知識階層的影響，得到了積極之效果，成為中共展示文化「軟實力」的重要途徑。²³¹

²²⁹ 洪曉楠、林丹，〈孔子學院的發展歷程與文化意蘊〉，《文化學刊》，第 5 期，2011 年 9 月，頁 32。

²³⁰ 王嬋娟，〈俄羅斯孔子學院發展對策思考——以新西伯利亞國立技術大學孔子學院為例〉，《雲南師範大學學報》，第 14 卷第 1 期，2016 年 1 月，頁 1—2。

²³¹ 陳仁霞，〈關於在德國建設孔子學院的實踐與思考〉，《世界教育信息》，第 6 期，2008 年，頁 84。

對於英國而言，「倫敦商務孔子學院」(Confucius Institute For Business, London)開創海外孔子學院運作的新模式。「倫敦商務孔子學院」以英國工商界中高層管理人員及對與中國大陸進行商務往來感興趣的人視為主要教學對象，以講授漢語、當代中華文化、經濟、法律為辦學宗旨，服務內容包括基礎漢語和商務漢語的教學、「中國商務文化」教學與研究、「當代中國問題」研究、商務問題公共講座與研討會、漢語師資和商務漢語師資的培訓等。²³²

參、中共孔子學院在非洲的發展概況

2005年，肯亞「奈洛比大學」(University of Nairobi)建立非洲第一所孔子學院。經過十年發展，已有不斐的成果，但與歐美及其他地區的孔子學院相比，非洲孔子學院起步晚，教育基礎設施不足、教學設備落後、網路資訊技術差、辦事效率低、本土師資匱乏。但與此同時，由於中非關係的合作與友好度之提升，非洲孔子學院也有著歐美孔子學院所不具備的獨特外部環境，若善加利用，制定符合非洲當地實際情況和發展需要的教學規劃，利用好雙邊合作資源，對外加強合作，孔子學院在非洲的建設是具有發展潛力。²³³

目前，非洲漢語教學主要有漢語專業、漢語學分課程和漢語培訓等形式。同時，非洲許多孔子學院結合當地對漢語文化的實際需求，開設了形式多樣的漢語培訓班。「開羅大學孔子學院」(Confucius Institute at Cairo University)以及「蘇伊士運河大學孔子學院」(Confucius Institute at Suez Canal University)開設了漢語導遊班；衣索比亞(Ethiopia)的「阿迪斯阿貝巴大學孔子學院」(Confucius Institute at Addis Ababa University)以及馬達加斯加(Madagascar)的「安塔那那利佛大學孔子學院」(Confucius Institute at University of Antananarivo)為所在國外交部、公

²³² 劉佳平、葉蓉，〈商務孔子學院初探〉，《國際漢語教育》，第2期，2012年，頁56。

²³³ 李紅霞，〈新時期非洲孔子學院的建設與發展〉，《對外傳播》，第10期，2016年，頁52。

安部、海關等部門公務人員專門開設漢語實用班；貝南共和國的「阿波美卡拉維大學孔子學院」（Confucius Institute at University of Abomey-Calavi）以及「開普敦大學孔子學院」（Confucius Institute at University of Cape Town）開設了少兒漢語班。肯亞的內羅畢、突尼西亞共和國（Tunisian Republic）的「斯法克斯」（Sfax）、坦尚尼亞聯合共和國（United Republic of Tanzania）的桑尼巴爾（Zanzibar）等地開設了「廣播孔子課堂」。與此同時，為了檢驗非洲學生漢語水準的高低，每年定期舉行「漢語水準考試」和「漢語水準口語考試」。目前，「漢語水準考試」和「漢語水準口語考試」已經變成中國大陸的托福（TOEFL）和雅思（IELTS），成為檢驗非洲學生漢語文化水準高低的量化標準。²³⁴

南非是綜合實力最強的非洲大國，是中共推進對非戰略關係的重要支點國家。在中非合作論壇及金磚國家框架下，中國大陸與南非間的教育人文交流呈現出強勁的活力；作為彼此間人文交流之平臺，南非的孔子學院也越來越受到關注與重視。南非是非洲地區孔子學院數量最多的國家。南非孔子學院的發展與中南兩國各領域的深入合作密切相關，也受南非國內政治、經濟、文化、教育等多重因素的影響，呈現出獨特的特色。²³⁵

2000 年中非合作論壇成立後，西非與中共的聯繫越來越密切，政治經貿往來也越來越頻繁。與此同時，因中非貿易熱而產生的「漢語熱」在西非地區迅速升溫，激發更多民眾對於學習漢語之欲望。在此背景之下，孔子學院在西非地區應運而生。短短五年時間，從 2008 年 12 月開設的第一所——「賴比瑞亞大學孔子學院」（Confucius Institute at University of Liberia），到現在的 6 所孔子學院和 1 所孔子課堂，遍佈西非 6 個國家。同時，迦納（Ghana）、塞內加爾（Republic of Senegal）

²³⁴ 李紅秀，〈非洲孔子學院建設與漢語文化傳播〉，《中華文化論壇》，第 1 期，2015 年，頁 112。

²³⁵ 牛長松，〈南非孔子學院的發展特色及影響因素分析〉，《比較教育研究》，第 9 期，2017 年，頁 49。

等國家也紛紛提出創建孔子學院的要求。西非地區的漢語教學 20 世紀 80 年代末才在中共的援助下開始的，很多國家因社會動蕩、與華關係波折等原因曾經中斷或停滯不前。再者由於西非各國社會發展的不平衡，致使各孔子學院在規模、層次方面顯現出不平衡性。例如「奈及利亞」(Federal Republic of Nigeria)為西非大國，經濟發達，因此奈及利亞的兩所孔子學院發展較快；2012 年，「拉各斯大學孔子學院」(Confucius Institute at University of Lagos)教學點發展到 17 個，學生總人數達到 2500 人，「納姆迪·阿齊克韋大學孔子學院」(Confucius Institute at Nnamdi Azikiwe University)的學生也達到了 1500 人；比較之下，「賴比瑞亞」(Republic of Liberia)為西非小國，且正處於戰後重建階段，各方面條件頗為艱苦，孔子學院發展相應規模小、辦學層次低。總體而言，西非各孔子學院充分利用自身優勢，開展豐富多彩的教學和文化活動，逐步成為西非各國人民學習漢語語言文化的重要場所，受到當地社會的普遍歡迎。²³⁶

肆、中共孔子學院在美洲的發展概況

美洲地區的孔子學院主要分布在美國、加拿大、墨西哥。²³⁷ 2011 年，美國開設漢語課程的公立大中小學超過 5000 所，學漢語的學生人數突破 20 萬，而 2006 年這一數字為 2 萬人，僅僅 5 年就翻了十倍。值得注意的是，美國的漢語教學熱潮正在從傳統華人聚集區向主流社會拓展。2010 年初，美國俄勒岡州還通過議案，成為美國第一個通過立法推動漢語教學進入中小學課堂的州。正如加利福尼亞大學教授、中文學習軟體《快學》(KuaiXue)的開發者諾曼·馬特洛夫(Norman Matloff)所說，隨著中國在經濟與政治方面的崛起，現在美國人對中文學習的興趣自然變得非常大。中文學習不會只是曇花一現，畢竟這是一門有著 13 億人口使用的語言。

²³⁶ 扈啟亮，〈西非孔子學院發展現狀、問題和對策〉，《沈陽大學學報》，第 16 卷第 2 期，2014 年 4 月，頁 197。

²³⁷ 洪曉楠、林丹，〈孔子學院的發展歷程與文化意蘊〉，《文化學刊》，第 5 期，2011 年 9 月，頁 32

²³⁸根據目前的資料統計，截至 2016 年 5 月，中共在美國建立的孔子學院共有 109 所，其中超過 50% 分佈在美國的東部地區。自 2006 年第一所孔子學院在「馬里蘭大學」（University of Maryland）投入運行後，到今天孔子學院在美國已有 11 年的發展歷史。孔子學院積極地與當地社區加強聯繫，開展形式多樣的文化交流活動，為當地培養語言教師，宣傳中華文化，深化中美兩國人民的情感交流起到了非常好的作用。這得益於特殊的條件和時機使得孔子學院在美國萌芽和發展。²³⁹

目前，加拿大擁有 12 所孔子學院和 35 個孔子課堂，各地依據自身優勢，因地制宜，逐步形成自己獨特的辦學特點。「不列顛哥倫比亞理工大學孔子學院」的漢語課程以商貿文化交流為主，其他都是英文教學，教授與中國大陸有關的文化溝通技術，具有實用之優點；另外亦專門設有針對商業人士的漢語學習課程。「魁北克孔子學院」（Confucius Institute In Quebec）在「道森學院」（Dawson College）和「舍布魯克大學」（University of Sherbrooke）各設有一間分院，其中「舍布魯克大學」是以法語教學，開設有關中國大陸文學、法律、商業管理、醫學等學科的研究生課程，而「道森學院」則以英文教學為主，開設面向社會的短期培訓課程，包括不同程度的中文教學、旅遊及商業、國畫、書法，初級的中醫課程以及圍棋、武術、太極等。「埃德蒙頓孔子學院」（Confucius Institute In Edmonton）是附屬於「埃德蒙頓公立教育局」（Edmonton Public Schools），這種由公立教育局開設孔子學院的模式有利於進一步推動當地雙語教學項目的實施，有利於當地中小學國際化。各具特色的加拿大孔子學院已成為加國學習漢語、了解中國的重要途徑和場

²³⁸ 馬豔豔、何國蕊、何國忠，〈評析孔子學院在美國的發展及遇到的問題〉，《中國社會科學院研究生院學報》，第 2 期，2016 年 3 月，頁 140—頁 141。

²³⁹ 任軍莉、郭丹丹，〈在美孔子學院的發展狀況及思考〉，《懷化學院學報》，第 36 卷第 8 期，2017 年 8 月，頁 126—頁 127。

所，將來必然對加強當地漢語學習、促進中加兩國相互瞭解和文化交流作出貢獻。

240

在漢語海外推廣蓬勃發展的大勢下，墨西哥的漢語教學也漸漸跳脫邊緣位置，在數量與品質方面都引起了越來越多的關注。孔子學院對於墨西哥國家而言，是一種新興產物，在中共推廣文化軟實力的態勢與中共「孔子學院總部/國家漢辦」的支持，發展迅速，影響力不容小覷。自 2006 年開始，中共「國家漢辦」陸續在墨西哥各地開辦了 5 所孔子學院，其中 4 所是與當地著名的大學合作辦學，另一所是獨立辦學。合作辦學的 4 所大學分別是，「墨西哥國立自治大學」（Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM）、「新萊昂州自治大學」（Universidad Autónoma de Nuevo León, UANL）、「奇瓦瓦州自治大學」（Universidad Autónoma de Chihuahua）以及「尤卡坦自治大學」（Universidad Autónoma de Yucatán），其所開設的漢語課程主要以在校大學生與社會人士為主，其中又以「墨西哥國立自治大學孔子學院」的辦學效果與影響力最佳。唯一一所獨立辦學的孔子學院為「墨西哥城孔子學院」，其前身為當地華人的私立漢語學校——「華夏中華文化學院」，在透過中共「孔子學院總部/國家漢辦」收編更名後變成獨立辦學的孔子學院，主要針對青少年進行漢語與中華文化的推廣，從最初的華人華僑子女，逐步擴展到當地中小學生，教學地點也從孔子學院擴展深入進當地學校。²⁴¹

伍、中共孔子學院在大洋洲的發展概況

首先，中共孔子學院的建設與發展集中在澳洲。澳洲作為一個移民國家，持續推行多元文化政策，鼓勵各個民族繼承並發揚原有的文化傳統。近年來，隨著澳洲華人數量與日俱增，成為最大的少數民族之一，加上澳洲政府實行「面向亞洲」之

²⁴⁰ 張燕，〈加拿大華文教育的發展現狀與主要問題研究〉，《雲南師範大學學報》，第 1 期，2011 年，頁 89。

²⁴¹ 金婭曦，〈墨西哥漢語教學現狀與反思〉，《雲南師範大學學報》，第 11 卷第 6 期，2013 年 11 月，頁 86。

國家政策，中澳友好關係得到加強，經濟上的互補性日益增多，迫切需要大批了解中國大陸、通曉中文的人才。政府為推廣漢語，制定計劃要求所有的大學與中學畢業生對漢語、文化、政治、經濟、歷史、地理、藝術體育等都要有所了解。大多數的國立大學也都開設中文系。澳洲政府增加經費的投入，支持包括中文在內的亞洲語言教育的發展，以期在全球化時代，為澳洲尋求安全與發展。²⁴²

2005 年，澳洲第一所孔子學院——「西澳大學孔子學院」（Confucius Institute at the University of Western Australia）成立，這讓澳洲國家在漢語教學上進入一個嶄新的階段。由於澳洲的地理因素，孔子學院的數量相比其他發達國家較少，各地分布不均；2011 年，澳洲國家在一年內新增 5 所孔子學院，數量增加，發展得到改善。²⁴³雖然澳洲孔子學院的數量只占全球孔子學院的百分之三，但卻涵蓋了幾乎所有類型的孔子學院，例如在「格里菲斯大學」（Griffith University）創立的全球首家旅遊孔子學院、全球首家由江蘇省教育廳組織多所大學聯合舉辦的孔子學院——「昆士蘭科技大學孔子學院」（Confucius Institute of Queensland University of Technology）；由新南威爾士州（New South Wales, NSW）教育與社區部建立全球首家與當地政府機構合辦的孔子學院，以及全球第二所中醫孔子學院——皇家墨爾本理工大學孔子學院（Confucius Institute at The University of Melbourne）。²⁴⁴

²⁴² 李佳，〈漢語國際推廣教育中的情感問題——以西澳大學孔子學院為個案研究〉，《雲南師範大學學報》，第 1 期，2011 年，頁 76—77。

²⁴³ 臧勝楠，〈海外孔子學院課程結構研究——以澳大利亞兩所孔子學院為例〉，《雲南師範大學學報》，第 10 卷第 6 期，2012 年 11 月，頁 79。

²⁴⁴ 臧勝楠，〈海外孔子學院課程結構研究——以澳大利亞兩所孔子學院為例〉，《雲南師範大學學報》，第 10 卷第 6 期，2012 年 11 月，頁 79。

小結

孔子學院是中共最具代表性的語言文化推廣機構，孔子學院的誕生與發展，是中共在漢語以及中華文化能走向世界的重要舉措。孔子學院吸取了世界先進的語言文化推廣機構經驗，除了擁有一般語言文化推廣機構的普遍性質，同時又深具中國特色。然而，對於中共孔子學院的發展歷程而言，雖然已有十餘年，但是當前仍有許多待處理的問題；因此，如何保證孔子學院可持續之發展，並且在研究目的語言政策與漢語學習者動機的基礎上不斷調整，優化佈局，將成為下一階段孔子學院拓展與建設的重大課題。²⁴⁵



²⁴⁵ 戴蓉，〈孔子學院—中國模式的語言文化推廣機構〉，《ICCS 現代中國學集刊》，第4卷第2期，2012年，頁142。

第四章 中共孔子學院的戰略傳播運作成效與發展趨勢

中共戰略傳播的核心是資訊與思想的跨國際流通，是與國外公眾進行交流的一個政治過程，使自己國家的理念與理解、制度與文化以及國家目標與現行政策提供國外公眾所了解，²⁴⁶最終改變國外公眾的認知、態度與行為。孔子學院作為中共的語言與文化之推廣機構，在普及漢語與文化基礎知識上，兼顧彼此的重要性，以有效的傳播手段讓更多國外公眾透過學習漢語與瞭解中華文化，使其理念得到有效傳播，²⁴⁷進而實現順利溝通、減少隔閡以及增進友誼的最佳途徑，發揮戰略傳播之作用。除此之外，加強對語言的推廣是促進文化的傳播與交流，並向國外公眾展示中華文化的精髓，除了能夠提供中共構建和諧世界，²⁴⁸同時也是中共提升國家文化軟實力、主動構建國家形象、掌握國際話語權的一種重要方式，²⁴⁹最終實踐了中共戰略傳播之理念價值。

第一節 中共孔子學院的戰略傳播目的與作為

在全球經濟、政治以及文化多元化之背景之下，中共體認到更需要在國際交往和發展定位中要有所謂的「大國意識」。在中共體認到綜合國力不斷提升之下，應該高度重視漢語國際化的推廣，藉由孔子學院在各國的建設與發展，進而強化他國對中共的認同與支持，間接擴大了中共在國際事務中的話語權；而在文化外交的提倡與實踐，作為文化傳播的孔子學院，成為文化外交的成功典範，提升了中共的「文化軟實力」；從孔子學院的各項具體作為而言，不僅傳播了語言與文化，也傳

²⁴⁶ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008年11月），頁258

²⁴⁷ 孫吉勝，〈孔子學院：語言、文化與理念的傳播〉，《公共外交季刊》，第3期，2014年，頁19。

²⁴⁸ 劉志剛，〈孔子學院功能研究初探〉，《中國商界》，第12期，2009年，頁335。

²⁴⁹ 高金萍、郭之恩，〈孔子學院與公共外交〉，《中華文化研究》，第4期，2013年，頁189。

播了和平的資訊，進一步與世界各國建立和諧平穩的發展態勢，進而樹立良好的國家形象。²⁵⁰

壹、中共孔子學院的戰略傳播目的

一、文化交流的實踐

文化交流，不是透過簡單的翻譯語言、文字來介紹一種文化，文化交流是關係著國與國之間對與彼此文化認同之基礎，這包含了複雜的文化、歷史背景以及思維方式，需要雙方透過長期的磨合與努力。而單一、短期的文化交流難以實現有效的傳播。因此，欲實現真正的文化認同與交流，應確保相關活動的持續性，使雙方獲得相對完整的交流與溝通。相關活動的週期性舉辦，強化了某些文化要素，透過連續不斷地資訊交流，在認知上將逐漸趨同，進一步實現了相互理解。²⁵¹因此，隨著中共綜合國力的增強，國際事務參與程度與影響力也隨之提升，隨之而來的是國外公眾對於了解中國大陸的興趣也在增加，透過文化交流的方式，可以促使國外公眾以正面的認知看待中國大陸；而遍佈全球孔子學院正為國外公眾提供瞭解中共的管道，透過漢語教學，促進文化的交流與認同，為國外公眾建立一個對中共良好的印象；其次，孔子學院與當地的大學教育機構合作，亦可透過師生與國外公眾在語言與文化上的溝通，積極發展中共在文化交流的建設。然而，文化的交流、認同與接受是一個緩慢的過程，在言語文化之傳播上必須持續地進行與發展，才能在執行面上已獲得一定的成效。²⁵²

²⁵⁰ 劉志剛，〈孔子學院功能研究初探〉，《中國商界》，第12期，2009年，頁334。

²⁵¹ 李鳳蘭，〈孔子學院文化傳播模式探索—以立陶宛維爾紐斯大學孔子學院為例〉，《中國與世界》，2013年，頁33—34。

²⁵² 周璐銘，〈孔子學院十年發展統計、成果分析與戰略建議〉，《西南交通大學學報》，第16卷第1期，頁41。

二、國家形象的重塑

長期以來，西方國家借助媒體多次在國際事務中影響中共的國家形象，在此種長期的負面影響與資訊交流的不對稱，讓中共體認到，重新樹立與中共現實相符合的國家形象之重要性與迫切性。孔子學院在文化傳播上以中華文化內涵為基礎，透過文化之影響，提升國外公眾對中華文化的興趣、進一步促進理解與認同，進而塑造良好的國家形象。²⁵³孔子學院除開展漢語教學外，更是外國民眾瞭解中共國家的平臺。²⁵⁴因此，孔子學院的建立，在國家形象塑造方面具有重要的作用，透過傳播中華文化以及對外漢語教學，進一步成為外國受眾瞭解中共國家現況的視窗，成為中共展示現代大國形象的重要平臺；另外，收集國際社會對中共國家形象認知的動態資訊，針對各種不利於國家形象建設的言論即時回應，不斷改善國際社會對中共國家形象較為負面的認知，進而有效地塑造中共「對外更加開放」、「更加具有親和力」以及「為人類文明作出更大貢獻」的國家形象。²⁵⁵中共透過語言與文化的傳播與推廣來提升國家形象，換句話說，孔子學院是中共外交的旗艦，在增進國外公眾對中國大陸的瞭解、樹立國家形象、加強與周邊國家的「睦鄰友好關係」等方面，²⁵⁶實踐了戰略傳播概念之目的。

三、國際話語權的掌握

「漢語熱」現象的出現以及孔子學院的建設，提供中共透過語言傳播，使國外公眾瞭解中國大陸在社會上的發展與進步；因此，漢語作為中共國際話語權的語言表達形式，更重要的是體現中共國家利益的話語內容。孔子學院之建立，期能將漢

²⁵³ 于淼，〈從孔子學院看漢語言文化推廣的模式與效果〉，《武漢大學學報》，第6期，2010年，頁953。

²⁵⁴ 廖群峰，〈從孔子學院的普及看中國軟實力的提升〉，《湖南社院學報》，第1期，2011年，頁42。

²⁵⁵ 丁忠毅、魏星，〈孔子學院：中國國家軟實力建設的有效平台〉，《理論與改革》，第5期，2011年，頁123。

²⁵⁶ Liu Cheng, "A Review of Overseas Research on Confucius Institutes to Inform Future Development," *Intercultural Communication Studies*, Vol.20, No.1, 2011. pp. 196–197.

語表達形式傳播於世界各地，為中共掌握話語權與控制國際輿論。²⁵⁷作為中共的官方語言，提高漢語在國際交流中的地位是中共掌握話語權的重要步驟。孔子學院擴大了漢語的傳播範圍、方式以及途徑，擴大了更多國外公眾學習漢語的管道，進一步作為中共掌握國際話語權之基礎；同時，中共的聲望與地位亦伴隨著語言與文化的傳播而不斷提升，使中共能把握有利的話語，並且積極主動地進行自我表達。²⁵⁸

但是，中國大陸學者胡振榮與李維東認為，中共在國際話語權的構建上，由於相關機構的設置尚未形成有效的協調系統，加上媒體的議程設置能力不強，容易受到西方國家媒體之影響，進而影響了在國際話語權的掌握；²⁵⁹因此，應當加強以中共「孔子學院總部/國家漢辦」為領導核心，統籌與整合傳播資源，發揮戰略傳播效能，透過媒體在議程設置的操作，主動把握發言權，進一步完善國際話語權之構建。²⁶⁰

四、文化軟實力的建設

中共國家漢辦主任許琳認為，孔子學院已成為體現中共國家文化軟實力的最有利之建設與持續發展之政績。孔子學院具有中華文化的魅力（Charisma）、意識形態的影響力以及政治價值的吸引力，是中共提升國家文化軟實力的重要因素。孔子學院的創辦，對於推進中共與國外公眾之間的認識與了解發揮重要的作用，能讓國外公眾以客觀與正確地角度認識中華文化，這也是中共體現文化軟實力的有效途徑。孔子學院的建立不僅可使中共在國際上擁有正面的評價，還可以在其他國家的重要地區建立學院交流點，與當地建立良好的關係，從長遠發展而言，有利於中

²⁵⁷ 高金萍、郭之恩，〈孔子學院與公共外交〉，《中華文化研究》，第4期，2013年，頁194。

²⁵⁸ 于淼，〈從孔子學院看漢語言文化推廣的模式與效果〉，《武漢大學學報》，第6期，2010年，頁952—953。

²⁵⁹ 胡正榮、李維東，〈如何構建中國話語權〉，《光明日報》，版11，2014年11月17日。

²⁶⁰ 孫琳，〈以孔子學院為主導的漢語國際傳播與中國國際話語權〉，《人文叢刊》，2015年，頁399。

共文化軟實力之提升。²⁶¹軟實力是一個國家綜合實力的重要組成部分，它會深刻影響他國政府與公眾對這個國家與人民以及由此而帶來的國際關係的看法。孔子學院透過漢語國際推廣與文化傳播，不僅能提供中共在教育、文化產業、出版、旅遊以及外貿等方面的經濟收益，更重要的是能夠提升中共本身的文化軟實力。²⁶²

孔子學院透過語言與文化的傳播，傳遞文化內涵中更深層的價值觀與理念，正是文化軟實力的呈現，是中共向世界說明國情、闡明國家政策、介紹國家發展戰略的新管道，更是提升文化軟實力建設的重要途徑。²⁶³

五、民間外交的發展

民間外交主要是指一國民間對他國民間或政府的溝通互動，其主體包含非政府組織、企事業團體、智庫、學術界、大眾媒體、民間團體以及個人等。對於美國而言，高度重視民間外交的作用，因此，美國政府積極鼓勵非政府組織與公民參與相關的國際活動，借助民間外交進行國家戰略溝通，使之成為美國整體戰略溝通的重要元素。²⁶⁴

中共借鑑美國的經驗，透過孔子學院建設與發展，期能增進民間的交流與互動，進一步促進國外公眾對漢語與中華文化的瞭解，發展與他國友好的關係，並且能夠促進世界多元文化的交流與發展，構建和諧世界。因此，透過孔子學院進行的漢語教學，提供中國大陸民眾，與正在接受漢語與中華文化薰陶影響的國外公眾，進一步促進其彼此間在理念與文化上的交流，而正是實踐了民間外交的職能，更體現了中共戰略傳播理念，讓兩國民眾、尤其是年輕人，能夠得以在中共「孔子學院總部/國家漢辦」創造的平臺上互相瞭解與接觸，通過一段時間的學習與相處，建立起

²⁶¹ 洪曉楠、林丹，〈孔子學院的發展歷程與文化意蘊〉，《文化學刊》，第5期，2011年9月，頁37—38。

²⁶² 吳勇毅，〈孔子學院與國際漢語教育的公共外交價值〉，《新疆師範大學學報》，第33卷第4期，2012年7月，頁102。

²⁶³ 高金萍、郭之恩，〈孔子學院與公共外交〉，《中華文化研究》，第4期，2013年，頁191。

²⁶⁴ 吳友富，〈戰略視域下的中國國家形象傳播〉，《國際觀察》，第4期，2012年，頁3。

彼此的友誼與信任。而這正是兩國政府相互進行進一步溝通交流合作的條件，也是兩國保持長期和平與友好相處，進行互利共贏合作的重要基礎。²⁶⁵

壹、中共孔子學院的戰略傳播作為

孔子學院透過對外漢語教學，推動教育與文化等領域的交流與合作。除此之外，孔子學院還有許多文化活動，例如漢語橋、各種音樂節與電影節以及漢語夏令營等，這些文化活動不僅能更有效地提供當地民眾學習漢語與瞭解中國大陸的機會，使國外受眾對中國大陸的認知與行為上產生改變，亦可實現與受眾互動，借此樹立良好形象，提升正向影響。²⁶⁶

一、成立國際廣播電台

中共首家廣播孔子學院於 2007 年 12 月 6 日在中共國際廣播電臺正式成立，「廣播孔子學院」是由「中國國際廣播電臺」與中共「孔子學院總部/國家漢辦」共同創建。透過「廣播孔子課堂」、「無線廣播」以及「線上廣播」等方式，用 38 種語言向世界各地的學員教授漢語與傳播中華文化。學院將採用統一的漢語教學教材，並依託國際電臺遍及五大洲的海外聽眾俱樂部建立廣播孔子課堂。廣播孔子學院的成立，讓孔子學院辦學模式上成功朝向多樣化的發展。²⁶⁷中共「孔子學院總部/國家漢辦」透過「廣播孔子學院」的建立與運作，期能進一步發揮多語種與多媒體之優勢，促進廣播孔子學院發展壯大，影響國外收聽之受眾，使其成為各國受眾學習漢語與文化、了解中國大陸的重要途徑。

二、建設網路孔子學院

²⁶⁵ 劉瑤，〈孔子學院與國際漢語教育的公共外交價值分析〉，《高教學刊》，第 24 期，2015 年，頁 4。

²⁶⁶ 安然、何國華，〈孔子學院跨文化傳播影響力評估體系建構初探〉，《長白學刊》，第 1 期，2017 年，頁 143。

²⁶⁷ 〈我國首家廣播孔子學院成立〉，《中國網》，2007 年 12 月 7 日。
http://big5.china.com.cn/culture/txt/2007-12/07/content_9358618.htm (瀏覽日期: 2018 年 1 月 5 日)

2008 年，「網路孔子學院」之建立，便以「規模大、資源多、內容全」等優勢獲得廣泛語言學習者的使用，成為中國大陸國內大型漢語教學綜合網站之一，為廣泛漢語學習者提供了便捷的網路學習平臺，有效地促進了中華文化的傳播，為中國大陸與世界的友好關係做出貢獻。²⁶⁸網路孔子學院能夠有效突破時間、空間、距離和地域之限制，充分利用新媒體的優勢，為全球的漢語學習者與愛好者提供線上課程與豐富的學習資源，成為跨國界、跨文化以及跨語言的全新對外文化傳播中心。²⁶⁹網路在全球媒體中逐漸興起，成為訊息與文化在傳播上全新的攻勢，更是成為影響國外受眾的重要工具。

三、發行孔子學院刊物

《孔子學院》月刊創辦於 2009 年，目前有 11 個語種的雙語版，分別是中英、中西、中法、中俄、中泰、中韓、中日、中阿、中德、中葡、中意，是擁有「國際連續出版物號」（ISSN）和「中國國內統一刊號」（CN）的正式出版物，由中共「孔子學院總部/國家漢辦」主辦。公開發行到 140 多個國家和地區孔子學院（課堂）學生、漢語和中華文化愛好者、當地政要、使領館，國內獎學金生、中外雙方合作院校、圖書館。期刊主要介紹中華文化，報道孔子學院活動、漢語教學與學習以及講述中外人文交流故事等內容。作為中國大陸國內唯一擁有多文種獨立刊號並實現本土編輯、出版以及發行之刊物，《孔子學院》在「走出去」期刊領域獨樹一幟，成為跨文化交流、國外公眾學習漢語與瞭解中國大陸的重要教材。²⁷⁰

²⁶⁸ 孫鳳至，《新時代下的網路孔子學院》，《山西青年》，第 21 期，2016 年，頁 73。

²⁶⁹ 梁媛、樊笛，《基於文化維度理論的網路孔子學院跨文化傳播策略》，《鞍山師範學院學報》，第 19 卷第 3 期，2017 年 6 月，頁 41。

²⁷⁰ 孔子學院/國家漢辦，《孔子學院年度發展報告—2016》（北京：孔子學院/國家漢辦，2017 年），頁 36。

四、舉行「孔子學院日」

孔子學院總部於 2014 年以慶祝孔子學院十週年為主題，將 9 月 27 日確定為「孔子學院日」，孔子學院總部及全球各地的孔子學院舉行了形式多樣的「孔子學院日」活動。在 2017 年的「孔子學院日」，多國孔子學院舉辦活動慶祝「孔子學院日」，傳播中華文化，促進人文交流。波蘭「弗羅茨瓦夫大學孔子學院」舉辦以「絲路瓷語」為主題的「孔子學院日」活動，為弗羅茨瓦夫民眾呈現重要的跨文化交流與對話。弗羅茨瓦夫大學校長稱讚孔子學院對促進波蘭與中國大陸在友誼關係與文化交流上發揮了重要的作用。²⁷¹透過「孔子學院日」活動的策劃，進而促進各國在文化上的交流，因此，不論孔子學院是作為傳播漢語與中華文化的綜合平臺，還是作為中共與各國在文化外交上的橋樑，所具有的國際影響力是不容忽視的。²⁷²

五、舉辦「漢語橋」比賽

「漢語橋」世界大學生中文比賽已成為世界各國大學生學習漢語與瞭解中華文化的重要平臺。「漢語橋」比賽的內容包括漢語語言能力、中國大陸國家國情知識以及中華文化技能。「漢語橋」的宗旨是展示漢語學習水準，激發學習漢語的積極性，增強世界對漢語與中華文化的瞭解，提供交流與合作之平臺。該賽事對漢語及中華文化的國際傳播與推廣發揮了重要作用。「漢語橋」比賽以電視為媒介，向世界展示了漢語與中華文化的魅力，是推廣漢語和中華文化、構建與提升文化軟實力的重要方式。「漢語橋」比賽中有著不同文化背景的各國參賽者，透過比賽增進了彼此間的交流，促進了不同文化之間的溝通與融合。²⁷³除了各國參賽者之外，收

²⁷¹ 〈綜合消息：「孔子學院日」傳播中華文化，促進人文交流〉，《新華網》，2017 年 9 月 30 日。
http://www.xinhuanet.com/world/2017-09/30/c_1121754035.htm（瀏覽日期：2018 年 1 月 20 日）

²⁷² 劉旭，〈中國孔子學院歷時發展研究〉，《重慶大學學報》，第 21 卷第 6 期，2015 年，頁 239。

²⁷³ 李冰，〈「漢語橋」世界大學生中文比賽中語言文化對外傳播特點淺析〉，《電視研究》，第 2 期，2017 年 2 月，頁 75—76

視「漢語橋」比賽的觀眾也是目標受眾的一環，不同國家的觀眾，包括中國大陸收視的觀眾，在收視的過程中，不僅能瞭解中華文化的內涵，同時也看到了世界文化的交流。²⁷⁴透過「漢語橋」，國外公眾對中華文化加深了理解與認同，更提升了中共的文化軟實力以及在國際上的影響力與地位。

六、推動「孔子新漢學計劃」

中共「孔子學院總部/國家漢辦」在 2012 年 11 月正式啟動「孔子新漢學計劃」，是中共在「孔子學院」中重要的國際交流項目，其致力於透過來華學習、中外合作培養等方式，培養新一代青年漢學家和中國問題研究專家，促進孔子學院可持續發展；²⁷⁵從「孔子新漢學計劃」的各項計畫項目中的申請對象（如表 4—3）與計畫研究的內容（如表 4—4）可以發現，透過表中的「中共公共外交、國際形象塑造、國際話語權、誇文化交流與傳播」之課題內容，影響未來在各個國家具有發展潛力之公眾，進一步促進此等公眾對中共國家本身之看法與認知上的理解，對於未來在與他國間的互動與溝通能更加順暢，並能完善中共與各國間的關係。「孔子新漢學計劃」作為中共孔子學院的戰略傳播重要的實踐，促進國際學術交流、加強中共與其他國家之間的相互了解，進而擴大中共在其他國家的影響力。

國防大學
National Defense University

²⁷⁴ 張景，〈跨文化傳播視角下的「漢語橋」節目——以 2016 年第十五屆「漢語橋」為例〉，《傳播與版權》，第 4 期，2017 年，頁 90。

²⁷⁵ 韓震，〈孔子新漢學計劃之思與行〉，《國際漢語教育》，第 1 期，2014 年 8 月，頁 3。

表 4—1 「孔子新漢學計畫」申請對象區分表

項目	申請對象
中外合作培養博士項目	外國大學博士生
來華攻讀博士學位項目	外國學生
理解中國項目	外國大學和研究機構相當於助理教授及以上的學者 政府、商業金融、教育文化類非政府組織等各界中高層管理人員
青年領袖項目	外國政治、經濟、金融、法律、教育、文化、藝術、媒體等領域本科以上學位、已擔任一定職務的優秀青年
出版資助項目	外國學者
國際會議項目	各國孔子學院、大學、研究機構和人員

資料來源：〈項目申請〉，《孔子新漢學計畫》。<http://ccsp.chinese.cn>（瀏覽日期：2018 年 1 月 12 日）

表 4—2 「孔子新漢學計畫」研究參考課題內容概述表

類別	課題主要內容概述
孔子學院	孔子學院的發展與戰略
語言、文學和藝術	語言、文學和藝術之文化探討
歷史和哲學	中華文化思想之探討
社會學	社會發展與問題之探討
政治學與法學	政治與法律發展之探討（軟實力）
經濟學	經濟發展之探討
教育學	教育發展之探討
國際關係和跨文化研究	公共外交、國際形象塑造、國際話語權、跨文化交流與傳播等探討與研究

資料來源：整理自「孔子新漢學計畫研究參考課題目錄」。
[http://www.edunewyork.org/Portals/119/images/3.2%20Referece%20Topics%20of%20%20Confucius%20China%20Studies%20Program%20\(Chinese%20Version\).pdf](http://www.edunewyork.org/Portals/119/images/3.2%20Referece%20Topics%20of%20%20Confucius%20China%20Studies%20Program%20(Chinese%20Version).pdf)（瀏覽日期：2018 年 1 月 3 日）

第二節 中共孔子學院的戰略傳播運作成效之分析

語言是文化的元素，而文化是語言昇華之內涵，兩者相輔相成，缺一不可。在學習漢語的過程中，也學習到了文化的內涵與價值觀。因此，在中共孔子學院的戰略傳播運作的過程當中，有賴於漢語的推廣，進而推動文化之傳播；但文化的傳播與影響之進程，受到多種複雜因素之影響，為了順利將資訊傳遞到受眾，使得受眾能理解傳播主體的資訊，在語言和文化的傳播過程中需要考慮到傳播主體的整體能力、資訊的內容以及傳遞的方式，同時也需考慮目標受眾的特點，完善運作的順遂。²⁷⁶然而，孔子學院發展過程中，或多或少會受到國際輿論環境制約之因素，進而影響了國際社會、東道國以及國外公眾對孔子學院的認知、態度以及行為。因此，透過中共戰略傳播理念的觀察，如何改善孔子學院在西方社會的公共形象以及強化語言傳播與文化交流的功能，是中共「孔子學院總部/國家漢辦」當前之重要課題，更是孔子學院能否持續發展的重要意義。²⁷⁷

壹、中共孔子學院的戰略傳播運作分析

一、中共孔子學院的戰略傳播主體分析

從戰略傳播過程而言，作為全球孔子學院的最高管理和統籌機構——「孔子學院總部/國家漢辦」，就是戰略傳播之主體，符合中共戰略傳播定義中所強調由政府或組織作為傳播之主體，更是具有中共特色——「一個招牌兩套人馬」之機構。不僅多次公開要求要加強孔子學院的發展，進一步打造綜合文化交流平臺，發揮在教育與文化上的交流與合作；官方領導人與相關成員亦多次出訪和參與孔子學院的相關活動。這都顯示了中共官方極為重視孔子學院的建設。

²⁷⁶ 徐向紅，〈傳播視角的語言文化推廣問題及對策——孔子學院個案分析〉，《浙江樹人大學學報》，第17卷第2期，頁52。

²⁷⁷ 張東輝、和亞林，〈孔子學院的國際輿論環境研究——基於西方媒體報導的分析〉，《中國人民大學教育學刊》，第1期，2016年3月。

戰略傳播除了主體的確立，最重要的在於「整合性」，也就是中國大陸學者趙啟正所強調之整合性的概念，其內涵在於政府各相關部門的「協調統一」以及「言行一致」，²⁷⁸因此，對於「孔子學院總部/國家漢辦」而言，雖然原先由各部委組成的「國家漢語國際推廣領導小組」已於2008年因《國務院關於議事協調機構設置的通知》而遭撤銷，但在「孔子學院總部理事會」中，「國務院」副總理擔任理事會主席，「教育部」、「財政部」、「國務院僑務辦公室」、「外交部」、「國家發展與改革委員會」、「商務部」、「文化部」、「國家廣播電影電視總局」、「新聞出版總署」、「國務院新聞辦公室」等部委領導人為理事會成員，這種組織架構意味著，中共整合各部委的各層級政府部門，參與孔子學院建設的責任和義務，²⁷⁹（如表4—1）體現了中共戰略傳播重要因素——「整合性」之意義。

表4—3 「孔子學院總部理事會」各部門工作職掌表

部門	工作職掌
教育部	管理國家對外漢語教學領導小組的工作，負責全國教育系統的對外漢語教學工作，與外國政府就發展漢語教學問題進行聯繫
國務院僑務辦公室	聯繫海外華文教育組織，指導和支援海外各類華文學校開展漢語教學和有關中華文化方面的教學活動，主管本部門所屬學校的相關工作
國家發展計畫委員會	根據國家中長期發展規劃加強對對外漢語教學工作的宏觀指導
國務院新聞辦公室	在對外宣傳的方針政策和經費方面給予指導和協調

²⁷⁸ 趙啟正，〈提升對「戰略傳播」的認識和實踐〉，《公共外交季刊》，第三期秋季號，2015年，頁4。

²⁷⁹ 王海蘭、寧繼鳴，〈適度干預：孔子學院發展中的政府行為選擇〉，《雲南師範大學學報》，第48卷第1期，頁57—58。

外交部	指導駐外使領館推動駐在國漢語教學的發展，負責外國駐華使館、聯合國及其他國際組織駐中國大陸北京代表機構人員與外國記者的漢語教學工作
財政部	負責在經費方面對對外漢語教學工作提供支援
對外貿易經濟合作部	負責經濟貿易合作方面的對外漢語教學以及與對外漢語教學工作相關的援建專案的立項。
文化部	推動國外電臺、電視臺、文化單位等開展漢語教學的有關活動，指導在國外設立的中華文化中心開展漢語教學活動
國家廣播電影電視總局	負責中共對外廣播、電視漢語教學，同國外電臺、電視臺的漢語教學機構開展交流合作，對中共國內有關單位製作對外漢語教學廣播電視節目給予協助
新聞出版署	負責指導對外漢語教材和其他有關圖書、期刊的出版、發行
國家語言文字工作委員會	在國家語言政策、語言計畫和語言文字規範標準以及師資培訓方面對對外漢語教學給予指導和接受諮詢

資料來源：〈國家對外漢語教學領導小組簡介〉，《中華人民共和國教育部》。
http://www.moe.gov.cn/s78/A20/gjs_left/moe_852/tnull_8590.html (瀏覽日期：2018年1月25日)

二、中共孔子學院的戰略傳播內容分析

中共孔子學院在戰略傳播上的內容設置，是以漢語相關內容為主，這也是孔子學院設立最基本之功能與初衷。因此，從漢語教學的《國際漢語教學通用課程大綱》之內容中可以了解，國際漢語教學課程之總目標，在學習漢語的語言知識與技能的同時，進一步強化學習目的，培養自主學習與合作學習的能力，形成有效的學習策略，具備語言綜合運用能力，最終受到文化認知內容的影響，進一步促進學習者之

理解（如表 4—2）。²⁸⁰因此，隨著孔子學院辦學規模的擴大，越來越多的國外公眾進入孔子學院學習漢語，既有利於其語言交流能力的培養，又有利於建立其對中華文化與形象的認知，從而加深了對中國大陸的了解與認同。語言的傳授能跨越時空的界限，學習者一旦掌握該語言，便可與他人交流、影響他人，進一步促進他人學習的欲望。故語言推廣所產生的效應具有擴散性與持續性之特質。²⁸¹除透過漢語言內容之傳播與教學以外，開辦不同性質的孔子學院與孔子課堂，全面地展示中華文化，跨文化傳播的內容廣泛，例如中醫、武術、太極、舞蹈、旅游、音樂、書法、中國結、旗袍、京劇等，傳播到世界各地，有效地弘揚中華文化的精神本質與內涵，成為文化傳播與交流上成功的典範與成就。²⁸²

表 4—4 《國際漢語教學通用課程大綱》內容概述表

內容類別	內容概述
語言知識	語言知識是語言綜合運用能力的有機組成部分，是發展語言技能的重要基礎。
語言技能	語言技能是語言綜合運用能力的重要組成部分。
策略	策略部分包含情感策略、學習策略（認知策略）、交際策略、資源策略和跨學科策略。
文化意識	語言具有豐富的文化內涵。教師應根據學生的年齡特點和認知能力，逐步擴充文化知識的內容和範圍，幫助學生拓寬視野，使學習者理解中華文化在世界多元文化中的地位和作用及其對世界文化之貢獻。其包含了文化認識、文化理解、跨文化意識與國際視野四個部分。

資料來源：國家漢辦/孔子學院總部，《國際漢語教學通用課程大綱》（北京：外語教學與研究出版社，2009 年 11 月）

²⁸⁰ 國家漢辦/孔子學院總部，《國際漢語教學通用課程大綱》（北京：外語教學與研究出版社，2009 年 11 月）

²⁸¹ 丁忠毅、魏星，〈孔子學院：中國國家軟實力建設的有效平台〉，《理論與改革》，第 5 期，2011 年，頁 123。

²⁸² 陳海燕、塗緒謀，〈跨文化傳播視野下孔子學院發展戰略研究〉，《四川省社會主義學院學報》，第 1 期，2013 年，頁 30。

但是，近年來，孔子學院為不斷適應教學的實際情況與學生的要求，孔子學院在傳播內容的設置方向逐漸轉變，使漢語教學轉變為更加符合實際的需求，但卻弱化了中華文化內涵的傳播。許多孔子學院經常舉辦各種文化活動，展示書法、繪畫、飲食以及傳統手工藝等，還邀請中國大陸國內的藝術表演團體展開演出，雖然活動吸引了眾多國外公眾，但這些活動並不能真正地促使國外公眾理解中華文化與核心價值。²⁸³

三、中共孔子學院的戰略傳播途徑分析

中國大陸學者明安香認為，影響各國公眾的傳播途徑，可分為「媒介傳播途徑」與「非媒介傳播途徑」。「媒介傳播途徑」，主要透過特定的媒介載體，例如報章雜誌、廣播電視以及網絡新媒體等進行傳播；而「非媒介傳播途徑」主要是指「媒介傳播途徑」以外的方式影響受眾的管道，主要以人際傳播途徑為主。²⁸⁴

（一）媒介傳播途徑

孔子學院在「媒介傳播途徑」上，包含了授課教材、報章雜誌、廣播電視以及網路新媒體。在授課教材上，編有《快樂漢語》、《論語解析》、《中文百寶箱》、《長城漢語》等蘊含中華文化與儒家思想的教材、書籍、雜誌以及報刊等，目的在於向國外公眾傳播孔子學院的教學理念、思想與價值觀；另外也有些書籍與報刊，強調生活習慣與風土人情，例如《中國歷史常識》、《中國文化常識》、《中國地理常識》、《中外文化交流故事叢書》等。²⁸⁵除此之外，中共孔子學院也有許多具有專業的學術性書籍、雜誌或報紙，透過闡述、介紹以及宣傳哲學、科學、政治、宗教、道德、文學藝術等精神層面的內容，間接傳播中華文化的思想，這也就是所

²⁸³ 魏新，〈新時期孔子學院的可持續發展策略〉，《中國民族博覽》，第3期，2017年，頁53。

²⁸⁴ 明安香，《傳媒全球化與中國崛起》（北京：社會科學文獻出版社，2008年6月），頁148。

²⁸⁵ 祝子森、祝春月，〈孔子學院傳播中國語言文化的方式與作用研究〉，《青年文學家》，第36期，2016年，頁196。

謂透過印刷媒介潛移默化影響閱讀受眾。²⁸⁶而官方出版刊物—《孔子學院》，透過多語種的翻譯，向國外公眾輸出中華文化的理念與價值觀，更重的是透過學員們的學習交流心得之分享，能獲得更多國外公眾進一步參與孔子學院的課程教學與交流活動。

而在網路新媒體上，隨著網路資訊的發展，以數位化技術為核心的新媒體快速普及，成為當前極為高效的一種傳播方式。數位化技術為核心的新媒體，將代表中華文化的作品，以更為全面與廣泛的形態呈現於國外公眾；從早期的多媒體授課教材或電子刊物到「網路孔子學院」之建設，孔子學院已經廣泛地利用網路新媒體推廣中華文化。²⁸⁷這也說明了，以網路新媒體為主的傳播途徑，是目前的发展趨勢。由於網路的優越性，更可將大眾傳播與人際傳播進行整合，個體意見與媒體報導等資訊都能在網路平臺上展現，透過「網路孔子學院」在網站訪問量、網頁流覽量、活動的線上註冊或報名人數、網站的更新和完備程度等，都體現了「網路孔子學院」對人們生活、學習的影響程度。隨著使用網路的人數多階層、職業多樣化，擴大了受眾群體範圍，使得網路成為孔子學院在文化的交流與傳播上具有影響力的主要平臺。²⁸⁸

（二）非媒介傳播途徑

孔子學院在「非媒介傳播途徑」上，主要以「人際傳播途徑」為主。孔子學院透過人際傳播之方式，也就是面對面地傳授漢語教學與推廣文化活動，將中華文化的形態與理念傳遞給受眾，受眾接觸這些資訊後，經由感覺、知覺、概念、判斷、推理的過程處理這些資訊，並針對資訊內容提出疑問進而完成資訊輸出，這也就完

²⁸⁶ 陳剛華，〈從文化傳播角度看孔子學院的意義〉，《學術論壇》，第7期，2008年，頁165。

²⁸⁷ 馮韜，〈新公共外交視閥下孔子學院傳播傳統文化探索〉，《廣西社會科學》，第2期，2017年，頁199。

²⁸⁸ 安然、何國華，〈孔子學院跨文化傳播影響力評估體系建構初探〉，《長白學刊》，第1期，2017年，頁146。

成了從個人接受外部資訊，再到在人體內部進行資訊處理活動的完整之人際傳播過程。隨後，受眾將自己的疑問與思考，透過與孔子學院相關人員充分溝通，調整與適應後實現認知上的理解。最後，受眾將自己認同的孔子學院和中華文化介紹周遭其他人，也就是二次傳播，完成了從認知到行為的轉變。人際傳播是目前孔子學院主要之傳播途徑，其可促進和諧傳播關係的建立，增進文化間的交流。²⁸⁹另外，文化交流亦是屬於「非媒介傳播途徑」的範圍，這也代表了孔子學院透過「孔子學院日」、「漢語橋」比賽以及「孔子新漢學計劃」等項目的推廣，以建立相互理解與互動為目的，實踐文化與教育的交流與溝通，促進國外公眾了解中華文化的價值觀與理念，這也代表了中共孔子學院除了了解國際學術交流的重要，亦了解到透過教育來擴大在其他國家的影響力與國外公眾的正面認知。

四、中共孔子學院的戰略傳播對象分析

中國大陸學者李彥認為，透過「地理文化」可將目標受眾區分為「漢字文化圈的民眾」與「非漢字文化圈的民眾」。對於「漢字文化圈的民眾」而言，對於同屬「漢字文化圈」的國家，如韓國、越南或日本等國，其思想受到儒家的影響較為深遠。地理、心理及文化的接近性讓孔子學院在傳播上具有一定的基礎與優勢。首家孔子學院設置在韓國並非偶然，其儒家文化的基礎與東亞文化圈日益深入的多邊合作是促成其發展的主要原因。但是，並非所有的漢字文化圈都能有助於孔子學院的傳播，以日本為例，雖然日本與中國大陸的經貿聯繫日益緊密，但由於日本歷史教育與主流媒體的影響，加上大部分日本民眾對中國大陸仍然抱有疑慮與偏見，因此日本的孔子學院明顯地缺乏發展的動力；²⁹⁰而對於「非漢字文化圈的民眾」而言，也就是其他兩大國際性文化圈「基督教文化圈」與「伊斯蘭教文化圈」的受眾而言，

²⁸⁹ 安然、魏先鵬，〈孔子學院跨文化傳播模式研究〉，《對外傳播》，第1期，2015年1月，頁53。

²⁹⁰ 李彥，〈孔子學院在「東學西漸」中的傳播模式〉，《社會科學論壇》，第2期，2011年，230。

中華文化具有異質文化的吸引力，透過孔子學院在文化的傳播上，可以向其展示中華文化的魅力；但是，從另外一個角度來看，不同文化圈的文化差異較大，這使得他們學習漢語較為困難；因此，異質文化圈的受眾不僅與漢語的傳播語境不同，而且這種差異還會產生中華文化的「文化折扣」現象。

中國大陸學者戴蓉認為，具有雙重身份的「海外華僑」，也是孔子學院的目標受眾之一。海外華僑具有深厚的中華文化底蘊特徵，在接受漢語與中華文化之教育，可以培養他們對中華文化的理解與認同，作為將來華人世界交流的橋樑，同時也作為在支持中共國家政策發展上不可或缺的力量。當然，孔子學院的漢語教學與中華文化傳播也會受到許多因素的影響，例如國際關係、所在國的文化與政策、華僑人數與在主流社會中的地位、漢語與中華文化在全球化過程中所發揮的作用以及漢語自身的發展變化等。²⁹¹

除此之外，中國大陸學者吳萌認為，當前孔子學院所設定的目標受眾，也可從「學生」與「政府官員」兩個類型進行區分。首先，對於「學生」而言，透過制訂系統性的科學理論之教學項目與方案，使學生能夠全面完整地掌握所學之內容。許多曾經留學中國大陸的學生，在回國後擔任要職，對中國大陸具有特殊情感，會自覺地促進母國與中國大陸的合作與交流。因此，「學生」在漢語與文化學習當中，除了具有極大的潛在價值，更是孔子學院的核心目標受眾；其次，對於「政府官員」而言，雖然人數並未像學生佔了較大比例，但政治收益之成效卻不容小覷。²⁹²2008年1月12日，泰國「朱拉隆功大學孔子學院」為泰國皇宮秘書處開設了第一期漢語培訓班，培訓主要內容為基礎的日常交際漢語，以便宮廷秘書處官員能掌握簡單

²⁹¹ 戴蓉，《孔子學院與中國語言文化外交》（上海：上海社會科學院出版社，2013年），頁103。

²⁹² 吳萌，〈科學發展觀視角下的孔子學院建設〉，《瀋陽師範大學學報》，第33卷第4期，2009年，頁162。

日常用語，用於接待來訪中共官員。²⁹³透過孔子學院直接向所在國政府人員提供服務的各項作為，是利於提升與東道國的友好關係。

貳、中共孔子學院的戰略傳播成效分析

一、民意調查之分析

中國大陸學者吳瑛、石玲玲認為，漢語學習有助於加強其對中國大陸的正面認知。中國大陸學者吳瑛、石玲玲進行問卷調查，從 2008 年至 2013 年，選取五大洲不同文明形態的國家，對美國、日本、俄羅斯、泰國、黎巴嫩、義大利、秘魯等七個國家的 18 所孔子學院進行了調查。其中針對「你喜歡中國嗎？」選項中，選擇「很喜歡」和「喜歡」的比例共計 88.7%；接著又進一步針對受訪者對於「學習漢語的時間」與「是否喜歡中國」進行相關性檢驗，發現這兩個變數之間存在著顯著的相關性。從他們學習漢語前後對中國大陸態度的變化上看，有 54.6% 的受訪者對中國的認識更加正面。孔子學院的漢語教學在進一步增進漢語學習者對中國大陸的正面認知，而且學習時間的長短是影響他們態度的重要變數。²⁹⁴

而中國大陸學者鞏向飛認為，孔子學院是理解中華文化內涵之良好管道。透過研究調查（表 4—5），超過四成的受訪者認識到孔子學院與中華文化傳播之間的關聯，原因是隨著中共經濟之崛起與國際話語權的增強，孔子學院推廣漢語與中華文化之舉措受到了國外受眾之關注，但由於一些國家對於孔子學院抱持著「文化侵略」的戒備心理，在某些所在國的媒體或其他管道的宣傳上效果有限，因此，許多受訪者對孔子學院的認知還較欠缺。不同國家或地區在文化性質的基礎不同，對中華文化與孔子學院的瞭解以及感興趣的地方亦會有所不同；基本上，亞洲各國皆有

²⁹³ 〈泰一大學孔子學院舉辦泰國皇宮秘書處漢語培訓班〉，《中國僑網》，2008 年 1 月 13 日。
<http://www.chinaqw.com/hwjy/kzxy/200801/13/102771.shtml>（瀏覽日期：2018 年 2 月 2 日）

²⁹⁴ 吳瑛、石玲玲，〈孔子學院傳播中華文化十周年效果反思〉，《當代世界》，第 7 期，2014 年，頁 76。

中華文化之基礎，較易接受中華文化，但相對而言，需要更深層之文化活動或內涵才能引起關注。²⁹⁵

表 4—5 孔子學院是否是國外公眾了解中華文化之良好管道

	美國	德國	日本	印度	俄羅斯	合計
是	34.0	37.1	27.6	53	68.9	43.0
否	8.1	9.4	22.3	22.4	9.0	13.4
不知道	58	53.5	50.1	24.5	22.1	43.6

資料來源：鞏向飛，〈從受眾角度探析孔子學院對外文化傳播的策略——基於「中華文化印象」調查數據的分析〉，《新聞傳播》，第 11 期，2014 年 9 月，頁 7。

中國大陸學者唐淑宏認為，大部分的國外公眾在學習漢語之後，對中國大陸態度產生正向之變化；依據不同的文明可能對中華文化傳播產生的影響，選擇了美國、俄羅斯和日本三個國家作為研究對象國，其主要代表著基督教文明、東正教文明以及日本文明，其中每個國家挑選 3 所孔子學院進行研究，針對「你在學習漢語之後對中國的態度發生怎樣的變化？」之課題，研究組對受訪者學習漢語前後對中國大陸的態度進行比較，有 62.7% 的受訪者表示學習中華文化之後對中國大陸的態度變好了，31.9% 的學生選擇沒變，還有 4.8% 的學生選擇的是這個問題說不清，回答變得更差了的學生占到極少數。針對這樣的現象，孔子學院需要針對性的透過宣揚中華文化加深學生對中國大陸的認識和瞭解，改變其態度，甚至是行為。²⁹⁶

²⁹⁵ 鞏向飛，〈從受眾角度探析孔子學院對外文化傳播的策略——基於「中華文化印象」調查數據的分析〉，《新聞傳播》，第 11 期，2014 年 9 月，頁 7。

²⁹⁶ 唐淑宏，〈試析中華文化對外傳播效果——以孔子學院為例〉，《瀋陽師範大學學報》，第 2 期，2016 年 3 月，頁 153。

二、媒體報導之分析

中國大陸學者張東輝、和亞林針對西方媒體的報導內容分析，大致可分為「國際影響」、「經濟實力」、「政治滲透」、「中文教育」、「文化交流」、「學術干預」以及「資金支持」等不同層面的影響（如表 4—6）。第一，在「國際影響」上，孔子學院是中共發展軟實力與提高國際影響力的重要手段，是一種文化外交；第二，在「經濟實力」上，孔子學院的建立與運行能夠促進與他國在經濟上的發展，亦有助於與其他商業進行合作；而第一項與第二項的影響，造成西方國家對中共崛起之擔憂；第三，在「政治宣傳」上，孔子學院是中共進行政治與意識形態宣傳的管道與核心；第四，在「學術干預」上，由於孔子學院與中共官方的關係，加上由中共官方提供的資金支援，使得許多學者對孔子學院的獨立自主性產生懷疑，認為孔子學院受中共官方控制，禁止大學裡討論有關中共的敏感性議題，例如臺灣與西藏問題，人權問題，體制問題等研究，影響大學的言論自由、學生自由以及學術獨立，而有些大學為了獲得資金支援，放棄對學術自由與獨立的堅持，進而受到中共官方的控制。由此可見，「學術獨立」與「資金支援」和「政治滲透」等主題密不可分。而以「中文教育」和「文化交流」為主題之報導，雖然有少量報導涉及「文化輸出」與「文化侵略」，但是大部分肯定了孔子學院的價值與受歡迎的程度，認同孔子學院提供國外公眾更多的漢語學習課程，以及促進對中華文化的了解與支持。因此，正面評價主要集中在文化與語言教育層面，負面評價則集中在中共崛起帶來的國際影響、經濟威脅、意識形態滲透、對學術自由的不利影響等方面。²⁹⁷

²⁹⁷ 張東輝、和亞林，〈孔子學院的國際輿論環境研究_基於西方媒體報導的分析〉，《中國人民大學教育學刊》，第 1 期，2016 年 3 月，頁 100—103。

表 4—6 西方媒體報導對孔子學院的解讀

主題	內容	代表性關鍵詞
國際影響	軟實力、大國、文化外交、國際關係	soft power, big power, cultural diplomacy, international relationship
經濟實力	促進與中國大陸的貿易往來、加強經濟合作、中國大陸經濟強大、貿易擴張的需要	economic cooperation, development, economic power, economic expansion
政治滲透	中共、漢辦、共產主義、人權	Chinese government, Hanban, communism, human rights
中文教育	促進學校中文教育發展、豐富學校課程	Chinese language teaching, interest in Chinese
文化交流	瞭解中華文化、雙方文化溝通	cultural exchange, cross-cultural, mutual understanding, cultural export
學術干預	不利於學術獨立、學術自由	academic independence, academic freedom
資金支持	對所在國提供教育經費、中文課本及師資	Funding, support, teachers, textbooks

資料來源：整理自張東輝、和亞林，〈孔子學院的國際輿論環境研究_基於西方媒體報導的分析〉，《中國人民大學教育學刊》，第1期，2016年3月，頁101。

中國大陸學者吳瑛與石玲玲認為亞洲、拉丁美洲以及非洲之發展中國家的媒體，針對孔子學院報導正面居多。這些國家對於漢語學習展極高熱忱與態度，而媒體更是發揮了重要的作用。報導主要從「語言學習」、「文化交流」以及「經貿關係」等角度展開。首先，在語言學習上，非洲烏干達(Uganda)國營的「新視野報」(New Vision)指出，孔子學院針對成年人組織了一些興趣班，吸納對漢語與中華文化感興趣的外交官與商務人士；²⁹⁸其次，在文化交流上，肯亞(Kenya)的《商業日報》(Business Daily)指出，為了保持肯亞與中國大陸市場的聯繫，孔子學院

²⁹⁸ 吳瑛，〈孔子學院傳播中華文化十周年效果反思〉，《當代世界》，第7期，2014年，頁78。

機構的設置，在文化交流上提供了重要平臺；²⁹⁹在經貿關係上，《約旦時報》（Jordan Times）指出，學生學習中文是因為他們想和中國人做生意，事實上，大部分中文專業的學生都在中國大陸有家族生意。³⁰⁰

參、學術研究之分析

西方學者彼得·施密特（Peter Schmidt）於2010年發表了〈At U.S. Colleges, Chinese-Financed Centers Prompt Worries About Academic Freedom〉，作者引用西方某些人士的言論，並以孔子學院因法輪功、臺灣問題、達賴喇嘛等而取消、縮減活動為例證，證明孔子學院影響學術自由，而美國有些大學就是因此而拒絕承辦孔子學院，其理由是，孔子學院受中共資助，中共不允許孔子學院進行有損中共本身形象的活動。³⁰¹

2017年12月，美國「國家民主基金會」（National Endowment for Democracy, NED）發表《銳實力：崛起的專制主義的影響》（Sharp Power: Rising Authoritarian Influence）之研究報告，並提出了「銳實力」（Sharp Power）的概念。報告指出，中共與俄羅斯花費數十億美元，運用各種手段，例如人文交流、各類廣泛的文化活動、教育計劃以及全球媒體企業與資訊之發展，在世界各地營造公共輿論與看法，並試圖透過媒體、文化、智庫和學術領域之舉措來施加影響，這種影響既不像硬實力那樣具有強制性，也不是軟實力那樣地具有「魅力攻勢」（charm offensive），

²⁹⁹ Immaculate Karambu, "China Talks Mandarin to Spread Global Influence," *Business Daily (Nairobi)*, October 21 2010. <https://www.businessdailyafrica.com/life/society/China-talks-Mandarin-to-spread-global-influence/3405664-1036604-bw1m93/index.html> (2018/2/2)

³⁰⁰ Mohammad Ghazal, "Chinese Attracts More Jordanian Learners," *Jordan Times (Amman)*, September 29 2010. <http://tag-capital.com/webServiceArticle/5595/clipping/Chinese-attracts-more-Jordanian-learners-> (2018/2/2)

³⁰¹ Peter Schmidt, "At U.S. Colleges, Chinese-Financed Centers Prompt Worries About Academic Freedom," *The Chronicle of Higher Education*, OCTOBER 17, 2010. <https://warppweftandway.com/images/2010/10/at-u-s-colleges-chinese-financed-centers-prompt-worries-about-academic-freedom-faculty-the-chronicle-of-higher-education1.pdf> (Accessed 2018/2/1)

報告稱之為「銳實力」。研究報告亦指稱，此種「銳實力」是中共的「匕首之尖端」（the tip of their dagger），或者實際上是「注射器」（syringe）。³⁰²

而英國「經濟學人」（The Economist）雜誌也表示，中共廣設孔子學院是一種「銳實力」（Sharp Power），³⁰³設法滲透、顛覆政治、媒體和學術界，暗中鼓吹中共正面形象、塑造民意，同時扭曲資訊壓制異議和論辯，使人權、政治等議題的批評聲音消失。³⁰⁴一直以來，孔子學院被認為體現了中共的「軟實力」，但是，隨著愈來愈多的機構指出中共國家漢辦控制美國的孔子學院，並通過孔子學院來干預美國大學的學術自由之後，孔子學院愈來愈被西方當作中共「銳實力」。³⁰⁵

2018年1月26日，提出「軟實力」概念的美國學者約瑟夫·奈伊（Joseph S. Nye）在《外交事務》（Foreign Affairs）撰文說道，中共在全球佈局中，以設立500個孔子學院和1000個孔子課堂為目標，在世界各地的大學與學校教授漢語與文化。政府的資助並不能代表一定是「銳實力」威脅，因為「英國廣播公司」（BBC）也是政府資助，其獨立性足以成為「軟實力」工具的呈現；但是，若中共孔子學院跨過界限，試圖干涉學術自由，它就應該被當作「銳實力」；美國學者約瑟夫·奈伊也認為，中共孔子學院在某些情況之下的確有「試圖干涉學術自由」的情形發生。³⁰⁶

³⁰² “Sharp Power: Rising Authoritarian Influence,” *National Endowment for Democracy*, December 5, 2017. <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-Full-Report.pdf> (Accessed 2018/3/1)

³⁰³ “How China’s “sharp power” is muting criticism abroad,” *The Economist*, December 14, 2017. <https://www.economist.com/news/briefing/21732545-and-stealthily-trying-shape-public-opinion-its-favour-how-chinas-sharp-power-muting> (Accessed 2018/3/2)

³⁰⁴ 管淑平，〈經濟學人：中國銳實力 滲透西方〉，《自由時報—國際版》，2017年12月20日。
<http://news.ltn.com.tw/news/world/paper/1161750>（瀏覽日期：2017年12月22日）

³⁰⁵ 斯洋，〈中國孔子學院是「銳實力」利器〉，《美國之音》，2018年2月1日。
<https://www.voacantonese.com/a/joseph-nye-sharp-power-20180201/4234423.html>（瀏覽日期：2018年3月16日）

³⁰⁶ Joseph S. Nye Jr., “How Sharp Power Threatens Soft Power,” *Foreign Affairs*, January 24, 2018.
<https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2018-01-24/how-sharp-power-threatens-soft-power> (Accessed 2018/2/1)

第三節 中共孔子學院的戰略傳播發展趨勢

孔子學院對於傳播中華文化、開展公共外交、構建國家形象及掌握國際話語權，發揮重要的作用；³⁰⁷同時也是世界各國公眾認識中共的一個重要平臺，³⁰⁸以及外國公眾對中共的理解與認同的重要管道。然而，在全球化環境之下，各國都在爭相競爭自身國家語言文化的傳播，孔子學院在語言文化國際推廣之下，必然承受與他國的競爭與壓力，讓孔子學院在建設與管理機制上，也面臨了嚴峻的挑戰；³⁰⁹儘管孔子學院歷經十餘年之發展，在世界各國之建設與發展成效顯著，但在發展以及各國接受程度上，確實面臨瓶頸。因此，中共當前在國際環境的傳播過程與運作上所面臨的挑戰與發展趨勢，是中共當前面臨之重要課題。

壹、提升主體整合，健全組織結構

中共「孔子學院總部/國家漢辦」的運作管理機構，設有綜合處、人事處、會計審計處、財務處、政策法規處等 19 個部門，各司其職維持建設與制度之運作，然而從組織架構來看，中國大陸學者余越認為，孔子學院採用的是金字塔型的職能制組織結構，這種管理架構具有鮮明的行政機構色彩，僅管能使各職能部門的專業管理職能得以充分發揮，但由於孔子學院散佈在全球各地，此種管理體制容易導致各自為政、政令不通、職責不明的情況發生。事實上，在與孔子學院各部門之間的溝通交流中也確實發現了上述情況的存在，部門之間或多或少地存在有本位主義傾向，對於其他部門的工作缺少了解、涉及與交流。³¹⁰部門間的職能有相互交叉之

³⁰⁷ 張德瑞，〈對孔子學院國際傳播戰略的思考〉，《人民論壇·學術前沿》，第 4 期，2016 年 2 月，頁 61。

³⁰⁸ 〈習近平出席全英孔子學院和孔子課堂年會開幕式〉，《新華網》，2015 年 10 月 23 日。
http://www.xinhuanet.com/world/2015-10/23/c_128347954.htm（瀏覽日期：2018 年 1 月 30 日）

³⁰⁹ 朱成龍，〈孔子學院面臨的問題以及解決思路〉，《讀書文摘》，第 4 期，2015 年，頁 115。

³¹⁰ 余越，〈國際非政府組織戰略傳播研究——以綠色和平組織與孔子學院為例〉（上海：上海大學博士論文，2016 年 4 月），頁 168。

處，而一個組織的任何傳播活動與其他項目推廣、活動開展、公關關係等都存在著不可分割的關係，更凸顯了「整合協調」的重要。因此，中國大陸學者余越認為，若透過主席、副主席、「對外聯絡處」、「交流處」、「綜合文化處」等承擔傳播職責的部門負責人及成員共同參與戰略管理的決策規劃，並結合具體項目制定傳播方案與策略，形成總部與分部、國內與國外，將進一步增強組織管理運作效率、發揮傳播積極作用以及提升組織綜合實力，³¹¹提升傳播主體的整合，強化戰略傳播能量。

而從中共在漢語推廣的運作上來看，推廣機構的分工與職能不明確的問題一直存在。中共「教育部」、「孔子學院總部/國家漢辦」、「僑務辦公室」、「文化部」等部委在漢語與中華文化的推廣工作上，雖然實踐了「整合性」之概念，但各部門在工作性質上仍存有相互重疊的部分，使得在推廣過程中，往往出現各部門資源浪費與職權不清的現象，出現問題難以有效地協調解決，阻礙了中共在漢語與中華文化的傳播。因此，在組織體系上，應強化中共「戰略傳播」理念中主體整合之概念，由一個國家主管部門統一制定發展規劃，整合漢語與中華文化的推廣力量，在國家統一的語言文化推廣政策的指引之下，建立起以孔子學院為主，既能分工明確又能互相協調的語言文化推廣體系。³¹²

中共在孔子學院的建設與漢語國際推廣工作的上仍有許多問題，有利於孔子學院建設的外部體制尚未完善。政府各部委與地方各級政府的相關體制尚未整合，部門間仍缺乏協調配合，尚未形成適應良好之運作機制，無法適時地體現出中共對孔子學院的支援基礎。因此，在制度建設上，由於孔子學院的建設與發展速度過快，

³¹¹ 余越，《國際非政府組織戰略傳播研究——以綠色和平組織與孔子學院為例》（上海：上海大學博士論文，2016年4月），頁168—169。

³¹² 戴蓉，《孔子學院與中國語言文化外交》（上海：上海社會科學院出版社，2013年），頁103。

其管理模式與海外佈局之管理層面缺乏規範性，各項管理制度、建設規劃以及品質標準體系有待進一步解決。³¹³

貳、強化網路建設，整合傳播途徑

網路的發展，提供孔子學院新的傳播途徑之建設，例如網路孔子學院的建設與發展。但是隨著社交媒體的發展與使用者數量的急速增加的情況下，使更多國外受眾大多主要從臉書（Facebook）、推特（Twitter）以及其他社交媒體上獲取知識與資訊，進行學習與交流。而中共當前忽略了社交媒體平臺的重要，與他國語言推廣機構的線上傳播平臺相比，「網路孔子學院」與社交媒體等新媒體的融合度低，互動性差，透過孔子學院官方網站進入臉書（Facebook）、推特（Twitter）以及領英（LinkedIn）等社交平臺的管道相對欠缺，³¹⁴因此，充分利用網路新媒體的工具進行傳播與宣傳，整合媒介資源，拓寬與強化孔子學院的傳播途徑，將孔子學院推廣到世界各地；³¹⁵因此，孔子學院應加強與 Facebook、Twitter、Flickr、LinkedIn 以及 YouTube 等國外社交媒體的融合，擴大傳播的影響力，更能讓國外受眾以更便捷容易的方式接受。³¹⁶

中國大陸學者楊文藝認為，現階段面臨轉型的孔子學院，需要整合與掌握各種傳播途徑，除了持續重視傳統傳播途徑建設，更要整合與發展以網路技術為基礎的媒介功能與內容，並利用 WiFi 與 4G 網路之趨勢，推動多元化的新傳播途徑。因此，利用網路與新媒體發展之傳播途徑，已成為繼教育與文化交流、國際資訊交流項目、意識形態較量之後新的輸出形式，更成為了解、告知、接觸以及說服國外公眾，特別是青少年群體的重要傳播途徑。因此，透過與所在國媒體建立合作關係，

³¹³ 喻國明，〈中國話語傳播「走出去」的關鍵性問題——以孔子學院文化傳播的影響因素為例〉，《對外傳播》，第1期，2017年1月，頁49。

³¹⁴ 黃艾，〈網絡孔子學院：優勢與不足〉，《對外傳播》，第9期，2012年9月，頁42。

³¹⁵ 徐九慶、王朋舉，〈孔子學院國際化效應評價及發展對策研究〉，《科技創業月刊》，第11期，2015年6月，頁95。

³¹⁶ 黃艾，〈網絡孔子學院：優勢與不足〉，《對外傳播》，第9期，2012年9月，頁43

進一步與所在國具有影響力的行銷管道聯合進行網路建設、遠程教育、廣播電視以及電影藝術等大眾傳媒，將「網路孔子學院」、「廣播孔子學院」、「電視孔子學院」以及「教材編寫指南平臺」等多方管道與傳播途徑結合目標國網路建設，整合為大眾化傳播途徑的「綜合文化交流平臺」。³¹⁷

參、明確傳播內容，提升文化內涵

傳播內容不明確，是孔子學院在進行語言與文化傳播的過程中所面臨的問題。事實上，孔子學院在中華文化傳播的方向上，始終沒有一個明確的定位。孔子學院要向世界傳播的自然是有別於其他國家的文化內容，但是，中華文化中何種特質能凸顯其精髓，又能體現核心價值所在，同時又與其他文化具有顯著差異之處，這對孔子學院在傳播內容上，是一項重要的問題；而這也間接凸顯了中華文化張力之不足，過去不少文化外交活動都流於形式，過分倚重表層文化活動，³¹⁸難以完整展現文化的內涵。在孔子學院舉辦的各項文化活動中，雖然元素豐富，但並不均衡，行為文化元素多於精神層面文化元素，³¹⁹無法呈現出深層次文化的內容。³²⁰最明顯之處在於，西方國家多以文藝演出與文化展覽的交流形式來呈現，但此只適用文化推廣的初期階段，若要深化國外受眾對於中華文化之認知，應注重文化的內涵與價值觀之精神層面。³²¹如果中共的各種文化外交活動沒有中華文化的內涵與核心價值觀的支撐，這些表層文化活動對於外國受眾之影響是有限的。因此，文化外交活動應當提升其文化「內涵」，不應僅有「形體」之呈現。

³¹⁷ 楊文藝，〈全球競爭的文化轉向與孔子學院的轉型發展—孔子學院十周年回眸與展望〉，《中國高教研究》，第4期，2015年，頁48。

³¹⁸ 喻國明，〈中國話語傳播「走出去」的關鍵性問題—以孔子學院文化傳播的影響因素為例〉，《對外傳播》，第1期，2017年1月，頁49。

³¹⁹ 李萬青，〈孔子學院文化傳播活動現狀分析—以國家漢辦官網報導為例〉，《人文天下》，第20期，2015年10月，頁66。

³²⁰ 王之藝，〈從孔子學院看中華文化的國際傳播問題〉，《中國民族博覽》，第1期，2017年1月，頁65。

³²¹ 于淼，〈從孔子學院看漢語言文化推廣的模式與效果〉，《武漢大學學報》，第6期，2010年，頁956。

中國大陸學者吳瑛認為，孔子的儒家思想具有世界價值與現代意義之內容，更是中華文化之精神，透過「仁義道德」、「仁者愛人」、「以德治國」、「道德教化」等中華文化之內涵，運用在教師與學生的交流互動，讓學習者感受內涵與價值觀，進一步促進學習者對中華文化的理解與認識。³²²因此，在傳播內容上，不僅要突出中華文化的精髓與意涵，傳播具有世界價值理念的內容；除了文化「走出去」之外，更應強化「走進去」之思維，透過與國外公眾的廣泛交流，才能了解國與國之間，文化差異與話語體系的不同。在傳播中華文化的同時，也應注意文化認同與批判的問題，避免與所在國家的文化發生衝突，進一步尋求與當地文化進行溝通與融合。³²³明確傳播內容的理念與目標，才能讓更多國外受眾進一步瞭解中共的政策與行為，使中共理念能有效傳播，進而拉近國外受眾與中共的距離，減少外國公眾當前對中共在認知上的誤解。³²⁴

肆、統籌目標對象，擴大受眾範圍

孔子學院在創辦之初，目標受眾著重在關鍵國家與重點群體的菁英化路線。但在孔子學院建設能力增強之情況下，特別是「網路孔子學院」、「廣播孔子學院」以及孔子學院相關電視節目等數位化建設之提升，在趨勢上轉向了大眾化之發展。因此，在目標受眾之設定上，「普通受眾」群體的重視，表示孔子學院除了持續關注國外「菁英」群體之同時，也開始強調國外「普通受眾」群體的重要性。關注「菁英」群體是因為這個群體在一國觀點與態度的形成中發揮了「意見領袖」之作用。現實中，「意見領袖」往往是指政府、社團負責人、領袖、報刊主編、評論家、學者、教育家等，他們掌握著各國家的話語主導權，對所在國形成對中共之觀點、態

³²² 吳瑛，〈對孔子學院中國文化傳播戰略的反思〉，《學術論壇》，第7期，2009年，頁141。

³²³ 王如忠、管永芬，〈孔子學院助推中華文化「走出去」現狀：問題與對策研究〉，《思想政治課研究》，第6期，2014年，頁12。

³²⁴ 孫吉勝，〈孔子學院：語言、文化與理念的傳播〉，《公共外交季刊》，第3期，2014年，頁24。

度以及評價發揮了引導與主導之作用。³²⁵中共孔子學院在目標受眾之設定除了強調「意見領袖」之國外關鍵受眾外，開始強調國外「普通受眾」，特別是青少年，將其作為漢語大眾化與中華文化影響的基礎，藉此發揮中共國家戰略傳播運作的關鍵能力。

除此之外，中國大陸學者王烈琴認為，將「中國大陸的本國民眾」納入目標受眾有其必要性。中國大陸學者李宇明曾說到，「國家走向世界，語言一定要走向世界。國家成為強者，也要求她的語言成為強勢語言」。因此，中國大陸民眾的語言意識決定了漢語的是否能成為強勢語言。這也讓中國大陸學者王烈琴認為，孔子學院除了針對外國公眾進行漢語教學，也必須針對其國家之民眾進一步培養與加強對漢語的維護意識。³²⁶

伍、淡化官方色彩，減少外界質疑

2017年1月11日，英國學者班尼迪克·羅傑斯（Benedict Rogers）在《赫芬頓郵報》（The Huffington Post）發表〈假孔子之名：中國如何用共產主義宣傳侵入西方大學〉（In The Name Of Confucius: How China Is Invading Western Universities With Communist Propaganda）一文，他認為，孔子學院的存在是為了推廣漢語與中華文化，但與西方相比，孔子學院直接由中共資助與控制，嵌入全球各地的大學，使中共能夠影響課程。此外，文中指出，西方國家相關機構在不同程度上是為了推廣民主的價值觀、開放社會的概念、批判性思維、法治以及加強民間社會的能力，但孔子學院卻是對立的，它在努力傳播與宣傳共黨思想，甚至禁止異議的出現。³²⁷

³²⁵ 胡振民，〈加大對外文化交流，推動中華文化走向世界〉，《求是》，第18期，2010年9月，頁11。

³²⁶ 王烈琴，〈語言霸權與語言瀕危及其對漢語國際傳播的啟示〉，《求索》，第7期，2012年，頁167。

³²⁷ Benedict Rogers, "In the Name of Confucius: How China Is Invading Western Universities with Communist Propaganda," *Huffington post*, November 1, 2017. http://www.huffingtonpost.co.uk/ben/in-the-name-of-confucius-_b_14104430.html (Accessed 2018/3/23)

許多中國大陸學者也發現到官方背景與性質容易使國外公眾對孔子學院的設立意義與目的產生存疑，因此，改變中共「孔子學院總部/國家漢辦」的「一套人馬、二塊牌子」現狀，進一步將孔子學院成為真正具有獨立法人資格的非營利機構，並且能與社會團體等民間組織協作以促進其發展，是淡化官方色彩的方式，進一步增進國外受眾接受的意願。在創辦孔子學院的過程，減少官方人員的參與，讓孔子學院以非政府組織機構的形式出現。鑒於孔子學院目前的規模、社會力量參與以及捐資助學的缺乏，中國大陸學者張德瑞認為，可以考慮將孔子學院併入「中國華文教育基金會」³²⁸，不僅可以解決目前一些華文學校資金匱乏的問題，而且其民間性、自發性以及與當地社區的融合性、資金來源的捐贈性等特徵，可以彌補孔子學院在語言與文化傳播上的許多劣勢；透過資源的整合，完善中華文化與漢語的傳播以及華文教育的推廣工作，有效地實現孔子學院與華文學校傳承和弘揚中華文化的共同目標。研究這兩個機構的章程，可以發現它們職能類似，同一個國家有兩個機構執行同樣的文化傳播和華文教育推廣工作，無疑是一種資源浪費。況且，「中國華文教育基金會」的民間組織性質，可以減少外界的質疑與擔憂。³²⁹

陸、強化社區關係，改善良好互動

社區是社會組織生長的基礎，社區能給孔子學院發展提供教育需求、資源支撐等條件，因此，睦鄰工作的執行與重視對孔子學院發展至關重要。整體而言，現今孔子學院與社區關係發展水準較低，原因在於孔子學院的中方院長缺少所在國社會的生活經驗，對當地習俗文化瞭解不多，加上任職期限較短，僅 2 至 4 年，難以與當地社區構建密切的關係；孔子學院外方院長大多為兼職院長，無法有效維持良好的社區關係。³³⁰因此，透過與當地社區或機構建立良好關係，並借助宣傳工具，

³²⁸ 中國華文教育基金會：隸屬於當地華人社團並從事華文教育的華文學校。

³²⁹ 張德瑞，〈對孔子學院國際傳播戰略的思考〉，《人民論壇·學術前沿》，第 4 期，2016 年 2 月，頁 65。

³³⁰ 舒建國，〈孔子學院成長的困境與應對〉，《長白學刊》，第 1 期，2017 年 1 月，頁 154—155。

增加資訊傳遞之涵蓋範圍，進一步擴大影響力，讓整體社區瞭解孔子學院的設立與運作之意涵；另一方面，孔子學院的發展在受到州、市甚至是社區的影響之下，地方性媒體常常主導報導的內容與評價，所以，孔子學院設置的所在地之輿論環境對孔子學院的發展有重要影響，因此，重視與利用當地媒體的宣傳能量，將發展成效作為建立聯繫的動力。³³¹孔子學院除了主動加強與地方社區關係的發展，亦可積極透過邀請社區參與孔子學院舉辦的各種活動，進一步與社區組織、成員以及當地媒體進行良好互動。基於健全資訊傳遞的管道以及建立訊息共享的機制，才能強化孔子學院與社區組織彼此間的了解與交流，不僅能改善社區關係，且能增加文化之正向影響，有效實現戰略傳播的理念與目的。

柒、制定回應對策，降低國際誤解

孔子學院的發展，為中共國內傳播媒體提供了豐富的對外宣傳素材。《人民日報》（海外版）是中共對外宣傳報導孔子學院的重要媒介，其相關報導內容有效地提升了孔子學院的影響力。然而，《人民日報》（海外版）的孔子學院報導向來持中性或者正面立場，國外讀者抱持懷疑態度，傳播效果有限。追究其因在於過度追求正面宣傳效果的報導方式，反而使之對孔子學院相關報導產生抵觸與質疑。中國大陸學者舒建國認為，在資訊傳遞與流通迅速的時代，透過客觀、適度的負面性報導，能更反映出孔子學院的真實現狀，這不僅不會影響孔子學院的正面形象，反而能增加中共媒體對外報導之真實性與可信度。³³²另外，關於他國在孔子學院的正面與中性的報導，借助這些國家媒體在國際上之影響力，雖然效果有限，但可透過其他語種翻譯、媒體引用、專家解讀等方式多方傳播。³³³因此，中共國內媒體透過制

³³¹ 趙躍，〈孔子學院傳播網絡的構建與運轉機制分析〉，《東岳論叢》，第2期，2014年2月，頁170。

³³² 舒建國，〈孔子學院成長的困境與應對〉，《長白學刊》，第1期，2017年1月，頁155—156。

³³³ 吳瑛、石玲玲，〈國際媒體對孔子學院的誤解分析與回應策略〉，《對外傳播》，第12期，2014年12月，頁24

定回應對策，調整對外宣傳報導方向、內容與風格，以展現孔子學院的真正形象，才能提高孔子學院的接受度，最終降低國際之誤解。

捌、提升文化交流，促進彼此理解

文化交流的成效有賴於跨文化能力之提升，而跨文化能力是跨文化理解的基本前提，具體要求人們有意識地去思維和評價不同的文化，了解構成文化不同性的具體層面，避免文化中心主義、文化偏見與文化定勢。跨文化交際行為受到個人文化屬性、階層認同和個人社會化之影響。改變國外公眾的文化定勢並非一蹴而就，需要長時間的努力。在缺乏相應的文化知識之情況下，人們容易誤解文化表象背後的文化深層意義。對他我文化知識擁有程度越低，客觀理解度越低。因此，文化間彼此要相互了解，尋求彼此接受。³³⁴因此，為減少文化交流中的文化衝突，孔子學院在文化推廣中提倡和諧發展原則，不僅在名稱上體現以儒家思想為主導價值觀念，合作辦學的模式也體現了尊重不同國家本土文化，促進人類文化和諧發展的目標定位。³³⁵孔子學院最高的目標當然是要與世界上其他文明能夠達到互相溝通與理解，讓中共和其他的國家都能以相同的認知與態度來評價彼此，進而衡量、接受以及認識對方的觀點與思想。而要達到這樣的一個目的，就必須要彼此瞭解與交互認識。³³⁶

國防大學
National Defense University

³³⁴ 于朝暉，《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》（北京：時事出版社，2008 年 11 月），頁 257。

³³⁵ 于 淼，〈從孔子學院看漢語言文化推廣的模式與效果〉，《武漢大學學報》，第 6 期，2010 年，頁 955。

³³⁶ 王蕊，〈論孔子學院建設的時代背景與文化意義〉，《瀋陽師範大學學報》，第 2 期，2011 年，頁 138。

小結

透過中共戰略傳播概念之分析，中共在孔子學院的建設與發展中，不能僅僅停留在語言教育之階段，而要將文化輸出功能作為其核心，然而，其轉型發展必然需要重新審視自身的文化定位以及發展空間，在輸出內容、目標受眾、管道途徑建設等方面適應國際權力競爭轉型之需要；同時，還要看到中華文化國際傳播目標的實施是一個複雜的體系和動態過程，換句話說，推動中華文化走出去需要官方共同的努力。為此，透過政府、市場以及社會參與之三位一體，統籌國際與國內之資源，完善語言教育以及文化傳播，著力構建全方位、多層次、寬領域的文化走出去格局。³³⁷

另外，亦可發現孔子學院在這種雙向的文化傳播與交流中，利於提高中共的文化軟實力、增強中共政府在國際上的話語權，並且有利於政府在推行政策時能得到國際社會的更多理解與支持，最終達到為中共建設中國特色社會主義事業服務之目的；其建設與發展將有利於世界對中共所強調之文化、經濟、政治制度以及意識形態的瞭解，甚至趨於某種程度的認同，最終達到共同和諧、互相溝通和理解。³³⁸

國防大學
National Defense University

³³⁷ 楊文藝，〈全球競爭的文化轉向與孔子學院的轉型發展——孔子學院十周年回眸與展望〉，《中國高教研究》，第4期，2015年4月，頁51。

³³⁸ 陳剛華，〈從文化傳播角度看孔子學院的意義〉，《學術論壇》，第7期，2008年，頁166—167。

第五章 結論

美國的「戰略溝通」與中共「戰略傳播」，在理念內涵上並無明顯差異，皆是在國家政府的主導與努力之下，透過各部門與資源的協調與整合，向特定目標受眾傳遞資訊，期能達成國家利益。但是，基於國家目標的不同，在發展與實踐必會有不同之處。中共借鑑他國發展語言推廣機構之經驗，建立與發展孔子學院，對於整體的運作而言，透過語言與文化傳播之核心功能進行運作，影響他國受眾對漢語與中國文化產生學習上之興趣與了解，改善國外受眾對中共整體之認知，進一步為中共提升國家文化軟實力、主動構建國家形象、掌握國際話語權，實踐與體現了中共戰略傳播的理念價值與內涵。

第一節 研究發現

壹、美國「戰略溝通」觀念是中共發展的基礎

美國政府早在第一次世界大戰期間，便致力於對國內人民或國外受眾傳遞已設定之訊息，使國內人民支持國家，改善國外受眾對美國的看法與認知；2011 年「911 恐怖攻擊事件」發生後，美國政府檢討以及精進如何進一步改善國外受眾對美國的看法與認知，借用美國商業界使用已久之名詞術語——「戰略溝通」，重新包裝運作的手法，整合政府各部門，包含白宮、國務院、國防部等單位，共同執行，避免政出多門而影響受眾接受之效果，最終目的在於改變目標受眾的思想、態度以及行為。因此，「戰略溝通」之基本意涵與相關作為都是一直存在，只是以不同的形式或名詞包裝、存在。中國大陸學者在了解到美國「戰略溝通」的歷史脈絡與發展，深刻體會美國「戰略溝通」理念，有助於中共影響與塑造環境、建立社會關係網絡，從而促進政治、經濟以及軍事目標的達成。這對於國家利益的維護與目標的

達成具有其重要性。因此，中國大陸學者透過美國「戰略溝通」理念的借鑑，持續進行理念的探討與研究，發展出屬於中共的「戰略傳播」，並為此建立了基礎與方向。有效地發揮戰略傳播能量，廣泛了解目標受眾對中共的看法與態度，進一步改善並促進對中共的認同與政策的支持。

貳、中共「戰略傳播」內涵核心為「整合性」

對於美國「戰略溝通」理念而言，不管是白宮、國務院或者是國防部等部門，發表的相關研究報告中皆有「透過政府協調各部門之資源以及統籌部門的行動」相關論述，這也表示其重點在於「整合性」。

以往中共對於對外傳播作為，各相關部門執行的任務之性質類似，在這種運作機制上，各部門可能出現「傳遞出不同訊息」、「運作機制出現衝突」以及「資源協調不順遂」等情形發生，傳播能量分散，降低目標達成之成效，進而影響國家利益的發展。有鑑於此，中共期能改善國家對外傳播型態，透過轉型與創新，發展出全新的傳播型態。中國大陸學者認為可透過美國「戰略溝通」核心概念——「整合性」，也就是透過政府，匯集整合各部門資源，共同以相同的理念與資訊傳遞出去，發揮傳播力度，有效提升目標之達成。因此，中國大陸學者認為，戰略傳播之核心內涵在於主體的「整合性」。主體之整合與協調是一種整合性傳播，要求政府各部門之間充分協調，有效地統籌各部門的行動與資源，透過跨部門之協調機制，達成政府各相關部門的「協調統一」以及「言行一致」。因此，不管是美國戰略溝通或是中共戰略傳播，其核心內涵皆為「整合性」。

參、「戰略傳播」體系為中共未來發展重點

中共體認到在科技與網路之發展，資訊傳遞與接收之型態與以往大為不同，透過戰略傳播的發展，進一步整合，對中共在國內外輿論環境之掌握具有重要作用。因此，中國大陸學者在參考美國「戰略溝通」的發展，提供了符合中共自身國家性

質發展的「戰略傳播」體系建構之建議。從運作機制發展而言，置重點於組織機構的設立，建立「國家戰略傳播領導小組」，由多部委共同主導，設立一個直接向中央領導負責的「國家戰略傳播中心」，並且增設「國家戰略傳播協調員」負責戰略傳播工作；同時在中央各相關部委設立「戰略傳播辦公室」或「戰略傳播協調員」。

「國家戰略傳播中心」與各部委「戰略傳播辦公室」互通傳播訊息、設計傳播方案、部署傳播行動以及進行項目評估。另外，針對戰略傳播體系之策略方線與重點內容提供明確之指導。中國大陸學者對於「戰略傳播」體系與運作機制之研究，給予中共發展的方向與建議，期望中共採納中國大陸學者之研究結果，設立相關專屬機構，協調統籌各相關部門與資源，精心設計行動與方案，發展「整合性傳播」概念，進而有效改變外國民眾對中共本身觀點之看法，進一步為戰略傳播體系之發展目標而努力。

肆、中共孔子學院具有濃厚政治色彩

首先，中共「孔子學院總部」與中共「國家漢辦」這兩者之組織機構相同，既是符合也確立其為具有中共特色的「一個招牌兩套人馬」之機構；其次，中共「孔子學院總部」的理事會成員包含了「國務院」、「教育部」、「財政部」、「國務院僑務辦公室」、「外交部」、「國家發展與改革委員會」、「商務部」、「文化部」、「國家廣播電影電視總局」、「新聞出版總署」、「國務院新聞辦公室」等部委領導人，這種組織架構意味著各部委的各層級政府部門參與了孔子學院建設的責任與義務，這凸顯了中共孔子學院的官方參與度較為密集。中共多次表示要加強孔子學院的建設，打造綜合文化交流平臺，發揮在人文交流方面的積極作用，可見中共高度重視孔子學院的建設與發展。另外，許多中國大陸學者認為，唯有透過淡化孔子學院的官方色彩，才能提升國外受眾對孔子學院的接受程度，這也凸顯「中共孔子學院具有濃厚官方色彩」之事實。

伍、中共孔子學院的運作實踐「戰略傳播」理念

中共「孔子學院」的主體組織架構，由中共努力整合相關部委的各層部門來擔任，符合中共戰略傳播理念對於主體性質之設定，也就是「政府的主導與努力」以及「各部門的整合性概念」，體現中共「戰略傳播」理念對於主體「整合性」的重視。另外，中共希望在孔子學院的建立與發展，透過漢語與中華文化的傳播影響之下，進一步改變國外受眾對中共國家的看法與認知，最終能塑造良好的國際形象、提升文化軟實力以及掌握國家話語權；符合中共戰略傳播理念的內涵中目的達成之設定，也就是「認知提升」、「形象塑造」、「身份建構」、「態度轉變」、「價值認同」以及「行為轉化」等目的。因此，中共孔子學院透過漢語與中華文化的傳播，改變學習者對中共負面形象，增進學習者對中共的了解以及正面形象的成長；另一方面，漢語是中共國際話語權的語言表達形式，更是體現中共國家利益的話語內容，進一步擴大漢語與中華文化傳播的範圍與途徑，除了提高漢語在國際的地位以及重要性，還有利於中共在國際話語權之掌握；孔子學院透過漢語國際推廣與文化傳播，進一步發展文化產業、教育以及旅遊，促進他國政府和公眾對此之參與，除利於中共文化軟實力的發展與提升，更深化了中共國家的綜合實力。

陸、「銳實力」是中共孔子學院運作的限制因素

中共在其他國家建設孔子學院，進行漢語教學與中華文化的傳播，甚至透過人文的交流，增進國外公眾對中共的認同，更體現了中共本身在文軟實力的內涵；但在西方國家的媒體與學術的角度上認為，中共孔子學院在各國大學的發展與運作之下，限制了許多對中共本身敏感議題之探討，影響了學術自由的發展，美國學者奈伊認為，中共孔子學院干涉學術的自由，是「銳實力」的一種；另外，美國學術界認為，中共孔子學院透過「人文交流」、「文化活動」以及「國際交流計劃」一系列的手段，影響國外公共與輿論的認知，亦是「銳實力」的一種。因此，中共孔

子學院在西方國家的媒體與學術塑造成「銳實力」的影響之下，降低了國外受眾對於中共孔子學院的接受程度，更限制了中共孔子學院在西方國家持續發展的動力。換句話說，「銳實力」的影響，成為中共孔子學院在發展上的限制因素。



第二節 研究建議

透過研究中共孔子學院的戰略傳播相關作為，對中共本身在文化軟實力、國際話語權與國家形象皆有改善的幫助；然而在這研究上，我國能從中獲得何種啟示？另外，美國「戰略溝通」對我國又有什麼影響？在此針對我國提出政策建議與因應。

壹、強化國軍「政治作戰」內涵

「戰略溝通」一詞雖然是美國所提出來的一個新名詞，但是其理念內涵與運作，卻已經存在許久，透過美國的重新包裝與詮釋，發展出新的作為，受到美國官方決策者與領導人的重視。對於美軍「戰略溝通」而言，許多新名詞、新概念不斷出現，不管是「指揮官的溝通同步」(Commander's communication synchronization, CCS)，或者是「告知與影響行動」(Inform and Influence Activities, IIA)，皆是透過「戰略溝通」演化而來；這凸顯了美軍「戰略溝通」因應不同的目標變化出不同的理念與作為。然而，將美國戰略溝通與我國政治作戰相較之下，在理念上不謀而合，這也表示了，國軍政治作戰的概念與作為，不可一成不變，應當如同美國「戰略溝通」適時地變化；另外，我國國軍在引薦美國「戰略溝通」的同時，應當借鑒理念的核心與重點，並非僅是透過名詞的包裝，重新賦予一個新的形象而已。因此，我國國軍可持續關注美國「戰略溝通」在概念上的演化，了解演化的重點與核心，作為我國國軍在政治作戰的演化的方向與內涵的強化。

貳、建立我國「戰略溝通」體系

中共目前雖然仍未進一步發展「戰略傳播」以及設置相關機構，但是，不管是學者的研究成果，還是智庫的成立，為中共在未來發展上建立良好的基礎與方向。當前我國在「戰略溝通」的發展與運作雖持續進行，但僅限於軍事階層，國家層級的戰略溝通較無明顯之作為，也沒有相關機構的設置來主導；雖然中共當前尚無相

關機構的設置，但是中共正朝發展的目標前進。因此，對於我國而言，可「以敵為師」，參考中共相關研究成果，重視國家層級的「戰略溝通」相關作為，並非僅限於軍事階層，進一步建立我國國家層級的「戰略溝通」體系與運作機制，亦可建立智庫作為發展之後盾，完善我國在戰略溝通上之發展。

參、持續中共「戰略傳播」研究

中國大陸學者在戰略傳播相關研究的成果與建議，除了利於學術領域的發展與進步，還給予了中共未來發展方向與目標。中國大陸學者指出，中共目前在對外傳播作為上遇到許多瓶頸，問題就出在各政府部門未能實踐戰略傳播之核心概念——「整合性」，也就是未能體現「整合性傳播」的概念。學術領域發展的進步固然重要，但是國家政府之作為才能真正評估中共對此是否重視。現在各國在戰略溝通的發展與運作上，大致上皆有相關決策與執行之單位；因此，中共針對戰略傳播的執行與運行單位設立相關機構，是未來發展之趨勢。在此基礎下，我國應當展開並持續中共「戰略傳播」之研究，慎防中共透過「戰略傳播」影響我國人民的認知、態度以及行為，並探討相關因應與反制措施，避免我國政府與人民受到影響而不知。

肆、精進我國「台灣書院」建設

臺灣書院（Taiwan Academy）是我國文化部在 2011 年成立的非營利組織，其目的為在海外推廣繁體字與漢語，以及在學術領域上台灣與漢學的相關研究，進一步拓展我國的軟實力。2011 年，在美國紐約、洛杉磯以及休士頓成立台灣書院；2013 年在 64 個國家成立台灣書院的聯絡點。台灣書院在運作與發展，大多集中歐美國家，且書院機構數量少，多為聯絡點，顯現在資源投入上，是一大問題，未能如同中共發展「孔子學院」一樣，在全球各洲具有一定的規模；另外，中共「對台 31 項措施」，放寬我國教育領域相關人員投入的限制，進一步吸引我國海外華語

教師的參與，讓我國在海外的華語教育面臨人才缺乏的困境與壓力。因此，我國可借鑑中共在發展「孔子學院」的成功經驗或者是遇到的瓶頸，作為我國在發展「台灣書院」的精進作為，完善建設的運作與人才的培育，成功推動我國在海外的華語文教育。



第三節 未來研究方向

本文主要透過中共戰略傳播分析孔子學院的運作，在這探討的過程中，中共孔子學院透過各種途徑與作為，影響學習者與其他國外公眾對於中共的認知與態度，進一步獲得對中共的認同與支持，改善中共在國際的形象與地位等目標。然而，對於中共「戰略傳播」而言，操作面向廣泛，適用於國家利益與安全層面的相關議題，例如政治、軍事、外交、經濟等。因此，對於未來研究方向，除了持續中共「戰略傳播」相關研究，亦可透過中共「戰略傳播」理念，針對與國家利益或安全相關之議題進行探討。





國防大學

National Defense University

參考文獻

壹、中文文獻

一、中文專書

- 卜正珉，2005 年。〈公眾外交之概念探討與應用——各國經驗對台灣的啟示〉，收錄於行政院新聞局編，《九十四年度研究發展》。臺北：行政院新聞局。
- 于朝暉，2008 年。《戰略傳播管理：冷戰後美國國際形象構建研究》。北京：時事出版社。
- 孔子學院總部/國家漢辦，2017 年。《孔子學院年度發展報告—2016》。北京：孔子學院總部/國家漢辦。
- 方鵬程，2011 年。《宣傳與戰爭：從「宣傳戰」到「公關化戰爭」》。新北：揚智文化。
- 朱浚源，2010 年。《撰寫博碩士論文實戰手冊》。臺北：正中書局。
- 呂祥，2011 年。〈美國國家戰略傳播體系與美國對外宣傳〉，收錄於黃平主編，《美國藍皮書 2011》。北京：社會科學文獻出版社。
- 李建、張程遠，2015 年。《戰略傳播：美國實現國家安全與軍事戰略重要手段》。北京：航空工業出版社。
- 李智，2007 年。《國際政治傳播：控制與效果》。北京：北京大學出版社。
- 沈國麟，2007 年。《控制溝通：美國政府的媒體宣傳》。上海：上海人民出版社。
- 明安香，2008 年。《傳媒全球化與中國崛起》。北京：社會科學文獻出版社。
- 林東泰，2008 年。《大眾傳播理論》。臺北：師大書苑。
- 殷祺譯，Brian McNair 著，2005 年。《政治傳播學引論》。北京：新華出版社。

國家漢辦/孔子學院總部，2009 年。《國際漢語教學通用課程大綱》。北京：外語教學與研究出版社。

張巨岩，2004 年。《權力的聲音：美國的媒體和戰爭》。北京：三聯書店。

張曉峰、趙鴻燕，2011 年。《政治傳播研究：理論、載體、型態、符號》。北京：中國傳媒大學出版社。

梁美珊、莊迪彭，2013 年。《圖解傳播理論》。臺北：五南出版。

畢研韜、王金嶺，2011 年。《戰略傳播綱要》。北京：國家行政學院出版社。

陳中吉、洪陸訓，2012 年。《美軍反叛亂作戰與戰略溝通：以阿富汗戰爭為例(2001-2012)》。臺北：國防大學。

葉至誠、葉立誠，2005 年。《研究方法與論文寫作》。臺北：商鼎文化。

劉曉欣，2012 年。〈為什麼要成立「孔子學院」及其名稱由來〉，收錄於廈門大學日本研究所校編，《漢語國際推廣專題研究論文集》（福建：廈門大學日本研究所）。

戴蓉，2013 年。《孔子學院與中國語言文化外交》。上海：上海社會科學院出版社。

謝奕旭，2011 年。《新戰爭型態的心智戰爭：美軍戰略溝通與民——軍行動之分析》。臺北：國防大學政治作戰學院。

韓乾，2012 年 10 月。《研究方法原理：論文寫作的邏輯思維》。臺北：五南圖書。

Denis McQuail 著，祝建華、武偉譯，2008 年。《大眾傳播模式論》。上海：上海譯文出版社。

Garth S. Jowett, Victoria O' Donnell 著，陳彥希、林嘉玫、張庭譽譯，2003 年。《宣傳與說服》。臺北：韋伯文化。

Harold D. Lasswell 著，張潔、田青譯，2003 年。《世界大戰中的宣傳技巧》。北京：中國人民大學出版社。

Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr. 著，羅世宏譯，2000 年。《傳播理論——起源、方法與應用》。臺北：五南出版。

二、論文

余越，2016 年。《國際非政府組織戰略傳播研究——以綠色和平組織與孔子學院為例》。上海：上海大學博士論文。

吳霽文，2014 年。《「孔子文化走向世界」問題研究》。山東：曲阜師範大學博士論文。

李曉曉，2015 年。《從冷戰結束到「911」事件——克林頓政府時期美國公共外交政策研究》。吉林：東北師範大學博士論文。

胡騰蛟，2013 年。《冷戰時期美國公共外交與國家形象塑造（1947—1961）》。湖北：武漢大學博士論文。

張韜，2015 年。《戰略傳播的源流及其價值分析》。甘肅：蘭州大學碩士論文。

梁昌明，2015 年。《績效視角下的美國公共外交研究（1945—2011）》。山東：山東師範大學博士論文。

矯雅楠，2016 年。《作為媒介的孔子學院——基於媒介環境學的視角》。山東：山東大學博士論文。

三、期刊

丁忠毅、魏星，2011 年。〈孔子學院：中國國家軟實力建設的有效平臺〉，《理論與改革》，第 5 期，頁 122—125。

于朝暉，2008 年。〈「911」後美國中東戰略傳播管理研究〉，《阿拉伯研究》，第 4 期，頁 38—44。

- 于朝暉，2008 年 1 月。《整合公共外交—國家形象構建的戰略傳播新視角》，《國際觀察》，第 1 期，頁 21—28。
- 于淼，2010 年。〈從孔子學院看漢語言文化推廣的模式與效果〉，《武漢大學學報》，第 6 期，頁 952—957。
- 仇海萍，2013 年。〈公共資訊委員會與美國現代公共關係學的興起〉，《淮陽師範學院學報》，第 35 卷，頁 749—752。
- 仇海萍，2014 年。〈美國「公共資訊委員會」簡論〉，《歷史教學問題》，第 2 期，頁 86—90。
- 尹冬民，2017 年。〈涉孔子學院中外聲明、公報的內容分析〉，《現代傳播》，第 11 期，頁 157—158。
- 尹悅，2015 年。〈韓國孔子學院的現狀及發展策略研究〉，《南陽理工學院學報》，第 8 卷第 1 期，頁 111—114。
- 方振武，2010 年。〈中國「對外傳播」的概念範疇及實施〉，《中國海外傳媒報告》，第 6 卷第 1 期，頁 25—28。
- 方鵬程，2010 年。〈總體戰時期與冷戰時期的宣傳戰〉，《復興崗學報》，第 98 期，頁 51—78。
- 牛長松，2014 年。〈孔子學院與中國對非語言文化外交〉，《西亞非洲》，第 1 期，頁 64—78。
- 牛長松，2017 年。〈南非孔子學院的發展特色及影響因素分析〉，《比較教育研究》，第 9 期，頁 49—54。
- 王之藝，2017 年。〈從孔子學院看中國文化的國際傳播問題〉，《中國民族博覽》，第 1 期，頁 64—65。

- 王如忠、管永芬，2014 年。〈孔子學院助推中國文化「走出去」現狀：問題與對策研究〉，《思想政治課研究》，第 6 期，頁 6—13。
- 王芳，2017 年 4 月。〈國家戰略傳播框架與話語體系構建研究〉，《廣西社會科學》，第 4 期，頁 143—147。
- 王眉，2015 年。〈從戰略層面為我國國際傳播建言獻策—專訪北京大學國家戰略傳播研究院院長程曼麗〉，《對外傳播》，第 3 期，頁 30—31。
- 王展鵬、郝立，2014 年。〈孔子學院在中外人文交流中的作用：以愛爾蘭孔子學院為中心〉，《學術論壇》，第 2 期，頁 163—166。
- 王海蘭、甯繼鳴，2016 年。〈適度干預：孔子學院發展中的政府行為選擇〉，《雲南師範大學學報》，第 48 卷第 1 期，54—61。
- 王烈琴，2012 年。〈語言霸權與語言瀕危及其對漢語國際傳播的啟示〉，《求索》，第 7 期，頁 166—168。
- 王淑沅，2014 年。〈日本孔子學院的發展現狀及問題分析〉，《考試週刊》，第 64 期，頁 154—155。
- 王現東，2015 年。〈培育踐行社會主義核心價值觀的基本路徑〉，《山東青年政治學院學報》，第 5 期，頁 11—15。
- 王媛媛，2016 年。〈海外孔子學院的教材編寫現狀分析〉，《齊齊哈爾大學學報》，第 1 期，頁 179—181。
- 王景，2016 年。〈歐洲孔子學院與漢語言文化的國際推廣〉，《學術探索》，第 4 期，頁 122—126。
- 王維佳，2015 年。〈中國對外傳播的範式轉變〉，《對外傳播》，第 1 期，頁 16—21。

王嬋娟，2016 年。〈俄羅斯孔子學院發展對策思考——以新西伯利亞國立技術大學

孔子學院為例〉，《雲南師範大學學報》，第 14 卷第 1 期，頁 1—7。

王潤澤，2016 年。〈孔子學院功能定位與安全發展的戰略思考〉，《新聞春秋》，

第 2 期，頁 10—15。

王蕊，2011 年。〈論孔子學院建設的時代背景與文化意義〉，《瀋陽師範大學學

報》，第 2 期，頁 136—138。

付京香，2013 年。〈孔子學院的文化傳播及其文化外交作用〉，《現代傳播》，第

9 期，頁 143—144。

史安斌、王曦，2014 年。〈從「現實政治」到「觀念政治」——論國家戰略傳播的道

義感召力〉，《學術前沿》，第 24 期，頁 16—25。

史安斌、劉弼城，2017 年。〈助力開創全球信息傳播新格局〉，《學術前沿》，第

3 期，頁 6—8。

任軍莉、郭丹丹，2017 年。〈在美孔子學院的發展狀況及思考〉，《懷化學院學

報》，第 36 卷第 8 期，頁 126—128。

安然、何國華，2017 年。〈孔子學院跨文化傳播影響力評估體系建構初探〉，《長

白學刊》，第 1 期，頁 141—148。

安然、魏先鵬，2015 年。〈孔子學院跨文化傳播模式研究〉，《對外傳播》，第 1

期，頁 53—55。

安然、魏先鵬、許萌萌、劉程，2014 年。〈海內外對孔子學院研究的現狀分析〉，

《學術研究》，第 11 期，頁 129—136。

朱成龍，2015 年。〈孔子學院面臨的問題以及解決思路〉，《讀書文摘》，第 4 期，

頁 115—116。

何輝，2016 年。〈中國用戰略傳播助推時代大勢〉，《對外傳播》，第 4 期，頁 18—19。

吳友富，2012 年。〈戰略視域下的中國國家形象傳播〉，《國際觀察》，第 4 期，頁 1—7。

吳奇志，2012 年。〈前瞻輿論形勢，構建傳播戰略——國家社科重大專案「新形勢下提升，國際傳播能力的戰略研究」專家研討會綜述〉，《對外傳播》，第 2 期，頁 36—37。

吳勇毅，2012 年。〈孔子學院與國際漢語教育的公共外交價值〉，《新疆師範大學學報》，第 33 卷第 4 期，頁 100—105。

吳英，2012 年。〈中國文化對外傳播效果研究——對 5 國 16 所孔子學院的調查〉，《浙江社會科學》，頁 144—151。

吳萌，2009 年。〈科學發展觀視角下的孔子學院建設〉，《瀋陽師範大學學報》，第 33 卷第 4 期，頁 161—163。

吳瑛、石玲玲，2014 年。〈孔子學院傳播中國文化十周年效果反思〉，《當代世界》，第 7 期，頁 76—79。

吳瑛、石玲玲，2014 年。〈國際媒體對孔子學院的誤解分析與回應策略〉，《對外傳播》，第 12 期，頁 23—24。

宋爽爽，2014 年。〈中國國際傳播的核心價值初探〉，《新聞研究導刊》，第 5 卷第 7 期，頁 197、227。

李冰，2017 年。〈「漢語橋」世界大學生中文比賽中語言文化對外傳播特點淺析〉，《電視研究》，第 2 期，頁 75—76。

李佳，2011 年。〈漢語國際推廣教育中的情感問題——以西澳大學孔子學院為個案研究〉，《雲南師範大學學報》，第 1 期，頁 76—81。

李昌、楊艾倫，〈國內戰略傳播研究現狀綜述〉，《中國報業》，2016年12月，頁77—78。

李彥，2011年。〈孔子學院在「東學西漸」中的傳播模式〉，《社會科學論壇》，頁227—231。

李紅秀，2015年。〈非洲孔子學院建設與漢語文化傳播〉，《中華文化論壇》，第1期，頁111—117。

李紅霞，2016年。〈新時期非洲孔子學院的建設與發展〉，《對外傳播》，第10期，頁52—54。

李智，2010年。〈文化軟權力化與中國對外傳播戰略〉，《北京行政學院學報》，第3期，105—107。

李開盛、戴長征，2011年。〈孔子學院在美國的輿論環境評估〉，《世界經濟與政治》，第7期，頁76—93。

李萬青，2015年。〈孔子學院文化傳播活動現狀分析——以國家漢辦官網報導為例〉，《人文天下》，第20期，頁63—69。

李鳳蘭，2013年。〈孔子學院文化傳播模式探索——以立陶宛維爾紐斯大學孔子學院為例〉，《中國與世界》，頁30—36。

杜玲玉，2013年1月。〈中國大陸推動文化「走出去」戰略之研究：以設立孔子學院為例〉，《展望與探索》，第11卷第1期，頁48—69。

辛兆義、董小川，2013年。〈美國官方第一個對外文化擴張機構「公共資訊委員會」〉，《歷史教學問題》，第1期，頁67—72。

周汶霏、甯繼鳴，2015年。〈孔子學院的創新擴散機制分析〉，《中國軟科學》，第1期，頁77—87。

- 周璐銘，2015 年。〈孔子學院十年發展統計、成果分析與戰略建議〉，《西南交通大學學報》，第 16 卷第 1 期，頁 38—44。
- 孟新芝、郭子其，2016 年 3 月。〈新形勢下國家形象塑造及對外傳播策略研究〉，《江淮論壇》，第 6 期，頁 94—104。
- 昌灝，2015 年。〈孔子學院的發展回顧與前瞻〉，《高教發展與評估》，第 31 卷第 1 期，頁 23—31。
- 林奕辰，2016 年。〈跨文化傳播與文化觀念轉型的局限和困境——以孔子學院為例〉，《展望與探索》，第 14 卷第 1 期，頁 37—58。
- 金延旭，2008 年。〈對當前海外「漢語熱」現象的思考〉，《時代文學》，第 3 期，頁 51。
- 金姪曦，2013 年。〈墨西哥漢語教學現狀與反思〉，《雲南師範大學學報》，第 11 卷第 6 期，頁 86—89。
- 查強，2013 年。〈中國的孔子學院——更學術化、更綜合性〉，《國際高等教育》，第 6 卷第 2 期，頁 62—63。
- 洪曉楠、林丹，〈孔子學院的發展歷程與文化意蘊〉，《文化學刊》，第 5 期，頁 30—41。
- 相德寶，2017 年。〈新媒體時代下的中國國際傳播：體系建構、理念變革與實踐創新〉，《對外傳播》，第 12 期，頁 16—18、25。
- 胡光夏、邊明道，2010 年。〈美國「公共資訊委員會」對宣傳機制設立與宣傳策略應用的啟發〉，《復興崗學報》，第 99 期，頁 173—200。
- 胡南，2011 年。〈經濟全球化背景下的中國國際傳播戰略構想〉，《視角》，第 5 期，頁 100—102。

胡振民，2010 年。〈加大對外文化交流，推動中華文化走向世界〉，《求是》，第 18 期，頁 10—12。

唐青葉，2015 年。〈「中國威脅論」話語的生成機制與國家化與能力的建構〉，《當代中國話語研究》，第 7 輯，頁 1—9。

唐淑宏，2011 年。〈孔子學院發展中面臨的問題與對策〉，《瀋陽師範大學學報》，第 6 期，頁 142—144。

唐淑宏，2016 年。〈試析中國文化對外傳播效果——以孔子學院為例〉，《瀋陽師範大學學報》，第 2 期，頁 152—154。

唐潤華、劉滢，2012 年。〈重點突破：中國媒體國際傳播的戰略選擇〉，《中國海外媒體報告》，第 8 卷第 1 期，頁 27—33。

孫吉勝，2014 年。〈孔子學院：語言、文化與理念的傳播〉，《公共外交季刊》，第 3 期，頁 19—24。

孫玲軍，2012 年。〈中國傳統文化「走出去」與國家軟實力的提升——兼論孔子學院的重要作用〉，《山東行政學院學報》，第 5 期，頁 131—133。

孫琳，2015 年。〈以孔子學院為主導的漢語國際傳播與中國國際話語權〉，《人文叢刊》，頁 393—400。

孫鳳至，2016 年。《新時代下的網路孔子學院》，《山西青年》，第 21 期，頁 73—74。

徐九慶、王朋舉，2015 年。〈孔子學院國際化效應評價及發展對策研究〉，《科技創業月刊》，第 11 期，頁 91—95。

徐方達、趙振達，2013 年。〈戰略傳播的「環境設置」效應〉，《福建論壇》，第 4 期，頁 66—69。

- 徐萌，2016 年。〈我軍戰略傳播價值與路徑初探〉，《南京政治學院學報》，第 32 卷第 5 期，頁 139。
- 徐達、趙振祥，2013 年。〈戰略傳播的「環境設置」效應〉，《福建論壇：社會科學版》，第 4 期，頁 66—69。
- 徐慧萍、徐亞萍，2008 年。〈中共在海外遍設「孔子學院」初探——從文化間傳播角度觀察〉，《復興崗學報》，92 期，頁 269—296。
- 徐蕙萍，2015 年。〈自文化間傳播視角探論中共推展「孔子學院」的問題與因應做法〉，《復興崗學報》，第 106 期，頁 135—156。
- 袁勝、許清茂，2015 年。〈國外企業戰略傳播研究的啟示〉，《青年記者》，第 10 期，頁 91—92。
- 袁禮、鄭曉齊，2010 年。〈孔子學院貢獻度、組織行為及功能定位述評〉，《大學教育科學》，第 4 期，頁 100—103。
- 馬向陽，2015 年。〈大數據與國家形象戰略傳播〉，《對外傳播》，第 12 期，頁 45—47。
- 馬曉樂、甯繼鳴，2015 年。〈孔子學院的文化功能與社會價值〉，《山東社會科學》，第 8 期，頁 173—178。
- 馬豔豔、何國蕊、何國忠，2016 年。〈評析孔子學院在美國的發展及遇到的問題〉，《中國社會科學院研究生院學報》，第 2 期，頁 140—144。
- 高金萍、郭之恩，2013 年。〈孔子學院與公共外交〉，《中國文化研究》，冬之卷，頁 189—196。
- 張東輝、和亞林，2016 年。〈孔子學院的國際輿論環境研究——基於西方媒體報導的分析〉，《中國人民大學教育學刊》，第 1 期，頁 91—110。

- 張若男，2017 年。〈美國孔子學院辦學現狀及其文化傳播策略研究〉，《上海教育評估研究》，第 1 期，頁 66—71。
- 張喜燕，2012 年。〈心理戰在美國國家戰略傳播體系中的角色分析〉，《軍事記者》，第 12 期，頁 51—52。
- 張喜燕、嚴興平，2012 年。〈美軍戰略傳播的新型載體—社交媒體〉，《軍事記者》，第 2 期，頁 52—53。
- 張景，2017 年。〈跨文化傳播視角下的「漢語橋」節目—以 2016 年第十五屆「漢語橋」為例〉，《傳播與版權》，第 4 期，頁 88—90。
- 張超，2016 年 8 月。〈黨的十八大以來習近平的對外傳播思想研究〉，《對外傳播》，第 8 期，頁 58—60。
- 張德瑞，2016 年。〈對孔子學院國際傳播戰略的思考〉，《人民論壇·學術前沿》，第 4 期，頁 61—67。
- 張燕，2011 年。〈加拿大華文教育的發展現狀與主要問題研究〉，《雲南師範大學學報》，第 1 期，頁 88—92。
- 張龍，2017 年。〈對外漢語教師職前培訓策略探究—以贛南師範大學國際教育學院為例〉，《英語教師》，第 21 期，頁 40—42、55。
- 扈啟亮，2014 年。〈西非孔子學院發展現狀、問題和對策〉，《沈陽大學學報》，第 16 卷第 2 期，頁 196—199。
- 梁媛、樊笛，2017 年。《基於文化維度理論的網路孔子學院跨文化傳播策略》，《鞍山師範學院學報》，第 19 卷第 3 期，頁 40—44。
- 梁焱、焦健，2011 年。〈中亞孔子學院發展現狀、問題與策略研究〉，《新疆大學學報》，第 39 卷第 2 期，頁 97—100。

畢研韜，2010 年。〈戰略傳播中媒體的尷尬角色〉，《青年記者》，第 11 期，頁 69。

畢研韜，2011 年。〈中國企業海外形象塑造：戰略傳播視角〉，《科技智囊》，第 10 期，頁 32—38。

畢研韜，2013 年。〈戰略傳播中的媒體運用〉，《新聞戰線》第 10 期，頁 77—79。

畢研韜，2016 年。〈戰略傳播概念演化研究〉，《荊州學院學報》，第 23 卷第 3 期，頁 104—108。

畢研韜，2017 年。〈釐清戰略傳播十個基本問題〉，《青年記者》，第 2 期，頁 48—49。

畢研韜、王金嶺，2011 年。〈戰略傳播初探〉，《海南師範大學學報》，第 24 卷第 5 期，頁 160—162。

畢研韜、林信焰，2016 年。〈戰略傳播視角下的「一帶一路」〉，《公共外交季刊》，第 1 期，頁 73—79。

畢研韜、殷娟娟，2014 年。〈新媒體、戰略傳播與邊疆治理〉，《宜春學院學報》，第 36 卷第 5 期，頁 64—67。

許世宗，2017 年。〈當前兩岸戰略溝通策略比較研究〉，《海軍學術雙月刊》，第 51 卷第 1 期，頁 6—21。

許琳，2007 年。〈漢語國際推廣的形勢和任務〉，《世界漢語教學》，第 2 期，頁 106—110。

連大祥，2012 年。〈孔子學院對海外漢語學習的影響〉，《上海金融學院學報》，第 5 期，頁 81—91。

郭鎮之、馮若谷，2015 年。〈「軟權力」與「巧用力」：國際傳播的戰略思考〉，

《現代傳播》，第 10 期，頁 19—23。

陳仁霞，2008 年。〈關於在德國建設孔子學院的實踐與思考〉，《世界教育信息》，

第 6 期，頁 84—85。

陳兆偉、蔡清輝，2011 年。〈新時期我國對外傳播戰略分析與對策思考〉，《新

聞世界》，第 5 期，頁 19—21。

陳先紅、劉曉程，2015 年。〈核心價值觀傳播的國家公共關係戰略構想〉，《新

聞學與傳播學》，第 6 期，頁 25—31。

陳俊俠，2013 年。〈美國戰略傳播源流研究及對中國的啟示〉，《中國海外媒體

報告》，第 9 卷第 2 期，頁 31—36。

陳春華，2014 年。〈第一次世界大戰期間美國的戰時宣傳策略〉，《軍事歷史》，

第 2 期，頁 49—53。

陳剛華，2008 年。〈從文化傳播角度看孔子學院的意義〉，《學術論壇》，第 7 期，

頁 162—167。

陳海燕、塗緒謀，2013 年。〈跨文化傳播視野下孔子學院發展戰略研究〉，《四

川省社會主義學院學報》，第 1 期，頁 30—33。

陳曦，2015 年。〈孔子學院研究進展：國內外視角的反差及其政策啟示〉，《廣

西社會科學》，第 6 期，頁 198—202。

陸地、高菲，2005 年。〈如何從對外宣傳走向國際傳播〉，《杭州師範大學學

報》，第 2 期，頁 53—57。

單文婷、莊旻達，2015 年。〈全球化脈絡下中國大陸儒學傳播策略之分析：以「孔

子學院」發展為觀察〉，《哲學與文化》，第 42 卷第 9 期，頁 45—68。

- 喻國明、楊雅，2017 年。〈中國話語傳播「走出去」的關鍵性問題——以孔子學院文化傳播的影響因素為例〉，《對外傳播》，第 1 期，頁 48—50。
- 曾征、楊紅娟，2017 年。〈基於文獻計量學的孔子學院發展現狀分析〉，《昆明理工大學學報》，第 2 期，頁 102—108。
- 曾毅平，2018 年。〈論領域變體性質的職場漢語教學〉，《當代修飾學》，第 1 期，頁 74—81。
- 程曼麗，2009 年。〈中國的對外傳播體系及其補充機制〉，《對外傳播》，第 12 期，頁 5—12。
- 程曼麗，2016 年。〈談戰略傳播視角下的議題設置：以美國涉外輿論為例〉，《對外傳播》，第 8 期，頁 4—7。
- 程邁、劉伯成，2016 年。〈孔子學院發展推動因素的實證研究〉，《教育學術月刊》，第 6 期，頁 31—38。
- 舒建國、范曉歌、喬曉歌，2017 年。〈孔子學院成長的困境與應對〉，《長白學刊》，第 1 期，頁 149—156。
- 馮韜，2017 年。〈新公共外交視閥下孔子學院傳播傳統文化探索〉，《廣西社會科學》，第 2 期，頁 198—200。
- 黃艾，2012 年。〈網絡孔子學院：優勢與不足〉，《對外傳播》，第 9 期，頁 41—43。
- 黃健群，2013 年。〈全球化語境下中國大陸文化「走出去」戰略分析〉，《展望與探索》，第 11 卷第 4 期，頁 89—110。
- 楊文藝，2015 年。〈全球競爭的文化轉向與孔子學院的轉型發展——孔子學院十周年回眸與展望〉，《中國高教研究》，第 4 期，頁 44—52。

楊聖京，2016 年。〈習近平「四個全面」戰略思想海外傳播研究〉，《新聞研究導刊》，第 7 卷第 11 期，頁 12—14。

葉雋，2010 年。〈作為理念的文化外交及其柔力強勢——以德國孔子學院為例〉，《國際觀察》，第 6 期，頁 72—77。

董媛媛，2015 年。〈「被遺忘權」的國際新戰略傳播〉，《青年記者》，第 11 期，頁 7—8。

賈欽涵，2015 年。〈戰時情報局與美國對華政策（1942—1945）〉，《抗日戰爭研究》，第 2 期，頁 93—107。

寧繼鳴，2017 年。〈新常態：孔子學院的完善與創新〉，《國際漢語教育》，第 2 卷第 3 期，頁 10—15。

廖祥忠，2008 年。〈何謂新媒體？〉，《現代傳播》，第 5 期，頁 121—125。

廖群峰，2011 年。〈從孔子學院的普及看中國軟實力的提升〉，《湖南社院學報》，第 1 期，頁 41—43。

廖箴，2012 年。〈兩岸海外漢學推廣的競與合：以「孔子學院」及「臺灣書院」為例〉，《國家圖書館館刊》，第 2 期，頁 113—138。

翟強，2014 年。〈國際學術界對冷戰時期美國宣傳戰的研究〉，《歷史研究》，第 3 期，頁 155—169。

臧勝楠，2012 年。〈海外孔子學院課程結構研究——以澳大利亞兩所孔子學院為例〉，《雲南師範大學學報》，第 10 卷第 6 期，頁 78—83。

趙良英、許曉林，2016 年。〈積極構建中國國家戰略傳播體系〉，《新聞前哨》，第 9 期，頁 10—14。

趙啟正，2015 年。〈日本研究的戰略傳播使命〉，《日本學刊》，第 4 期，頁 1—9。

趙啟正，2015 年。〈提升對「戰略傳播」的認識和實踐〉，《公共外交季刊》，第 3 期，頁 118—123。

趙夢雪，2014 年。〈戰略傳播視角下的軍隊形象四大特性〉，《學週刊》，第 7 期，頁 237。

趙躍，2014 年。〈孔子學院傳播網路的構建與運轉機制分析〉，《東嶽論叢》，第 35 卷第 2 期，頁 166—171。

劉旭，2015 年。〈中國孔子學院歷時發展研究〉，《重慶大學學報》，第 21 卷第 6 期，頁 234—241。

劉旭，2015 年。〈孔子學院十年：實現中國文化「走出去」——從孔子學院發展現狀問題與對策研究談起〉，《出版廣角》，第 8 期，頁 15—17。

劉志剛，〈孔子學院功能研究初探〉，《中國商界》，第 12 期，2009 年，頁 334—335。

劉佳平、葉蓉，2012 年。〈商務孔子學院初探〉，《國際漢語教育》，第 2 期，頁 55—61。

劉芳，2015 年。〈社會主義核心價值觀研究述評〉，《北京行政學院學報》，第 2 期，頁 108—115。

劉泰廷，2016 年。〈孔子學院和中國對東南亞巧實力戰略之分析〉，《全球政治評論》，特集 003，頁 97—108。

劉揚，2016 年。〈戰略抓手 時空思維 創新傳播——習近平主席在第二屆世界互聯網大會主旨演講給對外傳播帶來的啟示〉，《對外傳播》，第 2 期，頁 16—17。

劉新傳，2016 年。〈網路時代國家戰略傳播的新模式：「中國屋」視角〉，《廣西師範學院學報》，第 37 卷第 3 期，頁 142—146。

劉瑤，2015 年。〈孔子學院與國際漢語教育的公共外交價值分析〉，《高教學刊》，第 24 期，頁 3—4。

劉廣兵，2011 年。〈孔子學院辦學機制及發展策略初探〉，《湖北師範學院學報》，第 31 卷第 5 期，頁 123—125。

劉震，2016 年。〈大眾傳播與全面戰爭對美國政治宣傳的影響〉，《理論與改革》，第 7 期，頁 182—188。

蔡亮宋、黎磊，2010 年。〈孔子學院：全球體系下中國知識權力的外化〉，《國際展望》，第 6 期，頁 38—48。

蔡慧清，2012 年。〈孔子學院可持續發展動因探析〉，《西南民族大學學報》，第 3 期，頁 213—217。

鄧峰，2012 年。〈冷戰初期美國對外宣傳戰略的緣起〉，《北方論叢》，第 6 期，頁 75—79。

鞏向飛，2014 年。〈從受眾角度探析孔子學院對外文化傳播的策略——基於「中國文化印象」調查數據的分析〉，《新聞傳播》，第 11 期，頁 6—9。

蕭新煌、楊昊，2014 年。〈孔子學院在中國-東南亞關係政治中的角色〉，《遠景基金會季刊》，第 15 卷第 3 期，頁 1—56。

戴蓉，2012 年。〈孔子學院——中國模式的語言文化推廣機構〉，《ICCS 現代中國學集刊》，第 4 卷第 2 期，頁 136—143。

韓海燕、高海波，2015 年。〈拉斯韋爾與議程設置功能理論〉，《國際新聞界》，第 5 期，頁 55—64。

韓震，2014 年。〈孔子新漢學計劃之思與行〉，《國際漢語教育》，第 1 期，頁 3—5。

聶書江，2017 年。〈試論美國「反宣傳法」對我國的影響及應對策略〉，《對外傳播》，第 3 期，頁 28—30。

聶學慧，2013 年。〈漢語國際推廣背景下中國文化的定位與選擇——以美國孔子學院為例〉，《河北學刊》，第 33 卷第 4 期，頁 184—187。

魏超，2011 年。〈中國軍隊的對外宣傳與戰略傳播〉，《對外傳播》，第 8 期，頁 9—10。

魏新，2017 年。〈新時期孔子學院的可持續發展策略〉，《中國民族博覽》，第 3 期，頁 52—53。

羅永乾，2016 年。〈試論美國新聞署的歷史作用〉，《管理觀察》，第 11 期，頁 18—20。

羅兵、李萃，2010 年。〈對外傳播新思維：開設國內孔子學院的設想〉，《新聞界》，第 6 期，頁 82—83。

譚震，2016 年。〈命運共同體與國家戰略傳播——2016 中國戰略傳播論壇綜述〉，《對外傳播》，第 6 期，頁 15—16。

嚴三九、劉峰，2015 年。〈從戰略性傳播視角探析金磚國家的國際傳播策略〉，《現代傳播》，第 2 期，頁 45—49。

嚴佩如、劉怡佩，2014 年。〈中國大陸「孔子學院」發展規劃之研究〉，《大陸教育期刊》，第 5 期，頁 53—84。

鐘美蓀、龔婧，2010 年。〈創建資源共享機制，加快合作網絡建設——論歐洲孔子學院的建設與發展〉，《國際漢語教育》，第 3 期。頁 36—39。

饒春，2017 年。〈公共外交中文化傳播機構的網路傳播分析及對孔子學院的啟示〉，《新余學院學報》，第 4 期，頁 76—80。

2010 年。〈孔子學院/孔子課堂申辦指南〉，《世界漢語教學學會通訊》第 3 期，頁 9。

2013 年。〈孔子學院發展規劃（2012—2020 年）正式發布〉，《世界漢語教學學會通訊》，第 1 期，頁 6—8。

四、報紙

李玉，2013 年 5 月 31 日。〈推動中國戰略性傳播更新升級〉，《中國社會科學報》，版 1。

李沫，2016 年 12 月 8 日。〈戰略傳播：國家利益爭奪前沿的較量〉，《中國國防報》，第 4 版。

李源、潤研，2016 年 2 月 20 日。〈習近平在黨的新聞輿論工作座談會上強調：堅持正確方向創新方法手段 提高新聞輿論傳播力引導力〉，《人民日報》，第 2 版。

焦新平，2014 年 7 月 22 日。〈從社交媒體使用變化看美軍戰略傳播〉，《科技日報》，版 12。

楊歆，2013 年 5 月 21 日。〈在澳大利亞體驗軍事戰略傳播〉，《中國國防報》，版 23。

董栓柱、董燁，2016 年 5 月 6 日。〈西方國家大肆炒作「大國衝突論」與「中國威脅論」，為此我們需要——加強戰略傳播，講好中國故事〉，《中國國防報》，版 22。

趙已陽、陳小鵬，2015 年 2 月 5 日。〈資訊時代，圍繞國際話語權的戰略博弈愈演愈烈，要求我們必須——牢牢把握戰略傳播主動權〉，《中國國防報》，版 3。

聶秀生，2012 年 10 月 22 日。〈美國軍事戰略傳播的前沿趨勢〉，《學習時報》，版 7。

胡正榮、李維東，2014 年 11 月 17 日。〈如何構建中國話語權〉，《光明日報》，版 11。

五、網路資料

李中志，2014 年 07 月 03 日。〈【李中志】挑戰西方學術自由的孔子學院〉，《台灣蘋果日報》。

<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20140703/427023/>（瀏覽日期：2017 年 7 月 15 日）

李中志，2017 年 3 月 17 日。〈李中志專欄：承諾書 學術自由的保命符還是索命符？〉，《台灣蘋果日報》。

<http://m.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20170317/1078258/>（瀏覽日期：2017 年 6 月 10 日）

李俊傑，2011 年 6 月 6 日。〈戰略傳播研究：本質與應用〉，《玉皇頂》。
http://jadepeak.blogspot.tw/2011/06/blog-post_06.html（瀏覽日期：2017 年 5 月 1 日）

侯浩然，2012 年 7 月 17 日。〈孔子學院是如何運作的：以德國萊比錫孔子學院為例〉，《政見》。<http://cnpolitics.org/2012/07/konfuzius-institut-leipzig/>（瀏覽日期：2017 年 6 月 10 日）

徐惠安，2017 年 7 月 17 日。〈藉孔子之名洗腦 英學院被批淪中共宣傳機器〉，《新唐人》。<http://ntd.kan.center/xtr/gb/2017/07/10/a1332766.html>（瀏覽日期：2017 年 8 月 10 日）

畢研韜，2011 年 4 月 6 日。〈戰略傳播，天使還是魔鬼？〉，《傳播學觀察》。
<http://blog.51.ca/u-29124/2011/04/06/战略传播，天使还是魔鬼？/>（瀏覽日期：2017 年 5 月 19 日）

斯洋，2018 年 2 月 1 日。〈中國孔子學院是「銳實力」利器〉，《美國之音》。

[https://www.voacantonese.com/a/joseph-nye-sharp-power-](https://www.voacantonese.com/a/joseph-nye-sharp-power-20180201/4234423.html)

[20180201/4234423.html](https://www.voacantonese.com/a/joseph-nye-sharp-power-20180201/4234423.html)（瀏覽日期：2018 年 3 月 16 日）

程曼麗，2015 年 3 月 25 日。〈程曼麗：從戰略層面為我國國際傳播建言獻策〉，

《環球視野》。http://www.globalview.cn/html/strategy/info_1984.html（瀏覽日

期：2018 年 1 月 20 日）

程曼麗，2015 年 9 月 24 日。〈程曼麗：從戰略傳播角度看國際傳播能力建設〉，

《察網》。<http://www.cwzg.cn/theory/201509/24932.html>（瀏覽日期：2017 年

12 月 18 日）

管淑平，2017 年 12 月 20 日。〈經濟學人：中國銳實力 滲透西方〉，《自由時報

—國際版》。<http://news.ltn.com.tw/news/world/paper/1161750>（瀏覽日期：2017

年 12 月 22 日）

盧業中，2014 年 11 月 28 日。〈十年磨一劍？從「孔子學院」在西方受挫看中共

軟實力的發展〉，《亞太和平研究基金會》。

[http://www.faps.org.tw/Pages/ArticleManage/ArticleDetail.aspx?id=60&ArticleTa](http://www.faps.org.tw/Pages/ArticleManage/ArticleDetail.aspx?id=60&ArticleTag=1)

[g=1](http://www.faps.org.tw/Pages/ArticleManage/ArticleDetail.aspx?id=60&ArticleTag=1)（瀏覽日期：2017 年 5 月 1 日）。

簡嘉宏，2014 年 12 月 20 日。〈北韓駭客挑釁 歐巴馬：換美國網軍出任務〉，《風

傳媒》。<http://www.storm.mg/article/37612>（瀏覽日期：2017 年 6 月 10 日）

〈孔子新漢學計劃〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。<http://ccsp.chinese.cn/index.html>

（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）

〈孔子學院章程〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。

http://www.hanban.edu.cn/confuciousinstitutes/node_7537.htm#nod（瀏覽日期：

2017 年 10 月 29 日）

〈志願者—關於志願者〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。

http://www.hanban.edu.cn/volunteers/node_9697.htm（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）

〈國家對外漢語教學領導小組介紹〉，《中國教育和科研計算機網》。

<http://www.edu.cn/20050721/3144266.shtml>（瀏覽日期：2017 年 12 月 9 日）

〈漢語教師—教師培養與培訓〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。

<http://www.hanban.edu.cn/teachers/index.html>（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）

〈漢語橋〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。

http://www.hanban.edu.cn/chinesebridge/node_7489.htm（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）

〈關於我們—國家漢辦〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。<http://www.hanban.edu.cn/hb/>（瀏覽日期：2017 年 11 月 29 日）

〈關於漢語考試〉，《孔子學院總部/國家漢辦》。<http://www.hanban.edu.cn/tests/>（瀏覽日期：2017 年 12 月 22 日）。

2006 年 6 月 12 日。〈海外孔子學院設置指南〉，《中華人民共和國駐日本國大使館》。<http://www.china-embassy.or.jp/chn/jyylxsjl/hyjsx/t257515.htm>（瀏覽日期：2018 年 1 月 22 日）

2007 年 10 月 23 日。〈韓國忠南大學孔子學院推出「社會元老漢語學習班」〉，《中國僑網》。<http://www.chinaqw.com/hwjy/hjxw/200710/31/93227.shtml>（瀏覽日期：2018 年 2 月 2 日）

2007 年 12 月 7 日。〈我國首家廣播孔子學院成立〉，《中國網》。

http://big5.china.com.cn/culture/txt/2007-12/07/content_9358618.htm(瀏覽日期：

2018 年 1 月 5 日)

2008 年 1 月 13 日。〈泰一大學孔子學院舉辦泰國皇宮秘書處漢語培訓班〉，《中

國僑網》。<http://www.chinaqw.com/hwjy/kzxy/200801/13/102771.shtml>(瀏覽日

期：2018 年 2 月 2 日)

2008 年 3 月 21 日。〈國務院關於議事協調機構設置的通知〉，《中華人民共和國

中央人民政府》。[http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-](http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-06/14/content_5082270.htm)

[06/14/content_5082270.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-06/14/content_5082270.htm)(瀏覽日期：2017 年 12 月 9 日)

2009 年 9 月 3 日。〈漢語國際推廣簡史：從對外漢語教學到孔子學院〉，《中國網》，

http://www.china.com.cn/international/txt/2009-09/03/content_18456777.htm(瀏

覽日期：2017 年 10 月 31 日)

2013 年 7 月 23 日。〈揭秘「一個機構兩塊牌子」 中國特色的機構編制〉，《大

公網》。<http://news.takungpao.com.hk/mainland/focus/2013-07/1779741.html>(瀏

覽日期：2018 年 1 月 20 日)

2014 年 3 月 5 日。〈政府工作報告—2014 年 3 月 5 日在第十二屆全國人民代表大

會第二次會議上〉，《中國政府網》。[http://www.gov.cn/guowuyuan/2014-](http://www.gov.cn/guowuyuan/2014-03/14/content_2638989.htm)

[03/14/content_2638989.htm](http://www.gov.cn/guowuyuan/2014-03/14/content_2638989.htm)(瀏覽日期：2016 年 5 月 24 日)。

2015 年 10 月 23 日。〈習近平出席全英孔子學院和孔子課堂年會開幕式〉，《新

華網》http://www.xinhuanet.com/world/2015-10/23/c_128347954.htm。(瀏覽日

期：2018 年 1 月 30 日)

2015 年 5 月 21 日。〈孔子學院：中國軟實力不濟之謎〉，《亞洲週刊》。[http://www.ir-](http://www.ir-basilica.com/孔子學院：中國軟實力不濟之謎/)

[basilica.com/孔子學院：中國軟實力不濟之謎/](http://www.ir-basilica.com/孔子學院：中國軟實力不濟之謎/)(瀏覽日期：2017 年 9 月 19 日)

2016 年 12 月 28 日。〈習近平：加強合作推動全球治理體系變革 共同促進人類和平與發展崇高事業〉，《新華網》。http://news.xinhuanet.com/politics/2016-09/28/c_1119641652.htm（瀏覽日期：2017 年 12 月 18 日）

2017 年 10 月 23 日。〈砥礪奮進的五年：資料看孔院（2012-2017）〉，《孔子學院總部 / 國家漢辦》。http://www.hanban.edu.cn/article/2017-10/23/content_702594.htm（瀏覽日期：2017 年 11 月 1 日）

2017 年 9 月 30 日。〈綜合消息：「孔子學院日」傳播中國文化，促進人文交流〉，《新華網》。http://www.xinhuanet.com/world/2017-09/30/c_1121754035.htm（瀏覽日期：2018 年 1 月 20 日）



貳、英文文獻

一、專書

Culbert, David H., 1986. *A Guide to the Micro Edition of Information Control and Propaganda Records of the Office of War Information*. Frederick, MD: University Publications of America.

Hartig, Falk, 2016. *Chinese Public Diplomacy: The rise of the Confucius Institute*, NY: Routledge.

Murphy, Dennis M., 2015. *Information Operations Primer*, PA: U.S. Army War College.

Paul, Christopher, 2011. *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates: Origins, Concepts, and Current Debates*, CA: ABC-CLIO.

Wallace, Rebecca, 2016. *The Confucius Institutes in The Real World*, PA: University of Pittsburgh.

Zaharna, R.S., Jennifer Hubbert, and Falk Hartig, 2014. *Confucius Institutes and the Globalization of China's Soft Power*, LA: Figueroa Press.

二、研究報告

Chodkowski, William M., 2012. *The United States Information Agency*, Washington, D.C.: American Security Project.

Defense Science Board of U.S. Department of Defense, 2004. *Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication*, Washington D.C.: Department of Defense.

Defense Science Board of U.S. Department of Defense, 2008. *Final Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication*, Washington D.C.: Department of Defense.

Department of Defense, 2009. *Report on Strategic Communication*, Washington, D.C.:

Department of Defense.

Gregory, Bruce, 2005. *Public Diplomacy and Strategic Communication: Cultures, Firewalls, and Imported Norms*, Washington, D.C.: Conference on International Communication and Conflict.

Hester, Michael, 2013. *National Strategic Communication: Back to the Future*, PA: U.S. Army War College.

Mull, Christian, Matthew Wallin, 2013. *Propaganda: A Tool of Strategic Influence*, Washington, D.C.: American Security Project.

Nakamura, Kennon H., 2010. *U.S. Public Diplomacy: Background and Current Issues*, PA: DIANE Publishing.

Policy Coordinating Committee on Public Diplomacy and Strategic Communication, 2007. *U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication*, Washington, D.C.: Policy Coordinating Committee on Public Diplomacy and Strategic Communication.

Risberg, Robert, 2008. *Improving the United States' Strategic Communication Strategy*, Carlisle, PA: U.S. Army War College.

The White House, 2010. *National Framework for Strategic Communication*, Washington, D.C.: The White House.

The White House, 2010. *National Security Strategy*, Washington, D.C.: The White House.

U.S. Department of Defense, 2001. *Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination*, Washington, D.C.: Department of Defense.

Wagner, Jessica Lauren, 2007. *“An Unpleasant Wartime Function”: Race, Film, Censorship, and the Office of War Information, 1942-1945*, College Park, MD: University of Maryland.

Weed, Matthew C., 2014. *U.S. International Broadcasting: Background and Issues for Reform*, Washington D.C.: Congressional Research Service, Library of Congress.

Whittaker, Shryll, 2013. *China's Rise and the Confucius Institutes: Chinese and American Perspectives*, NJ: Seton Hall University.

三、期刊論文

Hallahan, Kirk, Derina Holtzhausen, Betteke van Ruler, Dejan Vercic, Krishnamurthy Sriramesh, 2007. “Defining Strategic Communication,” *International Journal of Strategic Communication*. 1(1): 3-35

Hartig, Falk, 2010. “Soft Power Push or Conspiracy? A case study of Confucius Institutes in Germany,” *8th Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia in Adelaide*. 5(8): 1-14.

Hartig, Falk, 2012. “Confucius Institutes and the Rise of China,” *Journal of Chinese Political Science*. (17): 53-76.

Hartig, Falk, 2015. “Communicating China to the World: Confucius Institutes and China’s Strategic Narratives,” *Political Studies Association*. 35: 245-258.

Hughes, Christopher R. 2014. “Confucius Institutes and the university: distinguishing the political mission from the cultural,” *Issues and Studies*. 50(4): 45-83.

Liu Cheng, 2011. “A Review of Overseas Research on Confucius Institutes to Inform Future Development,” *Intercultural Communication Studies*, 20(1): 193–207.

Lutz, Ralph Haswell, 2015. “Studies of World War Propaganda, 1914-33,” *The Journal of Modern History*. 5(4): 496-516.

Maxwell, Chloe, 2015. "George Creel and the Committee on Public Information 1917-1918," *Tenor of Our Times*. 4(1): 72-83.

Maxwell, Chloe, 2015. "George Creel and the Committee on Public Information 1917-1918," *Tenor of Our Times*. 4(8): 72-83.

McFadden, Paul, 2012. "American Propaganda and the First World War: Megaphone or Gagging Order?" *e-Sharp*. Issue 19: Reality/Illusion: 1-32.

Paradise, James, 2014. "China and International Harmony: The Role of Confucius Institutes in Bolstering Beijing's Soft Power," *Asian Survey*, 49(4): 647-669.

Pinkleton, Bruce, 1994. "The Campaign of the Committee on Public Information: Its Contributions to the History and Evolution of Public Relations," *Journal of Public Relations Research*, 6(4): 229-240.

Roholl, Marja, 2012. "Preparing for Victory. The U.S. Office of War Information Overseas Branch's illustrated magazines in the Netherlands and the foundations for the American Century, 1944-1945" *European journal of American studies*, 7(2): 1-18.

Sahlins, Marshall, 2014. "Confucius Institutes: Academic Malware," *The Asia-Pacific Journal*. 12(1): 1-39.

Wu Ying, 2016. "Review of the Confucius Institutes' Strategy for the Dissemination of Chinese Culture," *Chinese Education & Society*. (49): 391-401.

四、網路資料

Blakely, Rhys, October 10 2013. "Harvard students get wise to the ancient Chinese way to success," *The Times (London)*. <https://www.thetimes.co.uk/article/harvard-students-get-wise-to-the-ancient-chinese-way-to-success-88xdhf5lj2b> (2018/2/2)

Ghazal, Mohammad, September 29 2010. "Chinese Attracts More Jordanian Learners,"

Jordan Times (Amman). <http://tag->

[capital.com/webServiceArticle/5595/clipping/Chinese-attracts-more-Jordanian-learners-](http://tag-capital.com/webServiceArticle/5595/clipping/Chinese-attracts-more-Jordanian-learners-) (2018/2/2)

Ghazal, Mohammad, September 29 2010. "Chinese Attracts More Jordanian Learners,"

Jordan Times (Amman). <http://tag->

[capital.com/webServiceArticle/5595/clipping/Chinese-attracts-more-Jordanian-learners-](http://tag-capital.com/webServiceArticle/5595/clipping/Chinese-attracts-more-Jordanian-learners-) (2018/2/2)

Gonzalez, Mike, 2015. "China's Public Opinion Warfare: How Our Culture Industry Learned to Stop Worrying and Love the PRC."

<http://www.heritage.org/asia/report/chinas-public-opinion-warfare-how-our-culture-industry-learned-stop-worrying-and-love> (Accessed 2017/5/20)

Hartig, Falk, 2015. "Africa: China's Confucius Institutes Aren't Perfect but Have Much to Offer Africa." <http://allafrica.com/stories/201512041494.html> (Accessed 2017/7/2)

Karambu, Immaculate, October 21 2010. "China Talks Mandarin to Spread Global Influence," *Business Daily (Nairobi)*.

<https://www.businessdailyafrica.com/life/society/China-talks-Mandarin-to-spread-global-influence/3405664-1036604-bw1m93/index.html> (2018/2/2)

Lemos, Gerard, September 10, 2012. "What Keeps the Chinese Up at Night," *The New York Times*. <http://www.nytimes.com/2012/09/10/opinion/what-keeps-the-chinese-up-at-night.html> (Access 2018/2/2)

Lomova, Anastasia, 2016. "The Strategic Communication of China in Africa."

<http://web.isanet.org/Web/Conferences/CEEISA-ISA-LBJ2016/Archive/ca1266ef-c919-40fa-a19a-e058120cbcbb.pdf> (Accessed 2017/10/15)

Mizrachi, Diane, 2015. "The Rise and Demise of the United States Information Agency Libraries."

https://www.researchgate.net/publication/267820342_The_Rise_and_Demise_of_the_United_States_Information_Agency_Libraries_Introduction (Accessed 2017/9/21)

Murphy, Dennis M., 2008. "The Trouble with Strategic Communication(s)."

http://www.au.af.mil/info-ops/iosphere/08winter/iosphere_win08_murphy.pdf (Accessed 2017/5/20)

National Endowment for Democracy, December 5, 2017. "Sharp Power: Rising Authoritarian Influence." [https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Sharp-](https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-Full-Report.pdf)

[Power-Rising-Authoritarian-Influence-Full-Report.pdf](https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-Full-Report.pdf) (Accessed 2018/3/1)

Nye, Joseph S., January 24, 2018. "How Sharp Power Threatens Soft Power," Foreign

Affairs. <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2018-01-24/how-sharp-power-threatens-soft-power> (Accessed 2018/2/1)

Ren, Zhe, 2012. "The Confucius Institutes and China's Soft Power."

https://ir.ide.go.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=37844&item_no=1&page_id=26&block_id=95 (Accessed May 20, 2017)

Rogers, Benedict, November 1, 2017. "In the Name of Confucius: How China Is

Invading Western Universities with Communist Propaganda," Huffington Post.

http://www.huffingtonpost.co.uk/ben/in-the-name-of-confucius-b_14104430.html

(Accessed 2018/3/23)

Schmidt, Peter, OCTOBER 17, 2010. “At U.S. Colleges, Chinese-Financed Centers Prompt Worries About Academic Freedom,” The Chronicle of Higher Education.

<https://warpweftandway.com/images/2010/10/at-u-s-colleges-chinese-financed-centers-prompt-worries-about-academic-freedom-faculty-the-chronicle-of-higher-education1.pdf> (Accessed 2018/2/1)

The Economist, December 14, 2017. “How China’s “sharp power” is muting criticism abroad.” [https://www.economist.com/news/briefing/21732545-and-stealthily-](https://www.economist.com/news/briefing/21732545-and-stealthily-trying-shape-public-opinion-its-favour-how-chinas-sharp-power-muting)

[trying-shape-public-opinion-its-favour-how-chinas-sharp-power-muting](https://www.economist.com/news/briefing/21732545-and-stealthily-trying-shape-public-opinion-its-favour-how-chinas-sharp-power-muting) (Accessed 2018/3/2)

Wikipedia, 2016. “Office of the Coordinator of Information.”

https://en.wikipedia.org/wiki/Office_of_the_Coordinator_of_Information

(Accessed 2017/9/10)

Wikipedia, 2017. “Peace dividend.” https://en.wikipedia.org/wiki/Peace_dividend

(Accessed 2017/9/23)

Wikipedia, 2017. “United States Office of War Information.”

https://en.wikipedia.org/wiki/United_States_Office_of_War_Information

(Accessed 2017/9/10)