

# 软权力：美国霸权的挑战与启示

刘德斌

(吉林大学 历史系, 吉林 长春 130012)

**摘要：**冷战后美国“一家独霸”成为国际战略格局的突出特征，但我国对美国霸权的研究却基本上仍停留在冷战前的水平上。“软权力”研究为剖析美国霸权的特性提供了一个新的切入点。与以经济和军事实力为主要内容的“硬权力”不同，“软权力”是价值观念、生活方式和社会制度的吸引力和感召力，是建立在此基础上的同化力与规制力。美国“软权力”在冷战后的迅速扩张加剧了全球化进程中的“美国化”现象，同时也改变了大国之间竞争的方式和主题，从而对其他国家，包括其他西方大国，提出了历史性挑战。

**关键词：**软权力；全球化与美国化；美国霸权；挑战；启示

**中图分类号：**D51 **文献标识码：**A **文章编号：**0257-2834(2001)03-0061-08

冷战后，美国“一家独霸”成为国际战略格局的突出特征，美国霸权与冷战后国际战略趋势的研究也就自然成了各国学术界关注的焦点，相关论著不断涌现。有学者把美国描绘成“孤独的超级大国”，虽然实力最为庞大，但在冷战后民族与地区冲突连绵不断的世界上也难有作为；有的则认为，冷战结束后，世界开始进入“第二个美国世纪”，美国的“单极”主导将比“两极”和“多极”世界更为稳定。在我国，近年来也有不少相关研究成果问世。但是，这些成果大都集中于“单极”与“多极”的讨论上，鲜有对美国霸权的深层次探讨。1999年科索沃战争发生和中国驻贝尔格莱德大使馆被炸之后，我国学者对美国霸权的研究更是集中于对美国强权政治的道义批判，而缺少对演变中的美国霸权的深层次分析。可以说，冷战结束以来我们对美国霸权的认识并没有取得实质性的进展，基本上仍停留在冷战前的水平上。

“软权力”研究为我们深入剖析美国霸权的特性提供了一个新的切入点。实际上，

收稿日期：2001-03-26

基金项目：国家社会科学基金（00BSS004）

作者简介：刘德斌（1957-），男，吉林长春人，吉林大学历史系教授。

在当今这样一个全球化和信息化的时代，美国霸权已经不仅仅体现在它在经济上和军事上的优势地位，更体现在美国大众文化、价值观念和生活方式对全世界的影响和渗透上。换言之，更体现在冷战后美国“软实力”的迅速膨胀与无形扩张上。软权力的迅速膨胀和无形扩张加剧了全球化进程中的“美国化”现象，改变了美国霸权的最初形式，同时也改变了大国之间的竞争方式和主题，对其他国家，包括其他西方大国，提出了前所未有的挑战。本文的目的就是试图对美国的“软实力”进行系统的分析和讨论，深化我们对美国霸权构成的认识，从而为我国对美中长期战略的制定提供新的思考。

## 一、约瑟夫·奈与“软实力”说的由来

顾名思义，“软实力”（Soft Power）是相对于“硬权力”（Hard Power）而言的。最早明确提出这一概念的是美国前负责国家安全事务的助理国防部长、现哈佛大学肯尼迪政府学院院长约瑟夫·奈（Joseph Nye）。他是 80 年代美国“衰落论”的反对者。在保罗·肯尼迪（Paul Kennedy）1987 年《大国的兴衰》挑起的辩论中，“衰落论”无疑在美国和国际学术界占主流地位。但约瑟夫·奈却认为美国的力量并没有衰落，而是其本质和构成正在发生变化。他在 1990 年出版的《注定领导：变化中的美国力量的本质》（Bound to Lead: The Changing Nature of American Power）一书中，明确提出了“软实力”概念。这本书的中译本题为《美国定能领导世界吗》，1992 年由我国的军事译文出版社出版，但在我国的影响远远没有保罗·肯尼迪《大国的兴衰》大。《大国的兴衰》在我国被好几家出版社翻译出版，保罗·肯尼迪也由此在中国学术界名声大噪。当时在我国了解约瑟夫·奈及其观点的人却不多。换言之，我国学术界多数人接受了保罗·肯尼迪的观点，相信美国同历史上的霸权国一样，已经被它过度的军事扩张耗尽了精力，不可避免地走向衰落了。[1]

在《美国定能领导世界吗》一书中，约瑟夫·奈认为，美国在当今世界上不仅拥有经济和军事等“硬权力”优势，而且还有文化、价值观和国民凝聚力等“软实力”优势。硬权力是通过经济胡萝卜或军事大棒威胁利诱别人去干他们不想干的事情；软实力是通过精神和道德诉求，影响、诱惑和说服别人相信或同意某些行为准则、价值观念和制度安排，以产生拥有软实力一方所希望的过程和结果。归根结底，“软实力”是价值观念、生活方式和社会制度的吸引力和感召力，是建立在此基础上的同化力与规制力。他指出：“同化式实力的获得靠的是一个国家思想的吸引力或者是确立某种程度上能体现别国意愿的政治导向的能力……这种左右他人意愿的能力和 文化、意识形态以及社会制度等这些无形力量资源关系紧密。这一方面可以认为是软力量，它与军事和经济实力这类有形力量资源相关的硬性命令式力量形成鲜明对照。”[2]（P25）这是约瑟夫·奈关于“软实力”问题早期最完整的表述。

冷战结束后，美国不仅成了惟一的超级大国，而且实力迅速膨胀，影响蔓延到世界各地。曾经流行于一时的美国“衰落论”衰落了，但约瑟夫·奈仍然不断发表文章，强调“软实力”的重要性，特别强调软实力在信息化时代的重要战略意义。他在 1999 年初《时代》周刊一篇题为《软权力的挑战》中又说：“软实力是一个国家的文化与意识

形态诉求 (Appeal)。它是一种通过吸引力而不是强力获得理想结果的能力。它是通过让别人信服他们应该跟随你或让他们同意那种能够产生你所需要的行为的标准 (Norms) 和制度 (Institutions) 来工作的。软权力在很大程度上依赖信息的说服力。如果一个国家可以使它的立场在其他人眼里具有吸引力, 并且鼓励其他国家依照寻求共存的方式加强界定它们利益的国际体制 (Institutions), 那么它无需扩展那些传统的经济和军事资源。在今天这个全球信息时代, 软权力变得越来越重要。” [3] 在同年《外交》杂志的 7—8 月号上, 他又以《重新界定美国国家利益》为题再次提醒美国的决策者: “我们的价值观念是重要的软权力资源。硬权力和软权力都是必不可少的, 但在信息时代, 软权力正变的比以往任何时候更有影响力。” [4]

奈的“软权力”说在冷战结束后得到了许多人的认可。如日本有学者就认为日本与美国的差距不仅表现在经济和军事实力上, 更表现在日本软权力的匮乏上。日本也号称自己是民主国家, 但却由自民党一党长期执政, 其领导人的更迭, 同时也是日本首相的更迭往往取决于自民党内部的派系争斗, 而不是选民选举的结果。日本在世界上的“民主”形象由此大打折扣。“没有对自己的公民都没有吸引力的软权力可以吸引其他国家。我们生活在一个这样的时代, 作为一个民族, 一国国内政治形象对其国际影响有重要作用。有鉴于这样一种国际现实, 我们对日本的政治必须采取更加严肃的态度。” [5]

依笔者所见, 所谓的“软权力”并不是什么新东西。它实际上是一个国家或民族的吸引力或魅力之所在。这种魅力或吸引力自古有之。古代中国不曾出兵占领周边国家, 但却对它们拥有巨大的影响力, 以致于形成了一个以中国文化为核心的“儒家文化圈”。这一方面在于古代中国高度发达的物质文明, 另一方面更在于中国文化及生活方式等对周边民族和国家具有强烈的吸引力和“同化式力量”。马可·波罗笔下神奇的中国, 何尝不是当时西方人向往的乐土? 何尝不是哥伦布等人冒着生命危险远涉东方并最终发现了“新大陆”的精神动力? 但是, 在那个交通阻隔、信息闭塞和区域割据的时代, 民族、国家和区域之间的相互影响是非常迟缓和有限的。古代中国的“软权力”也就难以和现今美国的软权力相提并论, 难以发挥今日之作用。从这个意义上讲, 美国的软权力是现代的产物, 特别是信息化时代的产物。不过, 美国的软权力系统地体现在哪里? 为什么美国能在“软权力”的竞争中占有优势? 约瑟夫·奈并没有细说, 其他西方学者也没有系统的论述。而对我们中国人来说, 这或许是更重要的。

## 二、美国“软权力”的表现形式

和军事打击与威慑或经济封锁与制裁等“硬权力”的形式与手段不同, 美国“软权力”的表现形式往往是温和的、无形的、甚至是低俗的, 但它的内容却比“硬权力”更为丰富和复杂, 它的影响力也比硬权力丰厚和久远。美国的软权力既与别国平民百姓的日常生活联在一起, 同时又能对一个国家的国际行为和世界秩序形成制约, 因而它值得我们深入、细致地考察和分析。根据笔者的初步研究, 美国的软权力似乎可以分成这样几个层次:

首先是美国在生活和娱乐方面对世界其他国家和地区无所不在的影响和渗透, 这可

以说是美国软权力的基本形式。比如在餐饮方面，尽管美国没有“法式大餐”和“满汉全席”那样的经典，但可口可乐汽水和麦当劳快餐却风靡全世界，甚至改变了许多国家和地区的饮食习惯。在服饰方面，纽约虽然是世界时装界的一个主要舞台，但巴黎、罗马和伦敦在世界时装界的地位都不比纽约低，甚至在某些方面还超过了它。但是，美国T恤衫、牛仔裤加旅游鞋的休闲式着装却传染给了全世界，成为全球男女不分、老少皆益的着装时尚。美国的影视产品对全世界影响更大。好莱坞制造的充满英雄气概、情欲吸引和暴力刺激的电影电视，主导着全球影视市场，成为世界上多数国家观众的精神食粮。据统计，美国好莱坞影视产品的产量只占全球产量的5%—6%，但却占全球电影放映时间的50%—60%。好莱坞的奥斯卡奖（真名为电影艺术与科学学院奖）在全世界各类电影大奖中鹤立鸡群，已经等同于全球电影业的最高奖。不仅美国，而且其他国家的演员、导演和制片人等都以能够在好莱坞立足并夺得奥斯卡奖为最高的奋斗目标。与此同时，美国还是全球动画片制作的王国。从最初的《米老鼠与唐老鸭》到《狮子王》，美国迪斯尼的动画片风靡全世界。战后以来，许多国家一代又一代少年儿童都是看着美国迪斯尼的动画片长大的。此外，美国的音乐、舞蹈、体育乃至玩具（如芭比娃娃）等都在全世界发挥着领导潮流的作用。总之，从《魂断蓝桥》到《泰坦尼克》，从普莱斯利到杰克逊，从麦当劳到肯德基，无论你生活在那里，无论生活还是娱乐，到处都可以发现美国的影子。

其次是美国对人们学习和工作环境的塑造和对国际行为规范的设定，这可以说是美国软权力的中级形态。计算机革命发源于美国，现在成了世界各国男女老少学习和工作必不可少的工具，并在改变着人们传统的学习和工作方式。尽管在计算机硬件制造技术方面日本等国家取得了不小的成绩，但计算机软件仍然是美国人的一统天下。只要我们打开计算机，我们实际上就进入了一个美国人设计的学习和工作程序；只要我们进入因特网，我们就与美国人的或美国人发明的学习和工作环境联在了一起。美国教育，特别是高等教育，被视为素质教育和创新能力培养的楷模，不但是世界上许多国家效仿的对象，而且美国大学因而成为各国留学生的首选。每年全世界大约1/3的留学生涌向美国。为了跟上信息革命的步伐，为了能在世界上最好的大学里接受教育，英语成为一代又一代非英语国家青年学子必备的工具。多少学生为了通过TOEFL和GRE而呕心沥血！但语言不仅仅是求知的手段，更是观念的载体。美国人的生活方式和价值观念伴随着英语的全球性普及而蔓延到其他国家亿万青少年的心里。美国的媒体更是全世界最庞大和完整的信息制造与传播体系。除了好莱坞的影视之外，从电视、广播、报纸、杂志到通讯社和因特网，美国在各传媒领域都占有巨大优势。它们不但在美国政治中拥有重要影响，被称作行政、立法和司法三权以外的“第四势力”，而且在国际政治中也发挥着任何一个国家都不能小视的作用。《纽约时报》、《时代周刊》、《美国之音》、美国有线电视新闻网（CNN）等等，这些都是美国的传媒，但又以全球为市场，都能在世界范围内制造波澜，呼风唤雨。作为一种新兴的传媒手段，因特网不仅是美国人的发明，更是美国人的天下。而时代—华纳集团与美国在线的联姻，又使美国在新一轮媒体大战（也是媒体革命）中走在了前面。美国传媒不仅把美国的生活方式和价值观念传播到全世界，而且还利用自身的能量制约国际关系重心，影响国际政治的议程。我们以往称美国

为“超级大国”，主要指的是它在经济和军事方面的强大力量，而忽视了它在其他方面的影响力。美国也是一个传媒超级大国，有人据此指其为“传媒帝国主义”。

美国软权力的中级形态还有两种表现形式。二战以来，人类重大的科学技术发明大都由美国人或其他国家在美国工作的人完成的。这些发明和创造不仅带动了整个人类社会的发展和进步，同时也张扬了美国的文化或精神力量。与此同时，在哲学和经济学、政治学、管理学、心理学、社会学和国际政治学等许多社会科学领域，美国学术界的影响也是无所不在，甚至独领风骚，这使其他国家的大学和研究机构都不得不把美国的理论和学说作为主要的学习和研究对象，因而也不可避免地接受美国的影响。另外，美国软权力的中级形态还表现在它左右世界经济和国际组织规则的制定上，联合国、WTO、国际货币基金组织和世界银行等都是美国人思想的产物，同时美国也一直在其中发挥着主导作用。

第三是“天赋使命”的神话与“美国第一”的传奇，这不仅是美国人的精神动力，也是其软权力的最高形态。美国最初是由那些在欧洲旧大陆遭受迫害的清教徒缔造的。他们中的许多人在旧大陆并不是一贫如洗，但为了实现自己的信仰，他们甘愿放弃那里的一切而远涉重洋，到新大陆来寻找实现理想的“净土”。他们认为自己是“上帝的选民”，北美大地是“新的耶路撒冷”，是圣徒马太在其福音书第五章中记载的“山颠之城”，他们负有一种改造世界的特殊的历史使命。这种思想在美国根深蒂固，源远流长，甚至美国人制定1787年宪法时，竟认为他们不仅是在给自己新生的国家制定宪法，而且也在给整个人类树立榜样。建国后，美国在不到200年的时间里，由一个弱小的殖民地，发展成超级大国，并两次拯救欧洲于战火，逼垮苏联在政治、经济、军事和文化等方面的全方位挑战，似乎验证了当年新教徒们的预言，进一步增强了美国人“驾驶世界自由方舟”的信心和勇气。美国以世界领袖自居，以自由、民主和人权的卫士和代言人标榜自己，及至举起“人权高于主权”的大旗，其思想和精神盖源于此。尽管许多国家，包括俄罗斯和法国等西方一些大国，对美国的颐指气使、强权政治和文化侵略持强烈的反对态度，但却不得不认同美国所倡导的价值观念与社会制度。这在无形中进一步滋长了美国软权力的影响力和美国领导人的霸气。

值得指出的是，美国软权力的扩张与美国文化和产品在全球的泛滥同步。从麦当劳到牛仔裤，美国的产品（服务）亦即美国的文化；从好莱坞大片到《读者文摘》类的通俗读物，美国的文化就是美国的产品。美国的文化/产品泛滥全球，其他国家的消费者在品尝麦当劳时享受的是美国的文化，在观看《泰坦尼克》时消费的是美国的产品。物质变精神，精神变物质，消费者在接受美国价值观念和生活方式熏陶的同时还要交上大笔的费用，充实美国人的腰包和国库，这也是美国霸权的高明之处。

### 三、“美国化”和“软权力”的挑战与启示

冷战后美国软权力迅速扩张加剧了全球化进程中的“美国化”现象，从而对其他国家提出了一种历史性挑战。

“美国化”（Americanization）最初的基本含义指的是来到美国的移民接受美国的价

价值观，了解美国的政府结构，学习英语和美国生活习俗的过程。实际上，迄今权威的学术词典仍然是这样给“美国化”下定义的。如大英百科全书将 Americanization 解释为“那些为准备完全成为美国公民的外国出生的居民而设计的活动。它的目的不仅意味着实现了归化的目标，并且表示理解和承诺遵守美国生活的准则。”[6] 但 20 世纪 70 年代以来，已经开始用“美国化”来形容美国政治、经济、特别是文化对其他国家和地区的影响和渗透，乃至改变了当地的生活习俗、价值趋向和社会制度的一种社会现象。90 年代之后，更有人把“全球化”称之为“美国化”。[7] 美国化的表现至少包括这样几个方面：

首先，一个国家的社会生活被全面打上了美国的烙印，乃至该民族的特征正在逐渐消失。这方面最突出的例子就是加拿大。毗邻美国的加拿大是美国化最深的“受害者”。在加拿大，电影院里上映的电影，电台和电视台里播放的音乐和电视剧，报摊上出售的报刊和书籍等等，绝大部分都来自美国。战后以来，一代又一代的加拿大青年人都是“穿着牛仔裤，嚼着口香糖，喝着可口可乐，看着好莱坞电影”长大的，其他国家的人已经看不出加拿大人与美国人还有什么两样。正因为如此，加拿大人才对被美国化有一种深切的体会和沉重的危机感，有人担心在未来的 25 年内，加拿大是否还有能力作为一个独立国家存在，或事实上成为美国的第 51 州。甚至 15 年来一直充当加拿大民族主义代言人的加拿大人委员会主席莫德·巴洛都悲哀地宣布：“捍卫加拿大特性的斗争已经基本结束。”[8]

其次，转型国家对美国价值观念、社会制度和生活方式的接受与模仿。冷战结束后，有相当一批前社会主义国家和发展中国家放弃了原来的社会体制，转而采取美国倡导的市场经济与民主制度，美国的文化产品也由此得以长驱直入这些新兴市场。同冷战期间相比，美国软权力影响的范围更广，渗透的程度更深了。对这些国家来说，美国是一种必须学习的榜样，是一种值得跟进的楷模，尽管没有一个国家具备美国那种之所以成为美国的历史与现实基础。在俄美两大国之间，情况也发生了实质性变化。尽管两国现在依然互为战略对手，但它们在意识形态上已经没有根本分歧，这就为未来两国关系的根本转变创造了一个重要的前提。我们不能不说这是美国软权力扩张的胜利。

第三，全球化进程中的美国化色彩。前两种美国化现象，都是在全球化这样一个大背景下发生的。90 年代以来，世界全球化的进程明显加快，而美国又是全球化进程中的主力。借助于全球化的诸种推力，美国化得到了进一步的张扬。首先，由于 90 年代美国经济中心作用的不断强化，世界经济的美国化现象越来越明显。以索尼为例。索尼本是一家日本公司，随着日本经济的膨胀而扩张到全世界。但与此同时，它也被愈益国际化和美国化了。索尼的国际行政会议不是在东京而是在纽约开会。索尼的官方语言不是日语而是英语。从 1990 年开始，索尼美国部分售出的产品就超过了它的日本部分。之后差距逐年增加。1999 年索尼在美国的资产跃至 140 亿美元，是其全球资产的 1/3 还多。如果把索尼美国股份公司单列出来，那么它在 1999 年《财富》500 强中将名列第 58 位。它的董事长米奇·舒豪夫（Mickey Schulhof）和大多数他下属的行政负责人一样，是土生土长的美国人。在索尼美国股份公司名下索尼美国工程与制造公司（SEMA）的 1 万名职工中，只有 179 名是日本人，而且其数量仍在减少。[9] 其次，美国在世界经

济中的发言权，特别是左右导向和制定规则的权力明显加大了。明显的例子是 1997 年东南亚金融危机发生后，受灾国只有按照国际货币基金组织的要求改革本国的财政与货币政策才能获得援助，而这些改革的要求都是按照美国的意见制订的。第三，最重要的是，全球化以全球各地区的信息化和网络化为主要标志，而美国在这一进程中发挥着主要作用。美国对其他国家和地区直接与间接的影响也就可想而知了。

冷战后美国化现象的加剧是美国软权力急剧膨胀的结果，同时也是美国霸权无形扩张的基本标志。新形势下的美国霸权给我们以诸多挑战和启示：

首先，美国已经不同于以往历史上的其他霸权国，差别就在于美国不仅积累起了庞大的物质力量，保持着强大的硬权力资源，而且还借助其特殊的文化与历史背景，庞大的传媒体系和信息革命的有力推动，构造起强有力的精神或文化力量，开拓出丰富的软权力资源，从而使美国霸权不仅具有强大的物质上的威慑力量，而且还具有无所不在的精神上的穿透力。从历史的发展角度看，美国既是工业革命时代的最后一个霸权国，同时也是信息革命时代的第一个霸权国。

其次，尽管冷战后地区冲突接连不断，但大国之间的竞争将越来越集中于知识战领域，并越来越表现为“软权力”之争。软权力正在成为所谓“综合国力”的核心部分。尽管美国一国的核武器就可以把地球毁灭十几次，但好莱坞对世界各国平民百姓的影响远比美国的军事力量大；尽管奥尔布莱特前国务卿富有学识、魅力和传奇色彩，但她在各国青年人中远没有麦当娜受欢迎，得人心；没有了克林顿的美国仍旧是往日的美国，但是没有了比尔·盖茨的美国似乎就缩水了许多；没有了好莱坞和麦当劳、微软和英特尔的美国似乎就不再是美国了。美国对软权力的发挥开辟了大国权力竞争的新时代。可以说，“软权力”使传统意义上“霸权”的内涵与外延同时扩大化和复杂化了。“硬权力”可以被看成是“软权力”的基础，但只是其基础的一部分；而软权力的膨胀却扩张了“硬权力”的威力，并给美国霸权披上了情与理的外衣。

第三，“美国化”是美国软权力的战略辐射和无形扩张；它与现阶段的全球化进程相互推动，把美国的影响渗透到地球的每一个角落，美国由此成为真正意义上的全球性霸权国；是被迫接受一个“美国化”了的“全球化”，还是开拓一个多元化的全球化？世界面临挑战。

第四，美国“软权力”对中国的挑战尤其尖锐。中国是当今世界各大国中惟一坚持共产党领导和社会主义道路的“异类”，美国软权力对中国的挑战尤其针对性，并因得到其他大国赞同而获得额外的“推力”；中国本身正处于市场开放、观念更新、社会转型和文化重塑这样一个特殊的历史时期，美国“软权力”由此获得了向一个即将崛起的古老的东方大国渗透的有利时机。中国在 21 世纪不仅要在物质上彻底摆脱贫穷落后的面貌，而且还必须在文化上，在传统文化与现代文化、外国文化与中国文化、高雅文化与大众文化的交锋与磨合中再造一个自我，才能够焕发出我们软权力的优势来，才能够在美国化和全球化的冲击之下立于不败之地。

总之，美国软权力的扩张改变了新世纪大国竞争的方式和主题，并把我們一直强调的精神文明建设置于事关我们民族特性兴衰存亡的境地。我们在不断增强物质上“硬权力”的同时，千万不能放松对我们新时期“软权力”的扶植与培育。美国化可以说是全

球化进程中一个不可避免的历史现象，但美国霸权同样也难逃历史规律的制约。我们对美国化盲目地接受和势不两立在战略上都不可取。美国的有识之士已经对美国本土的“文化战争”忧心忡忡，“美国化”在其本土正面对“空心化”（表现为美国 WASP 主流文化价值观的流失和变形）的挑战和威胁。美国化浪潮最终将消失在全球多元文化整合的汪洋大海里。

参考文献：

- [ 1 ] 保罗·肯尼迪. 大国的兴衰：1500—2000 年的经济变迁与军事冲突 [ M ] . 北京：求实出版社，1988
- [ 2 ] 约瑟夫·奈. 美国定能领导世界吗 [ M ] . 北京：军事译文出版社，1992
- [ 3 ] Joseph Nye. The Challenge of Soft Power [ J ] . Time Magazine, Feb. 22, 1999.
- [ 4 ] Joseph Nye. The Redefinition of National Interest [ J ] . Foreign Affairs, July—August, 1999.
- [ 5 ] Kiyoshi Sugawa. Asahi Shimbun (Tokyo), April 25, 2000 [ DB/OL ] . <http://www.brook.edu/views/op-ed/fellows/20000425.html>
- [ 6 ] Americanization [ DB/OL ] . <http://www.britannica.com/bcom/eb/article/4/0,5716,6224+1+6140,00.html>
- [ 7 ] Marie Amalbert. Globalization means Americanization [ DB/OL ] . <http://www.ruthvilmi.net/forums/iwer1t2/messages/10009.php3>.
- [ 8 ] The Americanization of Canada [ N ] . Washington Post, Sep. 5, 2000
- [ 9 ] Joe Flower. Americanization of Sony [ DB/OL ] . [http://www.wired.com/wired/archive/2\\_06/sony.html](http://www.wired.com/wired/archive/2_06/sony.html)

责任编辑：刘文山

## SOFT POWER: the Challenges and Suggestions from American Hegemony

Liu Debin

(*Department of History, Jilin University, Changchun, Jilin, 130012*)

**Abstract:** the Sole Hegemony of the United States becomes the prominent mark for the strategic situation after the Cold War, but the research in China on the American hegemony is basically staying on the level before the end of the Cold War. The studying of the “soft power” opens a new point for exploring the nature of American hegemony. Different from the “hard power” such as economic and military establishment, the “soft power” means the attractiveness and inspiration of the values, life style and social arrangement, and the capability of the assimilation and rule-making based on them. The fast expansion of the “soft power” after the Cold War promoted the “Americanization” in the process of the globalization, changed the way and the subject of the power competitions, and put an historical challenges to all of the major countries, including the Western ones.

**Key Words:** Soft Power; Globalization and Americanization; American Hegemony; challenges; suggestions