

文化研究与文化建设

美国霸权文化安全理念及其文化扩张战略*

涂成林 刘纯强 黄旭

[摘 要] 剖析美国文化安全管理模式和政策体系的构成特征,可以发现美国以霸权文化为特征的国家文化安全理念包含着“国家利益最大化”导向、追求文化绝对安全等基本内容;通过研究美国推行文化扩张战略的主要手段和特征,可以揭示出意识形态输出是美国文化扩张的核心内容。

[关键词] 美国 霸权文化 文化安全理念 文化扩张战略

[中图分类号] G112 [文献标识码] A [文章编号] 1000-7326 (2013) 09-0025-06

美国依恃其强大的政治、经济、科技、文化实力,在国际上实施“单边主义文化战略”,不断向他国进行文化渗透和文化侵略,对世界各国文化安全构成了极大威胁,是当今世界霸权文化群体的典型代表。同时,美国政府虽然对本国文化市场采取自由开放的政策,但当前还没有哪一种外来文化能真正威胁到美国的文化安全,使之成为国际上唯一的文化单向攻击性国家。因此,研究美国霸权文化安全理念,分析其实施文化安全的具体战略,对于我国预防和抵制霸权文化的侵袭,构建我国的文化安全战略具有重要意义。

一、美国文化安全管理模式与政策体系分析

美国是世界上唯一没有设立文化部的国家,既没有专门的文化立法,也没有具体的文化发展政策。美国政府文件中,甚至很少使用“文化”一词,全球通用的“文化产业”概念到了美国被改成“信息产业”或“娱乐产业”。^[1]对于这种现象,美国外交史学家弗兰克·宁柯维奇(Frank Ninkovich)如此解释:“美国人对‘官方文化’历来比较反感,对文化的政治控制有根深蒂固的敌视,所以他们从来就没有整体上接受政府与文化与信息有紧密的联系。”换言之,政府对文化表面上的漠不关心实际上满足了美国人的自由主义立场,“持自由主义理念的美国人认为政府(对文化的——引者注)角色应适当,他们对意识形态的抵制有很深的历史根基。”^[2]当然,这并非说明美国政府不重视文化安全问题,相反,美国已形成了独特而又有效的文化安全管理机制与政策。

一方面,美国重视建构包括文化安全在内的国家安全咨询机制,使之成为国家机制的顶层设计。在

* 本文系国家社会科学基金项目“维护国家文化安全的综合研究”(11BKS036)、广东省高校人文社科一般项目(11WYXM041)、广州市哲学社科“十二五”规划2011年度课题(11Y77)、广州市羊城学者首席科学家培养项目(12A013S)的阶段性成果。

作者简介 涂成林,广州大学广州发展研究院研究员、博士;刘纯强,广州大学公民与政治教育学院研究生;黄旭,广州大学广州发展研究院副教授、博士(广东 广州,510405)。

美国，文化安全政策的决策是国家安全委员会（National Security Council，简称 NSC）的职责。NSC 由美国总统直接领导，其成员有副总统、国务卿、国防部长、中央情报局局长、参谋长联席会议主席、总统国家安全顾问、财政部长、国土安全部长等人，主要职责是统一有关美国国家内政、军事、外交及文化政策，随时向总统提出事关国家安全的建议。该机构每年都要对国家的安全形势进行评估，并提出今后国家安全的重点。每届总统都会在其任期内发布一份《国家安全战略报告》，评估军事、政治、经济及文化等方面的国家安全问题，提出未来的指导性政策。

另一方面，美国把对其“独特的”价值观和文化的保护作为实施国家安全战略的重心。“9·11”事件之后，时任总统布什在 2002 年发布的《国家安全战略报告》中指出，美国国家安全现在面临的严重威胁是“激进主义和技术的结合”，提出先发制人打击恐怖主义。而“在打击全球恐怖主义的战争中，我们永远也不要忘记我们的终极目标为保卫我们的民主价值观念和生活方式而战。”在美国看来，促进全球自由市场与贸易，传播美国的价值观，可以改善美国的安全环境。因此，美国《国家安全战略报告》明确提出，“美国要利用历史机遇在全球扩展自由的福祉。我们要积极地把民主的希望、发展、自由市场和自由贸易推向世界的每一个角落。”这份《国家安全战略报告》发布后，美国还新成立了国土安全部，并在其中设立了国土安全文化局。首任部长汤姆·里奇认为，“在文化领域，安全问题十分重要。我们必须从另外一个角度思考安全问题。恐怖分子不仅是怀揣炸弹的人。思想与文字同样会对我们的安全造成严重影响”。^[3]国土安全文化局随即发布了美国文化安全的四大战略：（1）促进、培育文化生产，彰显伟大的美利坚民族的自由和力量；（2）引导、建议文化领域的领导人和管理者与我们一道加入这场反恐战争；（3）利用文化生产的广泛影响和力量，向国内和国外的人们宣传美国是这个地球上最伟大的国家；（4）监督、限制，在必要时关闭与恐怖组织有联系或可能对国家安全产生危害的文化组织和公司。^[4]

综上所述，美国不仅设立了国家安全委员会这一其他国家所没有的、最高级别的文化安全领导机构；而且建立了其他国家所没有的、最强大的文化安全政策执行体系，这个执行体系包括了国务院、国土安全部、中央情报局等关键部门，这些部门负责国家文化安全政策的具体制订与实施，在对外文化交流、意识形态渗透、国内文化安全防护等方面各司其职。美国还建立了其他国家没有的、高级别的国家文化安全战略制订与评估体系，历届美国政府都会发布《国家安全战略报告》，其中既包含系统的文化安全战略设计，也包括具体的安全评估和实施策略，成为维护美国文化安全的战略理念和实施依据。显然，没有文化部的美国实际上具有无所不包的文化安全政策，充分说明了“美国的‘文化政策’却渗透于它的国家整体战略和政治、外交、军事、经济和贸易政策之中。在这个意义上可以说，美国的文化政策无处不在。”^[5]

二、美国国家文化安全的核心理念剖析

通过对美国文化安全管理模式的深入解析，对美国文化产业政策、国内文化市场管理政策、文化外交政策、国际文化贸易政策、信息安全政策等方面的历史考证，可以清晰看出美国国家文化安全主要有以下几个核心理念。

（一）以“国家利益最大化”为文化安全政策的导向

纵观美国历届政府的文化安全政策的形成、演变和修订，可以发现美国的文化安全理念都是以国家利益最大化作为其基本的出发点。比如，美国在 1950 年加入联合国教科文组织的《教育、科学和文化物品进口协定》时，就坚持要保留不进口可能对本国文化产业发展构成损害的文化商品权利的条款，其目的是保护当时美国一些还不具备国际竞争优势的文化产业。而到了 20 世纪 80 年代，当美国文化产品在国际市场取得垄断地位的时候，美国便立即抛弃“文化例外”的说辞，高举文化自由贸易大旗，并且为争取更大的经济利益频频利用国际贸易争端解决机制对别国的文化贸易保护政策提起诉讼。

（二）将文化安全置于国家安全的总体战略布局之中

美国是世界上最早将文化安全纳入国家安全战略中的国家，而且在一定程度上形成了文化安全的举国体制。一方面，美国政府的关键部门如国务院、商务部、国土安全部、国防部、中央情报局等都参与了文化安全战略的制订；另一方面，这些部门在文化外交、文化贸易、国内文化安全管控、信息安全等方面各司其职，分工协作，各种在政府支持下成立的文化基金会也广泛参与其中，形成了一个资源庞大的文化安全管控体系和举国机制。

同时，美国政府会根据国际文化安全形势的变化，随时调整政府文化安全主管部门的职能，甚至成立新的部门以应对文化安全危机，确保国家文化安全保障体系高效运行。例如，2001年，为了应对伊斯兰极端组织对美国本土的文化安全威胁，美国成立国土安全部国土安全文化局；2011年，为了应对越来越严重的信息安全局势，美国国防部又计划成立专门的“信息部门”，以保护战略性资产和信息系统免遭黑客攻击。

（三）实行“差异化”的国家文化安全保护政策

美国总喜欢标榜其对文化市场的开放性发展与管控政策，政府将文化视为与钢铁、汽车一样的普通商品，不再对文化产业采取特殊的保护政策；他们甚至认为，以国家政策的方式对文化发展做出规划、引导、扶持，其实是对个人表达自由的一种干涉，不利于文化的发展，因此，美国政府对文化市场的监管方式与其他门类无异。政府尽量减少对文化发展的政策干预，着眼于为文化企业的活动和个人文化创作提供一个公平竞争的舞台。

另一方面，美国政府表面上不再认为外来文化是对本土文化的一种威胁，对外来文化产品的输入持开放态度，允许各国文化在美国自由发展。但这种无保护措施并不是针对所有领域，仅仅针对那些美国政府认为具有完全竞争优势、无安全隐患的文化领域，而对于那些缺乏安全保障的领域，美国事实上采取了比一般国家更加严密的文化保护政策。这一点在信息安全领域表现得最为突出。《美国爱国者法案》因存在有侵犯隐私的嫌疑而饱受国内外质疑，但美国历届政府却始终认为该法案对确保信息安全是必需的，因此在2006年、2011年两度延长，在“9·11”事件过去十年之后仍在继续实行，可见美国政府追求的是一种“绝对安全”的文化安全理念。

（四）坚持对别国进行单向性文化输出的文化扩张主义

文化产品是当前美国的第一大出口产品，并在国际贸易中形成了巨大的贸易顺差。因此，不断推动文化产品的输出成为美国既定的经济政策，不仅为美国带来了大量利润和就业机会，为美国经济增长和复苏提供了保障，也为美国文化安全保障体系的运作提供了资金支持。关键是，美国政府把大众文化产品的单向性输出，视为向世界传播美国民主政治、自由价值、制度文化的重要方式，实际上形成了对他国异质文化的打压和入侵，也引起了被输入国的高度警惕和抵制。

在美国政府看来，美式自由民主制度得到普及、美国的普世价值信仰得到传播，与美国的国家文化安全之间存在内在的逻辑关系。美国认为将异质文化纳入到美国文化主导的国际文化秩序和国际文化整合中来，谋求建立以美国价值观念主导的“普世文化”，就可以有效抵消其他文化对美国文化可能造成的威胁。^[6]这也说明，美国霸权文化群体的文化安全政策是一种建立在损害别国文化安全基础上的“侵略性”文化安全理念。

三、文化扩张与美国维护文化安全的战略分析

文化与经济的相互交融及其一体化是资本主义后现代时期最重要的特征。^[7]在文化经济化的驱动下，美国文化产业获得了高速发展。而积极推行以文化产品和服务的单向输出为主要手段，实施以独霸全球文化市场和在全球推广普及美式自由民主为主要目标的对外文化扩张战略，是美国保障自身文化安全的一个核心内容。

（一）美国推行文化扩张战略的主要手段

1. 利用制订国际规则主导权进行文化产品的单向输出。凭借国内发达的文化产业和科技优势，以及

美国在与别国签订国际贸易协定时所保留的霸王条款（如美国在签订《教育、科学和文化物品进口协定》时保留了不进口对本国文化企业有威胁的文化产品的权利；在签订《国际关税及贸易协定》时美国又自己制订了臭名昭著的“301条款”，拥有了在国际自由贸易中采取单边行动的特权），美国电影大片、电视节目、音乐制品、书籍、电脑软件等美国文化产品在国际市场上横冲直闯，不仅为美国带来巨大经济利益，也成为美国进行文化扩张的急先锋。早在1996年，美国文化产品就已超过航空产品成为第一大出口产业。据《华盛顿邮报》1998年10月25日发表了题为《美国的流行文化渗透到世界各地》的文章披露，美国最大的出口产品不再是田地上的农作物，也不再是工厂里的产品，而是批量生产的流行文化产品。另据美国全国艺术基金会最新统计，2009年，美国文化产业共创造2784亿美元的产值，其中，在从1987年开始的22年间，表演艺术、体育和博物馆创造的产值几乎翻番。^[8]

2. 运用强势的外交手段对他国进行文化渗透。美国首位系统阐释文化外交概念的学者弗兰克·宁科维奇对文化外交在美国文化扩张战略中的作用如是描述：“文化手段和政治、经济、军事手段一样，不但都是美国外交政策的组成部分，在大国间军事作用有限的情况下，特别是在现代核战争中无法严密保护本国不受报复的情况下，文化手段尤其成为美国穿越障碍的一种更加重要的强大渗透工具。”^[9]曾担任美国助理国务卿的菲利普·库姆斯则更直接把美国文化外交称为美国外交政策的“第四维”，^[10]自1950年美国首次赞助“玛莎·葛莱姆（Martha Graham）”舞剧团到亚洲地区巡回演出开始，美国的文化外交战略逐渐走上台面，成为了美国进行文化扩张的重要工具。诚然，为掩盖美国政府利用文化交流活动对他国进行文化渗透的政治意图，美国一直试图在公开的外交布局中淡化文化外交的官方色彩。美国政府很少直接参与对外文化交流与学术活动，而是通过扶持像富布赖特基金会、福特基金会、洛克菲勒基金会等一批民间慈善组织，假手这些机构进行文化交流、文化扩展甚至文化颠覆活动。这些负有政府使命的基金会按照美国政府的意图，在世界各地积极开展图书交流、国际访问学者、美国研究项目、专业人员交流、艺术交流、英语教学等教育文化交流活动。由于这些项目往往打着促进相互了解、进行平等交流与援助的旗号，很容易得到世界其他国家，尤其是发展中国家的接受和好感，使得美国文化扩张政策更具有隐蔽性与欺骗性。另一方面，由于这些交流项目主要针对他国的社会精英，大量留学生、访问学者在交流项目的支持下来美国学习或访问，然后又把在美国接受的技术和文化带回自己的祖国，扩大了美国文化扩张政策对他国进行文化渗透与颠覆的深度和广度。正如美国富布赖特交流计划提出者——美国参议员富布赖特说的那样：“一代人之后，我们与其他人进行社会价值观念交流的好坏要比单纯依靠军事、外交优势对世界格局的影响更大。”^[11]正因为富布赖特交流计划“造就了一批致力于加强国家间相互了解的领导人和舆论创造者”，该项目被称为“对美国国家长远利益投资的一个典范”。^[12]

3. 利用传媒网络等新媒体进行直接的文化入侵。利用美国庞大的新闻传播网络进行文化渗透，是美国推行文化扩张战略最直接、最富侵略性的一种手段。具体而言，美国实施文化渗透与扩张的传播网络平台主要有三种类型。第一类是纳入美国政府财政预算、完全由政府控制的国际广播机构。这类机构是美国在冷战时期建立的、针对敌对国家特别是社会主义国家进行“心理战”、推销美国“价值”的一种舆论工具，主要有美国之音广播电台（VOA）、自由欧洲电台/自由电台（RFE/RL）和自由亚洲电台（RFA），以具有70年历史的美国之音影响最大。自冷战结束特别是互联网兴起以后，这类广播机构的宣传效果和影响力虽然大幅下降，但依然是美国政府对那些美国文化产品和新闻机构无法进入的“敌对国家”进行文化侵略的主要平台。第二类是完全商业化的传媒集团。美国是当之无愧的全球媒体帝国，拥有世界上最为发达的商业传媒产业。据统计，美国拥有1500多家日报、8000多家周报、1.22万种杂志、1965家电台和1440家电视台。^[13]在全球排名前10名的超级媒体中，美国就占了8家。全球80%以上的国际新闻信息都由美国这些新闻机构发出的，几乎控制了全球信息流动和国际舆论走向。这些商业传媒机构虽然向来以独立于立法、行政、司法之外的“第四权力”自居，时刻标榜媒体独立和新闻自由，但实际上，世界上任何一个国家都不存在完全独立与自由的媒体，美国同样也不例外。这些传媒机

构不间断地向全世界各个角落传播着美国的民主政治理念和文化价值观，成为美国实施文化渗透与扩张战略的重要工具。第三类是无所不在的国际互联网。美国在网络空间拥有绝对的优势，不仅掌握了 13 个国际互联网根服务器的 10 个，拥有对国际互联网的生杀大权，是全球网络空间秩序的真正掌控者。目前国际互联网上访问量最大的 100 个网站中，就有 94 个在美国境内，全球 80% 以上的数据库集中在美国。国际互联网的全部网页中占 81% 的是英语，大量打着美国烙印和符号的新闻、影视、广告和网络游戏充斥着网络空间，成为美国推行文化渗透与扩张战略的新型媒介。

4. 利用跨国公司的商业投资进行隐性文化渗透。第二次世界大战结束后，美国正式取代欧洲成为了世界经济中心。在强大经济实力的支撑下，美国开始了全球范围内的疯狂经济扩张，在国外进行投资的美国跨国公司的数量、规模、国外生产和销售额均居世界之首。据联合国贸易与发展会议公布的《1993 年世界投资报告》中的数据显示，1987 年按销售额排列的世界最大跨国公司的前 23 名中，美国占了 10 家；600 家世界最大跨国公司中，美国公司占了 42%。而在《财富》中文网发布的“2011 年《财富》世界 500 强企业”最新排名榜单上，上榜的美国跨国公司数量依然位居世界第一，数量达到 133 家。美国跨国公司在全球大量投资，不仅为美国带了巨大的经济财富，也在悄悄地输出美国的价值观念、制度文化和消费理念，在潜移默化中影响着被投资国人们的文化价值观。比如，全球最大的连锁快餐企业麦当劳公司，在全球 121 个国家和地区建立了 31000 家快餐厅。全球最大的饮料企业可口可乐公司在全球 200 个国家和地区投资建厂，国际市场占有率高达 40%。

（二）意识形态输出是美国实施文化扩张的核心内容

1. 输出美式民主制度、自由价值观念等意识形态是美国的最高国家利益所在。美国政治学家汉斯·摩根索说过：“只要世界在政治上还是由国家组成的，那么国际政治中实际上最后语言就只能是国家利益。”^[14] 美国是世界上最热衷于输出民主制度、自由价值观念、美式生活方式等意识形态的国家。在美国政府看来，在全世界推行美国的价值观，可以在非民主制度的国家内部培养亲美势力，从而通过和平演变的方式加速对美国有安全威胁的国家政权的倒台，为稳固其全球霸主地位扫清意识形态上的障碍，从根本上消灭来自外部的国家安全隐患。对于这一点，前美国总统国家安全事务顾问布热津斯基在《大失控和大混乱》一书中有清晰的阐述：“削弱民族国家的主权，增强美国文化作为世界各国‘榜样’的文化和意识形态力量，是美国维持其霸权地位所必须实施的战略。”^[15] 而在这场“没有硝烟的战争”中，新闻、广播、图书、出版、电影、电视、音乐、舞蹈、戏剧、文学、美术、教育、体育、卫生与科学技术等，都是向世界各国进行“思想战”时可被利用的“兵种”。^[16] 因此，在事关美国国家文化安全的文化扩张战略中，重点输出美式民主制度、自由价值观念等意识形态，才是美国的最高国家利益所在。

2. 美国对外文化扩张战略中进行意识形态输出的主要方式。美国对外文化扩张战略中进行意识形态输出可谓无处不在，方式也多种多样，集中起来主要可以归纳为以下两类：一是通过传媒网络进行直接的意识形态输出。其中，美国之音、自由欧洲电台/自由电台、自由亚洲电台等完全由政府操控的传媒机构所进行的是一种赤裸裸的意识形态输出。这些机构在冷战期间成为美国对共产主义“敌对国家”进行舆论攻心战、颠覆政权的先头部队，特别是在颠覆苏联和东欧社会主义国家政权中发挥了重要作用。苏东剧变以后，美国在《国际广播法》等法规文件中，开始把中国、朝鲜、伊拉克、伊朗、缅甸、越南等国家作为意识形态攻坚和颠覆的主要对象。美国那些标榜新闻自由、独立运作的商业性传媒集团，则利用其新闻传播领域的霸权地位进行选择性的信息传播，对符合他们价值取向的新闻进行正面播报，而对那些有违美式民主制度、自由价值取向的事件则大声指责，从而实现对信息传播内容和走向的完全控制，最终达到意识形态渗透与扩张的目的。另一种是在教育文化交流和贸易、跨国投资活动等进行隐性的意识形态输出。福特基金会、富布赖特基金会等美国民间机构，其创立目标都是“增强民主价值观，减少贫困和不公正，推动国际合作，促进人类进步”。他们往往“从地缘政治的战略角度出发，支持发展第三世界国家的教育机构，就是希望这些国家的知识分子，其未来的领导人能够用与基金会相似

的立场和观点来看待美国的国家利益，教育他们以便其帮助组建一个顺从美国利益的世界。”^[17] 这些有美国政府背景的基金会往往以慈善之名在发展中国家开展教育文化交流活动，虽然其表面目的是通过无偿援助促进发展中国家的教育、技术水平的提高，但其真正目的却是以输出美国的意识形态、文化价值为主。美国向全球倾销的电影、电视、流行音乐、书籍等文化产品，以及麦当劳、可口可乐、苹果手机等大众生活文化类商品，无不隐含着美国的价值观念、生活方式及文化消费倾向。通过这些美国产品和服务的大量输出，事实上将美国的崇尚个人主义的价值观、崇尚娱乐文化的生活理念、崇尚消费文化的消费观念传播到了全世界每个角落，从而潜移默化地影响着其他国家人们的价值取向和生活方式。例如，好莱坞电影在镜头中经常出现自由女神像、星条旗、曼哈顿街道、高科技产品等体现美国文化特质的场景，向观众展现的是一种重视个人成就、崇拜个人奋斗、讲究个人价值的个人主义为核心的美式价值观。因此，好莱坞制片工厂与美国政府之间一直保持着一种“动人的关系”，成为了美国政府隐蔽输出其意识形态的重要载体和工具。

总之，从美国制订文化安全政策的机制，到其文化安全的核心理念和具体策略，我们可以看出，这个世界上唯一的霸权文化群体虽然到处兜售文化开放政策，但实际上极为重视自身的国家文化安全，而且，美国是以一种文化渗透、扩张的进攻性姿态，以文化侵略和颠覆的手段来保障自身的文化安全。这对我国来说，既是长鸣不懈的警钟，也是值得深思的借鉴。

[参考文献]

- [1] 涂成林、史啸虎：《国家软实力与文化安全研究》，北京：中央编译出版社，2011年，第72页。
- [2] Frank Ninkovich, *U.S. Information Policy and Cultural Diplomacy*, Foreign Policy Association, 1996, p.5.
- [3][5] 张玉国：《国家利益与文化政策》，广州：广东人民出版社，2005年，第107、65页。
- [4] 黄旭东：《美国文化安全战略及其对我国的启示》，《贵州师范大学学报（社会科学版）》2009年第3期。
- [6] 曹泽林：《国家文化安全论》，北京：军事科学出版社，2006年，第254页。
- [7] 涂成林、李江涛：《当代文化发展新趋势研究》，北京：中央编译出版社，2011年，第201页。
- [8][13] 《聚焦国外文化产业：美国文化产业靠啥生存？》，《人民日报》2011年11月16日。
- [9] 方立：《美国全球战略中的文化扩张与渗透》，《前线》1996年第6期。
- [10][11] Philip H. Coombs, *The Fourth Dimension of Foreign Policy: Educational and Affairs*, New York, 1964, p.XI.
- [12] Leonard R. Sussman, *The Culture of Freedom: The Small Word of Fulbright Scholars*, Maryland, 1992, p.87.
- [14] 陈钢：《试论国际关系中的国家意识形态》，《青海师专学报》1999年第3期。
- [15] Zbigniew Brzezinski, *Out of Control: Global Turmoil on the Eve of 21st Century*, New York: Maxwell Macmillan International, 1993, p.77.
- [16] 钟亚平：《从“超越遏制战略”看全球化的本质》，《哲学研究》1999年第12期。
- [17] Edward H.Berman, *The Ideology of Philanthropy: The Influence of the Carnegie, Ford, and Rockefeller Foundations on American Foreign Policy*, State University of New York Press, 1983, p.13.

责任编辑：王 冰

作者：[涂成林](#)，[刘纯强](#)，[黄旭](#)
作者单位：[涂成林 \(广州大学广州发展研究院\)](#)，[刘纯强 \(广州大学公民与政治教育学院\)](#)，[黄旭 \(广州大学广州发展研究院 广东广州, 510405\)](#)
刊名：[学术研究](#)
英文刊名：[Academic Research](#)
年，卷(期)：2013(9)

参考文献(14条)

1. [涂成林;史啸虎 国家软实力与文化安全研究](#) 2011
2. [Frank Ninkovich U.S.Information Policy and Cultural Diplomacy](#) 1996
3. [张玉国 国家利益与文化政策](#) 2005
4. [黄旭东 美国文化安全战略及其对我国的启示](#) 2009(03)
5. [曹泽林 国家文化安全论](#) 2006
6. [涂成林;李江涛 当代文化发展新趋势研究](#) 2011
7. [聚焦国外文化产业:美国文化产业靠啥生存](#) 2011
8. [方立 美国全球战略中的文化扩张与渗透](#) 1996(06)
9. [Philip H.Coombs The Fourth Dimension of Foreign Policy:Educational and Affairs](#) 1964
10. [Leonard R.Sussman The Culture of Freedom:The Small Word of Fulbright Scholars](#) 1992
11. [陈钢 试论国际关系中的国家意识形态](#) 1999(03)
12. [Zbigniew Brzezinski Out of Control:Global Turmoil on the Eve of 21st Century](#) 1993
13. [钟亚平 从“超越遏制战略”看全球化的本质](#) 1999(12)
14. [Edward H.Berman The Ideology of Philanthropy:The Influence of the Carnegie,Ford,and Rockefeller Foundations on American Foreign Policy](#) 1983

引用本文格式：[涂成林](#). [刘纯强](#). [黄旭](#) [美国霸权文化安全理念及其文化扩张战略](#)[期刊论文]-[学术研究](#) 2013(9)