

从美国人的对华态度 看中国的文化外交

■ [美] 哈维·朝定 方俊青 / 文

前言

作为一个外国人，我非常荣幸能通过《当代世界》这个平台获得这个珍贵的机会，与中国人交流关于美国人看待中国的态度。在中国共产党成立 90 周年这个重要的时刻，“美国人眼中的中国形象”是一个非常合适的话题，人们应当对中国和中国在世界上日益重要的国际地位有一个清醒的评估和未来定位。

英语中有这么一个小典故，有人给你看一只注了一半水的玻璃杯，如果说杯子是半满的，那么你是一个乐观主义者，但如果说杯子是半空的，那么你就是一个悲观主义者。关于美国人对中国的态度，根据最近的几次民意调查，我可以乐观地说，很显然，杯子至少是半满的。并且，我相信通过运用软实力和加强文化外交，中国有很大的机会将这只杯子全部装满。

调查显示，许多美国人关注中国的人权和政府治理问题，甚至深入关注经济和就业的问题。在我看来，这些关注中，很显然并不存在对中国或中国人民的个人憎恶和仇视。就像

20 世纪 80 年代日本经济泡沫破裂之前，由于日本对美国经济造成的巨大压力，美国与日本关系紧张。但即便那时，美国人也深知美日既是伙伴也是竞争者，他们最强烈的关注也只是经济的竞争。

1988 年我首次来到北京，那时的中国像是另一个世界。从许多方面看，中国远远不及 20 世纪的美国那么繁荣。中国能够在这么短的时间内有这么大的变化，能改善那么多人的生活，这一点至今仍令我感到震惊。

中华人民共和国和美国是 21 世纪的连体婴儿。不管你喜不喜欢，我认为中美不仅作为世界领导联合在一起，而且共享相互依赖的全球经济秩序的领导作用。

我已经到了知天命的年纪，我仍然能够记起美国人曾经在大谈我们“失去”了中国。我也能记起中国曾经和苏联站在同一阵线，还有那些朝向东欧的导弹。时代改变，国家也跟着改变了。

据说 19 世纪是英国的世纪，20 世纪是美国的世纪。许多人相信 21 世纪将是中国的世纪。这些改变在很

大程度上塑造了公众的观念，而这些观念又反映了美国人对于美国的未来、对中国及世界的未来的看法。

调查数据综述

2010 年至 2011 年年初，美国国内进行了三个调查，其结果总体一致。从中可以看出美国人对中国的总体看法也比较稳定。

最新的调查是由信誉良好的皮尤调查中心在 2011 年 1 月 5 日至 9 日进行的（即“皮尤 2011 调查”）。调查对象包括 1503 个成年人。此项调查尤其侧重于美国人对中国的态度，这也是一系列同类调查中的一个。皮尤开展了周期性的调查作为他们的“全球态度计划”。

第二项调查题为“2010 全球视角”，由芝加哥全球事务委员会主持进行。此项调查聚焦于美国人如何看待美国外交政策，其成果收获甚丰。调查日期为 2010 年 6 月 11 日至 22 日，调查涵盖 2717 个成年人。

第三项调查是上海交通大学的艺术与人文科学研究中心国家形象和公共外交研究小组委托，由印第安纳大



中国电影日益走向世界，成为展示中国形象的有力平台。图为第十四届上海国际电影节主席讲坛。

学的调查研究中心执行开展，调查日期是2010年6月至7月。调查收回810份有效问卷。由于调查的规模相对较小，而误差相对较高，此项调查结果的可信度低于前两项。

此外，在中华人民共和国的美国商会执行了一项针对过去13年来其成员的年度商业环境调查（“美国商会调查”）。美国商会成员的商务遍布整个中国，其中许多成员在北京，美国商会的总部也设在北京。此项调查于2010年末进行。

2011 皮尤调查

根据皮尤调查，受调查人员中的绝大多数、占58%的美国人认为在中美之间建立稳固的关系“非常重要”。仅有9%的人认为建立这种关

系“不是很重要”或者“根本不重要”。

在上述的2010年皮尤全球态度计划调查中，49%的调查对象对中国的印象良好，而持相反观点者占36%。对中国的态度对比情况明显要好于日本（不喜欢日本的美国人占69%，喜欢的人占20%），德国的情况是（不喜欢的占61%，喜欢的占30%），法国（不喜欢的占59%，喜欢的占41%），韩国（不喜欢的占56%，喜欢的占38%）。

在这项调查中，22%的美国人认为中国是美国的对手，43%的人认为中国“是一个严重问题但不是对手”。另有27%的美国人回答说中国“算不上是问题”。

问及中美双边关系，16%的美国人认为中美关系正在推进，55%的

人认为中美关系没发生变化，而22%的美国人认为双边关系持续恶化。

皮尤2011调查清晰地反映了变化中的世界经济权力平衡的观念。几乎一半（47%）的美国人现在宣称中国是世界经济强国中的领军力量，仅有31%的人对美国持此观点。三年前金融危机发生之前，30%的美国人认为中国是全球经济的领导，而那时有41%的人这样认可美国。

虽然美国人在观念中已经将中国设定为全球经济的领导，但在他们看来，军事力量的平衡情况则大大不同。仅有16%的调查对象认为中国拥有顶级军事力量，而有67%的人认为美国是世界军事的领导力量。

调查对象中有60%的人关注中国经济实力的威胁，只有27%的人

关注中国军事力量的威胁，以此为前提，有53%的人认为“在与中国的经济和贸易议题上应当更加强硬”非常重要，32%的人认为重要。仅有11%的人觉得这个议题“不太重要”或者“根本不重要”。

虽然如此，在2011年早些时候被问到“这个世界上有没有哪个国家代表了对美国最大的威胁？”五分之一的美国人认为是中国。在2009年11月，伊朗以21%位居危险国家第一位，而彼时中国以11%位居第四。这个数据远不及2001年9月皮尤民调中接近32%的记录，那时“9·11”事件尚未发生，而适逢美国侦察机在海南岛被中国扣留几天之后。

至于敏感的人权问题，40%的美国调查对象指出美国应该采取更多行动“推进中国的人权状况”非常重要，而32%的人认为这样做有点重要。仅有22%的人认为这样做不太重要或者根本不重要。

与此相似，在美国关于改善“中国更好的环境政策和规范”方面，39%的人认为这样做非常重要，而33%的人认为有点重要。仅有23%的人认为不太重要或根本不重要。

因为美国政治目前严重极化，因此，对比美国民主党和共和党对中国的美国视角显得非常重要。皮尤2011年调查包括了此项内容。

总体而言，关于中国及其军事和经济力量的观点不会因为党派划界而发生太大的变化。然而，民主党人和倾向民主党的无党派人士比共和党人及倾向共和党的人对中美关系表达了更加积极的观点。而这两部分人中大多数认为中美关系没发生太大变化，22%的民主党人称中美关系正在改善，而持有此观点的共和党人仅占

9%。

当被问及对于中国的看法，47%的共和党人及其倾向者和43%的民主党人及其倾向者将中国描述为一个严重的问题，但不是对手。共和党人中视中国为对手的人要比民主党人略多（分别为24%比19%）；然而，民主党人中认为中国算不上问题的人比共和党略多（29%比23%）。

在共和党人及倾向共和党的无党派人士中，认同茶党的人对于中国和中美关系给出的观点比那些不认同茶党或者对茶党运动印象不好的人给出的观点要更加负面。三分之一的茶党共和党人将中国描述成对手，而其他共和党人是17%。认同茶党的人中有34%的人认为中美关系正在恶化，而不认同茶党的共和党人中有24%的人不同意或者没有这方面意见。这种差别是显著的，因为茶党本身就不是一个政党而是一群自由意志主义者。通常情况下，他们反对绝大多数政府权力，尤其是税收。他们也没有明确的、既定的外交政策立场。

对于美国对华政策民主党人和共和党人也没有不同的意见。有关促进人权方面，党派间的异见尤其显著；48%的民主党人和倾向民主党的无党派人士认为对美国来说，改善中国的人权状况非常重要，而共和党人和倾向共和党的人士当中只有三分之一的人持有这种观点。

民主党人和倾向民主党的无党派人士比共和党人及其倾向者也更加在意中国的环境政策和现状，认为美国应当在这方面有更多作为对此加以改善（比例为43%比34%）。此外，两党中的大多数人都认为美国与中国建立一种更加稳固的关系非常重要，其中，持此见解的民主党人与共和党人

之比为62%比54%。

在经贸方面，民主党人和共和党人持有相似观点；54%的共和党人及其倾向者和52%的民主党人及其倾向者认为，在此议题上美国应当对中国更加强硬。但在共和党人中，赞同茶党的人比不认同茶党的人更加强调美国对中国在经贸议题上持强硬态度的重要性；60%的茶党共和党人认为这是非常重要的，而在不认同茶党的共和党人及其倾向者中，只有49%的人持此观点。

芝加哥全球事务委员会调查

芝加哥委员会的调查结果大体上与皮尤的调查结果一致。

调查对象认为中国在这个世界上是除美国之外最具影响力的国家，并且认为中国对美国而言是最重要的国家。

近三分之二的人认为中国从事不公正贸易。调查者中多数人反对与中国签订自由贸易协定。

大致有一半的人认为，在未来十年，美国对中国的债务对美国至关重要的利益是一个严重威胁。

极少有美国人“非常”担心中国在未来会成为美国在军事方面的主要威胁，但有近一半的人“有些担心”。只有一小部分人将中国的发展视为是美国“重大”威胁的一种全球性力量。

绝大多数美国人更愿意赞同与中国进行友好的接触和合作而不是大力遏制中国力量的增长。与牺牲盟友关系和中国建立伙伴关系这种想法相比，大多数人宁愿通过与像韩国、日本这样的传统盟友建立更稳固的关系来抵消未来可能来自中国的威胁。当被问及未来几年中，美国是否应当与韩国共同合作限制中国的崛起，大多数人表示赞同。

上海交通大学艺术与人文文学科 研究院，国家形象和公共外交 研究组的调查

交通大学的调查结果与皮尤和芝加哥的数据也比较一致。美国人承认中国的经济成功并且对中美关系大体怀有正面的情感。42.2%的美国受访者把中国视为盟友，把中国看成敌人的占27.3%。持中立观点的人占29.6%。另一方面，大多数的调查对象指出中国的人权问题，66.4%的美国人觉得他们的政府对美国还不够强硬。

根据交通大学的调查结果，美国人认可中国的经济体系但不赞同中国的政治制度。此调查还表明一个一致看法正在形成中，即中国是国际体系中正在崛起的大国。调查发现60.8%的人同意中国在世界政治中已经具有影响力，但13.9%的人持反对意见。与此相似，64.3%的人同意“中国的经济具有国际竞争力”。此外，59.3%的美国人相信“如果美国彻底断绝同中国的贸易，美国经济的受损程度将大于中国。”超过四分之三的调查对象认为，在未来十年，中国在全球的影响将继续增长。

当被问到是否政治领袖应当“通过差额选举”选出，还是“基于他们的经验、能力、美德而不是普选”，76.8%的美国人选择选举。然而尽管80.2%的美国人赞同“中国公民的政治权力受到限制”，55%的调查对象也赞同“中国有一个能够满足其人民需要的政治体系”。

交通大学的调查表明，虽然美国的受访者对中国不敌视，但涉及中美关系中的意识形态重要问题时，他们并不妥协，尤其是人权问题。

当被要求列出对中国最关切的事务为何时，三个最常见的回答是人权



目前全世界已有300多所孔子学院，成为世界了解中国的重要方式。
图为芬兰赫尔辛基大学孔子学院学生表演诗朗诵《我们都是熊猫》。

(14.4%)，贸易赤字(8.7%)和失业(5.7%)。三分之二的受访者认为“捍卫中国的人权”应当被优先或最优先考虑；65.5%的人认为应优先或最优先考虑“促进环保”；56.6%的人认为应当优先或最优先考虑“促进公平贸易”。

考虑到汇率争议，仅有28.9%的人同意所谓“中国操纵汇率，意图在国际贸易中获益”的说法。当被问及如何评定中国政府处理对美关系时，54.9%的美国的回答是公平，15.1%的人认为不错，29.65%的人认

为不好。

在华美国商会调查

美国商会的调查涉及一个重要的人群：美国的公司和实体在美国而在中国做生意的跨国公司。

与传统认知不同，61%的商会成员指出他们的首要目标或在华战略是为中国市场生产商品和提供货物来源，而不仅仅是将中国当成一个低成本商品制造地。仅有18%的在华商会成员认为他们仅仅是为美国或者非中国的市场生产商品和提供货源。

受访者对中国未来的国家经济整体看涨。当被问及与2009年相比,2010年他们在中国的运营状况时,85%的公司承认收入增加,29%的公司收入超过2009年。83%的公司计划增加他们在中国的投资。

然而,受访者担忧中国会对美国公司在中国目前和未来的发展前景进行限制。这使得美国在华公司自中国改革开放30年来第一次对自身在中国的长期发展以及持续的市场参与产生质疑。

报告还显示了调查对象对中国政府的政策条例的不确定感在增加。而在2010年美国在中国的公司对经济不稳定的关注有所减弱,官僚主义、法律法规不明确以及对腐败的关注都有所增加。中国的自主创新政策也引起了相当的关注。

当受访者被问及他们在中国所面临的五个最大的商业挑战时,官僚主义位列2010年调查的第一位,与2009年相比排名大幅上升。此外,和2009年相比,受访者认为法律法规不明确,知识产权保护不充分以及管理缺失的人力资源限制。这几项中的每一项都至少上升了5个百分点。

中国软实力：机遇与挑战

与我遇到的许多中国人不同,美国人就是不了解美国之外的世界。这个可悲的事实也不是什么新鲜事儿了。

了解到以下的前提：美国人不仅缺乏认识外部世界的相关知识,连对自己国家的知识都非常匮乏,再结合调查中没有发现明显的针对中国或中国人的个人仇恨——这一点至关重要——以上两点可以帮助中国去除顾虑,在美国积极地营造一个更加正面

的中国国家形象。

和其他城市的调查不同,交通大学版的调查看重美国人对中国软实力和硬实力的认知。从调查中可知,美国人意识到中国日益增长的硬实力,这种力量来源于军事和经济实力。他们的回应表明中国的软实力——同化与吸引的力量仍然极度缺乏。仅有9.3%的调查对象认为“中国拥有有吸引力的大众文化”。

交通大学的调查显示仅有1.6%的美国人能够确定现在中国共产党的总书记是“胡锦涛”,仅有1%的人能够确定目前中国的总理是“温或者温家宝”。我打赌99.9%的中国人能够确知美国总统是奥巴马!

最近的一项民调要求调查对象在世界地图上指出怀俄明州的位置,43%的美国受访者所指的位置在德国、俄罗斯、荷兰和南美洲。在日本,同样的民意调查显示,这个数字是12%。

几个月之前,《新闻周刊》杂志请1000名美国公民参加问卷调查,这个测试本来是给想成为美国公民的外国人做的。结果令人震惊,29%的人不能说出我们的副总统是乔·拜登,73%的人对美国为什么要进行冷战毫无概念,44%的人不能正确定义人权法案。

麦考密克论坛自由博物馆的一项调查发现,22%的美国人能够把电视卡通剧《辛普森一家》五个成员的名字全部说出,但1000个人中只有一个人能说全第一修正案中的五项自由权利。

这些研究是关于整体人群特征的。就美国人而言,年轻人总体上在各种人群中所知最少。从很多方面看来,现在的年轻人都比40年前的年

轻人知道的要少。

美国在世界文化市场占据了高达43%的巨大份额,而中国迄今为止只占了4%的微小份额。并且中国文化的影响力指数与其强大的经济和军事力量并不相称,在131个国家中仅居第七,排在德国、英国、法国、意大利和西班牙之后。

好消息是中国现在正积极地解决这一问题,相信未来会有更好的前景。中国外交部已经建立了一个公共外交办公室,同时中国国务院新闻办公室正在与中国的媒体协调合作,并组织双方的交换交流工作,以期以新的姿态出现在国际传媒界。

有上述这么多对积极文化外交的最新关切,在此我也想和大家分享一些自己对这方面可为与不可为的认识。这些个人见解都来源于我在中国、美国和欧洲的经验。

去年在全国人民代表大会上,温家宝总理在他的政府工作报告中阐明,中国将更加重视文化发展以增强中国文化的国际影响力。

据中国官方报道,中国政府在2009—2010年投资600亿元人民币用于“外宣工作”,主要平台是中央电视台,中国国际广播电台,中国日报和新华社。这是一大笔钱,但我必须指出,尤其是针对前三者,这种投资是一种极大的浪费。因为尽管这几个机构承担着近些年来主要的现代化推介任务,但在在我看来,少有美国人看到它们会不想到这是“宣传来源”,而能把它们当做是资讯来对待(在西方“宣传”是个坏词)。大约10到20年前,这还是很好的投资,但在互联网等资讯无比发达的现代社会,有许多其他更加可信的信息来源可供选择。

在我看来,积极建立孔子学院是完全正确的。然而商人和学者只是部分的目标受众,主要的受众应当是学生。因此,应当把中国丰富的文化传给那些在知识方面存在极大需求的年轻人,如果做得好,将会为中国未来几十年的形象与外交提前买定巨额的红利。但即便这样的方式也要进行谨慎的协调工作,防止被学术机构指责其是宣传工具,这种情况已经出现了。

但是,新华社是最有可能成功的。新华社拥有丰富的资源,当它运作合适的时候,当它能够被视为播报客观资讯的平台的时候,它有可能拥有和“今日俄罗斯”、“半岛电视台”一样的地位。当然这只是一种可能。

公共关系是重要的,但前提是必须执行正确的公共关系:应当经过深入调查,计划严密并且定位准确。谈到奥运会后“中国制造”的公共关系活动,比如今年早期配合胡锦涛主席访问的纽约时报广场的中国名人形象片,其中所表现的中国名人对美国人而言大多数人都是陌生的、无名的,这就造成形象片工程的效果有些差强人意。

按照国务院的说法,形象片旨在展现一个“繁荣、民主、开放、和平和和谐”的中国形象,来抵消和平衡媒体当中一贯存在的偏见。但很显然它们没有很好地达到预期效果。类似的公关行为存在后续的危险,与已经被先入为主定位的既定形象背道而驰的任何大规模报道事件都会导致信任危机,并摧毁这些或类似公关行动的全部可信性。

我认为能够偿付巨大红利的工具是在国际上发行的中国电影产品及合拍片。好莱坞喜欢一件事超过一切:那就是赚别人的钱,而中国则是一块

大馅饼。作为回报,好莱坞可以分享其一个世纪的成功生产、销售和分配经验及体系。这件事正在进行中,并且是双赢,尤其是对中国文化的形象传播。

在四月开幕的中国电影节上,中国电影海外推广公司的总裁周铁东说,最近得以出口的49部中国电影中有48部是合拍片,这表明合拍片将会有有一个辉煌的前景。

这也非常清楚地表明中国导演能够拍出极好的作品。想想张艺谋,或者看看李安在2000年拍摄的作品《卧虎藏龙》的成功。由章子怡主演,谭盾配乐的影片不仅收获两亿美元票房而且获得十项奥斯卡提名,并最终得到包括最佳外语电影在内的四项奥斯卡奖。

其他的最新合拍片榜样还包括《木乃伊:龙帝之墓》和由成龙及吉登·史密斯主演的票房大片《功夫小子》。

说到章子怡,她将出演真人版的《木兰》,该电影是1998年由迪斯尼拍摄的生动活泼的音乐剧,享有盛誉。美国的好莱坞电影作品公司已经和北京的企业家包玉生(音译)合作,准备制作耗资一亿美金的电影《双刃》。在所有合拍片中,这部将是迄今为止中外合拍片中最贵的。电影讲述的是一个现代寻宝故事,寻找两把古代宝剑。电影将由皮尔斯·布鲁斯南主演,并由电影《木乃伊》的导演罗伯·科恩执导。罗伯·科恩在拍摄电影《李小龙》的时候迷上了中国。

与此相关,中国也在一直在好莱坞电影里植入中国符号,我认为这种方法比一些刻意而为的宣传活动有效得多,因为它在情感层面抓住了人们,并且几乎是下意识的。在《钢铁侠2》

中,女演员斯嘉丽·约翰逊身着形状完美的服装是中国的森马牌。同样,在《变形金刚:堕金刚的复仇》中,一个高速公路的广告牌上赫然是中国的运动品牌美斯特·邦威。

另一个传播软实力的工具是博物馆展览,比如西安的兵马俑。作为软实力的大使,这些陶制的战士今天为中国所作出的贡献远远超过2300年前,那时他们作为硬实力的士兵侍奉秦始皇。他们所到之地都打破了史上最高参观记录,并带来了巨大的正面反响。

2007年,兵马俑在英国参展的时候引发了轰动。尽管开馆已经延长至几近午夜,博物馆还是必须锁门以阻止仍然汹涌不断的人流。到来年春天这些战士回到家乡的时候,他们已经创造了85万人的参观记录。

我记得几年前我去华盛顿的国家艺术馆参观图坦卡蒙珍宝展的时候,参观人数在117天累计达83.6万人。我不仅去买了图坦卡蒙的床罩——我现在仍然保存着——这个展览还引起我极大的热情,几年后,我去了开罗。这个现象绝不是孤立的新事物,当图坦卡蒙遗迹在上世纪20年代进行展览的时候,引起了极大的轰动,甚至让欧洲和北美的时尚界彻底为之倾倒。

还有,观众也喜欢现场表演。中国的音乐家、歌手、来自少林寺和其他地方的武术表演者、中国的杂技团、马戏团及体操艺术家们都是潜在的软实力“武器”。如果能够安排这些带着良好意愿的民间大使与当地观众进行座谈或者仅仅是会面,我相信观众们都会为之振奋。如果让朗朗开个大师讲座,将会激励那些想要成为音乐家的人,还能为中国在全世界交到朋



青年是国家的未来，也是增进国家间友谊和相互了解的重要方式。
图为中美学生在拓展营活动中努力协作。

友，这比一个 30 秒钟的商业化的朗朗效果要好得多。

我下面要提出的方法是绝对低付出低科技含量的，但相信效果会非常好，那就是通过互联网或者仅仅是邮寄信件。以美国人尤其是美国的年轻人为例，这个人群缺乏对中国的了解，

应当让中国的年轻人和他们成为笔友来推进他们对中国的了解。中国有潜在的数以亿计的软实力士兵，他们配备的仅仅是一个鼠标或者一支笔，可以以一次一个人的方式来为中国交朋友。我现在仍清楚记得在前因特网时代，当我有了一个瑞典笔友和一个刚

果笔友的那种兴奋，还有那种花几个月的时间等待他们回信时的挫折感。而现在的回复则以光速进行了。

考虑到美国人对中国了解的巨大空白，我认为中国能够做出更多的努力用更有效的方式做广告：口头宣传。许多美国舆论领袖在中国参加专业会谈和出席市场活动，仅仅是来了就走，通常都没能好好看看当今的中国。如果有关部门能够积极地辨识那些舆论领袖，然后带他们花哪怕是几天时间看看真实的中国，最后得到的会是截然不同的结果。等他们回国后，许多人会成为中国的非官方大使。我觉得这个民间方法很奏效，远比仅仅依靠单纯信任美国高层领导要好。

可能我有些天真。然而，我真心希望能够鼓励积极的中美合作，所以我提个建议：美国有大量的退休专家，已经退休但仍然非常活跃，他们有人也非常愿意贡献自己的才华成为中国的软实力顾问。

结 论

通过上述调查数据可知，中美之间存在激烈的经济竞争。但是，美国人对中国和中国人民没有任何恶意，而是希望与中国合作与接触。所以，看起来美国人眼中的中国形象这只杯子绝对不仅仅是半满的！

软实力和外交是塑造中国面对美国及世界自我形象的有效力量，也能够赢得任何地方的人心。拥有丰富的文化遗产，当今的繁荣和灿烂的明天，中国完全有机会将 21 世纪变成中国世纪。■

（第一作者系环球时报特约记者，前美国 ABC 电视台副总裁；第二作者系首都经贸大学外语系讲师）

（责任编辑：徐海娜）