

中俄两国青年眼中的彼国形象

——基于民意调查的分析

杨昕沫^{1,2}

(1. 黑龙江省社会科学院 历史研究所,黑龙江 哈尔滨 150018; 2. 北京师范大学 历史学院,北京 100875)

[摘要]从中国和俄罗斯两国青年眼中彼国形象的民意调查看,中俄两国青年互认程度较高,对两国关系现状比较认可,对未来抱有良好预期;地缘位置、认识方法、情感、语言文化和美国等是影响中俄两国青年互识的五大因素;我国应通过加强自我认知、加强对象国研究等有效措施,积极主动地建构良好的国家形象。

[关键词] 国家形象;中国青年;俄罗斯青年

[中图分类号] D822.2 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 1674-117X(2018)04-0106-08

Views on National Images Respectively Held by the Youth in China and Russia

Analysis Based on Opinion Polls

YANG Xinmo^{1,2}

(1. Institute of History, Heilongjiang Provincial Academy of Social Sciences, Harbin 150018, China;
2. School of History, Beijing Normal University, Beijing 100875, China)

Abstract: According to the poll on opinion of the image of the opposite country among the youth from China and Russia, young people from the two countries have reached very high mutual recognition. They have relatively good acceptance for the current situation of bilateral relations, and have positive expectations for the future. Geographical location, cognition method, national emotion, linguistic culture and the United States are the five factors that influence the mutual understanding between Chinese and Russian youth. We should actively construct the good image of our country through effective measures like strengthening self-cognition and research on the target country.

Key words: national image; Chinese youth; Russian youth

国家形象,既包括对一国政治、经济、文化、军事、科技、历史等国家实力的综合评判(即国之形象),也包括对其国人言行举止、精神风貌、生活方式、价值取向等综合素养的整体认知(即民之形象),既是他者的评判,也是自我的认知,四者交叉作用,合而构成“国家形象”。近年来,各国政府及学者对

国家形象的研究热度有增无减,研究视角涵盖国际关系学、大众传播学、政治学、社会学、文化学、比较文学等多个领域,研究方法从传统的政治、经济、军事等经验性的理论阐释,转向实证分析与理论阐释相结合,研究者来自政府、民间组织、大学等科研机构 and 学者等多个层面。相较于欧美国家,中俄两国

收稿日期: 2017-09-27

作者简介: 杨昕沫(1978-),女,黑龙江哈尔滨人,黑龙江省社会科学院助理研究员,北京师范大学博士研究生,研究方向为俄国史。

对国家形象的研究起步较晚,虽研究态势日渐形成,但尚未形成自己的理论框架和研究视角。据笔者不完全统计,近年来两国关于对方国家形象的研究,著作有 Лукин А. В. “Медведь наблюдает за драконом. Образ Китая в России в XVII – XXI веках” (М.: АСТ; Восток – Запад, 2007), 杨青《G20 国家形象俄罗斯》(知识产权出版社, 2015), 薛冉冉《苏联解体后俄罗斯小说中的苏联形象研究》(浙江大学出版社, 2017), Юй Цзе “Восприятие образа России в китайском Китае в XVII – XIX вв. (К постановке проблемы)” (Россия и Китай: взаимное восприятие прошлое, настоящее, будущее). Тезисы докладов на XVI международной научной конференции “Китай, китайская цивилизация и мир. История, современность, перспективы” (Москва, 25 – 27 октября 2006 г.) 等。以对方国家为视角研究本国形象的有 Тихвинский С. Л. “Восприятие образа России в Китае (Введ. к историч. обзору)” (Москва: Наука, 2008), Галенович Ю. М. “Взгляд на Россию из Китая. Прошлое и настоящее России и наших отношений с Китаем в трактовке китайских ученых.” (М: Время, 2010), 孙芳、陈金鹏《俄罗斯的中国形象》(人民出版社, 2010), 李玮《俄罗斯人眼中的中国形象》(北京大学出版社, 2016) 等。学位论文有邱小红《论叶卡捷琳娜二世时期中国在中国的形象》(2013), 郑明燕《俄罗斯新闻报道视角下的中国形象——以俄罗斯〈消息报〉、〈共青团真理报〉及〈商业咨询日报〉为例(2000—2010年)》(2014), 杨明明《沙俄时期俄罗斯的中国形象》(2015), 杜莎《俄罗斯纸媒报道中的中国形象变化研究——以〈论据与事实〉周报为例(1991—2014)》(2016) 等。对比研究有 Т. Алагуева, К. Васильева, А. Островский “Образ россиян в глазах китайцев и образ китайцев в глазах россиян на сопредельной территории” (Проблемы Дальнего Востока, №4, 2007: 126 – 134.), Владимирова Д. А. “Проблемы этнокультурного взаимодействия и взаимовосприятия китайцев и русских на российском Дальнем Востоке и Северо – Востоке Китая (вторая половина XIX – начало XXI в.)” (Канд. дис. Владивосток, 2003), 李随安《中国和俄罗斯: 国家

形象之比较》(西伯利亚研究, 2007(4)) 等。

本文运用中国和俄罗斯针对两国国家形象所进行的民意调查之结果, 结合笔者在 2008 年时针对俄罗斯远东地区的年轻居民(被调查者年龄在 19—25 岁之间的占 73.5%, 18 岁以下占 21.9%) 眼中的中国形象所作的问卷调查, 就中俄两国国家形象的互识问题, 特别是两国青年的互识问题展开探讨, 以期在数据分析中总结两国在对方国之国家形象的特点和影响因素, 在互识比较中提出改善中国国家形象、推进两国关系的合理化建议。

一 中俄两国青年眼中的对方国形象

当人们在谈及某人、物、事的“形象”一词时, 常常是先将其存在于脑海中的印迹或片段进行搜寻、整理, 然后进行表述, 那些与之相关的记忆被称之为“印象”, 表述后的结果则称为“形象”; 因此可以说, “形象”在某种程度上就是对抽象的“印象”所进行的具体而真实的表述。时间、情境和表述者不同, “印象”和“形象”也就不同。时至今日, 我们无法直接询问中俄两国公民对彼此的印象, 但我们或许可以从史料文献所记之两国的称呼而窥其一斑。

在早期的中俄两国交往中, 俄罗斯或俄罗斯人在中国有“罗刹”“罗斯”“鄂罗斯”等官方称呼, 更有“老羌”“老毛子”等民间称呼, 这些称呼既有中国因对俄罗斯的不熟悉而进行的模糊音译, 也有对沙俄侵扰中国领土的恶魔行径的最直接表述; 而俄国则是将中国或中国人称为“Богдойское царство”“Кита”“Кара – китайское государство”“манжуры”“китаёзы”“манзи”“Хинова”等。至 20 世纪中叶, 因国际形势和意识形态等因素, 友好时期的中苏两国带着“同志加兄弟”般的情感称呼对方, 而敌对时期则是将对方称为“修正主义”的代表。20 世纪 90 年代以后, 随着中俄两国交往的加深和意识形态因素的逐渐弱化, 彼此的称呼也褪去了情感色彩, 我们也有机会和可能从各种民意调查的数据和相关研究中, 探究两国的互识问题, 这也正是本文研究的重点。

(一) 对国家的整体印象与评价

俄罗斯方面。在俄罗斯社会舆论基金会 2008 年 7 月 31 日发布的题为“中国形象”的民意调查中, 当被问及“提及中国文化, 你最先想到的是什么”, 因该题的开放性而有半数的俄罗斯人认为很难回答, 即便得到的回答答案也很分散。7% 的人

首先想到的是中国美食,6%的人首先想到的是中国人传统、友善、勤劳的国民性,4%的人首先想到的是中国人全家居住在一起、接受爱国主义教育的生活方式,5%的人首先想到的是中国的艺术和建筑,5%的人首先想到的是中国商品。^[1]同样的问题也出现在全俄社会舆论研究中心2007年和2009年进行的两次调查中,排在前三位的分别是中国商品(2007年36%,2009年25%)、人口众多(2007年18%,2009年17%)和国家的高速发展(2007年9%,2009年14%)。^[2]

2011年,北京大学新闻与传播学院在美国、德国、日本、俄罗斯和印度进行了全球性网络问卷调查。结果显示:在回答“以下五个国家中,您最喜欢哪个国家”时,29.9%的俄罗斯人认为是中国,在五国选项中位居第一,比日本(第二名)高了4.4%,比印度(第四名)高了12.7%。喜欢的原因依次为灿烂文化75.8%,环境优美58.6%,公民素质高49.4%,经济发达47.9%,社会稳定30.1%,和平外交25.2%,政治民主14.1%,其他13.5%。中国文化对塑造良好的中国形象的贡献率在俄位居八个因素之首。^[3]

可见,提到中国一词时,俄罗斯人首先会想到中国文化,而当进一步问到何为中国文化或者说提到中国文化首先想到的是什么时,俄罗斯人往往会将中国文化的概念扩大至衣、食、住等生活层面,而非我们所想象的文学、艺术、历史、民族等层面。

与上述针对俄罗斯人的整体调查不同,在笔者专门针对俄罗斯年轻人的一次问卷中,当问及“提到中国时,你最先想到的词汇是什么”这个问题时,这些年轻的俄罗斯人的脑海里浮现出来的词是各种各样的,38%的人想到了“长城、北京、龙、丝绸、火药、筷子、象形文字”等能体现中国传统文化的事物;30%的人形容中国是一个“远在东方的、有着悠久历史和独特儒教文明的、神秘的”的国家;24%的人想到了“人口众多、劳动力过剩”;17%的人认为中国是一个快速发展、繁荣昌盛、充满希望的国家。显然,猎奇、猎新特点同样存在于俄罗斯年轻人身上,与俄罗斯及西方文化截然不同的中国文化对他们具有无可比拟的吸引力。

中国方面。2006年,俄罗斯科学院远东分院面向居住在赤塔、外贝加尔的中国人,进行了一次关于赴俄打工的中国人眼中的俄罗斯形象的调查;同时,也在居住在上述地区和常赴华旅游的俄罗斯人

中进行了关于中国形象的调查。调查显示居住在俄罗斯的大部分中国人对俄罗斯了解很少,65.4%的人回答说他们了解一些,并希望了解得更多,而且只有一个人回答说他是从中学的课本上了解俄罗斯的。尽管不了解,但83.9%的中国受访者表示尊重俄罗斯文化,77.6%的人表示尊重俄罗斯人的传统和习俗。^[4]

调查中,同样让中国学生写出在提到俄罗斯时最先想到的词语。中国学生首先想到的是俄罗斯首都莫斯科、红场和克里姆林宫,其次是严寒和大雪,第三个是俄罗斯广袤的疆域,第四个则是普希金、普京、列宁和伏特加等词语。接下来他们还联想到一连串的俄罗斯作家的名字,以及作为俄罗斯文化象征的大剧院、芭蕾舞,特列季亚科夫画廊,还有代表俄罗斯传统民间文化的茶炊、套娃、萨拉范、熊、白桦树、面包、盐。^[5]

(二)对国人的印象与评价

俄罗斯方面。2006年俄罗斯科学院远东分院的调查中,当作为开放性的问题问到“你喜欢中国人的哪些性格特点时”,33.7%的赤塔年轻人认为是勤奋,在外贝加尔居民中60.7%的人认为是集体主义。而要求进行选择回答“你最喜欢中国人的什么性格”(选择三项)时,排在前3位的分别是集体主义(58%)、坚韧(48%)和爱国主义(29.6%)。我们看到,一旦要求俄罗斯人将中国人积极方面的性格特点进行选择排序时,“勤奋”只占到了4%;“集体主义”反而居首位,得到了半数以上的俄罗斯人的认可。“你最无法接受中国人的什么缺点”(选择三项),贪婪(43.3%),谄媚(39%),自私自利(28.3%),冷漠(26.3%),胆小(22%)都占了不小的比例。^[4]

在笔者的调查中,俄罗斯青年认为中国人的优点中最突出的是工作认真肯干(49.14%),第二是对人热情(14.13%),第三是不怕困难(10.88%);而缺点中排在第一位的是不讲卫生、随地吐痰和乱扔垃圾(40.2%),第二是喜欢在公共场所大声喧哗(34.05%),第三是衣着邋遢、不爱洗澡(7.92%)。看来,俄罗斯青年人对中国人的性格持肯定态度,但对中国人的衣着和行为举止无法接受甚至是排斥。

中国方面。在俄罗斯《秋明消息报》针对中国学生眼中的俄罗斯人的问卷调查中,“请中国大学生写出对典型俄罗斯人的印象,包括外貌、性格、举

止。许多学生都看到俄罗斯人身材高大、眼睛和头发的颜色。多数大学生指出俄罗斯人的性格特征是开放、真诚、热情好客。中国学生这样评价:俄罗斯人很有内涵,他们看起来很漂亮,举止有教养。他们还注意到俄罗斯的这些品质:精力充沛,平易近人,求知欲强,认真、勇敢、温柔、乐观。”^[5]

在2006年对俄罗斯科学院远东分院进行的调查中,问及中国人最喜欢俄罗斯人的性格时,大部分中国人都给出了正面评价,认为俄罗斯人善良(75%)和诚实(50%),缺点是酗酒(72.4%),而与酗酒相比较,认为俄罗斯人贪婪(27.6%)、自私(25.9%)和不劳而获(20.7%)所占比例就小得多了。^[4]

(三)对于中俄关系的评价

俄罗斯方面。全俄社会舆论研究中心曾在2005年、2007年、2009年、2014年和2017年追踪调查过俄罗斯人对中俄关系的评价,认为中国是俄罗斯的战略和经济伙伴的比例逐年增高,由34%(2005年)增至50%(2017年);是经济和政治对手、竞争者的比例除2009年略有上升与2005年持平外,基本呈递减趋势,由24%(2005年)减至10%(2017年)。以此为基础,俄罗斯民众对两国关系的未来发展也持乐观态度,认为21世纪两国是亲近的盟友和伙伴国家的由44%(2005年)提高到76%(2017年),认为是敌人、危险的邻居和竞争者的由31%(2005年)降至16%(2017年)。^[6]

同样的结果也出现在笔者针对俄罗斯青年所做的调查中。对中俄关系的评价,受访的俄罗斯年轻人多持积极和乐观态度,认为“中国是俄罗斯在政治上的合作伙伴”的占30.2%;“中国是俄罗斯的经济伙伴”的占45.8%;“中国是俄罗斯保障国家安全的伙伴”的占9.1%;“中国是俄罗斯国家安全的威胁”的占6%;“中国是俄罗斯在经济上的竞争对手”的占6.8%;“中国是俄罗斯在政治上的敌人”的占2.1%。虽然被调查者中多认为中俄两国政治伙伴关系高于经济伙伴关系,但是他们也承认现阶段中俄两国的经济交往好于政治交流(70.2%比7.9%)。

中国方面。2007年8月至10月,中国社会科学院俄罗斯东欧中亚研究所课题组以发放调查问卷和网上征询的方式在我国部分地区进行了题为“中国人眼中的俄罗斯”的舆论调查,调查显示中国人对中俄关系的评价为:“认为非常好和良好的占

了总数的70.9%,其中选择良好的又以64.31%的比例占了绝大多数,形成选择倾向性在两者之间高度集中于一项;而选择不好、很不好的仅有区区2.7%。”^[7]

两国进行的民意调查均显示出中俄两国人民对两国关系现状的认可和对未来的良好预期,这为两国积极的国家形象在对方国的树立和宣传提供了良好的社会基础。

二 影响中俄两国青年互识的因素

(一)地缘因素

2007年4月全俄社会舆论研究中心的调查显示:在对于“谁是当前俄罗斯最重要的亚洲伙伴”的回答中,俄远东地区的居民认为是中国;西伯利亚地区民众对印度、中国、日本一视同仁;中央联邦区更青睐中国和日本;而其他地区的俄罗斯人则青睐日本。与中国接壤的俄罗斯边境州省地区民众,对中国怀有更大的期待这一点不难理解,但对中国的崛起感到威胁、担心中国转移危机的也是他们。

(二)认知方法因素

毫无疑问,认知方法能够影响人们对认知对象的态度。地理位置的接近和中国日益开放的政策,促成了中俄两国青年人更直接的接触和交流,没有人会怀疑现实接触比书本知识更可信这一点。正如笔者的调查中,当受访者被问及“到过中国以后,你对中国的印象有什么变化”时,59.9%的回答是印象变好了,32.8%的回答是没有变化,只有7.3%的回答是变坏了。当然,笔者并不是要对大众传媒等认知方式持否定或怀疑态度,相反地,笔者更加看重舆论宣传,毕竟并不是所有的俄罗斯人都能够来到中国。“据俄罗斯对华合作发展基金会的调查结果,中俄两国互办‘国家年’活动以来,俄媒体涉华月均报道量从此前的518篇次上升到834篇次,猛增了61%。其中,正面报道的比重从29.3%增加到39.2%,而负面报道的比重则从15.5%下降到12.1%。”^[8]

(三)情感因素

如果说意识形态因素影响了苏联人对中国形象的评价,那么如今俄罗斯人的对华心态,则完全取决于国家利益和民族意识。一方面,他们认为中国是俄罗斯最重要的亚洲伙伴之一——日本(26%)、中国(21%)、印度(16%)。而在笔者的调查中,49.6%的俄罗斯年轻人认为中国的经济发展

促进了俄罗斯的经济的发展,30.2%的人认为中国的经济发展阻碍了俄罗斯的经济的发展,认为没有影响的人占了20.1%。另一方面,他们 also 对中国作为强大邻国这一现实表示忧虑。2007年全俄社会舆论研究中心的民意调查表明:虽然俄罗斯远东和西伯利亚地区劳动力奇缺,但只有16%的俄罗斯人认为可以允许中国公司和工人参与此地区的开发,而在远东和西伯利亚的居民中,这一比例就更低,只有9%~11%;62%的俄罗斯人认为,允许中国公司和工人参与开发俄罗斯东部地区是危险的。笔者的调查中,也有10.1%的受访者认为“中国是俄罗斯在经济上的竞争对手”和“俄罗斯在政治上的敌人”。面对中国经济的快速增长,大多数俄罗斯民众并没有将其看作是中俄两国互利共赢的机会。中俄两国经济合作中,45%的人认为中国是获利者,6%的人认为俄罗斯是获利者,认为双方都是获利者的人占35%,认为不好回答的占15%。2006年3月,俄罗斯“社会舆论”基金会曾向认为中国的强大会威胁到俄罗斯的人群追问原因,得到的答案是:中国人向俄罗斯非法移民以及抢夺俄罗斯领土(22%);他们人口太多了(8%);中国是高速发展的国家,他对世界领导地位的追求对俄罗斯不利(4%);中国的廉价低质商品充斥俄罗斯市场上,损害了俄罗斯商品的利益(4%);中国是核大国,俄罗斯存在着来自中国方面的军事威胁(3%);中国人图谋俄罗斯自然资源,偷猎(2%);中国是侵略性的国家(1%);我们拥有共同的边界,我们是邻居(1%)。^[9]而且,“200年来,俄罗斯各方面的成就、综合国力和国际地位一直处于中国之上,俄罗斯对中国是‘俯视’。”^[10]长期形成的大国心态仍在一定程度上影响着俄民众的对华态度。同时,“随着国际移民数量的不断增长和全球化趋势的逐步扩展,移民对原籍国、途经国与目的地国及相关的个体带来了巨大的挑战,甚至可以说国际移民已经成为本时代最典型的问题之一。”^[11]移民作为一个国家在他国的形象代表和形象塑造者,其作用不可小觑。

(四)语言文化因素

中俄两国有着漫长的边境线和悠久的交往史,两国的语言也因此对方国经历了漫长的传播过程。历史上,在俄罗斯,俄国传教士和汉学家对汉语的传播功不可没,而俄语在中国的推广则依赖于清政府的外交需求。如今,俄语在中国和汉语在俄罗斯出现了不同的发展态势。

俄罗斯方面,在“孩子学习何种外语更实用”的调查中,汉语占15%,成为俄罗斯人选择的次于英语和德语的第三大外国语。^[12]据统计,1978年赴华俄罗斯留学生7261人,其后一直呈上升趋势;2014年增至17202人;2015年出现首次下滑,为16197人。“目前,中国250多所高校都有俄罗斯留学生,分布在21个省、4个直辖市、5个自治区。近年来中国吸引俄罗斯留学生的主要区域仍为东北地区(黑龙江和辽宁)以及北京和上海。”^[13]

中国方面。至2015年底,中国在俄留学生总人数达到2.8万人。另外,中国的CCTV设有俄文频道,《人民日报》网络版设有俄文版块,一些高校经常举办俄语竞赛,孔子学院也成为对外推介汉语和鼓励汉语学习的重要手段。据孔子学院公布的数据,截至2016年,俄罗斯已有17所孔子学院、5个孔子课堂,覆盖俄罗斯16个城市。

俄语和汉语都是世界公认的最难学习的外国语言之一,但语言又是了解一国不可或缺的手段。因此,中国和俄罗斯政府确定2009年为中国的俄语年,2010年为俄罗斯的汉语年,希望通过语言交流增进两国人民的相互了解。应该说,中俄两国政府的语言推介政策已初见成效,但值得我们注意和考虑的是,在民间实际交往中,中俄两国民众表现得不一样。在中国对俄边境,随处可见中国商铺悬挂着标有汉俄两种语言的牌匾,随处可听见中国商人用带着各种口音的俄语与俄罗斯客户交谈;与此相反,在俄罗斯的对华边境我们却很难看见汉字和听见汉语。究其原因,一是与中国商品在俄罗斯的热销有关。二是与民族性格相关。在俄罗斯人看来,中国人天生具有经济头脑,曾有俄罗斯人表示,“中国人可以用两元钱办任何事情”^[4]。三是或许也与俄罗斯人对本国语言的过分热爱与保护有关。笔者就不止一次听见有人抱怨在俄罗斯街头俄罗斯人不愿意与其用英语交谈,虽然俄罗斯人的英语水平普遍不错。

(五)美国因素

不论是在中苏还是中俄关系中,美国的影响无处不在。我们还应看到,在中俄两国国家形象的塑造中,美国仍起到了“镜子”作用。可以说,在美国这面“镜子”中,中俄两国的形象更加立体。苏联解体初期,俄罗斯曾希望通过激进的西式改革而达到融入西方社会的目的,但俄罗斯的“投怀送抱”不但没有得到美国与西欧国家的认可,反而造成了国内

经济形势的不断恶化和人民的不满情绪。普京上台后,俄罗斯不再看西方脸色行事,努力奉行独立的对外政策,在能源问题、中东问题,特别是乌克兰问题上与美国展开明暗较量;而在诸多涉及俄罗斯国家利益的问题上,中国政府表现出的与美国截然相反的态度得到了俄罗斯民众的广泛认同。俄罗斯列瓦达社会舆论分析中心曾在2015年5月22—25日进行了关于“俄罗斯的敌人与朋友”的调查,并将所得数据与2005年数据进行了对比,结果显示:2005年有12%的受访者认为中国是俄罗斯的亲密伙伴和盟友,2015年比例达到43%,稳居首位。而美国则在俄罗斯敌人的排名中,由2005年的23%(排名第五位),变成了2015年73%(排名第一位)。而且对中国和美国的印象排名均在2014年和2015年发生明显变化。^[14]

另外,全俄社会舆论研究中心曾专门对中、俄、美三国关系进行了问卷调查,对于“美国总统特朗普对华发表了激烈言论。中美两国关系紧张,许多人认为两国将有更大的冲突。此时俄罗斯怎样做更好”这一问题,超过半数(53%)的受访者认为俄罗斯应保持中立,不介入冲突。因此,在国家利益面前,我们不能指望“患难见真情”,也不能高估中俄关系友好情况下中国的地位与形象。

三 对策与建议

国家形象并非一成不变,而是动态的存在。在当今国际社会,一国国家形象的构建包含着自我塑造和他者认识两个方面。其中,他者认识的产生与变化既受其国家利益、自身文化、传统和民族性格等内在因素的影响,也受时代背景、两国及国际关系等外在因素的制约,因而一国对本国形象的主动塑造在很大程度上是可以改变他者认识的。基于此,我们认为,中国的国家形象是可以从自身角度主动建构和改变的。

(一)加强自我认知,正确认识中国形象

不论是自我塑造还是他者认识,究其根本首先都是“人”对“国家(国人)”的认识问题。只有正确认识了自我形象,正确了解了别人对自己的认识,才能谈及塑造问题。中国对形象问题的研究滞后于西方,但近年来,随着中国更大程度地参与到国际问题和事件的处理中,国家形象逐渐成为研究的热点之一。不过,从总体上看,这一研究更趋向于理论,缺少实证性的调查和分析。自我认识绝非自

我想象,认识中国形象更多地是认识他人对中国的定位与评价。笔者并不是反对研究中国形象的历史变迁和建构过程,甚至认为这种研究对解决现实问题有着重大的理论指导意义,但笔者也认为,实证研究因其科学性和普遍性特点更有利于增强国家形象研究的客观性。

实证研究离不开民意调查和专门的民调机构。与西方国家相比,中俄两国民意调查机构建立的时间较晚。俄罗斯社会舆论基金会(ФОМ, Фонд “Общественное мнение”)(1991年)、俄罗斯列瓦达社会舆论分析中心(АНО Левада - Центр, Аналитический центр Юрия Левады)(2003年)、全俄社会舆论研究中心(ВЦИОМ, Всероссийский центр изучения общественного мнения)(1987年)是俄国三家主流民调机构,常年进行包括国家形象在内的各种民意调查。而我国的民调机构多属官方或半官方性质,1987年建立的中国社会调查系统就是由国家体改委批准成立的。目前,我国的许多民意调查任务都由统计局完成。官方调查机构因其资源优质和行动力强而在民意调查中有着先天优势,但缺点在于其数据常为不公开或半公开状态,学术研究人员或普通民众无法获取,而且其调研缺少灵活性和学术敏感性。20世纪80年代末期开始,我国的媒体、大学(其中“比较重要的有1986年10月成立的我国第一家学术性舆论研究所和调查机构——中国人民大学舆论研究所,此外还有北京大学社会调查研究中心、北京大学市场与媒介研究中心、上海复旦市场调研中心、中国传媒大学调查统计研究所,以及南京市舆情调查分析中心等”^[15])、学术团体及个人也加入到了民意调查队伍当中,调查所得的相关数据和分析结果常会以研究成果的形式公布,但此类调查往往缺乏连贯性,调查力度也有欠缺。商业性质的调查机构虽然近年有上升趋势,但在整体实力和学术性方面有待加强。因此,我们应该整合政府、媒体和学者三方力量,对中国形象的相关问题进行追踪调查、统计和研究,以实证手段加强理论研究的客观性、真实性和有效性。

(二)加强对象国研究,有针对性地塑造中国形象

人的认识因兴趣、动机和需要而具有倾向性,这就使得一国形象会因认识者的兴趣、动机和需要而发生改变,甚至是被其臆造;因此,我们在塑造中

国形象时,也要注意了解对象国特点。这种塑造并不是“投其所好”,而是要避免其对中国的误读,消弭误解,促进两国间的理解与互信。

以本文为例,笔者在了解中国形象在俄罗斯的演变问题时发现,俄罗斯人对中国有着复杂和纠结的情感,他们既羡慕中国经济的快速发展,又担心中国成为俄罗斯的竞争对手;既承认中俄友谊是常态,又担心中国会索要历史上被帝俄劫掠的土地;既希望中国人和中国商品充盈俄罗斯市场,又担心移民潮出现。笔者认为,这种纠结情感主要就是出自俄罗斯民众对国家利益的担忧,就连时不时出现在俄罗斯的“中国威胁论”,也更多地是源于其经济实力上的不自信和对领土问题的担忧,还有对两国文化差异的过分夸大。

因此,我们应重视和加强中国形象在俄罗斯的良好建构的影响因素研究,以形象研究推进形象塑造。如笔者根据前文提及的影响中国形象的情感因素,认为我国应开展边境地区两国人民的文化交流,改变俄罗斯人认为中国人只懂生意而不懂艺术的印象;加强赴俄劳动力的教育培训,鼓励中国高学历人员赴俄学习,监管赴俄旅行社,提升在俄、赴俄华人的素质水平,减少俄罗斯人对中国人素质的诟病;译介和推广中国文学,文学是一国文化最传统最有效的承载方式,但中国文学在中俄交流中却未发挥其应有的作用。俄罗斯是一个有着浓厚阅读传统的国家,有调查数据显示:“表示能接触到中国哲学的受访者主要为25~45岁年龄段的青壮年(占接触总人数的81.5%),说明中国精神文化在俄罗斯青年人中开始有较高的认知,这是一个很好的开端。”^[16]

(三)密切注意他国对中国形象的建构与宣传,及时有效地采取应对措施

中俄两国虽为邻国,但真正能够亲自前往中国的俄罗斯人并不多,绝大多数的俄罗斯人仍然是通过媒体的宣传了解中国。就笔者面向俄罗斯青年所做的调查看,有近50%的人是通过互联网、电视、广播和报纸了解关于中国的消息的。2015年4月,俄罗斯社会舆论基金会在询问“你认为,现在媒体上关于中国的信息是过多、过少还是恰好”时,23%的人认为很难回答,29%的人认为过少,45%的人认为正好,只有3%的人认为过多。^[17]“你是否看过有关中国的文章、书籍或电影”时,47%的人回答看过,49%的人回答没有看过。^[18]

毫无疑问,认知方法能够影响人们对认知对象的态度。地理位置的接近和中国日益开放的政策,促成中俄两国青年人更直接地接触和交流,没有人会怀疑现实接触比书本知识更可信这一点。正如笔者在前文中所提到的,当受访者被问及“到过中国以后,你对中国的印象有什么变化”时,59.9%的回答是印象变好了,32.8%的回答是没有变化,只有7.3%的回答是变坏了。当然,笔者并不是要对通过大众传媒认知等认知方式持否定或怀疑态度,相反地,笔者更加看重舆论宣传,毕竟并不是所有的俄罗斯人都能够来到中国。针对青年人喜欢接触新鲜事物且接触途径广泛的特点,我们应增加中俄两国青年的互派与互访,为受教育程度较高的两国青年提供更多的互访和学习机会,借助政府、大学和民间组织的力量搭建学术交流的平台,从而在俄罗斯青年学者中塑造正面和积极的中国形象。

综上,近年来,俄罗斯正面宣传中国形象的比例有所上升,既是因为俄罗斯民众对华了解的增加,也是由于中俄两国关系的切实需求。两国具有相近的战略利益,相较于曾经的意识形态因素,国家利益才是联系国民情感和推进国家关系的最稳定的纽带。两国面临相同的国家复兴的挑战,同样要面对美国等西方国家对自己的妖魔化宣传,同样要面临邻国的不信任甚至是敌对,同样要面对国内在经济发展、政策认同、社会稳定、民众安全等方面的诸多问题。中俄两国均把对方视为值得信赖的伙伴,也是由于对方形象的正面确立,由于两国政府和社会舆论的积极努力。2006和2007年的中俄国家年、2009和2010年的中俄语言年、2012和2013年的中俄旅游年,以及2014和2015年的中国青年友好交流年的成功举办,都推进了两国的民众互识。

长久的睦邻关系只能是建立在两国民众关系友好的基础之上,而良好和积极的国家形象无疑是民众互信、国家合作的推动力量。青年关系着国家的未来与命运,其世界观和国家观是可以塑造和改变的,今日之青年是明日之中国与俄罗斯,而中俄两国青年今日的互识也正是明日之中俄关系的基础。因此,了解和研究中俄两国青年的国家形象互识问题,对我国塑造国家形象、应对对外事务、构建大国地位都具有重要的理论和实践意义。

参考文献:

- [1] ФОМ. Образ Китая [EB/OL]. [2017 - 03 - 09]. <http://bd.fom.ru/report/map/d083021>.
- [2] ВЦИОМ. Пресс - выпуск № 1326 [EB/OL]. [2017 - 03 - 09]. <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=12509>.
- [3] 关世杰. 美、德、俄、印民众眼中的中国国家形象问卷调查分析:下[J]. 对外传播, 2013(1):42.
- [4] АЛАГЕУВА Т, ВИСИЛЬЕВА К, ОСТРОВСКИЙ А. Образ россиян в глазах китайцев и образ китайцев в глазах россиян на сопредельной территории [J]. Проблемы Дальнего Востока, 2007(4):126 - 134.
- [5] 贾英伦. 中国学生眼中的俄罗斯人[J]. 俄语学习, 2013(6):32.
- [6] ВЦИОМ. Пресс - выпуск №3302 [EB/OL]. [2017 - 03 - 09]. <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116055>.
- [7] 潘德礼, 吴伟. 中俄两国友好关系的印证:“中国人眼中的俄罗斯”社会舆论调查[J]. 俄罗斯中亚东欧研究, 2008(5):81.
- [8] 张亮. 俄罗斯人眼中的中国和中国人[J]. 对外传播, 2010(11):60.
- [9] ФОМ. Геопроект: Китай [EB/OL]. [2017 - 03 - 16]. http://bd.fom.ru/report/cat/inter_pol/count_china/dd061123. http://bd.fom.ru/report/cat/inter_pol/count_china/dd061123.

- [10] 李随安. 中国和俄罗斯:国家形象之比较[J]. 西伯利亚研究, 2007(4):54.
- [11] 李先波, 罗丹. 国际移民新趋势、挑战及应对[J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2016, 21(1):94.
- [12] ВЦИОМ, Пресс - выпуск №2714 [EB/OL]. [2017 - 06 - 08]. <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115051>.
- [13] А·Л·阿列费耶夫, К·А·柳博茨卡娅, 任雪梅. 中国高校外国留学生及俄罗斯留学生情况统计及其社会学分析:上[J]. 世界教育信息, 2017(8):35.
- [14] Левада - Центр. Международные отношения: друзья и “враги” России [EB/OL]. [2017 - 06 - 08]. <http://www.levada.ru/2015/06/08/mezhdunarodnye-otnosheniya-druzya-i-vragi-rossii/print/>.
- [15] 董海军, 周强. 我国民意调查的机构类型、问题与发展建议[J]. 中国国情国力, 2011(7):39.
- [16] 李玮. 俄国“熊”眼中的中国“龙”:基于中国文化软实力调查数据的分析[J]. 国外社会科学, 2012(5):82.
- [17] ФОМ. Россия и Китай [EB/OL]. [2017 - 03 - 09]. <http://bd.fom.ru/report/map/d171506>.
- [18] ФОМ. Интерес россиян к Китаю [EB/OL]. [2017 - 03 - 09]. <http://fom.ru/Mir/12150>.

责任编辑:黄声波

(上接第99页)炼,成长为一名坚定的民主革命家、宣传家、文学家和诗人,最终成为一位名垂千古的革命烈士。

宁调元被害后,其英勇事迹广受后世称颂,《楚攸甯氏六修族谱》卷三《簪缨英名》中载有傅熊湘所作《二房太一事略》^{[11]227}、柳亚子所作《二房烈士太一传》^{[11]228}和刘谦所作《二房太一革命纪略》^{[11]239};卷四《世系世录》中宁调元的条目下记载:“幼负天才,著述甚富,留学日本,志切排满,光复后历任要职,振聋摘伏,不避怨劳。袁项城继任总统,帝制自为,霞谋彻底革命,进行联络,被捕阳夏,就义武昌,年才三十一,海内惜之。”^{[11]463-464}这些记载,使得宁调元成为宁氏后人学习的光辉榜样。

参考文献:

- [1] 王符. 潜夫论全译[M]. 张觉,译注. 贵阳:贵州人民出版社,1999:734.

- [2] 郑樵. 通志:第二十七卷[M]. 庠刊本,1322.
- [3] 林宝. 元和姓纂[M]. 北京:中华书局,1994:630.
- [4] 杨秀源. 锦屏姓氏史话[M]. 北京:中国戏剧出版社,2013:95.
- [5] 司马迁. 史记[M]. 北京:北京时代华文书局,2014:61.
- [6] 杜预. 春秋左传集解[M]. 上海:上海人民出版社,1977.
- [7] 许嘉璐. 二十四史全译后汉书:第1册[M]. 上海:汉语大词典出版社,2004.
- [8] 焦锦森,耿开昌. 中华姓氏河南寻根:第1卷[M]. 郑州:中州古籍出版社,2009:264.
- [9] 获嘉县地方志志编纂委员会. 获嘉县志[M]. 郑州:中州古籍出版社,2008:667.
- [10] 宣威宁氏修谱委员会. 宣威宁氏族谱[Z]. 1994:1.
- [11] 楚攸宁氏六修族谱理事会. 楚攸甯氏六修族谱[Z]. 笃亲堂,2006.

责任编辑:黄声波