

“Mirage” ou “Terrain idéal”

Le marché chinois vu
par les entrepreneurs et
journalistes occidentaux

“海市蜃楼”

吴永琴 陈建伟 郭海婷 著

还是“投资乐土”

——当代西方工商界和媒体关于中国市场的评介

“Mirage” ou “Terrain idéal”

—Le marché chinois vu par les entrepreneurs et journalistes occidentaux



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

“海市蜃楼”还是“投资乐土”

——当代西方工商界和媒体关于中国市场的评介

吴永琴 陈建伟 郭海婷 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

浙江省 2006 年哲学社会科学规划课题 (06CGWH11YB)研究成果
浙江大学外国语言文化与国际交流学院及浙江大学侨福基金资助出版

图书在版编目 (CIP) 数据

“海市蜃楼”还是“投资乐土”——当代西方工商界
和媒体关于中国市场的评介 / 吴永琴, 陈建伟, 郭海婷著.
—杭州: 浙江大学出版社, 2010. 5
ISBN 978-7-308-07392-9

I . ①海… II . ①吴…②陈…③郭… III . ①国内市
场—研究—中国 IV . ①F723

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 023768 号

“海市蜃楼”还是“投资乐土”

——当代西方工商界和媒体关于中国市场的评介
吴永琴 陈建伟 郭海婷 著

责任编辑 张 琛

封面设计 俞亚彤

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 杭州浙大同心教育彩印有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 12

字 数 222 千

版 次 2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-07392-9

定 价 28.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

前 言

在当今世界,中国已经被越来越多的人所关注。世人从不同的角度来研究这头“醒来了的雄狮”。各国各界人士都在观察、研究和介绍中国。我们注意到,自中国实行改革开放政策以来,在法国已有不少介绍中国的出版物问世,如法国前外交部长、时任议会主席的 J. 弗朗索瓦·蓬塞的《中国:新的经济巨星——法国的一次机遇》(François-Poncet J., 1995. *La Chine, nouveau géant économique. Un atout pour la France*. Les rapports du Sénat n° 66; 1994—1995), K. 沃拉费特的《中国,干事业的天地》(Vorapheth K., 1997. *Chine: Le Monde des affaires*. Paris: L'Harmattan.). 其中 J. 弗朗索瓦·蓬塞为实地了解“在 20 世纪末冒出来的经济奇迹”国家,亲自带领一班人马来中国考察,此书便是法国议会 1994—1995 年度报告的一部分,书中既客观地阐述了中国经济发展的有利形势,也如实提出了他们的忧虑及法国投资者在中国投资所要承担的风险。进入 21 世纪以来,法国工商界人士与中国接触的机会增多,随着观察的不断深入,介绍、分析、研究中国的作品大量问世。玛丽-尚塔尔·比克于 2001 年发表了《在中国谈判宝鉴》(Piques Marie-Chantal. 2001. *Les miroirs de la négociation en Chine*. Editions Philippe Picquier.), 该作者具有 20 年的在华工作经历。

最近几年法国工商界及媒体关于中国的论著更是层出不穷:《中国会是我们的噩梦吗?》(Cohen Philippe & Richard Luc., 2005. *La Chine sera-t-elle notre cauchemar? Mille et une nuits.*)、《中国——世界第一大企业》(Fishman Ted, 2005. *La Chine-première entreprise du monde*. Vuibert.), 《中国的银行业与金融市场——机遇与风险》(Marteau Jean Luc., 2005. *Le secteur bancaire et les marchés financiers en Chine*. Hermès-Lavoisier.), 《二十一世纪曙光中的中国——一个超级大国又回来了?》(Bessière Stéphanie, 2005. *La Chine à l'aube du XXIe siècle—Le retour d'une puissance?* L'Harmattan.), 《当中国改变世界的时候》(Izralewicz Erik, 2005. *Quand la Chine change le monde*. Grasset.) 等等。单从书名就可以看出研究者对中国的重视、期待乃至渴望;有些书的标题就很具鼓动性:《中国,一个需要占领的市场》(Story Jonathan, 2004. *Chine un marché à conquérir*. Village Mondial.), 《世界是我们的——以经商的理念周游全球》(Lanzmann Chine & Edel Laurence, 2004. *Le monde est à*

nous——*Le tour du monde des idées business*. JC Lattès.);当然也有的书名让人感觉比较沉稳理性:《与中国的贸易交流——从社会和文化的层面说起》(Calot Philippe, 2004. *Les échanges commerciaux avec la Chine—aspects sociologiques et culturels*. Hermès-Lavoisier.);也有鲜明中国特色的书名,如《万里长征与万里长城——在中国经商言行指南》(Peter Jean-Claude, 2004. *Longue marche et grande muraille—Une approche de la conduite des affaires en Chine*. Les Indes savantes.)等等。

许多法国工商界的学者及教研人员也同样在关注、研究和介绍中国。如《谈判》杂志创始人之一、索邦大学教授 Guy Olivier Faure 先生不仅研究中国、介绍中国,还应邀来上海浦东出任欧洲国际工商学院的国际管理学教授。又如法国国立科学研究中心的高级研究员、里昂二大工业社会学研究所 Bernard Ganne 教授每年数次来华,对法资企业在中国的落户及发展情况作了有说服力的研究。另外还有本课题的合作者、巴黎五大的 Dominique Dejeux 教授,他积极参与由法国驻广州总领事馆和广州外语外贸大学组织召开的中法商贸与企业跨文化双年会,并承担该领域的科研项目,为便于工作,还学起了汉语。诸如此类的例子不胜枚举。这些人士在向他们的同胞以及世人介绍什么?他们如何评介^①中国?这是很值得我们关注的问题。

在国内,由郑立华教授积极牵头、法国驻广州总领事馆和广州外语外贸大学组织召开的“中法商贸与企业跨文化双年会”自1998年以来已经如期举行过五届,相关的论文集已发表过多部,如《企业与传播》(郑立华、徐真华,2001.开益出版社),《企业与文化》(Xie Yong, et al., 2002. *Entreprise et culture*. L'Harmattan.),《中国与全球化》(Zheng Lihua, et al., 2004. *Chine et mondialisation*. L'Harmattan.),《信任与中欧关系》(Zheng Lihua, et al., 2003. *La confiance et les relations sino-européennes*,即将发表)。此外还有《创新与发展》(于英川, Ganne Bernard, et al., 2003. 华夏文化艺术出版社.),此书是上海市科学技术委员会与法国罗纳—阿尔卑斯大区高等教育与研究委员会于2001年5月共同在上海举办的“中法经济论坛”的论文集,大部分论文为法语,一小部分被译成了汉语,主要讨论的是经济问题。总括起来看,国内人士讨论的重点集中在文化交流或经济层面上,至于介绍法国工商界人士如何看中国的作品,能搜集到的甚少。

中国需要了解当代法国工商界及媒体对中国的看法,尤其是对当今全球化

① 笔者在此用“评介”一词,意思为评论与介绍,与“评价”一词的意思有区别,后者仅指评论,下同。

背景下快速发展的中国的评价和介绍;了解中国在法国工商界人士眼中的地位,并且研究这种看法的渊源。法语在我国不如英语普及,能阅读法语论著者较少,至于译介,尤其是对工商界人士作品的译介更是凤毛麟角,然而法国在欧洲占有重要地位,法语作品对全世界法语国家的影响不可小觑,因此我们很有必要通过该途径了解法国工商界人士是怎样理解中国、又是如何介绍中国的。这将会给我们一些启示。

笔者要做的正是利用我们通晓法语的一技之长,通过阅读和实践来了解法国工商界及媒体对我们的看法。这样做好比照镜子,看一看自己在他人眼里的形象与我们的自我感觉是否相符。拉开距离,换个角度审视自己,可以更清晰、更明智地剖析自己。我们无意评判别人说得正确与否,关键是要了解别人如何看我们。因为这直接关系到他们以怎样的心态来与我们交际。孙子兵法云:“知己知彼,百战不殆。”知道别人如何看待并介绍我们,既是加深“知己”的重要途径,又是“知彼”的必由之路。通过此书,我们企望能为我国从事国际交流、尤其是从事经贸交流的人士提供有价值的参考信息,同时为构建对外经济的宏观战略作出贡献。

此书中的相关信息源自著作、媒体(包括网上信息、广播、电视)、报刊、杂志、访谈、调查、直接观察以及日常交谈。外国人评价中国人和中国事,有客观的,也有偏颇的;有赞许的,也有批评的。这些都需要我们去分析和讨论。中国人了解中国人自己的文化,了解中国人,了解中国的国情,但是外国人的介绍需要我们去理解,再评述,再介绍。即首先要拉近外国评介者与我们中华文化之间的距离,才能正确理解他们的观点。我们不能保证外国人的言论都正确,但我们可以借鉴。由于是从外国人的角度看待中国,观点方面难免有出入,有时甚至出现比较偏激的观点,笔者也不想对其改变太多,以还其真实的面目,即便不够客观,也由读者自己去鉴别。如《中国将是我们的噩梦吗?》的作者曾深入到边远的农村和城市的民工当中作调查。尽管由于文化观念的差异,他们看问题的视角与中国人有很大不同,但是他们对当地的情况了解得如此细致,很让笔者惊讶。如果我们的官员不是表面的、浮夸的,而是也能如此耐心地、脚踏实地地去这些地方多看看、多问问、多作调查,那么他们判断事物会更准确,因为毕竟我们中国人更了解中国国情,也更有发言权,由此而制定的措施会远比在办公室里纸上谈兵更能切中要害,作出的决策会更贴近百姓。在本书的写作过程中,笔者掌握一条原则,那就是:以平和沉稳的心态来看外国人的观点,无论是赞赏还是批评。尤其是对于批评,最好不是一味地认为他们是“存心挑刺”、“作反面宣传”、“往中国人脸上抹黑”等等。记得20世纪70年代有个叫安东尼·奥尼的意大利电影导演就因为报道了中国的阴暗面而被大批特批。想必如此

不成熟的心态已经成为历史。

我们所接触到的西方的或是法国的观察家,与美国以及其他国家的作者一样,他们的作品也多种多样,对中国以及中国的发展有褒有贬。不过我们的心态已不再像不成熟的孩子,听到别人说好话就沾沾自喜,听到批评就不高兴。敢用“反光镜”来进行自我审视的人群是成熟的群体,拥有理智的心态。对于那些赞扬中国的强大、对中国的发展十分看好的赞赏之言,我们可以从中验证自己的成长进步,它可以给我们更多的自信和激励;而当读到或者听到那些较多地从黯淡的角度揭示中国的不足,甚至夸大中国的危险的分析言论,我们也要以平和的心态去思考,主要看这些言论是否客观。对于逆耳之言,我们需要有足够宽阔的胸襟来容纳,有则改之,无则加勉,这恐怕比“被胜利冲昏头脑”更有利。江泽民同志曾经提出“居安思危”的命题,思危?思什么?有道是“旁观者清”,那不正是我们所寻找的反光镜吗?反光镜传递给我们的真实信息有利于我们戒骄戒躁,保持头脑清醒。一个人需要不断地自我修正、自我完善,一个国家、一个民族概莫如此。因此在选材问题上,无论是书面的还是访谈的信息,我们尽可能全面地、广泛地选用,而不是专选称颂中国的。

另外需要说明的是,笔者最后所采用的材料来源范围有所拓展,除了法国当代工商界人士以外,我们还采用了其他行业人士的文章、著述及言论,如记者、哲学家、政府领导者等。因为我们感到这样组织的材料会更全面、内容更丰富,因此更有利于分析研究。

此外,资料的年份跨度比较大,有些数据的年代比较早,作者和分析家们正是根据当年的这些数据和具体状况来进行分析的。但这并不意味着这些分析已经过时,一个国家的发展过程是循序渐进的,没有先前的基础就没有后来的成果。因此我们还是对早几年的相关数据如实使用。

自法国前总统希拉克离任以来,法国与中国之间所发生的一些不融洽的事件,说明两国的文化及制度的差异还是很大的,人们的价值观和思维习惯很不相同,互相之间的了解和理解十分欠缺。正因为这样,更需要加深两国文化的相互了解,更需要知道法国人在想什么,他们为什么会有如此的言论行为。事实上,中国人一直以来对美国及英语国家的情况研究得比较多,而对法国的研究甚少。在全球化的今天,中国经济飞速发展,我们需要更加清楚地了解自己,不仅通过英美国家,也要通过法国人的视角来进一步认识自己,不是盲目地崇洋媚外,而是有头脑地分析研究“外域人”的观点和意见,这对于中国来说一定是利大于弊的。因此笔者更感到此项研究的意义重大,同时也更感到责任的重大。我们不能光抱怨部分法国人不了解中国,其实我们也需要反省自己,我们了解别人多少,我们让人家对自己了解了多少等等。鉴于此,书中的第七、第八

章“法国当代工商界和媒体关于中国的负面报道及评介(一)、(二)”写的就是法国人如何说中国的“坏话”,或许这正是此书与其他同类书籍的不同之处。

本书第一、第二章由郭海婷(浙江传媒学院)执笔;第三、第四、第五章由陈建伟(浙江工商大学)执笔;第六、第七、第八、第九章以及前言和结束语由吴永琴(浙江大学)执笔。在三年的工作过程中,课题组成员齐心协力,默契配合,互相帮助,互相阅读、修改。因此,全书是大家共同努力的结果。

本课题在实施过程中曾得到巴黎五大社会学教授 Dominique Desjeux 的大力支持和协助,他为课题组提供法国相关书籍和期刊,还于 2007 年初特地来中国与课题组共同进行调查和访谈,与此同时,他与课题组成员就社会学方面的问题进行共同探讨,并提出他的观点及指导性意见。在调查过程中课题组得到中国和法国工商界人士的大力支持与配合;在材料搜集期间,还得到本校法语专业 2003 级学生的帮助,书中“法国当代工商界和媒体关于中国的负面报道及评介”的译文初稿由他们提供。在此一并表示谢忱。

吴永琴

2009 年 10 月于杭州

目 录

第一章 法国工商界和媒体人士获知的中国经济总现状	1
第一节 法国工商界和媒体人士对中国的认知途径	2
一、信息获知渠道	3
二、认知背景:觉醒的中国经济	4
第二节 中国经济现状对法国工商界人士的吸引力	7
一、中法经济交往的历史发展过程	7
二、法国企业进军中国市场的成功与失败	14
第三节 参与国际竞争的中国	17
一、低廉的劳动力成本的强大竞争优势	17
二、走向世界的中国产品	19
三、世界的加工工厂	21
第二章 发展中的中国经济新形象	23
第一节 探索未来持续发展之路的中国	23
一、高低产业的全方位发展之路	23
二、科技创新之路	25
三、中国的世界品牌	28
第二节 中国的消费市场	30
一、国际市场上的中国消费群体	30
二、中国的消费市场	30
第三节 目前中法经济贸易面临的问题	34
一、宏观经济发展环境	34
二、微观经济问题	36
第四节 中国带给世界的“挑战”与“机遇”	39

一、中国带给世界新挑战	40
二、新形势下的无限生机	42
第三章 法国当代工商界人士和媒体关于中国政治、军事对世界的影响的评述	45
第一节 中国政治概述及其对世界的影响	45
第二节 中法政治、军事交流基本情况	47
第三节 法国当代工商界人士和媒体关于中国政治对世界的影响的 评述	51
第四节 中法政治合作发展过程中的一些亟待解决的问题	53
第四章 法国当代工商界人士和媒体关于中国经济对世界的影响的评述	57
第一节 中国经济概述及其对世界的影响	57
第二节 中法经贸关系基本情况	60
第三节 法国当代工商界人士和媒体关于中国经济对世界的影响的 评述	65
第四节 中法经贸合作发展过程中一些亟待解决的问题	71
第五节 我们的思考	77
第五章 法国当代工商界人士和媒体关于中国文化对世界的影响的评述	80
第一节 中国文化概述及其对世界的影响	80
第二节 中法文化交流基本情况	82
第三节 法国当代工商界人士和媒体关于中国文化对世界的影响的 评述	96
第四节 中法文化合作发展过程中一些亟待解决的问题	100
第六章 从法国来华创业者的话语看中国企业界与工商界之现状	102
第一节 问题的提出	102
第二节 研究方法及研究对象	102
第三节 围绕“灵活性”问题的讨论	103
一、关于“关系”	103

二、关于“送礼”与“腐败”	104
三、关于“诚信”	105
四、关于交流	106
五、关于法国人的“刻板”	108
第四节 结论与前景展望	108
一、几点归纳	108
二、我们的结论	109
三、前景展望	109
第七章 法国当代工商界和媒体关于中国的负面报道及评介(一)	110
第一节 BRICS 及中国	111
第二节 “气泡”之说	113
第三节 关于下岗	114
第四节 关于矿工	116
第五节 关于农民	119
第六节 关于民工	122
第八章 法国当代工商界和媒体关于中国的负面报道及评介(二)	128
第一节 比地还低的半边天	128
第二节 当中国不给我们衣穿的时候	132
第三节 “海市蜃楼”之说	138
第四节 我们的思考	151
第九章 我们的思考	154
第一节 法国人为什么对中国着迷?	154
一、法国及欧洲旅游市场上的中国游客	156
二、为适应中国游客,法国饭店作调整	158
三、傲慢的法国商人向中国顾客赔偿了	158
四、看准中国市场,法国商家不敢得罪中国	160
第二节 怎样了解中国	162
第三节 世界需要中国,法国需要中国	165
第四节 中国怎么办?	166

一、全球化背景下中国的位置及作为	166
二、一个负责任大国的百姓应该做的事	168
结语	171
 参考文献	175

第一章

法国工商界和媒体人士获知的中国经济总体现状

在日益加剧的全球化进程中,中国与世界各个国家间的国际交流和对外贸易不断扩大加深。各国间频繁的接触,使国家之间的了解也不断深入。我们对不同的国家在不同的时期有不同的认识。同样,其他国家的人民在特定时期对我们也有特定的认识,并且这种认识随着时代局势的变化而变化。马可波罗来中国时,他眼中的中国表现在他的书中是遍地黄金的天堂。这一令人艳羡的形象惊动了欧洲。清末的中国像是一块肥肉,引来了全世界的掠夺者。经过艰苦抗战后的中国是贫穷的,在别国眼中更是满目疮痍。20世纪50年代的中国还是弱小的,面临着大国的欺凌。改革开放初期的中国是尝试者,是蹒跚学步的儿童,接受着世界怀疑的目光。那么如今的中国呢?随着改革的不断深入,对外开放的不断扩大,国家与社会主义的建设事业取得了方方面面的成功。世界各国在投来不同的目光,感受中国不断强大的同时,他们又是如何看待我们的呢?在他们眼中的中国是否与我们自己定位的国家形象一致呢?在当今国际社会里,一个国家在国际上的形象问题越来越受到人们的关注,如何定位和宣传中国的国家形象,这其中涉及了一个传播学的问题,但传播的效果则要通过考察来判定。不同的国家用不同的方式来看待中国,两国间的交流和相互关系影响着一个国家在另一个国家认识主体中的群体观念。对于法国人而言,中国的形象就是他们(法国人)站在法国国家利益的立场上,以法国人习惯的方式来思考中国及其相关问题,并由此产生的对中国的总体印象和群体观念。“国家形象是在国家政治、外交、经济、军事、社会、科技、文化、自然等各个领域里,现实的与历史的客观存在,在认识主体(包括政府、政党、社会集团、组织机构、大众等)中所形成的模式化的总体印象和群体观念”。(刘明,2007)本章研究的是法国人眼中的中国,是从法国工商界人士的角度来看待中国,因为他们是最直接最广泛接触中国和中国人的群体。他们的看法往往是从个别的、直接的、感性的认识开始,进而形成一个总体印象和群体观念。本章将着重论述法国工商界人士对中国经济的看法与评价。

中国的经济从中华人民共和国成立初期的百废待兴到如今的繁荣兴旺,期间历经了不少艰难曲折。计划经济还是市场经济,公有制还是私有制,闭门造

车还是对外开放,照搬还是借鉴,坚守还是改革……在这一系列的选择中,中国摸索出了一条具有本国特色的社会主义经济发展道路。虽然途中困难重重,但如今获得的成效是显著的。世界在惊呼:中国觉醒了,中国经济复苏了,中国站起来了。

的确,20世纪中国经济发生了翻天覆地的变化,经济体制的改革、经济结构的变动、经济增长率的稳步攀升,创造了一个又一个的奇迹,也成为世界的焦点。正如法国前外交部长、时任议会主席的J·弗朗索瓦·蓬塞在《中国:新的经济巨星——法国的一次机遇》中指出的“中国经济的复苏足以让未来的历史学家评价为20世纪末最为重大的事件之一。中国经济的活跃,除了体现在那些尚未确定的数据之外,还表现为其十多个百分点的高经济增长率……这一典型的中国特色变革所吸引的关注,丝毫不亚于任何一个国家”(François-Poncet J.,1995)。随着中法交流合作的日益频繁,我们认为有必要了解以其为代表的法国工商界人士到底是如何看待中国经济的发展以及他们的观点又将带给我们怎样的启示。

第一节 法国工商界和媒体人士对中国的认知途径

改革开放30年后的今天,中国经济在各方面都发生了翻天覆地的变化。随着改革开放的日益扩大,中国慢慢走向世界,如何让世界了解中国,走进中国,这其中最直接的方式便是中外经贸的交流。中外贸易往来深受中国经济大环境的影响,如同一个敏锐的探测器,感知着中国经济方方面面的变化。那么,我们首先从总体入手,来了解法国工商界人士是如何看待如今我国经济的总体状况的。

为了促进与中国的贸易往来,法国工商界人士同其他国家工商界人士一样在观察、研究和介绍中国。诸如前言中提到的,在法国,关于介绍中国情况,评论中国问题,指点在华经商,以及如何与中国人交往之类的书籍已摆满了法国书店的书架。这些书有的面向大众,有的面向知识分子,而越来越多的则是面向那些人数日益增多的有志于或已涉足对华贸易的工商界人士。越来越便捷的网络更是广开言路,但是,网络在帮助人们从一个更广阔的视角了解中国问题的同时,也难免会因某些不合事实的言论而造成众口铄金的局面。如何理解法国人眼中的中国经济,如何帮助他们了解中国经济的真实客观情况,就需要从他们的信息认知渠道说起。

一、信息获知渠道

要对一个物品,一个人,一件事,甚至一个国家作出评价,首先必须要有事实依据,作为判断的标准。我们所研究的法国工商界人士眼中的中国一定是一个“复合形象”,其中包含了历史、现状及对未来的预知。中国的经济形象也不是孤立的,它也必然会受到政治、文化、社会关系、国际环境等各方面因素的影响。在有所看法和有所评价之前,认识主体必然会对中国及其经济有一定的认识 and 了解,可能是全面的,也可能是片面的;可能是客观的,也可能是主观的。如今科技发展,各种信息被广泛地散播,在如此背景下,我们首先来分析一下法国的工商界人士是通过何种渠道来了解中国的。

1. 间接获知

“认识主体对于一个国家的总体印象和群体观念的形成往往始于间接的、一般的、有意识的信息传播。各类媒体、影视作品、书籍以及有关机构或他人对他国所做的介绍等等,都承担这样的功能。”(刘明,2007)这些认知渠道对于认识主体来说是十分重要的,直接影响了其认识的客观性与准确性。通过对法国工商界人士获知渠道的调查显示,大多数法国人都少有直接接触中国的机会,大众传媒对他们关于另一个国家的初步认识起了重要的信息传播作用。当中国的发展吸引世人关注的目光时,媒体的报道也接踵而至,把中国方方面面的各种信息展现给世人,从这些大量信息中,法国工商界及其他各界人士根据自己的知识背景、行业利益来构建自己的认知体系。

这种以大众传媒为主的信息了解渠道往往会受到所在国家、政府、传媒机构甚至报道者的意志所影响,一些事实因为片面的报道角度及刻意的导向而令大众产生积极或消极的主观情感倾向。例如,在20世纪90年代,人们常用“妖魔化”来形容美国等国媒体对中国形象的负面宣传。美国在冷战后对中国的报道的确是以丑化为导向的,不但报“忧”不报“喜”,并且抓住中国的负面新闻对中国进行全方位彻底的攻击,以至于许多人对中国的印象一直停留在满目疮痍的旧社会。在美国的影响下,许多欧洲国家的报道也或多或少地带有这样的倾向性。这种倾向性不仅仅是由于中西文化的冲突,政治意识形态的差异和战略立场的不同,也从反面体现了中国对自身形象的塑造与传播尚有不足。在这个信息高速传播的时代,我们更应该有效运用各种传播手段,让世界人民了解一个不一样的中国,一个日新月异不断进步的中国。因为对大多数人来说,他们主要是通过各类媒体来了解有关中国的信息,他们所了解的信息也在很大程度上影响了他们的观念和判断,决定了他们的行为态度。

2. 直接获知

一般情况下,人们了解的信息会在认识主体大脑中形成一个基本形象,而之后的所见所闻则会不知不觉地与脑中原本的形象进行对比验证。至于我们的研究对象法国工商界人士和媒体人士的看法,他们也往往是通过媒体及见闻先对中国有了一个的基本印象,“有关异国的国家形象无论是来自丰富多彩的具象表象,还是来自间接的、一般的、理性的信息传播,都只能算作初始的印象和观念。而初始印象和观念有待于验证。在其后的验证过程中,这样的印象和观念或被证实、强化,或被证伪、消解。”(刘明,2007)这一验证的过程则需要他们通过与中国人的真实接触来体会的。当他们亲自来到中国,深入中国社会,与中国人交流,开展经济合作、商贸往来时,他们是直接接触获得客观情况的人,是在现实中检验自身原有认知的当事者。然而,他们对事实的看法也时时受到其自身生活背景和固有价值观念的影响,当事实与其原有印象不同时,便会形成一种观念的冲击,让他不断修正、改变自己的观点。

我们不能说直接获知比间接获知更加准确,两种获知方式各有利弊。间接获知的信息来源众多、覆盖面广、图文并茂、信息量大、分析深入,但常常会受到报道者的主观影响而产生导向性。直接获知的信息直观、形象,融入个人的亲身经历和感受,但直接接触也有一定局限性,容易受到事情表面现象迷惑,不够客观全面,并会受个人固有价值观念的影响。因此,为了能够更直接地得到在华法国工商界人士对中国经济的看法,使此次研究更加真实可信,我们实地采访了八位在华工作的法国工商界人士。他们学学历各不相同,从事的领域涉及服装、茶叶、食品、园林,工作内容包括采购、销售、代理、制作、质检等。我们采访的形式属于半结构式,即采访涉及几个问题,受访者根据这几个问题结合自己的经历进行相关的介绍和评述。采访时间基本为1—2个小时。开题为:“我们研究的课题是:《法国工商界人士眼中的中国》,请您谈论下您在中国的工作经历,为什么选择来中国工作,以及您对中国的认识,遇到的问题等。”在采访过程中,我们通过了解受访者在华遇到的人和事,并结合报刊书籍等间接获知的媒体资料来逐步探讨法国工商界人士到底如何看待中国的历史文化、经济现状及发展,及其对世界的影响,预测中国的发展前景,并评论所存在的不足之处。

二、认知背景:觉醒的中国经济

如今的中国经济带给法国工商界人士的首要印象无疑是改革开放后中国经济的迅速复苏,30年的时间,中国已一跃成为世界上举足轻重的经济大国。拿破仑曾经说过:“当中国觉醒的时候,世界都会颤抖。”戴高乐将军也预言:“可