

中国的国家形象丛书

GLOBAL IMAGE OF CHINA SERIES

主 编 刘 康

拉美民意看中国

HOW DO LATIN-AMERICANS VIEW CHINA

李守石 雷叙川 等 著



人 民 出 版 社

中国的国家形象丛书

GLOBAL IMAGE OF CHINA SERIES

主 编 刘 康

拉美民意看中国

HOW DO LATIN-AMERICANS VIEW CHINA

李守石 雷叙川 等著



人 民 出 版 社

责任编辑:林 敏

封面设计:周方亚

图书在版编目(CIP)数据

拉美民意看中国/李守石 等 著. —北京:人民出版社,2018.8

(中国的国家形象丛书/刘康主编)

ISBN 978-7-01-018296-4

I. ①拉… II. ①李… III. ①中外关系-研究-拉丁美洲 IV. ①D822.373

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 069660 号

拉美民意看中国

LAMEI MINYI KAN ZHONGGUO

李守石 雷叙川 等 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京汇林印务有限公司印刷 新华书店经销

2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:20.5

字数:260 千字

ISBN 978-7-01-018296-4 定价:58.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

序

从2010年开始,上海交通大学人文艺术研究院成立了国家形象与城市文化创新战略研究基地,受到上海时任领导和上海交大的大力支持。民意调查是了解民众对政治、经济、社会与文化方方面面的意见和看法的有效方法,在世界各国应用广泛。中国近年来也开始重视采用社会科学的实证研究,民意调查方兴未艾。国际范围内的民意调查近二三十年来在世界上受到普遍重视。美国皮尤(PEW)研究中心是开展大型国际民意调查的重镇,其科学性、权威性在同类机构中首屈一指。此外还有世界价值观调查机构(World Value Surveys,简称WVS)和全球风向标机构(Global Barometer Surveys,简称GBS)等大型跨国学术民意调查机构,这些机构常年开展跨国政治、经济综合民意调查项目,以洲(如亚洲、非洲、拉丁美洲)和区域(如中东、欧亚等)为单位,在少至十几个多至几十个国家实施。中国未曾开展过国际性的民意调查。上海交大的世界民众看中国的民意调查是中国研究机构首次与国际合作的项目。我们的调查获得了许多宝贵的数据。本丛书即是对这些数据从不同角度做的分析。

我就美国、亚洲和拉丁美洲民众的中国形象民意调查的整体介绍和拉美部分的调查结果撰写的相关英文论文,发表在欧洲科学院院刊《欧洲评

论》上。论文发表后收到了许多欧洲科学院院士和其他读者的来信，表明学术界对我们这项研究的重视。我作为研究团队的负责人，也因此得到多方的关注。欧洲科学院于2015年提名选举我成为外籍院士，这也是欧洲学术界对中国学术机构主导的国际民意调查的认可。我们邀请了中国学术界各高校和各领域的专家，对调查数据提出多学科、跨学科的分析 and 解读，在此基础上组织撰写和出版“中国的国家形象”丛书，将陆续出版他们的研究成果。这项研究从2010年开始一直在进行，并会进一步扩展延伸。我们希望本丛书也能够继续出下去，向从事国际关系的学者、政府官员和一切对这些话题感兴趣的读者提供一些有用的数据和思考。

自从2008年席卷世界的金融海啸以来，美国与欧盟世界影响力的急剧下滑和中国上升为世界第二大经济体的势头相互映照，中国的全球影响力更为瞩目于世。全球聚焦中国，而中国向世界发送的讯号却是含糊和缺乏连贯性的。在当今这个传媒驱动的世界，能否打动百姓的心对于政治领袖、企业家和其他社会精英来说越来越重要。无论内政外交，民众的看法都举足轻重。改革开放以来的中国领导层已经认识到必须改变冷战期间形成的“外宣”模式。从2007年起，中国政府在世界加大力度推动文化软实力和公共外交，更为关注其国际形象。在互联网和社交媒体、自媒体的时代，普通民众的意见有了前所未有的传播渠道。无论是商贸还是公共政策，甚至到地缘政治的关系与谈判，民意的作用都日益活跃。在传统由精英掌控的外交、军事和国际关系领域里，民众呼声与民意态度一度被精英决策层忽略，但现在也产生了越来越大的影响。在西方多党选举政治体制中，民意与独立的媒体始终是不可忽略的重要力量。但在外交与国际关系领域里，长期以来西方国家精英的作用远大于民意。这一情形在互联网或全媒体时代产生了很大改变。民意成为外交政策与国际战略制定时的重要变量，而不再仅仅是政客或政党手中的筹码。对于中国领导层而言，民意在内政外交方面都形成了新的挑战。中国传统政治智慧的“水能载舟亦能

覆舟”在互联网时代的威力空前。中国近年在国际上推动的文化软实力与公共外交,也表明领导层更为重视世界民意与国际舆论对中国的看法,并努力探索对外传播的双向、多维度的传媒交流方式,关注国际受众的反馈,逐步修正与改革多年形成的单向度、单一方式的“外宣”模式。

关于中国形象的国际民意调查一向较少,这跟开展国际性的民意调查难度较大有关。但这类调查近年来开始出现,并逐渐增多。这些调查主要由美国的民调和智库机构主持,内容集中于国际关系领域。影响较大的有美国皮尤研究中心、美国百人会、芝加哥全球事务学会、美国马里兰大学与英国广播公司(BBC)的美国及世界民意对中国的态度调查;日本民意调查研究所与《中国日报》联合举办的中日民众相互看法的调查;美国卡内基国际和平基金会与有中国军方背景的中国战略文化促进会联合举办的以“中美安全关注调查”为题的中美两国间部分民意和相关精英阶层的调查等。^①美国百人会会长吴建民认为,“2012年的百人会民意调查在美国大选与中国领导层更替之年进行,而中美关系是两国政府更迭时的一项关键问题。今年我们的调查凸显了美中两国的战略攸关方关系。华盛顿和北京的这种实用关系需要建立双方的互信,这种互信要建立在共同点和双边受惠的基础之上”。^②皮尤和BBC的中国民调主要关心的是各国民意对中国发展的态度,并与美国相比较。皮尤2013年的全球态度调查再度涉及

① Pew Research Global Attitudes Project, America's Global Image Remains More Positive than China's, July 18, 2010 <http://www.pewglobal.org/2013/07/18/americas-global-image-remains-more-positive-than-chinas/>; Committee of 100, U.S.-China Public Perceptions—Opinion Survey 2012. <http://www.survey.committee100.org>; Chicago Council on Global Affairs' 2010 public opinion survey, 2010. http://www.thechicagocouncil.org/files/About_Us/Press_Releases/FY11_Releases/110118.aspx; BBC World Service Poll, Views of China and India Slide in Global Poll, While UK's Ratings Climb, In: GlobeScan and Program on International Policy Attitudes (PIPA), May 22, 2013. <http://www.globescan.com/news-and-analysis/press-releases/press-releases-2013/277-views-of-china-and-india-slide-while-uks-ratings-climb.html>; The Genron NPO and China Daily, "The 9th Japan-China Public Opinion Poll," August 13, 2013 http://www.genron-npo.net/english/index.php?option=com_content&view=article&id=59:the-9th-japan-china-public-opinion-poll&catid=2:research&Itemid=4.

② U.S. China Security Perceptions Survey, Carnegie Endowment for International Peace and China Strategic Culture Promotion Association, 2013. <http://www.CarnegieEndowment.org/pubs>.

② D. Ng, Foreword to Committee of 100 "U.S.-China Public Perceptions—Opinion Survey 2012. <http://www.survey.committee100.org>.

中国。皮尤研究中心在解读各国对中国的态度时指出,“世界各国的民意相信全球的力量平衡正在转移。中国的经济力量正在上升,许多人认为中国最终将取代美国成为支配世界的超级大国。但中国力量的增长并未给中国形象加分。总体上美国的全球形象要好于中国。我们的民调显示,平均63%的各国民众对美国表示好感,对中国有好感的只有50%。”^①

直到2009年,这些有关中国国际形象的民意调查都是由西方国家主导实施的。2009年底,上海交通大学人文艺术研究院与美国杜克大学和印第安纳大学合作,首度开展了中国主导的中国国家形象全球民意调查计划。2010年暑期,杜克大学政治学教授史天健(已故)、约翰·奥维治(John Aldrich)以及我本人共同设计了中国形象的美国民意调查问卷,并委托印第安纳大学民意调查研究中心在全美展开随机抽样的电话民意调查。2011-2012年,上海交大与杜克大学、亚洲风向标学术民意调查机构(Asian Barometer Survey)合作,在亚洲风向标第三轮东亚及东南亚国家与地区的综合社会调查中嵌入有关中国形象的问题,对包括中国在内的12个国家与地区展开了调查。这些国家和地区是日本、韩国、蒙古、菲律宾、中国台湾、泰国、印度尼西亚、新加坡、越南、柬埔寨、马来西亚和中国大陆。上海交大的调查计划与全球风向标学术民意调查机构(Global Barometers Surveys)合作,在亚洲、非洲、拉丁美洲和欧亚、中东以及欧洲等全球各大洲展开中国形象的全球民意调查。2013年与总部在美国范德堡大学的拉丁美洲民意调查项目(Latin American Public Opinion Project at Vanderbilt University)合作采取跟亚洲调查相似的方式,对24个拉美国家开展了中国形象调查。2013年再度在美国针对美国大选年展开中国问题的民调,此外对于印度的中国形象民调数据也已经收集,并将展开分析。

由中国学术机构主导的全球中国形象民意调查,对于中国的软实力战

^① Pew Research Global Attitudes Project, America's Global Image Remains More Positive than China's, July 18, 2010. <http://www.pewglobal.org/2013/07/18/americas-global-image-remains-more-positive-than-chinas/>.

略和公共外交政策可以提供实证调研的参考与咨询，并且有助于帮助世界公众了解中国的发展，帮助中国了解世界是如何看待中国发展的。今天的中国，一举一动都在全球闪光灯的聚焦下，事无巨细地被全球媒体和世界公众所关注。这种全景式、特写镜头式和全天候的聚焦，对于任何一个世界级大国来讲，都是常态。这种聚焦既可以大大提升国家对自身言行举止和形象的自觉意识和谨慎，也可能导致在强烈闪光灯下被不间断曝光的焦虑和过度反应。尤其是当发现自己的形象在别人的照相机暗箱中以黑白颠倒的倒影出现时，这种焦虑会格外强烈。就中国而言，毋庸置疑的首选是采用自制的照相机来显示自我形象。但世界毕竟进入了一个互联网为主导的全媒体时代，中国传媒的国际影响力和信誉度跟中国在世界的经济影响力不相匹配。世界公众了解与认识中国的主要渠道是西方为主导的媒体，这一局面在相当长的时期难以改变。中国由各国不同媒体所呈现的全球形象必然是五花八门、复杂多样，甚至千奇百怪的。这些形象、印象、态度、主观感受和理性评估等复杂交织，构成了世界民意的无形之网。虽然民意常常是难以捉摸、无法掌控，带有随机性、非理性成分，但毕竟是当今世界上日益强大的力量，任何国家和个人，任何跨国机构，无论政府还是企业，都无法忽视与回避。就学术研究而言，在国际关系领域几种传统的西方学术理论范式如现实主义、自由主义、理想主义和社会构成主义等等，始终争论不休，但长期以来均不够重视民意在国际关系中的权重。然而随着互联网、全媒体的迅猛发展，民意的全球影响力足以构成对建立在精英决策基础上的传统国际关系理论的新挑战。

忽略民意这一学术盲点，目前已经受到许多诟病和国际关系学者的反省。美国学者指出，民意对于外交政策的影响通过实证研究可以获得可靠的证据来分析，尤其是传媒与民意的作用，在国际关系研究领域中的作用不

可忽视。^①中国的国际关系学者中依然有少部分对民意和媒体的作用不以为然。他们相信国际关系中经济和军事硬实力和利益决定论，是主张利益至上的激进的实用主义者，而不仅仅是西方国际关系理论意义上的看重实力的现实主义者。在国与国的交往中，他们认为唯有经济与军事实力和利益才起作用，像文化传统、思想价值观和民众的情感态度等，都可忽略不计。与此相反，我们的研究追求理性、多元和综合的方式与路径，重视各国公众意见与态度在国际事务中的话语权和影响力，尤其是各国民意对中国的全球角色的态度与看法。在设计问卷时，我们的团队认真研究了现有的各种关于中国的民意调查。我们认为，多数调查的科学性和客观性都值得肯定。同时我们发现，这些调查大部分关注的是受访者对中国与美国的看法，对中国与受访者国家关系的看法，对中国对相关地区的影响的看法等。相对而言，我们的调查更重视受访者是如何产生这些看法的，他们对中国的看法与他们的社会身份、政治立场、党派与宗教、收入与职业、接触媒体的方式与类型等的关系。此外，我们特别关注受访者为什么会形成这些对中国的看法和态度。换言之，大部分民调问的是“什么”(WHAT)，我们更多是问“为什么”(WHY)和“怎么”(HOW)。我们希望探究价值观、意识形态的原因，以及文化与历史的因素，包括各种偏见、脸谱化的成见和长期形成的印象，媒体的作用、精英的言论、文化教育等机构的作用等，以此来对民意做深层次的把握。

作为全球中国形象民意调查项目的重要部分，本书将讨论我们近年开展的拉丁美洲的民意调查，分析、归纳其中的一些脉络和模式。本书首先关注对中国日益增长的国际影响力的公众认知。不同的国家人民是如何看待中国发展的？再有就是了解他们对中国发展的看法是正面的还是负面

^① R. Holsti, "Public Opinion and Foreign Policy: Challenges to the Almond-Lippmann Consensus Merston Series: Research Programs and Debates", *International Studies Quarterly* 36, 1992, pp. 439-466; M. Finnemore and K. Sikkink, "Taking Stock: The Constructivist Research Program in International Relations and Comparative Politics", *Annual Review of Political Science*, 4, 2001, pp. 391-416.

的。第三要讨论的是对于中国发展道路或模式的看法，以及对中国的政治、经济、社会与文化发展的了解。通过这些对于中国内政外交的世界民意评价，我们不仅可以发现世界各国民众对中国的了解程度、信息多寡、知识的深度与广度、全面或片面的程度等等，更能够深入发掘对中国态度和看法背后的固有的价值观、意识形态和文化观念等。

我们的研究表明，对于中国的信息和知识的多寡跟对中国的看法正面与否并无必然联系。长期以来的流行观念认为世界对中国的偏见是因为缺乏了解或了解片面，加强沟通与了解，就会大大改变这种对中国的偏见。但现在的世界传播与沟通的渠道、规模、速度、深度与广度都是前所未有的。三十多年的改革开放，让中国彻底融入了全球化的历史进程。世界对中国的了解与认识程度更因近年中国的迅速发展，全球聚焦中国而大大加强。中国发展道路上的一切不确定、不连贯、自相矛盾的现象，中国史无前例、摸着石头过河、打破种种现代化发展模式与“常规”的高速发展轨迹，都不断让世界瞠目结舌、茫然失措。研究表明，中国在全球的影响力越增加，卷入世界事务的深度和广度越强，跟周边国家与地区的摩擦与冲突越多，世界对中国的正面与负面看法，都将呈几何级数增长。历史经验也表明，任何一个大国发展的过程，都伴随着反对力量和拥护力量激烈的此消彼长，往往反对力量的势头更为汹涌。当然，重视和改进中国与世界沟通与交流的渠道和方法，大力推动中国的国际交流与传播，是中国走向世界级大国之路的必要举措。与此同时，中国要成为世界级大国，就需要培育世界大国的胸襟与视野。对于越来越多元、多样的世界各国的中国观、中国形象，无论负面还是正面，都能够学会理解和包容。在国际争端和危机中，学会以大国的高度和远见，应对敌意，赢得民心。

2013年我们与拉丁美洲民意调查项目（Latin American Public Opinion Project at Vanderbilt University）合作，对于24个拉美国家开展了中国形象民意调查，调查结果和对美国、亚洲的民意调查构成了很有意义的比较。

中国与拉美的关系跟中国与亚洲邻国的关系区别很大，地缘政治上距离遥远。中国的拉美外交是审慎的，中国在拉美的拓展是渐进式的。拉美是美国的后院，多数拉美国家的外交路线受美国影响。自 1949 年至 1960 年，中华人民共和国建立后十几年中，中国跟拉美国家都没有外交关系。直到 1960 年卡斯特罗在古巴建立了共产党领导的政权，古巴成为社会主义阵营的成员，中国才在拉丁美洲有了第一个邦交国。而其他大部分拉美国家与台湾地区维持所谓的“邦交关系”，直到 20 世纪 70 年代，这个局面才发生变化。目前 33 个拉美国家中，与中国建交的有 22 国，还有 11 国（多数为中南美与加勒比地区国家）与台湾地区保持“邦交关系”，在目前与台湾地区有所谓“邦交关系”的 20 国中占有最大数量。

近年来随着中国的全球拓展，中国与拉美的关系发展迅猛。这一发展势头首先受到美国的高度关注，美国政治、军事、外交和商贸精英以及学术界近年来对中国在拉美的动向投入了大量的研究资源并实施美国的对策。美国著名中国问题专家沈大伟（David Shambaugh）从 2008 年起就发表许多论文和媒体评论，认为“中国在拉美的经济发展增长很快，但该地区对中国的了解却远远落后”。“中国与中南美洲的贸易联系的动力来自中国对该地区自然资源的难以满足的饥渴。中拉美的贸易额在 2000 年至 2009 年的 10 年间增长了 1200%，从 10 亿美元增长到 130 亿美元”。^① 据报道，联合国拉丁美洲和加勒比经济委员会 2014 年 1 月初发布的《推动与中国的贸易和投资》报告称，中国已成为巴西、秘鲁、智利和哥伦比亚等国最重要的贸易伙伴。2002 年到 2012 年间，中拉贸易额增长了 20 倍，从 130 亿美元跨越到 2500 亿美元。受中国经济强势推动，拉美地区出口在此期间增长了 25 倍。拉美主要国家对中国出口的大豆、铁矿石等大宗产品，已占有国家外汇收入的 80% 以上。中国有望成为拉美第二大进口

^① D. Shambaugh, "China's New Foray Into Latin America", *Yale Global*, November 17, 2008. <http://yaleglobal.yale.edu/content/china%E2%80%99s-new-foray-latin-america>.

国。^① 我们的调查采用了与亚洲调查相似的问卷。调查表明，拉美 24 国民众对于中国不断增长的影响有明确的认识，而且普遍持正面态度。

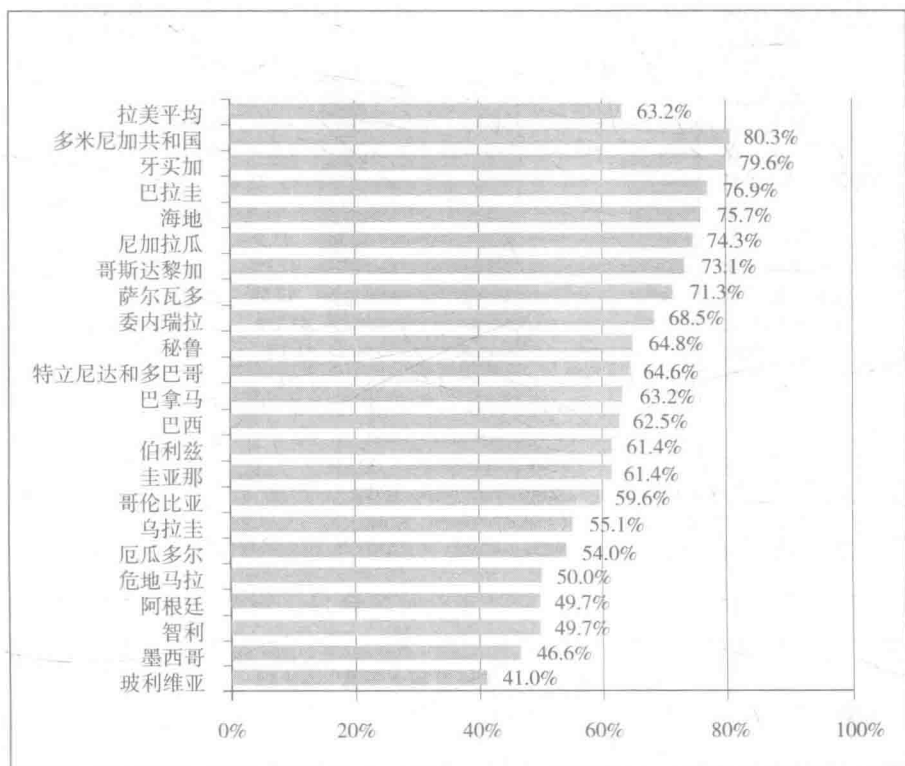


图 1 拉美各国对中国的影响力评价正面

数据来源：拉丁美洲风向标 (LAPOP 2012)

^① 《人民日报》，“中拉经贸合作有望再上台阶”，2014年1月5日第3版。见 http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2014-01/05/nw.D110000renmrb_20140105_1-03.htm。

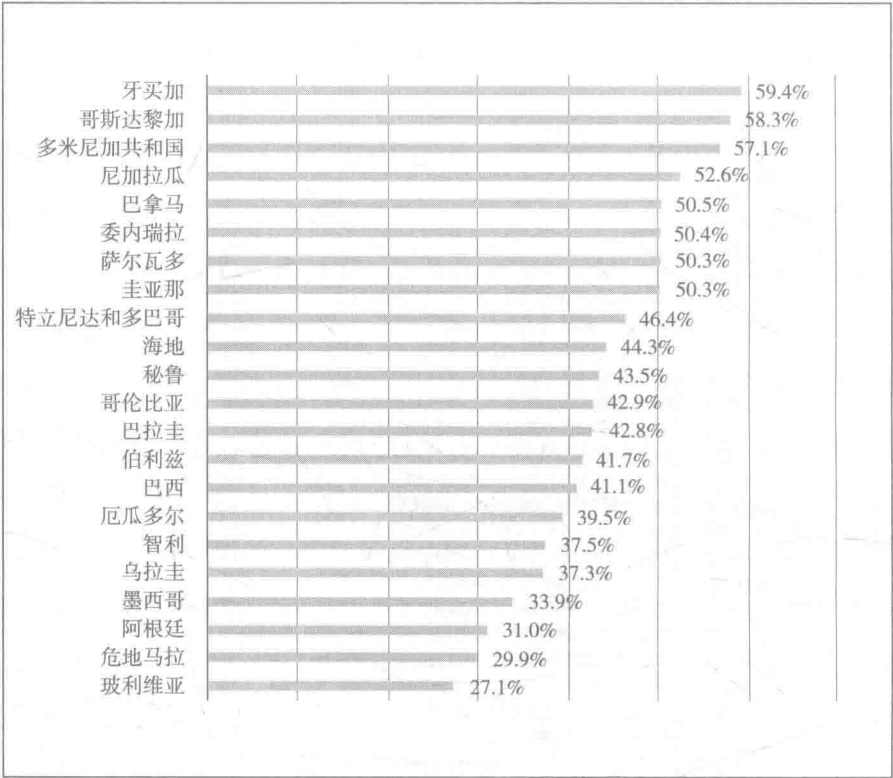
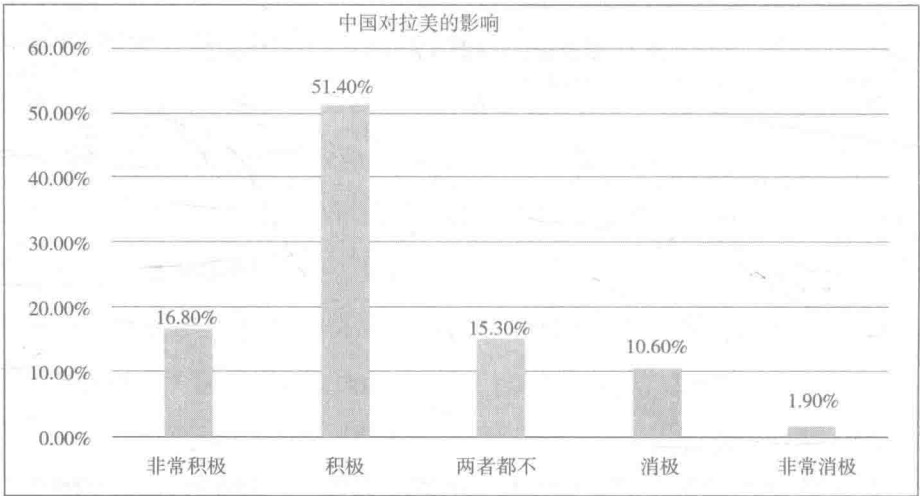


图 2 “中国对拉美地区利大于弊”的比例

数据来源：拉丁美洲风向标 (LAPOP 2012)



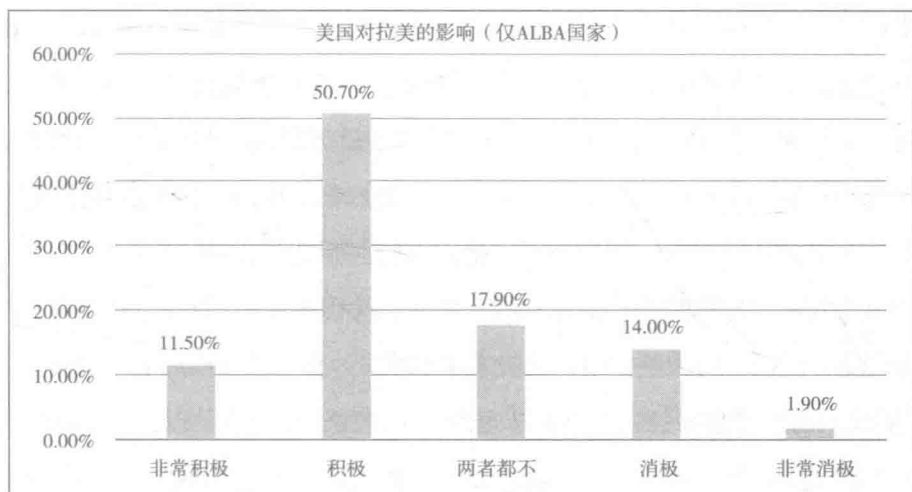


图3 中国和美国对拉丁美洲的影响(仅美洲玻利瓦尔联盟)

数据来源：拉丁美洲风向标 (LAPOP 2012)

调查显示，拉丁美洲民众对中国的看法高于美国。68.2%的拉美民众认为中国在拉美的影响是正面的，而对美国在拉美影响持正面看法的是62.2%。对于这个数据可以有各种角度的解读。第一，中国是一个正在迅速现代化的国家，长期以来是第三世界的大国、发展中国家的大国。中国现代化的成功对于拉美国家来讲是有重要意义的，拉美国家目前均把现代化作为发展的首要任务，对于中国的成就有很大好感，对于中国在拉美的影响也就有更多的认同。第二，中国的不干涉他国内政、不对抗的外交政策在拉美也赢得了民众的赞许。中国在拉美没有任何涉及中国主权和领土的争端（除了和台湾地区有“邦交关系”的国家之外），也一向对于拉美国家的内部事务非常谨慎，从来没有卷入过拉美国家的内部或国与国的争端，也没有基于政治或意识形态立场的偏袒或倾向性。虽然近年来拉美左翼政府一直在政治与意识形态方面向中国表示亲热，但中国始终把与拉美的关系严格限制在非政治性、经贸优先、利益优先、重视实效的策略范围内。这与中国跟亚洲国家的关系形成了对照。中国跟亚洲国家的关系因历

史原因异常复杂，亚洲民众对中国的看法自然也就非常复杂。第三，中国与拉美的关系始终有着美国的因素。美国一向视拉美为自己的势力范围，对于拉美事务的卷入极深，对拉美的影响也最久最深。但恰恰因为如此，拉美民众对于美国的意见很大，在经济发展、非法移民、打击毒品等问题上，跟美国纠结很深。相对而言，他们更倾向于认可比较陌生、比较谨慎和更为友善的中国形象。但也正因为如此，美国对于中国在拉美的影响十分警觉。美国国防大学的中拉美关系专家埃文·艾立思（Evan Ellis）认为，“从政治角度考虑，拉美有些国家认为中国在该地区不断增长的影响力是一个潜在的杠杆，可以用来支持自己向美国的政治影响和西方体系经济的支配地位寻求独立的立场。当然也有些“拉美国家”对于中国在拉美长期的地缘政治野心表示了忧虑，是否在交换另一种依附关系。”^①

这位美国军方专家的看法代表了美国精英层对中国在拉美影响的主流意见。他所谓对“中国野心”的忧虑其实更多来自美国而非拉美国家，但他同时提到“交换依附关系”的说法，体现了美国与一向在拉美占支配地位的西方国家的观点。所谓“依附关系”或“依附理论”乃是西方左翼知识界（尤其是拉美国家的左翼学者）对于拉丁美洲现代化发展模式的批判理论，类似对西方在非洲和其他第三世界推行的“新殖民主义”的批判。美国和西方精英及媒体近年来拾起了西方左翼理论，反其道而行之，用来抨击中国在非洲和拉美的作为，认为中国在非洲推行“新殖民主义”，在拉美推行新的“依附关系”。

美国与西方精英对于中国在拉美与非洲的影响有很深的担忧和抨击。但我们的调查发现，中国发展模式却受到了许多拉美民众的认同。与亚洲的情况相反，拉美民众对中国模式的认同程度仅次于美国，高于日本和巴西模式，也高过了拉美本国发展模式。拉美民众对中国的信任度也比较高

^① R. E. Ellis, *China in Latin America: The Whats and Wherefores*, Boulder, CO: Lynne Rienner, 2009, p. 1.

(见图4和图5)。拉美国家多年来的经济与社会发展模式是所谓新自由主义发展模式,以墨西哥、哥伦比亚为主,采取的是亲美的政治与经济策略。拉丁美洲国家的发展并不均衡,许多国家对于美国和西方对于拉美经济的控制深为不满。拉美部分国家的政府如委内瑞拉等左翼、反美倾向鲜明,拉美的左翼社会发展模式与亲美的新自由主义模式针锋相对。巴西、智利等国近年来努力推动不同于这两种模式的较为温和的发展模式,也受到国际社会的关注。总之拉美国家近年来非常关注各自的社会经济发展,对中国的发展模式表现出了较多的兴趣与关注。特别是以委内瑞拉、古巴等为首的美洲玻利瓦尔联盟国家(ALBA)(包括安提瓜和巴布达、玻利维亚、古巴、多米尼克、厄瓜多尔、尼加拉瓜、圣文森特和格林纳丁斯、委内瑞拉等中美洲、加勒比国家),对于中国的好感更为明显。这些国家民众对于中国的信任度为51.9%,超过了对美国的信任度40%。委内瑞拉民众有24.5%选择中国的发展模式,选择美国的只有12.5%,这在拉美国家是唯一的(古巴除外,我们的调查没有包括古巴)。

与中国大力向欧美国家投放外宣资源相比,近年来中国在拉美的软实力或文化传播的投入甚少,也比不上在亚洲和非洲的投入。但相对于亚洲、非洲与中东地区而言,中国在拉美经济、社会各领域的介入审慎、渐进,这种有一定距离的有所为、有所不为的做法,反而取得事倍功半的效果。随着中国在全球的迅速发展与介入,中国在拉美的影响与参与度越来越高。2009年,时任中国国家副主席的习近平在墨西哥对中国人民讲话时提到中国对外的“三不原则”(不输出革命、不输出饥饿和贫穷、不折腾)。这一提法当时似乎并未针对拉美国家,但实际上对于中国在拉美的政策是有画龙点睛的意义的。中国在拉美的软实力战略若能继续保持审慎、务实、尊重当地文化习俗、韬光养晦的态度,会为中国在拉美赢得更多民心。在拉美推广中国软实力的做法也应当是渐进与融入式的,深入了解拉丁美洲的历史文化、社会发展现状,借助拉美本地的文化传播渠道,

更多通过中国及拉美的非政府组织与企业的公益性公关方式，赢得拉美国众的情感认同、对中国发展道路（中国模式）的理解。

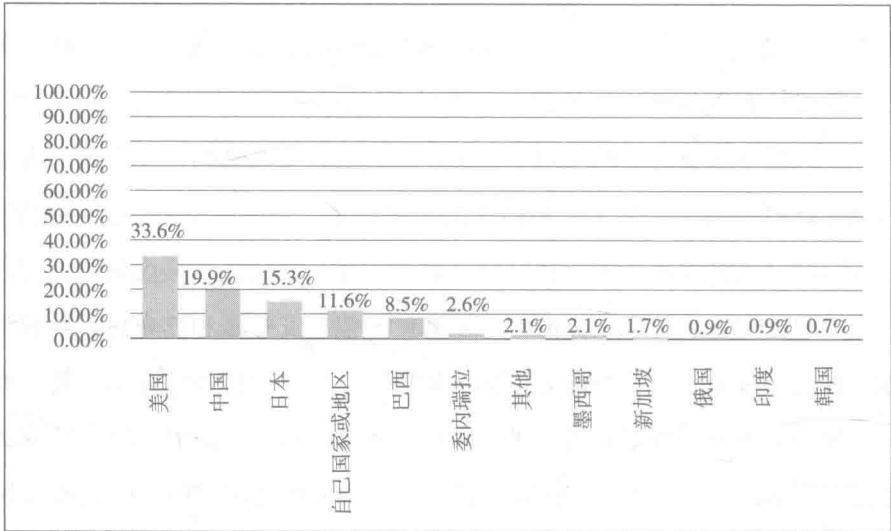


图4 各国发展模式支持度比较

数据来源：拉丁美洲风向标 (LAPOP 2012)

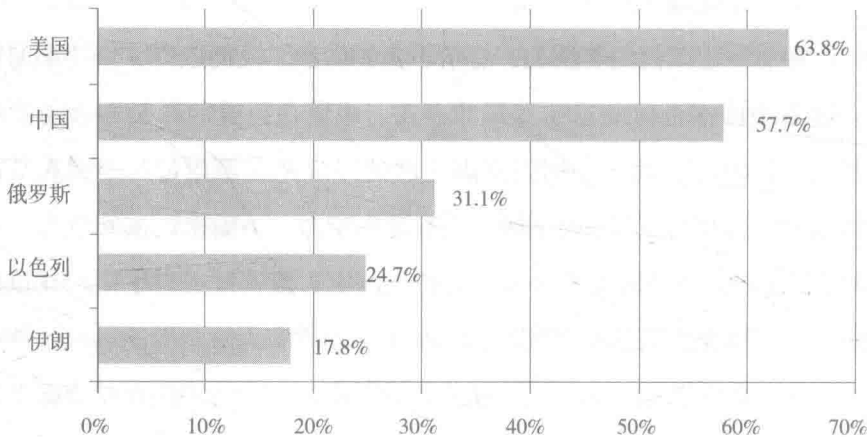


图5 拉美民众对各国政府信任度

数据来源：拉丁美洲风向标 (LAPOP 2012)