

世界形象地图

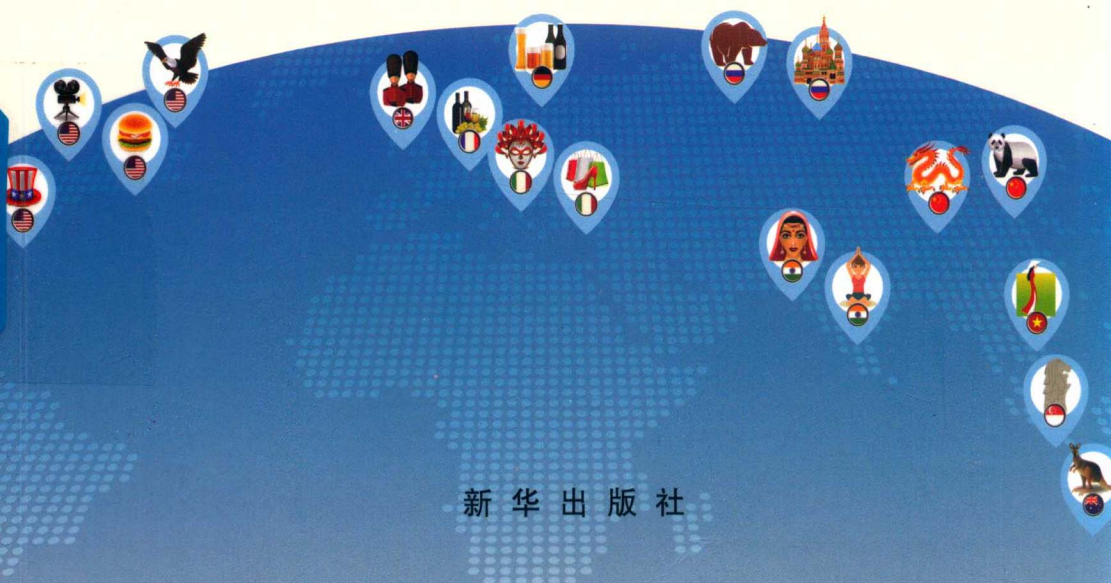
中国网民眼中的多元世界

SHI JIE XINGXIANG DITU

ZHONGGUO WANGMIN YANZHONGDE DUOYUANSHIJIE

人民网舆情数据中心

刘鹏飞 张力 杨卫娜◎著



世界形象地图

中国网民眼中的多元世界

SHIJIE XINGXIANG DITU
ZHONGGUO WANGMIN YANZHONGDE DUOYUANSHIJIE

人民网舆情数据中心
刘鹏飞 张力 杨卫娜◎著

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

世界形象地图 : 中国网民眼中的多元世界 / 刘鹏飞, 张力, 杨卫娜著.

-- 北京 : 新华出版社, 2018.1

ISBN 978-7-5166-3836-1

I. ①世… II. ①刘… ②张… ③杨… III. ①世界-概况 IV. ①K91

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第022351号

世界形象地图 : 中国网民眼中的多元世界

主 编: 刘鹏飞 张 力 杨卫娜

选题策划: 张 程

责任印制: 廖成华

责任编辑: 张 程

封面设计: 臻美书装

特约编辑: 夏雪丽

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路8号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com>

经 销: 新华书店、新华出版社天猫旗舰店、京东旗舰店及各大网店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 臻美书装

印 刷: 河北鑫兆源印刷有限公司

成品尺寸: 165mm × 230mm

印 张: 21

字 数: 305千字

版 次: 2018年1月第一版

印 次: 2018年3月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-3836-1

定 价: 48.00元

版权专有, 侵权必究。如有质量问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

前言

近年中国影响力逐步提升，在互联网上的国际舆论热点频现，国际传播能力建设目标与使命提上日程。我国领导人多次出访，树立大国形象，“讲好中国故事”，“一带一路”已成为新的名片。国际舆论格局变化，受众互动能力提高，媒体议程设置弱化，移动端多元解读出现。资本、技术、产业和受众对国际媒介融合趋势作用凸显。未来需要加强新媒体国际传播力和效果评估体系建设，加强境外媒体适销对路的内容，学习国际经验，培养一流人才。

习近平主席在第二届世界互联网大会上系统阐述了中国的网络主权观，提出了构建网络空间命运共同体的四项原则和五点主张，就全球互联网治理提出了“中国方案”，获得广泛肯定。我国信息革命和数字经济的巨大发展，正不断改变着全球政治经济文化的面貌和格局。

2016年以来，国际风云变幻，地区热点频发，互联网国际舆论场热点频出，国际涉华和国家涉外两类热点对我国国际传播能力提出新的考验。从“一带一路”、杭州 G20 峰会、南海仲裁、第三届世界互联网大会、里约奥运会等热点可以看出，我国在塑造国际形象方面正从以往的“他塑”转为“自塑”。未来，应通过创新国际传播理念、方式和机制，提升互联网传播力和国际舆论引导力，努力提升我国在国际舆论场中的影响力。

从一定意义来讲，无论对于一个国家、一个机构或个体来说，互联网和媒体都是一面镜子，可以映照你我。目前，国内传统国际传播和网络新媒体领域的研究较为深入，取得大量成果。但基于中国网络舆论的国别形象有针对性的具体研究还不多。互联网改变着全球治理能力、治理秩序和治理体系。

中国需要“走出去”，需要探索新的治理范式。互联网信息和舆论传播相互激荡，瞬息万变，能否及时准确把握舆论脉搏和关键数据，成为在信息时代有效治理的先决条件。

《基于中国互联网舆论的国别形象系列报告》是我们 2015 年起推出的系列报告和研究课题，目前已经先后推出过意大利、法国、新加坡、越南、日本、俄罗斯、印度、韩国等多个国家的网络形象研究报告，就是希望通过互联网看世界，通过互联网看自己。加深理解，重在实现民意相通，相信这些探索有助于认知、交流与合作。

其次，通过观察可以发现，网民在对其他国家的认知中，往往喜欢贴上标签，或者以偏概全，通过一两点的感知便得出关于一个国家的看法。这是一种客观现象，作为一般受众，如果不是刻意去认识一个国家，能接收到的信息渠道非常有限，新闻、热点话题以及受众自身感兴趣的内容，这也是“偏见”的由来。我们需要通过研究和传播，树立更为客观真实的传播态度，通过网络舆论来拉近中外关系，实现更为准确、有益的传播效果。

因此，“中国互联网国际舆论”、“国别研究”均是非常关键的领域。我们呼吁更多重要人士和研究者，可以加强对互联网国际舆论的国别研究，以便从媒体与网民的观点中，提炼出中国网络舆论对其他国家以及其他国家网友对中国的相互看法。本书也用了大量篇幅，向大家展示了近年来我们对中国互联网国际舆论特别是在此基础上对全球主要国家的国别形象的研究成果。

中国日报网上有一篇署名 Christian Jarrett 的文章问，一个国家真的存在截然不同于他国的个性吗？文中也提到：“不管是英国人的内敛，美国人的自负，还是日本人的勤勉，从这些漫画式的夸张描述中均不难看出，我们很容易对某个国家形成某种刻板印象。”

记得多年前，保加利亚摄影师和平面艺术家扬科·特斯维科夫（Yanko Tsvetkov）从各个国家不同的角度去描绘我们所生活的这个星球，出版了一本名为《世界偏见地图》的图册，在扬科描绘的各国眼中的世界里，美国人眼中的中国是个大超市，战斗中的俄国都是野蛮人……西欧南欧是幸福的，而

北欧是抑郁的；如果拍《舌尖上的欧洲》两集就完了，一集关于西红柿，一集关于土豆，让人很是脑洞大开。

“一千个人眼中就有一千个哈姆雷特。”如何看待网上的国别形象标签，甚至“奇葩”印象？作为一名中国人、中国互联网用户，“我为什么还需要了解中国网络舆论对世界的印象？是不是我的认知和其他人不同？这种不同具有什么特点？”在一系列带有“认识”的词汇中，“偏见”的确略带负面，但却能很好地勾起读者的兴趣。偏见的形成有一定语境和缘由，而偏见的化解更需要我们去发现和探究。但“偏见”给读者的印象也非常鲜明——这不是一本描述国家实际情况的书籍，而是一本提炼跨越国界的多元舆论观点的书。对我们的作者而言，“偏见”也提供了一个比较宽松的尺度，倒不如用更为规范的“形象”一词来命题更加中规中矩。

此外，“国别形象”可以为我们此次研究提供一个较为自由的选择范围。北美介绍美国，欧洲介绍英国、法国、意大利、德国，横跨欧亚介绍俄罗斯，大洋洲介绍澳大利亚，亚洲介绍日本、新加坡和越南等等。这些都是有趣的尝试。这种研究角度不同以往。万事开头难，我们要努力做好起步，以探索和推动更多有益“民心相通”的研究。

刘鹏飞

2017年5月29日凌晨于北京

目 录 | CONTENTS

前 言	1
第一章 中国网民眼中的世界	1
一、互联网国际舆论场的形成	1
二、中国互联网国际舆论结构特征	6
三、互联网国际舆论场的发展特点	15
四、互联网国际舆论场的发展趋势	24
五、国际舆论传播挑战与应对	27
第二章 美国篇	33
一、政治形象：资本主义超级大国	34
二、智库形象：中国人民的老朋友	63
三、经济形象：全球最大经济体	80
四、科教形象：人类科技领先保持者	91
五、网安形象：全球网络实际控制者	98
六、军事形象：美国大兵的命令与征服	109
七、国民形象：美国梦的个体实现	131
八、社会形象：天堂与地狱	136
九、文化形象：风靡全球的流行文化	139
十、体育形象：奥运霸主	145
结语	153

第三章 英国篇	155
一、政治外交形象：中英的“黄金时代”	157
二、经济形象：脱欧后的金融地位	160
三、文化形象：英伦风情的历史与现代	163
四、社会形象：绅士与嬉皮共舞	173
结语	174
第四章 法国篇	175
一、经济形象：增长乏力的高卢雄鸡	177
二、政治形象：理性与幻想的交杂	178
三、外交形象：低调的佼佼者	180
四、文化形象：五彩斑斓 历史悠久	181
五、社会与国民形象：浪漫法国人“爱罢工”	184
结语	187
第五章 德国篇	188
一、政治外交形象：正视历史 重塑形象	190
二、经济形象：德国“工业 4.0”	193
三、德国文化：思想家摇篮	195
四、国民与社会形象：“德国制造”还是“制造德国”？	202
结语	206
第六章 意大利篇	208
一、政治形象：政局演变受关注	209
二、经济形象：中小企业王国	212
三、中意关系形象：新时期的“马可·波罗”	214
四、文化体育形象：足球与教育的超高人气	216
五、消费休闲产业形象：时尚国度 vs 买买买	223
结语	235

第七章 俄罗斯篇	237
一、经济形象：“成也石油，败也石油”	240
二、政治形象：“硬汉”普京	242
三、外交形象：中俄“政热经冷”？	244
四、文化形象：鲜明的时代特征	249
五、国民与社会形象：“战斗民族”	251
结语	253
第八章 澳大利亚篇	255
一、经济形象：转型期与人才荒	257
二、政治外交形象：国际“三角恋”	261
三、文化形象：多元与包容成为过去式？	263
四、社会形象：华人群体存在感不断提升	268
结语	270
第九章 印度篇	272
一、政治经济形象：印度经济前景更受关注	274
二、文化形象：瑜伽的再度推广	276
三、社会形象：治安问题成外媒标签	280
五、中印关系形象：“龙象之争”议题背后的合作空间	282
结语	284
第十章 日本篇	286
一、经济形象：安倍经济学与“失去的十年”	290
二、政治外交形象：历史与现实造成的纠结	292
三、文化形象：席卷全球与影响深远	294
四、国民与社会形象：高福利与大压力	301
结语	302

第十一章	新加坡篇	304
一、经济形象：	当年的“亚洲四小龙”	307
二、政治外交形象：	“国父”李光耀	308
三、新加坡承办	“习马会”	309
四、文教旅游形象：	旅游盛地与文化沙漠	311
五、社会形象：	“花园城市”的美誉	313
	结语	314
第十二章	越南篇	315
一、经济形象：	“落后”但“前景不赖”	317
二、政治形象：	中国人民的老朋友	318
三、外交军事形象：	“亲西方”的社会主义国家	318
四、文化形象：	传统与“法国元素”	319
五、国民与社会形象：	“越南新娘”背后的认知匮乏	320
	结语	321
后 记		322

第一章 中国网民眼中的世界

一、互联网国际舆论场的形成

近年来，国际舆论对中国的关注度明显上升，国内国外两大舆论场的连接互通性不断增强。全球治理变革，国际秩序和规则深刻调整，全球地缘政治经济格局加速演变，世界经济弱复苏势头仍在延续。经济发展进入新常态，各领域改革持续深入推进，处于上升期和转型阶段的中国受到全球瞩目。

2015年5月，习近平总书记就《人民日报》（海外版）创刊30周年做出重要批示，希望海外版用海外读者乐于接受的方式、易于理解的语言，讲述好中国故事，努力成为增信释疑、凝心聚力的桥梁纽带。这对国际舆论场的研究也具有重要意义。中国媒体、企业、驻外机构和数亿网民成为“讲好中国故事”的核心群体和推动者，国际新闻中的中国身影以及中国新闻的国际反馈则是国际舆论场的重要热点。

全球网络技术和信息流通，进一步改变了国际舆论格局。微博、微信、客户端、微视频等移动新媒介加速发展。专家、学者、各界人士乃至草根评论员等加入对信息的传播和解读，促进了国内外信息互联互通，形成议程设置、升级和转移的现象。国内外话题促使我国网上国际舆论场的成形与茁壮成长。

习近平总书记强调：“要精心做好对外宣传工作，创新对外宣传方式，着

力打造融通中外的新概念、新范畴、新表述，讲好中国故事，传播好中国声音。”

今天，国内、国外舆论相互渗透的现象愈发明显。新媒体不仅扩展了国际舆论信息流通的带宽，也在不断开拓新的传播路径。“向世界传播中国”、“向中国报道世界”已经不仅是通讯社以及传统媒体承担的任务，新媒体在扩展国际舆论信息流通的同时，也肩负起了“传播中国、报道世界”的责任。回顾近年我国互联网国际舆论场的发展，国内网民在关注国际新闻的同时，不仅更加关注世界如何看待中国，同时也更加关注国际社会的变化即将给中国带来的诸多影响。

（一）从传统媒体转向社交媒体

2016年以来，以移动化、社交化、视听化为特征的移动传播对信息的生产、传播以及消费模式产生了巨大影响，媒介融合将进入以国际移动互联为核心的新阶段。据CNNIC在2017年1月22日发布的第39次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2016年12月，我国网民规模达7.31亿，新增网民4299万人。互联网普及率为53.2%，较2015年底提升2.9个百分点。同时，我国新增网民中使用手机上网的群体占比达到80.7%，较2015年增长9.2个百分点，使用台式电脑的网民下降16.5个百分点。除了中国之外，美日欧、印度、俄罗斯等地区新一代互联网应用的发展也十分迅速。

社交媒体逐渐成为国际热点传播的主要载体。2016年7月12日，“海牙国际仲裁法庭”对南海仲裁案做出“最终裁决”闹剧，判菲律宾“胜诉”。截至13日9时，相关微博帖文达120余万篇，微信公众号文章78万余篇；由人民日报主持的微博话题#中国一点都不能少#阅读量达26亿次，发表评论448万条。

2016年9月4—5日，以“构建创新、活力、联动、包容的世界经济”为主题的G20峰会在杭州召开。峰会召开期间，政务新媒体和主流媒体丰富的报道打破了以往高层会议的神秘感，并且充分利用“三微一端”¹进行联合

1 “三微一端”即包括微博、微信、微视频、新闻客户端等在内的主要新媒体传播形式。

报道，G20 文艺晚会更是在多个平台直播，引导网络舆论良性互动。

美国大选期间，特朗普“推特治国”不仅在境外舆论场反响巨大，我国互联网舆论场对此关注度也较高。2015 年习近平访美前夕，开通了 Facebook 专题 @ Xi's US Visit，10 天内粉丝量就突破了 100 万。2016 年习近平访问孟加拉国、柬埔寨等国家时，又专门开设账号 Xi's visit@xivisit，使用英文推送信息，并配有图片、视频，为我国领导人外交活动开启了新的传播方式。

除了我国领导人在境外社交媒体开设账号，许多国外领导人也在我国社交网站开设自媒体账号，重视在中国社交媒体上发声，向华人展示其个人魅力。加拿大总理杜鲁多早在 2013 年 2 月就开通了新浪微博 @ 杜鲁多 _Justin Trudeau。访问我国期间，在微信、微博上对访华过程进行直播，更是推送了一篇微信文章《北京，谢谢你》，并公布了自己抱着女儿会见李克强总理的照片。截至 2017 年 2 月 22 日，@ 杜鲁多 _Justin Trudeau 已发布微博 1539 条，拥有 106511 个粉丝，微博持续保持更新状态。除了加拿大总理，欧盟理事会原主席范龙佩、英国前首相卡梅伦、IMF 总裁拉加德、澳大利亚前总理陆克文、印度 @ 莫迪总理、委内瑞拉总统 @ 尼古拉斯·马杜罗等均开通了微博，与中国民众和网友深入互动交流。

（二）中国国际影响力逐步提升

首先，作为全球第二大经济体，我国经济的改革与发展状况备受舆论关注。尽管主流舆论认为“经济下行压力不断增大”。“互联网+”、“创客”、“中国制造 2025”等成为创新的“集结号”，股市、房地产与人民币也成为重要的话题。

其次，国家社会治理同样也是引发国际舆论关注的内容。据对外传播研究中心统计，在外媒关于党的十八届五中全会“十三五”规划建议的报道中，近八成内容为全面实施“二胎”政策。¹ 面对世界经济弱势复苏充满不确定因素，

1 《2015 年国际舆论对华关注点分析》，中国网，2015 年 12 月 23 日。链接：http://www.china.com.cn/news/world/2015-12/23/content_37380374.htm。

外媒同样关心我国如何调整国家经济和社会发展方向，如何应对深化改革过程中出现的各种矛盾和问题。

最后，外交积极参与和国际地位上升提高了中国话题的关注度。首先，在经济转型发展、巴黎气候变化大会、国际合作反恐等对全球传统和非传统安全挑战、重大国际和地区问题方面，外界对中国的作用和表现有所期待。我国外交更加积极进取，展现出更多的塑造意识、参与意识和全球治理意识，这在我国领导人近年一系列重大外交行动中得到鲜活体现。

（三）世界多极化趋势逐渐增强

国际局势的变化客观上促使了国际舆论对中国外交态度、行为乃至策略的讨论。

首先，近年国际形势变化巨大，多国参与制订国际经贸新规则全面展开。我国提出“一带一路”倡议，亚投行成立。美国推出 TPP（跨太平洋贸易和投资伙伴关系协定）与 TIPP（跨大西洋贸易和投资伙伴关系协定）建设，特朗普上任后又宣布退出。

其次，极端主义思潮影响上升，恐怖主义对和平生活的威胁增大。欧洲难民危机、“伊斯兰国”问题、叙利亚危机、俄罗斯客机被击落、巴黎恐怖袭击、美国南加州发生枪击案等暴露了深层次矛盾。

最后，中东失序、朝核问题、南海问题等折射了大国关系调整，战后世界格局正发生微妙变化。从世界范围看，美国、日本等影响力相对下降，欧盟面临着难民、债务危机、内部关系等困难，中国、印度等新兴经济体保持发展，世界向多极化进一步发展。在国际舆论场，西方仍然占据着话语主导权，但世界对中国的关注度在逐步提升。

（四）“一带一路”国际媒体合作

2016年7月，“一带一路”媒体合作论坛在北京召开，国家主席习近平发来贺信并特别指出，媒体在信息传播、增进互信、凝聚共识等方面发挥着

不可替代的重要作用。“国之交在于民相亲”，搭建不同国家、地区、民族、宗教之间人民内心的桥梁，树立良好的中国形象，媒体发挥着至关重要的纽带作用。

回顾 2016 年，媒体之间的合作趋于常态，2016 “一带一路”国际媒体合作论坛、亚欧互联互通媒体对话会、首届“南方丝绸之路发展论坛”等都为进一步务实合作搭建了平台框架。过去，媒体一直致力于“走出去”，向世界报道中国，而在 2016 年，国际互联网舆论场迈向了新篇章，更多的外国媒体开始走进中国，报道中国。

2016 年全年举办了 11 次国际高峰论坛，其中全球性媒体合作论坛举办了 6 次。2016 年 7 月，人民网、南非时代传媒集团、韩国中央日报、巴西红网、俄罗斯自有媒体网站等全球 16 家媒体集团成立“一带一路”国际新媒体联盟；8 月中国丝绸之路经济带报业联盟成立，9 月中哈四方媒体签署了国际协作体合作协议，媒体间的合作形式开始走向多层次、多形态。

（五）国际秩序影响国际舆论

国际秩序的变化一定程度上影响我国互联网国际舆论的走向。2016 年，各国政坛动荡，美国大选特朗普与希拉里新闻不断，选情似“过山车”，韩国总统朴槿惠陷入“亲信干政”危机，德国、法国、意大利等欧洲主要国家政党、政要或政府轮替，也都成为国际舆论的热点。英国脱欧、日美重申美日安保条约、美韩部署“萨德”遭遇中韩民众抗议、朝鲜核试验、特朗普宣布退出 TPP（跨太平洋贸易和投资伙伴关系协定）等，也反映出国际秩序的多重挑战和变数。

2016 年，从习近平总书记访问中东地区三国，到与孟加拉、柬埔寨、印度共同商讨推进命运共同体建设；从上海合作组织首脑第十五次会议，到中国—中东欧国家领导人会晤、中俄总理定期会晤，再到中国举办杭州 G20 峰会，均可以看出中国作为世界第二大经济体、第一大贸易国，正在成为推动全球经济持续增长的重要引擎、促进世界和平与发展的关键力量。

全球经济艰难复苏，杭州 G20 峰会曾发布《杭州行动计划》，提出需强化短期经济增长和稳定，并采取一系列措施促进中期实际与潜在增长。2017 年 1 月 17 日，国家主席习近平出席达沃斯世界经济论坛并发表题为《共担时代责任共促全球发展》的演讲，强调要坚定不移地推进经济全球化，共同担当，同舟共济，共促全球发展。

2016 年，全球各地爆发的恐怖主义袭击、军事冲突以及难民问题都暴露了深层次的问题。法国尼斯恐袭案、布鲁塞尔爆炸袭击、奥兰多枪击案、伊斯坦布尔机场袭击、大马士革连环爆炸、伊斯兰国屠杀 300 平民、德国跨年夜性侵案件、法国拆除加莱难民营、中国驻吉尔吉斯斯坦大使馆遇袭等，都引发国际社会广泛关切。

二、中国互联网国际舆论结构特征

（一）中国互联网国际舆论热点

梳理 2015 年中国互联网国际舆论场热点发现，舆论场内讨论的新闻话题包括：由我国主导发生的国际事件或者国际话题，以及在国际舞台上涉及中国或者广大华人群体的新闻热点（见表 1）。在本书中，我们将前者称之为“国家涉外事件 / 话题”，后者称之为“国际涉华事件 / 话题”。

表 1：2015 年度互联网国际舆论热点事件排行¹

序号	事件	时间	新闻	微博	热度
1	“一带一路”愿景发布	2015 年 3 月 28 日	346246	23626	249460.0
2	中国股市走势引关注	2015 年 7 月 2 日	282222	80420	221681.4
3	欧洲难民危机引发国际关注	2015 年 9 月 2 日	279098	24932	202848.2
4	第二届世界互联网大会	2015 年 12 月 16 日	253368	15386	181973.4
5	IMF 宣布人民币加入 SDR	2015 年 12 月 1 日	244215	14577	175323.6

1 * 本表以人民在线综合管理系统为主要搜索途径，统计每个事件相关的新闻量（网络新闻与传统报刊）与微博信息量；本表数据检索事件范围为 2015 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 1 日；本表以新闻量、微博信息量 7 : 3 的比例进行加权累计，并进行热度排行。热度值算法公式为：热度 = 新闻 * 0.7 + 微博 * 0.3。

续表

序号	事件	时间	新闻	微博	热度
6	法国巴黎遭遇恐怖袭击	2015 年 11 月 14 日	220835	10346	157688.3
7	“习马会”在新加坡举行	2015 年 11 月 7 日	191589	10151	137157.6
8	习近平访美并出席联合国 70 周年峰会	2015 年 9 月 23 日	144604	10220	104288.8
9	李光耀逝世	2015 年 3 月 23 日	131516	29369	100871.9
10	TPP 谈判达成协议	2015 年 10 月 5 日	125668	7437	90198.7
11	美国大选	2015 年 4 月 13 日	119387	9068	86291.3
12	土耳其击落俄战机	2015 年 11 月 24 日	107738	22049	82031.3
13	法国一杂志社遭恐袭	2015 年 1 月 7 日	106000	20112	80233.6
14	屠呦呦获诺贝尔医学奖	2015 年 10 月 5 日	101427	17493	76246.8
15	习近平访问俄罗斯并出席红场阅兵	2015 年 5 月 8 日	93700	20197	71649.1
16	美国科学家发现引力波	2016 年 2 月 11 日	94060	3100	66772.0
17	国际足联反腐事件	2015 年 6 月 3 日	85400	9019	62485.7
18	香港政改方案	2015 年 6 月 18 日	78215	2168	55400.9
19	俄军空袭叙利亚 IS	2015 年 9 月 30 日	73970	9604	54660.2
20	习近平访问英国	2015 年 10 月 20 日	57789	2578	41225.7

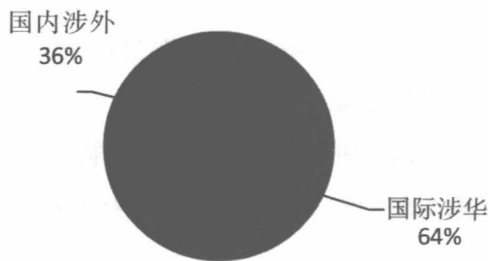


图 1：国际关注的国内涉外热点与国际涉华热点占比

从抽样统计来看，国际涉华热点占比高于我国国家涉外新闻（见图 1）。在国际涉华新闻方面，主题丰富多元，包括与中国息息相关的国际经济热点（美联储加息、IMF 批准中国加入 SDR）、时政社会热点（美国大选走势、叙利亚危机）、国际问题（难民问题、恐怖主义问题）等。相比之下，国际关注的国内涉外热点主题主要以领导人出访以及由我国主办或参与的国际性活动