

吴 瑛◎著



中国声音的国际传播力研究

On International Influences of China Voices



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

上海市教育科学研究重点项目（2015年度），立项编号A1508

中国声音的国际传播力研究

On International Influences of China Voices

吴 瑛◎著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书以提升中国声音的国际传播力为目标,通过对政府国际传播力、媒体国际传播力、智库国际传播力,以及民间国际传播力的分析,来评估当前中国声音国际传播的效果,总结存在的问题。在此基础上,提出中国声音国际传播的新渠道与新路径,为“讲好中国故事,传播好中国声音”,构建中国特色话语体系作出努力。

本书适用于国际传播研究人员以及从业者参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

中国声音的国际传播力研究 / 吴瑛著. —上海:上海交通大学出版社,2016

ISBN 978-7-313-16054-6

I. ①中… II. ①吴… III. ①中外关系-传播学-研究
IV. ①G219.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016) 第 256293 号

中国声音的国际传播力研究

著 者: 吴 瑛

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

出 版 人: 郑益慧

印 刷: 上海春秋印刷厂

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 201 千字

版 次: 2016 年 11 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-16054-6/G

定 价: 42.00 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 13.5

印 次: 2016 年 11 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告 读 者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-33854186

序

从进入上海外国语大学执教以来,本人的研究领域集中在国际传播方向上。虽然对中国声音国际传播力的关注已持续十几年,但一开始关注的焦点比较狭窄,主要局限于传统媒体,尤其将外宣媒体的转型和发展看作中国对外传播最重要的平台。在那段时间,报章杂志上言必称“西方媒体”,因为国际舆论场被西方媒体所垄断,“舆论战”“信息战”等带有战争色彩的词汇成为学术论文的关键词,这种现象甚至影响到现在。

随着世界体系的变迁,新兴经济体快速崛起,东西方政治和经济权力结构发生了转变。硬实力的变化必然辐射到软实力,随之而来的是世界信息体系日益“去中心化”。本书研究发现,权力的分散使得西方媒体面临难以垄断消息源的困境,但美英媒体在“去中心化”的格局中仍占据优势,法德相对弱势。中国媒体开始走出边缘渐趋中心,但在“影响有影响力的媒体”上仍显不足。这就需要研究者以发展的眼光来评估国际传播的现状,既认识到中西差距,又能坚持文化自信,进而展开理性的判断与应对。

媒体仅仅是国际传播的一个渠道。近年来随着跨国交流的日益频繁,以及新媒体的蓬勃发展,短短十余年间,我们亲眼见证了外宣媒体垄断对外传播的格局快速瓦解,“中国人看世界、世界看中国”不再依赖几家媒体、几个平台。微博、微信、贴吧、推特、脸书、在线游戏、位置性媒介等新媒体不断涌现,“人人都有麦克风”的时代走进了城市、也走进了乡村,一键链接成为可能,“国际新闻”与“国

内新闻”的界限变得模糊。

在这种时代变革下,政府日益重视重大事件的信息发布,政府危机公关、领导人形象塑造被提到研究议题上来;智库建设成为国家战略,中国特色新型智库不仅对内要成为政府决策方案的建言者、政策效果的评估者、社会舆论的引导者,而且对外要发出中国声音,成为中国话语体系构建的重要组成部分;未来民间交流、人文外交将成为中国声音对外传播的主流,这也是最“接地气”、最为有效的方式,严格地说这种方式不应该被称为“传播”而应该是“交流”,是在中国人的跨国旅游、日常涉外活动、孔子学院汉语教学等活动中自然流露和体现的,并非有目标、有针对性地传播。

本书正是基于国内外形势的变化,将中国声音分为政府声音、媒体声音、智库声音、民间声音四个部分,同时探索中国声音国际传播的新渠道与新路径,以此概括中国声音的国际传播力。同时,我们也要以自信的心态应对来自国际舆论的批评,从容、坦诚地化解各种危机。

“讲中国故事”是崛起的中国向世界发声的起点。“言为心声、行为心表”。讲故事只有在于实事的基础上才可能被人理解、被人认可,直到有一天甚至可以“大音希声”,那时中国的国际传播研究将面临转型,本书所探讨的话题也将成为过去,但这却是最乐于看到的。

吴瑛

2016年9月

目 录

导言:坚持“文化自信” 传播多元中国声音	001
第一章 政府国际传播力	005
第一节 政府形象:“中国梦”的国际传播效果	005
第二节 领导人形象:如何提升领导人的国际形象	029
第三节 城市形象:上海国际大都市形象建构研究	034
第二章 媒体国际传播力	055
第一节 媒体外交:以媒体思维讲好中国故事	055
第二节 中国媒体软实力:中国与国际媒体互引研究	059
第三节 全球媒体中的中国:全球媒体对四个全面的解读	083
第四节 周边媒体中的中国:周边国家对南海争端的议程建构	088
第三章 智库国际传播力	098
第一节 智库与中国声音:从国际媒体解读的视角	098
第二节 智库话语权:从大数据看中国智库的国际话语权	111

第三节 民间智库:从大数据看民间智库的对外传播效果	118
第四节 智库与民调:新时期中国对外传播实践前瞻	123
第四章 民间国际传播力	131
第一节 跨国调查:孔子学院中国文化对外传播效果研究	131
第二节 媒体解读:国际媒体对孔子学院的误解、批评分析与回应策略	153
第三节 调查与报道差异:孔子学院传播中国文化十余年效果反思 ...	157
第五章 中国声音国际传播的新渠道与新路径	164
第一节 多模态话语传播:概念、内容与方法	164
第二节 舆论与社会情绪:国内外舆论互动对社会情绪的影响研究 ...	168
第三节 网络话语权:如何提升网络时代的国际话语权	178
第四节 重大活动的国际传播:以 G20 杭州峰会为例	181
参考文献	195
索引	206

导言：

坚持“文化自信” 传播多元中国声音

习近平总书记在 2014 年 2 月政治局第十三次集体学习时首次强调“文化自信”，将其与中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信并举，这标志着中国共产党将文化自信提到了一个历史的新高度。

一、中国有“文化自信”的底气

中华民族在五千年的文明发展中孕育了优秀的传统文化，这不仅成为中华民族生生不息、发展壮大最丰厚的滋养，同时也蕴含着解决当代人类危机的重要启示，成为世界文明发展进程中的宝贵财富。

语言是文化的载体。中华儿女创造的汉字是世界古老文字中唯一流传至今的文字，造纸术的发明和传播对包括西方文明在内的人类文化繁荣作出了伟大贡献。儒家“天下观”的政治思想、“以仁为本”的博爱伦理、“大同社会”的理想追求，以及“和为贵”的道德实践，是一套引领全球文化的成熟话语体系。中华文化拥有更基础、更广泛、更深厚的“文化自信”和“话语自信”。

但是近代以来，西方话语垄断了国际话语体系。伴随着“坚船利炮”和“自由经济”，西方“自由民主”的话语体系形成了席卷世界的“话语霸权”。西方媒体、学术界不断创造概念，像反恐、无赖国家、邪恶轴心等，这些都为西方国家主导国际事务创造了条件，形成“强势语言对弱势语言的吞并”。

当前中国所面临的国际舆论环境十分严峻。不仅西方媒体借助遍布全球的

网络,对崛起中的中国开展批评与指责,而且随着南海争端等周边问题的凸显,周边个别国家舆论也与西方舆论频繁互动,借助共同的多边国际制度,制衡着中国这个“强大的邻居”。

二、“挨骂”是大国崛起的常态

在中国经济发展进入新常态之际,我们需要以坦然的心态接受国际社会的误解与非议,将其看作未来中国社会发展的常态来对待。

西班牙和英国都曾被称作“日不落帝国”,但在当时的报纸和文学作品中,它的另一个表述是“殖民强盗”;美国在崛起之前饱受英国鄙视,被认为“盗版遍地”“靠模仿英国技术而发家”;苏联在两极争霸时更是被诋毁为“邪恶”的“赤色共产主义”,欧美国家纷纷打着意识形态旗号加以抵制。这些骂声背后固然有其历史背景,但也隐藏着守成大国对崛起大国的畏惧与遏制,这也成为大国崛起进程中的“必修的一课”。

中国正处于现代化和城镇化过程中,改革进入深水区,随着社会结构的调整 and 利益重组,一些深层次的社会矛盾逐渐累积,在官员腐败、社会公平、民生问题和环境保护等领域时有爆发。国际舆论对这些问题进行批评,我们要客观、理性地看待,付诸反思与变革。事实上,对秉承“坏消息才是新闻”的西方媒体来说,他们不仅批评中国,在对西方自身社会问题的批判上同样是不遗余力的。

“挨骂”来自国际社会的误解与非议。解决“挨骂”问题,构建话语体系,需要搭建与世界交流的平台,把中国声音更多、更好、更准确地传达给世界。同时我们也应认识到,国家间的交流和人与人的交流一样都面临着“交流的无奈”,并非所有人都值得交流、能够交流、交流得通。面对来自国际社会的误解与非议,坦然面对“失败的交流”,也是国家间跨文化传播难以回避的。

三、以“多元声音”破解负面舆论

鉴于中国所面临的国际舆论的复杂性,我们也不能用一种声音来回应,因为这不符合社会发展的复杂性,更无法被文化多元的国际社会所接受。

政府是中国声音的第一定义者。坚持文化自信,要求我们构建“充满自信”

的中国特色社会主义话语体系，向世界亮出中国态度、摆明中国立场，发出中国声音。长期以来，党和政府致力于提升中国国际话语权和领导力，提出了“中国梦”“人类命运共同体”“一带一路”等倡议，这些议程已经成为中国话语体系的重要构成。政府官员应该是重大事件和突发事件的第一新闻发言人。李克强总理敦促部长们做第一新闻发言人，就是要求各级官员以“自信、坦荡”的态度应对重大事件和突发危机，积极“回应舆论关切”，让“真相跑赢谣言”。

官方媒体有能力引领国际主流媒体议程。长期以来，中国官方媒体的“渗透力和影响力”被学术界低估，认为中国传媒的硬件设施固然先进，可是传媒软实力还相当滞后。但最新研究显示，中国媒体已经走出国际信息体系的“边缘”，渐趋权力结构“中心”。新华社在世界五大通讯社互引网络中，居被引用率首位。《人民日报》则在全球 16 个国家 32 家主流报纸中，被引用率仅次于《卫报》、《纽约时报》和《华盛事邮报》，远高于其他西方媒体。中国媒体的声音克服了地域、语言、文化等因素，不仅能渗透到世界各个角落，而且在越来越多地影响国际主流媒体和主流人群。我们要大力打造“媒体旗舰”，鼓励其与西方几大传媒集团展开交流、合作和竞争，这是“我们的声音进入他人的世界”的有效途径。

专家学者有责任提出中国理论，诠释中国方案。恩格斯说：“一个民族要想站在科学的最高峰，就一刻也不能没有理论思维。”在当前中国哲学社会科学领域，话语体系建设水平还不高，学术原创力还不强。学术界没有产生像“文明的冲突”、“历史终结论”等具有国际议程引领能力的话语，中国本土理论、本土方案创建不足，导致唯西方理论马首是瞻的现象仍然普遍存在。一方面，专家学者需要站在世界的高度，从中国传统文化和改革经验中汲取营养，提出解决世界经济和社会发展的“中国方案”；另一方面，专家学者也要就当前社会的现实问题发出“独立、理性”的中国声音，为解决中国问题、参与国际议程发挥作用，成为中国话语体系的重要构成。在国际舆论看来，专家以独立学者身份发出的声音比官方消息源更具权威性和可信性，也更容易被世界接受。

民间声音是中国声音的重要组成部分。中国的发展需要民间智慧，多元民间声音也是社会发达程度的指征。鼓励民间声音的对外传播要重视两个渠道：一是培育、鼓励来自国内的意见领袖在国际舆论场中发出声音，他们可以是公众

人物、可以是青年学子,也可以是娱乐明星,搭建平台,让他们在焦点和热点事件中表达中国态度、阐述自身立场,必然成为国际媒体追捧的消息源;二是走进国际社会,通过孔子学院、留学教育等人文外交方式促进沟通,培养新一代“知中派”和中国问题专家。在国际交往中,“国之交在于民相亲,民相亲在于心相通”,以“润物细无声”的方式讲好中国故事,才是增进理解的长久之计。

四、在“交流碰撞”中增进沟通

正所谓“不打不相识”,人类历史上每一次文明的传播都伴随着战争和伤痛。但和平与发展已成为当今时代的主题,文化的碰撞不一定要通过实体的战争来解决,却转向了看不见硝烟的话语争夺。

每一次话语冲突都是传播中国声音、让世界了解中国的机会。以南海争端为例,对于政府、媒体、专家学者和民间社会来说,如何既坚定表达中国对于南海地区的绝对主权,又为维护地区和平、构建人类命运共同体提出“中国方案”,这是中国声音向世界传播的机会,同时也在接受国际舆论的挑战。

“文化自信”是三个自信的基础,要求我们坚持道路自信、制度自信和理论自信,用融通中外的话语体系总结过去,解释当下,展望未来。“文化自信”鼓励我们整合政府、媒体、专家学者和民间社会发出多元声音,为此搭建平台,创造机制,培育新人。“文化自信”还要求我们以淡定、从容的心态面对噪音,冷静思考、谨慎表达、大胆亮剑,在与世界的交流碰撞中增进理解、寻求共识。

第一章

政府国际传播力

第一节 政府形象：“中国梦”的国际传播效果

从习近平主席 2012 年提出“中国梦”以来，国际舆论从不同立场和角度进行了解读，表现出舆论肯定、羡慕与否定、质疑夹杂的分化现象。本章从两个视角分析“中国梦”的国际传播效果：

一是从周边国家媒体的解读切入，并在分析周边国家舆情成因的基础上，进一步探讨“中国梦”的国际传播战略，真实展现中国的复杂性，突出“人民梦”的内涵，强调人文价值和以人为本价值观，在“强军梦”的传播中着力于与周边国家建立互信，同时通过国际传播推进周边利益共同体建设。

二是从媒体舆论和民意调查的视角探索当前欧洲社会的中国观。研究以“中国梦”的传播为例对欧洲媒体文本进行解读，发现中国既被呈现为一个世界领先的经济强国，又存在腐败、人权等社会问题，负面报道多于正面报道；而欧洲民意调查显示，中国形象连续多年以正面为主，但近年来呈下滑状态，中国崛起在经济上为欧洲社会带来机会，但政治上中国仍被认为非敌非友。造成以上现象的原因在于，一方面，中欧存在经济和政治上的共同利益，这是欧洲社会中国观走向正面的重要动力；另一方面，中欧的价值观冲突，以及近年来中国日益凸显的社会矛盾是欧洲社会中国观可能倒退的主要原因，中国所树立的积极形象

仍比较脆弱。

一、从周边国家舆情看“中国梦”的国际传播

“中国梦”作为中国重要的政治话语,从习近平主席 2012 年提出至今,已引起了国内外舆论的高度关注。与国内舆论将“中国梦”阐释为国富民强、人民对美好生活的憧憬不同,国际舆论从不同立场进行解读,既有对中华民族伟大复兴战略的高度评价,也有对中国崛起可能带来的威胁的恐慌,还有希望分享中国经济发展成果的期待。在这些舆论中,鉴于地缘政治和双边关系的重要性,分析周边国家舆情,有助于我们以“中国梦”为代表,探索如何进行中国话语的国际传播。

(一) 对周边国家的界定

20 世纪以来,我国的外交工作提出了“大国是关键,周边是首要,发展中国家是基础,多边关系是重要舞台”的战略布局,这其中,“周边”国家被置于非常重要的位置。在中文语境中,“周边”的“周”主要指封闭体系的四周,“边”主要指封闭体系的边缘^①。周边国家(neighboring countries 或 surrounding countries)一词,在历史上具有“四周蛮夷,华夏中心”的文化渊源,是华夏民族以自我为中心的“天下主义”观衍生出的概念。除了从地缘上认识“周边”以外,也有学者认为“周边”不一定只指地缘,而是一个包括“地理周边、生理周边与心理周边”的综合概念,并提出“中国应该通过国际合作,将地理周边建设为生理周边,将生理周边建设为心理周边”。^② 还有学者从中国对外战略的角度指出,除了地缘因素,还可以水波战略和结网战略来审视中国周边问题,对那些虽与中国不相邻,但处于相关事件的水波晕轮范围内,以及利益网络结点的国家也可以视为周边国家^③。

尽管如此,“周边”普遍上还是被认为是一个与地缘相关的概念。中国“周边

① 钟飞腾:《“周边”概念与中国的对外战略》,《外交评论》,2011 年第 4 期。

② 冯维江:《给东北亚一个“暖源”——从中国周边战略角度的审视》,《世界知识》,2011 年第 3 期。

③ 这是俞新天研究员在上海国际问题研究院“中国周边公共外交:机遇与挑战”学术研讨会上的观点,2013 年 6 月。

国家”主要指在陆地和海上与中国接壤的国家。我国的陆地邻国共 14 个,东北与朝鲜接壤,东北、西北与俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦为邻,正北方是蒙古国,西部毗邻阿富汗、巴基斯坦,西南与印度、尼泊尔、不丹相接,南面有缅甸、老挝和越南。海上邻国有 6 个,包括韩国、日本、菲律宾、马来西亚、印尼和文莱。

本书在讨论周边国家舆情时,为明晰分析对象的边界,主要还是在地缘框架内考察周边国家,但考虑到舆情信息本身具有扩散性的特点,同时也吸取非地缘决定论的“周边”概念因素。本书还关注了那些垄断传媒资源、影响周边国家舆论走向的西方传媒大国的舆情。

（二）西方舆论解读“中国梦”

西方发达国家凭借雄厚的传媒资源和遍布全球的传播网络引导国际舆论的走向,世界上每天传播的国际新闻约有 80% 来自西方的主要通讯社,他们在中国的周边国家也分布有众多分支机构,已成为诸多国家传媒业的主要信息来源。像 BBC、路透社、美联社这样的机构在俄罗斯、韩国、菲律宾、日本等国都有常驻记者,越南的国家通讯社越通社以美联社、法新社为重要信息来源,印度更是没有本国的通讯社,社会精英人士主要依赖西方国家的英文媒体获取国际新闻。

西方舆论关注“中国梦”的内涵。2012 年 11 月,习近平在参观《复兴之路》展览时指出,实现中华民族伟大复兴,就是中华民族近代以来最伟大的梦想。由于这个表述主要以“民族”和“国家”之梦为内涵,随即就有不少西方媒体指出,“中国梦”到底是民族的梦? 共产党的梦? 还是中国人的梦? 加之中国媒体在对外传播时使用的英译没有统一,有媒体使用 Chinese dream,也有权威媒体使用 China dream 或者是 China's dream,而以美国为代表的西方媒体对“美国梦”(American dream)鼓励美国人的奋斗精神与个性张扬充满情感寄托,认为真正能使梦想腾飞的是每个“中国人的梦(Chinese dream)”。2013 年 3 月,习近平在全国人大一次会议闭幕会上指出,“中国梦是民族的梦,也是每个中国人的梦”“中国梦归根到底是人民的梦”。这段表述不仅完善了中国梦的内涵,事实上也在一定程度上回应了西方媒体在此之前的争论。

有不少西方舆论的评价比较正面,但认为“中国梦”可能给世界和周边国家带来威胁的也不在少数。英国《经济学人》指出,“中国梦”的提出有帝国扩张的趋势,从而使亚洲各国都陷入一种紧张氛围中;英国《独立报》从弃婴现象、贫富差距、官商勾结等现象来批判社会问题。澳大利亚《堪培拉时报》认为“中国梦”可能到头来只是一场空;美国《新闻周刊》质疑中国“强国梦”的提出会不会是一个新的不安定因素。当然,也有一些媒体正面评价了“中国梦”的前景,如加拿大《国家邮报》、瑞士《每日导报》、法国《欧洲时报》、英国《每日电讯报》、德国《明镜》周刊等。

西方舆论对中国的关注度高于周边国家。本书通过谷歌趋势比较了西方网民和中国周边国家网民对中国的关注度,图 1-1 显示^①,即使在最近南海问题矛盾激化,周边国家对华舆论升温的情况下,西方舆论对中国的关注度还是要比周边国家高。美国、德国、法国的谷歌搜索热度都在 50 以上,高于大部分周边国家,周边国家中印尼、菲律宾、韩国的热度较高,俄罗斯居中,日本的热度最低。搜索热度最高的词则主要包括 China sea(中国海)、South China sea(南中国海)、China & Philippines(中国和菲律宾)、China & Japan(中国和日本)、Vietnam(越南)、North Korea(朝鲜)等。总体来说,西方舆论比周边国家更关注中国,也更关注“中国梦”,解读倾向以负面为主,与他们长期以来对中国的报道立场是基本一致的。

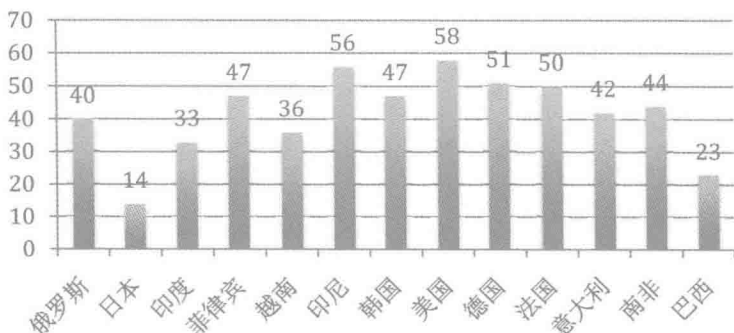


图 1-1 谷歌趋势搜索“中国”的热度

① 数据系 2013 年 7 月 6 日搜索。

此外,西方官员、传媒人、学者、智库是有关“中国梦”报道的重要消息源。像美国布鲁金斯学会、美国企业研究所、对外关系委员会、传统基金会、美国和平研究所、国际战略研究中心等智库的专家频频出现在西方主流媒体上,有的报纸甚至一讲到中国,引用这些专家似乎已成为必要的功课,比如美国布鲁金斯学会的华裔学者陈立(Chen Li)、李侃如(Ken Lieberthal),已成为美国智库研究中国问题的代表人物,另外像美国的中国问题分析家比尔·毕晓普也在第一时间对“中国梦”进行了评论。

(三) 周边国家有关“中国梦”的舆论分化

虽然西方媒体引导着周边国家的舆论走向,但从上海外国语大学中国国际舆情研究中心对周边国家舆情的跟踪监测发现,周边不同区域、不同国家的分化现象仍十分显著。其中,中亚国家以正面阐释“中国梦”为主,西亚国家舆论相对中立,东北亚、东南亚和南亚国家存在不同程度的“中国威胁论”。具体而言:

哈萨克斯坦、塔吉克斯坦、吉尔吉斯斯坦从睦邻友好与经济合作角度支持“中国梦”。哈萨克斯坦总统纳巴尔扎耶夫在出席博鳌亚洲论坛时表示,坚定支持中国人民实现中华民族伟大复兴的中国梦。该国驻华大使也表示,“中国梦”的实现将促进地区和世界安全与稳定。塔吉克斯坦总统希望“中国梦”能够尽快实现,以进一步推动两国的经济合作与交流^①。吉尔吉斯斯坦舆论也从中国在吉投资和基础设施建设角度,评价两国平等互利的战略伙伴关系。

俄罗斯媒体将“中国梦”与“强俄梦”作对比。《俄罗斯报》《共青团真理报》《消息报》《生意人报》等报纸不仅对中国梦进行了评价,而且将其与普京就任之初的许诺“给我 20 年,还你一个强大的俄罗斯”作比较,频频提及 Chinese dream, African dream, dream of the world 等词,还将“中国梦”与“强俄梦”共同放置在全球化的语境中,体现了俄罗斯在从全球视角审视“中国梦”。

巴基斯坦媒体的解读非常正面。《每日时报》发表题为《中国希望一个和平

^① China Reportedly Expected to Allot 200 Million Yuan in No-strings to Tajikistan, Asia-Plus Daily Blitz, May 20, 2013.

繁荣的亚洲》的新闻^①，全文以中国驻巴基斯坦大使为新闻源，表达了中国希望与巴基斯坦在经贸、文化领域的合作，共同实现各自国家的梦想。《民族报》发表题为《中国梦和美国梦之间没有冲突》^②，认为“美国梦”注重个人主义的实现，“中国梦”注重集体主义的成功，但两者并不冲突，都是为了实现人民的梦想。

印度舆论正负面兼有，表现出复杂心态。一方面，印度媒体高度评价习近平主席，称他是一位充满魅力的领袖(Xi is a charismatic leader)，中国经济的腾飞让印度媒体羡慕中国人富裕的生活，在造梦工程的激励下，中国商人将更加充满商机，中国梦也将成为整个世界的梦(dream of the whole world)^③。

尼泊尔从中国和印度的三边关系中审视“尼泊尔梦”。尼泊尔在地缘政治上处于中国和印度之间，长期以来在政治、经济和文化上都深受两国影响。习近平主席提出“中国梦”后，尼泊尔前总理巴布拉姆·巴特拉伊(Baburam Bhattarai)一方面高度赞扬这一政治理念，认为中国梦完全不同于西方梦，西方梦靠的是殖民和剥削第三世界，中国梦是要结束那种统治，并让全世界人民享受自由，让全人类享受和平和繁荣^④。另一方面，他也指出，“尼泊尔梦”与印度和中国紧密相连，如果印度和中国这两个邻国能够在这里保持政治稳定，坚持正确的政治领导及平衡关系，那么尼泊尔将实现自己国家的梦想。尼泊尔媒体还从中美关系中思考中国梦，在一篇题为《两个梦想》的评论中将中国梦与美国梦对比，认为这两种梦想完全不同，哪个梦想在未来十年能够成功不仅对美国和中国，而且对整个世界意义重大^⑤。

日、韩舆论以中性和负面为主。日本媒体在解读“中国梦”时，强调中国对大国权力的追求和强军梦的诉求，认为在打造中国梦时，要改变“强硬的外交立场”，更多地考虑到国际社会的看法。《读卖新闻》引用美国前国家安全顾问斯蒂芬·约翰·哈德利(Stephen Hadley)对“中国梦”实现的前提表达了观点，认为

① China wants peaceful and prosperous Asia: Chinese envoy, Daily Times, May 1, 2013.

② No clash between Chinese and American dreams, The Nation, June 10, 2013.

③ India may need to re-appreciate Xi, The Times of India, April 26, 2013.

④ Former Nepal PM Baburam Bhattarai all praise for Chinese 'dream', The Times of India, May 27, 2013.

⑤ Two dreams, My Republica, June 10, 2013.