

李玮
等著

中国形象 俄罗斯人眼中的



“十二五”国家重点图书出版规划项目
中国对外传播文化软实力研究丛书

CHINA

IN THE EYES
OF RUSSIANS



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

李玮 等著

俄罗斯人眼中的 中国形象



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

俄罗斯人眼中的中国形象/李玮等著. —北京:北京大学出版社,2016. 1
(中国对外传播文化软实力研究丛书)

ISBN 978-7-301-26626-7

I. ①俄… II. ①李… III. ①国家—形象—研究—中国 IV. ①D6

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第298143号

书 名 俄罗斯人眼中的中国形象

Eluosiren Yanzhong de Zhongguo Xingxiang

著作责任者 李 玮 等著

责任编辑 徐少燕

标准书号 ISBN 978-7-301-26626-7

出版发行 北京大学出版社

地 址 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址 <http://www.pup.cn>

电子信箱 ss@pup.pku.edu.cn

新浪微博 @北京大学出版社

电 话 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016

印刷者 北京大学印刷厂

经 销 者 新华书店

965毫米×1300毫米 16开本 20.5印张 276千字

2016年1月第1版 2016年1月第1次印刷

定 价 52.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系,电话:010-62756370

序

俄罗斯是一个不容忽视的民族。公元9世纪时，俄罗斯还叫做“罗斯”，是游荡在欧洲第聂伯河和伏尔加河一带的游牧公国，与中国甚远。可是，到19世纪，这个公国已经东扩1万多公里，其版图抵达太平洋东岸，与中国接壤成为近邻。其间俄国还一度越过白令海峡将阿拉斯加据为己有，若不是1867年将其卖给美国，它将是世界上唯一一个横跨欧亚美三大洲的超级帝国。1917年十月革命及第二次世界大战后，苏联将周围大量国家裹入囊中，国土面积达到2240多万平方公里。即便在1991年苏联解体，加盟共和国纷纷独立出去之后，俄罗斯联邦仍然拥有1700万平方公里土地，是世界上最大的国家。广袤的俄罗斯大地，跨越了世界上几乎所有的气候带和自然带，为俄罗斯提供了世界上几乎所有品种的自然资源和物种：俄罗斯拥有世界最大面积的黑土地，拥有世界最多的天然气储藏，是世界森林资源最丰富的国家，俄罗斯煤储量世界第一，锰矿石、铬矿石、钾盐储量世界第一，铁矿储量世界第一，俄罗斯还是世界第五大产金国，各种稀有金属和稀土应有尽有。除了资源，俄罗斯还拥有强大的军事实力。20世纪中期，苏联经济发展迅猛，斯大林时期形成的重工业与军事工业优先发展模式，使其很快成为军事超级大国。20世纪70—80年代美苏争霸，苏联更是拼命发展核武器和军事实力，苏联解体后，俄罗斯联邦继承了全部的核武库，如今俄罗斯核武器门类齐全，数量庞大，是当今世界唯一能与美国核武库相抗衡的核大国。

俄罗斯是一个不同寻常的民族。在一千多年的民族历史中，它经历过无数次战争洗礼，每一次战争都惊天动地，影响巨大。13 世纪蒙古鞑靼人入侵，野蛮统治罗斯长达 240 年之久，最终没能使它驯服；19 世纪拿破仑入侵，兵临城下，俄国人民宁愿毁掉城池也不投降，亲手点燃了莫斯科城，大火烧了三天三夜，点燃了人民誓死捍卫祖国的英勇气概，烧毁了入侵者的美梦；20 世纪纳粹希特勒入侵苏联，围困列宁格勒长达九百多天，德军长驱直入苏联腹地，直逼莫斯科，苏联人民用生命顶住了敌人的炮火，最终转败为胜，将希特勒打回柏林，把苏联国旗插到柏林帝国大厦上。俄罗斯似乎是打不垮的，这个尚武的民族被战争锻造得越来越勇，越是面临困难，它越强大；俄罗斯似乎是特殊材料制成的，外部压力越大，它越团结，不管国内矛盾多么尖锐，它随时能抛开内部争斗一致对外。1991 年苏联解体后，国家经济全面休克，民不聊生，但是俄罗斯挺过来了；世纪之交恐怖主义猖獗，多少无辜者死于非命，但它决不妥协，最终逼迫恐怖分子俯首称臣；2014 年乌克兰危机爆发，在西方世界的一致谴责声和制裁中，俄罗斯国内却异常团结，普京的支持率一路飙升，达到历史最高。俄罗斯民族是不同寻常的，我行我素，似乎总不按常理出牌。它有这样那样的问题，被西方视为异类，但是，它却是客观存在的，以实力在当今世界格局中占据着不可取代的重要地位。俄罗斯这个国家，正如俄国学者邱特切夫所描述的那样，“尺度不可丈量，理性不能理解”，它是个特立独行的存在。

这样一个特立独行的强大国家，恰好是我们的邻居，是我们最大的北方近邻。自 19 世纪中俄接壤以来，两个巨大的邻邦交往频繁、恩怨不断。在 20 世纪中叶，两国曾经称兄弟走到友好的极致，又反目为仇跌落到敌对的极限。但是，无论历史如何变迁，一个抛不开的事实是，中国和俄罗斯，相邻相依，一衣带水，在世界大格局里彼此依存，谁也离不开谁。因此，历尽劫波，两国关系的重要性还是高过一切。在走过不平等的掠夺

期、火热的蜜月期、冲动的交恶期后，两国还是回归理性，走向全面战略合作。

合作的目的是国家利益，合作的基础是相知与互信。在和平年代，国家软实力在国际关系里的作用日益增强，而国家形象作为国家软实力的一部分，也具有非常重要的意义。国家形象既反映一国的政治、军事、经济等方面的状况，也反映国家间文化的认同和民众的互信。俄中两国交往已久，政治上似乎一直走得很近，但是事实上，两国人民的相互了解是非常不够的。就我在俄罗斯多年的亲身体会，俄罗斯人对中国的认知相当有限，当然，中国人对当代俄罗斯的认知也很不够，而且存在误读。中俄文化有着极大的差异，使我们双方常常产生错觉和误解，阻碍国家间和民间的深入交流。因此，加强中俄两国政府和民间的深层了解，对促进两国关系具有重大的现实意义。

研究中国形象，探寻他国对我们的认知与认同，以及产生这种形象的原因，是帮助我们了解自己、客观定位自己的有效途径，同时也是了解对方的有效方法。研究中国在俄形象，是发展两国友好合作的客观需求。古人云：“知己知彼，百战不殆。”俄罗斯究竟怎么看我们？中国文化在俄罗斯是深受认同还是遭遇抵制？中国的哪些方面可以被俄罗斯接受，哪些不能？中国在俄形象与我们自身的想象是否一致，有多大差距？在俄罗斯人眼中，中国究竟是敌是友，是伙伴还是威胁？只有弄清楚这些问题，我们才能有针对性地制定出合理的外交路线和政策，与之建立真正意义上的全面合作。

李玮教授是一位复合型人才，她是北京大学俄语语言学和新闻传播学双科博士，有着良好的俄语语言基础与传播学理论基础。几年前她撰写了《转型时期的俄罗斯大众传媒》一书，介绍了大众传媒在苏联解体中的作用，以及俄罗斯传媒艰难的转型之路及其现状，引起较大反响。近年来，她又与北京大学新闻传播学院合作，连续两次承接国家社科重大课题，致

力于“文化软实力”与“国家形象”研究。在她的带领下，几位中青年学者推出《俄罗斯人眼中的中国形象》一书。此书在大量事实数据的基础上，对中国在俄形象进行了历时性与共时性研究，立体地展示出中国在俄形象全貌，并尝试通过两国文化的差异，解析中国在俄形象形成的文化缘由。此书面向大众，深入浅出，集学术性与可读性为一身，能帮助中国读者进一步了解俄罗斯和中俄关系，也了解我们自己。相信这部书的出版，能为增强两国人民的相互理解和互信，产生非常积极的影响。

中国前驻俄大使刘古昌

2015年8月6日于北戴河

前 言

“软实力”是近年来常见的一个新名词，它可用于各种范畴，通常指某个范畴内的非强力的、文化的吸引力和实力，如人的软实力、企业的软实力、城市的软实力、国家的软实力等。人的软实力指个人力气、财力之外的能力，如性格、教养、德行等人格魅力；企业的软实力指生产力之外的企业管理、企业文化、企业人文精神等能力；国家软实力指一国的综合实力中，除了军事和经济等“硬实力”之外的部分。国家软实力又称文化软实力，对外体现为一国文化对世界的感染力与影响力，即一个国家的“文化实力”“文化吸引力”。

什么是文化？翻开任何一本百科辞典，我们可以看到对文化的各种释义。概括起来，对于文化的定义通常有狭义和广义两种解释。狭义理解的文化，专指文学、艺术、宗教、建筑、语言、文字等具体的社会文化形式；广义理解的文化，则指“人类所创造的物质财富和精神财富的总和，包括哲学、宗教、艺术、建筑、政治思想和法律思想、伦理道德”等，从这个意义上说，政治思想、社会制度、民族价值观等都包括在文化的范畴中。因此，从广义上理解文化，“文化软实力”不仅包括了文学、艺术等传统意义上的文化吸引力，还包括一国政治制度的吸引力、价值观的影响力，以及价值观所决定的国家外交政策和方式的感召力等。

国家形象是建立在上述文化内涵基础上的对一国的综合印象，因此它也是软实力的重要组成部分。

印象可以影响态度，继而影响关系。良好的国家形象、富有吸引力的软实力，在一国获取别国的理解与信赖、认同与支持、建立长期友好的国家关系时，会起到积极的促进作用；反之，负面的国家形象会使人们对这个国家及其民众的所有相关信息和行为的认知和评价带有或多或少、有意无意的敌对性、排斥性和刻板印象。诚然，国家间关系是一个很复杂的概念，其实质是国家利益，国家形象并非决定国家间关系的最主要因素，但不可否认的是，文化的感召力、吸引力以及国家间在文化上的相互信任和理解，也在相当程度上起到促进或者阻碍国家关系的作用。

俄罗斯是中国的邻国，不容忽视。公元9世纪，它还是一个远离中国版图、游荡于东欧第聂伯河畔的部落民族，但是到18世纪时，它的疆土已经东扩到美洲的阿拉斯加，一度成为横跨欧亚美三大洲的超级大帝国。今天，俄罗斯是中国最大的北方近邻，中国和俄罗斯亚洲部分的国土加在一起占亚洲陆地面积的大半，两国之间有4000多公里长的边界线。超级大国苏联一度与美国争霸世界，虽然经历了剧变与解体，但其继承者俄罗斯联邦继承了苏联70%以上的疆土以及主要的资源和核武力量，它在世界舞台上仍然是举足轻重的，在世界格局的建构和平衡中扮演着极其重要的角色。因此，中俄关系在中国的政治外交领域一直占据非同一般的地位。近年来，在双方共同而坚定的努力下，中俄关系已提升至全面战略协作伙伴关系的新阶段。中国需要与俄罗斯保持长期互助的国家关系，也需要建立良好的国家形象，以赢得俄罗斯更多更长久的信任与认同。为此，近年来中国政府大力打造国家形象工程，努力建设国家形象传播系统，不断开创中俄之间友好的新舞台：2006—2007年中俄两国互办“国家年”；2008年中国国际广播电台举办“中国人唱俄语歌大赛”，踊跃参加者幼始8岁老至80岁不等；2009—2010年两国互办“语言年”；2012—2013年两国又互办“旅游年”；2016—2017年将互办“媒体交流年”……

谈及两国形象问题，必须承认，俄罗斯在中国人眼中的形象是比较好

的，这既得益于20世纪中苏友好历史的延续，又有赖于中国官方媒体的正面宣传。有数据表明，中国媒体近二十年来对俄罗斯进行了大量的正面报道，中国民众几乎每天都可以在媒体上看到中俄之间友好伙伴关系以及各种合作项目的信息。中国媒体对俄罗斯形象的描述主要是“活跃在世界政治舞台上的政治大国”“以石油和天然气为主的能源大国”“以文学艺术及文化交流为主的文化大国”。正如学者们所指出的，“中国主流媒介对俄罗斯的报道是友好的，对于有利于俄罗斯国家、政府和人民形象的消息，会根据它的新闻价值进行适量报道，而对于有关俄罗斯的负面消息，中国媒介通常处理得比较低调”^①。有了媒体的塑造，加上中俄两国的历史友谊余温犹在（至今许多中年以上的中国民众还保留着较强的苏联情结，对俄罗斯有着特殊的情感），于是，中俄亲密无间的概念在当今中国深入人心。近年来，中国人对俄罗斯的好感不断呈现上升趋势，根据中国“零点调查”公司的民调数据显示，对俄罗斯抱有好感的人数1999年占受访者的55.7%，2009年增长到85.5%，也就是说，超过八成中国民众对俄罗斯表示喜好，其中18%的人非常喜欢和67.8%的人比较喜欢^②。另根据调查数据，半数以上的中国大学生受访者认为俄罗斯是发达国家，可见他们心目中的俄罗斯，实力远高于现实。相应地，中国人普遍认为，俄罗斯是中国最好的朋友，俄罗斯对中国也同样友好。于是，中国人对自身在俄罗斯的形象，也被放到了一个较高认同的想象中。根据中国“零点调查”公司的民调数据显示，中国民众在2003年、2004年、2005年连续三年将俄罗斯定位为“对中国最友好的国家”，四成以上的受访者选定俄罗斯，远超过排在第二位的朝鲜（18.5%）和第三位的美国（17.7%）。^③

① 柯惠新、郑春丽、吴彦：《中国媒体中的俄罗斯国家形象》，《现代传播》2007年第5期。

② 零点研究咨询集团：《中国市民眼中的世界》调查报告，2009年。

③ 零点研究咨询集团：《中国市民眼中的世界》调查报告，2003年、2004年、2005年。

在此，我们联想到“北京共识”的提出者、美国人乔舒亚·库珀·雷默的一段话，他说：“中国对自我形象的认识和其他国家对中国的看法常常有出入，甚至大相径庭，这些很容易导致错误的判断。”^①当然，这里，他主要指美国、英国、德国等西方资本主义国家，强调中国人很难理解与这些国家在价值观和政治制度上的巨大差距，以及这些差距导致的不可调和的认同危机（中国人往往将“长城”“故宫”“五千年中国文化”在西方的被追捧，简单地理解为西方对中国的认同和肯定，自以为中国形象不错）。那么，中俄之间情况怎样？俄罗斯这个介于东西方之间的国度，这个中国北方的最大邻国，如何看中国？中国在俄的真实形象如何？中国人在俄罗斯的自我定位是否恰当？20世纪中期，中俄曾经在意识形态和国家制度上强烈趋同，以至于两国间一度搭建起社会主义兄弟般的亲密友好，后来，两国走上了截然不同的转型道路，选择了截然不同的国家制度和发展模式，这些变化是否导致两国产生不可调和的认同危机？今天俄罗斯人眼中的中国形象到底是怎样的？仍然是亲密兄弟？抑或是竞争对手？还是潜在的敌人？数据显示，今天在中国人眼中，俄罗斯仍是最友好的邻居，中国人不仅喜欢俄罗斯，同时认为俄罗斯也同样喜欢中国，这个想象是否属实？中国文化在俄罗斯有怎样的认知和认同度？中俄之间在价值观和制度层面是否仍然有较高的认同？抑或产生了新的对抗？俄罗斯媒体怎样报道中国？俄罗斯各界对中国和中国人究竟持怎样的态度？中国在俄罗斯是否像俄罗斯在中国一样受欢迎？这些问题，正是本书作者感兴趣的，也是本书试图回答的。

知己知彼是两国继续发展合作关系的根本。随着中俄两国的合作进一步深化，近年来，中俄两国都开始重视自身形象的定位与塑造，并展开了相

^① 乔舒亚·库珀·雷默：《国家形象塑造不可能一蹴而就》，《21世纪经济报道》2011年1月17日。

关的研究。俄罗斯汉学界出版了不少关于两国形象的著作，与此同时，俄罗斯最负盛名的调查机构“俄罗斯社会舆论基金”（Фонд общественных мнений）于2001—2008年连续面向俄罗斯城市民众进行了有关“中国形象”的系列追踪民调。2009年，该机构又以《中国与俄罗斯——邻居？伙伴？竞争对手？》为题再度进行全俄社会调查。同年，另一家研究机构“全俄社会意识研究中心”（ВЦИОМ）也以“中国形象”为主题进行了大规模社会调查，获得题为《强劲的经济发展、低质产品、高出生率——俄罗斯眼中的中国》的结论报告。此外，俄罗斯著名学者亚·弗·卢金所著《俄国熊看中国龙：17—20世纪中国在俄罗斯的形象》一书，更是将历史上的中国在俄形象进行了详尽地描述和动态分析。相应地，近年来中国政府和学术机构也开始关注两国文化的相互认知与认同，展开了系统的研究。2000年起，中国著名的“零点调查”公司以“中国市民眼中的世界”为主题展开追踪系列民调，俄罗斯是其重点调查国之一。2010年，人民出版社出版了周宁主编的“世界的中国形象”系列丛书，其中专门列出《俄罗斯眼中的中国》，收录了国内学者的一些重要思想和观点。2009—2013年，北京大学新闻传播学院完成国家社科重大课题“我国文化软实力对外传播研究”，并于2014年再度承接国家社科基金重大课题“我国文化软实力对外传播深度研究”，课题锁定美国、俄罗斯、德国、日本、印度五大国，展开跨国民调，探寻中国文化在上述国度的真实印象，其中，由李玮教授主持的俄罗斯课题组于2010在莫斯科街头做了题为“中国形象”的问卷调查，并于2011年和2012年两次以《中国文化形象》为题对全俄进行了大型跨国网络社会调查，调查结果及其分析研究多次刊载在国内各种刊物上。上述工作的目的，均是为了探寻两国的互视、研究中俄两国的彼此认同以及国家形象问题。

众所周知，中俄两国关系自20世纪末解冻后，一直不断升温，两国领导人频频示好和互访，似乎两国的形象也在持续改善和发展。然而，需

要提出的是，尽管俄罗斯是一个政治权力至上的国家，统治者的意愿常常对国家的对外政策产生重要影响，但不应忽视的是，1991年建立的俄罗斯联邦毕竟是一个普选制、私有制的国家，随着俄罗斯的民主化进程不断深化，社会各个阶层也获得了公开表达自己好恶的充分权利，中俄领导人的示好、两国关系的发展态势代表了国家层面的策略和政治精英的选择，能否代表俄罗斯民众的态度？能否左右俄罗斯媒体的报道倾向？能否说明中国在俄形象的完好？事实上，国家形象不是一个平面图，或者某个点状的形态，而是一个丰富的多维立体图。针对国家形象，不同的时代，不同的维度，不同的群体，有不同的视野和结论。本书试图在总结前人研究的基础上，分别从历史的纵向角度以及不同社会群体的横向角度，对中国在俄形象展开多维探寻，试图给出一个相对完整和立体的概述。

俄罗斯的中国形象，应该由事实说话。历史上的无数实例和实证为我们的研究提供了有力的数据和论据，上述国内外机构所做的多次社会调查也为中国在俄形象研究提供了有力的事实数据，我们希望借助这些历史和现实的事实，联系俄罗斯民族的特性以及当代大众传媒的功效，综合解析俄罗斯对中国文化的认知与认同状况，从纵向与横向两方面勾勒出相对全面和真实的当代中国在俄形象图。

本书是2014年国家社科基金重大课题“加强我国文化软实力对外传播深度研究”（14ZDA53）成果。本书由八章组成：第一章 俄罗斯历史上的中国形象；第二章 俄罗斯政治精英看中国；第三章 俄罗斯汉学家看中国；第四章 俄罗斯民众看中国；第五章 俄罗斯媒体看中国；第六章 中国在俄罗斯的商业形象；第七章 中俄两国青年学生的互视；第八章 中国在俄形象的文化成因透视。本书由一批致力于俄罗斯文化和中俄关系研究的中青年学者撰写，其中谢飞撰写第一章，许华撰写第二章，林精华撰写第三章，李玮撰写第四章、第八章，刘浩撰写第五章，刘岩、信晓东、王毓韵撰写第六章，第七章由李玮在王德禄、肖楚舟、陶冶序、孙

凌凌等所做的问卷调查与分析的基础上整合而成。全书由李玮最后修改定稿。本书还附有一些俄罗斯机构所做的问卷调查数据表，均由李玮翻译和整理。

国家形象是一个复杂的课题，由于本书作者水平有限，难免有所不足和疏漏，恳望读者提出批评指正。

前 言	001
第一章 俄罗斯历史上的中国形象	001
第一节 中国形象追根溯源:从模糊到清晰	001
第二节 俄罗斯帝国时期的中国形象:强劲中国风? 古老文明的残余?	007
第三节 苏联时期的中国形象:兄弟? 背信弃义者?	029
第四节 转型时期的中国形象:榜样? 战略伙伴? 竞争对手?	045
第二章 俄罗斯政治精英看中国	059
第一节 俄罗斯历届总统对中国形象和中俄关系的认知	061
第二节 普京与习近平的高峰互动	066
第三节 俄罗斯外交决策机构领导人对中国的看法	071
第四节 俄罗斯权威智库和意见领袖眼中的中国	086
第五节 中国形象与俄罗斯外交战略	089
第三章 俄罗斯汉学家看中国	092
第一节 俄罗斯的汉学研究	093
第二节 敬仰的国度 ——俄罗斯汉学家关于传统中国的论述	098

第三节 莫衷一是的国度	
——俄罗斯汉学家关于当代中国的论述	105
第四节 俄罗斯汉学家眼中的俄中关系	116
第四章 俄罗斯民众看中国	121
第一节 俄罗斯民众对中国社会制度的认知与认同	122
第二节 俄罗斯民众对中国价值观的认知与认同	127
第三节 俄罗斯民众对中俄关系的认知与认同	130
第四节 俄罗斯民众对中国社会文化的认知与认同	133
第五节 乌克兰危机对中国在俄形象的影响	149
第五章 俄罗斯媒体看中国	156
第一节 《独立报》《消息报》《莫斯科共青团报》的涉华报道	157
第二节 俄通-塔斯社、俄罗斯新闻社、国际文传电讯社的涉华报道	165
第三节 俄罗斯主流媒体里的中国形象	185
第六章 中国在俄罗斯的商业形象	193
第一节 中俄经贸史上的中国形象	193
第二节 一个俄罗斯商人眼中的当代中国	204
第三节 俄罗斯人眼中的中国商业形象	
——网络问卷调查	211
第七章 中俄两国青年学生的互视	224
第一节 中俄教育交流回顾	224
第二节 在华俄罗斯留学生的中国印象	228
第三节 中国大学生的俄罗斯印象	242
第八章 中国在俄形象的文化成因透视	257
第一节 中国在俄形象是历史的产物	259
第二节 俄罗斯民族价值观对中国在俄形象的影响	263

第三节	俄罗斯民族性对中国在俄形象的影响	267
第四节	大众传媒——中国在俄形象的直接缔造者	273
第五节	中国在俄形象是中国社会客观现实的反映	283
附 录		
问卷调查 1	中国形象	286
问卷调查 2	强劲的经济发展、低质产品、高出生率 ——俄罗斯眼里的中国	297
问卷调查 3	俄罗斯与中国：从敌对、竞争到友好合作	300
参考文献		302
后 记		311