

北京高校中国特色社会主义理论研究协同创新中心（对外经济贸易大学）
2017年研究系列成果

中国对外经济战略和文化传播的 大众认知调研(2016)

● 主编：梁凯音 副主编：王宇航



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

北京高校中国特色社会主义理论研究协同创新中心（对外经济贸易大学）
2017年研究系列成果

中国对外经济战略和文化传播的 大众认知调研（2016）

● 主编：梁凯音 副主编：王宇航



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国对外经济战略和文化传播的大众认知调研. 2016 /
梁凯音主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社,
2017. 10

ISBN 978-7-5663-1830-5

I. ①中… II. ①梁… III. ①对外经济政策-大众传
播-调查研究-中国②文化交流-中外关系-大众传播-
调查研究-中国 IV. ①F125.1②G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 203063 号

© 2017 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

**中国对外经济战略和文化传播的
大众认知调研 2016**

梁凯音 主编

责任编辑: 强晓洁

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京建宏印刷有限公司印装 新华书店经销

成品尺寸: 170mm×240mm 4.25 印张 47 千字

2017 年 10 月北京第 1 版 2017 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-1830-5

定价: 40.00 元

目 录

- 1 中国对外经济战略和文化传播的大众认知调研 (2016)
- 57 中国对外经济战略和文化传播的大众认知调查问卷

中国对外经济战略和文化传播的大众认知调研（2016）^①

【摘 要】 中国对外经济战略和文化传播对于提高我国对外开放水平至关重要，本次调研主要以问卷调查的方法，研究大众对于中国对外开放战略中的经济战略和文化战略的认知情况。本次调研的主要对象为对外经济贸易大学的学生和家长，问卷的问题涉及中国大众对于文化重要性的认知、大众的文化自信程度以及大众对政府文化政策的了解与认可程度三个方面。我们从性别、年龄、学历、职业、工龄、居住地这六个维度对问卷结果进行了分析。通过对问卷结果的分析，我们发现在中国的对外开放战略中，与文化对外开放相比，大众更看重经济对外开放。同时，大众普遍具有较高程度的文化自信，但是对政府文化政策的了解不够。基于问卷结果的分析，我们看到了大众对于这一问题认知的不足，并对相关机构和人群提出了建议。

【关键字】 中国对外经济战略 文化传播 大众认知

① 执笔人为对外经济贸易大学唐欣、王文佳、路艺飞。

Abstract: Opening-up in economic and cultural fields is crucial to China's overall opening-up strategy. This report is designed to study China's public awareness of our opening-up strategies in these two fields through randomly distributing questionnaires to students in UIBE and their parents. We analyzed the results in terms of their gender, age, education, occupation, years of working and location. We found that people tend to regard economy as a much more important factor than culture when it comes to our opening-up strategies. Meanwhile, we found that most of the people are confident about our own culture, but not many of them are clear about government policies in spreading our culture overseas. Finally, we analyzed reasons behind people's lack of awareness of our economic and cultural strategies, and offered relative suggestions.

Key Words: China's economic opening-up strategies, cultural diffusion, public awareness

一、研究背景

1. 调研背景

中国改革开放近四十年来,经济发展取得了举世瞩目的巨大成就,但文化发展相对滞后,在对外开放方面表现亦是如此。我国一

直以来致力于经济贸易的对外开放,在贸易领域的国际地位持续上升,贸易伙伴和贸易量也不断增加,但是文化走出去还需要进一步加强,文化国际影响力和国际话语权还有待提高。在当代国际社会,一个有影响力的大国往往是经济和文化全面协同发展的。民众是经济活动的重要主体,也是文化的创造者,对外文化传播的主力军。为了了解国内大众对这一问题的认知程度和认知渠道,本课题组设计了相关问卷并进行了分析。

2. 调研目的

本次调研将大众认知作为切入点,使用问卷调研获取大众对于中国经济和文化对外开放的认知程度、认知渠道等相关信息,通过数据结果分析不同地域、年龄、性别、职业、受教育程度等因素在民众认知方面的差异,从而为相关部门和社会媒介等改进文化宣传工作提供策略建议。

3. 调研方法

由于我们的研究切入点是大众认知,所以主要选择问卷调查法进行调研。我们将制作的电子问卷置于腾讯问卷网上平台。问卷分为客观题和主观题,客观题从三个宏观方面设计问题,主观题直接让问卷接收者对研究主题表达自己的观点或者提出相关建议。问卷回收后,我们对问卷数据进行总体分析和交叉分析,最后进行定性分析,对每一个问题进行多维度考察,得出结论和建议。

二、问卷分析

1. 问卷简介

本研究的问卷大体分为两个部分：第一个部分为受访者简单的个人资料，第二部分是有关中国民众对待中国文化走出去的认识和看法的具体问题。第一个部分共有 6 个问题，6 个问题全部是关于被调查者基本信息的，分别为性别、年龄、职业、最高学历、工作时间和居住地。问题中所包含指标的差异，会影响调查者对于不同问题的看法，因而这 6 个问题中所涉及的指标将在下文有关部分与具体的问题相结合进行相关性分析。此外，通过这 6 个指标，我们大致可以描绘出被调查者的基本特征。本研究的问卷的第二部分有 23 个问题，包括 22 个选择题和 1 个简答题。第二部分的问题又可以分为三个小部分：第一小部分为中国民众是否认识到中国文化走出去的重要性；第二小部分为中国民众是否有充足的文化自信；第三小部分为中国民众对于中国文化走出去相关政策的认知情况。

本研究问卷的第一部分为受访者简单的个人资料，通过对受访者简单个人资料的分析，可以大致确定受访对象的基本特征。

性别构成

女性（556 人）占大多数，占有受访者的 80.9%，男性（131 人）比例为 19.1%，调查者中女性人数几乎为男性的 4 倍。

表 1

受访者性别统计表

1. 您的性别

选项	小计	百分比
男	131 人	19.1%
女	556 人	80.9%

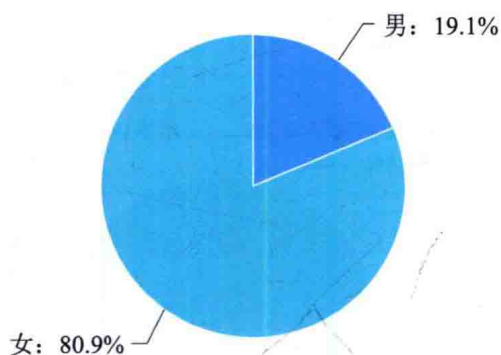


图 1 受访者性别比例图

年龄构成

年龄在 15 岁以下的受访者人数较少, 只占 0.9%; 年龄处于 15-30 岁的受访者人数较多, 所占比例为 83.8%; 年龄处于 30-40 岁的受访者和年龄处于 50-60 岁的受访者人数较少, 所占比例分别为 1.6% 和 0.7%; 年龄处于 40-50 岁的人数较多, 所占比例为 13%。总体来看, 30 岁以下的年轻人和 50-60 岁的中年人是这次调查的两个主要群体。

表 2 受访者年龄统计表

2. 您的年龄		
选项	小计	百分比
15 岁以下	6 人	0.9%
15-30 岁	576 人	83.8%
30-40 岁	11 人	1.6%
40-50 岁	89 人	13%
50-60 岁	5 人	0.7%

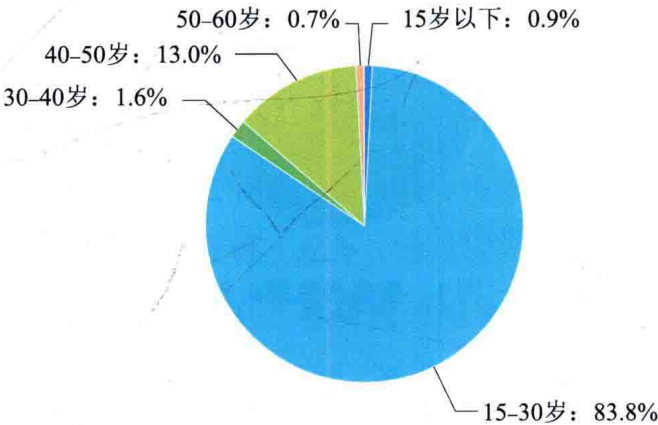


图 2 受访者年龄分布比例图

职业构成

职业为学生的受访者人数最多，比例为 75.3%，其次为企业、公司职工，所占比例为 10.8%。职业为政府机关、事业单位、社会团体工作人员的受访者人数相对来说也比较多，所占比例为 5.8%。其他职业的受访者人数都比较少，所占比例小。

表 3 受访者职业统计表

3. 您的职业

选项	小计	百分比
学生	517 人	75.3%
政府机关、事业单位、 社会团体工作人员	40 人	5.8%
企业、公司员工	74 人	10.8%
科教文卫专业人员	18 人	2.6%
私营业主、个体工商户	10 人	1.5%
离退休人员	3 人	0.4%
下岗、待业人员	10 人	1.5%
其他	15 人	2.2%

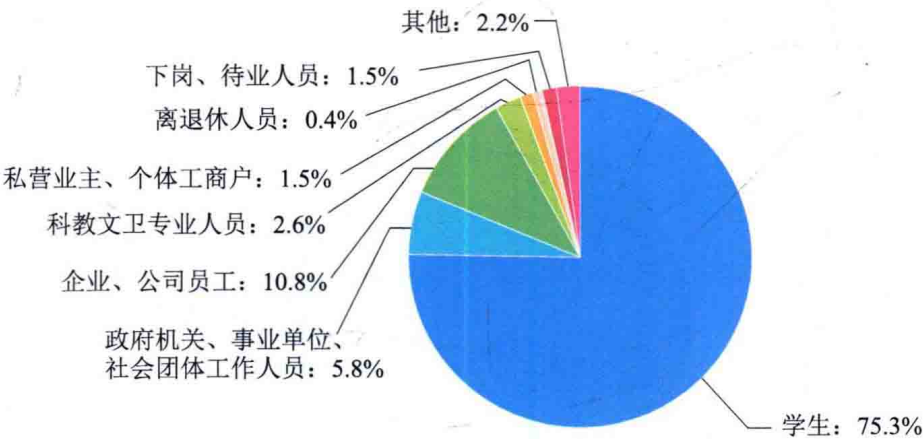


图 3 受访者职业构成比例图

学历构成

最高学历为本科的受访者人数最多，所占比例为 59.4%。最高学历为研究生的人数也较多，所占比例为 29.5%。最高学历为中专、

高中和技校的受访者人数较少，所占比例为 8.3%。初中及以下学历的受访者人数少，所占比例为 1.6%。最高学历为博士及以上的受访者人数最少，所占比例仅为 1.2%。由此可见，受访者多为本科生以及研究生，学历高，文化素质和知识水平高。

表 4 受访者学历统计表

4. 您的最高学历（包括在读）		
选项	小计	百分比
初中及以下	11 人	1.6%
中专、高中、技校	57 人	8.3%
大学本科	408 人	59.4%
研究生	203 人	29.5%
博士及以上	8 人	1.2%

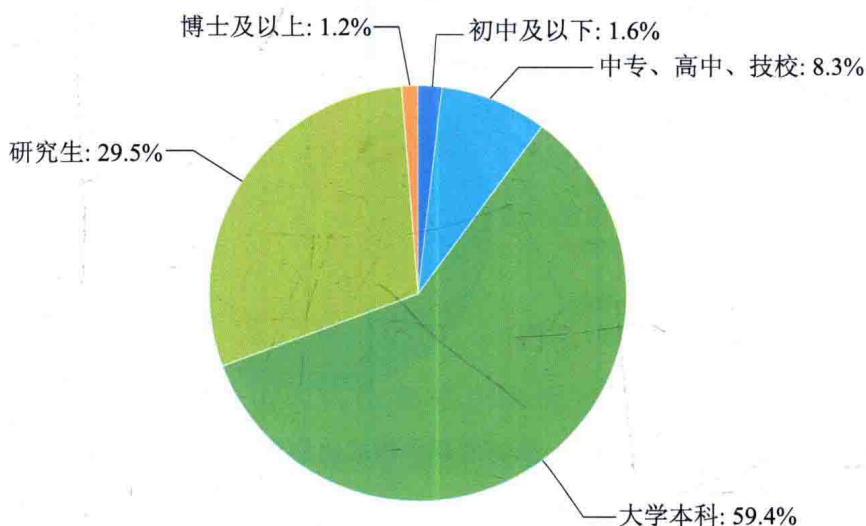


图 4 受访者学历比例图

工作时间构成

受访者中，未参加工作的人数多，所占比例为 69.4%，其次为参加工作 10 年以上的人群，所占比例为 14.1%。其余各个选项的人数和比例基本持平。

表 5 受访者工作时间统计表

5. 您的工作时间		
选项	小计	百分比
未参加工作	477 人	69.4%
1 年以下	53 人	7.7%
1-5 年	46 人	6.7%
5-10 年	14 人	2%
10 年以上	97 人	14.1%

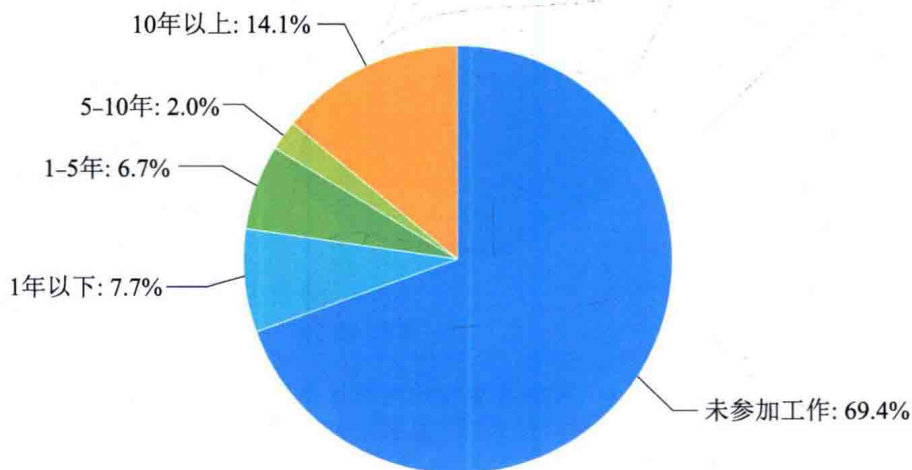


图 5 受访者工作时间比例图

居住地域构成

如图 6 所示，88.6% 的人居住在乡镇，5.8% 的人居住在乡镇，5.5% 居住在农村。

表 6 受访者居住地统计表

6. 您现在的居住地		
选项	小计	百分比
农村	38 人	5.5%
城市	609 人	88.6%
乡镇	40 人	5.8%

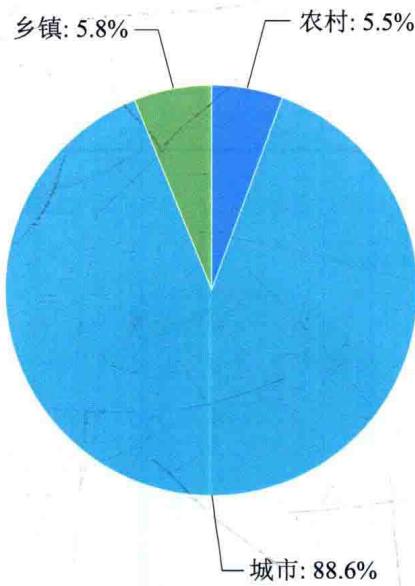


图 6 受访者居住地构成比例图

通过对以上 6 个问题的分析，可大致得出此次研究的受访者特征：女性人群居多；15-30 岁和 40-50 岁的人群居多；未参加工作和工作 10 年以上的人群居多；主要受访者居住在城市，拥有高学历。

总体而言,本次研究问卷的受访者学历较高,文化素养和知识水平都较高。

问卷发放和回收

本研究问卷借助腾讯问卷这一平台进行编辑、回收、统计和分析。问卷编写完成后,生成外部链接,通过微博、微信等社交媒体进行发放。由于主要取样对象是对外经济贸易大学的学生和家长,所以大部分问卷通过微信群进行发放。

本次问卷投放时间为2016年12月16日13:30,回收时间为2016年12月19日13:30,持续时间为72小时。问卷浏览量为1254次,回收量为687份,回收率为54%,回收来源大部分来自微信、微博等社交媒体。根据提交问卷的IP地址显示,被调查者主要来自北京市(308)、浙江省(26)、广东省(26)、湖北省(24)、江西省(23)、山东省(21)、河南省(20),以及海外(31)。其中来自北京市的调查者多为对外经济贸易大学的学生。

2. 问卷分析

(1) 文化重要性分析

第7题至第13题这7个问题主要考察中国民众是否意识到文化走出去能够在中国崛起中起到重要的战略作用,通过文化才能赢得人心。

第7题

第七题原题为“在中国综合国力发展当中,你认为以下哪个实

力排第一位?”设置了“经济”、“政治”、“文化”、“军事”、“科技”这5个选项。这道题旨在了解大众是否认识到文化实力在中国综合国力发展中的重要性。如图7所示,在687位填写者当中,67.7%的人认为经济实力最重要,其重要性远远超过文化、政治、军事和科技,并且,除经济实力之外的选项的比例都较为接近。文化实力在选项中的重要性排序第三,处于中间值,也就是说,总体而言,国家经济实力在大众心中的重要性是文化实力重要性的7倍多,可见,在大众心目当中,中国的经济实力比文化实力重要得多。

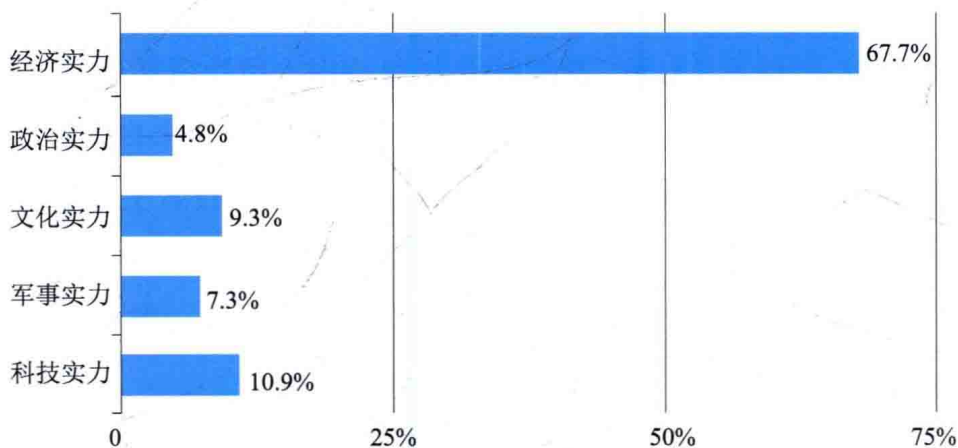


图7 在中国综合国力发展当中,你认为以下哪个实力排第一位

此外,交叉分析的结果显示,在问卷涉及的六个维度当中,学历水平与大众对文化在国家综合国力中重要性的认知程度上成负相关,如图8所示,除了博士学历以上的人群之外,其他几组人群中,学历越高的人越重视经济实力,学历越低的人越注重文化实力。而博士及以上学历的人群重视经济和科技实力。图9说明在这个问题上,乡镇地区的人们对文化的重视程度是其他两组人群(农村和城市)的

3 倍多, 所以, 尽管三类地区的人们都认为经济是综合国力当中最重要的因素, 但是乡镇地区的人们对文化这一因素的重视程度更高。

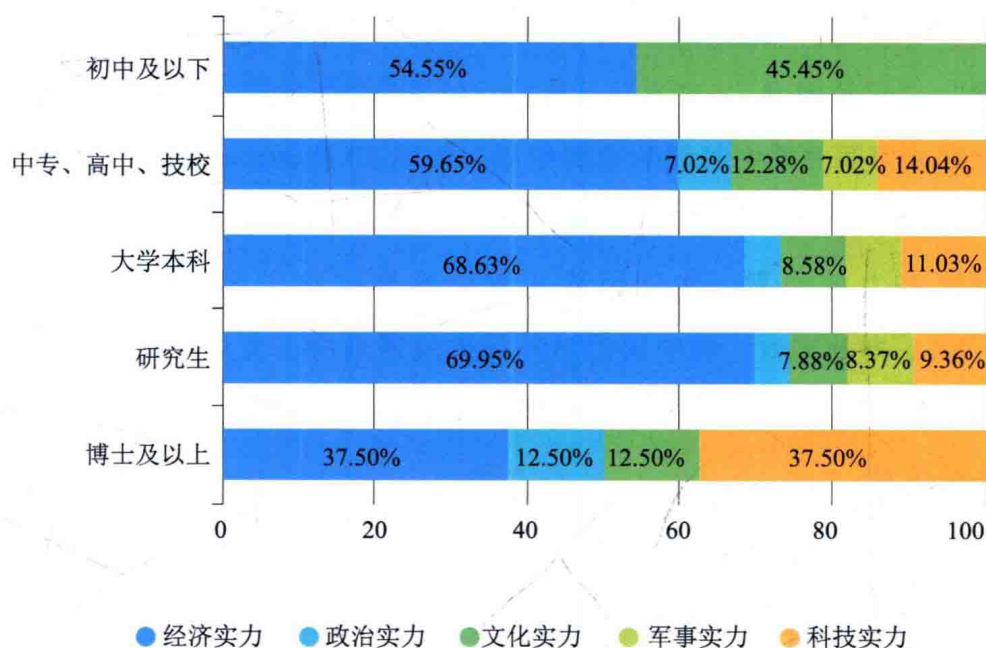


图 8 不同学历的人群对影响综合国力最重要因素的看法

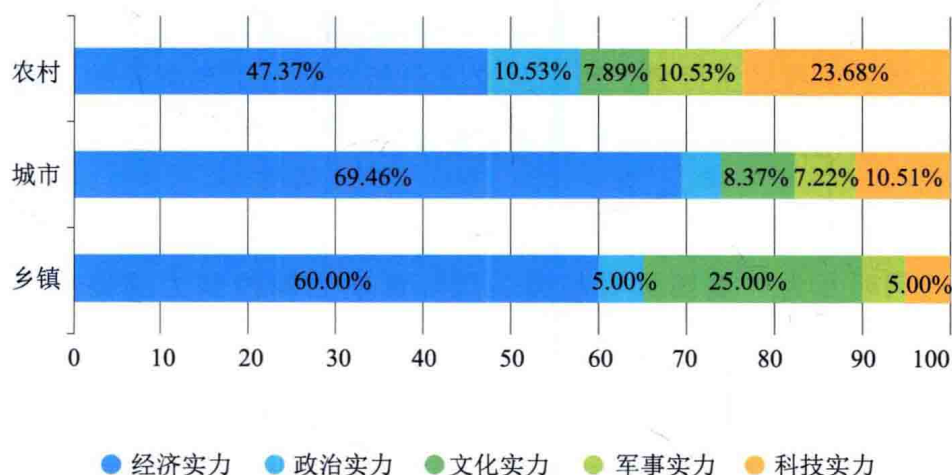


图 9 不同地域的人群对影响综合国力最重要因素的看法