

國家形象與公眾外交： 中共新國家形象建構之分析

莊國平

文化大學政治系博士候選人

摘 要

冷戰時期，國家形象的議題總不如國家安全議題來得受到重視。冷戰結束後以及伴隨著全球化的來臨，國家形象議題逐漸受到關注，中共更視之為其安全與發展的核心要素。在 21 世紀初期，中共非常重視國家形象的重塑，因為主要在於欲擺脫 1990 年代以來被國家社會所認定的如中國威脅論、踐踏人權、是不負責任的大國等負面國家形象。中共建構新國家形象的方式並非傳統國家政府之間的外交互動，而是以公眾外交方式，即由政府主導，透過如媒體、網路、電影、文化等手段，讓其他國人民能夠真正了其本意，扭轉被其他國家誤解而形成的負面國家形象，進而形塑正面國家形象。至今，透過幾項重大的全球國家形象排名調查，發現中共運用公眾外交重塑新國家形象的努力已獲得初步成果。

關鍵詞：公眾外交、國家形象、中國威脅論、孔子學院

National Image and Public Diplomacy: Analyzing the Establishment of China's New National Image

Kuo-Ping Chuang

Doctoral Candidate

Department of Political Science

Chinese Culture University

Abstract

During the cold war, the issues of national security were more emphasized than national image. After the cold war and the coming of globalization, national image has been a focus point gradually and China has regarded it as key elements of its security development. In the early 21st century, the reasons why China stresses on the reconstruction of national image are to break away from the negative images such as China's threat, trample on human rights, and irresponsible great power since 1990. The way China establishes new national image is to adopt public diplomacy instead of traditional interaction between governments. Basically, public diplomacy means the government predominates and adopts approaches of soft power such as media, the internet, movies and culture towards other countries' people to really acknowledge its original meaning of this country, and to reverse bad impressions which could be caused by misunderstanding before. Through recently some surveys of national image ranking in the world, we find that China in positive image ranking is rising progressively. In other words, China has preliminary achievements of reconstruction of national image by means of public diplomacy.

Keywords: Public Diplomacy, National Image, China's Threat, Confucius Institute

壹、前言

2006 年義大利工業家聯合會主席、Turin 冬奧會組委會榮譽主席 Luca di Montezemolo 曾說過，「承辦冬奧會對義大利來講是一次難得的機遇，它將成為義大利經濟的調速輪。都靈 2006 年冬奧會使我們有機會向全世界展示『義大利製造』(made in Italy)，並借機改善我們的經濟體系。冬奧會將提升義大利的形象，促進我們的旅遊業，創造更多就業機會。」(Torino Web Site 2006) 同年 10 月，中共總理溫家寶會見國際奧委會主席 Jacques Rogge 時表示，中共高度重視 2008 年奧運會的籌辦工作，提出了「有特色、高水平」的辦奧會目標。藉由奧運會的舉辦，將把一個民主、開放、文明、友好、和諧的中國展現給世界。(新華網 2006a) 在這兩段話中，透露出兩個重要訊息，一方面，奧運能帶來無限商機；另一面，且更為重要的，國家形象 (national image) 能藉此提升。

冷戰時期，國家形象的議題總不如國家安全議題來得受到重視。冷戰結束以及伴隨著全球化的來臨，國家形象議題逐漸受到關注，中共更視之為其安全與發展的核心要素。在中國大陸的一些重要大學，如上海外國語大學乃組織研究團隊積極探討「中共國家形象建構」的問題。他們認為，國家形象是一個國家的標記。在「全球化」的 21 世紀，國家形象的研究對其而言有幾個重要性：(1) 已經成為中共國家安全與發展利益的組成部分；(2) 已經成為中共實施國際影響的「軟實力」的內涵；(3) 已經成為中共積累與配置對外戰略資源的目標；(4) 已成為國際社會制定對中政策的考量因素。因此，必須重視國家形象的塑造。(光明網 2006)

基於此，本文主要研究目的在於了解中共國家形象建立的問題，而公眾外交 (public diplomacy) 提供了一種分析觀點，它能有效解釋中共如何建立國家形象。本文分為四個部份。首先，瞭解公眾外交與國家形象之意涵與相關性；其次，說明中共建立新國家形象的理由；再其次，說明中共如何運用公眾外交建立新國家形象的具體作為；最後，以幾個重大國際問卷調查來說明中共藉由公眾外交方式建立新國家形象是否已有初步成果。

貳、公眾外交與國家形象之意涵與相關性

一、公眾外交之意涵

公眾外交一詞由 1965 年擔任美國塔夫特大學 (Tufts University) 佛萊舍法律

與外交學院 (Fletcher School of Law and Diplomacy) 院長 Edmund Gullion 首先使用，在英國被稱之為文化外交 (culture diplomacy)，(韓召穎 2000, 22) 中共在過去則稱之為「國際交流」。(魯毅 1997, 164) Gullion 認為，公眾外交乃「處理公眾態度對政府外交政策的形成和實施所產生的影響。它包含了超越傳統外交的國際關係領域；政府對其他國家輿論的培植 (cultivation)；一國私人利益團體與另一國私人利益團體的互動；外交事務的報導及其對政策的影響；外交官與國外記者的聯絡；以及相互文化溝通的過程。公眾外交的核心是資訊與觀點的交流。」(Public Diplomacy Web Site 2008) 1987 年美國國務院《國際關係辭典》(*Dictionary of International Relations Terms*) 把公眾外交定義為「由政府贊助交流項目 (government-sponsored programs)，利用出版物、電影、文化交流、電台與電視等方式，獲悉和影響他國的輿論。」(U.S. Department of State 1987, 85)

公眾外交不同於傳統外交與公眾事務 (public affairs)。傳統外交所指的是一國政府與另一國政府的外交互動，直接表現為透過國家外交使館展開外交活動；而公眾外交的對象除了一國政府外，更主要的是與其他國家的民眾與非政府組織。(Public Diplomacy Web Site 2008) 至於公眾事務與公眾外交的差異，1997 年 6 月「美國新聞署」(U.S. Information Agency) 指出，公眾外交為「透過了解、獲悉與影響外國群眾來尋求促進美國的國家利益。」相對的，公眾事務為「主要通過與個別公民、其他團體機構以及國內和國際媒體的對話，把美國的政策和活動訊提供給公眾、新聞界與其他機構。公眾事務的最大任務是讓國內民眾獲悉政府的政策和目的。」(Public Diplomacy Web Site 2008) 因此，它主要屬國內事務範疇。

20 世紀 60 年代以前，公眾外交並沒有得到普遍的認同，一直被視為是一種「宣傳」(propaganda) 手段。(Sorensen 1968; Lord 1998) 不過，宣傳最重要的目的是主動影響人民的意見，希望贏得支持或反對特定事物的立場，通常傳遞的是選擇性的事實而非完全的事實。¹因此，到了 1960 年代宣傳與公眾外交兩者逐漸被加以區分看待。1963 年 5 月美國新聞署主任 Edward Murrow 在一次國會的聽證會上指出，「美國的傳統和美國的道德規範要求我們誠實，最重要的原因在於誠實是最好的宣傳 (truth is the best propaganda)，而撒謊是最糟糕的事。我們要有說服力，就必須令人信服，要令人信服就必須要誠信，而誠信的保證是誠實，就如此簡單。」(Public Diplomacy Web Site 2008) 基於此，公眾外交與宣

¹ Lippmann 曾指出，宣傳具有欺騙的特性，因此是邪惡。(Lippmann 1982, 281)。另外有關宣傳的概念請參閱，Cunningham 2002。

傳之差異性在於，前者以公眾熟知的事實為基礎，相對的，後者存在虛假資訊成分，其真實性值得懷疑。（Public Diplomacy Web Site 2008）

綜合上述，公眾外交的特性有如下幾點：首先，公眾外交的對象是他國的民眾，通過影響外國的民眾輿論，進而影響外國政府的外交政策。其次，公眾外交的行為主體是一國政府。如果僅僅是民間的交流和團體之間的往來，譬如國際企業間貿易關係、與海外大學建立姐妹校等，皆不能視為公眾外交的內容，而是屬於民間交流或國民外交（civil diplomacy）。換言之，只有當一國政府出面組織或為幕後支持，依循政府的意志，向外國民眾輿論和非政府組織提供訊息，才屬於公眾外交的一環。第三，公眾外交的常見具體作為是利用出版物、電影、文化交流、電台與電視等方式影響他國的輿論。最後，公眾外交強調事實的傳達，不同於宣傳那樣具有誇大與不實的成分。

二、國家形象之意涵

國際關係研究中對於「國家形象」的關注由來已久，早在希臘時期，Thucydides 曾論述國家形象對雅典人與米蘭人之間的戰爭的影響，其中一段話是如此的描述：「你們斯巴達人，在你們領導伯羅奔尼撒諸國時，...我們也是這樣，我們所作的沒有什麼特殊，三個很重要的動機使我們不能放棄：安全、榮譽與自己的利益。」（修昔底斯 2000, 57）研究衝突問題的著名學者 Thomas Schelling（Mercer 1996, 2）指出，「聲譽是國家值得為之而戰的為數不多的因素之一。」新自由制度主義代表性學者 Robert Keohane（1984, 116）認為，「如果一國珍視現在與別國達成協議的能力，那麼聲譽就成為一個關鍵因素。而在世界政治中，行為者聲譽最重要的一面，就是別國堅信儘管履約將使它在短期內處於不利的地位，但它能夠恪守成約。」在這些學者的論述中，不論「榮譽」還是「聲譽」即是國家形象的代名詞。由此可見，國家形象的維護是如此重要。

所謂國家形象，學術界有不同定義。第一種定義為，國家形象是一種綜合體，它是外國民眾和該國民對該國政治社會體制、國家行為、國家的各項活動及其成果給予的總評價與認定。（管文虎 1999, 23）第二種定義為，國家形象是國外和該國民、輿論對該國的總體判斷與社會評價。（湯光鴻 2004, 19）第三種定義為，國家形象是國際社會對一國的評價：它是一國政體、外交、內政、領導人、官員、人民、文化、歷史等諸方面的綜合形象，公共資訊傳播與外交政策實踐綜合作用的結果。（傅新 2004, 13）對於國家形象之管理可促進國內、外的國家利益。Kenneth Boulding（1959, 121）曾指出，國家形象能帶來國內、外的國家利益。就內部而言，良好國家形象可凝聚國內各方的向心力，使國家對內保有一定的控

制力。此外，好的國家形象可為至海外發展的本國企業之基礎，促銷本國企業的產品並提升競爭力；對外部利益而言，良好的國家形象能吸引外資進入，並於國際事務中發揮領導輿論的效果。

綜合上述，提供了我們理解國家形象的兩個特色。首先，國家形象是由國際社會與他國人民共同塑造，它不是該國客觀存在狀態的簡單反映，而是社會公眾對該國家的印象、態度、看法的總體反映。一國國家形象的建構牽涉自我（self）及他者（others）的關係。一方面，一國因為他者存在而建構己身認同，他者也同時因為該國的存在而建構對其認同，國家形象就建立在自我—他者認同建構的交互作用上。其次，國家形象需要塑造與傳播。沒有任何國家希望被他國與國際社會歸類為是不好的國家，而好與壞的評斷標準取決於國際社會所能接受的普世價值，如民主、人權、自由、法治等價值。因此，大部分國家都以此為塑造國家形象的依據，並大肆傳播自身具有符合普世價值的良好國家形象。

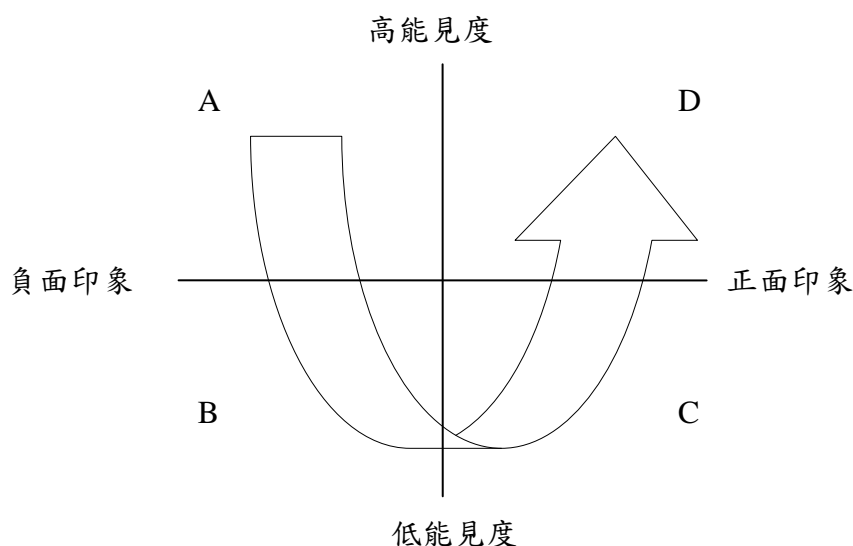
三、兩者相關性：公眾外交為手段，國家形象為目的

外交政策與國家形象具有一定的相關性。如同現實主義大師 Hans Morgenthau（〔1948〕1991, 84-98）在其鉅作《國際政治》（*Politics Among Nations*）一書中，除了強調權力與利益之外，仍不忘強調國家形象與外交政策之間的關係。只不過他所指的是指國家的對外政治威望（political prestige），主要來自被他國認可或意識到的軍備優勢，或者是在他國心目中的實力，亦即「實力名聲」。

身為外交政策一環的公眾外交，最近幾年擺脫早期因強調利益、安全因素而被漠視的地位，就如何增進國家形象問題上，越來越受到政府部門與學界的重視。尤其是美國 911 事件後，美國政府與學界極力探討如何超越傳統政府間互動的外交思維，改以公眾外交形式形塑新的美國國家形象，進而增進美國國家利益。Christopher Ross（2002）、Edward Kaufman（2002）、Lamis Adoni（2002）、Antony Blinken（2002）四位學者在 911 事件之後於 2002 年春季刊的《華盛頓季刊》（*Washington Quarterly*）上，以事實論證公眾外交在國家形象塑造上的必要性與緊迫性。他們認為美國在全球很多地區的政策是失敗的，至少對阿拉伯國家與穆斯林世界的政策已徹底失敗。主要的原因除了美國對權力政治過分熱衷，忽視了阿拉伯國家與穆斯林世界的聲音外，還有美國自以為正確的價值觀並沒有讓美國的批評者清楚地了解。為了解決此問題，美國不是採行權力外交，把世界嚴格劃分為善與惡，站在華盛頓同一邊為善，與恐怖主義為伍即是惡，我行我素的把美國意願強加於中東地區。相反的，美國應該要做的是強調公眾外交，要贏得其他國家的「人心與思想」（hearts and minds）。

2002年4月美國主管公共外交與公共事務的副國務卿 Charlotte Beers 在國會的一場聽證會上指出，「我們清楚地認識到，目前整個世界對美國的觀念是最大的誤解...我們應該改進和加強對世界其他國家民眾而不是其政府表明美國政策的方式。特別是中東和南亞的民眾對美國懷有不滿情緒，他們對美國的錯誤認知已構成美國與國際安全的威脅。」「美國有必要採取行動，告知、教育與說服那些國家的民眾。」（Beers 2002）

以上述美國為例，知悉良好國家形象的塑造有賴公眾外交為傳播手段。然而，良好國家形象的塑造並非一蹴可成，必須經歷某些階段。學者 Manheim(1994, 131-135) 提出一套形象轉換模式，以能見度 (visibility) 及評價 (valence) 兩項指標，說明形象轉換的運作發展過程。其中能見度指標依媒體報導程度分為高能見度與低能見度。評價指標則就報導立場分為正面評價與負面價，根據這兩項指標，可勾勒出四個面向所組成的國家形象發展轉換圖。



圖一：國家形象轉換模式

資料來源：Manheim 1994, 134。

依照 Manheim 的解釋，在 A 面向的國家乃是一個高國際能見度，但卻是負面為主的國家，如要重建國家形象，首先必須減少其負面的國際能見度，或是避免負面形象的發生（由 A 面向轉到 B 面向），然後再經過正面形象的累積逐漸轉到 C 面向，從 C 面向開始，國家形象進入正面，此時應強化國家的能見度，

最終成為 D 面向，也就是一個高能見度、正面形象的國家。總之，Manheim 所提出的形象轉換模式強化了公眾外交與國家形象的關連性，也就是在負面轉變為正面國家形象過程中，公眾外交總是扮演著不可或缺的角色。

參、中共建立新國家形象之原因：幾個負面國家形象的沉重負擔

一般而言，國際社會尤其是歐美地區的民眾對中國抱持著兩種印象，一種是寬厚的和建設性的，另一種是惡毒的和威脅性的。Harold Isaacs (1972, 63-64) 曾以美國為例描述這一現象：

「馬可波羅 (Marco Polo) 的名字在幾乎每個美國學童的心靈中留下了印記。與此相聯的是關於中國古代的強盛、文明、藝術和悠久智慧的印象。由此又立即聯想中國人作為一個民族廣泛擁有的一大堆值得稱讚的品德...成吉思汗 (Genghiz Kahn) 和他的蒙古游牧民 (Mongol hordes) 是一群非漢族先組，他們呈現的是另一種與中國人緊密相關的形象：殘忍、野蠻、不人道；一大群不講情面、冥頑不化 (impenetrable)、勢不可當 (overwhelming) 的人群...在我們與中國交往的漫長歷史上，這兩種形象時起時落，隨著時間的推移，時而湧入或時而淡出人們心靈的中央，但相互間從不完全替代，而始終是共存的，每一種形象都會應「新形式需要」 (fresh call of circumstance) 而隨時顯現。」

「新形式需要」從 1990 年代開始不斷的發生，不過，對中共而言所帶來的多數為負面國家形象，可從政治、軍事、人權與衛生醫療等層面分析。

一、政治層面：中國威脅論

對中共而言，在政治層面上最負面的國家形象是「中國威脅論」，儘管在西方文獻中早就存在「東方的睡獅」、「黃禍」等各種不同對中國因恐懼而產生的稱呼。然而從 1990 年代初期開始，10 多年以來許多媒體、專書和文章不斷探討「中國崛起」與「中國威脅論」，再一次喚醒大家對中國的關注。至今，國際社會對「中國威脅論」的主張主要是基於以下幾方面的認知：

首先，中共是現今最大的社會主義國家，即便中共主張「中國特色的社會主義」，這個「中國特色的社會主義」仍然對全球造成嚴重威脅。因為歷史的經驗

告知，採行社會主義制度的國家是一種統合式的、軍事化的、國族主義的國家，在相當的程度上類似於墨索里尼統治時期的義大利和佛朗哥統治下的西班牙那樣極權法西斯國家。（Bernstein and Munro 1997, 29）

第二，中國傳統的「大一統」、「皇權至上」等封建思想，和中國人的政治理解都會使中國維持一種「帝國式」的權力統治方式，而非建立在鼓勵社會力量多元化和個人權力基礎上的多元主義的民主政治。（Terrill 2003）中國歷史上作為一個龐大的東亞帝國所具有的「歷史特徵」對於今天中共政治文化仍具相當的影響，相對的也決定中共對外的國際行為。所謂中國「歷史特徵」即是中國一直是具有「侵略性」的帝國，況且中共的新生代被教育成「緬懷中國王朝過去的光榮，也熟悉中國受到西方列強欺凌歷史，他們被灌輸且想像美國正在抗拒中國在世界上取得應有的地位，他們相信：只能有一個霸主。種族自豪、與生俱來的文化優越感和悠久的歷史，在在提醒中國人：由中國及其領導人來擔任霸主的角色是實在恰當不過。」（Mosher 2000, 1-8）

第三，中共的經濟改革使得其經濟實力不斷增長，與其他鄰近的國家相比，中共經濟成長迅速。在強大的經濟實力支持下，中共的國防支出也顯得非常可觀。當太平洋和遠東地區出現權力真空時，中共將獲得「戰略機會」去擴大其於此區的利益。（Kristof 1993）

第四，石油能源是一個國家工業與經濟能力的最大動力來源。世界上的石油能源有限且分配不均，各國對石油的需求也逐年增加。中共從 1993 年起已從石油輸出國轉為石油淨進口國（net oil importer），石油進口量逐年增加，成為世界第二大的石油消費國家。為了因應本身的石油需求，中共已積極籌劃部署石油戰略，因此其他國家將會被中共大量的石油需求所威脅。

二、軍事層面：軍備擴充與武器擴散

中共在高經濟成長的帶動下，軍事實力也不斷的提升。從 1990 年代起，中共一直是維持相當可觀的國防支出。（表一）當國防經費增加，中共軍隊現代化程度也相對提升，包括核子武器與傳統武器的質量都有大幅加強。美國國防部在 2002 年估計，中共擁有大約 20 枚能攻擊美國本土的洲際彈道飛彈，這個數字到了 2005 年將增加到大約 30 枚，到了 2010 年將再增加到 60 枚。（US Department of Defense 2002）美國中央情報局也曾在 2001 年預測，中共戰略導彈的總規模在 2015 年將增加到 75-100 枚彈頭，而主要用來對付美國。（US National Intelligence Council 2001）此外，中共也積極向外國引進軍事科技與武器裝備，俄羅斯更是中共購買武器的最大來源國。自 1989 年天安門事件後，美國為首的西方國家對

中共實施武器禁運，俄羅斯就成為中共獲取現代化武器最主要的管道。（United States General Accounting Office 1998, 2）俄羅斯已提供數量龐大的高科技武器裝備給中共，例如，基洛級（Kilo-class）潛艇、「現代級」（Sovremenny-class）導彈驅逐艦、超音速反艦導彈「Moskit」（SS-N-22 Sunburn）、Su-27 與 Su-30MKK 戰機、伊留申 78（Ilyushin-78）運輸機。高德溫（Paul Godwin）認為，中共從事武器採購（acquisitions）、自力生產（indigenous production）、與研發計畫（development programs）的目的，顯然是想建立一支能整合海、陸、空部隊以遂行聯合作戰的多面向（multi-dimensional）兵力。雖然在未來十年內不見得會成為有能力遂行全球性武力投射的軍事強國，不過在其領土周邊地區遂行更有效的作戰是可預見。（Godwin 2000）

表一：中共官方公佈的國防支出（1991-2006）

年份	國防支出 (億人民幣)	成長率 (%)	財政支出 (億人民幣)	占財政支出比例 (%)
1991	330.31	13.8	3,386.62	9.75
1992	377.86	14.4	3,742.20	10.09
1993	425.80	12.7	4,642.30	9.17
1994	550.71	29.3	5,792.62	9.51
1995	636.72	15.6	6,823.72	9.33
1996	720.06	13.1	7,937.55	9.07
1997	812.57	12.8	9,233.56	8.80
1998	934.70	15.0	10,798.18	8.66
1999	1,076.04	15.2	13,187.67	8.17
2000	1,207.54	12.2	15,886.50	7.60
2001	1,442.04	19.4	18,902.58	7.63
2002	1,707.78	18.4	22,053.15	7.74
2003	1,907.87	11.7	24,649.95	7.74
2004	2,200.01	15.3	28,486.89	7.72
2005	2,474.96	12.5	33,930.28	7.29
2006	2,979.38	20.4	40,422.73	7.37

資料來源：中共國家統計局 2007, 281。

國際社會除了擔心中共軍備擴充外，還指責中共是導致國際武器嚴重擴散的罪魁禍首之一。國際社會批評中共為了每年能夠因武器出口而增加約 10 億美元的收入，任意出售武器給流氓國家與組織，如伊朗、古巴、北韓，以及黎巴嫩真主黨游擊隊等，造成國際局勢不安。甚至西方國家認為，北韓、伊朗能夠迅速發

展核武器，都是因為中共暗中支持所造成的結果。（英國廣播公司 2006a; 2006b）基於此，國際特赦組織（Amnesty International）指責中共，是世界上最隱秘、最不負責任的軍火出口國。（英國廣播公司 2006a）對中共而言，這番話無疑的是一種負面國家形象的傳播。

三、衛生醫療層面：SARS 問題

2003 年在中國大陸廣東地區首次爆發以及後來擴散至各地的「嚴重性呼吸道症候群」（Severe Acute Respiratory Syndrome, SARS）是造成中共在衛生醫療嚴重負面形象的主因。2003 年 1 月，各種有關「不明病毒襲擊廣東」的小道消息透過網路、手機簡訊傳遍中國大陸東南各省，導致民眾紛紛搶購民生用品。2 月 11 日，中共廣東省衛生廳召開記者會，承認此一病毒從 2002 年 11 月就已發現，廣東省當時共有 305 病例，5 人死亡。（南方網 2003）根據世界衛生組織（World Health Organization, WHO）的統計，SARS 病毒在 2003 年爆發期間（2002 年 11 月至 2003 年 7 月），共侵襲 26 個國家與地區，以及全球感染病例達 8098 件，其中 774 人死亡。（WHO 2004）

天然災害與疾病的爆發是不可預知的事件，沒有人會怪罪那些爆發疾病的國家。但是，對於隱瞞事實真相而導致疾病擴散的嚴重性，卻是國際社會無法接受的事情。中共在 SARS 事件的處理上，並非第一時間公佈事實真相，導致國際輿論撻伐聲不斷。美國《時代雜誌》（*Time*）在 2003 年 4 月份的一篇標題為〈揭開中共 SARS 危機的面紗〉（“Unmasking a Crisis”）報導中提到，中共長久以來就不願面對它的醫療問題。在 SARS 之前，中共即不願公開承認愛滋病（Acquired Immune Deficiency Syndrome, AIDS）在其境內的發展。問題是：在這傳染病成為社會穩定的威脅前，還有多少死亡能被隱瞞？數十年來，中共衛生部處心積慮的隱瞞致命疾病的爆發，希望這死亡性的疾病會在國際醫療團體介入調查之前自動消失。為什麼中共那麼不看重人民的生命？如同上海一位擔任傳染病諮詢委員會委員所說的：「你們外國人比我們還看重每一個人的生命，是因為你們國家的人民沒有那麼多。」、「我們主要關切的是社會穩定，若掩蓋少部份人死亡的消息有助於維持安定，這麼做是值得的。」（Beech 2004）

《遠東經濟評論》（*Far Eastern Economics Review*）也在中共隱瞞 SARS 疫情被批露後，大幅報導並批評中共政府對 SARS 相關訊息的嚴厲箝制，而阻礙了控制此疾病傳播的努力。在〈中國病毒〉（“The China Virus”）一文中提到，認為如果中共不這麼嚴厲地控制有關資訊，這一疾病的發展結果可能與現狀大不相同。中共政府一直試圖淡化不斷增加的感染人數、病例等事實，中共媒體也被嚴

屬控制醫療人員不得向外國及國內記者透露疫情。更甚者，中共政府一再聲稱疫情已經得到控制，而事實卻是被感染的人數和死亡人數仍然在不斷增加。(Lague And Murphy 2003)

除了平面媒體的負面報導，電子媒體也對中共嚴厲批評，並把遠因歸罪於是長期以來縱容地區人民吃食保育類動物的結果。不論是國家地理頻道(National Geography)、探索頻道(DISCOVERY)，或是國外新聞媒體的報導中，常常看見廣東地區的民眾吃食果子狸、穿山甲、娃娃魚等保育類動物，造就了「地上爬的、天上飛的、水裏游的動物，中國人都敢吃」的飲食形象。有項研究報告指出，果子狸 SARS 樣本病毒與人類 SARS 樣本病毒的相似度高達 99% 以上，說明人類 SARS 的傳染源來自動物。(中國網 2003) 在 SARS 剛爆發的前些時間，美國有線電視新聞網(Cable News Network, CNN)、英國廣播公司(British Broadcasting Corporation, BBC)等著名國際新聞媒體各節頭條新聞皆以播報 SARS 為主，而美聯社(Associated Press)也對中國大陸各地棄養寵物的情形曾做深入報導，並播出湖南民眾當街打死流浪狗的畫面，歐洲與美國各電視台也紛紛轉載。這種吃食保育類動物、殘殺動物等畫面在全球各地播出，已嚴重對中共國家形象造成負面影響。

四、人權層面：法輪功事件

1989 年「六四天安門」，中共以武力鎮壓民運份子的畫面透過 CNN 傳播至全球各地，造成全球輿論對中共踐踏人權以及不人道行為的批判。1999 年 7 月，中共以邪教之名取締民間組織「法輪功」引起國際關注，質疑其是否再一次大規模迫害人權。中共官方宣稱法輪功妨礙國家安全和社會穩定，這主要是由於「法輪功」在中國大陸的信徒宣揚練「法輪功」可以進天國，生病不需要吃藥、也不能吃藥，導致數以千計的人死於非命。(人民網 2001) 但「法輪功」方面否認這一說法，認為他們的學員都知道自殺是不對，有病的人也沒有被強制要不求醫、不吃藥。隨後他們據此重新提出「法輪功」修練者的死亡率，聲稱死亡率遠低於國家的平均死亡率。此外，有些「法輪功」學員宣稱受到中共官方的酷刑迫害，高達 1000 多人死亡，數萬人被羈押，但因中共官方封鎖相關消息，大多報導的真實性迄今並未得到有效證實。根據「法輪功」網站的說法，在中國大陸已經有超過 10 萬名「法輪功」信眾遭到迫害、勞改。(法輪功網站)

國際輿論對於中共視「法輪功」為邪教的觀點多數持保留態度，如《時代》雜誌曾刊登一篇題為〈法輪功是邪教嗎?〉(“Spiritual Society or Evil Cult?”) (2001) 的文章，內容提到，若以「典型狂熱教派手法」(typical cult technique)

來看，「法輪功」並不完全是狂熱教派。對於「法輪功」的報導，國際媒體大多數傳播「法輪功」學員在中國大陸如何被迫害的畫面，因為他們相信「法輪功」只是民間宗教組織，而人民有基本集會結社與宗教信仰的自由。況且世界各地也有「法輪功」成員，未傳出明顯不正當的宗教活動。長久以來，「法輪功」組織懷疑中共對其被羈押的學員進行非法的人體研究，希望其他國家能伸出援手協助調查。加拿大前亞太司司長、資深國會議員喬高（David Kilgour）和國際人權律師麥塔斯（David Matas）同意協助，組成獨立調查組進行調查，並於2006年7月6日對外公開發表第一份《關於指控中共摘取法輪功學員器官的調查報告》（*An Independent Investigation into Allegations of Organ Harvesting of Falungong Practitioners in China*）。報告中指出：「根據目前所掌握的情況，對於中共的指控是真實的，我們的結論並不是從任何單一的證據中獲得，而是考慮過的所有證據的結果。我們所考慮過的證據的每一部份本身都可以查證，而且大多數的案例都是無可辯駁。將這些案例綜合，即描繪出一個犯罪性的畫面。正是這些證據的組合使我們對指控的真實性深信不疑。」（Kilgour and Matas 2006）此報告出爐後，國際媒體大肆報導，對中共國家形象又大打則扣。總言之，中共自「六四天安門」到「法輪功」事件所突顯的是，它已被貼上侵犯人權、不尊重宗教自由的標籤。

肆、中共運用公眾外交建立新國家形象之具體作為

透過前面的論述，發現中共在各層面的負面形象塑造出整體負面國家形象，以Manheim四個象限來看，中共位居A、B面向而不是C、D面向。為了扭轉負面國家形象，中共積極從多方面進行，其中利用傳播媒體、網際網路、電影、孔子學院設立等公眾外交手段作為塑造與傳播新國家形象的主要工具。

一、傳播媒體

（一）中共傳播媒體的現況

對中共而言，傳播媒體主要包括了廣播、電視與通訊社等三部份。就廣播而言，中共官方積極支持其下兩個重要廣播電台功能的強化，一為中國國際廣播電台，另一為中央人民廣播電台。創立於1941年12月3日的中國國際廣播電台，至今通過本地發射、在海外建立發射站、海外租機、租時段等方式，每天對外用43種語言播出1112.5小時（其中，在中國大陸發射播出為511小時，海外發射播出為222.5小時，境外衛星、有線播出157.5小時，在線上播出為221.5小時）。

該電台重要節目「國際線上」使用的語言數量居世界第二，根據美國 Alexa 網站統計，以最具知名度指示排序，「國際線上」已成為全球國際電台網站首位。（中國國際廣播電台 2008）至於中央人民廣播電台，共下設中國之聲、經濟之聲、音樂之聲、都市之聲、中華之聲、神州之聲、華夏之聲、民族之聲、文藝之聲等 9 套節目，使用閩南話、廣東話、客家話與國語向台灣及港澳地區每天播出 80 個小時，而 2005 年中共第一座海外無線廣播發射站也正式使用。（國家廣播電視電影總局 2006）

就電視而言，中國中央電視台（CCTV），²在中共官方積極的支持下，頻道擴增至今達 16 個，其中第四頻道（CCTV-4）、第九頻道（CCTV-9）以及西班牙語法語（CCTV-E&F）等三個國際頻道的節目信號通過衛星傳送已覆蓋全球，並通過當地的有線電視、衛星電視、地面無線電視、網路電視（Internet Protocol Television, IPTV）與寬頻互聯網方式，在英、美、法、埃及、印度、智利等 100 多個國家和地區以及國外高級飯店都可看到頻道節目的播出。至 2006 年為止，國外 CCTV-9 的收視戶達 5,000 萬戶，CCTV-4 超過 1,500 萬戶，三個國際頻道在海外收視戶超過 6,500 萬。（國家廣播電視電影總局 2006）若以新聞專業度、收視戶與影響力來看，CCTV-9 與 CCTV-E&F 雖然仍不及 CNN 與 BBC，至少縮短彼此之間原先顯著的差距。

就通訊社而言，中共官方通訊社是「新華社」，其前身是「紅色中華通訊社」，1937 年改名為「新華社」。當前在世界各地 100 多個國家設立分社，而香港、墨西哥城、內羅華（Nairobi）、開羅與布魯塞爾設有亞太、拉美、非洲、中東、歐洲等總分社。現在駐外人員約 500 餘名，其中 300 多名為記者、編輯人員。每天 24 小時使用中文、英文、法文、俄文、西班牙文、阿拉伯文、葡萄牙文等 7 種語言向世界傳播訊息。

表二：新華社在世界各地的分社數

地區	亞太	美洲	非洲	中東	歐洲
分社數	22	19	19	19	23

資料來源：新華社網站 2008。

（二）中共運用其管道建立國家形象的作為

中共學者吳征（2001）曾指出，過去《人民日報》海外版約 70% 的內容，以及中央電視台第四頻道 60% 以上的內容大多屬於政治性很強的報導，總給他人一

² 1958 年 5 月 1 日成立的北京電視台於 1978 年 5 月 1 日改名為中國中央電視台。

種強行灌輸的感覺，令人望而生畏，只好遠離。不過，最近幾年，我們看到這些傳播媒體有了改善，主要是逐漸揮別以往強調意識形態的宣傳，朝向多元化發展。例如，中共在三個國際頻道電視台上的節目，有關文化藝文與產業科技的部份比例增多，內容主要向世界介紹中國傳統文化與產業科技發展對世界的重大影響。當歐美國家透過 CNN 與 BBC 等新聞網播報有關中共負面形象消息時，中共透過 CCTV-9 與 CCTV-E&F 向其他國家與地區說明與辯駁，例如在 SARS 事件與「法輪功」事件中，我們經常可看見中共官方透過此類頻道向國際說明政策立場與事件發展的畫面。

除了反駁負面國家形象，中共掌握傳播主動權的能力也試圖趕上西方國家的腳步。以 2003 年美國對伊拉克開戰的第一時間報導為例，「新華社」比美聯社、路透社、法新社等國際三大通訊社還要快速的向全球發布訊息。（參見表三）當「新華社」逐漸擁有傳播主動權的能力後，其影響力會相對提升，對於建構中共國家形象或者扭轉其負面國家形象有實質上的幫助。中共學者程曼麗（2008）不諱言的指出，中共要掌握傳播主動權，這樣才能增強新聞媒體的國際影響力，才能提升國家形象。

表三：通訊社對 2003 年 3 月 20 日美國攻擊伊拉克的第一時間報導

時間	通訊社
10:33:50	新華社
10:34:26	美聯社
10:35:44	路透社
10:36:36	法新社

資料來源：李博 2003, 51。

二、網際網路

（一）中共網際網路的現況

根據 2007 年統計，全球網際網路用戶已經超過 10.9 億，覆蓋全球人口的 16.6%。北美洲和澳洲的網際網路用戶滲透率分別達到 69.4% 和 53.5%。網際網路使用最多的前 5 種語言分別是英語、中文、日語、西班牙語、德語，其用戶數分別為英語 3.27 億，中文 1.53 億，日語 8,700 萬，西班牙語 8,600 萬，德語 5,800 萬。網際網路作為一種快捷的平台，逐漸成為用戶獲取資訊的重要渠道之一。PewInternetand American Life Project 曾經調查，在美國的寬頻用戶中有 43% 的人通過網際網路獲取新聞。隨著寬頻的普及，大約有 34% 的人稱他們把絕大多數的

時間花在了網際網路上，而有 33% 的人則表示他們在業餘時間會選擇看電視。在歐洲，人們從網際網路獲取重要新聞和資訊已經超過了報紙和雜誌。市場調查研究機構 Jupiter Research 公佈最新研究報告，表示儘管在許多歐洲人中電視仍然是佔有統治地位的媒介，但在他們獲取重要新聞和資訊時，在網路上花費的時間是觀看電視的三倍。（新華網 2007a）

中共網路媒體的發展以 1995 年為起點，到今天已超過 10 年時間，尤其是自 2000 年以來的快速發展，已經形成完整的佈局和體系。從中央到地方佈局看，有三個層次：中央重點新聞網站、省級重點新聞網站和中心城市新聞網站。大量的綜合新聞網站和媒體網站構成了規模可觀的網路新聞傳播矩陣。（馬宏偉 2001）

（二）中共運用其管道建立國家形象的作為

就中共而言，經由網際網路的傳播來塑造國家形象已成中央政府工作重點，中共總書記胡錦濤在中共中央政治局第 38 次集體學習時指出，「要加強網路文化建設和管理，充分發揮網際網路在我國社會主義文化建設中的重要作用。高度重視和切實加強網際網路新聞宣傳工作，努力掌握網上輿論引導的主動權，使網際網路站成為傳播先進文化的重要陣地。要加強重點網站建設，搞好網上輿論引導工作。要認真研究網際網路對青年帶來的影響，積極防範負面影響。」（新華網 2007a）我們發現中共透過網際網路傳播其正面國家形象具體表現在二個方面。

其一、定期舉行網際網路媒體研討會。中國大陸每年舉行無數場的網際網路研討會，但值得注意的是由中共中央新聞辦公室指導，各重要新聞網站共同主辦的每年一次「中國網路媒體論壇」研討會。此研討會成立於 2001 年，至 2007 年為止共舉行過 7 屆研討會。首屆「中國網路媒體論壇」是在《2000 全國新聞媒體網路傳播研討會》上由中華全國新聞工作者協會發出建議，全國數十家新聞媒體網站共同發起設立。（中國網 2001）每次研討會中共新聞官員都會蒞臨參加發表重要演說，而與會的記者、學者也會發表重要的文章。以 2006 年為例，研討會的主題是〈網路媒體發展與和諧網路建設〉，其下分四個子題討論，其中「網路媒體與中共國家形象」是一個探討的重點。與會人士表示，此研討會本身就是一個很好的國家形象宣傳途徑，因為透過網際網路全球各地都知道有此研討會，而在第二屆與會有關單位共同簽訂的《保護網路作品權利資訊公約》可改變其他國家對過去中共不注重「智慧財產權」的看法，有助於國家形象的建立。（中國日報網 2006）

表四：2001-2007年「中國網路媒體論壇」的舉辦

時間	地點	主題
2001	青島	
2002	蘇州	網路媒體發展趨勢及內容建設
2003	北京	中國網路媒體的社會責任
2004	南昌	重構新一代互聯網
2005	杭州	網路媒體與和諧社會
2006	昆明	網路媒體發展與和諧網路建設
2007	三亞	國家文化軟實力與網路媒體新發展

資料來源：筆者自行整理。

其二、中共官員在網路上與網友對話。過去，政府官員與普通市民對話，只能通過信訪或接待才能進行，網路媒體的全方位進入，給民眾的生活帶來了便利，同時也給政府官員主動接近百姓，了解民情民意的機會。西方國家習以為常的政府官員透過網路與網友對話在中國大陸的最近幾年也逐漸盛行。2003年12月23日下午，中共外交部長李肇星透過外交部網站「中國外交論壇」和新華網「發展論壇」與民眾進行線上交流。李肇星就當前國際問題，與網友交流近兩個小時，回答了網友提出的50多個問題。（新華網 2003）「中共政府網」也常邀請中央重要官員在線上與網友對話，並回答網友的問題。由於網友可能會提出尖銳的問題，這對於中共官員而言除了是一種嚴峻的挑戰外，也是擺脫過去那種高高在上印象的機會。

為了利用網路的無遠弗屆及穿透性以增加影響力，新華社於1997年11月成立新華通訊網站，於2000年3月更名為新華網，同年7月改版，並啟用 www.xinhuanet.com 的網址，目前新華網是全球網站綜合排名前一百名、中國網路協會「中國網站排名」新聞類第一名、中共「最具影響力網站獎」及「最具影響力網站品牌」，（新華網 2007b）這些在在都說明了新華網藉由網路獲取的成就，及中共欲藉網路發揮影響力，塑造其國家形象的企圖。

三、電影

電影也是很好的樹立國家形象的文化產品，過去中國大陸拍攝的電影，題材比較單調，創意不夠，古裝片太多，功夫片氾濫，有些片子過於追求形式，缺乏

與現代生活緊密聯繫的題材。更甚者，電影淪為響應政府的行政命令而非市場需求。（洪浚浩，賀文發 2006, 4）畢竟對現代的外國人來說，最想知道的是現實的中國，而不是久遠的中國，這樣才能比較完整地樹立中共的國家形象，否則沒來過中國大陸的人對其認識始終會停留在長辮子時代。最近，我們發現中國大陸拍攝的電影已有所改變，多元化的呈現是其主要的特色，比較耳熟能詳的影片如反應中國古代歷史的《英雄》與《滿城盡戴黃金甲》；注重生態保護的《可可西里》；文藝片《大紅燈籠高高掛》。這些影片在其他國家都有上映，也獲得坎城影展、柏林影展與奧斯卡等國際重要影展高度的評價。

此外，中國大陸拍攝的電影也逐漸與國際電影接軌，如 2006 年拍攝完成的《東京審判》（Tokyo Trail）即是一個例子。該電影內容主要是檢討戰爭及戰爭責任，以發生在 1946 年東京盟國《遠東軍事法庭》對日本東條英機等 28 名甲級戰犯的艱難審判過程為背景，許多從未曝光的歷史祕聞在片中解密。在當時絕大多數不同意判處戰犯死刑的多國法官會議上，中國法官上演一場場法庭爭辯，最後以六票對一票之差，決定對戰犯進行絞刑。《東京審判》電影的呈現引起正反兩面的評論，儘管如此，《東京審判》電影卻是第一次由中國大陸導演已幾乎全外語的形式拍攝國際題材，與之前描述二戰而享富盛名的外國電影《新德勒名單》（Schindler's List）與《搶救雷恩大兵》（Saving Private Ryan）相呼應，說明中國大陸所拍攝的電影是能夠與國際電影接軌，也反映對人類歷史的關懷。

在一篇題為〈中國電影與國家形象〉的文章中指出，中國大陸的電影在最近幾年有著很大的改變，它讓其他國家人民能直接而易懂的了解中國傳統文化，且也關懷全球環境的變遷，以多形態、多風格的方式贏得影迷的喜愛，這對於國家形象之塑造有著正面的意義。（倪震 2007）

四、孔子學院的設立

今日，中文不僅是與該國 5 千年文化與東方哲學思想相關的語言，還是亞洲盆地一個快速發展的商業媒介。其實用價值已超過了法文、德文，甚至是日文在世界上的地位，而其未來的機會更顯得不受限制。全球對於中文教育的需求是跟其經濟發展息息相關。

由於中國具有文化的吸引力，中共也採取了許多措施來推廣中文。首先，就像英國的英語文化協會（Council of English）、法國的法語文化協會（Alliance Française）、德國的歌德學院（Goethe Institute）和西班牙的塞萬提斯學院（Cervantes Institute）一樣、中共於 1987 年成立「國家對外漢語教學辦公室」

(National Office for Teaching Chinese as a Foreign Language, NOTCFL)，以促進中文在國外的傳播。2004年，中共國務院批准了「漢語橋計畫」(Chinese Bridge Project)，以建立海外的孔子學院(Confucius Institution)，並發展多媒體視聽教材。這是中共首次正式並有計畫的以系統的方法來廣泛推廣中文。(新華網 2005)

孔子學院最高的上級指導機關為中共教育部，負責推動學院業務的是「國家漢語國際推廣領導小組辦公室」(簡稱漢辦)。中共「漢辦」由12名部委組成領導小組，其中一人身兼主任。孔子學院總部設在北京，境外的孔子學院為分支機構，採用中外合作的模式來運作，硬體設備由當地國負責，而中共主要提供軟體、師資、教材的供應與支援。有關經費支出方面，中共對新設置的孔子學院，先投入一定數額的啟動經費，而年度專案經費則由所在國承辦單位和中共兩方共同籌措，雙方承擔比例一般為1:1。而孔子學院所服務的項目主要以下五類：第一，面向社會各界人士，開展漢語教學；第二，培訓漢語教師，提供漢語教學資源；第三，開展漢語考試和漢語教師資格認證業務；第四，提供中國教育、文化、經濟及社會等資訊諮詢；第五，開展當代中國研究。(國家漢語國際推廣領導小組辦公室 2008)

第一個孔子學院是在2004年11月21日於南韓首爾開幕。孔子學院的目標是欲在5年內訓練出1億名新的中文使用者，而目前非華人學習中文的人數約有3,000萬人，有超過100個國家的2,300間大學在教授中文課程。(國家漢語國際推廣領導小組辦公室 2008)中共「漢辦」最初計畫是在2010年前設立100個孔子學院，不過這項計劃已提前於2006年底達成，因此預估到了2010年，全球設立孔子學院與課堂可能超過500個。(邊遠 2006; 新華網 2007c; 人民網 2008)

此外，被稱為「中文拖福」的漢語水準考試(Chinese Proficiency Test)參加人數每年都有大幅度的成長。該項考試於1990年開始舉辦，在42個國家設立了178個考試點，至2006年為止已有超過70萬人參加過該項考試。(國家漢語國際推廣領導小組辦公室 2008)孔子學院的主要功能在於兼負推廣中華傳統文化向海外輸出的任務，以及做為中西文化交流與對話的溝通平台。對於中共而言，擴大孔子學院海外設點的能量，能在當地國進行最直接的語言傳播與文化行銷，有利於良好國家形象的塑造。

伍、中共新國家形象建構的初步成果？

2005-2007年的三項調查

至今，中共透過公眾外交方式塑造新國家形象是否已有初步成果？下文將舉

出最近三年三個重要的調查報告加以說明。

一、2005 年英國廣播公司的調查

2005 年 3 月 5 日，英國廣播公司國際廣播電臺（BBC 2005）公佈了一項在全球 22 個國家進行的調查，顯示在各國民眾心目中，中共的國家形象良好。被調查人群中，認為中共對世界影響積極和正面的國家和人數，超過了對美國和俄羅斯進行的同類調查。這項調查是 BBC 委託全球輿論調查公司（Globe Scan）和美國馬利蘭大學國際政策態度項目（The Program on International Policy Attitudes, PIPA）聯合進行，調查的主要內容有三個方面：（PIPA 2005）

第一，如何看待中共在世界的影響。在 22 個國家中，有 18 個國家的民眾對中國持正面看法。總的來說，48% 的民眾認為中共對世界的影響是正面，30% 的人持負面看法。除日本外，美國、德國和波蘭受訪者認為中共對世界的消極影響大於積極影響。

第二，是否希望中共在經濟上進一步強大。調查發現，49% 的人的答案是肯定，33% 的人持否定態度。

第三，是否希望中共在軍力上進一步強大。最不希望看到中共軍力增長的國家是日本，只有 3% 的人對此持積極態度，高達 78% 的人對此持消極態度。總體來說，共有 24% 的受訪者認為中共軍力增長對世界將產生積極影響，59% 的受訪者認為中共軍力增長對世界有負面影響。

全球輿論調查公司首席執行官 Doug Miller 指出，針對這項調查，中共很明顯的得到世界的尊敬，因為它的傑出經濟行為，以及多數人期待它能持續成功。不過世界普遍反對用軍事手段解決國際問題，大多數人不希望中共通過擴張軍事力量的方法取得成功，而希望中共通過「軟權力」（如經濟、文化和外交力量等）的形式擴大國際影響力。（PIPA 2005）

表五：世界各國對中共在世界影響力的態度

國 家	持積極態度 (Mainly positive)	持消極態度 (Mainly negative)
黎 巴 嫩	74	9
菲 律 賓	70	23
印 尼	68	20
印 度	66	20
南 非	62	25
智 利	56	15
澳 大 利 亞	56	28
巴 西	53	32
法 國	49	33
加 拿 大	49	39
韓 國	49	47
英 國	46	34
阿 根 廷	44	26
俄 羅 斯	42	27
義 大 利	42	40
美 國	39	46
西 班 牙	37	33
土 耳 其	34	36
德 國	34	47
墨 西 哥	33	28
波 蘭	26	33
日 本	22	25
總 體	48	30

資料來源：PIPA 2005。

二、2006 年國際先鋒論壇報的調查

英國《國際先鋒論壇報》(International Herald Tribune)於2006年5月中旬對非洲國家121個具代表性的民眾進行中共在非洲的整體形象的問卷調查，而有效回收問卷為68份，其中有76%認為中共在非洲的整體形象是正面，10%是中性的，剩下的14%認為是負面。正面形象與負面形象各主要如下：(新華網2006b)

(一) 正面形象

1. 政治制度符合國情

在68份有效回收問卷中，僅40人針對此議題作回答，其中有10人(25%)

認為中共是民主國家，且中共的政治制度符合本身國情，同時，中共領導人日益開放、自信的形象，也為中國在非洲的政治形象加分。

2. 中共與「威脅」無關

與西方國家甚囂塵上的「中國威脅論」截然相反的是，訪談非洲民眾中，59%的人表示中共已經是一個強國或者正在逐漸成為一個強大的國家，但他們對中共的強大與崛起持普遍歡迎態度。一些西方國家拋出所謂中共在非洲進行「新殖民主義」的說法，並沒有獲得非洲民眾的認同。受訪者中 72%的人對這一說法持否定態度。

3. 經濟發展模式是學習的典範

在非洲民眾描述「中共總體形象」時，37人(62%)認為中共改革開放以來，經濟發展迅速、穩健，將成為世界經濟大國。一些受訪者還認為本國應從中共的經濟成長中吸取經驗，以供本國所用。

4. 主持正義

68位受訪者中，認為中共在國際上為非洲國家主持正義的人達到了 75%。同一份數據也表明，68人中認為中共對受訪者所在國或非洲國家非常友好、友好、不太友好的人各佔 50%、46%、4%。換言之，認為中共對受訪者所在國或非洲國家友好的人佔了 96%。

(二) 負面形象

1. 經濟發展過熱

在 68名受訪的非洲民眾中，有 7名(10%)不諱言地指出，中共經濟發展如果成長速度遠遠超過預期，可能會出現過熱的現象。此外，中共在經濟快速成長的過程中，已出現分配不公平的現象，以及對環境造成了某種程度的破壞。

2. 中共商品質量堪憂

近年來中國大陸商品大量湧入非洲市場，受訪者認為，中共生產的商品雖然價格便宜，不過質量卻不盡人意。如果這種情況長期存在而不去改善，中共形象是會受到影響。

3. 部分公司素質不高

受訪者表示，過去在非洲工作的中國人很優秀，但現今在非洲經商的某些中國人比較自私，不太注重國家聲譽。導致多數非洲民眾對中國人的一大印象是「非法移民多，社區內犯罪份子也不少。」

4. 部分中國人不願主動融入當地社會

訪問者表示，雖然中國人勤勞且善於經營，但語言、習俗等原因，一些中國人不願與當地民眾進行交往，主動融入當地社會。

三、2007 年英國廣播公司的調查

2005 年英國廣播公司、全球輿論調查公司，以及美國馬利蘭大學三方再度合作，針對全球主要 12 國家的國家形象進行排名。該項排名經歷三年時間，訪問國家達 27 國，以及近 30,000 人，其最終結果於 2007 年 3 月 6 日公佈。根據該項調查，發現中共已經成為全球最受敬重的前五個國家之一。這五個國家得到的民意支持度分別是，加拿大及日本均為 54%、法國 50%、英國 45%、中共 42%。（見表六）除中共之外，在 26 個受調查國家中，16 個國家民眾對中共持正面國家形象評價，9 個國家主要持負面國家形象評價，1 個國家沒有形成相對多數一致意見。平均而言，中共在這 26 個國家民眾獲得的正面國家形象評價度為 42%，負面評價度為 32%。對中共評價最高的國家，主要分佈在非洲國家和部分中東國家。對中共持負面評價的國家，主要集中在歐洲和美國。（BBC 2007）

儘管歐美國家對中共的評價仍以負面居多，不過比例卻有下降的趨勢。例如美國對中共負面評價從 2006 年的 53% 下降至 2007 年的 44%；加拿大對中共正面評價也從 36% 提升至 46%。（BBC 2007）

表六：2007 年全球國家形象排名

國家	持積極態度 (Mainly positive)	持消極態度 (Mainly negative)	排名
加拿大	54	14	1
日本	54	20	2
法國	50	21	3
英國	45	20	4
中共	42	32	5
印度	37	26	6
美國	30	51	7
俄羅斯	28	40	8
委內瑞拉	27	27	9
北韓	19	48	10
伊朗	18	54	11
以色列	17	56	12

資料來源：BBC 2007。

表七：世界各國眼中的中共國家形象評價度

亞太	南韓對中共的正面國家形象評價度從 42% 升至 52%，超過半數
	印度對中共的正面國家形象評價度從 56% 升至 65%
	62% 的印尼人對中共持正面國家形象評價
	43% 的澳洲人認為中共國家形象是正面
北美	美國對中共負面國家形象評價度減少 10%
	加拿大對中共正面國家形象評價度上升 10%
歐洲	49% 的英國人認為中共國家形象是正面
	俄羅斯對中共正面國家形象（38%）的評價首度超過負面（31%）

資料來源：BBC 2007。

四、小結

這三份調查報告顯示，中共國家形象確實從過去負面形象逐漸往正面形象轉移，但是僅從此三份調查報告內容來看，並無法清楚地得知國家形象與公眾外交之間是否有著必然的相關性，亦即中共正面國家形象的提升是因為其公眾外交造成的結果。儘管如此，我們仍然相信是他們之間有著一定程度的相關性，因為我們知道，對於他國的國家形象不可能憑空想像，必須透過電影、廣播、電視畫面的傳播、網路、書籍以及文化交流等方式慢慢形成他國國家形象的基本輪廓。同樣地，對於他國國家形象的轉變也必須經由那樣途徑的傳達才可完成。2005 年 3 月，即將擔任美國公共外交與公共事務的副國務卿 Karen Hughes 曾表示，美國近幾年國家形象的下滑乃因為美國沒做好公眾外交的工作，而她的任務就是要重振美國公眾外交，改善美國的國家形象，尤其是改善穆斯林國家對美國國家形象的錯誤認知。（Baker 2005; Feldman 2005）儘管 Hughes 上任後極力透過公眾外交試圖提升美國國家形象，但實際上，並無明顯成效，因為幾個全球性重大的調查報告已告訴美國，國際社會對其國家形象的正面評價仍相當低，Hughes 也因此於 2007 年年底辭去該職務。（Kessler & Wright 2007）此外，2007 年 6 月，中共前國務院新聞辦公室主任趙啟正（2007）指出，中共要持續加強公眾外交，改善如「中國威脅論」這種不利於己的國際輿論環境，體現國家形象的正面評價。由此可見，國家形象的改善與塑造是公眾外交施行的目的，國際社會對於國家形象的調查報告常被視為是評斷推行公眾外交成功與否的觀察指標，而中共在上述三份國家形象的調查報告中逐漸提升其正面評價，應可合理的推斷為中共推動公眾外交後的初步成果。

陸、結論

在 21 世紀的今日，外交政策的重點不是那種強加本國意志於他國之上的權力政治（power politics），而是一種柔性政治（soft politics）。這種柔性政治主要透過公眾外交的形式，即由政府主導，透過媒體、網路、電影、文化等手段，讓其他國人民能夠真正了解傳達國的本意。公眾外交的目的在於扭轉被其他國家誤解而形成的負面國家形象，進而形塑正面國家形象。

美國 911 事件發生後，美國政府與學界就公眾外交的觀點正在積極思考如何扭轉被誤解的美國負面國家形象。與之同時，過去深受中國威脅論、踐踏人權、是不負責任的大國等負面國家形象困擾的中共，在 21 世紀之初也正透過公眾外交方式積極建構新國家形象。至今，透過最近三項重大的全球國家形象排名調查，發現中共的努力已獲得初步的成果，逐漸地擺脫負面國家形象，進而轉向良好（正面）國家形象。

相信國際社會每人都誠摯的希望中共能成為一個負責任、遵守國際規範與維護普世價值的國家。不過，中共並非完全能做到，例如在 2008 年 3 月以軍事手段鎮壓西藏抗議活動問題。無論中共所持理由有多麼正當性，這件事引起國際社會撻伐聲不斷，是一種負面國家形象的評價。如果未來中共在類似問題上未能審慎處理，其多年來以公眾外交方式試圖擺脫負面國家形象的努力將會付之一炬。

參考書目

- 人民網。2001。〈中國政府根據群眾要求依法處理「法輪功」〉。
<http://www.people.com.cn/BIG5/shizheng/16/20010115/379034.html>。2001/1/15。
- 人民網。2008。〈民進中央：助推漢語走向全球〉。
<http://cppcc.people.com.cn/BIG5/34961/115496/116075/6909437.html>。2008/2/21。
- 中共國家統計局。2007。《2007年統計年鑑》。北京：中共統計出版社。
- 中國國際廣播電台。2008。<http://gb.cri.cn/cri/gk.htm>。2008/23/10。
- 中國網。2001。〈首屆中國網路媒體論壇開幕，近150家單位參與〉。
<http://big5.china.com.cn/chinese/kuaixun/40692.htm>。2001/6/22。
- 中國網。2003。〈果子狸SARS樣病毒與人SARS樣病毒有99%以上的同源性〉。
<http://www.china.com.cn/chinese/2003/May/334922.htm>。2003/5/23。
- 中國日報網。2006。〈第六屆中國網路媒體論壇〉。
<http://www.chinadaily.com.cn/forum2006/wenzi4.html>。2006/11/30。
- 田聰明。2005。〈關於新時期加強新華社新聞信息報導的若干思考〉。《中國記者》。6：4-7。
- 光明網。2006。〈建構中國國家形象品牌〉。
http://www.gmw.cn/01gmr/2006-11/30/content_514929.htm。2006/11/30。
- 李倫。2005。〈深入探討新華社中長期發展戰略與實施對策〉。《中國記者》。11：21。
- 李博。2003。〈新華社向全球首播〉。《中國記者》。4：50-51。
- 吳征。2001。《中國的大國地位與國際傳播戰略》。北京：長征出版社。
- 法輪功網站。http://cipfg.org/cn/news/about_falungong.html。
- 英國廣播公司。2006(a)。〈中國外交部：嚴守武器出口國際條約〉。
http://news.bbc.co.uk/chinese/trad/hi/newsid_5070000/newsid_5070300/5070374.stm。2006/6/12。
- 英國廣播公司。2006(b)。〈美國：中國武器擴散 世界更危險〉。
http://news.bbc.co.uk/chinese/trad/hi/newsid_5340000/newsid_5347900/5347970.stm。2006年9月15日。
- 南方網。2003。〈廣東六省病情已得到控制〉。
<http://big5.southcn.com/gate/big5/www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/xz/g>

- dzs/200305151014.htm。2003/5/15。
- 洪浚浩，賀文發。2006。〈中國電影近年在美國受歡迎的社會與文化原因〉。《電影新作》。4：52-54。
- 修昔底斯（Thucydides）著。謝德風譯。2000。《伯羅奔尼撒戰爭史》。台北：台灣商務。
- 倪震。2007。〈中國電影與國家形象〉。《藝術評論》。10:24-28。
- 馬宏偉。2001。〈網上塑造中國的國家形象〉。《中國國情國力》。1:29-31。
- 國家廣播電視電影總局。2006。〈我國廣播影視走出去進入全面發展階段〉。
<http://www.sarft.gov.cn/article.do?articleId=20070910174338600875>。2006/11/20。
- 國家漢語國際推廣領導小組辦公室網站。
http://www.hanban.edu.cn/cn_hanban/kzxxyd.php。
- 程曼麗。2008。〈掌握國家形象塑造的主動權〉。《魅力中國》。4:56。
- 新華網。2003。〈李肇星談2003年中國外交〉。
<http://bbs.fmprc.gov.cn/fangtan/20031223/>。2003/12/23。
- 新華網。2005。〈中國國務院批准漢語橋工程向全球推廣〉。
http://news.xinhuanet.com/overseas/2005-01/21/content_2491491.htm。2005/1/21。
- 新華網。2006（a）。〈溫家寶總理會見國際奧會主席羅格〉。
http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/video/2006-10/25/content_5249030.htm。2006/10/25。
- 新華網。2006（b）。〈中國在非洲形象調查〉。
http://news.xinhuanet.com/herald/2006-11/06/content_5294430.htm。2006/11/6。
- 新華網。2007（a）。〈用互聯網塑造中國國家形象〉。
http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/newmedia/2007-02/27/content_5778041.htm。2007/2/27。
- 新華網。2007（b）。〈新華網十周年〉。
http://news.xinhuanet.com/misc/2007-11/22/content_7127538.htm。2007/11/22。
- 新華網。2007（c）。〈2010年將建500所，孔子學院為何能建這麼快〉。
http://news.xinhuanet.com/edu/2007-12/13/content_7239721.htm。2007/12/13。
- 新華社網站。2008。<http://203.192.6.89/xhs/zwfs.htm>。2008/3/10。
- 湯光鴻。2004。〈論國家形象〉《國際問題研究》。4：18-23。
- 傅新。2004。〈全球化時代的國家形象〉。《國際問題研究》。4：13-17。
- 管文虎。1999。《國家形象論》。四川：電子科技大學出版社。

- 趙啟正。2007。〈加強公共外交，促進國際交往〉。
<http://theory.people.com.cn/BIG5/49150/49152/5878421.html>。2007/6/18。
- 魯毅。1997。《外交學概論》。北京：世界知識出版社。
- 韓召穎。2000。《輸出美國：美國新聞署與美國公眾外交》。天津：天津人民出版社。
- 邊遠。2006〈中國計劃在未來建立 100 所孔子學院〉。《中國報導》。2：45。
- Andoni, Lamis. 2002. "Deeds Speak Louder than Words." *Washington Quarterly*. 25 (2) :85-100.
- Baker, Peter. 2005. "Karen Hughes to Work on The World's View of U.S." *Washington Post*. March 12: A03.
- Blinken, Antony. 2002. "Winning the War of Ideas." *Washington Quarterly*. 25 (2) :101-114.
- Boulding, Kenneth. 1959. "National Images and International Systems." *The Journal of Conflict Resolution*. 3:120-131.
- BBC. 2005. "China's Influence Seen Positive." <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/4318551.stm>. 2005/3/5.
- BBC. 2007. "Israel and Iran Share Most Negative Rating in Global Poll." http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/06_03_07_perceptions.pdf.
- Beech, Hannah. 2004. "Unmasking a Crisis," *Times*, April 14.
- Bernstein, Richard and Ross H. Munro. 1997. "The Coming Conflict with American." *Foreign Affairs*. 76 (2) :18-32
- Beers, Charlotte. 2004. "Funding for the Public Diplomacy." Statement before the Subcommittee on Commerce, Justice, and State of the House Appropriations Committee, Washington, D.C. April 24 2002.
- Cunningham. S.B. 2002. *The Idea of Propaganda: A Reconstruction*. Westport, CT: Praeger.
- Feldman Linda. 2005. "Can Karen Hughes help us Image Abroad?" *Christian Science Monitor*. <http://www.csmonitor.com/2005/0316/p03s01-usfp.html>.2005/3/16.
- Godwin, Paul H. B. 2000. "China's Defense Modernization: Aspirations and Capabilities." <http://www.ndu.edu/inss/symposia/pacific2000/godwinpaper.htm>
- Isaacs, Harold. 1972. *Images of Asia*. New York: Harper and Row.
- Kaufman, Edward. 2002. "A Broadening Strategy to Win Media Wars." *Washington Quarterly*. 25 (2) :115-127.
- Keohane, Robert. 1984. *After Hegemony: Cooperation and Discord in the World*

- Political Economy*. Princeton: Princeton University Press.
- Kessler, Glenn and Robin Wright. 2007. "Hughes to Leave State Dept. After Mixed Results in Outreach Post," *Washington Post*, November 1: A19.
- Kilgour, David and David Matas. 2006. *An Independent Investigation into Allegations of Organ Harvesting of Falungong Practitioners in China*. <http://organharvestinvestigation.net/Kilgour-Matas-organ-harvesting-rpt-July6-eng.pdf>. 2006/7/6.
- Kristof, Nicholas D. 1993. "The Rise of China." *Foreign Affairs*. 72 (5) : 59-74.
- Lague, David And David Murphy. 2003. "The China Virus." *Far Eastern Economic Review*, April 10.
- Lippmann, W. 1982. *A Preface for Morals*. New York: Macmillan.
- Lord, Carnes. 1998. "The Past and Future of Public Diplomacy." *Orbis*. 42(1):49-73.
- Morgenthau, Hans. 1993. *Politics Among Nations*. New York: McGraw-Hill.
- Manheim, Jarol B. 1994. *Strategic Public Diplomacy and American Foreign Policy: The Evolution of Influence*. New York: Oxford University Press.
- Mercer, Jonathan. 1996. *Reputation and International Politics*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.
- Mosher, Steven W. 2000. *Hegemon: China's Plan to Dominant Asia and the World*. San Francisco: Encounter Book.
- PIPA. 2005. "22-Nation Poll Shows China Viewed Positively by Most Countries Including Its Asian Neighbors." http://www.pipa.org/archives/global_opinion.php.2005/3/5.
- Public Diplomacy Web Site. 2008. "What is Public Policy." www.publicdiplomacy.org/1.htm. 2008/3/10.
- Ross, Christopher. 2002. "Public Diplomacy Comes of Age." *Washington Quarterly*. 25 (2) :75-83.
- Sorensen, Thomas C. 1968. *The World War: The Story of American Propaganda*. New York: Harper and Row.
- "Spiritual Society or Evil Cult?" *Time*, June 25, 2001.
- Terrill, Ross. 2003. *The New Chinese Empire: Beijing's Political Dilemma and What It Means for the United States*. New York: Basic Books.
- Torino Web Site . 2006. "The Olympic Games as a Boost for the Economy." http://www.torino2006.org/ENG/OlympicGames/news/news_ita150242.html.
- U.S. Department of State. 1987. *Dictionary of International Relations Terms*.

- United States General Accounting Office. 1998. *China: Military Imports from the United States and the European since the 1989 Embargoes*. United States General Accounting Office, Washington D. C.
- U.S. Department of Defense. 2002. "Annual Report on the Military Power of the People's Republic of China." Report to Congress pursuant to the FY 2000 National Defense Authorization Act. [http:// www.fas.org/nuke/guide/china/dod_2002.pdf](http://www.fas.org/nuke/guide/china/dod_2002.pdf).
- U.S. National Intelligence Council. 2001. "Foreign Missile Developments and the Ballistic Missile Threat through 2015." [http:// www.cia.gov/nic/pubs/other_products/Unclassifiedballisticmissilefinal.pdf](http://www.cia.gov/nic/pubs/other_products/Unclassifiedballisticmissilefinal.pdf).
- WHO. 2004. *WHO Guidelines for the Global Surveillance of Severe Acute Respiratory Syndrome*. http://www.who.int/csr/resources/publications/WHO_CDS_CSR_ARO_2004_.pdf.

(投稿日期：97年7月8日；採用日期：97年11月6日)