

一项大型调查揭示外国人眼中的中国

长城、功夫、中餐知名度最高

本报记者 杨雪梅

- 提到中国，你觉得最适合描述它的词汇是什么？

向世界传播 ① 真实的中国

古老悠远的中国，开放现代的中国，博大精深的中国，飞速发展的中国……每个中国人心中的祖国，肯定是多姿多彩的，但在其他国家的人们眼中，这个地域辽阔的东方古国，究竟是什么模样？提及中国，会有哪些“符号”最先跳入他们的脑海？对中国，他们有着哪些了解，又有哪些认识上的偏差、甚至误解？北京奥运会之后，在五大洲四大洋的友人眼中，“中国印象”有没有变化？

所有这些，其实都涉及一个如何塑造和传播国家形象的重大话题。从今天开始，我们将和您一起探讨，如何将一个真实的、日新月异的中国，更好地推介到世界面前。

“友好的”、“有吸引力的”、“伟大的”……这些正面的、积极的字眼成为外国人认为“最适合描述中国的词汇”。“世界眼中的中国”大型调查报告近日在北京发布，调查结果表明，北京奥运会极大地改变了世界对于中国的印象。

调查由数字一百公司承担完成，采用拦截访问与网上调查相结合的方式进行。主要调查对象为奥运会期间来到中国的外国人，涉及欧洲、北美、亚非拉等 20 多个国家，既有游客，也有一部分外国的媒体从业者，覆盖了不同地域、不同种族的人群。问卷内容包括在中国的感受、对中国文化的认知、对中国经济的印象等等。

从“神秘古老”到“现代开放”
北京奥运会改变“中国印象”

调查显示，来到中国前，多数外国人对中国的印象主要是“神秘”、“古老”、“东方古国”，这些认知主要来源于本国的电视、广播、报纸、杂志等媒体，以及一些书籍或当地人的道听途说，其中受到媒体报道的影响相当大。奥运会期间，大部分外国人亲眼见到中国尤其是北京的现状后，印象发生了 360 度的大转弯。

眼见为实。很多外国人以为中国百姓还生活在水深火热之中，但当他们来到中国后，感受最深的是中国人民生活水平的提升。通过耳闻目睹中国百姓的衣食住行，外国人对中国人的安居乐业、中国社会的和谐发展有了最直接的印象。

再也不是“早上听鸡叫，白天听鸟叫，晚上听狗叫”

农民文化生活越来越多彩

本报记者 张 健

随着公共文化资源向农村的倾斜，农民“早上听鸡叫，白天听鸟叫，晚上听狗叫”的生活方式早已改变，如今忙碌了一天的他们，闲暇之余有了多样选择：看书、读报、上网、看电影，甚至参加培训，农民群众的文化生活越来越多姿多彩。

推动农村经济发展

近年来，随着一批国家级和地方重点文化设施建成并投入使用，尤其是网络媒体等新科技手段开始进入农民的生活，促使农村传统的生产、经营方式发生巨大改变，农民群众的经济收入比以前明显增加。

山东新村乡于村是一个闻名遐迩的银杏产业专业村。村支书于洪玺介绍，2007 年以来，于村投资 20 万元建成了文化信息资源共享工程服务点，购买了 20 多台电脑，建起了农村电子阅览室。不少村民在网上学习技术、查找资源、

联系顾客，极大方便了银杏栽种与销售。近日记者走进于村的电子阅览室，20 多台电脑前几乎座无虚席。村民倪敬党告诉记者：“网上有不少银杏苗木销售渠道信息，许多银杏苗木交易会信息都会在网上公布。现在做生意再也不用受二手贩子的压价了。”

山东省潍坊市杨家埠村村民大量制作木版年画，也形成了一定规模的农村文化产业；吉林省长春市开展“打造欢乐农家院、先进文化百村行”活动，既建设了农村文化阵地，又促进了农家经济增收。辽宁鞍山市图书馆、安徽太湖县图书馆，河南偃师市图书馆等利用馆藏图书及各种信息资料，帮助农民解决生产中的许多实际难题，当地群众的经济收入逐年增加。

改变农民陈旧观念

几年前，在农村举办文化活动、开办讲座的时候，参加者寥寥无几。随着农村

现代化的奥运场馆和成功的赛会组织让外国人体会到中国的巨大进步。调查显示，很多国外媒体，包括一些对中国抱有敌意的媒体，在报道时都用了辉煌、美好等正面的词汇。在很多外国人眼里，北京奥运会是一个近乎完美的展现中国的舞台。

联想、中国移动等品牌知名度较高
李宁奥运营销表现最突出

调查中，数字一百公司引入了一套综合性的“评价中国”体系，问卷设计涵盖经济、环境、政治以及国民素质等

有 2%。

在“最能代表中国的动物”中，“龙”和“熊猫”以无可争议的优势占据前两位，获选率分别达 45%和 42%，作为中华民族图腾的“龙”，在代表性上略胜一筹。

让“中国印象”更清晰

闻 白

长城、功夫和中餐，成为外国人眼中最能代表中国的元素，而对国人引以为傲的四大发明，只有 6%的“老外”表示了解。这一调查结果，既在情理之中，也在意料之外。

情理之中，是因为借助于外国媒体的报道、好莱坞的电影和众多唐人街的中餐馆，这几样中国元素成功地走出了“国门”，达到了较高的认知度；意料之外，是因为中国地域辽阔，民族众多，文化源远流长，发展日新月异，能够代表中国的元素数不胜数，可惜不被更多的世人所了解，更谈不上深刻理解。与中

国近几十年、甚至上百年来对西方发达国家的研究、借鉴、学习的热情相比，外国民众对中国的认知，还停留在较浅的层面，甚至有些误解和偏见。

造成这种结果的原因有很多，但无论如何，与日渐提升的国际地位相比，中国的国家形象、国民形象、企业形象等，都有着很大的提升空间。调查中还有一点值得注意，这些受访者在来到中国之前，对中国的了解大多来源于本国媒体。因此，当地媒体涉及中国的报道是正面还是负面，就会不可避免地影响到他们心目中的“中国印象”。

山东省泰安市满北村最近几年建起一座三层楼的文化大院，大院内设了“一院三室”：影院、图书室、电子阅览室与电子点播室，拥有各类教学光盘 1200 余盘，图书杂志 4000 余册，电脑 20 多台，并且开通了宽带互联网。村民可以到文化大院浏览网页，借阅图书与光盘。这个文化大院很受村民们欢迎，借阅登记簿上密密麻麻写满了借阅群众的名字及借阅日期。

一些地区采用政府购买、补贴等方式，向基层、低收入和特殊群体提供免费文化服务。山西省长治市全面启动农村文化低保工程，对贫困农村实行“文化低保”的惠民政策，保障了农民群众的基本文化权益。江西省安排 1 亿元，设立了农村文化事业专项资金，通过政府购买的形式，鼓励专业文艺演出团体到农村进行文艺演出、电影公司组织放映队到乡村放映电影。这些措施有力地维护了农民群众基本的文化权益。

维护农民文化权益

为筑实城乡统筹发展的文化根基，各地积极探索，充分发挥文化在城乡统筹发展进程中的作用，不断创新公共文化服务

诸多方面，其中对中国经济认知现状的调查结果尤其引人注目。大部分外国人不仅对中国经济现阶段的评价较高，在对经济发展的未来预期方面，也非常看好中国。超过六成的外国人认为，中国将成为未来 20 年世界上最大的经济体。

中国经济的迅速发展使得外国人对中国品牌的认知度大幅提升。调查结果显示，“联想”、“中国移动”等品牌在外国人当中享有较高知名度，获选率分别达到 58%和 52%。此外，奥运期间，“李宁”作为营销表现最为突出的品牌之一，在“奥运期间印象深刻的品牌”中位于前列，在“认知度——印象深刻

程度”的比例方面，也处于首位。这与李宁作为奥运会最后一棒火炬手的名人效应应有紧密关系。

值得注意的是，虽然中国经济增长迅速，但 64%的外国受访者认为，中国的经济发展是有代价的，如环境问题。这也说明，中国虽然在环境保护方面做出了巨大的努力，但要赢得广泛的认可，还有很长的路要走。对同样问题的对比性调查显示，中国人对本国经济发展的看法要乐观得多，有 60%的中国受访者认为，中国的经济建设是一种可持续的、健康快速发展的过程。

快 评

一次奥运会让世界重新认识了中国，但奥运会不可能每届都在中国举办，在每一个平常的日子里，让“中国印象”更清晰、更真实，让外国民众知道中国不仅有长城、功夫和中餐，还有更灿烂的文化、更友善的百姓、更开放的环境，这，既是我们的机会，更是我们的挑战。

改善农民生活方式

农村文化建设给农民群众的日常生活带来了巨大变化，促进了民间文化活动的蓬勃发展。山东大陡山村除投资 10 万元建成了文化活动广场与藏书 3000 多册的“农家书屋”，购买了乒乓球桌和羽毛球等体育用品外，还组建了近 100 名村民参加的高跷队、秧歌队，每逢重大节日，场面非常热闹。“我们连续两年联合岱峰艺术团到村里举办“走进大陡山村”晚会，以说唱、小品、相声等艺术形式，介绍村里近年来发生的巨大变化，出现的新人新貌，这些活动极大地活跃了山区的文化生活，吸引了不少周边村的村民跑来观看。”大陡山村村支书苏庆亮介绍说。

宁夏、青海等地农村通过举办形式多样的花儿歌会，以及热贡六月会等各种民俗活动，丰富农民文化生活，促进民间文化形态的繁荣发展。浙江嵊州、江苏如皋、河南宝丰、福建莆田、泉州等地民间剧团发展很快，在丰富基层文化生活，继承传统民间艺术等方面发挥了重要作用。

随着农村文化的发展，以前那种放下农活，除了吃饭就是打牌的日子一去不返，现在的村民参与到各种各样的文化活动中去。像高跷、秧歌等富有地方色彩的民间文化活动也重新火了起来，农村的文化形态得到了巨大的丰富，农民的文化生活水平日益提高。

新 语

今又重阳

乌丙安



谢明采菊图

CFP 供图

今天，10 月 7 日，农历九月初九，是重阳节。

在中国传统文化中，“九”为“阳数”，又为“极数”，指天之高为“九重”，指地之极为“九泉”，九是信仰中最崇拜的神秘数字。九月初九，日月并阳，所以它在岁时中占有重要位置。

重阳节早在战国时期就已经形成，西汉时期长安近郊就有了九九登高观景的风俗。到了唐代，重阳节被正式定为民间的节日，此后沿袭至今。重阳节传统习俗是登高远眺，秋高气爽之际登山，令人心旷神怡。平原之地无山可攀，人们遂吃糕纪念。“糕”和“高”谐音，最早取庆祝秋粮丰收，喜尝新粮的用意，以后演变为步步高升的吉祥之意。此外，重阳赏菊赋诗亦为古代时尚，唐诗宋词中有不少吟咏重阳的名篇佳句。在我国江南，也有重阳节佩戴茱萸的习俗，但如今大多数年轻人已不知茱萸为何物。

在民俗观念中，因为“九九”与“久久”同音，包含有生命长久、健康长寿的寓意。1989 年，我国把每年的农历九月初九定为老人节，倡导全社会树立尊老、敬老、爱老、助老的风气，这给传统的民俗节日赋予了建设和谐社会的新内涵。

重阳节从岁时节日演变成民俗节日，尽管各地有不同的过节习俗，但重阳节的核心文化价值始终是平安和谐，两千多年从未改变。

（作者为国家非物质文化遗产保护工作专家委员会副主任）

我国年龄最长寿星 121 岁

十大寿星均跨越三个世纪



本报南京 10 月 6 日电 （记者汪晓东）2008 年中国十大寿星今天在江苏如皋市揭晓，年龄最长的寿星是新疆喀什的萨迪克·萨伍提（上图），维吾尔族人，生于 1887 年 8 月 9 日，今年 121 岁。年龄最长的女寿星为新疆乌鲁木齐的买合甫·孜汗，维吾尔族人，生于 1890 年 6 月 15 日，今年 118 岁。

十大寿星平均年龄 117.1 岁，均生于 1893 年 4 月以前，跨越了三个世纪。

中国老年学学会今年 7 月启动首届中国十大寿星排行活动，在各级老龄委办公室、老年学学会和各地长寿家庭的支持和参与下，经过 3 个月的申报、筛选、核实和专家评议，从各地推荐的 272 名百岁老人中，按出生时间先后，产生了截至 9 月 15 日健在的 2008 年中国十大寿星。此外，经过推荐和评议，授予江苏如皋市百岁老人韩秀芳和北京市朝阳区百岁老人秦含章为中国最佳风采寿星。

十大寿星带有共性的长寿秘诀有五条：一是心态平和，顺其自然，不苛求，不攀比，不埋怨；二是生活规律，喜欢劳动，定时作息；三是心地善良，待人宽厚，乐于助人；四是家庭和睦，子女孝顺；五是远离喧嚣，环境幽雅，居室简单。大多数寿星居住在农村砖瓦或土木平房。

同时，中国老年学学会还授予如皋“中国长寿之乡”称号。截至 2008 年 5 月底，如皋健在的 1908 年 5 月底以前出生的 100 周岁以上老人有 102 位，超过全市总人口的万分之零点七。