

# 反美和亲中相关吗？

杨子潇 崔大伟

**内容提要** 本文基于皮尤调查中心 2005 年春季在全球 16 个国家进行的一项民意调查,使用定量研究方法探讨世界民众对美国和对中国看法之间的关系。本文首先根据民调中对中国经济崛起和军事崛起的两个问题,将所有受访者划分为亲、疏、经济支持、军事支持四个类型。数据显示,世界民众大多对中国的经济崛起呈正面评价,而对军事崛起呈负面评价。另外,这四种类型之间的界线和国家之间的经济/地理界线也有很大重合之处。最后,反美和亲中是否相关取决于中国以何种身份出现:当中国被视为经济崛起国时,越亲美的受访者越对中国有好感;当中国被视为军事崛起国时,越反美的受访者越对中国有好感;当中国被直接视为一个整体概念时,越亲美的受访者越亲中。这一发现说明,中美两国的国家形象重合之处大于冲突之处。

**关键词** 反美亲中 中国崛起 皮尤全球民调

近年来,随着综合国力的不断增强,中国投入了大量的资源提升自身的国际形象。另一方面,2003 年伊拉克战争以来,美国遭受了冷战后最为严重的一

---

《国际政治科学》2010/1(总第 21 期),第 68—95 页。

*Quarterly Journal of International Politics*

次全球范围的反美浪潮。<sup>1</sup> 将这两件事赋予某种因果联系是很自然的：中美两国不仅在经济 and 军事领域展开竞争，在国家形象构建上，崛起的中国也挤占了美国原有的空间。在历史上，冷战时期美苏两国就曾在世界各地大打舆论战和宣传战。在国际关系理论中，则有权力转移说，即认为新兴大国会削弱原有大国的影响力。但中美关系毕竟不同于美苏关系，此外，学术界对中国崛起是否削弱了美国在全球影响这一问题上一直存有争议。

鉴于大部分此类研究使用的是军事和经济实力来研判，对两个大国的软实力即国家形象的讨论则有新的理论和现实意义。在本文中，我们利用一项在全球十六个国家的民意调查结果来讨论如下问题：在世界范围内，民众对美国和对中国的好恶存在某种关联吗？具体来说，越是讨厌美国的人，越喜欢中国吗？或者反过来说，越是喜欢美国的人，会越讨厌中国吗？如果这种联系存在，应当如何从理论和现实进行解读呢？本文首先对现有文献进行归纳整理，随后使用定量分析方法对一项全球民意调查的结果进行描述统计和回归分析，最后尝试解释所得到的结果。

### 一、关于中美软实力的研究

要研究诸如反美亲中的问题，就不能不提及软实力这一概念。约瑟夫·奈（Joseph Nye）作为软实力这一概念的创造者，将其定义为一种吸引力，并认为它有文化、政治观念和外交政策三种来源。<sup>④</sup> 约瑟夫·奈还利用皮尤调查中心在2002年进行的一项全球民意调查，对美国软实力进行了比较系统的评估。<sup>④</sup> 在他看来，民意调查的结果能够有效地衡量一国受欢迎的程度。

近年来，国外媒体和学界对中国软实力的增长给予了很高的关注。其中很多研究成果都直接或间接地指出，美国近年来的军事行动使其在世界上亲和力有所下降，而中国正抓住这一机遇，迅速填补美国留下的软实力真空并不断排

---

<sup>1</sup> Peter J. Katzenstein and Robert O. Keohane eds., *Anti-Americanism in World Politics* (Princeton: Princeton University Press, 2007), p. 1.

<sup>④</sup> Joseph Nye, *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone* (London: Oxford University Press, 2002), pp. 8-12.

<sup>④</sup> Joseph Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: Public Affairs, 2004).

挤美国的影响力。2005年,约瑟夫·奈在《华尔街日报》上发表《中国软实力的崛起》一文,断言“中国软实力的崛起是以美国的损失为代价的,……这一问题应尽快得到重视。”<sup>1</sup> 卡内基和平基金会的高级研究员约书亚·科兰兹克 (Joshua Kurlantzick)通过大量实例,描绘了一幅图景:中国正综合运用外交、经贸、文化和教育等手段吸引发展中国家尤其是东南亚国家。他建议,“华盛顿应该系统性地防范……中国软实力对美国的利益构成威胁这一可能性。”<sup>④</sup>甚至有人断言,“(中国的)魅力攻势使美国面对这样一种潜在可能:另一国的吸引力超过了美国,……中国软实力的增长迫使其他国家必须在华盛顿和北京之中做出选择。”<sup>(四)</sup>

大部分的此类研究都会列出长长的一串事例来证明中国软实力的增长(比如,孔子学院的建立,外国来华留学生数量的不断增加,北京奥运会的成功举办,中国跨国公司的海外扩张等等),并且都会提醒美国政府要留意中国软实力的增长。<sup>1/2</sup> 然而,一个关键的问题是,虽然有诸多迹象表明中国正大力提升其软实力,但这会导致美国软实力下降吗?更为根本的问题在于,软实力也和硬实力一样,具有零和性和排它性吗?有论者指出,“认为中国软实力的崛起是以美国的软实力下降为代价是幼稚的。事实上,中美两国都被认为是全球化的最大推动国,同时也是全球化的主要受益国,所以都受到反全球化势力的批评。”<sup>3/5</sup> 这一论点的背后逻辑是,中美两国都是当前国际秩序的受益者和维护者,因而在国家形象上有重叠之处。但到目前为止,尚未有实证研究来支持这一观点。

<sup>1</sup> Joseph Nye “The Rise of China’s Soft Power” *Wall Street Journal*, December 29, 2005.

<sup>④</sup> Joshua Kurlantzick, *Cham Offensive: How China’s Soft Power is Transforming the World* (New Haven: Yale University Press, 2007).

<sup>(四)</sup> James Hoey, *The Global Reach of Chinese Soft Power: China’s Rise and America’s Decline?* Master’s thesis, Naval Postgraduate School, 2007, pp. 1-3. For similar opinions, please see Esther Pan, “China’s Soft Power Initiative, the Council on Foreign Relations” <http://www.cfr.org/publication/110715>

<sup>1/2</sup> 对于较早有关中国软实力的归纳和讨论,请见 Bates Gill and Yanzhong Huang “Sources and Limits of Chinese Soft Power” *Survival*, Vol. 48, No. 2, 2006, pp. 17-36. 近期美国战略与国际研究中心 (CSIS)也发表了一份非常详尽的有关中国软实力的报告,参见 Carol M. Giffert, ed., *Chinese Soft Power and Its Implications for the United States: Competition and Cooperation in the Developing World* (Washington, D. C.: Center for Strategic and International Studies, 2009)。这两份报告可以算是样本式、全景式地对中国的软实力进行了分析。

<sup>3/5</sup> Wang Yivei “Public Diplomacy and the Rise of China’s Soft Power” *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, No. 1, 2008, pp. 257-273.

## 二、全球民调中的中国崛起

近年来，一些专业的民意调查机构在世界范围针对软实力进行了多次跨国民意调查。虽然他们的初衷是对美国的国际形象进行评估，但鉴于中国不断增长的影响力，他们的问卷中也会包括一些受访者对中国看法的问题。总体说来，各大民调结果显示，受访者普遍对中国经济总量追赶上美国这一前景持欢迎态度，而对中国军事实力的增长不太放心，调查的结果也随国家和地区的不同而发生改变。<sup>1</sup>

第一项同时也是被引用最多的一项调查完成于 2004 年，由英国国家广播公司 (BBC)，

全球扫描调查公司 (GlobeScan) 以及美国马里兰大学的国际政治态度项目组 (PIPA) 共同主持完成。此项调查抽取了 22 个国家的 2.3 万名受访者进行问卷调查，其中 11 个国家的绝对多数和 5 个国家的相对多数受访者对中国经济崛起持正面评价，16 个国家的绝对多数和 2 个国家的相对多数受访者则对中国军事崛起呈负面评价。<sup>④</sup>

第二项调查由芝加哥全球事务委员会 (Chicago Council on Global Affairs) 和世界民意网站 (World Public Opinion.org) 在 2007 年 3 月合作完成，共同有 15 个国家的 21890 名受访者接受了调查，其中 9 个国家的绝大多数和 4 个国家的相对多数受访者相信中国经济终将赶上美国，而所有国家的多数受访者都不认为这会带来负面影响。<sup>④</sup>

第三类调查则由盖洛普调查公司 (Gallup Organization) 于 2006—2007 年进行。调查结果表明，从横向比较看，中国的支持率在北非和中东地区最高，在撒

<sup>1</sup> 此处选取的几项民调结果都是出自比较专业的、有一定声誉的调查机构，而且是近几年在多个国家中进行的。随着中国影响力的提升，还有很多国家的民意调查中都包含了有关中国的问题，在此不一一赘述。

④ 详细数据请见 “22-Nation Poll Shows China Viewed Positively by Most Countries Including Its Asian Neighbors” BBC/GlobeScan/PIPA, [http://www.pipa.org/OnlineReports/China/China\\_Mar05/China\\_Mar05\\_rpt.pdf](http://www.pipa.org/OnlineReports/China/China_Mar05/China_Mar05_rpt.pdf)

④ 详细数据请见 The Chicago Council on Global Affairs/WorldPublicOpinion.org/World Public Opinion 2007, [http://www.thechicagocouncil.org/dynamic\\_page.php?id=61](http://www.thechicagocouncil.org/dynamic_page.php?id=61).

哈拉以南地区最低,在东南亚和南亚等国则居于中游。但与美国相比,中国总体得分总体尚佳。在北非和中东的 12 个国家的调查中,41% 的受访者对中国领导表示认可,只有 17% 的受访者认可美国的领导。<sup>1</sup> 在东南亚和南亚的 13 个主要国家进行的调查中,38% 的受访者认为中国将在未来 50 年内取代美国成为世界领导者(14% 认为这一过程不超过 10 年,15% 认为需要 20 年,9% 认为需要 50 年);在这 13 个国家中,有 8 个国家的受访者更支持中国的领导而不是美国。平均来看,13 个国家有 46% 的受访者认同中国的领导,只有 34% 的受访者认同美国的领导。<sup>④</sup> 撒哈拉以南的非洲国家则轻微地偏向美国领导,19 个国家中的受访者中,对于美国领导,59% 表示支持,17% 表示反对,24% 没有意见;对于中国的领导,51% 表示支持,15% 表示反对,37% 没有意见。<sup>(四)</sup>

### 三、两种方法存在的不足

到目前为止,我们考察了两种方法以确定反美和亲中之间是否存在某种联系。第一种是以案例为主的定性描述法,这种方法展示了中国是如何综合运用外交、经济、文化等手段在世界各地提升其国际形象的。但这种方法不能确定中国吸引力的上升同时会削弱美国的吸引力。换言之,我们只能观测到两类现象同时存在,但无法断言其中是否存在某种联系。

第二种是主要依据跨国民调和描述统计的方法,对中美的国际形象进行量化并加以比较。但这种方法存在两个问题:第一,所有民调结果均以国家为单位进行归纳总结,这就忽视了受访者个体的观感。比如说,有一个国家有 50% 的受访者喜欢美国,有 50% 的受访者喜欢中国。我们或许由此可以推演出两种完全不同的情况:要么有 50% 的受访者同时喜欢美国又喜欢中国,要么 50% 的人喜欢美国讨厌中国但另一半的人喜欢中国讨厌美国。显然,这两种情况有

---

<sup>1</sup> 详细的数据请见 Cynthia English, "Gallup: In Mideast, North Africa, Views of Powerful Nations Differ," <http://www.gallup.com/poll/102694/Mideast-North-Africa-Views-Powerful-Nations-Differ.aspx>

<sup>④</sup> 详细的数据请见 Julie Ray, "Gallup: Asian Populations Predict China's Rise Over US," <http://www.gallup.com/poll/104176/asian-populations-predict-chinas-rise-over-us.aspx>

<sup>(四)</sup> 详细的数据请见 Bob Tortora, "Gallup: Early Impressions: Africans on US, Chinese Leadership," <http://www.gallup.com/poll/25408/Early-Impressions-Africans-US-Chinese-Leadership.aspx>

很大差别。

第二, 这些调查机构没有对民调结果进行统计分析, 从而无法确定受访者对美国和中国的态度是否由第三方原因所引起, 比如受访者的国籍决定了受访者对美国和对中国的态度。统计分析法的优点在于能帮我们排除一些可能产生干扰的原因, 以确定反美和亲中之间是否存在真正的而不是虚假的相关性。此外, 这些民调的问题设计没有深厚的理论背景, 这就要求我们对原始数据库先进行整理, 再进行分析。

### 四、数据、变量和假设

我们使用的数据来自皮尤调查中心(以下简称皮尤)于 2005年春季在全球 16个国家内进行的一次问卷调查。这 16个国家是: 法国、德国、西班牙、英国、荷兰、波兰、俄罗斯、加拿大、美国、土耳其、印度、巴基斯坦、印尼、黎巴嫩、约旦和摩洛哥。除了加拿大(500人)和印度(2042人)以外, 各国的调查人数大致都在 1000人左右。在大部分的国家抽样误差范围都是 3%。印度和巴基斯坦是在城市人口中进行抽样, 其他国家都是依据各国人口情况进行随机抽样。<sup>1</sup>

选取皮尤的数据库进行分析是出于以下几个方面的考虑: 首先, 这一数据库无论是从题目设计还是从抽样方法, 都比较严谨, 皮尤本身也是比较有名的专业调查机构, 这样就可以保证数据的可靠性。其次, 这项调查每年都会进行, 皮尤每年也会公开一部分数据供研究之用, 这样在以后就可以进行历时性的统计分析。最后, 皮尤在 2005年才首次设计与中国有关的问题, 而 2006年皮尤只在美国和俄罗斯等少数几个国家的问卷中添加了有关中国的问题。在本文写作之时, 2007和 2008年的数据还没有公布。综上所述, 2005年的调查最适合本文的研究分析。

---

<sup>1</sup> 从 2001年开始, 皮尤开始定期在多个国家进行一项名为“皮尤全球态度项目”(PEW Global Attitudes Project)的大规模调查。更多信息请访问: <http://pewglobal.org/>

### (一) 因变量和假设

本文中因变量是指受访者对中国的看法。在这套数据库中,我们选取了如下三个问题来衡量各国一般民众对中国以及中国崛起的观感:

(1) 总体来看,您认为对我国而言,中国不断增长的经济实力是好事还是坏事?

(2) 总体来看,您认为如果中国的军事实力变得和美国一样强大,是好事还是坏事?

(3) 请告诉我您对下列国家(中国)的总体看法是:非常喜欢,一般喜欢,一般不喜欢,非常不喜欢,还是不知道?这三个问题中,头两个问题用于测算受访者对于中国经济崛起和军事崛起的态度,最后一个问题则直截了当的询问对中国的总体观感。根据我们想求证的问题,相应地可以得到如下三个假设:

假设一:总体而言,反美情绪越深的受访者,越有可能认为中国的经济崛起是好事。

假设二:总体而言,反美情绪越深的受访者,越有可能认为中国的军事崛起是好事。

假设三:总体而言,反美情绪越深的受访者,越有可能喜欢中国。

头两个问题为我们提供了一种行之有效的分类法,根据对中国经济/军事崛起的二维判断,可将整个受访群体分为如下四类:亲、疏、经济、军事。亲类指的是对中国经济和军事崛起都抱有好感的一类人,占总人数的 31.2%;疏类则指的是对中国两种崛起都不抱有好感的人,占总人数的 30.9%,这两类人旗鼓相当。经济类是指欢迎中国经济崛起但排斥中国军事崛起的人群,占总人数的 25%左右;军事类是指喜欢中国军事崛起而不喜欢中国经济崛起的一类人,占总人数的 13%左右。在这四类人群中,最喜欢中国的是亲类,最反感中国的是疏类,另两类居间。根据这一分类和假设一、二,我们可以得出如下两个衍生的假设:

假设四 总体而言,反美情绪越深的受访者,越有可能属于亲类人群。

假设五 总体而言,亲美情绪越深的受访者,越有可能属于疏类人群。

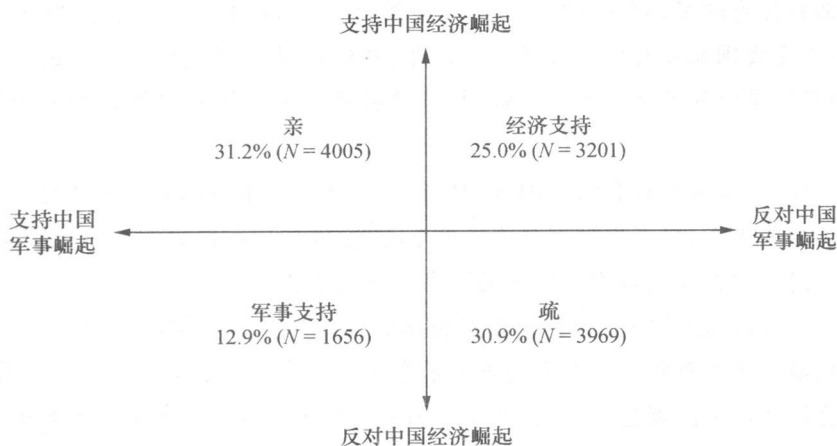


图-1 16个国家民众对中国经济和军事崛起的四种态度

注: N 表示有效应答人数。

但是, 考虑到各国受访者人数的差别导致的误差, 更有意义的是考察国家之间的差别。我们可以在每个国家内部按照经济 / 军事的维度进行分类并排序。图-2列举了每个象限所占百分比最多的前五个国家。比如, 巴基斯坦有 83.8% 的人属于亲类, 而且巴基斯坦也是拥有亲类百分比最高的国家。



图-2 16个国家民众对中国经济和军事崛起的四种态度

注: 括号里表示人数百分比。



值得注意的是, 16个国家都至少在图-2中出现过一次。这表明在 2005年, 世界主要国家面对中国崛起这一议题, 各国内部已形成相对一致的主流民意, 而且国别之间的民意差别比较明显, 这种差别也大致和经济地理的分界线一致。

首先, 发展中国家和欧美国家的民意以中国的军事崛起是好事还是坏事这一问题为分界线, 呈现出泾渭分明的两个阵营: 发展中国家国家的民众比较支持, 而欧美国家的民众比较担心中国的军事实力的增长。

其次, 与中国经济贸易往来相对密切的国家更支持中国的经济崛起, 而与中国贸易往来相对较少的国家则不太乐意见到中国的经济崛起。具体来看, 主流民意最亲近中国崛起的国家, 即亲类国家大致来自亚洲发展中国家和中东的部分国家: 巴基斯坦, 印尼, 约旦等。只偏好中国军事实力增长的军事类国家几乎清一色的来自中东和北非的穆斯林国家: 约旦, 摩洛哥, 土耳其等。欧美国家中, 外贸总量比较大, 本身开放程度比较高的海洋型西方国家, 比如德国、英国、英国、加拿大, 其民众对中国的经济崛起更欢迎。而那些外贸总量相对较少, 传统上被更认为是大陆型的西方国家, 比如西班牙、波兰、法国等, 其民众对中国经济实力的增长好感较少。<sup>1</sup> 美国的民意可以称得上是西方社会的一个浓缩版: 多于 85% 的人排斥中国军事崛起, 但认为中国经济崛起是好事的人数和认为是坏事的人数大体相等。回到本文提出的假设四和假设五上, 我们发现, 属于经济类的大多是美国最坚定的友国, 如英国、加拿大等国; 而属于军事类的则都是反美情绪最浓的中东国家。这说明, 假设四和假设五很有可能不成立。

崛起的中国毕竟只是中国错综复杂的身份中的一个, 而问题 3 的设置有助于我们了解中国的整体国家形象。尤其是这套数据库中还用同样的问题询问

---

<sup>1</sup> 有四个国家的位置值得注意。首先是俄罗斯。虽然俄中高层外交关系不错, 但也有 43% 左右的民众属于疏类, 这表明俄罗斯民众对中国的印象并不算好。其次是法国。2005年中法关系尚未有恶化, 法国是欧洲对中国比较亲近的国家, 但仍有超过一半的法国人对中国两方面的崛起都表示排斥, 这说明 2008 年的中法关系风波早有预兆。同时也提醒我们, 对于高层对华态度和民间对华态度不一致的国家, 要格外小心, 因为其外交政策可能受政治领袖的更迭而变化。第三和第四分别是印尼和印度。虽然中国的大众舆论对前者出于历史原因, 对后者出于现实利益问题, 表现得比较冷淡, 但这两国的人民还是比较欢迎中国崛起的。部分原因可能是因为抽样方法: 两国样本中都市人口中的年轻人口占了比较大的比例。但这也同时启示我们, 有时他国对中国的民意可能并不和我们想象得一致, 这要求我们在考虑事实的基础上得出结论。

受访者对美、日、法、德的整体观感，这有助于我们进行横向比较。图-3将五个选项从 1—5分赋值，1表示非常不喜欢，5表示非常喜欢，列出了中、美、日、法、德等五国受访者的平均得分，并按照中国的得分从高到低将 16个国家进行排序。

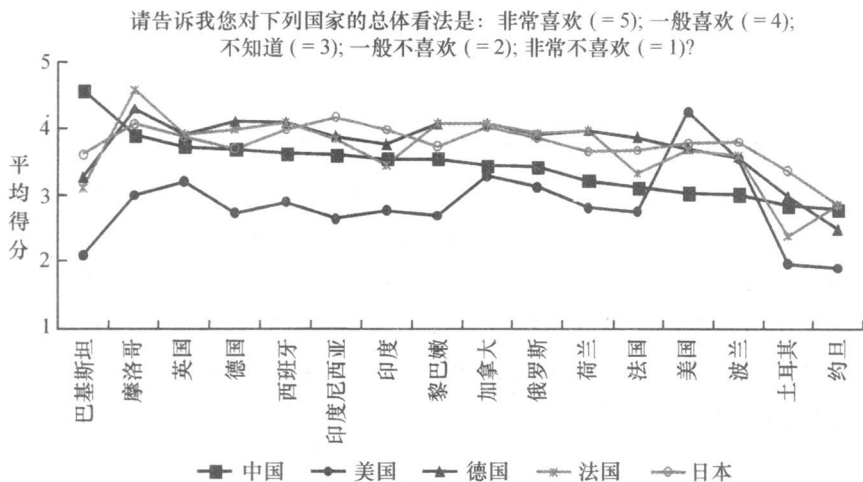


图-3 16个国家民众对中、美、德、法、日五国的总体评分

总体而言，中国的整体国际形象处于中游水平：将 16个国家的平均分再进行平均计算后，中国的分数是 3.439分，高于美国（2.849分），但落后于日本（3.749）、德国（3.733）、法国（3.665）。除此之外，中国的平均分在 16个国家中的 14个高于美国，但在 16个国家中的 13个低于日本、德国、法国。这些数据证明，至少在 2005年，中国比美国在世界更受欢迎，但比不上日本、德国、法国。再次回到本文提出的问题，由于这张图上从左到右中国的得分递减，如果亲中和反美真的相关，那么美国的得分从左到右应该大体呈上升趋势，但是直观来看是呈波浪形，这也对假设三也提出了挑战。

## （二）核心自变量

核心自变量是指在回归模型中需要集中关注并特别解释的自变量。最理想的情况是，核心自变量不仅与研究者的旨趣相符，而且是所有可能原因中最重要或者相对重要的。根据本文提出的假设，我们将受访者对美国的看法作为

核心假设变量。

现有的文献中对反美主义这一概念的定义颇多,不过大多学者都会指出反美的不同层次。美国学者保罗·洪伦德(Paul Hollander)将反美主义定义为“一种散乱的,很大程度上是非理性的,源自内心的对美国的厌恶之情,包括对美国国内制度、外交政策、核心价值、文化以及美国人民的厌恶。”<sup>1</sup>卡赞斯坦(Peter J Katzenstein)和基欧汉(Robert O. Keohane)将反美主义定义为“一种对美国和美国社会持有负面评价的心理倾向”,并划分出四种类型:自由主义的反美主义、社会层面的反美主义、主权一民族反美主义和激进反美主义。<sup>④</sup>约瑟夫·奈认为反美主义有以下几个层面:对美国政府政策的谴责、对美国价值观和文化的抵抗、结构层面的反美主义和以反美主义之名行反全球化之实的反美主义。<sup>④</sup>

可惜的是,皮尤2005年的调查中并没有涵盖反美主义的方方面面。这里我们选择了五个有关美国的问题构建一个亲美指数。这五个问题包括对美国国家总体形象的评价、对美国军事超级大国这一地位的意见、对美国外交政策的好恶、对美国反恐战争的支持以及对美国总统布什的印象。<sup>④</sup>利用统计中的因子分析进行研究后发现,这五个问题的答案有很高的相关性,因此可以合并成为一个指数。<sup>⑤</sup>将这个指数标准化为一个从0—1的数字之后(0表示最厌恶美国,1表示最亲近美国),就得到了亲美指数。所有17766个受访者的平均亲美指数是0.459,方差是0.260。

<sup>1</sup> Paul Hollander, *Anti-Americanism: Critiques at Home and Abroad, 1965-1990* (New York: Oxford University Press, 1992), p. 334

<sup>④</sup> Peter J. Katzenstein and Robert O. Keohane eds., *Anti-Americanism in World Politics*, p. 12

<sup>④</sup> Joseph Nye, *Soft Power*.

<sup>④</sup> 这五个问题分别是:(1)请告诉我您对美国的看法是:很喜欢,有点喜欢,有点不喜欢,非常不喜欢,还是不知道?(2)目前,美国拥有世界上最强大的军事力量。在将来,是美国继续维护世界头号军事强国的地位更好呢?还是欧洲或中国变得和美国一样强大更好?(3)就制定外交政策而言,你觉得美国多大程度上考虑了你所在国的利益:很多,一些,不很多,还是完全没有?(4)以下哪种说法更符合你的观点:我支持美国领导的反恐战争,还是我反对美国领导的反恐战争?(5)以下我将念出一系列领导人的名字,请告诉我你多大程度有信心该领导人在世界事务中的所作所为是正确的:很有信心,一般有信心,不是很有信心,或者完全没有信心(美国总统乔治·W.布什)。

<sup>⑤</sup> 因子分析(Factor Analysis)的基本目的是用少数几个因子去描述许多指标或因素之间的联系,即将相关比较密切的几个变量归在同一类中,每一类变量就成为一个因子(之所以称其为因子,是因为它是不可观测的,即不是具体的变量),以较少的几个因子反映原始资料的大部分信息。本文使用的民意调查是出于描述的目的,大多题目只有2—4个选项。想要构建一个涵盖信息比较多的、连续的变量以便于在回归中使用,最好的统计工具是因子分析。

### (三) 控制变量

控制变量是指在回归模型中要么不太重要, 要么与研究者的旨趣不太合拍的自变量。但是控制变量也属于解释变量, 并可能对回归结果产生干扰, 这也要求我们也将此加入模型, 防止核心解释变量的系数产生误差。<sup>1</sup> 考虑到本文的数据库实际上是一个两层的数据库, 我们首先为每个国家创立一个虚拟变量, 以观察在所有国家的总体趋势; 其次在个人层面, 我们使用在研究民意和外交政策关系的文献中被广泛运用的一些社会经济变量。

#### 国家虚拟变量

可以将为每个国家创立虚拟变量这个步骤简单地想象成先在每个国家内部先寻找规律, 然后看 16 个国家是否绝大多数都具有这种规律。背后的主要原因是国家和国家之间的差别实在是太大了, 无论用哪个衡量国力的数据, 或者用多个数据 (比如 GDP、军费支出、地理位置等), 都很难将这 16 个国家之间的差别概括完全。所以, 最简单明了的方法是将每个国家视为一个独立个体进行分析, 再寻找所有个体共有的规律。

但本文并不打算详细讨论国家虚拟变量之间的差别。原因有以下几个: 第一, 本文的研究问题针对的是个体, 而非国家。本文的研究问题并不是亲近美国的国家是否会疏远中国, 否则因变量应该是一国中对中国有好感人数的百分比。第二, 本文也没有办法针对国家做统计上的讨论。一般而言, 一个回归模型至少要有 30 个数据才算有效, 国家层面上只有 16 个数据, 还没达到这一要求。第三, 在前面我们已经利用描述统计的方法进行了分类, 讨论了哪些国家的主流民意亲近中国, 并进行了适度推广, 这种描述的方法已经足够。后文会简单讨论国家虚拟变量作为一个总体的意义, 但不会详细阐述每个国家的虚拟变量系数。

#### 年龄

美国学者发现, 代际变化使美国民众对外交事务的看法呈现周期性的变化。<sup>④</sup> 布热津斯基特别提出了“慕尼黑一代”和“越南一代”的概念。他认为, 那

<sup>1</sup> 这背后的原理是可能某个解释原因能够同时解释其他原因和待解释结果, 比方说可能受访者的国籍就能同时决定其是否亲中或者是否反美。将受访者的国籍作为控制变量放入模型后, 相应的解释前提就变成了“在受访者国籍一定的情况下”, 从而控制了产生干扰的可能。

<sup>④</sup> Frank K. Ingberg, *Cyclical Trends in American Foreign Policy Mood: the Unfolding of America's World Role* (Lanhan: University Press of America, 1983).

些经历过慕尼黑事件并品尝过绥靖政策的失败的人,会更支持美国在冷战时的遏制战略,而那些经历过越战的年轻人会更偏好孤立主义。<sup>1</sup> 鉴于各国民众对历史事件有不同的感受和关注度,在此并不使用统一的代际进行划分,而是直接使用受访者的原始年龄,建立一个年龄变量。所有受访者的平均年龄是40.39岁,标准差是15.65岁。

### 性别

研究民意和外交关系的先驱学者阿尔蒙德 (Gabriel Almond) 在半个多世纪之前指出,“女性相比男性而言,对外交事务更冷淡和无知。”<sup>④</sup> 美国的研究文献表明,性别对民意对外观的影响比较复杂,随着问题的不同会得出不同的结论,没有证据完全证明或完全否认男性和女性对外交事务的看法存在差别。<sup>⑤</sup> 本文的数据库中女性受访者约占51.21%,男性占48.79%。

### 教育

教育在塑造民意上起了很重要的作用。美国文献一致表明,教育程度越高的民众,对国际主义的支持度越高;反之教育程度越低的民众,越支持孤立主义。<sup>⑥</sup> 根据皮尤2005年对各国教育系统的编码,本文设立了四个教育程度:小学或小学以下(0—5/0—6年)、初中及同等程度(5—8/6—9年)、高中及同等程度(8—11/9—12年)、大学或者更高(16年及以上)。所有受访者中,四类受访者的比例是22.93%,22.01%,29.22%,25.85%。

### 收入

民众的收入与他们对中国的态度并不一定呈线性关系。比如,美国的低收入人群可能会对中国的经济发展抱有好感,因为这能使得他们购买更为便宜的商品,但同时他们也会因为制造业职位的流失而感到不安。2005年的皮尤调查在每个国家提供了不同的收入维度,在此我们将其整理为四个分类:低收入、中低收入、中高收入和高收入。具体的方法是先求出一国所有受访者收入的平

<sup>1</sup> Elizabeth Drew, “A Report at Large (Zbigniew Brzezinski),” *New Yorker*, May 1, 1978, pp. 90-130.

<sup>④</sup> Gabriel Almond, *The American People and Foreign Policy* (New York: Harcourt Brace and Company, 1950), p. 121.

<sup>⑤</sup> Ole R. Holsti, *Public Opinion and American Foreign Policy* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996), p. 172.

<sup>⑥</sup> National Opinion Research Center “Cincinnati Looks at the United Nations,” *NORC Report*, No. 37 (Chicago: Chicago National Opinion Research Center, 1947).

均值和标准差,再用平均值减去标准差、平均值、平均值加上标准差作为划分界限。16个国家中有 21.8%的民众属于低收入,39.0%属于中低收入,25.6%属于中高收入,13.6%属于高收入。

#### 互联网的使用情况

媒体在塑造民意上发挥着至关重要的作用。皮尤 2005年的调查询问了受访者使用互联网的情况,约有 37.0%的受访者说他们“使用过因特网”,约 63.0%的受访者则“从未使用过互联网”。

#### (四) 回归模型

本文的三个因变量中,有两个是二值变量,受访者要么认为中国的经济军事发展是好事(=1),要么认为是坏事(=0)。面对这种只取两个值的因变量,一般在线性概率模型(Linear Regression Model简称LPM)或者更高级的二元逻辑斯蒂模型(Binary Logistic Model简称BLM)中选择。线性概率模型是OLS模型的变种,其优点是简洁明了,解释起来比较方便,但缺点在于其将自变量和因变量的关系假定为直线型的关系,还可能出现最后的百分比概率小于0或者大于100%的不可能情况。考虑到这些不足,本文将首先采用二值相应的逻辑斯蒂模型分析亲美指数的上升和受访者对待中国态度的关系。<sup>1</sup>为了方便比较,第三个自变量也将编为二值的变量,受访者要么非常喜欢/一般喜欢(=1),非常不喜欢/一般不喜欢(=0)中国。

第二组有关受访者对待中国崛起态度的分类(亲、疏、经济支持、军事支持四种态度)没有办法编为一组连续的变量。我们可以说亲类和疏类分别是对中国最有好感和最没有好感的,但经济类和军事类则无法比较。当因变量是无法排序的分类变量时,使用多项逻辑斯蒂模型(Multinomial Logistic Model简称MNL)最为合适。<sup>4</sup> 本文采用MNL模型分析亲美指数的变化将带来受访者属于亲、疏、经济、军事其中一类的概率变化。表-1将所有的应变量、核心解释变量和其他控制变量进行了综合描述。

<sup>1</sup> 有关于线性概率模型和二元逻辑斯蒂模型的详细描述,请见 Jeffrey M. Wooldridge *Introductory Econometrics: a Modern Approach* (Cincinnati: South-Western College Publishing 2008), p 583

<sup>4</sup> 有关于多项逻辑斯蒂模型的详细描述,请见 J. Scott Long *Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables* (Thousand Oaks: Sage Publications 1997), pp 148-158

表-1 自变量, 因变量的定义和编码

| 变量性质           | 变量简称           | 变量定义和编码  |
|----------------|----------------|--|
| 因变量<br>(基本因变量) | 对中国经济崛起<br>的看法 | 受访者对中国不断增长的经济实力的看法: 是好事 = 1 是坏事 = 0                            |
|                | 对中国军事崛起<br>的看法 | 受访者对中国军事和美国一样强大的这一假定的看法: 是好事 = 1, 是坏事 = 0                      |
|                | 对中国的看法         | 受访者对中国的看法: 喜欢 = 1, 不喜欢 = 0                                     |
| 因变量<br>(附加因变量) | 亲              | 受访者认为中国经济崛起和中国军事崛起都是好事: 属于亲类 = 1 不属于亲类 = 0                     |
|                | 疏              | 受访者认为中国经济崛起合众国军事崛起都是坏事: 属于疏类 = 1 不属于疏类 = 0                     |
|                | 商              | 受访者认为中国经济崛起是好事, 中国军事崛起是坏事: 属于经济类 = 1, 不属于经济类 = 0               |
|                | 武              | 受访者认为中国经济崛起是坏事, 中国军事崛起是好事: 属于军事类 = 1, 不属于军事类 = 0               |
| 自变量<br>(核心自变量) | 亲美指数           | 将受访者对五个和美国有关的问题使用因子分析后合并得到的综合指数, 最小表示极端厌恶美国 = 0 最大表示极端喜欢美国 = 1 |
| 自变量<br>(控制变量)  | 国家层面上的控制变量:    |  |
|                | 国家虚拟变量         | 对每个国家赋予一个虚拟变量  |
|                | 个人层面上的控制变量:    |  |
|                | 年龄             | 受访者的年龄   |
|                | 性别             | 受访者的性别: 男性 = 1, 女性 = 0   |
|                | 教育             | 受访者的教育水平: 小学及以下 = 0 初中 = 2 高中 = 3 大学及以上 = 4                    |
|                | 收入             | 受访者的收入水平: 低收入 = 1, 中低收入 = 2 中高收入 = 3 高收入 = 4                   |
|                | 因特网            | 受访者是否使用过因特网: 使用过 = 1, 未使用过 = 0                                 |

(五) 反美和亲中

表-2和表-3分别报告了使用 BIM 和 MNIM 模型进行回归的结果。结果令人满意。首先, 无论采用那个模型, 反美和亲中都高度相关, 这种相关性即使

控制住了受访者国籍和社会经济的情况,也是真实存在的;其次,从表-2和表-3中得出的基本结论是吻合的,最后,虽然可能比不上国家虚拟变量的预测效果,但与微观社会经济变量相比,受访者对美国的态度能更好的预测其对中国的态度。这证明,本文提出的核心自变量的确是相对重要的自变量。

表-2 16个国家民意调查对中国态度的回归结果(BLM模型)

|                 | 对中国经济的看法 | 对中国军事的看法  | 对中国的看法   |
|-----------------|----------|-----------|----------|
| 亲美指数            | 0.547**  | -1.476*** | 1.122**  |
|                 | (0.091)  | (0.083)   | (0.094)  |
| 年龄              | -0.003*  | -0.007**  | -0.010** |
|                 | (0.001)  | (0.002)   | (0.002)  |
| 性别              | 0.070    | 0.081     | -0.049   |
|                 | (0.039)  | (0.045)   | (0.042)  |
| 教育程度<br>小学(省略)  | —        | —         | —        |
| 初中              | -0.118   | -0.120    | 0.163*   |
|                 | (0.069)  | (0.078)   | (0.074)  |
| 高中              | -0.219*  | -0.191†   | 0.030    |
|                 | (0.068)  | (0.078)   | (0.074)  |
| 大学              | -0.110   | -0.147    | -0.002   |
|                 | (0.075)  | (0.085)   | (0.081)  |
| 收入程度<br>低收入(省略) | —        | —         | —        |
| 中低              | -0.005   | -0.140    | 0.017    |
|                 | (0.058)  | (0.067)   | (0.062)  |
| 中高              | -0.045   | -0.360**  | -0.016   |
|                 | (0.065)  | (0.075)   | (0.070)  |
| 高               | 0.184†   | -0.265**  | 0.180*   |
|                 | (0.077)  | (0.088)   | (0.082)  |
| 互联网             | 0.044    | 0.061     | 0.049    |
|                 | (0.055)  | (0.063)   | (0.059)  |
| 国家虚拟变量          | 国家虚拟变量   | 国家虚拟变量    | 国家虚拟变量   |
| 近似 $R^2$        | 0.059    | 0.255     | 0.089    |
| 样本量             | 11727    | 11933     | 11449    |



表-3 16个国家民意调查对中国态度的回归结果 (MNLN 模型)

|                 | 亲 vs 疏                 | 经济 vs 军事             | 军事 vs 疏                |
|-----------------|------------------------|----------------------|------------------------|
| 亲美指数            | - 0.742 <sup>***</sup> | 0.713 <sup>***</sup> | - 2.232 <sup>***</sup> |
|                 | (0.116)                | (0.111)              | (0.165)                |
| 年龄              | 0.008 <sup>**</sup>    | 0.001                | 0.003                  |
|                 | (0.002)                | (0.002)              | (0.003)                |
| 性别              | 0.104                  | 0.156 <sup>*</sup>   | 0.239 <sup>**</sup>    |
|                 | (0.055)                | (0.053)              | (0.071)                |
| 教育程度<br>小学(省略)  | —                      | —                    | —                      |
| 初中              | - 0.168                | 0.041                | - 0.115                |
|                 | (0.097)                | (0.103)              | (0.117)                |
| 高中              | - 0.309 <sup>***</sup> | 0.013                | - 0.021                |
|                 | (0.097)                | (0.103)              | (0.117)                |
| 大学              | - 0.195                | 0.071                | - 0.002                |
|                 | (0.107)                | (0.109)              | (0.131)                |
| 收入程度<br>低收入(省略) | —                      | —                    | —                      |
| 中低              | - 0.152                | 0.031                | - 0.077                |
|                 | (0.082)                | (0.083)              | (0.102)                |
| 中高              | - 0.364 <sup>***</sup> | 0.067                | - 0.215                |
|                 | (0.092)                | (0.090)              | (0.121)                |
| 高               | - 0.097                | 0.306 <sup>**</sup>  | - 0.178                |
|                 | (0.108)                | (0.104)              | (0.142)                |
| 互联网             | 0.070                  | 0.091                | 0.058                  |
|                 | (0.078)                | (0.072)              | (0.099)                |
| 国家虚拟变量          | 国家虚拟变量                 | 国家虚拟变量               | 国家虚拟变量                 |
| 近似 $R^2$        | 0.1687                 |                      |                        |
| 样本量             | 11025                  |                      |                        |

在分析统计结果时,主要需要关注以下几项参数:相关性、系数和  $R^2$  的变化。相关性主要关注自变量和因变量中是否存在关系和这种相关关系的强弱。系数则是用于确定以及自变量的变化引起因变量变化幅度的方向(正相关或

负相关)和大小。 $R^2$ 指所有自变量和因变量之间的拟合程度,或者说所有加入模型的自变量多大程度上能解释因变量的变化。以表-3为例,首先可以断定的是,亲美指数和亲中程度之间存在很强的相关性。每个系数右上角的星号表示相关性的 大小,三颗星号表示“在 0.1% 的水平上显著”,或者说该系数对应的自变量和因变量之间存在很强的相关关系。亲美指数在三个分模型中都在 0.1% 的水平上显著,相比较而言,只有年龄变量能够与之媲美,但年龄在第一个分模型中只在 5% 的水平上显著。在确定相关性的基础上,结合系数的方向和大小能够得出以下结论:

(1) 总体而言,越亲美的受访者越有可能认为中国的经济崛起是好事。虽然从系数的绝对值(0.547)上来看,亲美指数的变化给受访者中国经济崛起态度的变化和其他两项(-1.476, 1.122)比起来相对较弱,但总体仍在 0.1% 的水平上显著。具体说来,经过模拟运算,当受访者的国籍一定且社会经济参数全部取平均值的情况下,其亲美指数每上升一个标准差(0.26)时,认为“中国不断增长的经济实力是好事”的可能性也会相应上升 14.3%。

(2) 总体而言,越反美的受访者越有可能认为中国的军事崛起是好事。回归结果显示,受访者对美国的态度和对 中国军事崛起的态度相关性最明显。在三个分模型中,其系数是最大的(-1.476)。当受访者的国籍一定且社会经济参数全部取平均值的情况下,受访者的亲美指数每上升一个标准差,其认为如果中国的军事实力变得和美国一样强大是好事的概率会相应下降 38.4%。

(3) 总体而言,越亲美的受访者越有可能喜欢中国。在第三个分模型中,系数的绝对值处于中游(1.122),这说明这一相关性的明显程度介于前两项结果之间。当受访者的国籍一定,社会经济参数全部取平均值的情况下,受访者的亲美指数每上升一个标准差,其选择对中国很喜欢或者有点喜欢的概率会下降 29.1%。

至此,本文的前三个假设全部验证完毕。回归结果显示,反美和亲中之间的关系较之前想象的复杂,只有假设 2 得到了支持,假设 1 和假设 3 都被否定了。在此我们进一步选择了在图-2 分类中最典型的四个国家进行概率模拟和预测:巴基斯坦(亲类)、德国(经济类)、约旦(军事类)、西班牙(疏类)。假想每个国家都有两名受访者,均为 45 岁的男性,中高收入水平,高中教育水平,使

用过互联网。唯一的不同是他们对美国的看法，一人对美国深恶痛绝，亲美指数是 0 另一人对美国极端喜爱，亲美指数是 1。那他们对中国的观感会怎么样呢？下表-4 给出了这些假想的受访者对因变量中三个问题回答的概率。以巴基斯坦的两名虚拟受访者为例，对于极端厌恶美国的其中一人，他认为中国经济崛起是好事，军事崛起是好事和对中国有好感的预测概率分别是 80.8%，93.7%和 94.0%；对于另一名极端喜欢美国的男子，其认为中国经济崛起是好事，军事崛起是好事和对中国有好感的预测则分别是 87.9%，76.9%和 98.0%。其他几组数据以此类推。可以看到，虽然有些数据的变化幅度不是很大，但总体还是符合之前的结论的。

表-4 4个国家国民对中国态度的预测概率

|      | 对中国经济的看法 |          | 对中国军事的看法 |          | 对中国的看法   |          |
|------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|      | 亲美指数 = 0 | 亲美指数 = 1 | 亲美指数 = 0 | 亲美指数 = 1 | 亲美指数 = 0 | 亲美指数 = 1 |
| 巴基斯坦 | 80.8%    | 87.9%    | 93.7%    | 76.9%    | 94.0%    | 98.0%    |
| 德国   | 53.6%    | 67.3%    | 17.9%    | 4.8%     | 42.3%    | 69.2%    |
| 约旦   | 49.4%    | 62.8%    | 80.5%    | 48.4%    | 64.1%    | 65.2%    |
| 西班牙  | 37.4%    | 50.8%    | 19.3%    | 5.2%     | 59.1%    | 74.5%    |

注：年龄 = 45 收入 = 中高 教育 = 高中 因特网 = 使用过。

表-3中对四种分类的 MNLM 模型分析结果和表-2的回归结果是一致的，但用语言阐述显得相对复杂：如果使用疏类作为基本组，受访者的亲美指数从 0 上升到 1 时，他从属于经济类的概率和从属疏类的概率之间的比例的自然对数值 ( $\text{Log}(P(\text{经济支持})) / \text{Log}(P(\text{疏}))$ ) 会相应上升 0.713；类似的，从属军事类和从属疏类，从属亲类和从属疏类的比例的自然对数值在亲美指数从 0 上升到 1 时，则会下降 2.232 和 0.742。另一种解释方法是，当受访者的亲美指数由 0 上升为 1 的时候，其属于经济类与疏类之比的相对风险度 (Relative Risk) 等于  $\text{EXP}(0.713) = 2.040$ 。同时，属于军事类与属于疏类之比的相对风险度为  $\text{EXP}(-2.232) = 0.107$ ，属于亲类与属于疏类之比的相对风险度为  $\text{EXP}(-0.742) = 0.476$ 。

抛开这些统计术语，比较通俗的解释是：当受访者对美国的好感由极端厌恶到极端喜欢的变化过程中，他在图-2四种分类的从属变化顺序依次是：军事支持、亲、疏和经济支持。换言之，非常喜欢美国的人最有可能落入经济类，非

常讨厌美国的人最有可能落入军事类,有一些喜欢美国的人最有可能属于疏类,有一些不喜欢美国的人最有可能属于亲类,对中国经济和军事崛起都喜欢。至此,假设 4 和假设 5 也被推翻了。

我们该如何解释这三组相关性呢?亲美的人对中国经济崛起稍微有一些好感,对中国军事崛起有强烈的反感,对中国作为一个整体则有适中的正面评价。这首先与国际问题的两大议题经济和军事本身的性质有关,从更广的维度来看则与社会学固有的两大范式功能主义和冲突论及其在国际关系领域的投影自由主义和现实主义有关。一般而言,国际经济领域的议题更多地关注国家之间的经济分工和合作,而国际军事和安全领域则更多地被描述为势不两立的零和游戏。这两个领域中流行的术语带给人很不一样的观感:前者强调相互依赖、国际贸易,而后者谈论的是无政府状态、安全困境和相对军事实力。这些理念和民意对外交事务的解读是基本一致的。一个经济崛起的大国可能会强调合作共赢,而一个军事崛起的大国更多侧重竞争和对抗。此前研究民意的文献中,美国民众对外交事务的基本立场也沿着对经济和军事的不同看法形成不同的阵营:自由国际主义者或者经济国际主义者以及保守国际主义者或者军事国际主义者。前者更倾向以谈判合作达成目的,而后者更倾向单边的武力行动。<sup>1</sup>

这一结论在中美外交政策的现实中也可以获得支持。正如王义桅指出的,中美两国可称得上是经济全球化的两大受益国。<sup>④</sup>自从改革开放政策实施以来,中国的 GDP 由 1978 年的约 3645 亿元猛增到 2004 年的约 159878 亿元,外贸总量在世界各国的排名由 1978 年的第 33 位升至 2004 年的第 3 位,从 1992 年到 2004 年中的 12 年间,中国始终是世界上吸引外资最多的发展中国家。<sup>④</sup>至于美国,在 2004 年其进口总量占世界第一,出口总量占世界第三,出口行业

<sup>1</sup> Michael Mandelbaum and William Schneider, "The New Internationalism," in Kenneth A. Oye et al. eds., *Eagle Entangled: U.S. Foreign Policy in a Complex World* (New York: Longman, 1979). Eugene R. Witkopf, *Faces of Internationalism: Public Opinion and American Foreign Policy* (Durham and London: Duke University Press, 1990).

<sup>④</sup> 因为皮尤的调查是在 2005 年完成的,这里引用的数据都截止至 2004 年。

<sup>④</sup> 以上数据来自《中国统计年鉴 2005 年》。

对于 GDP 增长的贡献率在所有行业中排名第二。<sup>1</sup>

虽然不时有公开报道的中美军队交流信息,但中美在军事安全领域主要还是处于对抗状态。台湾问题依然是中美安全领域最重要和敏感的问题,台湾海峡也一直是中美有可能兵戈相见的地区之一。20世纪90年代中期以来,几次中美之间重大的安全危机(如1996年的台海危机、1999年的炸馆事件、2001年的撞机事件),无不昭示中美军事领域的对立状态。2004年美国参谋长联席会议发表的《美国国家军事战略》宣称,“有一些国家既拥有传统的武装力量,又拥有尖端的武器,包括战略和巡航导弹,使其能够寻求对世界关键地区的控制。”<sup>④</sup>美国2004年的《中国军力报告》写道:“中国视美国为唯一能对中国构成真正军事威胁的国家。”<sup>⑤</sup>相比而言,中国国防白皮书更加直截了当地阐明了对美国的态度:“美国多次重申坚持一个中国政策、遵守三个联合公报、反对‘台独’的立场。但是,美国继续提升售台武器的数量和质量,向台湾当局发出错误信号,不利于台海局势的稳定。”<sup>⑥</sup>

如果说中美经济和军事领域之间的关系相对明了,那么真正有意思的是最后一个结论:2005年在世界主要国家之中,并不是越讨厌美国的人越喜欢中国,相反是越喜欢美国的人越喜欢中国。这样一个结论在现实中并不是没有痕迹可寻。比如说罗伯特·佐利克曾经提出过“利益攸关方”这一概念,<sup>⑦</sup>2006年胡锦涛主席在会见美国总统小布什后,曾提出“中美不应只做‘利益攸关方’,更应该做‘建设性的合作者’。”<sup>⑧</sup>一直到最近的“G2”和“中美国”等概念都说明中美之间国家形象的重合之处:这两个国家均幅员辽阔,在国际舞台上

<sup>1</sup> United States International Trade Commission, *The Year in Trade 2004: Operation of the Trade Agreements Program* (56th Report), 2005.

<sup>④</sup> Richard B. Myers, “The National Military Strategy of the United States of America: A Strategy for Today: A Vision for Tomorrow, 2004,” <http://www.defenselink.mil/news/Mar2005/d20050318rms.pdf>

<sup>⑤</sup> “Annual Report on the Military Power of the People’s Republic of China, 2004,” <http://www.defenselink.mil/pubs/d20040528PRC.pdf>

<sup>⑥</sup> 国务院新闻办公室:《2004年的中国国防》白皮书, [http://news.xinhuanet.com/mil/2004-12/27/content\\_2384551.htm](http://news.xinhuanet.com/mil/2004-12/27/content_2384551.htm).

<sup>⑦</sup> Tony Karan, “Bush China Policy Defaults to Engagement,” *Time*, July 31, 2001, <http://www.time.com/time/columnist/karan/article/0,9565,169585,00.html>

<sup>⑧</sup> “China: US More Than Stakeholders but Constructive Partners,” Chinese FM, <http://www.china-embassy.org/eng/zmgx/248828.htm>.

分量极重;都是当前国际制度的受益者;毋庸置疑,双方的某些政策都颇有争议,引起过世界舆论的热议。当然,有关中美之间的差异和矛盾的例子俯拾皆是,比如双方各自的外交政策、政治制度、社会文化差异等等。而统计分析最大的优势之一,就是在竞争性假设都合情合理的情况下,确定这些假设哪个更符合事实。本文通过统计检验,证明全球民众更多关注的是中美两个国家之间的相似之处,中美两国的共同身份在全球民意中的分量远比中美之间巨大的区别更为重要。换言之,中美之间的相似点掩盖了双方的不同点,产生了某种国家形象上的相互依赖。

#### (六) 社会/经济变量和对中国的态度

需要指出的是,社会/经济变量作为控制变量,对受访者对中国喜好程度的决定性远小于国家虚拟变量。以近似  $R^2$  衡量,表-2将国家虚拟变量和社会/经济变量置于模型中,所得到的近似  $R^2$  分别为 0.059、0.255和 0.089。去掉国家虚拟变量后,近似  $R^2$  则下降为 0.009、0.112和 0.021。这说明,国籍的区别比国内阶层的区别对受访者对华态度更起决定作用。不过,我们总结基本的社会/经济变量在塑造民意中的作用,对现实的外交工作亦有价值。

总的来看,五个变量里最有指示效果的是年龄,年轻人最有可能对中国抱有好感。男性和女性比较,男性更倾向于将中国的经济和军事崛起视为两个不同的维度,而女性倾向于视为同一事物,但没有证据表明性别在此问题上有显著影响。高中教育程度和中高收入阶层的民众对中国的好感度较低,高等收入的人群明显对中国的经济发展有好感而对中国的军事比较排斥。是否使用互联网对民众对中国的看法没有显著的影响。

年龄在表-2的后两个分模型中都在 0.1% 的水平上显著,表-3显示年轻人更倾向于对中国的经济和军事都持正面评价。德国社会学家卡尔·曼海姆在谈及代际更替在民意对外交事务看法中起到的作用时认为:“代际赋予了个体在社会和历史进程中的位置,限定了个体在特定范围内的经验感受,使他们倾向于某种固定的思维方式和某种类型化的对历史事件的反映。”世界各地的年轻人对冷战等历史事件记忆较模糊,对新观念和新事物接受起来比较快,加之中国在 1978年以后对外姿态总体比较务实、低调,所以他们对中国的评价也相

对正面。

性别的差别在表-2中表现得并不明显,三个分模型在 5% 的水平上都不显著,而这一差别主要在表-3中得以体现。男性更有可能属于经济类或者军事类,而女性更可能属于疏类。这证明男性倾向于将中国的经济和军事视为相对独立的发展方向,而女性更有可能认为这二者是相关的。

一个有趣的发现是中上层收入的受访者对中国更有可能持负面评价,这在表-3中体现的最明显。比较可能的解释是,中产阶级更倾向稳定和秩序,因而无论对国内还是国际变革更可能采取排斥的态度。<sup>1</sup> 中国的崛起本质上会引起现有国际秩序的变化,因此可能中上层中产阶级可能并不乐见中国的崛起。相反,约占受访者总数 13% 的最为富有的高收入人群虽然也不乐意见到中国军事崛起,但他们在中国的经济发展更多地看到的是机遇而不是威胁,这和现有文献中对经济国际主义的讨论是一致的。<sup>④</sup>

教育的指示效果不如收入。高中教育水平的受访者对中国的好感度最低,无论是中国的经济崛起还是军事崛起他们都不太乐见。按照教育分类排列受访者对中国军事崛起的好感度,由高到低依次是:小学、初中、高中和大学。除此之外,教育水平并不能很好地预测受访者的回答。互联网的使用情况无论在表-2还是表-3都无法提供统计上的显著性,也就是说,这个因素的重要性最低。教育和互联网之所以指示效果不佳可能是因为与每个国家的具体国情有关:每个国家的主流价值观不一样,教育内容不一样,对历史和现实的解读也不一样;各国的大众舆论对同一国际事件的看法不一样,各国网民的网站偏好也不一样。这种种差异削弱了在全球范围内教育和互联网的使用这两个变量的解释力。

下图-4总结了上述讨论过的变量与所对应的态度分类。可以清楚地看到,受访者的国籍的不同和对美国态度的变化能够解释所有的四种分类,而社会经济变量只能解释部分分类。

---

<sup>1</sup> A Iastair Iain Johnston, "Chinese Middle Class Attitudes Towards International Affairs: Nascent Liberalization?" *The China Quarterly*, Vol 179, 2004, pp 603-628

<sup>④</sup> Witkopf *Faces of Internationalism*; Holsti *Public Opinion and American Foreign Policy*.

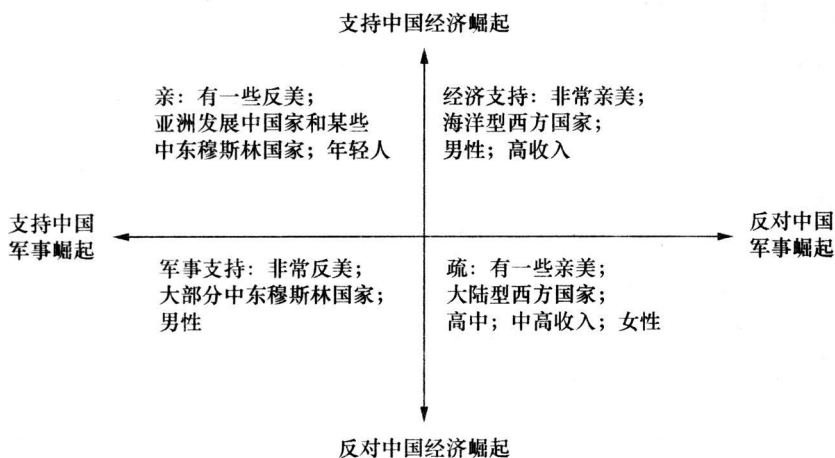


图-4 16个国家民众对中国经济和军事崛起的四种态度与所有因变量之间的关联

### (七) 回归模型的缺陷和解决办法

在此我们需要针对本文使用的回归模型中的两个主要缺陷进行讨论：关键自变量（反美主义）的定义问题，本次民调中较高的不知道比例。<sup>1</sup>

#### 1. 反美主义的定义问题

在本文的模型中，我们使用了因子分析法对 5 个有关美国的问题进行合并得到一个综合的亲美指数。这 5 个问题分别涉及美国的总体国家形象、超级大国的地位、外交政策、反恐战争和小布什总统。可能产生的疑问是：为什么使用这 5 个问题而不是别的问题？为什么这 5 个问题都主要围绕美国的政治方面尤其是外交政策？为什么不选择有关美国经济、社会和文化来构建亲美指数？毕竟以前的文献分析了反美主义的不同表现，除了反对美国外交还有针对美国价值观和美国民众的其他类型的反美主义。

一个简单的答案是，本文所选择的数据库中并不包含其他方面的问题。但是，这种解释并不具有说服力。另一个解释是，如果加入其他层面上的反美主

<sup>1</sup> 本部分将不报告具体的回归结果，对回归结果有兴趣的读者，可以查阅 Yang Zixiao and David Zweig “Does Anti-Americanism Correlate to Pro-China Sentiments?”, *The Chinese Journal of International Politics*, Vol 2009 2(4): 457-486



义,就不能构建一个单一的变量来指示受访者对美国的观感。而且,社会和文化层面上的反美和亲中之之间的联系没有政治层面上的反美来得直接。

在技术上我们还是有方法来检验之前的结论。在所有五个问题中,第一个问题直接询问受访者对美国的总体观感:“请告诉我您对美国的看法是:很喜欢,有点喜欢,有点不喜欢,非常不喜欢,还是不知道?”从理论上说,这个问题已经包含了反美主义的所有层面,受访者在回答这个问题时,潜意识里不仅将美国的各个方面都做出了评估,还给予了权重,最后输出为一个结果。因此,可以用这个问题的答案来验证本文的结论。

将这个问题的四个答案编为连续变量:很喜欢(=4),有点喜欢(=3),有点不喜欢(=2),非常不喜欢(=1),再代入表-2的模型中进行模拟。表-2中的三个分模型亲美指数的系数相应就变成了0.080、-0.180和0.322,但还是处在0.1%的显著水平上。如果将答案编成分类变量,系数的方向仍是一致的,只是大小略有变化。这个结果还是支持了我们之前得出的结论。无论用一个问题还是用一组问题对反美主义进行概念操作化,本文的基本结论并不发生改变。

## 2 较高的不知道比率

民意调查过程中常见的一个问题是,有较高比率的受访者对一些特定问题选择不知道。外交曾被视为少数精英的游戏,与普通民众无关。随着大众媒体的日益发达,外交议题逐渐被世人所关注。具体到本文所使用的数据库,对中国经济和军事能够做出明确评价的受访者约占总样本的65%左右,另外35%左右选择了不知道。

在平时进行各类研究时,材料的遗漏是经常发生的情形。处理该问题的一般原则是,如果材料的遗漏是根据因变量的遗漏,往往结果会产生严重的误差;但如果材料的遗漏是根据自变量的遗漏,那么对结果产生的误差属于可控范围之内。之前的民意调查设计人员和社会学家对是否要在调查问卷中设置不知道选项进行过很多讨论。一个共识是,所有的不知道大体可以分成两类。一类就是由于答案(因变量)而引起的,比如在回答有关同性恋、现有政治体制、党派候选人时,受访者可能因为话题过于敏感而刻意隐瞒,这种不知道又被称作“矛盾的”不知道。另一种与受访者自身限制(因变量)有关,比如在有关公

众科学素质的测试中, 受访者因为文化水平的问题无法作答, 这种不知道又称作“不确定”的不知道。简单地说, 前一种是知道不说, 这会使结果产生偏差, 后一种则是真的不知道, 对结果的影响不会很大。<sup>1</sup>

从常理上推断, 本文所涉及的问题对受访者来说不算很敏感的问题, 很可能是因为受访者的相关知识不足, 对世界局势和外交事务没有什么感性认识, 所以才会选择不知道。这一设想可以通过以下步骤来论证: 将数据库中所有受访者提供了明晰回答的问题编为 1, 答不知道的编为 0, 自变量选择所有的控制变 (包括国籍和社会/经济变量), 进行回归分析。

回归结果显示: 首先, 发达国家的民众对中国能有明确评价的比例高于发展中国家。其次, 在所有社会/经济变量中, 教育是最能够决定受访者是否回答不知道的因素。教育程度低的受访者回答不知道的比例明显高于教育程度高的, 是否使用因特网也有一定作用。这证明绝大部分回答不知道的受访者是因为自身的教育问题导致对外部世界的知识储备不足, 或是缺乏足够的信息而没有感性认识, 这属于真的不知道, 而不是知道不说, 因而不会影响最终结果。

## 五、结 论

基于 2005 年皮尤调查中心在 16 个国家进行的一项民意调查数据, 本文对世界民众对美国和中国看法有无关联这一问题进行了探讨, 并得出以下结论:

第一, 皮尤 2005 年的调查结果证实了在此之前进行的几项类似民意调查得出的一个结论, 即世界上大多数民众对中国的经济崛起呈正面评价, 对中国的军事崛起则呈负面评价。中国很长一段时间以来致力于利用经济合作和贸易消除其他国家民众的忧虑, 取得了不错的效果。但是, 中国也不能忽视国际社会对其军力增长的担忧, 相应的切实可行的政策还是必要的。此外, 当中

<sup>1</sup> 有关不知道的讨论, 请参见 Clyde H. Coombs and Lolagene C. Coombs “‘Don't Know’, Item Ambiguity or Respondent Uncertainty?” *Public Opinion Quarterly* 40: 497-514 (1976); Donald B. Rubin, Hal S. Stern and Vasa Vehovar “Handling ‘Don't Know’ Survey Responses: The Case of the Slovenian Plebiscite” *Journal of the American Statistical Association*, Vol 90, No 431 (Sep., 1995), pp 822-828; Alain G. G. Lam “Partial non-response and ‘don't know’ responses in surveys on sexual behavior” *Social Science Information*, Vol 35, No 1, 1996 pp 93-109.

国的总体国际形象在 5 个大国中排名中游, 高于美国, 但低于日本、德国和法国。这说明中国的国际形象还有很大的提升空间。

第二, 本文构建了一个基本的分类来描述世界各国的主流民意对中国崛起的看法。按照对中国经济崛起和军事崛起的不同看法, 所有受访者可划归于亲(对中国经济和军事均持正面评价)、疏(对中国经济和军事均持负面评价)、经济(对中国经济正面评价, 对军事负面评价)和军事(对中国经济负面评价, 对军事正面评价)四类中的一类。这四类之间的界线也与国家之间的经济地理界线有重合之处。发展中国家和发达国家以对中国的军事评价为界线分为两个阵营, 其中亚洲发展中国家和部分中东穆斯林国家大部分民众属于亲类, 大部分的中东和北非穆斯林国家的民众属于军事类。西方发达国家中, 海洋型的国家民众属于经济类, 大陆型的国家民众则属于疏类。对于那些高层对华外交姿态和民众对华态度并不相符的国家, 在外交工作中需要特别留意。

第三, 反美和亲中是否相关取决于中国以哪种身份呈现在世人面前。如果中国被视为经济崛起国, 那么对美国有好感的人也会对中国持正面评价; 如果中国被视为军事崛起国, 那么对美国有好感的人会对中国持负面评价。另一个相似的表述采用之前的四种分类: 非常喜欢美国的人最可能属于经济类, 非常不喜欢美国的人最可能属于军事类; 有一些喜欢美国的人最可能属于疏类, 有一些不喜欢美国的人最可能属于亲类。最后, 如果把中国视为一个整体概念, 那么中美两国的国家形象是相似大于相同, 世界各地的民众更倾向于将二者视为同一类型的国家而忽视二者之间众多的差异。这一结论启示我们, 国家形象或者说软实力类似于经济实力, 是一个合作和相互依赖占主导的领域。

第四, 虽然与受访者的国籍比起来, 社会/经济属性的指示效果在回归模型中相对较差, 但还是有一定的影响。总的看来, 年龄是最重要的决定受访者对华态度的指标, 世界各地的年轻人总体对华好感度最高。男性倾向于将中国的经济和军事崛起视为两个不同的维度, 而女性更愿意将二者视为同一事物。以收入和教育程度度量, 中上收入和高中文化层次的受访者对中国的好感度最低。高收入人群喜欢中国的经济发展而不喜欢中国军事力量的增强。是否使用因特网对塑造人们对中国的看法没有显著的影响。这提醒我们, 应该对各国的上层中产阶级多进行民间外交。这部分人群虽然平时对外交政策的影响不

如高收入人群,但在危机突发事件中往往可以扮演民意的代表力量,对政府施加压力。

随着中国在世界各地影响力的增强,中国的国家形象正日益成为一个引起热议的话题。2008年发生的三件大事(西藏3·14事件,四川大地震和北京奥运会的举办)更引起世界舆论对中国前所未有的关注。虽然皮尤调查中心是一个每年都会定期更新的数据库,2008和2009两年的新调查也陆续增加了有关中国其他方面的问题,但皮尤本身还是一个美国的调查机构,设计调查问卷的出发点也是基于美国的视角设计的。这在技术上会导致可供研究的问题较少、冗余问题较多、措辞不当、可供选项较少和遗漏选项等种种问题。而更严重的情况是诱导性问题的设置,这一问题可能使调查结果产生误差,使中国陷入对待世界舆论的被动状况。所以,中国应建立一套自己的调查体系,既为外交决策提供参考,同时也便于占据世界舆论的制高点。当然,在目前条件下,由于资金、技术手段的限制可能暂时达不到这一目标,但也有比较切实可行的策略,就是积极与诸如皮尤调查中心和芝加哥对外事务委员会等国外大型民意调查机构沟通和合作,既影响其制定和实施调查问卷的过程,又学习其方法和经验,为日后中国自己的民意调查提供借鉴。

## 作者简介

汤蓓 上海外国语大学国际关系与外交事务研究院助理研究员。2009年在复旦大学国际关系与公共事务学院获法学博士学位。主要研究方向为国际卫生安全。

电子信箱: tangbei\_427@hotmail.com

杨霄 清华大学国际关系学系硕士研究生。2009年在北京大学获生物技术专业和外交学双学士学位。

电子信箱: chyong@pku.edu.cn

张清敏 北京大学国际关系学院教授。代表著有《中国外交》《美国对台军售政策研究》等。

电子信箱: zhangqingmin@yahoo.com

王淑娟 清华大学马克思主义学院2009级硕士研究生。2009年在清华大学国际关系学系获法学学士学位。

电子信箱: huanghelixun@sina.com

漆海霞 清华大学国际问题研究所讲师。2007年在清华大学国际问题研究所获国际关系专业博士学位。

电子信箱: oceanq@126.com

杨子潇 香港科技大学社会科学学部硕士研究生。2008年在清华大学中文系获学士学位。

电子邮件: youngzshowek@gmail.com

崔大伟 (David Zweig) 香港科技大学社会科学学部讲席教授。担任香港科技大学中国跨国关系研究中心主任、香港政治科学学会主席等学术职务。

电子邮件: sozweig@ust.hk

杨倩如 中国人民大学国学院博士后研究人员。2009年获北京师范大学历史学博士学位,研究方向为史学史与中国文化传统。

电子信箱: shirley\_yq@sohu.com

高婉妮 南开大学周恩来政府管理学院国际关系学系2009级硕士生。2009年在中山大学政治与公共事务管理学院获法学学士学位。

电子信箱: gwning090618@gmail.com