

4. 研究分析

在第四章中，笔者对彼得拉基督大学人文与创意产业学院的学生十名学生进行的访谈结果进行分析。分析集中在对中国人的形象认知上。访谈结果被用作研究的基础，以了解对中国人形象认知的变化。以下是笔者所访谈的学生资料显示：

表格 4. 1. 看之前资料显示

号码	影响感知的因素	分主题	结果
1.	经验	观看（电影、广告、电视剧、等等）	随意 排他性强 努力工作 保留文化 科技非常发达
		见面	
2.	选择性	生物因素	
		生理因素	
		社会文化因素	随意
		心理因素	
3.	推断	限制知识	保留文化
		可获得的信息	
4.	评价性质	信念	
		主观性	
5.	上下文性质	基于相似性的事件结构	
		由对象和背景组成的事件	
6.	文化	信仰、价值观和态度	
		世界观	
		社会组织	科技非常发达
		人类本性	

		活动取向	
		对自己和他人的形象认知	

表格 4. 2. 看之后资料显示

号码	影响感知的因素	分主题	结果
1.	经验	观看（电影、广告、电视剧、等等）	守纪律 排他性强 努力工作 保留文化 科技非常发达
		见面	
2.	选择性	生物因素	
		生理因素	
		社会文化因素	
		心理因素	
3.	推断	限制知识	
		可获得的信息	
4.	评价性质	信念	
		主观性	
5.	上下文性质	基于相似性的事件结构	
		由对象和背景组成的事件	
6.	文化	信仰、价值观和态度	
		世界观	
		社会组织	
		人类本性	
		活动取向	
		对自己和他人的形象认知	

4.1. 看之前的形象认知

根据十位学生的访谈结果，他们对中国人都有自己的印象。笔者找到了五个看 Shanty 视频之前对中国人的五种形象是：随意、排他性强、努力工作、保留文化和知识渊博。

4.1.1. 随意

受访者认为中国人随意，原因有二：第一，中国人不能维护环境卫生，有时在卖东西时也不注意清洁。一位非华人受访者 Nita，从她的经验表示，对中国人的形象认知是中国人不能维护周围环境，例如乱扔垃圾、不遵守规定等。

“我觉得他们对周围的环境不太在意，经常随意乱扔垃圾。他们有时候也不遵守景点的规定...” (Nita, 个人通讯, 2024 年 4 月 22 日)

其中一位华人受访者 Billy，从他的经验（在 Youtube 看视频）表示，他对中国人在销售和清洁方面的形象认知如下：首先，中国人喜欢在烹饪和品尝食物时使用同样的烹饪工具，例如用同一把勺子来尝食物，或者使用同一块抹布直到抹布变脏为止。其次，有时食物中会有污垢，例如头发或蚂蚁。

“...然后通常在烹饪时使用勺子或者铲子，然后直接从勺子或者铲子上尝试食物。有时候会发现食物里有头发、蚂蚁或者杂物。而使用同一块抹布来擦拭厨房，用到它变脏之前都会反复使用。这样会显得有点不卫生。”(Billy, 个人通讯, 2024 年 4 月 21 日)

从上面的答案中可以看出，对于一些人而言，受访者可能会有一些负面印象，认为一些中国人不够注重卫生，并且不遵守规定。比如，一些人可能会在卖食物时使用相同的工具，随地乱扔垃圾等。这可能反映了一些中国人在售卖食物时的卫生标准较低，以及对环境卫生的意识不足。

4.1.2. 排他性强

有些受访者对中国人的形象认知有排他性的观念，因为他们不喜欢与别人互动和基于外貌进行歧视分人。这是由华人学生 Gillian 所说的，从她的经验和

家里的文化，她认为中国人在举办活动时喜欢邀请特定的人，因此给以排他的印象。

“我认为，从婚礼的传统习俗来看，中国人的习俗具有排他性。因为通常家庭会邀请较富裕的人，这意味着邀请不是面向所有人，而是有选择性的。他们不会邀请自己不喜欢的人，而且通常会从吉祥的角度来看，认为某个人没有带来好运，所以不被邀请。因此，他们在挑选客人时会更加挑剔。而且，从习俗的角度来看，这相当复杂，因为涉及许多必须遵循的传统。”（Gillian，个人通讯，2024年2月28日）

还有一位非华人，从他的经验，中国人倾向于根据皮肤颜色和头发类型对人进行区分。下面是非华人的答案，名字是 Levy：

“那么 Levy 所见，他们是非常种族主义的。所以，如果一个黑人去那里，或者一个卷发的人去中国，他们肯定会被回避。所以说，他们在那里是不受欢迎的。”（Levy，个人通讯，2024年2月21日）

一些回答反映出对中国人的负面看法，认为他们在社交互动中往往表现出排他性，并可能基于外貌进行歧视分人。

4.1.3. 努力工作

有些受访者从他们的经验来，受访者对中国人的形象认知是努力工作。一位华人 Nobita 表示，中国人做生意非常精明，他们有很多办法让出售的货物全部售完。

“...我经常听过中国人很擅长做生意，富有，但也很精明.....因为他们总是有办法让商品畅销，无论是在社交媒体上宣传，还是推出买一送一等促销活动。所以他们不会容易放弃。”（Nobita，个人通讯，2024年4月29日）

然而，Nita 也说，在商业上，中国人非常擅长计算如支出和收入等方面，但有时也会因为不愿意花钱做推广而被认为有点小气。这种形象认知是基于她自己的个人经验，她有一个中国朋友经营着自己的业务。

“然后，他们在所有事情上都计算，例如在使用金钱或者在做任何事情之前都会反复考虑，所以一看他们似乎有点吝啬。.....我有一个朋友，他有一个在线商店，他在购买原材料方面非常谨慎，然后考虑到整个过程，包括必须支出的成本以及利润，所以他非常注重计算。但是我认为这种做法就是商业，尤其是对于初学者来说，并不是所有的生意都能立即盈利，而且我们在一开始肯定需要宣传等等。然而，有时候他们可能有点吝啬，不愿意花钱做推广。还有，有时候作为朋友，我们购买他们的产品，但通常会有一点点找零，但可能有几次找零钱没有返还给我”
(Nita, 个人通讯, 2024 年 4 月 22 日)

中国人经常被认为在商业上具有良好的智慧和策略。他们能够发现创造性的方式来提高销售和获取利润。中国商人倾向于非常注重成本控制和效率，目的是为了盈利。他们通常会认真考虑每一笔开支，并寻找节省费用的方法，以确保业务持续发展和盈利。

4.1.4. 保留文化

有些受访者认为中国人非常注重保护自己的文化，例如必须与同一民族的人结婚，比如印尼人跟印尼人结婚，中国人跟中国人结婚。还有，中国人也还是相信生肖。以下是一位非华人 Irena 的答案：

“他们的文化非常浓厚，比如到现在还相信生肖，非常重视后代，因此必须与同族人结婚以传承后代。然后善于理财，也善于制定策略，而且非常勤奋..... 一切都是瞬间完成的。有科技，有电动自行车电动汽车，所以你不必疲于爬山。然后还有传统文化的保留，如古老的建筑，许多高处，许多地方仍然有文化元素。” (Irena, 个人通讯, 2023 年 3 月 15 日)

中国人将文化和传统视为他们身份的一部分。这可以从他们保护和传承文化遗产的努力中看出，比如非常重视后代，以及相信传统文化遗产如生肖。生肖是中国许多人仍然信奉的文化遗产之一，尽管全球化的动态导致了一些变化和现代化。然而，中国人倾向于保持文化身份的稳定性。

4.1.5. 科技非常发达

受访者对中国人的形象认知是科技非常发达因为他们觉得中国人非常聪明特别是在数学和科学方面，甚至会制作自己的网站比如是百度。还能掌握非专业领域，如汽车领域，并能创建自己的版本。下面是华人受访者的答案，名字 Sabrina:

“中国人确实非常出色。我们可能知道在那里人们在数学等方面非常聪明。这是西方国家对亚洲人的刻板印象，即一般来说，中国人在数学和科学等方面非常聪明.....我也知道中国几乎所有东西都是国产的，比如他们的 Google 也不一样，他们有自己的数字平台，特别是涉及到工业 4.0 或数字领域。而在汽车领域，中国已经获得了很多成就，尽管之前这不是他们擅长的领域，其他国家更胜一筹。他们的厉害之处在于，他们不仅仅是进口或合作，他们实际上是在自己创造他们自己的版本，他们愿意竞争，即使是一些旧产品已经享誉全球，但他们敢于挑战，并且不甘落后，结果却更加出色。”（Sabrina，个人通讯，2024 年 2 月 28 日）

从上面受访者的答案，受访者对中国人的认知是积极的，认为他们具有广泛的知识和技能。受访者对中国人描述为聪明且具有深厚的数学和科学知识，特别是在技术领域。这种认知受到受访者的经验和社会组织（教育机构）。

4.2. 看之后的形象认知

看 Shanty di China 的三部视频之后，受访者对中国人的认知是：第一，中国人守纪律，注意干净，从环境到烹饪方式。第二，时装，在旅行和重要的节目的时候中国人的时装很简单。第三，社交互动中的团姐语开放，中国人不个人主义、友好、部分种族。第四，工作中

的专业化，中国人非常响应和迅速、努力工作。第五，浓厚的文化，中国人的家庭关系非常紧密，甚至邻居之间也互相帮助，他们还有排队的习惯。第六，村庄中创新语现代化，乡村已经普及了科技，尽管还保留了一些传统。

4.2.1. 守纪律

看之后受访者看了一个部分，表明中国人保持食物卫生的办法，是他们用烹饪手套，口罩，还有一些卖家戴着帽子。下面是学生非华人的答案，Yeremia:

“然后我看到周围的其他卖家，不仅仅是看到 Shanty。其他卖家他们戴着口罩和手套。所以卖家们确实非常注重清洁卫生，而且有些人还戴着帽子遮住头发，以防止头发掉落。”（Yeremia，个人通讯，2024 年 2 月 28 日）

中国人不仅保持食物卫生，但他们也是保持环境卫生。因为有一个部分表现 Shanty 的丈夫正在拿起掉落在地上的食物，然后扔进垃圾桶。下面是学生华人的答案，Yeremia:

“好干净啊，甚至有掉落的食物试吃样品也会被立即拾起，非常注重卫生。尽管在马路上，但通常如果有东西掉落了，会被忽略不管。”（Yeremia，个人通讯，2024 年 2 月 28 日）

在视频中，受访者也注意到中国人在游览景点时排队购买门票的情景。下面是学生华人的答案，Moon:

“第一次，当 Shanty 和她的家人想要购买门票时，我很惊讶地看到后面排队的情景，但是队伍整齐有序，并不像随意地挤来挤去那样。”（Moon，个人通讯，2024 年 3 月 23 日）

从上面受访者的答案，可以看出受访者对中国人保持食物和环境卫生的做法表示赞赏。受访者注意到中国人用烹饪手套、口罩和帽子等物品，以确保食物的卫生和环境的清洁。受访者认为这些举措是中国人对卫生的高度重视和积极行动的体现。从 Shanty 的丈夫的动作，受访者认为中国人不仅注重食物卫生，

而且也注重环境卫生。这表明受访者对中国人的卫生习惯和环境意识持积极态度，认为他们的行为是值得称赞的。受访者还觉得中国人表现出了高度的纪律和相互尊重。这可以从他们愿意有序排队的方式反映出来。

4.2.2. 时髦

在观看了 Shanty di China 视频后，受访者觉得中国人在度假或有特殊活动时尤其关心外表，但也注重舒适度。下面是非华人的答案，Irena:

“中国人在度假时会穿一些时尚的衣服，比如刚才有人穿连衣裙，但尽管时尚，他们仍然注重舒适。”（Irena，个人通讯，2023 年 3 月 15 日）

调查对象还意识到，尽管中国人注重外表，但他们的穿着仍然相对简单，看不出昂贵的服装。下面是学生非华人的答案，Samsul:

“新郎刚才开来的车很豪华，但他的衣服相对来说很简单，符合现代潮流，而新郎的父母则穿着非常简单，没有奢华，穿着衬衫和外套，新娘穿着漂亮的连衣裙。（Samsul，个人通讯，2024 年 3 月 22 日）

中国人在度假时注重时尚的外表，同时也关注舒适，因为从视频来看有人穿连衣裙和长裤。这反映了对外表和风格的意识。这反映出一种观念，即外表很重要，但舒适性也同样重要。在特殊场合，外表也很重要，但在视频中展示了简单的服装。这反映了文化价值观，即礼貌和简朴。

4.2.3. 非排他性强

在看之后，受访者局的中国人不太个人主义，这可以从视频中 Shanty 的丈夫与他人社交的情况来看。下面是非华人的答案，Irena:

“第三，他们也不太个人主义，与陌生人也会社交，愿意融入周围的环境，Shanty 的丈夫也会与他人交往。”（Irena，个人通讯，2023 年 3 月 15 日）

在视频中还可以看到，中国人对陌生人也很有友好。这可以从中国人与来自印度尼西亚的 Shanty 等外国人的互动中看出。他们能识别出她，是因为 Shanty 的口音与他们的口音不同。下面是非华人的答案，Samsul:

“根据我看到的视频，他们非常友好。他们愿意与来自印度尼西亚的 Shanty 等外国人互动。尽管有时他们可能不太理解 Shanty 在说什么，但仍然友好对待”（Samsul，个人通讯，2024 年 3 月 22 日）

受访者还认为中国人不会区分种族。他们彼此尊重，他们对新事物充满好奇，还有互相帮忙。下面是华人的答案，Gillian:

“然后，他们也不会区分其他种族。可以从之前的视频中看出。如果他们自私的话，他们可能会想：“哎呀，这是什么东西？来自印度尼西亚的食物肯定不好吃。”但事实上，他们表现出了尊重和好奇心.....那些客人大多数都帮助使活动成功。所以不只是结婚的那一方忙，整个村庄都在忙。就是这样互相帮助的。”（Gillian，个人通讯，2024 年 2 月 28 日）

从上面可以看出，中国人不太个人主义，他们愿意与外国人社交，不分种族，友好并对新事物充满好奇，还有它们互相帮忙。这反映了中国文化中的价值观和传统，即尊重他人，以及丰富的社会团结文化。

4.2.4. 努力工作

在看了 Shanty di China 的视频后，受访者认为中国人在工作时非常敏锐，他们知道应该做什么而不需要等待命令。下面是学生非华人的答案，Yeremia:

“看她的小姨子的表现，她更加敏锐，不是那种等待命令然后沉默不语的人。没有 Shanty 的指示，她就自己开始行动了。”（Yeremia，个人通讯，2024 年 2 月 28 日）

中国人也表现出了辛勤工作的精神，就像 Shanty 和其他卖家在视频中从早到晚都在卖东西一样。他们还拥有吸引人的策略，比如给别人尝食物，并且可以在线订购。下面是非华人的答案，Nita:

“他真的非常努力，从早到晚都在卖东西，甚至在天还亮到天黑之后他还在卖。甚至下雨时，他也不停止销售。这场雨似乎不是小雨，有人甚至打伞。他甚至愿意用雨伞来宣传他的产品，以吸引人们的兴趣……所以中国人在商业方面非常聪明，比如提供食物，提供试用品，即使在乡村也可以在线订购，就像之前说的一样。”（Nita，个人通讯，2024 年 4 月 22 日）

从上面受访者的答案可以看出，中国人具有敏锐的反应能力，并且在工作中非常努力。敏锐的特质可以通过 Shanty 的家人的例子看出，她知道应该做什么而不需要等待命令。中国人也非常勤劳，这表明了他们在追求目标时的高度承诺和毅力。

4.2.5. 保留文化

在观看视频后，受访者注意到了明显的中国文化，像怎么称呼家庭成员，下面是非华人的答案，Moon:

“但是，我能了解一些关于刚才提到的亲戚召唤方式的哲学。在我看来，这种区别也正是使中国文化独特的一部分，并显示出对一些家庭成员（特别是妈妈、爸爸、奶奶和爷爷）的尊重。这种差异显示了更深的敬意，因此他们尊重长辈。”（Moon，个人通讯，2024 年 3 月 23 日）

从以上受访者的形象可以看出，对于中国文化中家庭成员的称呼和召唤方式，体现了一种深厚的哲学思考和尊重传统的态度。这种差异不仅是文化的一部分，也反映了对长辈的特别尊敬和敬意。

4.3 比较

从上面看之前和看之后的形象认知，可以看出有些变化就是：不同、相同、在看之后没提到的形象认知和看之后出现新的形象认知：

4.3.1. 不同的形象认知

第一，看之前受访者觉得中国是随意的，但是看之后受访者觉得中国人守纪律，这种形象认知转变表明了观念上的变化。这是因为受访者觉得，不够注重卫生，并且不遵守规定。但是在看视频后，受访者发现中国人更注重卫生，并不再随心所欲，因为他们也看到了他们排队的情况。

第二，看之前受访者觉得中国人排他性强，但是看之后受访者觉得中国人非排他性强。这是因为受访者之前觉得中国人不喜欢与他们不喜欢的人互动，存在外貌主义和种族歧视，但是看了 Shanty 视频后受访者觉得中国人很友好，并且愿意与外国人社交。这种变化显示了人们对中国文化或个人的理解方式的变化。

4.3.2. 在看之后没提到的形象认知

在看之前受访者对中国人的形象认知是科技非常发达因为他们会制作自己的网站比如是百度。还能掌握非专业领域，比如汽车领域，并能创建自己的版本。但是在看之后受访者没提到科技非常发达的形象，因为 Shanty 的家的地理和卖地方在农村，所以没看出科技非常发达的形象。

4.3.3. 看之后出现新的形象认知

在看之前受访者没有说中国人时髦。但是看之后在环游中国和日常生活视频，受访者看出有些中国人注意外表，不过他们还注重舒适。受访者也觉得他们的穿着仍然相对简单，看不出昂贵的服装。