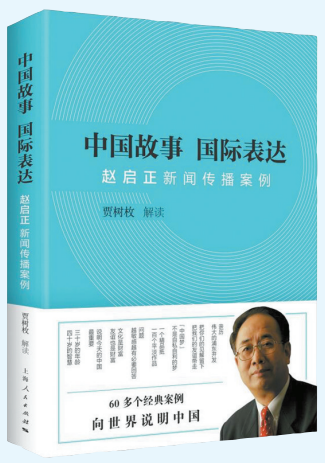
“中国第一新闻官”如何传播中国故事

社科书架



《中国故事 国际表达》
贾树枚 解读
上海人民出版社
2018年6月

朱晨凯

被国际新闻界称为“中国第一新闻官”的赵启正，长期担任中央外宣办、国务院新闻办主任，不但对外宣传实践经验丰富，而且善于从理论上进行提炼和概括，他的许多演讲、报告、文章、答记者问，是新闻传播的生动案例，也是对外宣传的创新之作。今年是改革开放40周年，赵启正在对外宣传领域的实践经验和理论创新，是宣传文化战线的重要成果和宝贵的精神财富。

本书汇集收入了赵启正1995年到2018年期间关于新闻传播（主要是国际传播）活动的数十篇文章、演讲、对话、答记者问等。书中提到，赵启正在国内外广为人知的是担任上海浦东新区管委会首任主任，致力于开发浦东、建设浦东、宣传浦东，被外国人称为“Pudong Zhao”（浦东赵）。1998年，赵启正调任国务院新闻办公室主任，后来又担任全国政协外事委员会主任和全国政协发言人，他的工作从“建设浦东，说明浦东，说明上海”延伸到“向世界说明中国”。

如何“说明浦东，说明上海”？赵启正指出，当时的浦东只是上海人知道的一个名词，外国人不知道、大部分中国人也不知道，要吸引投资，就必须让世界知道浦东。当时很多外国舆论认为，浦东开发开放并不是真的，只是一种政治用意。赵启正把涉及我国的国际舆论当作浦东发展的宏观环境对待，花费很多时间阅读国际舆论动态，会见国内外媒体、国际要人和全球大企业的投资者，向他们说明浦东开发是中国和平发展的组成部分，是投资者在中国发展的良机。随着浦东开发的节节进展，国际舆论对浦东开发的怀疑论逐渐减少，开始承认了它的成功。赵启正对此总结，一个国家不断进步的国情是形成其良好形象的基础，而没有媒体的客观和有效传播，良好的形象也不会“无翼而飞”。

如何“向世界说明中国”？赵启正概括为——说明她的内外政策、政治、经济、文化等诸方面的国情并对国际社会的发问解疑释惑，努力改变中国和日新月异的实际状态不符的国际形象。在这期间，他大力推动新闻发布的建设，而新闻发布兼有对中国公众的政务信息沟通和向外国媒体说明中国的双重任务。在赵启正看来，政府的和公众承担的公共外交是弥补媒体传播局限性的有效途径。中国公共外交要通过与外国公众的人文交流，以真实、丰满、自然、生动、鲜活、易懂的故事，传播中国和中国人的形象。

要让中国故事有更好的国际表达，赵启正认为，关键在于善于以事实说明问题，以事实带出道理说服人，用事实具体而生动地影响人。当今时代，中外交往日益频繁，外国人不但通过各种传媒，而且通过他们所见到的一个个中国人了解中国，每个中国人都是世界阅读的“中国读本”的一页。

值得一提的是，策划该书并撰写解读文章的贾树枚，也是新闻战线的资深工作者，曾任上海市新闻出版局副局长、上海市广播电视局党委书记，中共上海市委宣传部副部长，解放日报社长、总编辑等职。这本“高手解读高手”的新书，既可作为新闻传播专业学生的“入门向导”和政府、企业及社会机构新闻发言人的“实战指南”，也集中反映了我国改革开放以来在对外宣传领域的理论创新和实践创新。

【精彩书摘】

■公务员的媒体素养，反映执政党和政府的执政能力

卸任政协新闻发言人之后，有些人请我去讲课，我最喜欢说的话题是公务员的媒介素养。不光是新闻发言人，所有公务员有可能去应对复杂问题的发生，除了少数国家机密之外，一些基本信息和政策应该按规定向社会发布。大家还应该明白，如果没有记者的帮助，政府的信息无法得以顺畅地告诉公众。

举两个例子：上海要修磁悬浮列车轨道，由于前期新闻宣传和铺垫不够，当时遭到很多公众反对，认为会对环保有影响。舆论的确影响国家的进程，而公务员的媒体素养最终反映为执政党和政府的执政能力。能不能正确对待媒体，能不能正确处理突发事件是对新闻发言人的考验。政府的新闻发言人发言有三个层次，第一是正确，第二是清楚，第三是流畅。有人说发言人靠的是技巧，错！关于新闻发言，我有两句话：“立场是政府的、语言是自己的”“用简单的语言讲复杂的问题叫水平高，用复杂的语言讲复杂的问题叫及格，用复杂的语言还没有讲明白叫不及格。”

■浦东最宝贵的不是大楼和工厂，而是信用

我们告诉外商当时浦东的不足，他们还是愿意来，因为我们变透明了，没有把缺点藏起来，就取得了投资者的高度信任。记得在1997年，有一次我陪基辛格博士参观东方明珠，他望着浦东大地对我说，你看这么多的大楼，这么多的高科技产业，但是，浦东最宝贵的并不是大楼和工厂，而是你们的信用。

你想，当初这里是一片农田以及落后建筑，如果我们没有说到做到，最初来浦东投资的那批人几乎都要破产，建的宾馆没人住，建的工厂没工人，谁还敢再来？有位日本企业家叫森稔，他的公司是日本最大，也是在全球名列前茅的房地产开发公司。他对我们说，当时陆家嘴隧道出口有一大地块，你们拆迁了3000多户居民，人们都说浦东一定会拿来批租盖房子，你们却说要建绿地。森稔先生说，我相信浦东的政府，因此就在旁边建了一幢9万平方米的大楼。这幢楼建好后就看见了绿地，因此决定建第二幢楼，也就是现在的上海环球金融中心。这就是对浦东的一种信任。

当年，台湾的汤君年先生和他的夫人徐枫在浦东投资建高尔夫球场。他们对我说，他们花了很高价钱来投标，因为你们说要建浦东机场与高速公路，我们就来了。可见，我们的诚实、坦率再加上周密规划，是浦东开发开放能够成功的保证之一。

■讲中国故事就是讲中国的现实

我们国家历来重视宣传工作，新闻宣传是我们的强项。但是，对外宣传是我们的一块短板，国际舆论界长期以来存在着西强东弱的局面。由于语言文化差异，意识形态和社会制度不同，外国人对中国的真实情况有许多误解和偏见。在西方政界和舆论界，一些不实言论恶化了中国现代化建设的国际舆论环境。我们的媒体存在信息量少、新闻发布不及时、报喜不报忧等问题，这就使许多宣传内容显得不及时，不客观，说服力不强。

赵启正担任国务院新闻办主任以后，进行了一系列改革创新，提出了对外宣传的新思路，建立健全了新闻发布制度，开展人才培训，开创了外宣工作的新局面，在国内外产生了广泛的影响。在这期间，赵启正大力推动新闻发布的建设。新闻发布兼有对中国公众的政务信息沟通和向外国媒体说明中国的双重任务。在他看来，政府的和公众承担的公共外交是弥补媒体传播局限性的有效途径。中国公共外交是通过与外国公众的人文交流，以真实、丰满、自然、生动、鲜活、易懂的故事传播中国和中国人的形象。

讲中国故事就是讲中国的事情，就是中国的现实，就是对外媒解疑释惑，不是让我们像莫言那样去编一个小说。

■公共外交“要拿出原生态苹果”

印度总统1991年访问上海时，赵启正陪同他参观。在一个几年内迅速脱贫致富的乡里，乡长通过GDP、人均收入等一系列数字讲农民生活变化，总统听了不甚了然。随即访问农民家庭时，一位农妇讲述的生活故事，总统听得兴致盎然。他问农妇：“为什么儿子和儿媳妇的房间比你们的大？”农妇说：“因为儿媳妇是我们的第一客人，必须好好待她。”在爽朗的笑声中，印度总统感知了中国妇女的地位，最后满意而去。

赵启正以后在不同的场合多次讲起这个故事。他把中国故事比作“苹果”：“最好拿出原生态的苹果，不要把苹果加工成苹果酱或者提炼出维生素C。不要把现实中丰富多彩的故事，变成单调的数字和结论。”

【周边图书】

《责任中国》
顾红亮 著 上海人民出版社
二〇一八年七月

本书的研究主题是“现代中国的责任思想”，表达了作者对责任中国、责任天下建设的现实关怀和对责任自觉话语建构的理论关怀。从理论与历史、价值与方法等不同角度全面展开论述，尤其是广泛搜集和详细分析了国内外大量思想理论案例，对于“责任自觉”“责任思想”“责任中国”等概念的界定和阐述作了重点考察和发挥。

《社会治理的理论与实践探索》
国务院发展研究中心公管所 著
中国发展出版社 二〇一八年七月

在当代中国，国家或政府治理能力对于社会治理来说尤显重要。政府治理能力将成为经济进步的重要因素，也会进一步影响社会各方面的进步。政府要正确认识经济发展方向和规律，采取有效措施促进社会经济健康发展，核心的问题是要处理好政府、市场与社会的关系。

（图书信息由宁波市新华书店提供）

随思录

绰号折射出的丰富信息

桂晓燕

小时候看《水浒传》，发现一个鲜明的特色：梁山一百零八将，个个有绰号。其中印象最深的是黑旋风李逵。“黑旋风”似可解释为黑色的旋风，其实“旋风”在宋代是火炮的代名词，用暴烈的火炮来比喻李逵，更为形象。有了这个绰号，一个脾气暴躁、一点就炸、疾恶如仇、风风火火的黑大汉形象跃然纸上，令人过目不忘！

绰号是一种独特的文化现象，不仅反映人物的典型特点，强化人们对他们的认知，还能折射出某些世风民情、大众心理、审美流向和价值判断等，信息量相当丰富。给人起绰号，也是中国民间的一个传统习俗。

人物形形色色，绰号也五花八门。概括起来，绰号大致上可以分为两类：第一类着眼于人物的外在特征，主要指其体貌仪表，有时也包括某些特定标记。以《水浒传》为例，勾勒人物体貌仪表的，有我们耳熟能详的豹子头林冲、美髯公朱仝、青面兽杨志、矮脚虎王英等等；而九纹龙史进身上所刺的九条青龙，以及一枝花蔡庆常年所戴的花枝，可谓其特定标记。

第二类着眼于人物的内在素质，包括操守德行、本领特长、秉性脾气等等。中国历史上有一个笔者非常喜爱的绰号——“飞将军”，它的主人是令匈奴闻风丧胆的西汉名将李广。李广胆识过人，箭法天下无双，在战场上疾如流星，箭无虚发，一个“飞”字尽显其英雄气概！唐代武则天时期官居相位的苏味道，为人圆滑，遇事从不明确表态，这样也好，那样也行。他当官的诀窍是“模棱持两端，可也”。人们送他一个绰号“苏模棱”，成语“模棱两可”即出于此。《红楼梦》中荣国府的二小姐贾迎春，排行第二，为人也“二”，性格怯懦，木讷隐忍，被称作“二木头”。

这一类绰号，由于突出了人物的内在素质，往往比第一类更深刻、更传神，更能揭示人物的本性。如东汉的开国名将冯异，为东汉的创建立下大功。然而他为人处事谦虚谨慎，从不居功自傲。光武帝手下诸将，有时在一起互相争功，冯异就独自一人退避至旁边的树下，因此得了个“大树将军”的美名。这卓然屹立的“大树”，不正是冯将军高风亮节的象征吗？

而东汉的另一个将军吕布，就没有这样的美誉了。吕布号称三国第一猛将，有万夫不当之勇，处处以英雄自居。但是若论人品，就令人不敢恭维了。这个姓吕的为了一己私利，先后拜丁原和董卓作干爹，还先后杀了这两个干爹！于是人们便骂他“三姓家奴”。寥寥四字，将吕布的底牌翻了个底朝天。宁波人熟悉的越剧《王老虎抢亲》中的花花公子、官二代王天豹，在杭州城内横行无忌，欺男霸女，老百姓都叫他“王老虎”。远远看见他的身影，人们便赶紧发出警报：“快逃啊，老虎来了！”

人类社会如同大江东去奔流不息，绰号的故事也一代代绵延至今。由于绰号能折射出丰富的信息，可以作为认识人、了解人的参考，甚至作为打虎反腐的注脚或线索。例如，杭州市原副市长许迈永，有一个臭名昭著的绰号“许三多”：钱多、房多、女人多。其中最后一多最为惊人，女人竟多达99个！王老虎一定惊掉下巴，望尘莫及！这“三多”，为许迈永巨贪大恶的身份，作了最直接的注脚。又如陕西省安监局原局长杨达才，在一场36人遇难的特大车祸现场，居然面带微笑，激起公众愤慨，同时他手上戴着的一块名表，也令人目眩。经网友搜索相关报道，发现杨达才在各种场合所戴的豪华名表，有11块之多，于是被群众“亲切地”称呼为“表叔”，爆红网络。纪检部门以此为线索深入一查，表叔果然是狂揽亿万财富的大贪官！

小小绰号，亦庄亦谐；寥寥数字，褒贬分明。不是每一个人都有绰号，但是，每一个人都应该做诚实、善良、正派的人，至少做一个不被别人起坏绰号的人。

漫画角

争抢 谭希光 绘

世象管见

讨好本质上是一种交易

吴启钱

讨好是一种本能，人自出生起就会讨好别人，会哭的孩子有奶吃，实际上会笑着讨好妈妈的孩子吃得更好。讨好也是一种生存智慧，因为人要生存，不得不在乎别人的感受，不得不依赖于别人的认可，不得不仰仗于别人的支持与帮助。所以，讨好可能发生于任何一种人际关系中，常见于下级对上级、弱小的对强大的、地位低的对地位高的、没权的对有权的、穷人对富人等。

如果要对讨好这种行为进行“分类”，大致可分为两类：一类是近乎下意识的“避险”行为，所谓的“人在屋檐下，不得不低头”，说的就是，弱者遇到强者时，那种身不由己的谦卑、谄媚和示弱。在强者面前或在地位高者面前，一副无论是否发自内心的笑脸，还是一副讨好的模样，总不会吃眼前亏。这样一种讨好巴结，是人与人之间不平等的表现，是我们觉得活得累的一个原因。

另一类是主动进行的投资或投机行为。比如女为悦己者容，又比如贿赂，目的都是讨好对方，以获得好处。获得的好处，既可以是物质的，如《红楼梦》中刘姥姥从贾府获得的银两和财物，也可以是精神或工作上的帮助。被美国总统特朗普炒掉的前联邦调查局局长科米披露，在炒掉他之前，特朗普不仅非常喜欢他，甚至有时候是讨好他，作为顶头上司这样做，就是因为科米领导的联邦调查局在美国大选中曾调查过特朗普，也调查过希拉里，特朗普既怕自己有什么把柄握在科米手中，也想借科米之手达到打压对手的目的。通过讨好科米，而让其有所“关照”。

无论是下意识巴结，还是主动取悦，讨好本质上都是一种交易：讨是支付代价，好是获得回报。“讨”支付出去的是逢迎取悦的态度或送钱给物的行为，“好”则是从对方得到的好感、好评和好处。这一“讨”一“好”，一去一回，形成了“闭环”，这就把讨好与民法上的“单方施惠”行为区别开来，形成了一种交易关系。

既是一种交易行为，也就如同其他生意、其他买卖合同，有时候会因为对方违约或不可抗力或情势变更等“实现不了合同目的”，比如热脸贴上了冷屁股、吃力不讨好等。从这个角度而言，讨好虽然是交易，却很难实现“双赢”，常常是一种“零和交易”。有时也会因为违反法律规定，或违背公序良俗，而使合同无效。比如，财物贿赂这种讨好行为，就违反了法律规定，性贿赂则违背公序良俗。

从个体来说，讨好的本质是弱者对强者的主动巴结行为，是一种不平等主体间的不公平交易。一个“讨”字，就充分体现了这种不平等：自虐自辱，或抬高别人或贬低自己，都是对本人意愿的一种“侵权”。尤其是因为“主人与公仆”位置的颠倒，在不得不讨好公权力和公职人员的时候，常常会感觉到憋屈郁闷，累人累心，对自己的自尊、人格和心理健康都会产生负面影响。而就整体社会而言，讨好这种交易，会让社会总交易的成本增大，效率降低。随着“放管服”和“最多跑一次”等改革的深入推进，从制度和规则上大大减少了因审批、办事而不得不点头哈腰、甚至低三下四讨好公权力和公职人员的无奈情形。

这虽然是行为上的小小改变，却是人民群众幸福指数提升上的重大进步。以平等和公平为基本原则，可以避免许多不必要的讨好，使人独立、自尊和自爱。