

访谈

本书以非常坦率的态度指出中国在复兴道路上显现出的“话语权”软肋,这不仅仅是政府公关意识需要重点补课的内容,而且是媒体也要反思的课题。

争取话语权就是赢得人心的过程

文\海南日报记者 魏如松

《话语权》张国庆 江苏人民出版社 二〇一一年一月



《话语权》作者是中国社科院美国研究所学者张国庆,这本书是他长达十年学术研究通俗化和现实化的结晶。该书从话语权角度切入,生动描述了两百年来美国政府与媒体是如何掌控话语权的。

军事、经济、政治硬实力使美国成功崛起,并拥有了话语权,而美国长期保持超强势地位的原因,则主要是依靠“发现媒体”,与媒体良性互动,从而灵活掌握话语权。

《话语权》的开篇,即提到美国总统对待媒体的心态和方法:像呵护孩子一样呵护你的媒体——这是强势政府的一种姿态。

杰斐逊,这位理智宽容的美国总统坚信:媒体的自强,必将源自对民意的尊重和对事实的尊重,媒体迟早会意识到对自由的滥用是要付出代价的。所以,杰斐逊容忍了媒体的幼稚和偏颇,极其尊重和护卫媒体的发展,呵护媒体的成长,最终使其成为美国强大的推动力量。

传播力是极重要的资源

海南周刊:美国在话语权方面的优势体现在哪里?

张国庆:在人们谈到美国的强势时,总会想起它的经济和军事,而事实上,它最占优势的,其实是传媒力量。

在美国,传播力被视为极其重要的资源,就像美国人自己所意识到的那样,聪明的政府官员不能够“操纵”记者,聪明的记者事实上也不能够真的“打败”政府。从两方面来说,如果他们互相合作,并且和正在崛起的少数有思想的人合作,而不是把对方当作“敌人”的话,他们将会得到更多的收获。

在与政府经过上百年的明争暗斗后,美国媒体特别是主流媒体逐渐变得“聪明”起来,不仅比美国政府更能够认识到力量的局限,而且善于通过双赢的合作扩大自己的利益。

海南周刊:在书中,您引用了艾森豪威尔的话——在宣传上花一美元就等于在国防上花5美元,宣传工作做得好就能事半功倍。请问美国在对内对外的宣传上,最大的亮点是什么?

张国庆:一是持久,二是系统。所谓持久,是指美国将话语权竞争视为国家生存的要务,长期大力推进,舍得投入。所谓系统,是多角度切入,多部门互动,可谓无孔不入,它不是灵机一动,而是像产业一样进行运营,这就比各自为政有效得多。

海南周刊:中国应该如何学习美国对内对外的宣传?在话语权方面中国最急切要改变的现状是什么?

张国庆:美国最值得我们学习的,是其争夺话语权的主动性和系统化。在这个利益链条上,美国政府并不是惟一的演员,参演的,还有国会、利益集团、媒体、智库乃至美剧。为了塑造国家形象和赢得话语权,美国既有专题策划,但更多的是长期的经营。

相比之下,中国媒体的国际影响力还十分有限,在诸多重大国际事件发生时,我们仍然依赖着西方媒体尤其是美国媒体传输的画面、报道乃至评论。即便是在事关本国利益的问题上,也缺乏影响力和感召力,从而给了那些希望丑化乃至妖魔化中国的人以可乘之机。加强中国媒体的国际化,提升公信力,是当务之急。

争取话语权是赢得人心的过程

海南周刊:激发话语权潜能,中国的文化扮演着什么样的角色?

张国庆:在中国影响世界的过程中,文化力是潜力巨大的资源。对此,英国人深有感触,他们常说的一句话就是,“英国人宁可失去整个印度,也不愿失去一个莎士比亚。”

值得注意的是,中国五千年的文明史,有着深远的感召力,对全世界之于中国文化的情感消费和尊敬很有帮助。而丰富的事物,也需要精心的包装。

中国媒体相信,推广中国文化需要宏大的战略、睿智的创意、精致的包装、通达的渠道与完善的服务。

事实上,在包装中国的过程中,许多时候,需要的就是那种亲切感,那种触及人们内心的敏感,那种真实而富有韵

味的情感展现。将中国的许多事情,讲成有趣的故事,做成好看的片子,吸引人们走近中国,走进富有内涵的中国文化长河,是事半功倍的做法。

海南周刊:在您看来,赢得话语权的关键又是什么?

张国庆:人心是世界上最难以把握的,但也是最值得争取的柔软所在。无论是一个企业,还是一个国家,要想最大化和长期化它的“效益”,就必须有一种持久、深入和温暖的人文关怀,减少外界对自身的不确定性忧虑,释放因缺乏沟通而产生的压力和阻力,培植真实而自然的信任感。

从某种意义上说,争取话语权,就是赢得人心的过程。而为了赢得人心,就需要表现出诚信和亲和力,还有就是文化的吸引力。

增强话语权意识

海南周刊:中国国家形象宣传片正在世界上展示,筹拍国家形象宣传片会有哪些积极效果?

张国庆:对我们来说,比较好的办法,就是让更多的外国人来中国,亲眼看看中国的变化,和他们脑海中的习惯思维作比较,他们也才更可能真正理解中国,进而喜爱中国。

而对于那些没有条件来中国的外国人,则需要充分发挥中国媒体的对外宣传能量,以更感性和亲切的文字和画面,逐渐走近他们的身边,让他们感受到中国的气息。

从这种意义上说,国家形象片可谓是一种积极的形象展示和话语权努力,值得肯定,尤其是这种主动经营形象的意识。不过,为了更有针对性地传播,不妨使国家形象片更加点对点,每一次都重点弘扬一种民族气质,尤其是当下最需要向国际社会展现的中国气质,比如亲和力和责任感。

海南周刊:作为研究国际问题的学者,您认为一般海外民众心中的中国国家形象是什么样的?

张国庆:在海外民众眼里,中国的国家形象是比较复杂和模糊的,甚至有时候显得很混乱——有的人认为中国是咄咄逼人的,有的人认为中国很有钱,有的人认为中国很美,中国老百姓很好,有的则认为中国人很狡猾——这对我们十分不利。

在公关界人士看来,中国在国外给人的印象不是非常统一的,不像人们一提起法国人就会想起他们的生活品味,一谈起德国人就会想到他们的严谨。尽管近年来中国人已越发注意包装自我,但现有的“对外包装还只是在各自为战,缺乏一种整体的包装策划。”

其实,包括美国在内的世界各国,它们懂得制造一个统一的概念,然后利用自己的成功企业和那些与国外接触比较多的企业来宣传自己,最后在整个世界形成一种对这个国家特点的共识。这一点非常值得借鉴。

海南周刊:在中国,普通人对话语权的意识是怎样的?

张国庆:你永远不会有第二次机会来造成最初的印象。对很多外国人来说,他们对中国的印象来自于一些细节,比如普通中国人的表现,中国企业的社会责任感。在这方面,中国人以及中国企业与美国人还是有些差距。

一个很大的差距,就是自觉地为国家形象代言的责任感。说每个美国人都是说客,真的并不为过。

而造成这种差距的,是国人在生活中,就缺乏话语权意识,经常是被人戏弄和妖魔化了,也不知道如何应对。这也是本书的一个诉求所在,就是希望普通读者在阅读后,能够对自己的话语权有更多了解,从而对自己的未来更多一些主动和积极意识,进而从根本上改变中国的话语权落后的状况。

这本书通过揭示有着上百年话语权博弈经验的美国政府和美国媒体的自身规律,进而为中国的政府官员和媒体人提供一个更广阔地赢取话语权的思路。

事实上,在人际交往中,也存在着话语权问题,比如有人威信高,说话大家爱听,又比如在家庭中,总有拿主意的人,恋爱中,也总是会有一方占上风,朋友交往中,也总会出现核心人物,人们喜欢听他说话,愿意跟随他。国际关系与人际关系,确实有很多相通之处。

读书札记

《世相采撷》
华子奇
作家出版社
2010年10月



看子奇画树

读华子奇先生《世相采撷》

文\本刊特约撰稿 李景新

子奇先生是位作家。但在我眼里他可是一位画家。白石画虾,悲鸿画马,黄胄绘驴。子奇不名,钟情于树,就画他眼中的枝枝叶叶,也很有些看头。

“小水水蹲下舔了舔,又当当地跟着我们跑起来……”这是五年前在华子奇先生的文集中读到的,小水水是吊罗山景区的一条小狗,华先生专门为之作了一篇短文。这五年来我读了不少当代人写的作品,大部分早已淡忘甚至在脑中未能留下痕迹,而这个小水水不肯与我们再见,“当当地”地跟着我们车子追踪的景象却一直时不时地从大脑中显现出来。

华子奇散文的观言不故作惊奇之笔,多用白描,从从容容地把人物、事情和景色写出来。

《世相采撷》中给我以深刻印象的篇章有三类,可以说各具特色,各显风采。

最让我感动的一类是普通老百姓中人和事的篇章。

《白花菜》讲述的是一个靠种菜卖菜维持生活的农家妇女,在礼拜天带着刚上三年级的小儿子到四五里外的市镇卖菜的事件,作品用一个误会性情节表现出普通百姓那种朴素真挚的亲情,小竹仔是竿节节高高的竹子,孝母之心,感人至深!

《老张夫妇》别具笔法,老张是一位会抽烟的女人,从东北农村来到热带城市为一座小公寓看门兼物管,但作品的主角却是她的老伴,在钢筋水泥堆积的城市里,这位长期在泥土里滚爬惯了的老农一身劲却使不出来,恋土情深,他有了想回东北老家去种地的想法,但他终于没有说出口,作者在结尾处意味深长地加上一句:“有谁能把老张老公叫回到种粮的黑土地上去呢?”一种对“三农问题”的深沉思考溢于言表。

第二类是以城市风情景色为表现对象的文章。这类文章涉及到作者所寄居过的多座城市,尤其是对故乡扬州。《享受老年生命的缓慢流淌》概括了扬州城的“四大传统文化”:茶文化、餐饮文化、沐浴文化和说唱文化,“四大文化”体现了这座具有悠久历史的城市的悠闲和优雅,作者看到了其最适合于老年人生活节奏的一面,认为“这里的老人,可算是世界上最幸福的老人之一”,这个结论是通过细致的观察和体验而得出来的,作者描写老人们到书场听弹词的场面细致而风趣,散发出浓浓的生活气息。

《天堂享福人》这样写道:我走过了很多“天堂式”的城市,“但当我一旦来到扬州瘦西湖边小住,并且看到了有幸生活在这个浸透了唐诗宋词、拂漫了岸柳庭花、藏尽了园林佳构的文化古城的退休老人之后,我心中‘天堂’的感觉,才一下子灿烂开来!”作者专门来了张“特写”:园林式的优美环境中掩映在万木百花丛中的廊轩里,一群老人在唱扬剧,他们不是专业的演员,退休金也不高,但他们却寻找着自娱自乐的方式,一派和乐的生活场景跃然纸上。

第三类是寄寓讽刺的杂文式的作品。作者擅长于在日常生活中观察世相,世相中美的人和事他喜欢用叙事散文的形式表现出来,如上所论第一类;世相中丑陋的一面,则喜欢用杂文的形式揭示出来。如《何时掏取钥匙男女有别》,题目似在分辨男女掏取钥匙的区别,实则写公交车上观察到的一件事,一对青年男女搂抱着挤上车门,男孩开始打电话,女孩好不容易找到钱包却找不到零钱,害得后面上车的人投不了币上不了车,最后总算投进了,二人又打闹撒娇着搂在一起尖叫。事情虽小,但反映了在公共场所公益观念的欠缺。

华子奇擅长于采撷鲜活的世相,喜欢取细小叙事,不求宏大,却能因小即大,见微知著。无论何种形式,文章都力求形象化、文学化,避免简单的抽象推演。话语又风趣,意常在言外。这就使得文章读来亲切活泼,自然清新,让人喜欢。