



研讨会专家读者代表分组交流现场 本报记者 赵树宴摄



### 专家学者读者代表献策——

# 怎样提升中国形象

本报记者 申孟哲

6月15日，人民日报社主办的“讲好中国故事 做好桥梁纽带”研讨会在北京举行。怎样提升中国形象？如何讲好中国故事？专家学者读者作者代表齐聚一堂，为这一重要话题建言献策，提出了诸多真知灼见。

## 讲好多彩中国故事

如何讲好中国故事？首先要找到真正的中国故事。西南政法大学全球新闻与传播学院院长李珮讲了一个故事：在三峡库区奉节县第三人民法院，现在依然有着传统的“送法下乡”的方式：“溜索法官”。在崇山峻岭和大江大河之间，该法庭的5名平均年龄不到30岁的法官，就是用溜索这种方式巡回审判，把青春都献给了中国最基层的审判工作。“3年时间内，5名法官人均办案557起，案件的调解和撤诉率60%以上，没有一例被上级法院驳回重审。这就是中国司法进步的一个最直观的缩影，也告诉海内外读者，中国司法的进步是来之不易的。”李珮说。

清华大学国情研究院院长胡鞍钢则表示，在江西、贵州、四川等地实地考察发现，中国农村已经发生翻天覆地的变化，从一穷二白到小康、汽车，“这些故事讲起来，能让老外吓一跳”。

成都市政府新闻办副主任高永红同样对农村的发展感到骄傲。“在成都最小的县城镇上，有一个农民不会开车，但是看着大家都有车了，于是也买了一辆，就放在那里，特别有意思。农民的生活品质真是发生了翻天覆地的变化，这都是很好的中国故事。”高永红说。

“要讲好中国故事，首先要中国的事情做好。”北京农林科学院教授孙宝启表示，只有中国自立自强、把事情做好，我们的故事才能让人爱听。改革开放30多年来，正是因为中国发展了、强大了，外界才对我们刮目相看了，才愿意学习中国、了解中国。现在那么多的外国人愿意学中文、愿意到中国来，原因就在这里。

许多专家则谈到了人民日报海外版作为平台、传播推介中国地方形象的重要作用。青岛市外宣办主任薛庆增表示，累计刊出的200多期中日韩合作青岛特刊，对介绍青岛的投资优势、旅游资源、青岛故事和发展成就，拓展青岛的海外影响有着显著作用；深圳市委宣传部讲师团团长杨世国则说，借助海外版的平台，“文化深圳”周刊有将近80篇文章登上了各大网站的首页，这是巨大的成绩。

## 用好多方丰厚资源

要讲故事，也要找准角度、精准发力。在与海外版合作的3年多时间里，北京市政府新闻办副主任徐和建对此感触颇深。“北京这么大，我们首先做的就是借助重大的国际活动，比如奥运会、‘九三’阅兵、申冬奥等，把北京的故事讲给世界。同时，我们还借助了一些重大

的主题，比如说大家关心的雾霾，与海外版合作，也邀请了很多外媒记者来看，让大家身临其境地感受北京雾霾治理的经验和成绩，效果非常好。”徐和建说。

中国驻休斯顿总领事馆魏礼庆结合个人经历谈到了留学生的重要性。“我们曾经举办过一次‘我与中国梦’的征文活动，全国780多所高校招收国外留学生的院校参与，许多留学生通过他们在华的学习、在中国的经历写对中国梦的感受，这些文章都感人至深。通过他们来讲述中国的故事，我觉得非常有说服力。”魏礼庆说。

同样，中国在海外的留学生也是中国故事的最佳讲述者之一。魏礼庆举例说，当年海外版写留学生如何在海外过春节，一个17岁的中国女孩就表示，以前在国内，自己只需要负责收压岁钱、穿衣服就可以了；但是在国外，她就需要给外国友人介绍春节、包饺子，把中国文化送给国外社会。这都是很生动的中国故事。

语言文字报原主编杜永道则给海外版支招。“首先希望恢复散文随笔栏目，把中国各地的风物、风土人情、海外情思结合起来，与海外侨胞建立起情感纽带；其次希望海外版多登一些通俗易懂的介绍中国古典文学名著的文章，把中国传统思想道德观念、礼仪制度等宣介出去。”杜永道说。

## 展示中国全新面貌

讲好中国故事，最终也离不开独有的国际传播体系构建。当年是留学生、现在已是美国福建工所主席的李华，这一次是专程从美国飞回来参会。“当年我们是靠着海外版了解中国、了解改革开放政策，并从中获益良多。”李华表示。“我们为什么要讲好中国故事？为的就是让世界了解中国、让中国在国际上有话语权。”李华说。

文明杂志社社长姜晓琪表示，中国已经是世界第二大经济体、世界最有影响力的国家之一，因此必须强调文化的自信自觉，向世界讲好中国故事，告诉世界中国文化的悠久灿烂和丰富深刻。

清华大学新闻学院教授王君超表示，要改善传播效果，离不开议题设置。中国过去的形象更多是“他塑”，现在要更多地“自塑”，让中国文化在对外传播的过程中不产生“文化折扣”。

胡鞍钢则认为，中国现在对世界的影响可能是我们难以想象的。以“十三五”为例，以前外国并不关心中国的五年计划，但在中国有条不紊的发展进程中，他们意识到这种计划的作用是巨大的。因此，无论是智库还是媒体，都需要用数据支撑、用事实说话，更加专业地讲述中国故事，使之产生更大的世界影响。

### 海外代理处合作伙伴代表畅言——

# 如何讲好中国故事

本报记者 柴逸扉

“讲好中国故事，传播好中国声音，这对海外华侨华人认识中国起着至关重要作用。”澳大利亚新金山传媒服务公司董事长孙浩良这样表示。6月15日，由人民日报社主办的“讲好中国故事 做好桥梁纽带”研讨会在北京举行。对于讲好中国故事这一主题，海外代理处合作伙伴代表感触颇深。

## 重品质，传播正能量

“海外版是人民日报的海外版，人民日报的定位就是中共中央的机关报，人民日报海外版应该在国外是一个传播正能量的主渠道。”欧洲时报社长张晓贝表示，人民日报海外版要讲好中国故事，首先要坚持这一定位。

与张晓贝的看法相似，孙浩良说，人民日报海外版就是要理直气壮地报道中国改革开放和现代化建设的成就，树立中国的正面形象。“许多读者向我反映，他们关心的话题，比如中国经济发展前景如何，南海争端将怎样解决，甚至自己的隐私保护、回国创业、侨眷权益等问题，都能在海外版得到解答。”

“很多东西都是中国故事很好的素材，比如，在传播传统文化时，海外版曾在3年时间里用84块版集中刊登春节文化版面，内容涉及方方面面，海外侨胞看了以后觉得特别新鲜，因为它集中把春节的历史掌故、文化传承等内容呈现给读者。”谈及本报在讲好中国故事方面的经验，加拿大维多利亚传媒集团有限公司董事长王燕云这样表示。

不仅如此，会上许多海外合作代表谈及了海外读者对人民日报海外版的喜爱。来自印尼国际日报的朱易表示，人民日报海外版无论质量还是编排、语言都很好，所以很多订户点名要看人民日

报海外版；日本中日新报社社长刘成则谈起过去在日本上大学时1000多名学生挨个传阅学校唯一一份人民日报海外版的难忘经历；而人民日报海外版官网海外网韩国频道的洪时荣表示，在韩国大家一听到人民日报就觉得有公信力，这也让人民日报海外版在韩国受欢迎。

## 接地气，适当本土化

“在海外讲好中国故事，我认为需要适度地进行本土化，选择跟当地主流和本土的媒体，还要跨行业和跨文化机构去做深度合作。”谈及华文媒体在海外发展时，海外网新西兰频道总顾问陆欣这样表示。

在会上，许多嘉宾提到了各自在海外适度本土化的经历，以求更好地讲述当地人听得进、听得懂的中国故事。希腊中希时报社长吴海龙发言提到，为了提升影响力，中希时报从2015年9月起改为中西双语版，并向希腊国家元首、政府首脑、国会议员、民间组织等进行免费发放，做好中国故事在当地的传播。

非洲华侨周报社社长南庚戌提到，作为非洲媒体平台最多的华人传播公司，他们的企业有90%都是本土当地员工，各媒介平台使用的语言文字80%以上是本土语言文字。他认为这样才能有更多当地的受众。海外网新加坡频道总

顾问肖敏表示，他们会把海外网中文的文章翻译成英文，通过当地的英文杂志以及脸谱、推特等社交网站推送，增加读者群体。

“我们现在是讲中国故事，还得先讲人家的故事，把人家的故事说清楚、说到位了，接纳我们了，我们的故事他们也会听进去。”研讨会上，海外网朝鲜频道的李春日表示，只有了解朝鲜这个国家，做到正确客观报道这个国家，才有助于我们的故事能够让朝鲜人民听进去，让他们接收。此外，日本新华侨报总编蒋丰建议，希望海外版和海外合作客户加强互动；奥地利欧洲华信报社社长徐品华提出，希望人民日报海外版增加当地语种的版本。

## 顺大势，促融合发展

“讲好中国故事，把海外版打造成为世界级的强有力的媒体，一定要两条腿走路，即在重视新媒体发展的同时，重视平面媒体的发展。”美国海天发展有限公司董事长谢荣镇表示，新老媒体各有优势，应该强调融合发展，不能偏废。

“新媒体的优势是传播快、信息量大，一些事件刚刚发生大家在手机上就能看到。但它的缺点就是可能会失真。人民日报海外版作为权威的平面媒体，需要发布权威、有深度的内容，传播可

靠的信息。这也是传统媒体能够生存的优势所在。”

阿联酋中华煦风文化传播公司董事长唐振刚提到，当下媒体发展需要考虑综合平台，必须将平面媒体和新媒体打通，这样才能更好地扩大影响力。唐振刚介绍，多年来他们致力于人民日报海外版在中东25个国家和地区的发行，努力扩大报纸受众，特别是能够进入阿联酋航空公司的贵宾室和商务舱，让他们颇为振奋，觉得是一件有益的事。



研讨会海外合作代表分组交流现场 本报记者 赵树宴摄

# 『讲好中国故事 做好桥梁纽带』

## 研讨会分组交流侧记