

## 杨丹旭：从主播辩论看中国外宣

2019年6月1日 3:30 AM 文/杨丹旭 来自/联合早报



中国国际电视台（CGTN）女主播刘欣于5月30日早间（美东时间5月29日晚间）  
应约与FOX商业频道女主播翠西·里根进行公开辩论。（中新社）

两个多星期前到纽约出席国际新闻媒体行销协会（INMA）的年会，会场附近的时代广场上，中国官方通讯社新华社的大荧幕广告格外引人瞩目。红蓝更替的底色，加上白色的“新华通讯社”文字和标志，简单、严谨并略显沉闷，虽然占据最显眼的广告位，但在嵌满消费和娱乐广告的时代广场，显得稍有些格格不入。

新华社自2011年就在这个世界上最繁忙的十字路口租下了广告位，多年来24小时不间断播放。不过，这个大荧幕广告在传播中国媒体积极形象、抵消外界对中国媒体人刻板印象上的作用，可能比不上中国官媒女主播刘欣在美国电视台的16分钟亮相。

中国环球电视网（CGTN）主持人刘欣与美国福克斯（Fox）商业频道主持人翠西·里根（Trish Regan）的“主播之战”前天和气收官。熟悉中国官方一贯立场的人不难发现，刘欣在节目中面对里根抛出的有关中美贸易谈判、中国盗取知识产权、发展中国家地位、国家资本主义等问题，几乎全盘重复官方论述，在回应内容上乏善可陈。但不得不说，刘欣的这次亮相，对中国媒体人的国际形象是有加分的。

中国近年来投入大量人力、物力，扩大中国媒体海外影响力，希望对外界讲好中国故事。以刘欣所在的CGTN为例，这个2016年正式开播、前身为央视外语国际频道的官媒，就以六个不同频道，把触角伸向170多个国家，仅在美国就进入3000万户家庭。

然而，驻点广、报道多、声音大并不自然换得更高的接受度，相反的，一些中国官媒习惯性对外“喊话”，中国媒体人在外国犀利“亮剑”，还加深了外界对中国媒体是宣传机器和喉舌的刻板印象。

去年9月，同样来自CGTN的中国媒体人孔琳琳在英国保守党年会上踢馆，以大声喊叫的方式表达观点，之后还因与现场工作人员发生肢体冲突，陷入一场官司。这番示威式的闹场，不管其初衷再有理，都让她本人和她所代表的机构、国家显得失礼，更无助于传达她要传达的立场。有人在事后还批评，这类事件频发折射出中国“新时代的外交官”越来越“不讲外交”。

反观刘欣此次表达中国立场的方式倒是可圈可点。在中美贸易战不断升级，甚至可能恶化成两国全面对抗的当下，近期中国官方舆论不断造势，国内民族主义情绪已经抬头。刘欣应邀与里根以对方的母语进行辩论后，中国网络空间存在不少声音，希望刘欣能代表中国“打一场胜仗”，有网民还组成后援团，要给她出谋划策。

从刘欣的英语能力看，她并非没有同里根拍桌子吵架的能力，但很显然，她刻意选择了理性、节制、平和、友善的方式面对里根的提问，除了在澄清自己不是中共党员时略带火花，全程也没有向对方发问。这让外界原本期待的中美女主播辩论，变成了里根对刘欣的访谈，许多当天一大早搬着板凳等看好戏的中国网民大呼不过瘾。

这场和善的“辩论”少不了里根同样展现气度和姿态，但刘欣避开吵架的聪明做法，也让她巧妙地借助节目执行了中国官媒的职能——向美国观众解释中国立场，同时避免给外界留下中国媒体人咄咄逼人的印象。刘欣在节目后接受中国媒体访问时说，她甚至希望在美国观众面前示弱，以释放中国不希望吵架，关系紧张对谁都没有好处的信号。

美国佐治亚州立大学全球传播学副教授雷普尼科娃(Maria Repnikova)向《纽约时报》点评说，看到刘欣说一口流利的英语，并以一种开放和雄辩的方式回答问题，“这与大多数美国人习惯看到的中国已经大不相同了”。

刘欣在节目中解释的中国立场不至于影响中美贸易战，但不得不说，对于一直试图打破国际传播中西方媒体主导格局的中国而言，这种开放、谦和、理性的沟通态度，效果确实要比硬性推销和手法粗糙的大外宣来得好。