

# 新闻发言人不应成为舆论“风向标”

□本报观察员 赵勇

过去几天,刚刚有了一丝诞生意愿的“央企新闻发言人”成为舆论风暴中心,带动这场风暴的蝴蝶翅膀,是国资委副主任黄丹华一次看似不经意的表态。

8月31日,黄丹华表示,国资委将指导央企进一步加强和改进新闻发布制度建设,包括设立新闻发言人以及相应的新闻发布机构等。至此为止,这番话完全正确,很是顺耳,但接下来的话,却引发了舆论如潮的质疑。黄丹华是这样说的:面对越来越大的舆论压力,如何正确而有效地引导舆论,已经是当前央企“宣传思想工作”中亟待解决的问题。

各路媒体准确地从这个表态中拎出了“引导舆论”这个关键词,质疑随后而至:新闻发言人的职责难道就是“引导舆论”吗?“引导舆论”能消除央企的傲慢和偏见吗?丑闻不断的央企,是检视自身的问题重要,还是“引导舆论”重要?作为央企的婆婆,是堵上央企监管中的诸多漏洞重要,还是帮助央企设立“引导舆论”的新闻发言人重要?这些质疑之外,也许还有更本质的问题可以提出:为什么在一些政府官员的眼中,新闻发言人的作用就是“引导舆论”呢?

## 酝酿中的“央企新闻发言人”

黄丹华提出央企设立新闻发言人的背景是“央企面临的舆论压力越来越大”。压力的起点在哪里呢?不妨来回顾一下央企最近引发舆论质疑狂潮的几个新闻事件。

央企最近一次陷入舆论漩涡,是中石油涉嫌动用20亿巨款帮助高级别员工团购豪宅;再往前看,是中石化的“天价吊灯门”事件。这两件

事情被媒体曝光后,中石油和中石化的回应要么顾左右而言他,要么“我说没有就是没有”,完全不愿提供足以令人信服的解释。这样的回应,不仅没能平息舆论,反而引发了大家更高涨的质疑热情。搞到后来,两家石化巨头,不仅脸面全失,而且给人“此地无银三百两”的感觉。

已经是亚洲最赚钱企业排名靠前的巨无霸,危机公关却搞得这么小儿科。一来二去,连它们的“婆婆”国资委也看不下去了,所谓指导央企设立新闻发言人制度,最原始的动力应该就在这里——既然经常被舆论搞得焦头烂额,那就推出个新闻发言人“引导”一下,占据舆论制高点嘛,也算是因势而变、与时俱进。

## 舆论会被发言人“引导”吗?

舆论要不要、会不会“被引导”呢?媒体迅速给出了一致的答案——不!

9月3日的《新闻晚报》发表文章“央企发言人难消‘负面’”。文章指出:新闻发言人有责任维护企业形象,但其所依据的,应该是详细的数据和可信的材料,而不仅仅是巧舌如簧。设立央企新闻发言人的价值,是为了让公众获得更充分的央企信息,以便让自由展开的公共舆论能更加公允和理性;“引导”舆论,靠的也是足以说服人的数据和材料,而不是强权思维。“正确而有效地”应对舆论的前提,应该是对公众质疑的问题进行深入而公开的调查。要消弭公众质疑,新闻发言人的积极回应和及时沟通固然重要,但更重要的,应该是谦卑地拿出有效的证据。否则的话,即便有了新闻发言人,“强权引导”的思维也只会让事情越描越黑。

同一天的《燕赵晚报》则发表文章“央企新闻发言人不能因‘辟谣’

而设”。作者认为:如果发言人的工作就是为央企涂脂抹粉,去污增白,尽量消除丑闻带来的负面效应,那就是本末倒置之举。新闻发言人本应致力于营造公开透明的信息环境,增进与公众的交流沟通,达到良性互动,而非将“披露信息”的使命,替换为封锁负面消息的“舆论引导”,或事后灭火式的紧急辟谣。央企的各种丑闻都是内伤所致,外敷不能治本。国资委意图推出“引导舆论”的央企新闻发言人,疗效估计也不容高估。因为这就像庸医的“锯箭疗法”,即便截掉了体外的箭杆,带毒的箭头还是在体内发作。如果不致力于推动央企信息公开,让包括企业的运营成本、利益构成,以及高管薪酬、员工福利等成为公众可随时查阅的信息,那就很难让涉事央企“自证清白”,你越是“引导”,舆论只会越反感。

《东方早报》则发表文章提出质疑——丑闻逼出央企新闻发言人制度?作者指出:央企的社会关注度高,热点问题多,社会对于其信息发布的要求自然也很高。但时下一些政府部门和企业流行所谓“危机公关”,把本机构社会形象不佳归咎于公关不力。具体而言就是对付媒体和记者不力。他们可能以为,赶时髦,配备一些最好有记者背景的人员充当新闻官就可以大事化小、文过饰非。这是不可取的,别忘了,现在是网络时代。作者最后问道:买个吊灯花上百余万还辩称不贵,在价格高得令人咋舌的北京楼市上出手那么大方,这一切是怎么回事?这些问题是期待中的央企新闻发言人不能回避的,否则要他们有何用?

## 新闻发言人到底是干什么的?

对央企新闻发言人“引导舆论”

的质疑一浪高过一浪,这是可以想象的情形,因为大家都知道,新闻发言人最重要的职责并不是“引导舆论”,而应该是消除误解,帮助舆论接近事实和真相。

9月1日,贵阳市政府系统网络新闻发言人正式上岗。在虚拟的网络世界里,这些发言人通过发帖、跟帖等方式回应网络舆论。贵阳市政府没有提出要通过网络发言人“引导舆论”,而是着重强调发言人沟通和桥梁的功能。我想,这样的表述,才更接近于发言人的本质,也与大家心目中的发言人功能更加吻合。

针对贵阳市政府系统网络新闻发言人,新华社9月3日的“新华时评”给予肯定。这篇评论的题目很有意思:“与其畏网如虎,不如进而触网”。文章指出:如果政府系统网络新闻发言人能充分发挥反应迅速、渠道多样、信息权威等优势,将有效补上传统信息公开新闻发布方式的短板,回应并满足来自网络的各种正当诉求。

不要急着“引导舆论”,先努力学会与舆论展开有效的沟通,我想,如果央企真的设立新闻发言人,这应该是他们需要上的第一课。如果位置摆不正,始终把“引导舆论”当做自己最重要的使命,那再多的巧舌如簧,也不能消除一丝一毫的舆论质疑。

尤其是一些政府部门,更要搞清楚,新闻发言人的真正作用是沟通而不是“引导”。强势“引导舆论”的思维一日不除,所谓的信息公开和沟通,就只能是镜中花水中月,越来越多的新闻发言人,也将会如那些永远听涨的听证会一样,成为一个为了程序而程序的漂亮摆设。果真如此,那就要想想看,新闻发言人无法取信于民,那将是一种怎样的灾难?

一周語文

□8.31-9.06 黄集伟专栏

## 只要父亲还在,再老的男人也是顽童

只要父亲还在,再老的男人也是顽童

语出老克父博文《送别萧声已经在古运河边吹响》。文中摘引程姓好友的慰问短信:“只要父亲还在,再老的男人也是顽童,从这个意义上讲,今天是你告别孩提走向新生的日子啊!”

老克父亲是一名教师,一生奉献于教育。

## 【车震】

车内嘿咻的一种委婉称呼。本周,因孙悦“车震门”事件,连袭词“车震”快速传播。针对此“门”,两位达人不约而同选用气场强悍的设问句:

黄健翔:“假如你高大英俊年轻身体好且单身,你不去泡妞每天在家养花吗?”

王涛:“他一27岁的大男人,你不让他谈女朋友,难道让他玩断背吗?”

网间流传的另一则以“鸣谢语文”样貌出现的调侃文字则对这一丑闻式公关创意秘籍给足暗示:

“感谢金鼎轩方庄店、奔驰、如家快捷酒店、七天连锁酒店、宝马对本新闻提供赞助;感谢场地提供方‘城边小树林管理公司’;感谢宝洁公司提供的餐巾纸,质量真的不错;感谢农夫山泉提供的矿泉水,洗洗更健康!”

## 【A】

语出清风不识字本周所转网络段子,主题是“A股与A片的九个共同点”。依次为:都令人亢奋、上下幅度都很大、对大多数人有害、必要时都换嘴吹、诱人达到高潮后一泻千里、都会做俯卧撑、长时间都很短、搞来搞去都是为了出货、多数人不喜欢带套,但是还是套上了。

【它的作者也许是这世界上另一个我】

作品《狮子座》被指抄袭后,快女曾轶可撰写博文回应:

“狮子座的原稿是一张试卷的背面。狮子座的旋律是曾轶可自己哼了一遍又一遍配着和弦改了一遍又一遍。我只能说,我发现了这世界上另一首狮子座。而它的作者也许是这世界上另一个我。”“那是世界上另一个我”及“狮子座”在本周关注度、流行度迅速拉高,受益者是谁?仅仅是曾轶可吗?

## 【丽字辈】

语出作家胡淑芬本周微博。全文如下:

“听说朱丽倩更名为爱德华·丽倩,杨丽娟向记者表示‘切,人家三年前就已经叫爱德华·丽娟啦,你看。’她边说边让记者看她的户口本。最后她还托记者向爱德华·丽倩捎句话:‘大家都是丽字辈,爱德华何苦为难爱德华。’”

【面孔扭转过皱纹核弹将你炸得粉碎】

语出诗人桑克诗作《北师大中文系85级20年同学会》。诗中弥漫着一种硬朗的绝望和熟透的伤感,读至末句“挺着,挺着,与脆弱的记忆交战”,一张铺满皱纹的巨幅油画伴随许许血腥气息夺框而出,真切如在眼前。

公民声音

Citizens voice

►中甲再现雷人一幕,青岛赢球输盘球员朝自己门踢。

搜狐网友:中国足球运动员,简直是娱乐圈演员,太有敬业精神了。

►美国《科学》杂志报告说,全球变暖已经逆转了北极的自然冷却趋势,北极地区的温度目前处于近二十年来的最高水平

新浪网友:工业化提高了人类的生活质量,也破坏了地球的生态环境。

搜狐网友:保护环境,势在必行!人类的生存环境已经到了危险时刻!

►金越任虎年央视春晚总导演,将吸纳80后90后创作者。

新浪网友:春晚,一代又一代中国人热闹的传统。希望能与时俱进!

凤凰网友:希望带来不一样的节目。

网易网友:现在搞年轻化,小心吸引不到年轻观众,又把铁杆儿老龄观众搞没了。

►据浙江高考“状元榜”显示,文科第一名、第二名都是高考成绩被加20分;理科前三名中,位居第一的仍是一名加20分的考生。

新浪网友:要求把那些加分项只作为录取的参考,由大学根据自己的需求进行选择。

腾讯网友:高考就是靠考,加分就像猪肉注水。

►近日,俄罗斯总理普京批准在中俄边境开设一个大型赌场,主要面向中国游客。

新浪网友:好事,真正想上位的不会去玩,但会去投资。



漫画 俞晓翔

## 天价螃蟹 买的是蟹还是盒

日前在高淳出现了售价高达99990元的两只装螃蟹礼盒。据介绍,这款名为“黄金龙凤蟹”的两只装螃蟹礼盒,外包装为纯金打造,公蟹的包装盒有200克左右,母蟹的包装盒有150克左右,打造的成本就有六七万元,赠品则为纯银的蟹八件。这不禁让人想起古时候买珠还珠的故事,今天是不是也要“买盒还蟹”。



博斗理由

## 《狮子座》着没着《天际》

不久前,有网友发帖称快女曾轶可的《狮子座》抄袭才女Mickey创作的《天际》,大部分网友在听过这首歌后,认为《狮子座》与《天际》惊人相似,有网友甚至调侃道:“我敢100%确定就是抄袭,不是哪段一样,是得找哪段不一样。”但也有一些网友表示,曾轶可可能并非抄袭,只是“雷同”而已。

## 曾轶可抄袭非有意即无知

网络小丑星 <http://blog.sina.com.cn/lyuudd>

曾轶可即使不是诚心抄袭也是出于无知。其一,曾轶可根本不是一个搞音乐的,除了自己五音不全外,完全不懂音乐是什么东西。她的歌除了旋律混乱外就只剩下阴阳怪气了。就这样一个“音乐混混”还拥有许多粉丝,真是让人搞不明白这些年轻人怎么了。

其二,从曾轶可所谓的原创歌曲来看,除了简单就是变味,被称为“绵羊音”一点也不为过。五线谱不认识,听上别人的几首歌后就自认为是天才,开始创作,结果却在别人的“老调”里徘徊。大概曾轶可以前也听过《天际》这样的歌曲,在脑海里形成了很深的印象,唱着唱着自然而然就拐到《天际》的音乐环境中了,能不像吗?把简单的哼唱说是创作,真是让略有点音乐常识的人笑掉大牙。

然而,就这样一个不懂音乐的女孩却能杀进《快乐女声》的十强,可见今年的《快乐女声》有多烂,可见今年的《快乐女声》有多烂。

## 《狮子座》如有雷同纯属巧合

魔音游侠 <http://blog.sina.com.cn/moyinyouxia>

《狮子座》是4个乐句的一段式,每一段的曲根据词稍加了点变化而已。词往曲里套的第一前提就是字数要合适,而曲对字数要求并不是很严苛,有一定的弹性。《狮子座》多数句子是11-13个字,但是9-15个字都没问题。比如第二段第一句就可以唱成“七月的尾巴(呵)狮子座”,其中的衬词“呵”(取代“你是”二字的音)是“巴”字的拖腔,所以这句可算作8个字,也可算作9个字。

那么,即便她是先写的词,套进一首现成的4个乐句的、结构又不复杂的一段式曲子,不是很容易吗?当然,反过来,出现巧合的可能性也会很高的。如果一首词能正好套进不是一段式的曲里,那概率就极低,至少我没留意过,举不出例子。

通过以上角度的分析,站在客观公正的立场来说,《狮子座》不能完全定性为抄袭《天际》,“如有雷同纯属巧合”的可能性还是很大的。