新京报
2012年3月17日 星期六

十年总理“两会”记者会观察

今年的“两会”压轴大戏，照例是总理记者会，照例是引起中外媒体的高度关注。

这是温家宝总理任期内的第十次记者会，也是最后一次总理记者会。

如果把温家宝总理这10年记者会连接起来，一个中国政治传播的“拼图”就出来了。

这是中国新闻发布制度的标志性平台。在这个平台上，借助总理与中外媒体记者的互动，把中国与世界连在了一起，把总理和民众连在了一起。

观察中国发展，总理记者会是一个独特的视角。纵观十年总理记者会图景，可以发现不少值得关注的特征和趋势。

媒体分布 谁能拿到“金话筒”

总理记者会的提问机会分配，对西方发达国家的媒体有所倚重，这种趋向是由现有国际传播格局决定的

每年“两会”闭幕会后，人民大会堂金色大厅都座无虚席。最多时超过千人，可谓举世关注，但是每年能够获得提问的记者只有十多个，十年记者招待会总计只有一百多位媒体记者获得提问。

问题是，哪些媒体才能获此“殊荣”？

从中国内地媒体来看，在总理记者招待会上获得提问机会最多的仍然是主流媒体，准确地说，是中央一级的媒体。中央电视台、人民日报、新华社和中央人民广播电台这四大“国字号”媒体获得绝大多数的提问机会。

其中，中央电视台高达10次，就是说，每年都有央视记者的发问。由此可见，在中国政治传播平台上，国家级媒体具有绝对的话语权。地方媒体和市场化媒体在招待会上的发言机会很少，甚至少到可以忽略不计的程度。

但在今年，《财经》杂志获得了一次难得的提问机会。这说明这一格局并不是“铁板一块”的，地方媒体或市场化媒体可能有一定的发展空间。

这十年，是中国深入融入世界的非常时期。在国际传播结构极度不平衡、西方发达国家主宰国际传播话语权的当今世界，中国在世界舞台上的形象和影响力当然离不开西方发达国家的传媒。总理记者会作为中国搭建的对外政治传播平台，它具有高端、权威、信息量密集的特征。

在这个传播平台上，关注中国的所有媒体是不会错过这个大好机会的。从温家宝总理十年记者会的大盘情况来看，不同国家、地区的媒体获得提问的机会往往是不平衡的。美国、英国、法国的媒体位居前三名，尤其是美国，其媒体提问高达20次，平均每年2次。英国媒体获得10次提问机会，平均每年1次。日本和德国的媒体并列第四。

可见，总理记者会的提问机会分配对西方发达国家的媒体有所倚重。这种趋向是由现有国际传播格局决定的；中国要向世界说明中国，向世界传播中国，当然不能摆脱现有传播格局的限制。

中国的台湾、香港地区的媒体，获得提问的机会也有相当的比重。台湾媒体有11次提问，香港媒体有12次。台港媒体几乎是每年都没有缺席。

再看中国的周边国家媒体提问情况，除了日本、俄罗斯、印度获得较多提问机会以外，几乎看不到其他周边国家媒体的身影。新加坡也许是个特例，它平均两年有一次提问机会。

议题设置 “脱敏”渐成新特色

西方发达国家的媒体记者提问，越来越“脱敏”，落点也更准确，说明西方媒体对中国的了解有逐步深入的趋势

提问是记者的天职。记者抛出问题，温家宝总理作出回应。

表面地看，每位记者设置问题，会有一定的或然性，但是仔细推敲，即会发现，每个问题的背后都有深厚的背景意义。

在十年总理记者招待会议程中，不难发现，不同议题的比例权重存在较大差异。从中可以看到，中外记者们在关注什么话题，媒体的兴趣点落在哪些议题上。

根据图表资料，经济议题占据了很高的比重，高达57次，占到总问题的33.5%；其次是国内政治议题，占到总问题的18.8%；第三是外交议题，占17.1%；第四是统一议题，占13.5%。

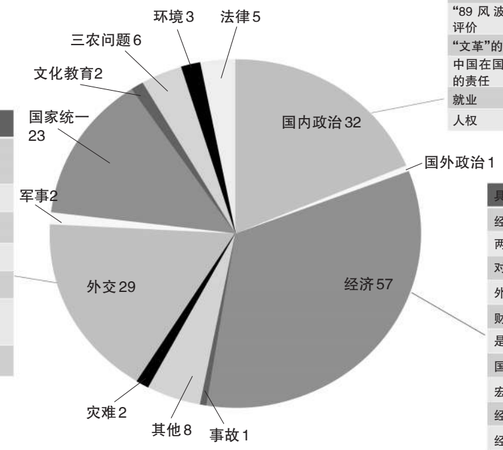
“经济”议题还可以细化成为不同子项。在24个子项中，人民币汇率问题问及比重最高，有7次之多；其次是宏观调控、对香港澳门的积极支持，还有中国经济增速、国有银行改革、房价和楼市调控、外汇储备投资与安全、通货膨胀也受到较多关注。

在“国内政治”议题中，关注最多的是政治体制改革；其次是反腐败、新闻自由、施政目标与纲领。在“外交”议题中，关注最多的是中日关系、中印关系，多达5次；相比之下，中美关系的关注度不算高。在“统一”议题中，台湾问题关注度最高，记者提问次数达到12次；其次是西藏问题，达到7次。还有香港问题4次。“其他”议题主要包括与温家宝个人相关的话题，如对自己任期内工作的评价，个人工作作风、健康问题、工作困难和感想等。

从兴趣、偏好来看，国内记者与境外记者，兴趣点是不同的。境外记者更多关注政治、外交、国家统一和军事问题；而国内记者更关注经济问题。境外媒体的问题设置也与所在的国家（或地区）、媒体视角有关。比如，台湾记者兴趣点主要是围绕台湾问题；印度记者更关注中印关系。美国媒体除了关注中美关系之外，兴趣范围更广。

近年，境外媒体的记者提问，特别是西方发达国家的媒体记者提问，越来越“脱敏”，角度变得更具体，落点也更准确，其意识形态偏见有所淡化，显得更务实一些。这说明，西方媒体对中国的了解有逐步深入的趋势，近距离了解中国，才能真实地理解中国。

10年来媒体提问内容统计



具体议题	次数	具体议题	次数
金融危机中的中国地位	2	对阿拉伯人民追求民主的看法	1
中美关系	2	中印关系	5
发展中国家问题	2	朝鲜问题	2
中日关系	5	中法关系	1
中俄关系	2	周边国家外交	1
伊拉克问题	3	国内的极端民意对中国外交的影响	1
叙利亚问题	1	上海经济合作组织	1

具体议题	次数	具体议题	次数
任期内目标和施政纲领	3	政府机构改革	2
反腐败	3	民主	1
政治体制改革	7	思想解放	1
“89风波”的评价	2	新闻自由	3
“文革”的评价	1	民生问题	2
中国在国际上的责任	2	用数字看中国的国情	1
就业	1	王立军事件	1
人权	1	地方政府债务	1

具体议题	次数	具体议题	次数
经济刺激计划	1	人民币汇率	7
两岸经济合作	2	中国经济中存在的问题	2
对港澳经济支持	6	通货膨胀	3
外汇储备投资与安全	3	转变经济增长方式	1
财政赤字	1	经济发展速度	4
是否允许私营银行成立	1	经济发展目标	1
国有银行改革	3	中国的发展模式	1
宏观调控	6	贸易平衡与摩擦	2
经济体制改革	1	世界经济形势	2
经贸合作	1	外商在华的投资环境	1
房价与楼市调控	3	对私营企业的优惠政策	2
股市	2	民间资本投融资难	1

温氏风格 精度表达，感性政治

温氏风格的精度体现在他发言的逻辑和修辞上，温度体现在他的感性政治上，借诗抒怀，似乎成了温总理记者会的必修课业

十年记者会，将温氏风格淋漓尽致地展示出来。政治沟通不仅是信息的沟通，还是情感的沟通，而后者的沟通更有难度，也更有感染力。政治沟通若只是干巴巴的政治表态，其效果一定会打折扣的。

在以前的中国政治语境中，政治人的感性政治得不到释放。政治人在媒体和公众面前往往是谨小慎微、如履薄冰，他们不敢也不善于展示自己的感性形象。

这些年，中国领导人在政治舞台上，变得更加自信，他们敢于表露真情，彰显个性。这在总理记者会上表现得尤为充分。这种温氏风格，是个人魅力和政治睿智的复合。

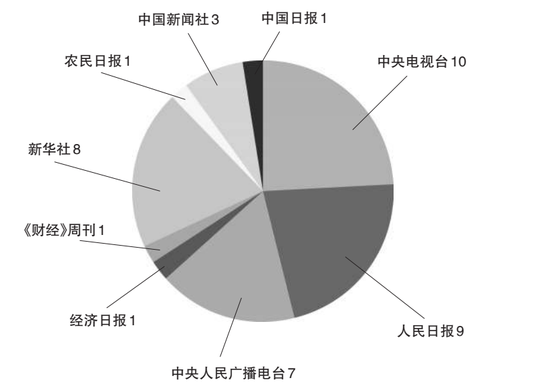
温家宝总理有严谨、务实的一面，也有感性、深情的一面。严谨源自于总理表达的精度，感性源自于他表达的温度。

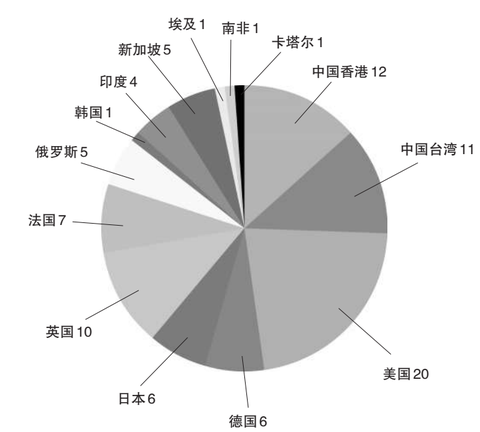
温氏风格的精度体现在他发言的逻辑和修辞上。在这个高端传播平台上，极度发达的大众媒介会把发言人的每一个细节传播到世界各个角落。尤其是电视媒介，它对形象政治的影响超出常人的想象。

电视媒介能把细节放大。成也电视，败也电视。电视直播对于现场感的苛求，容不得发言者有半点的差池。看温家宝总理的记者会，哪怕用再挑剔的目光去“排雷”，我们也很难看到什么差失的。他的严谨不仅表现在他理性的逻辑上，还表现在精准的修辞上，哪怕最细微的用词，也表述得很精确到位。每次回应记者的提问，他都能条分缕析，剥茧抽丝，娓娓道来，把每个细节处理得天衣无缝，充分展示逻辑的力量和语词的精度。比如，今年，温家宝在回答法新社记者提问，针对在藏区发生了一些僧人自焚的现象。他的回答坚定明确：“我们不赞成用这种极端的行动来干扰、破坏社会的和谐。年轻的僧人是无辜的，我们对他们这种行为感到十分沉痛。”用词之精准，可谓滴水不漏。

温氏风格的温度体现在他的感性政治上。温家宝总理就是演绎“感性政治”的高手。他喜欢借诗抒怀言志，这似乎成了温总理每年记者会的必修课业。比如，在2004年的记者会上，谈到台湾问题，他引用了著名诗人丘逢甲的诗句：“春愁难遣强看山，往事心惊泪欲潸。四万万人同一哭，去年今日割台湾。”他还引用另一位台湾著名的乡土文学家钟理和的诗：“原乡人的血，必须流返原乡，才会停止沸腾！”

温家宝总理还善于表达情感，用“心”与媒体、公众交流。如今年的记者会时长达182分钟，为十年之最，温总理的真诚、善意感动着每一位现场的媒体记者。





公民讀本 建設

张涛甫 项一嵚（作者分别为复旦大学新闻学院教授、研究生）

■ 附议

总理记者会：从平淡走向精彩

如果总理谈的，和老百姓谈的完全是两回事，政府说话和网民说话完全处于两种语境，那么就难以奢望执政水平的提升。

一场持续三个小时的记者会，平均语速每分钟不到130个字，700多名中外记者中只有14个人提问……这些数据看上去根本与一场专业记者会不符。但是这些正是2012年3月14日温家宝总理记者会的主要数据。而没有人怀疑，这是一场记者从头坐到尾甚至忘了吃午饭的精彩记者会；也没有人怀疑，记者会的主角温家宝总理的确“诚恳而没有敷衍”地回答了所有的问题。

自20世纪90年代初以来，历届人大会议闭幕之后，时任国务院总理都要应全国人大新闻发言人的邀请，召开记者招待会。开启这一历史的，是1991年时任国务院总理的李鹏。之后的两会总理记者会，几乎成了一年一度的媒体盛宴。当然，这也是因为自1991年以来中国的三任总理，李鹏、朱镕基和温家宝各具特点，他们对实际情况的把握，对政策的解读，甚至个性的释放，都成为了媒体眼中的宠儿。

应该说，到目前为止，总理记者会已经成为观察中国政治生态、经济发展和文化建设的一个重要平台，是认识中国社会的一只眼睛。以温家宝总理的10次记者会为例，共有149个提问，尽管其中最大的比例仍然以经济为主，但是涵盖的范围，甚至是问题的敏感程度，在每年中国的新闻发布历史上，都是超出一般的。

而**在这个我们认为体制存在窠臼，文化注重谨慎的政治社会中，几位总理的个人内心独白也往往成为了一种看上去“异类”，实际上为民众所认可和喜爱的表达方式。**比如朱镕基总理说，“无论前面是地雷阵、还是万丈深渊，我都将义无反顾”；温家宝总理说，“我真诚希望，我，连同我这一生，给人民做的有益的事情，人民都把他忘记，并随着我日后长眠地下而湮没无闻。”

总理记者会的另一个重要作用，是通过政策设计者的解释和介绍，来回答国内外媒体对中国政策和发展走向的关切，因此多数问题具有宏观性，但也不排除问题本身的表达方式需要更符合新闻规律。以此次温家宝的记者会为例，多数问题表达得具体直接，比如吴英案、王立军事件等，温家宝结合问题本身再阐述宏观背景和执政考虑，就能够更符合媒体的信息诉求。

由此可见，在信息公开和政府媒体关系建设的过程中，政府部门首先低下头来，适应当代媒体的发展和公众舆论的期待，是理政良方。

在学术界，曾经有对“新闻执政”一词的探索。现在来看这个词在中国仍然过于超前，但是通过总理记者会满足公众知情权，推动国际媒体更好地了解中国国情，倒真不失为一个重要的机会。

而且更进一步说，**如果比较朱镕基、温家宝等总理的记者会，不难发现会上总理们回答问题的坦率程度、问题的开放程度都较一般的新闻发布会更好。总理成为了中国政府最重要也是最出色的新闻发言人。**当然有人会说，因为温家宝总理的答案都是自己深入了解的内容，说话不用担心有人听了不高兴。这一方面也提示我们，自总理以下，各个部门的一把手当有新闻发布责任、信息公开义务和媒体关系意识，不仅把使命完全交给新闻发言人；另一方面，在民主社会的建设中，为政府的麦克风留出空间和灵活度，为新闻发布留出弹性，让公众和政府之间增加互动的渠道，也是完善当前政府执政能力的体现。

此外我们也发现，**总理记者会仍然“不解渴”。因为除了一年一度的总理记者会，公众了解国家大政方针的渠道仍然有待增加。尤其是媒体人和社会大众，对国家高层政策的顶层设计和执政思路的了解方式仍然有限，反映问题和诉求的通道还很狭窄。**

近年来，除了例行的总理记者会之外，国家主要领导围绕执政理念和具体政策的阐述在逐渐增加，见媒体的机会也的确越来越多，对记者会的设计理念也不断更新。比如2008年汶川地震后，温家宝总理在离开灾区时，专门安排与4家媒体谈话。但是根本上这些顶层发布的增加，需要辅以更多的部门渠道，否则已经不能满足新媒体时代快速滚动的信息焦点。如果总理谈的，和老百姓谈的完全是两回事，政府说话和网民说话完全处于两种语境，那么就难以奢望执政水平的提升。

总体上看，有了一年一度的总理记者会，总归有了一次政府信息的盛宴，今年温家宝的记者会更让我们看到，政府的坦率与直接，是形成理性民意的重要帮助。

□周庆安（清华大学副教授）

责编 高明勇 美编 叶绿 责校 何燕