

中国媒体中的沙特阿拉伯形象

马晓霖

摘要: 本文试图通过对中国各种媒体对沙特阿拉伯王国的相关报道, 介绍和分析沙特阿拉伯国家与民众在中国媒介中的正面或负面形象, 并剖析导致这些形象的原因。同时, 作者试图参照其他国家的做法, 结合自己的体会, 对加强和改善沙特及阿拉伯世界对华宣传和公关提出一些富有建设性的建议。

关键词: 媒体; 沙特

Abstract: The essay tries to analyze reports on Chinese media about Saudi Arabia and its people. It sheds some light on whether these reports have presented to the Chinese audience a positive or a negative image of Saudi Arabia as well as reasons behind this image. In the meantime, the author, based on his own experience, has put forward some constructive overtures, some are just a direct copy of other countries' actions, to further enhance Saudi Arabia's public relation campaign in China.

Key words: media; Saudi

中国是个发展中国家, 但传媒业的发展已经超过了她的经济发展水平, 尽管与西方发达国家的传媒业仍然有非常悬殊的差距。据中国新闻出版总署统计, 截至2002年底, 全国共有期刊9029种, 其中社会科学类期刊4572种, 自然科学类期刊4457种, 平均期印数20406万种^[1], 电视台360家、电台306家。^[2]中央电视台时常研究公司2003年9月公布的调查显示, 该年中国电视总户数达到3.06亿户, 电视观众总人口达到10.7亿, 全国平均电视机普及率达到85.88%。^[3]截至2003年12月底, 中国共有网站接60万个, 全国域名数量突破百万, 上网计算机2572万台, 仅次于美国, 居世界第二位。^[4]中国有新闻专业团体223个, 新闻从业人员75万人。^[5]2003年第56届世界报业大期间, 世界报刊协会公布, 中国的参考消息和人民日报等15份报纸进入“全球日报发行量前100名”。该组织公布, 中国是世界最大的报纸消费国, 日均发行量达8200份, 居世界第一位。^[6]

一、沙特在中国媒体中的总体形象和成因

但是, 面对如此众多的各种媒介, 中国的受众很难找到有关沙特阿拉伯的消息, 同样, 一般人也很难描述沙特的形象。

一般的中国人并不很了解沙特, 部分关注政治和国际事务的人或许知道, 沙特是个阿拉伯君主立宪制国家, 那里有伊斯兰教圣地麦加和麦地那, 那里有无边的沙漠和无尽的石油; 那里的社会治安非常好, 严格禁止贩毒、吸毒和酗酒, 并对小偷砍手。人们也知道, 沙特是世界上最慷慨的国家, 做过许多慈善事业。

北京2004年一次有关沙特的深度报道是《新京报》对有关沙特国王法赫德陛下的报道。该报在3月28日出版了《地球周刊》中, 专题介绍了美国福布斯杂志“2004年国家领导人富豪榜”。其中, 沙特国王法赫德陛下被列为第一位并成为封面人物。这篇译文说: “法赫德国王自上个世纪80年代早期以来, 一直是沙特的统治者。严格遵守宗教法律的沙特称他为‘两个圣地的仆人’。有报道说, 自1995年中风后, 他已经把日常管理大权交给同父异母的弟弟、王储阿卜杜拉。资本净值250亿美元。”随后, 该报以两个版面的篇幅, 刊登了一篇西方人写的文章, 讲了述国王陛下的财富故事, 也是中国报章少有的对沙特进行深度报道的文章, 通过大量故事讲述沙特的富裕、慷慨和生活无忧。也谈到了沙特的一些问题。文章在法赫德国王的大幅肖像旁边引用了他的一段话: “我们从来没有停止推进我国国民以及阿拉伯兄弟们的福利事业。我们愿意与他们分享沙特的胜利果实和财富, 在世界范围内进行援助。”^[7]

应该说, 这无论如何都是舶来品, 不是真正意义上的中国媒介的报道。概括而言, 沙特在中国媒介中的形象是模糊的、可有可无的。因为在现代传媒中, 一个国家的曝光多少取决于以下几种因素:

第一, 该国在国际政治、外交和经济活动中的地位 and 分量。比如美国、俄罗斯、英国、法国和中国, 它们是世界大国, 也是联合国安理会成员, 自然在现代国际政治和国际关系中扮演一流演员的角色, 保持着比较高的曝光率。越是重要的国家, 其内外政策变

化、领导人言行,在媒介中占有的版面越多,分量越重,频率越高。加拿大、巴西和澳大利亚是国土面积大国,但却没有英国、法国那样的分量。日本国土面积狭小,但是世界经济和科技大国,因此,它在经济、科技和信息类媒介中的曝光率又超过了英、法、加、澳,甚至中国和俄罗斯。沙特是世界能源大国,也是最重要的阿拉伯、伊斯兰国家,因此,只有中国人关心和谈论石油、中东问题时,才可能比较多地关注沙特。而事实上,沙特在中东问题和石油问题上都比较低调,所以,沙特在中国媒介中的曝光率低于她实际的国际地位和分量。

第二,该国与传媒国家的地缘关系的远近和历史关系的好坏。从新闻传播学的角度说,离受众越近的新闻越能引起关注。加拿大发生 SARS 或者禽流感在中国引起的恐慌,肯定比不上在韩国和日本发生的那样强烈。因为加拿大在遥远的北美洲,而韩国和日本就是我们一衣带水的邻居。巴基斯坦开发核武器,中国人不会关注,至少不会从负面去考虑,因为巴基斯坦是中国传统的朋友。印度拥有核武器,中国人就存在一定忧虑,因为两国有过边境冲突,而且又是幅员、人口比较接近的潜在竞争对手。当然,如果日本开发核武器,中国人就不只是忧虑,而是很难接受,因为中国曾经遭受过日本的野蛮侵略和残酷占领,而他们至今还不肯承认和清算那段历史。沙特与中国关系稳定,没有历史纠葛,又远隔万水千山,因此,从地缘上决定了她在中国的低曝光率。

第三,该国的内外安全形势和状态。西方新闻界有句经典的话叫做,“没有消息就是好消息”。一个国家经常处在媒介的聚光灯下未必是好事,它往往伴随着坏消息。巴勒斯坦和以色列既不是世界大国,也远离中国,更与中国没有任何现实或历史的纠葛,但是,它们在中国媒介中的曝光率可以说是高得惊人,但是,以巴的曝光伴随的往往不是好消息,而是不断的暴力冲突、定点清除、自杀袭击、相互指责和口水大战。同样,伊拉克在过去 20 多年中在中国媒介中保持了较高的曝光率,但这 20 多年,伊拉克经历了三场大规模的战争以及 10 多年的国际制裁和封锁。因此,沙特在中国媒介中的“空白”,从一个方面可以反证它国家富足、政局稳定、人民安居乐业。应该说,这是好事,是沙特王国、政府和人民的幸运。今年 5 月以后,沙特发生了多起恐怖袭击,沙特在中国媒体中的曝光率突然增加,但是,一段时间后,沙特又消失在中国媒体的视线中。

第四,该国领导人的作风。有的国家很大,也很

重要,但由于该国的领导人比较低调,因此,媒介不会关注,比如中国领导人相对被国际媒介关注得少一些。有的国家虽然是小国,但往往靠领导人的知名度来提升国际影响,因此,在媒介中获得了较高的知名度。卡斯特罗、马哈蒂尔、阿拉法特、曼德拉和卡扎菲等小国领导人靠着自己独特的经历、性格甚至行为方式,为他们的国家赢得了远远超过应有分量的曝光率。而沙特领导人历来谦虚、低调,从不因为沙特是阿拉伯伊斯兰大国或者世界第一产油国而到处抛头露面,也很少在国际讲坛上发表措辞强烈的言论。这些行为方式决定了世界媒介和中国媒介不会追逐沙特领导人的行踪,也不会炒作他们的言行。沙特在中国曝光较少,也说明沙特政府和领导人的外交风格是稳健的、温和的和成熟的,这也是中国媒介中沙特的积极形象的一个方面。

二、沙特出现在中国媒体中的时机和相关因素

综合近几年中国媒介对沙特的报道看,沙特出现在中国电视、电台、报刊、网站的出现,往往与以下事件相联系:

第一,与两国领导人互访,特别是和中国领导人访问沙特有关。国家元首和政府首脑间的访问是两国关系中的大事,也是两国关系得到加强和提升的重要标志,并对地区甚至国际关系格局的变化产生重要推动,因此,肯定会引起媒介的足够重视。中国媒介历来非常重视国家领导人的外事活动,中国领导人出访的消息往往都是头条新闻,外国元首和政府首脑来访并与中国领导人举行会晤,也是中国媒介报道的重要新闻。因此,在中沙领导人互访前夕及期间,特别是中国领导人出访沙特期间,中国各种媒介都会对沙特的历史、文化、自然环境、社会、双边关系等基本情况做比较充分和全面的介绍,并详细报道中国领导人在沙特的活动情况。比如 1999 年中国国家主席江泽民访问沙特。

第二,与中东和平进程有关。每当阿拉伯国家联盟首脑会议举行前后,或者沙特提出某个和平方案时,沙特就成为中东和平进程中的一个重要因素而出现在中国媒介中。如 2002 年 3 月沙特提出解决巴以冲突的和平倡议后,沙特倡议频繁出现在中国媒介中。

第三,与 9·11 事件后的沙美关系有关。由于“本·拉丹”等基地组织骨干成员以及部分 9·11 事件的策划和实施者来自沙特,因此,在过去的几年里,围绕沙特—美国双边关系,本·拉丹本人及其家族的情况,沙特在中国媒介中的曝光率大幅度增加。出现这一现象的客观原因是,西方媒介的大量相关报道被

中国媒介所采用,增加了沙特负面的印象。尽管中国的官方媒介非常谨慎地引用西方的报道,也避免直接采用西方的观点,但是,一些非主流媒介,特别是商业网站,几乎是原汁原味地把西方媒介的报道翻译成中文,并迅速在网民中传播。

第四,与海湾战争和伊拉克战争有关。沙特在中国媒介中曝光率最高的阶段是1990年海湾危机和1991年海湾战争期间,原因是沙特等海湾阿拉伯国家直接面临着伊拉克萨达姆政权的威胁,以及随后以沙特为主要前沿阵地的海湾战争。战争结束后,盟军阿拉伯部队总司令、沙特的哈立德·本·苏尔坦上将的海湾战争回忆录——《沙漠勇士》中文版在中国发行并受到关注。伊拉克战争前夕,由于美国军事基地和装备、人员在沙特的存在,沙特也是中国媒介的关注点之一。随着美国开始推行“大中东计划”,沙特的反应和对策也不断被中国媒介报道。

第五,与石油能源生产和消费有关。由于沙特是世界石油储量最大的国家,也是头号石油生产和出口国,是欧佩克的主力成员,因此,中国媒体中任何与石油和世界能源有关的消息,都或多或少地能看到沙特的影子。自从1993年中国成为纯石油进口国后,沙特对于中国的石油能源安全越来越重要了,因为中国的石油进口有30%来自沙特所在的中东,20年后将有60%来自中东。《中国金融报》援引官方最新统计称,“2003年全年中国共进口原油9112.63万吨,同比增长31.29%,占国内原油消费量的比重达到36.1%;国内原油消费量为25231.2万吨,同比增长10.15%,石油消费总量为27389.2万吨,同比增长11.52%。”^[8]《南方周末》日前报道说,“快速增长的中国经济对石油的需求越来越大。2003年GDP增速9.1%。这个增长建立在日消耗石油546万桶基础上。这个数字意味着,中国对石油的消耗量成为全球第二,列美国之后。”该报纸说,“人们似乎有理由怀念10年前的日子——那时候,中国还是石油净出口国。而到了2003年,中国进口9100多万吨原油,较2002年增长31%。”^[9]

随着汽车生产和消费在中国的迅速发展,越来越多的中国人开始关注石油及其价格,沙特自然也就日益频繁地出现在许多与交通和能源有关的新闻中。《南方周末》援引某国际咨询公司副总裁孟凡辰的话说,“交通领域消耗了我国50%以上的石油用量,这其中,主要是汽车使用。另有数据说,机动车消耗了国内石油总产量的85%。”^[10]《南方周末》在展望中国汽车发展广阔前景与能源短缺的矛盾时指出,“在2000

年时,中国的汽车拥有量为12辆车/千人,美国是750辆/千人,德国650辆/千人,世界平均为144辆/千人。如果将来达到世界平均水平,汽车总量会超过美国。而美国当年进口石油量为4.5亿吨。到那时,我们去哪里购买4.5亿吨石油?”^[11]而中国的汽车拥有者又以知识分子和中产人士为主,他们因为关心汽车、石油价格而自然会越来越多地关注包括沙特在内的中东地区。

第六,与穆斯林朝觐有关。朝觐是伊斯兰世界一年一度的大事,同时有200万人口在相对狭小的地方举行活动,这本身就是所有媒介的关注重点。中国有2600万穆斯林,总人口超过了伊拉克。由于宗教和民族历史等方面的原因,中国穆斯林一直对沙特怀有特殊的感情。新中国成立以后,中国政府就曾允许少量穆斯林到沙特朝觐,后来因为国内的政治运动而中断。自从1978年中国恢复穆斯林朝觐后,前往沙特朝觐已经成为中国穆斯林的盛大活动,据中国伊斯兰教协会统计,去年到沙特朝觐的中国穆斯林达到13351人,包租了20架专机。由于中国公民在沙特的集中出现,朝觐期间的沙特阶段性地受到中国媒介的关注,特别是几次意外造成包括中国朝觐者蒙受伤亡后,中国媒介更是对这个非常敏感的问题给予重视。去年2月1日,沙特圣地麦加发生踩踏事件,造成244人遇难,其中包括5名中国穆斯林由于这一悲剧涉及中国穆斯林的情感,这个世界最大的华文网站在征求我的意见后,关闭所有消息的评论窗口,使此专题成为该网站唯一没有评论文字的专题。因为在中国,阿拉伯、伊斯兰教、穆斯林、真主(安拉)、穆罕默德都是非常敏感的字眼。中国的朝觐者在沙特受到从国王到普通公务员的慷慨接待和关照,顺利地完成了朝觐活动。他们回来后,纷纷撰写文章在不同宗教或学术媒介(包括中国伊斯兰教协会的机关刊物《中国穆斯林》和部分穆斯林网站)中刊载,对沙特国王、政府和人民大加赞赏。但是,这些报道在官方的媒介中基本上看不到。

第七,与足球比赛有关。由于沙特是亚洲足球强国,因此,中国媒介中涉及沙特的消息中不少是与世界杯、亚洲杯、奥运会和海湾杯等足球比赛相关联的。中国的一些受众,特别是球迷,或许不知道沙特国王阁下,但是却记住了著名的沙特足球明星,或许不知道沙特有几个省城,但却说得出沙特的几支著名的足球俱乐部。在中国的因特网上,还能找到几位沙特球星的中文网站。

三、传统和主流媒介对沙特的报道是正面和友好的

中国的媒介基本上都是国家经营的,因此,它必然要服从国家的外交政策、民族政策和宗教政策。中国历来奉行以和平共处5项基本原则来处理与世界国家的关系,尽管沙特和中国是两个完全不同的国家和社会形态,但自建交14年来双方关系发展平稳、政治上相互理解和支持、经济上互通有无、军事上合作顺利,是典型的朋友式的关系。

和美国等西方国家不同的是,中国政府从来干涉沙特的内政,从来不把中国的文化传统和价值观直接或间接地向沙特进行灌输,对沙特持完全尊重的立场。因此,中国的媒介也自觉地与官方保持政治上的一致性,客观地报道有关沙特的消息。对于有利于沙特国家、政府和人民形象的消息,中国媒介会根据它的新闻价值进行适量的报道,对于负面的消息,中国媒介会非常低调地淡化处理,甚至根本不报。中国媒介在转述西方媒介的相关报道时,也会注意西方国家新闻观和价值观的潜在影响,避免无意中成为西方攻击、诋毁沙特的传声筒。所以,在任何中国大众媒介中,几乎找不到任何不利于沙特的报道。

中国外交部每年出版的《世界知识年鉴》是本非常权威的参考手册,其中是这样概括沙特的基本情况的:“沙特是政教合一的君主制国家,禁止政党活动,无宪法。《古兰经》和穆罕默德的圣训是国家执法的依据”。对于法赫德国王陛下,该书在客观介绍他的履历后只有一句评价:“喜欢观看骆驼比赛和足球赛等运动项目”。在涉及沙特经济、人民生活、军事、文化教育、对外关系时分别有如下短暂的定义:“沙特实行自由经济政策”;“石油和石化工业是沙特的经济命脉”;“沙特十分重视农业”;“沙特实行自由贸易和低关税政策”;“沙特是高福利国家,实行免费医疗”;“政府重视教育和人才培养,实行免费教育”。在有关沙特外交政策的章节中指出,“沙特奉行独立自主、温和务实、不结盟的外交政策。主张国与国之间相互尊重、和平共处、互不干涉内政。将发展与阿拉伯、伊斯兰国家关系放在首位。”“建交以来,(中沙)两国友好关系稳步发展,各层次往来不断,合作领域日益拓宽。1994年两国建立勒外交部政治磋商机制,迄今已经进行了6次磋商”。^[12]

中国是个多民族融和和友好相处的国家,有56个民族,其中10个少数民族信仰伊斯兰教,分散在中国的各个省份。而伊斯兰教又把这10个民族的2600万人口和沙特等阿拉伯、伊斯兰教国家联系起来。因此,中国政府把涉及伊斯兰教和阿拉伯事务的报道当作一个民族问题、宗教问题和外交问题来处理,从

关系民族团结、社会稳定、经济发展和对外关系等高度来加以重视。前中国国家主席江泽民曾在1993年统一战线工作会议上说,“民族宗教问题无小事”。^[13]

中国部分报纸、杂志因为编辑人员的无知,曾经出现过亵渎伊斯兰教的恶劣事件,为此,中国政府从不姑息,坚决处罚。据未经证实的消息,中国政府曾在某一年撤消大约10家报纸主要负责人的职务,以便平息穆斯林的愤怒和惩戒任何违反法律、破坏民族团结、践踏宗教信仰自由的行为。中国政府甚至在1989年天安门事件之后的敏感阶段里,允许北京的穆斯林上街示威,抗议一本非法出版的辱没伊斯兰教的小册子《性风俗》,并最终依法将其作者送进监狱。在笔者的记忆中,没有一家中国媒介曾对沙特进行过恶意的报道。

中国的学术类刊物不少,包括研究单位、政府机关、新闻机构、高等院校和宗教组织出版的季刊、月刊或周刊,它们都在不同的时期围绕不同的话题把沙特的某一个方面、某一个问题当作研究对象,而这些研究刊物基本上都是从纯学术的角度介绍和探讨沙特的政治、外交、经济、石油政策、投资、宗教派别和妇女地位等。在这方面,上海外国语大学主办的《阿拉伯世界》杂志值得一提。这家有20多年历史的学术期刊,是中国唯一专门介绍阿拉伯世界的刊物,内容涉及历史、文化、宗教、政治、经济、语言和外交乃至风俗等所有方面。

四、新兴的和非主流媒体对沙特和阿拉伯的报道存在某些问题

随着因特网在中国的兴起和发展,中国的网络媒介已经非常发达,成为最快捷、最有效、最吸引人的新兴媒介。中国有5大政府新闻网站,其中包括新华社网站和人民日报网站。新华社的网站排名已经超过了路透社、法新社和美联社和CNN等世界一流媒介的网站。尽管新的调查表明,网民更相信传统媒介网站消息的可靠性,但是,在中国,乃至在全世界的华人圈,最有影响的网站却是新浪和搜狐等商业网站。这些网站由于也转发各种媒介的消息而成为非常有影响力的信息总汇。据不完全统计,大约600家报纸、杂志等新闻机构成为这些商业网站的信息来源,包括外国通讯社、中国通讯社、报纸、杂志、电台和电视台网站的消息,也包括自由撰稿人、独立信息源提供的信息,从而,对政府新闻网站形成巨大的冲击,甚至在某些重大问题的报道上左右和引导了舆论。在中国,一个不容否认的事实是,绝大多数网站都把商业网站作为自己平时获得信息的首选媒介,而不是官方的媒

介网站。

问题在于,尽管这些网站都明确规定任何人在论坛发表观点,必须遵守中国的有关法律,但它们毕竟没有官方媒介的忌讳和约束,过多地不加过滤地采用了西方的消息和评论,使大量不利于沙特和阿拉伯、穆斯林的信息和评论充斥网站,甚至允许一些种族主义的言论和肮脏的语言得以张贴。

在这种地方,但凡涉及中东争端、自杀爆炸、基地组织等信息,总能看到一些对阿拉伯人和穆斯林的恶意攻击。一个触目惊心的事实是,尽管中国的中东政策是同情和支持阿拉伯正义事业的,但是,中国的青年人,特别是青年网民已经大部分站在了以色列一边,他们公开在网站论坛上攻击政府的外交政策,强烈抨击中国媒介有关中东问题的报道立场,对客观报道巴勒斯坦问题的记者进行人身攻击,极力贬低巴勒斯坦人、阿拉伯人、穆斯林和伊斯兰教,对美国 and 以色列充满了同情、崇拜和支持。在以色列的国际形象空前糟糕的同时,它却在中国青年一代中非常有市场,能轻易找到大量的同情者和支持者,出现一种怪现象。形成这一现象,固然和中国当代青年人的世界观、人生观及价值观发生剧烈变化有关,与西方媒介控制和左右世界信息渠道有关,但也与阿拉伯国家对外宣传不力,尤其是对华媒介公关失败有着密切的关系。

五、沙特和阿拉伯世界需要学习以色列的媒介公关策略

随着美国在阿拉伯国家推行“大中东计划”的展开,阿拉伯世界与美国的分歧、摩擦和矛盾会逐步增多和加深。同时,随着中国与阿拉伯国家合作的深入和拓展,双方建立战略合作伙伴关系,发展互补性经济贸易的前景越来越广阔。中沙加强交流和合作已经是无可避免的趋势,而沙特应该从战略上重视政府的公共关系工作,重视与中国媒介的沟通和交流。在这个方面,我个人建议,沙特和其他阿拉伯国家都应该学习以色列的媒介公关意识和技巧,反思自己在这方面的欠缺。

坦率地说,包括沙特在内的阿拉伯世界普遍不重视同中国媒介打交道。仅从争夺中国舆论和民心这个角度看,拥有22个国家、2亿多人口、地域辽阔的阿拉伯世界输给了几百万人口的弹丸小国以色列。尽管阿拉伯国家在中东争端中坚持正义,理应受到同情和支持,尽管以色列占领了阿拉伯世界的土地,这几乎是世界公认的事实,也尽管中国同阿拉伯世界保持着传统的友好关系,但是,以色列已经在中国的媒介宣传中产生了巨大的影响。一个简单的事实是,多数中

国媒介工作者都在报道和公开表态中持同情和支持阿拉伯国家的立场,但私下里,他们越来越多地对以色列表示理解甚至欣赏。

阿拉伯人是以慷慨出名的,而以色列人是以“吝啬”著称于世的。但是,凡是在北京与以色列人和阿拉伯人打过交道的,都可能会得出相反的结论。这并不是说事实上阿拉伯人吝啬、以色列人慷慨或者完全相反,而是以色列在表现慷慨方面超过了阿拉伯人。那么,以色列都做了些什么呢?

第一,利用一切机会与中国驻以色列和中东地区记者交朋友,使其在到达以色列前就对这个国家产生亲近感。每一个被派往以色列的中国记者,行前都会受到以色列新闻官员的约见和宴请。在一个非常轻松和友好的场合,以色列外交官会把若干本描述以色列、犹太人和中东问题的著作送给这个记者,而这些书籍肯定都反映了以色列的官方立场,或者展示以色列人勇敢、勤劳、苦干和智慧。当这些记者结束任期后,他们会成为以色列外交人员的公关对象,经常应邀出现各种使馆组织的活动,长时间地受到以色列方面的影响,由此难以避免地会对以色列产生好感。

就我本人的体验是,无论是我在90年代初到科威特工作(兼管对沙特的报道),还是90年代末在巴勒斯坦工作,事先没有一位阿拉伯外交官主动与我接触并试图对我产生影响。尤其让我印象深刻的是,我作为中国唯一常驻巴勒斯坦的记者并在危险的加沙工作3年之久,只有在结束任期后有机会接受邀请到巴勒斯坦驻北京大使馆做客。作为一个中国比较知名的中东问题专家和资深新闻记者,我在中国电视台的访谈受到了以色列使馆的连续关注,也因此,成为经常应邀造访以色列使馆。但是,迄今为止,只有沙特使馆注意到我的存在和作用。

有一个故事让我一直难忘,几年前,当新华社驻中东地区总分社(设在开罗)社长李红旗赴任前夕,为他举行欢送盛大宴会的竟然是以色列驻华大使馆而不是埃及或者阿拉伯国家联盟驻北京办事处。其中固然有李先生曾经在以色列工作过的原因,但是,这里明显可以看出以色列通过各种方式影响中国记者的愿望。

以色列外交官通过与新闻记者打交道,并不直接推销和贩卖其政府的立场和思想,而是通过自由交谈的方式,通过个人友谊来影响中国记者对中东冲突的看法,进而使其在报道这一问题时人为地夹带些感情因素。伊拉克战争爆发前夕,正当巴勒斯坦外交部长沙阿斯访问中国期间,以色列政府特使、前辛贝特局

长也到中国访问,他在会见中国领导人之余,至少参与了两次新闻记者、学者见面会,回答了所有问题,包括以色列如何应付萨达姆政权可能发动的导弹袭击。去年底,以色列使馆又邀请我参加一名来自国内的“反恐”专家的学术讨论会,并随邀请函传了这位专家的详悉资料和学术著作简介。

第二,邀请相关的专家、学者、媒介负责人前往以色列进行访问,并长期保持联系,使其在不知不觉中成为以色列在中国的院外集团。中国的学术专家、记者一般通过各种媒介就国际问题发表分析和观点,进而影响政府决策,也影响公众对某一问题是非曲直的判断,当然,也在某种程度上会对双边关系产生一定作用。以色列政府非常重视对中国学术和新闻界的公关。早在中以建交前,以色列外交部就通过纽约犹太人某协会的名义邀请两名新华社记者前往耶路撒冷访问,并通过他们推动两国外交关系的突破和正常化。中以建交后,几乎所有从事中东问题研究的学者都先后应邀访问过以色列。部分中央和地方主要报纸的国际版编辑也陆续到过以色列。这些学者和记者回来之后,几乎都要写一些访问观感,对以色列的建设成就、犹太人的勤劳智慧和以色列对华友好表现做一番表述,同时,对暴力冲突下以色列人的生存环境表示担忧和理解。

相反,很少有中国学者和记者能到巴勒斯坦被占领土参观访问,因此,巴勒斯坦人的痛苦和巴以冲突的真相更多只能通过新华社和西方媒介进行了解,而西方媒介的立场又是总体上偏向以色列的。在媒介公关方面,阿拉伯国家普遍不够重视。当然,客观地说,沙特政府在这方面却是个例外,的确是做了许多工作的,包括从80年代起陆续邀请中国的新闻记者、大学教授和学者到沙特进行访问,参加沙特国庆活动或文化节。但我个人认为,这方面的交流还需要扩大,特别是新闻记者和学者。

第三,通过外交官的广泛社会活动,大量接触中国各阶层,频繁在中国媒介中曝光,树立国家的形象。我是讲阿拉伯语的,也主要在阿拉伯国家工作,但是,在北京,除沙特大使阁下,我记不起其他阿拉伯外交官的名字,我先后直接接触过的阿拉伯外交官不会超过5人。但是,我对以色列的大使、新闻专员甚至几个中国雇员的名字都能叫得上来,而且建立了很好的私人友谊,即使他们结束任期回到国内。这不是说我和以色列人走得近,而是阿拉伯人疏远了我,或者没有重视与我们这些中国的专家、学者和新闻记者打交道。以色列前驻华大使南月明在她50多岁时到中国工

作,但是,在4年的日子里,她跑遍了中国的24个省份,从最热最南端的中国城市海南三亚,到最冷最北端的黑龙江首府哈尔滨,从北京最贫穷的小巷子到中国最西边的城市喀什^[14](《北京青年报》)。她甚至多次到东北去祭扫犹太人墓地^[15],借以密切中国与以色列的历史关系。我从前沙特驻中国大使巴沙尔先生的著作里看到了北京牛街清真寺的阿拉伯先贤墓地的照片,显然他拜访过那里,但是,又有多少阿拉伯外交官能经常就近去访问这个墓地并利用它来宣传中国与阿拉伯的历史友谊呢?

在中国,南月明是频繁在中国《人民日报》、《北京日报》、《北京青年报》等重要报纸露面的外国人,也是中国最知名的外交官之一。在中国媒体的表述中,她是位中国迷,中国通,非常热爱中国文化和中国人民,甚至非常支持中国的希望工程并自己掏钱资助部分贫困地区的学生读书。^[16]广州的中华饮食文化网甚至在南月明离任一年多后还在回忆说:“以色列前驻华大使南月明是位爽朗、热情的女外交官……是外交界公认的‘铁娘子’式的人物,堪与撒切尔夫人媲美,并与国务委员吴仪是好朋友。”^[17]她何止是国务委员的好朋友,她也曾是中国前国家主席设家宴招待过的仅有的两位外国大使之一。中国和阿拉伯世界都不乏杰出的外交官,但是,又有几位能比南月明更投入、更敬业和更讲究外交艺术呢?当中国媒介宣传、欣赏和赞扬南月明这样的以色列大使时,中国人还能对以色列保持多少距离呢?

南月明的继任者海逸达博士是位出生在伊拉克的犹太人,到任以来,一直重视同中国媒介打交道。在以色列举行大选、伊拉克战争爆发这样重要事态发生期间,海逸达都亲自举行新闻发布会,介绍相关情况,解释以政府立场。他也特别重视利用中国遭遇的苦难强调以中关系的密切和牢固。他曾经对笔者说,他是SARS疫情爆发期间,唯一没有回国躲避而是与中国人民共患难的外国大使。我无从证实是否还有其他使节留在北京,但仅从他能继续在中国履行职责这一点,我们就无法不佩服。

第五,追踪媒介报道,并进行适当交涉。美国著名专栏作家托马斯·弗雷德里曼曾经在其传记《从贝鲁特到耶路撒冷》中讲过这样一个故事,当他向《纽约时报》总部口述消息并把一位以色列新任部长的名字错拼为“贝都因”后,仅仅3分钟,在耶路撒冷的这位部长就从纽约得到相关消息并及时进行了纠正。^[18]这个例子说明了以色列对各国媒介的跟踪是何等密切和小心。一般而言,以色列对中国媒介,特别是国

家级和著名媒介的跟踪和分析是连续的和全方位的。我在加沙工作3年期间,以色列使馆一位参赞曾非正式地对我的北京编辑说,马先生的消息是客观和中立的,但他的某些评论是偏向巴勒斯坦的。这足以说明以色列方面是长期关注我和其他中国记者的报道的。2002年11月20日,以色列首次轰炸拉马拉巴勒斯坦目标后,新华社耶路撒冷分社首席记者写了一篇评论批评以色列激化矛盾的做法,次日,以色列驻华使馆就打电话给他本人进行交涉。2003年7月,以色列大规模扫荡杰宁后,新华社的一篇短评被以色列电台播发后,以色列外交部召见中国大使表示不满,以色列使馆首先通过法新社驻北京记者,也通过新华社其他记者侧面了解这篇短评是代表新华社还是作者个人立场,尔后,其驻华公使也拜访新华社领导进行交涉。其实,只是这篇短评在从中文翻译成英文时出了点技术故障,使读者产生了把以色列政府暗示为德国纳粹的误解。这些例子都说明,以色列非常重视它在中国媒介中的形象,也非常重视中国如何向世界描述它的形象。

第六,资助学术研究和出版活动。过去10年间,中国各出版社出版了上百本有关中东问题和中东国家的书籍,其中仅有关以色列、犹太民族和犹太文化的约占1/3。尚没有足够的证据说明以色列政府资助了其中多少书籍的翻译和出版,但是,可以得到证实的是,相当部分著作者都有在以色列访问或者留学的经历,还有部分书籍是由以色列政府或者大使馆提供了材料和便利,更有部分书籍是以色列高官或大使亲自写序的。这些书籍基本上都是正面报道以色列或犹太人形象的,或者在有争议的问题上反应或支持以色列的官方立场。

以上几个方面,仅仅是我所了解的以色列在华媒介公关谋略和技巧。其实,以色列政府聘请国际著名公关公司为其改善形象出谋划策已经不是秘密。以色列政府同包括BBC、CNN等世界级媒介的争执也一直不断。这都说明了媒介对于国家和政府形象塑造的巨大重要性。根据弗雷德里曼的披露,早在上个世纪80年代,以色列外交部每年都委托自由撰稿人撰写大约100篇有关以色列的文章供美国各种报刊采用,而且每年用本部的开支邀请大约400~500名重要的美国观察家,包括记者、牧师、工会和学生领袖、市长、地方政治家及各种社团的学者,请他们观光这个国家,然后回去谈论和撰写文章。以色列在美国的大使馆和9个领事馆密切注意所在地区的所有报纸和电视新闻节目,不论其规模大小。当出现“敌对”的报道和评

论时,工作人员就去约见那些新闻机构的编辑……^[19]10多年以后,以色列这些媒介公关术还在使用,而且事实证明的确管用。

当然,说到这里,我应该客观地指出,沙特是比较重视中沙关系的,沙特政府和其派驻北京的使馆也是比较重视与中国媒介打交道的。在我的记忆中,几乎所有新华社的穆斯林记者都应邀访问过沙特,即使在两国尚未建立关系的80年代。沙特作为特例同意新华社在首都利雅得建立分社,这本身更说明了沙特政府重视中国官方媒介的作用,重视通过新华社全面、真实地介绍沙特阿拉伯发生的事件以及沙特政府的立场,重视向13亿中国人介绍沙特。2003年,前沙特驻中国大使巴沙尔阁下曾委托我,希望为沙特政府在北京物色一位记者,担当沙特政府在华活动的帮办,包括协助举行新闻发布、文化宣传、展览和商务洽谈等等,但条件是此人必须是穆斯林。虽然寻找这样一位特殊身份的雇员不太容易,甚至不可能,但是,这个举动说明沙特政府还是具有比较强烈的现代公关意识的。

(作者是新华社高级记者,《环球》杂志总编辑)

注释:

- [1]艾立民:“我国期刊产业的现状与前景”,《传媒杂志 MEDIA》第8页。
- [2][3]孙正、柳婷婷:“2003年中国新闻回望”,《中华新闻报》。
- [4]中新社北京4月1日援引中国互联网络信息资源的第三次数量调查结果。
- [5]中国记者协会网站 www.china-media.com.cn:《中国记者协会简介》。
- [6]传媒杂志 MEDIA, 2003年第10期,第5页。
- [7]《新京报》2003年3月28日 B25版—地球周刊。
- [8]祁和忠:“中国多管齐下力保石油安全”,《国际金融报》2004年4月9日。
- [9][10][11]栗源、马凌:“油价牵扯着谁的神经”,《南方周末》,2004年4月8日第24版。
- [12]引自《世界知识年鉴》2003/2004版, P172~176,世界知识出版社。
- [13]江泽民:《1993年11月7日在全国统战工作会议上的讲话》。
- [14][15][16]姜薇:“在华的日子终身难忘—以色列驻华大使南月明”,《北京青年报》1999年1月29日。
- [17] <http://www.csonline.com.cn>
- [18]托马斯·弗雷德里曼:《从贝鲁特到耶路撒冷》,中文版,世界知识出版社,第439页。Thomas Friedman—From Beirut to Jerusalem: One Man's Middle Eastern Odyssey.
- [19]Thomas Friedman—From Beirut to Jerusalem: One Man's Middle Eastern Odyssey, 中文版,世界知识出版社,第439~440页。

版权所有