

年终特稿

# 军方发言人的台前幕后

国防大学 李大光 伊红平

## 我军新闻发言人怎样炼成

### 选拔要求高属于兼职 多为二级部门领导

在7个大单位设立军事新闻发言人是中国人民解放军和武警部队加强对外宣传工作的重要举措,因此在人员的选择上颇具匠心。

此次选拔的新闻发言人为兼职性质,多为所在单位的宣传部长,只有海军是作战部领导。他们大多是大单位二级部门的领导,以大单位宣传部领导为主,因为海军的重大军事行动比较多,所以选拔的是作战部的领导和军事学术研究机构科研人员。大单位新闻发言人熟悉本单位的基本情况,主要担负对外发布本单位重要活动的权威信息、回应舆论关切、回答媒体求证和提问等职责。

军事新闻发言人通常是综合部门的领导,熟悉掌握本单位的情况,善于同媒体打交道,熟悉舆论生态、舆情生成、信息发布规律,还要具备良好的形象素质和语言表达能力、沟通协调等能力。军事新闻发言人要对人民、对

党、对军队绝对忠诚,能够深入全面地理解掌握我军的军事思想、军事战略等军事理论,熟知部队所担负任务、备战训练水平、武器装备等基本情况;还要熟悉国内外基本形势、了解实时军事动态,对部队所处环境中的敌我态势充分掌握。新闻发言人只有具备较强的政治素养和军事专业素养,才能够得心应手地分析军情状况,按决策层意图正确地评述国内外发生的重大军事事件。

### 上岗前密集培训3天 号称“传媒一期”

今年新任的军事新闻发言人此前已经做了相关培训。学员观摩外交部新闻发布会,模拟演练使用的12个案例,都涉及热点时事。他们在正式上岗前,除在军队内部参与培训外,还接受了他们称之为“传媒一期”的培训:今年11月12日至14日,中国传媒大学为他们开展了为期3天的20学时密集式高端培训,培训形式主要包括讲座、演练、观摩和交流等。11月13日,



CFP/图

他们还观摩了外交部新闻司司长、新闻发言人秦刚举行的例行新闻发布会,其后又和外交部另一位新闻发言人洪磊进行了交流。

演练是最重要的教学方式。与其他部委系统新闻发言人培训不同,此次军队的“传媒一期”培训没有再去重复讲解新闻发布制度的理论、历史和现行政策等方面,而是反复强调实践性和针对性,课程设置也是为几位发言人“量体裁衣”。校方在编写案例时,委托方并没有设置什么禁区,全部案例均由基地和学院富有实践教学经验的教师团队集体编写。有关模拟演练中使用的12个背景案例情境,选择上照顾到发言人所属的不同军种、领域,兼顾不同媒体采访的多种形式,内容则是包罗甚广,涉及“军方对南海问题强硬对待”、“中国舰队赴索马里海域护航”和“全军武警部队清退军职干部秘书”等热点时事。可见,这次培训100%的内容都力图贴近实践、注重实效。

### “看家本领”思维敏捷 风趣幽默更有亲和力

“航母不是‘宅男’,不可能总待在军港里面”……前不久,在国防部例行记者会上,针对有外媒猜测中国航母平台辽宁舰将择机远航一事,国防部新闻发言人杨宇军说,中国有句古语说:“海阔凭鱼跃,天高任鸟飞。”航母不是“宅男”,不可能总待在军港里面,因此将来航母肯定是要去远航的。究竟什么时候出去?到哪个海域?组成什么样的编队?这些到时候要根据各方面情况综合考虑。

军事新闻发言人作为特殊的军人,要经常面对媒体记者的提问甚至质疑。因此,思维和反应要快,是军事发言人最应该具备的素质,这也堪称是军事新闻发言人的“看家本领”。发言人的学识、素养、口才乃至说话的方式,也会成为一段时期的新闻事件。从小处说,他们代表着公众判断、民心民意;从大处说,他们代表着政府的立场、国家的形象。

因此,要扮演好发言人的角色,尤其是当好军事发言人,经验和专业知识至关重要,口才好,擅长沟通,熟悉政策,当面对世界各国媒体和记者时,才能够对答如流地回答提问。

图表来自《解放军报》

### 新闻背景

即将过去的2013年,中国军队的一举一动,都像磁石一般吸引着全球各大媒体。日前,经中央军委批准,我军分别在总政治部、总后勤部、总装备部和海军、空军、第二炮兵、武警部队7个大单位设立了军事新闻发言人。这是继2007年设立国防部新闻发言人制度,2008年举行首场军队新闻发布会,2011年建立国防部例行记者会制度之后的又一个标志性事件,标志着中国建立军队新闻发言人制度。

伴随中国和平发展的脚步,国际社会及国内公众对解放军的关注程度快速提升,各方面对军事信息的渴求也达到了空前程度。设立军事新闻发言人,进一步完善了我军的新闻信息发布体系,既有利于提高我军的透明度,也有利于强化军队与媒体、公众之间的互动关系,增强我军的美誉度和软实力。其实,军事发言人已经在世界许多国家的军队中普遍存在。



国防部新闻发言人杨宇军



## 设置军事新闻发言人是国际惯例

### 诞生于一战 海湾战争推向高潮

军事新闻发言人制度发端于19世纪末期的美国,第一次世界大战期间的“卢西塔尼亚”事件催生了它的正式诞生。一战期间,美国、德国、英国虽然分别设立了“公共新闻委员会”、“战时新闻局”和“新闻局”,负责发布关于战争的实况,甚至还制定了新闻发布的相关规定,但它既不是专属军队的机构,在本质上也有异于新闻发言人,更多时候发挥着新闻管制的功能,更类似于今天的国家新闻办公室。

二战期间,美国政府设立了“战时新闻处”来发挥“公共新闻委员会”的功能,它通过下属的“新闻局”,负责发布国家重要的以及跨部门的战争消息。新闻发言人20世纪50年代,在美国成为一种政治制度。海湾战争将美军新闻发言人制度进一步推向了高潮。在为时仅42天的战争中,以美国为首的联军共举行了98次新闻发布会,美军新闻发言人克拉克很快成为世界闻名的“电视明星”,伊拉克则完全丧失了在国际社会的发言权。

### 美军体系最完备 新闻发布频率最高

如今,在已经建立起新闻发布制度的各国军队中,基本上都设有军事新闻发言人。只是根据不同的国情、军情,采取了不同的设置方式。有的是在国防部设置最高层次的专职军事新闻发言人,有的是在

军种、战区司令部等部门中设立不同级别的专职军事新闻发言人,还有的由部队指挥官或部门负责人直接担任新闻发言人。

各国军队中,美军的新闻发言人体系最为完备,并且拥有全世界最多的军事新闻发言人。美军各军种、各战区司令部乃至各舰队、各师均有公共事务部门,其主管同时负责发布信息。例如,美军太平洋总部的公共事务办公室对上隶属于副总司令参谋长办公室,对下与太平洋总部下属各军种司令部、联合司令部的公共事务部门有业务关系,负责通报太平洋总部领导人的活动与出访,发布领导人在不同场合的讲话、国会听证词等,介绍所属部队的训练演习活动、宣传责任区内军队救灾、维和、反恐等军事活动,战时组织召开每日战况简报发布会。

### 防长或总统 偶尔客串军方发言人

各国军事新闻发言人各有特色。如美军从国防部至各军种部、集团军、师、基地、舰队等均设新闻发言人,由相应级别的公共事务办公室负责管理和组织,一般由其领导亲自兼任新闻发言人。美国国防部负责公共事务的助理国防部长是国防部的首席新闻发言人。不过,遇到重大事件,国防部长和参联会主席也会出席发布会亲自回答提问,临时客串新闻发言人。美国总统偶尔也会出席国防部的记者招待会。

俄罗斯国防部长在国防部拥有首席对外发言权。在涉及国防政策、与军事有关的涉外事件及重大

国际安全问题时,俄国防部长一般要代表国防部阐述立场和表明态度。国防部其他领导人则按各自的职责和权限对外发布新闻和信息。除国防部领导外,新闻与社会联络局新闻宣传处处长是代表国防部的日常发言人。

英军在国防部一级没有专职新闻发言人。国防新闻处处长或机构传播局局长负责组织国防部的新闻发布会,根据主题邀请国防部相关领导或军队将领出任发言人。德军在营以上均设新闻官。

### 见高官推门入 敏感问题统一“发声”

对于新闻发布来说,速度至关重要。各国国防部新闻发言人,平时一般都与决策者保持密切沟通,以便直接获取重要信息。为准确及时获取信息,有的西方国家的国防部发言人,不仅与国防部长在同一座楼办公,甚至是门对门。一旦出现突发事件,新闻发言人能推门而入,直接去找国防部长或最高军事指挥官,迅速商定新闻发布口径,立即回应社会关切。如德军国防部长和总监察长的新闻发言人,虽然级别不高(相当于我们的师级),但都与最高决策层联系密切。

不仅是德军,西方国家军队的信息发布,都是如此运作:需要发布信息时,一是由国防部长或指挥官本人直接说,二是由新闻发言人发布。在看似新闻自由的西方,对军队指挥官的“发声”管理十分严格,作为军人,不能随便对媒体发布信息,不能随便谈论对敏感问题的看法,他们的主张是统一“发声”。

央司令部在新闻发布会上不断播放美军空袭阿富汗初战告捷的录像,并宣称“塔利班武装必须尽快投降,否则只有死路一条”。在伊拉克战争中,开战之前和整个作战过程中,美伊双方频繁召开新闻发布会、记者招待会,除了首脑统帅和高官要员纷纷上阵,频频在媒体露面,亲自造势之外,军事新闻发言人在新闻舆论战中充当了重要角色。双方的军事新闻发言人几乎每天都召开新闻发布会、记者招待会,宣示战争动向,战况通报,公布战争进程和战绩战果,传播对自己有利的战场信息,驳斥对方的不实报道。美军和伊军的军事新闻发言人,成了世界各国媒体追踪的目标,成为世人关注的新闻焦点人物。可以说,在这场举世瞩目的信息化战争中,除了布什、萨达姆等头面人物,哪一位战士和军事指挥官也没有军事新闻发言人在媒体亮相的机会多,他们的“语言炸弹”,给人留下了深刻印象。

### 延伸阅读

## 文韬武略 舆论战军事战同等重要

如今,不管是战争行动,还是非战争行动,舆论的影响力越来越大。军事新闻发布工作的好与坏,决定了能否在平时和战时拥有道义上的优势,决定了军队能否在危机发生时和战时充分利用国际舆论,也决定了国家的综合实力能否得到充分的发挥。

美国很早就把舆论战放在战略位置上来考虑。在精心部署军事战的同时,制订舆论战战略。在海湾战争中,时任总统布什亲自签署过三项命令:授权全国舆论工具、情报机构、科研机构、某种心理战专家和东方学家制订“特殊计划”,编造忽东忽西的“可靠

消息”使伊军摸不透多国部队的具体计划与意图。美军认为,单纯依靠军事优势和行动本身,并不能保证战略目标达成效益最大化,军队也必须善于利用“软实力”,这比用军事手段等强制性力量更有利于达成战略目标。而中国自古就一直用“文韬武略”来比喻用兵谋略。

信息化战争中,新闻舆论紧密配合军事斗争,与军事行动融为一体,舆论攻势与军事打击互相呼应,软硬杀伤并举。在近几场战争中,美军实施新闻舆论攻击,有效地瓦解了敌军。如阿富汗战争中,美国中

### 追根溯源

## 汶川抗震救灾 我军新闻发言人首亮相

新中国成立后,我国的军事新闻发布职能长期由外交部和国务院新闻办公室兼负。随着20世纪90年代初“中国威胁论”从日本开始兴起,关于中国军事威胁的言论在国际社会层出不穷,我国都是由外交部新闻发言人甚至国务院新闻办公室负责人出面澄清。从1997年开始,我军先后在驻香港部队和驻澳门部队中编列对外新闻发言人,主要针对港澳地区发布驻军相关情况。驻香港部队发言人办公室还设立了热线电话在香港媒体公布,被媒体誉为香港驻军的一张“名片”,为正确引导特区舆论发挥了显著作用。

2007年12月25日,新华社在报道“携手-2007”中印陆军联合反恐训练情况时,首次引用了“国防部新闻事务局官员”的表述。12月27日,国务院新闻办公室主任蔡武首次透露国防部已经在筹建新闻事务局。

2008年1月8日,新华社第一次正式援引“国防部新闻事务局负责人”发布消息,宣布美军太平洋总部司令即将访华。1月12日,国防部首次主动向外界公布了新闻事务局的筹建情况,宣布其制度建设、人员配备、办公地点、新闻发言地点等事宜正在研究论证之中,表示将在适当时候正式开展工作并为媒体提供中国国防和军队建设的相关信息。1月22日,外交部发言人要求媒体就相关问题直接向国防部新闻事务局询问。

真正意义上催生中国军事新闻发言人制度的是2008年5月12日发生的汶川大地震。从5月13日开始,新华社每天都播发来自“国防部新闻发言人”的救灾信息,内容涉及动用兵力设备、外军援助等众多方面。5月18日,在国务院新闻办公室举行的第六次抗震救灾新闻发布会上,国防部新闻事务局局长兼国防部新闻发言人胡昌明大校首次亮相,标志着中国国防部新闻发言人正式走上前台。

抗震救灾取得初步胜利后,我国国防部新闻发言人的新闻发布重点开始转移,不仅涉及中外联合军事训练、部队重大军事演习、美国对台军售、南非军舰访华等更多领域,就连新闻发布形式也出现在了开放部队进行现场发布的可喜变化。2011年4月27日,我国国防部举办了首次例行记者会。