

# 讲述怒江巨变故事 建言提升国际传播

3月29日下午,2025减贫治理与全球发展(怒江)国际论坛的分论坛“传媒光影:怒江巨变——中国减贫经验的国际传播”在怒江举行。20位来自媒体和国际传播

领域的专家们讲述怒江巨变的故事,畅谈以怒江为代表的中国减贫故事如何被世界看见、听见和理解。现场洋溢着媒体光影背后带露珠、切实际、有远见的思考和建议。



主持人陆地(左)和嘉宾冉建强(中)、李映青(右)分享云南国际传播经验。



主持人陆地(左)和嘉宾曹海东(中)、周颖(右)讨论开展数字减贫的国际传播工作。

## 记者说

### 让好故事传得更远

“要致富,先修路”是怒江减贫、中国减贫故事里最常出现的字眼,而怒江减贫故事在国际传播中的“路”也越来越宽。

人民日报社云南分社记者杨文明跟踪报道怒江10年。他清楚地记得,第一次到独龙江乡的路,没有护栏,汽车紧贴百米深渊边缘行驶。10年后,通往独龙江的路是双向车道,沿途有充电桩,还有不少全国各地慕名而来的自驾游游客。除了交通的变化,当地更重要的变化,是怒江的群众更自立、更自信、更自信。杨

文明关于怒江蜕变之路的报道颇受媒体关注,他常常思考:世界上很多地区依然深陷贫困,非常需要中国怒江经验和其他类似经验的启迪。

中国日报社云南记者站站长李映青凭借多年深耕云南国际传播的经验。对于减贫故事的“软着陆”,有很多经历让她记忆犹新。10年来,她跟踪采访了独龙族妇女、独龙江乡第一个民宿老板等。她

现场展示了一组跨版的彩色英文图片报道,上面有独龙族文面母女10年的对比合照。“视角聚焦的是普通人的命运变迁,让故事更具人性温度和感染力。”这些具有“无声”力量的报道投放到亚洲新闻联盟的国外主流媒体,借助国际交流合作平台实现二次、三次传播,也在国外的纪实摄影展亮相,成功吸引国际社会的广泛关注,有力扩大了中国乡村振兴

故事的影响力。李映青说,随着技术的快速发展,未来的减贫故事将有更多呈现的可能。

这场活动的主持人,北京大学新闻与传播学院教授、博士生导师,北京大学周边传播研究中心主任陆地听完发言后,用了3组词概括记者们带来的国际传播启示,一是“小而美”,故事即使“苔花如米小”,传播力也能“如牡丹开”;二是“近而真”,熟悉的人身边的事,真诚而打动人;三是“共而散”,能够引起共鸣的人间烟火,才能传播开来。

### 做出有温度的作品

沙瓦村的村民们都拉着她,哭着唤她“柴妈妈”,舍不得她下山。因为这部纪录片片,外面的世界看到了沙瓦村,看到了怒江,看到了中国人的不屈精神,引来了企业对村庄道路和民居改造的大力支持。现在,柴红芳通过培训、授课,将影片的中国减贫经验分享到20

多个国家,影片也在多个国际电影节中获奖,展映。她还有一个愿望,在怒江落地工作室,通过影像的力量带动当地文旅的发展。

《落地生根》团队的摄影记者王童,也带着很多“忘不了”的怒江人和怒江故事,继续奔赴在讲好减贫故事的征途。他

带来的一张照片和一个视频,深深吸引住大家的眼睛。照片里,几位村民抬着担架上躺着的病人行走在崎岖的山路上。视频中,沙瓦村的村民因为一台待修的冰箱犯了难,最后决定背着冰箱下山,又背着冰箱艰难地回家。这些真实客观的记录,推动当地政府和村民一起想办法脱困。沙瓦村的故事远没有结束,王童也期待着,记录下更多“更好的日子还在后头”的怒江故事。

### 把镜头对得更准些

坚和乡村振兴相关报道的主线之一,仍是海内外报道和关注中国故事的切口。由新华社、新华社国家高端智库出品的纪录片《中国减贫密码》覆盖36亿观众,被非洲、欧洲等地区的主流媒体落地播出。总之,把镜头对准基层的正面

量,那些蕴含着草根的智慧,有望解答世界共通的难题。

新华社云南分社记者胡超分享的报道作品《时光相册》,可以用“一图胜千言”形容,关于国际传播视角选取的经验也沉淀其中。从背着20多斤重的

书下山求学的孩子渴望知识的眼神到现在一应俱全的多功能教室,从易地搬迁的老人舍不得离开老房子“火塘”的纠结,再到车间里年轻人用心学习技能,都无声地展现着中国乡村发展过程中,人们生活状态和精神状态的蜕变。这组记录时光更迭的照片,被美联社采用,也让年轻的摄影记者找寻到国际传播中的微观视角。

### 在日常叙事中讲述

需要去讲述的百姓潮生活。张丹分享,独龙族妇女的金钱观之变也让人印象深刻,从以物易物的经济状态发展到愿意贷款50万元创业,反映的是中国式现代化进

程中,新生代的努力和选择。

怒江融媒体中心记者王靖生感到,把怒江的故事更好地讲给世界听,当地有很多值得输送的日常片段。“我们能在

时间上、空间上近距离感知怒江乡村振兴的脉搏。怒江在祖国的边境线上,我们当地人的生活,也展现了中国边境幸福的模样。我们身边的高黎贡山国家级自然保护区,有海外受众最感兴趣的、稀奇的动植物,我前不久拍摄到的鸟的照片,就被人民网日文版选用了。”王靖生说。

### 和年轻人一起前行

官就已经成为地方形象的塑造者。潘珊菊说,他们也在不断创新中国文化的出海形式,让海外的青年受众逐步了解中国,特别是让“全球南方”国家找到互鉴

的路径。

贡山县融媒体中心的周颖作为一名本土的年轻记者,也在用更松弛、更潮流的方式让外界了解秘境怒江。她和同事

们为独龙族文面奶奶戴上墨镜,戴上鸭舌帽,拍摄年轻人喜欢的写真,受到网友的喜爱和好评。“有一条评论我印象特别深刻,说这应该就是当下独龙族人的生活。这正是我们想通过镜头传递给大家的。”

本报记者 王欢 姚程程



独龙江乡新貌。本报记者 陈飞 摄

## 观点

### 中国公共关系协会会长、国务院新闻办公室原副主任郭卫民—— 展现生动实践

在过往脱贫攻坚的艰难历程中,记者用手中的笔,肩上的摄像机鼓舞士气,凝聚共识。如今,乡村振兴的新征程已然开启,乡村治理领域有新任务、新挑战。在此背景下,国际传播在乡村振兴中的重要性愈发凸显。为进一步强化国际传播效能,讲好中国乡村振兴故事,我们可以从3个维度发力,一是创新传播形式,搭建起集展示、交流与互动

于一体的国际传播平台,增强传播的吸引力与影响力;二是做好各类素材的收集与整理工作,建立丰富、多元的素材库,为国际传播提供充足的内容支撑;三是注重传播方式,以潜移默化、润物无声的方式,分享中国乡村振兴的宝贵经验,全方位、多层次地向世界讲述中国减贫故事,展现中国乡村振兴的生动实践与显著成就。

### 中国日报社秘书长曾庆禧—— 提高内容质量

在向国际社会讲述中国减贫故事的过程中,我们发现中国的制度优势、农民权益的保障、农村制度的改革、农村的新经济发展等内容得到了外媒关注和肯定。但是其中也存在不实报道的

现象,对此,我们一方面要坚决批驳、回击不实信息;另一方面应增加高质量内容供给,将中国元素与具体故事结合。同时通过产学研合作提升传播技术与内容质量,逐步提升国际传播效能。

### 云南日报报业集团党委书记、社长何祖坤—— 合力搭台唱戏

国际传播如何“落地”,需要挖掘好故事,找到好朋友。怒江沙瓦村、马吉米村的脱贫样本就是我们的好故事,新闻人要践行“四力”,深入观察提炼总结,把怒江故事讲好。媒体不只是做国际传播,也要加强合作交流,通过媒体外交在中国外交的大战略、大背景下发挥媒体作用。在此基础上,想要“生根”,还需要好平台,借助云南省南

亚东南亚区域国际传播中心、澜湄周边传播研究院等平台,好朋友们常在一起分享交流,有助于达成共识。此外,系统性设计同样重要,包括准确分析贫困原因、制定针对性解决方案,并倡导构建完整的减贫理论体系,以支持国际传播的有效实施。“三好”合力,有助于增强国际对中国发展的理解,也为全球减贫事业贡献智慧和力量。

### 北京外国语大学国际新闻与传播学院教授、院长宋毅—— 尝试多样传播

做好中国减贫经验的国际传播,要在立足主体、渠道、方式、内容这4个国际传播要素的基础上,进一步做到融出去、请进来、查得到。实际工作中,需政府、媒体、民众等多元主体共同参与,发掘影视、社交媒体、国际论坛等多样化的渠道,采用有温度的传播,用微传播讲述小人物的故事,“一路欢歌·一路情”中老年铁路春节文化主题活动就是一个在移动的、互动

的场域中国际传播的绝佳案例。数字化时代,要尝试数字媒体赋能多渠道立体化的传播,比如借助蒲公英网国家喜爱的中国影视剧、短视频等数字文化内容,以碎片化、年轻化方式讲述乡村振兴的故事,借助数字媒体实现信息聚合,让怒江脱贫故事实现全球可检索、能使用,供给全世界需要的人,让中国经验真正触达世界。

### 北京师范大学新闻传播学院教授禹建强—— 触发世界共鸣

国际传播中“小而美”的内容,借助影像化的呈现,将产生直击人心的力量。国际传播可以讲我们身边的故事、周边的故事、自己的故

事、熟悉的故事,有真情才能更真实地触动受众。同时,要整合多方资源展开合作,传播真善美,引起世界共鸣。

### 新华社对外部国内室主任桂涛—— 思考共同话题

都说怒江位于地球的褶皱,是中国最偏远的地方。怒江论坛邀请来自世界各地的朋友们在这里探讨、思考世界关心的乡村、发展、生

态、数字赋能等全世界面临的共性问题。国际传播中,我们讲述怒江真实的故事,为全球面临的普遍问题提供了解答思路和深刻洞察。

### 红星新闻深度报道中心副主编赵倩—— 致力传播升级

乡村振兴不仅是物质丰裕,更是生活美学的觉醒。媒体报道也逐渐从用一篇报道还原一个场景,到需要去挖掘更细小的故事。应对国际传播面临的挑战,关键在于贴近真实,贴近实际,然后摒弃形式主义。

我们可以创新报道形式,用更细小的切口,以小见大讲好乡村故事。可以使用微纪录片、交互设计与短视频等新型媒介手段,推动国际传播从单向援助到产业赋能的转变,实现传播方式升级。

### 南方周末编委、北京新闻中心主任曹海东—— 用好经验成果

中国乡村发展成就斐然,其中数字减贫的成果备受国际媒体关注。在开展数字减贫的国际传播工作时,需充分考虑不同受众群体的关注点,采用差异化的传播视角。面对发展中国家,它们渴望从中国的实践中汲取发展经验,实现自身的减贫与发展。因

此,传播内容可围绕数字技术如何赋能乡村产业发展、改善基础设施等方面展开。欧美国家更关注大国在全球减贫事业中承担的责任,所以传播内容应突出中国在数字减贫领域的大国担当,如分享中国在国际合作中推广数字减贫技术的经验与成果。

### 万博宣传公关公司原中国区总裁,资深跨文化、创意传播顾问李蕾—— 讲好本土故事

有效的国际传播就是要讲好本土故事。国际传播中,我们要真实、讲益处、用创意,要回归常识、常态、常理。一个个小人物的真实故事能够引起广泛共鸣,并有助于克服文化差

异带来的挑战。同时,在传播过程中,要尝试寻找与国际受众的共通点,利用对比、对冲等方法增强吸引力,从而达到更好的传播效果。

本报记者 王欢 姚程程 整理