

关心和热爱海南的人士,主动成为海南形象的传播者、维护者。与此同时,在尊重民间主体权利的基础上,也应当认识到其存在的局限性。为了更好地发挥民间主体力量的传播效能,首先,需要修筑传播体系与公众之间的双向通道,引导公众树立理性意识,明晰自身作为传播主体所承担的责任和应履行的义务。其次,要切实提升民间力量作为叙事主体的媒介素质和叙事能力,既能利用新媒体技术展示海南风采,又要善于设置叙事议题、把握叙事节奏、讲究叙事策略、确保叙事效果,有效提升舆论引导力。最后,可借鉴国内外实践经验,成立城市形象管理委员会或领导小组办公室等专门机构,建立长效考评监控机制和专业的城市营销效果评价体系,把城市品牌塑造、推广作为一个系统工程,建立专门的城市品牌传播组织。

转变叙事方式,增强叙事吸引力

转变叙事方式,就要以受众为中心,实现三个层面的转变,即从宣传到传播的叙事方式转变,从官方语言向受众语言的表达话语转变,从讲道理到讲故事的传播方法转变。从受众的思维习惯、接受能力、审美取向出发,运用其喜闻乐见的语言形式和表达方式,生动阐释海南自贸港建设实绩。通过小人物的小故事,折射大时代的大变迁,激发读者、受众的真实共鸣,达到实在有效的传播效果。讲故事既是最佳的传播方式,也是消融“语言壁垒”和“文化隔膜”的最好方式。在进行海南自贸港国际形

象传播时,注重以“海南体验”讲述“海南经验”,使报道更有说服力、传播更具实效性。如《美国网红托米》《全球新闻官鲁斯兰》《劳拉来了》《海外传播官种草海南非遗》等以外籍主持人、海外传播官为讲述主体的体验性节目,以第三方视角阐释海南经验,以平民化视角“站在海南看海南”,不仅实现了叙事主体的全员联动,增强了叙事的说服力和影响力,而且“生活化”的叙事策略,改变了从传播维度刻板叙事的单向度传播模式,转向以受众维度共享叙事,让受众“听得懂”“听得进”,推动叙事体系由“他塑”向“自塑”转变。

聚焦比较优势,打造叙事品牌力

讲好海南故事,既是海南自贸港建设的需要,也是借助自贸港故事生动展现中国形象的实践路径。海南自贸港建设以来,在政策体系、制度创新、风险防控、产业体系构建、人才引进等方面取得显著成效,为构建自贸港对外叙事体系提供了坚实基础。聚焦比较优势,打造独有城市形象品牌是讲好海南故事的前提。一是讲好绿色故事。绿色发展是海南的最亮底色。生态资源是大自然赐予海南的宝贵财富,作为首批设立的5个国家公园之一,海南热带雨林国家公园为全球生物多样性保护贡献了中国智慧。南繁科研育种基地等一批绿色高效农业示范基地建设,打响了海南热带农产品品牌。二是讲好文化故事。海南不仅拥有优美的自然风光,更有独特的风土人情。因此,要深入挖掘海南文化元

素,以更新颖的方式讲好海南故事,提高城市知名度。海南有深厚的文化底蕴与历史底蕴,围绕海南特色,传承弘扬中华优秀传统文化和海南红色文化、黎苗文化、东坡文化、南海文化等,激发文化活力,增强文化自信自强。盘活特色文旅资源,以文塑旅、以旅彰文,持续推进“春风春雨”文化惠民活动、民间艺术季、“红色文艺轻骑兵”进基层活动等公共文化品牌,繁荣文化事业,以文化发展赋能海南自贸港建设。三是讲好政策故事。自贸港建设为海南带来了新流量、新业态、新平台,独特的政策优势吸引了众多跨国公司和海外侨胞到海南投资,推动自贸港实现高质量发展。海南紧抓乡村振兴战略机遇,积极发展休闲农业和生态旅游,农家乐、精品小镇留住了乡土韵味、彰显了乡村本色。

讲好海南自贸港故事是一道时代命题,是推进国际传播能力建设的实践基础。异彩纷呈的海南故事能否在国际社会中被听懂,需要官方媒体和民间力量的共同推动。通过具体化、生活化的微观讲述达到与受众同频共振的效果,更加鲜明地展现海南故事,进一步打响自贸港知名度,为助力中国特色社会主义自由贸易港建设汇聚磅礴之力。■

(作者单位:王继婷,海南省中国特色社会主义理论体系研究中心特约研究员,中共海南省委党校;郑昌裕,海口市人民政府办公室)