

谈谈对外宣传的针对性

文化部外文出版发行事业局
《动向与线索》编辑部

一九八五年

谈谈对外宣传的针对性

文化部外文出版发行事业局
《动向与线索》编辑部

一九八五年四月

目 录

针对性——对外宣传的灵魂（代前言）·····	范敬宜（1）
谈加强对外宣传的针对性·····	刘德有（4）
“针对性”就是有的放矢·····	爱泼斯坦（10）
关于画报的针对性问题	
——连载、专栏和其它·····	钱 浩（16）
谈谈世界语杂志	
《中国报道》的针对性问题·····	许善述（21）
谈谈对第三世界的宣传和	
对外书刊发行问题·····	赵一鹤（27）
从编撰《中国之旅》图解导游手册	
谈对外宣传的针对性·····	安淑渠（31）
加强书刊的针对性和推广发行工作·····	范之龙（42）
对“针对性”的几点看法和建议·····	孙 杰（47）
胡耀邦同志关心指导对外书刊宣传报道·····	古 进（52）
充分重视文学艺术在对外宣传中的作用·····	吴 旻（59）
体制改革是加强针对性的一个关键·····	王明杰（63）
发挥积极性加强针对性·····	陆 云（66）
不起眼的《中国简况》	
为何有最大的发行量·····	沈 峻（72）
从不同角度谈“针对性”·····	林国本（84）
采访《春芽幼儿小提琴学苑》的体会·····	谭爱清（87）
从编译合一的工作方法谈起·····	张敦颐（93）
编辑儿童画册的体会·····	李淑芬（98）

针对性——对外宣传的灵魂

(代 前 言)

范 敬 宜

“针对性已经讲了几十年，再讲也无非是老生常谈！”

“我刚离开学校跨进外文局，就遇上讨论加强针对性，如今快退休了，还在讲这个问题，实在是历史的嘲弄。”

在最近提出讨论加强对外宣传针对性的时候，有的同志流露出这种厌倦情绪。

确实，加强对外宣传的针对性并不是什么新鲜事儿。五十年代以来，外文局的文件里不断地提出这个问题。那么，今天我们为什么还要重新强调它呢？这主要是因为今天我们有了解决这个问题的有利条件。在过去相当长的一段时间里，由于“左”的思想影响，对外宣传片面强调“以我为主”，不大考虑、也不大允许考虑读者对象的需要和接受程度，主观主义、强加于人的东西很多，根本谈不上针对性。在宣传方法上，也片面强调“政治第一”，不管外国读者口味如何，能否看懂，最后发展到翻译“对号入座”。再加上那时闭关锁国，即使搞对外宣传的同志，耳目也很闭塞，既很少接触外国人，也很少接触外国书刊，更不用说出国了。因此，虽说是搞对外宣传，实际上对“外”了解得很少，许多宣传只能是照搬国内，闭门造车。在这种情况下，即使意

识到针对性的重要，实际上很难解决。今天，情况大不相同了，对外宣传上的许多条条框框已经成为历史陈迹，思想大大解放，我们的宣传对象、宣传内容、宣传领域都比过去广阔得多，我们接触国外读者、国外书刊、国外信息的机会，也是过去所无法比拟。这就是说，今天来加强对外宣传针对性的可能性，比过去大得多了。

国外读者需要的变化，也在迫使我们必须在加强对外宣传针对性上狠下功夫。前些年，我们同外国（特别是资本主义国家）基本上处于隔绝状态，介绍中国的书刊仅此一家，希望了解中国的外国人，对书刊并无其他选择余地。我们的书刊针对性差一些，也能勉强过得去。实行开放政策之后，情况发生了极大变化，竞争的对手多起来了；外国旅游者来中国的也越来越多，研究中国的越来越多，报道中国的书刊也越来越多（内容是否正确姑且不论），外国读者对中国的了解也日益深刻。如果我们的对外宣传仍然很缺乏针对性，仍然处于“小放牛”的水平，不能及时地、正确地、深刻地回答国外读者迫切需要进一步了解的问题，我们就会失去许多读者，甚至处于困境。据美国的中国书刊社反映，近几年外文局出版的书刊品种比以前增加了很多，按理说读者也应该相应增加，但情况并不如此，主要原因还是符合他们需要的太少。

最近，朱穆之同志提出，对外宣传要有个大发展。我领会，这个大发展，除了增加文版或者海外设点等等之外，更重要的是增加品种，提高质量，而提高质量的核心问题是加强针对性，更充分地发挥和扩大对外宣传书刊的作用和影

响。针对性是对外宣传的灵魂。国家每年在对外宣传上投放大量资金，我们从事对外宣传的同志又花费大量精力，如果出的书刊不受读者欢迎，不能充分发挥作用，或者长期打入冷宫，岂不是最大浪费。胡耀邦同志说：“对外宣传的最大问题是外国人看不懂。”这真是一针见血的批评。对外宣传需要改革的东西很多，但是我认为，当前必须首先把加强书刊的针对性作为业务改革的重点和突破口。当然，不是谈谈而已，而是要扎扎实实地研究出具体的解决措施。——这，就是我们这次大讨论的目的。

谈加强对外宣传的针对性

刘 德 有

中央书记处不久前开会，专门讨论了如何改进对外宣传问题。在对外宣传工作中如何加强针对性，是一个非常重要的问题。在这个时候，外文出版局召开这个会是很及时的。今天的会至少说明如下几个问题：第一，说明外文局分党组，外文局领导及各社领导同志对贯彻中央的指示是很坚决和认真的。第二，说明外文局领导通过这次整党，在业务上要解决一个带根本性的问题——加强对外宣传的针对性。第三，说明外文局在对外宣传工作上，继续肃清“左”的思想影响。我们过去对外宣传针对性不强的原因之一就是受“左”的思想束缚，这是毫无疑义的；再一个原因，就是积习难改。通过这样的会，可以进一步解放思想，互相交流经验、互相启发，互相促进。外文局把加强对外宣传的针对性作为一九八五年一项大事来抓，这对提高书刊质量，将起很大作用。

最近我有机会看到我驻外使领馆向国内发回的电报和信。从这些电报和信中，可以看出外文出版局出版的书刊所起的作用。有好的方面，也有不足的方面，同时也提了一些建议。我觉得这些材料对外文局很有用，下面就把这些情况介绍一下。

一九八四年我国建国三十五周年大庆，我各驻外使馆举行招待会，把我们的书刊摆到那里，是供不应求的。很多使馆还主动增加了赠送份数。使馆普遍反映，现在，图文并茂的书籍多了，对路的东西多了。也就是说宣传的针对性比过去加强了。举个例子。我们驻南斯拉夫使馆在国庆期间赠送《北京周报》一千二百册，《中国画报》三百五十册，《中国建设》三百五十册，《中国简况》（单篇）三百份，《中国概貌》五十册、《中国一览》七十册，《中国便览》六十册，《邓小平文选》六十册。《邓小平文选》，凡是寄到的地方，都收到了好的效果。如我驻新西兰使馆，在国庆前夕就收到了《邓小平文选》英文版，在分发时，为了防止书籍破损，还专门买了三百个泡沫塑料书套。共发出了二百零六册。在新西兰，三千人以上的城市图书馆、大学图书馆和部分中学图书馆都有了《邓选》。我们驻新西兰张大使亲自把《邓选》送给新共的筹委会主席威尔科克斯。

我驻缅甸使馆把五本英文版《邓选》送给吴奈温、纲领党总书记吴埃哥、副书记吴盛伦、总统吴山友、总理吴貌貌卡。事后，纲领党主席办公厅主任、还有总统办公室主任，分别受委托写信给黄大使，表示感谢。这种做法是以前所未有的。

外文出版社出版的关于香港问题的小册子，发到海外后，也受到欢迎。

下面再介绍一下日本的反映。一九八四年国庆前，国内寄去了外文图书出版社编的日文版《中国》，这本书介绍了中国的地理、历史、政治、经济、文化、城市建设、中日往

来，还包括友好城市等。这本书比较全面扼要地介绍了中国的基本情况。我使馆认为这是一本比较好的资料。《人民中国》社编的图解《中国之旅》，日本人看了以后很惊讶，说：

“内容通俗易懂，图面生动活泼”。他们还说，这本书的印刷质量已经赶上了日本，并问这本书到底是在哪里印的。

还有一位住在日本的台湾同胞，过去要资料不大积极，觉得我们的资料太硬，他拿到手以后不好办。但是国庆以后，有一天他到我驻日使馆去，看到日文版五种资料：图解《中国之旅》导游手册、《中国》、《中国经济建设一百项》（人民画报社编）、《中国概貌》、《志在振兴中华》

（外单位编），这位台胞高兴地说：“这回我可要这五种资料了。这些资料，我可让那些到我家来的台湾留学生及台湾的亲戚、朋友看”。

日本有个习惯，每年十月底，十一月初学校搞文化节。有不少地方学校的学生来中国大使馆，索取文化节需要的中国资料。大使馆就把寄去的这些资料送给学生。一九八四年十月二十五日立川市（在东京都附近）的一个聋哑学校要举办文化节，大使馆赠送了上面那些图书资料。这个学校的校长马上打电话说：“使馆赠送我们贵重的图书资料，不知怎样感谢你们才好。”“学校一定要把这些资料让聋哑学生看，使他们进一步了解友好的邻邦——中国”。

现在，我们出版的图书通过各种渠道，向国外发行，情况比过去有很大好转。但发行工作还跟不上。有些地方本来应当有我们的书，但没有。我们驻外使馆通过开展各种活动把一些书送给国外读者，他们感到很高兴。

中国驻坦桑尼亚大使馆反映。一九八四年十月一日至十日达累斯萨拉姆大学举办了中国文化周，展览会上展出了中国的书刊、邮票、画册、工艺品等等。每天晚上还放一部中国电影。临时代办代表中国国际交流协会，把这些书全部赠送给达累斯萨拉姆大学。该校校长非常感谢，在赠书仪式上讲话说：“这次中国给我们学校赠送书刊是雪中送炭，是我们想了解中国而手头又缺乏材料的关键时刻送给我们的，因此我们非常高兴。深表感谢。这也是我们两国友好合作的具体体现”。

这位校长的话表明这个大学本来应当有我们的书，可是他们没有，这次送给他们，他们感到是“雪中送炭”。

一些观众到这里看展览，看到我们出版的书籍留恋忘返。有位历史系的学生看到书架上有本中国简史，喜出望外。主动打开笔记本全神贯注地摘抄，唯恐失掉这个机会。我们使馆人员看到这种情况，就答应等这本书展出后送给他。他非常高兴地说：“太好啦，这是我求之不得的”。

有一位教政治的老师，看到书架上有一本审判“四人帮”的书（新世界出版社出版），马上索取，并说：“‘四人帮’的下台是中国历史的一个重要转折点，历史上搞阴谋的人总不会有好下场。我要用这本书来深入研究中国现代史。”这些情况都反映了国外很希望看到我们的书。这就向我们提出一个任务，就是怎样想办法多出外国读者所需要的书。同时想办法把这些书送到他们手中。

使馆的来信和来电也反映了一些我们工作需要改进的地方。

如我国驻民主德国使馆反映,《中国建设》在一九八四年出的国庆号刊登了我们同德意志联邦共和国和西柏林来往的较长的文章,共三篇。但是,中国同民主德国的关系,在国庆专刊上没有反映。而一九八四年的十月恰恰是民主德国建国三十五周年,又是我们同民主德国建交三十五周年。这样,这本德文版的《中国建设》到了民主德国就显得不那么谐调。他们往外发送时感到有困难。这就向我们提出一个问题:我们要考虑怎样使德文版的刊物(不单是《中国建设》)能适于德语区各国的需要,我们要做全面的考虑。这里有一个针对性问题。针对性不仅是个技巧问题,还包括我们的政策,等等。这个意见,希望有关的同志加以研究。另一个就是地图问题。这是我们驻印度使馆反映的。地图,在印度是个比较敏感的问题。这次外文图书出版社寄给使馆的《中国概貌》修订本及《中国便览》,内容很好,但是里面有中国地图。这样一来,没有办法向外发送。原来出版的《中国概貌》的第一版,我国驻印度使馆就提了不要加地图的意见。这次出版《中国概貌》修订本时没有注意到这一点。

关于选题,各使馆也提了一些建议,供各社同志参考。第一,关于十一届三中全会以来中国农村的变化,最好能通过具体生动的实例来反映。要有系统地、有针对性地加强这方面的报道。第二,要加强关于城市改革的宣传,主要是指对十二届三中全会以来出现的新情况的宣传。第三,要加强关于对外开放城市的宣传,这一点国外要求比较多。第四,关于香港问题,这是举世瞩目的一件大事,过去外文图书出

版社出了一本小册子，主要是文件。能不能增加一些内容，再出一本。

关于对台湾问题的宣传报道，最近中央开了一个对台宣传工作会议，我们要加强对台宣传。听说人民中国杂志社有不少可以报道的有关台湾问题的材料，如座谈会特辑等，能不能把这些材料充分地利用起来。

另外，从我们驻外使馆的来信看，希望在以下两方面能加强一下。第一，要逐步增加俄文宣传材料。我们驻莫斯科使馆来信反映，在一九八四年国庆招待会上摆出的材料很快就被拿光了。中国驻苏联大使馆感到有份量的俄文材料越来越少。第二，希望加强对东欧的宣传。中央对东欧的政策已有调整。我们和东欧的关系越来越多。因为中间隔断了二十年，他们想了解我们的心情很迫切，好多中国情况他们不了解，所以，我们驻东欧使馆普遍反映，今后要加强对东欧的宣传。

编注：这是文化部部长助理刘德有同志在外文局对外书刊宣传经验交流会上的发言。

“针对性”就是有的放矢

爱 泼 斯 坦*

爱泼斯坦同志是全国政协常委、《中国建设》杂志总编辑、宋庆龄基金会理事、S.S.S研究会副会长、中国翻译工作者协会理事。他自一九三一年以来一直从事新闻工作，先后任《京津泰晤士报》、美国合众联合劳动新闻社、《纽约时报》等记者、编辑。有丰富的新闻实践经验，除此之外，尚通俄文，并可阅读中文、法文。他的著作有《人民之战》、《中国未完成的革命》、《从鸦片战争到解放》等，特别是近著《西藏的转变》一书，在中外均很有影响。

他在中国居住多年，同情和支持中国革命，对中国人民有深厚的感情。一九三八至一九四四年任宋庆龄领导的“保卫中国同盟”中央委员、负责对外宣传。一九四五至一九五一年任美国民间组织——美国远东民主政策委员会顾问，这个组织积极反对当时的美国政府干涉中国内政。一九五一年

*爱泼斯坦同志系《中国建设》总编辑。

他重返中国，在周恩来和宋庆龄关怀下，参加了《中国建设》杂志的创刊工作。

他工作积极，待人热情，热心帮助和培养青年同志，深受大家的尊敬。他不仅致力于《中国建设》的发展，还十分关心我国的对外宣传工作。为此曾多次向中央有关部门提出改进的建议，积极参加对外宣传和对外文化交流活动，为增进各国人民与中国人民的了解和友谊做出了宝贵贡献。

《中国建设》总编辑爱泼斯坦同志一九八四年十二月二十四日在外文出版发行事业局《加强对外宣传针对性经验交流会》上就对外宣传的“针对性”，做了专题发言。爱泼斯坦同志的发言受到局领导和与会者的好评。

宣传工作的基本点是阐述我们的原则立场，宣传不是讲给自己听，而是让别人听。假若读者听不到、看不到我们的东西，而让读者按别人介绍的情况对我们做判断，那么无论我们讲得多么正确，我们的宣传工作仍然是失败的。我们要想方设法使读者看到我们的书刊，并使他们感兴趣。现在我们有些同志想得更多的是怎样迎合领导，而不是想怎样取得更好的宣传效果。我们要争取更多的读者，就必须了解他们在想什么，包括了解不同时期不同人中出现的不同问题。

针对性就是有的放矢，有了箭，瞄准靶子就是关键。要把箭射出去，还必须要有一把好弓，这把弓就是推广发行工作，这是要谈的第一点，也是我们最落后，并且改进得最少

的一点。要想使读者读我们的书刊，首先要让读者知道我们的存在，也就是说要加强推广发行工作。比如，最简单最直接的宣传是演讲和发传单，演讲人和散发传单的人就要直接接触宣传对象。除了他们自己外还要有人帮助他们召集听众，把传单送到人们手中。往往做这种组织工作的人要比直接做准备材料工作的人多得多。我认为我们常把推广发行和通联工作放到第二位，使箭与靶子脱节了。

推广发行是加强针对性的关键部分。就象粮食生产出来后，就要有人把粮食送到千家万户一样。

第三点是怎样把合适的宣传内容送到读者手中。必须要做到因时、因地制宜，就是同一内容的宣传也要遵守这条基本原则。

作为党的新闻工作者，他不应该用单一的方法去阐述问题，对不同阶层的人，如知识分子、工人、士兵等要用不同的方法。甚至对我们党有偏见或不信任但能争取的人，也应采用不同方式，以作好我们的宣传工作。但是，不论对什么人，我们的基本原则是不能改变的。具体到谈什么方面的问题，引用什么典型，怎样才能更好地说明问题等都应有明显的区别。如果在基本调子上有矛盾，那么听我们讲话的人只会减少，而不会增多。

我们现在的情况和过去靠演讲发传单搞宣传的时代不同了。我们掌了权，有了自己的印刷厂、电台、书刊等宣传工具，还有电影、电视，我们的优势大多了。但我们千万不能忽略针对性，如果忘记了宣传对象，这些宣传工具就得不到应有的发挥和取得应有的效果，甚至完全没有效果。过去，

党内搞宣传的人在演讲时和听众面对面，从听众的表情就可以知道演讲的效果。如果听众对他的演讲感兴趣就会提问和表示赞同；否则，听众就会打哈欠和聊天。演讲人可以随时根据听众的反应改变自己的演讲方式、甚至内容。在演讲的过程中，演讲人知道听众中谁是朋友、谁是中间人物、谁是敌人。现在情况不同了，我们和听众（读者）离得很远很远。因此我们必须千方百计去了解读者。我们要看外国出版物，要了解不同国家的不同人在不同的时期想些什么，他们最关心的是什么，要了解他们怎样看中国。要知道，我们的宣传，是在和读者对话，交流思想。我们的编辑、记者和书刊宣传方针的决策人，必须要有读者观念，绝不能忘记这一点。

各杂志社的通联不应是第二位的工作，这是在负责同志领导下的一项及时和细致的重要工作，是加强针对性的组成部分。我们从事宣传工作的同志都应懂得这一点。

我再谈一谈外语工作，我们的干部必须懂得为什么要学好外语。现在，我们的外语干部主要用于翻译，外语应该用得更广泛一些，应该直接用外语写稿。针对性要求对话，我们的宣传是和读者在交谈，而不是向读者说教。要做到这一点，最好的办法是用读者的语言。极“左”路线时有一种说法，认为用外语写稿有损于中国的特性。这是不对的。“以我为主”指的是要一贯坚持中国的立场，如果把“以我为主”理解为用汉语对外国做宣传，或者一字一句的照译是对外国读者做宣传，那就错了。那样的宣传是不会取得好效果的，反而束缚了自己的手脚。

我们要培养用外文写稿的编辑、记者，让能写文章的翻译写稿子。目前，我们已有一些能用外文写稿的翻译，要发挥他们的作用。另一部分用中文写稿的编辑，也应该学会读外国的出版物。

在今后的很长时间内，我们还需要外国专家帮助工作，但对他们的依靠要逐渐减少，应该让专家对我们的政策、观点作最广泛的了解。目前，外文局做专家工作的同志不懂外语，这很不正常，至少专家处的负责同志应该懂外语，并能用外语和专家直接谈话，那样才能更好地了解他们。

在使用专家上，我们一方面让专家做过多的工作，让他们做我们本应该做的编辑工作；可另一方面，我们对他们用得又不够，我们不能充分地从他们那里了解他们所在国的国情，风俗习惯等。不能把专家仅仅当做改稿机器。他们的其他长处对我们也很有用，比如对国外书刊市场的了解和国外读者的反应等。

现在我们正在进行机构改革，必须使机构和我们的对外宣传作用相适应。我们要主动、及时、准确地作好对外宣传工作。另外，我们还要面向国内市场，现在每年有成千上万的外国人到中国来旅游，今后旅游者会更多，所以也不应忽视国内的工作。

当前在国外很多地方都看不到我们自己的书刊。国内情况也差不多，和平宾馆只卖外国和香港的书，没有一种是国内出的。友谊商店只有《熊猫》丛书，新侨饭店干脆把售书点关闭了，友谊宾馆卖的外文书也只是图书社以前出的版本。