浅析检察故事如何引发社会共鸣

——检察官以案释法制度探究

永安市人民检察院 郑晓慧[[1]](#footnote-2)

摘要：在全面依法治国战略实施过程中，运用鲜活的群众语言，运用人民群众喜闻乐见的方式开展检察官以案释法工作是重中之重，在“互联网+检察”时代里，讲诉检察故事从众多体裁中脱颖而出成为检察机关落实普法责任的重要形式。本文通过研究检察官以案释法，探讨检察故事在输出时的内容讲诉方式、呈现形式上的设置与创新。

关键词：以案释法、检察普法、检察故事

2017年制订的《最高人民检察院关于实行检察官以案释法制度的规定》中，对检察官以案释法的内涵、实现路径等都做出了相关规定，但“互联网+检察”新时代，不仅要注重以案释法，更要注重释理、释情，既要准确开展普法宣传，又要客观呈现“四大检察”“十大业务”履职成效，因此讲诉检察故事从众多体裁中脱颖而出成为检察机关落实普法责任的重要形式，但如何才能讲好检察故事，如何传播检察故事，让检察故事走出检院大楼，走到群众心中呢？笔者将从讲好检察故事的必要性、存在问题、故事内容、传播手段进行探讨。

一、讲好检察故事的必要性分析

对检察机关而言，每一起案例都是生动的普法教材，要贯彻好“办好一案，警示一片”的理念，深入挖掘聚焦检察职能的初心使命，时刻保持敏锐的新闻眼光，以生动的笔触，使典型案例成为人民群众最好的教科书，成为全民的法治公开课。

（一）故事能更好实现检察宣传的目的。宣传和教学在目的和表现方式上是有本质区别的。教学的目的是培养人才而宣传目的是找寻认同，所以检察宣传不需要给读者提供经过充分论证的检察工作调研，更不会要求读者在阅读结束后就完全了解和掌握这项检察工作。讲故事的形式则能更好的实现检察宣传目的，检察故事改变了“教科书式的刻板普法”，转而侧重于对事件发展的描述，通过生动连贯的情节描述和巧妙的戏剧冲突设计与读者交流信息和传递情感，从读者的心理和情感出发，直抵受众更深层次的内在需求，进而逐渐渗透和感染对方，使其不断加深对故事背后所承载检察工作、检察人物以及检察精神的理解和认同。

（二）故事使检察工作更鲜活立体。故事性文字与汇报性文字关键的区别在于能否产生画面感。汇报性的文字只具有描述功能，而故事性文字能够打破时空的限制，围绕主题去挑选和连结一系列紧凑的时刻，构建出全新的场景。汇报性文字是二维的，过于专业且晦涩复杂的描述让读者在阅读过程中很容易感到疲惫不堪，而故事是三维的，人与生俱来有想象的能力，阅读故事时大脑会随之产生了画面感，当每一项检察工作都有了与之对应的故事和画面，读者就会自动进入检察故事设定的情境中，仿佛那些紧张刺激的时刻和那些生动鲜活的人物也是读者本身正在经历的，从而主动地吸收和接纳检察故事里想传递的信息。

（三）故事使检察工作更易于传播。检察工作涉及的主体并非只有检察机关一方，检察故事来源于检察机关办理的案件中，案件涉及的群体还包括了双方当事人，当事人的家属以及辩护人，甚至包括一些公益组织团体等等，这部分人也是我们宣传工作的主要目标人群。检察故事中可以尽可能多的提及到上述的每个角色，在故事中去表明自己的立场并于这些角色进行对话，检察故事其实是把发生在群众中间的故事的处理过程反馈给群众知道，这样甚至不需要刻意传播，通过读者本身自发的口口相传就能不断扩大影响力，使故事呈几何倍数的态势传播开来。

 通过上述三点的分析，检察故事的重要性不置可否，但在实践中，检察官讲诉办案故事仍然存在许多问题，新媒体手机阅读的特征是“碎片化”和“浅阅读”，读者在短时间内很难进行深入的思考，而故事就是能在最短时间内进行知识有效传播的最佳途径，但检察故事要如何说才能引发社会共鸣呢？

二、讲好检察故事存在的问题和困境

学会讲故事只是迈出了沟通的第一步，更难的是要讲好故事，检察宣传自身取材上和表达上的局限性以及检察宣传人员的能力水平的参差不齐都影响着检察故事最后的呈现形式，甚至可能本末倒置，背离了宣传初心。

（一）检察宣传自身存在的局限性**。**一是题材单一，工作内容较为枯燥严肃。检察法律工作具有较强的专业性和严肃性，审查起诉和打击犯罪等工作职能涉及人身、财产和民主等权利，由此所产生的素材显得比较沉重；同时，检察工作内容还具有稳定性和固定性，每年开展的专项活动以及日常工作内容都大致相同，对于山区小院来说典型案例也是少之又少，且各个检察院之间的素材也相似，在宣传到一定程度时各种题材基本被用之殆尽。二是尺度受限，一定程度上降低了趣味性。检察故事不可以为了追求趣味牺牲原则和底线，否则就会与检察宣传的本意背道而驰。检察工作的性质使得检察机关的官方宣传故事在娱乐化宣传尺度上大大受限，在网络词汇、政治敏感话题、社会热点解析等流行元素的使用上和可能产生歧义的文字表达都必须慎之又慎，这样较之市场上的新媒体作品趣味性就会弱一些。

（二）检察故事的表达不接地气。一是自说自话的单向输出。不考虑读者想要接收什么样的信息，也不考虑法言法语对于读者的阅读难度，通篇不分逻辑框架，像写给自己看的日记一样一句到底，甚至把起诉书案情部分改改就当作检察故事了，单向输出的唯一人称自述，说着除本群体以外没人能懂的话，结果就是导致隔阂和误解。二是忽视人性的过度宣传。忙到废寝忘食，抛家弃子等，“带血的宣传表述”把检察机关和检察工作人员抽象出来推上了“神坛”，独立于“人性”之外，这样的检察故事成了无源之水，让读者不仅无法认同甚至嗤之以鼻。检察官首先应该是一个“人”，抛弃了这一点是无论如何都无法引起共鸣。

三、“四有”讲述让检察故事“低下去”

检察工作其实一直和群众的生活息息相关，但是我们的检察故事现在呈现的状态就是“低不下去”，有种拒读者与千里之外的疏离感，如何尽量避开上述问题，写出能带动读者情绪的检察故事？从“你听着”转变为“我们聊聊吧”，在确定了这个最基本的讲故事思维之后，笔者接下来通过“四有”展开论述如何打造能引发社会共鸣的检察故事。

（一）故事有对比。首先，宣传的素材其实大同小异，关键在于我们如何对现有素材进行挖掘和整合，有限的素材就需要无限的创意，在创作文案时可以采用横纵联想构思法。一是横向并列元素对比。打破原有的叙述角度和模式，将第一视角转变为检察主体以外的其它角色，或是通过控制其余变量对单一元素进行对比，如主体、地点、环境等等。例如，“快过年了，检察官们的案件数量有增无减，仍然熬夜通宵。”这是年关将近时，最常见的检察故事叙述角度。现在我们重新分析一下，这句话中我们能看到几个主体，检察官一个吗？不，至少两个。那些案件数量代表的是“犯罪嫌疑人”。这时我们就找到了另一个角度，虽然忙但仍可以回家过年的检察官，以及在年前犯案被起诉而无法回家过年的被告人，通过对比得出主题“少一个罪犯，多一个人回家过年”。较之之前，立意更深，社会接受度也会更高。二是纵向时间维度对比。马克思主义哲学告诉我们“事物是发展的，任何事物的发展都是前进性与曲折性的统一。”检察工作也是如此，我们的检察故事可以通过某一时间段或是对比不同时间段的检察工作的成果、检察人员的思想变化等等来体现上升性和曲折性，对过程的充分描述会使得检察故事更加有层次感和真实度。过去在宣传人物先进事迹时，我们习惯列举他的成绩单，某检察官是检察业务能手，业务标兵，优秀公诉人等等，可是循着时间轴看看过去，他们的优秀是与生俱来的吗？他们展现出果敢表示他们不曾害怕过吗？他们现在工作有条不紊能说明他们没有迷茫过吗？而通过时间维度对比后，就可以将检察人物或是某项检察工作曲折种上升的过程完整的展示出来，这样的检察故事更有戏剧性和冲突性，也大大增强了故事可看性和真实性。

（二）故事有别人**。**有种类型的电视剧叫群像剧，是指多个主人公以各自不同的故事间的穿插交错使剧情共同推进下去的一类作品的总称。笔者在此处化用该概念，故事群像化就是尽可能让故事中涉及的主体都从他们自己的立场和角度参与导故事中，多主体的描述方式是为了让故事加丰富和饱满，也更有说服力。

我们过去习惯的方式通篇都仅从检察机关自己的角度去阐述整个故事，但实际上在实践中，我们的很多工作如听取被害人意见 、讯问犯罪嫌疑人等等都是与其他主体产生交集和互动的，“一千个读者眼中有一千个哈姆雷特”，不同的主体对于同样的故事会有不同的阐述方式。在我院办理的一个案件中，案件承办检察官认为现有证据不足以认定被告人有故意杀人的意图，就以过失致人死亡提起公诉，检察机关能相信的真相只能是现有证据能够还原的真相；但是被害人家属则认为犯罪嫌疑人存在故意杀害的可能，他愤怒地指责承办检察官“你这样和杀人凶手无异”，这是他丧失亲人悲痛欲绝的正常情绪，双方的行为不存在对错，只是因为立场不同，看待问题的角度也就不一样。这仅仅只是检察机关和社会存在的误解中的小小一隅，不要试图忽视和掩盖误会，而是要更加紧密沟通，消除误会。让检察故事群像化，就是要让读者在故事中看到他们自己真实的身影，然后在阅读过程中进行角色代入，置身其中的读者就会顺着情节的推进在故事中与检察机关展开对话，主动去理解和聆听检察机关的声音。

（三）故事有人性。撕掉过度的华丽包装，就做真实的检察官。所有的检察故事都不是为了让群众敬仰，而是要把我们最真实的心声和感受用故事告诉读者。笔者写过这么一句话“女检察官，先为女，而后从检”。检察官首先是人，然后才是检察官，所以千万不要在检察故事里，把检察官的形象“神化”，绝大部分的检察人员都是真心地热爱检察事业，但是我们不该忽略的正是在追逐检察梦想过程中必然会出现的的消极情绪，并不是只有积极的情绪才能鼓舞人、打动人。“刚刚在法庭上指控完黑社会组织犯罪，下一秒看到法院门口等待的几百个社会青年，我一步都迈不开了。”来自一个检察官的自述，检察官在打击犯罪时首先要面对的就是罪犯，总有某一刻会软弱、恐惧，人为地删去这些正常的负面情绪不免偏颇。真诚的故事才能传递真心，所以不要让过度包装的故事使得检察工作和检察工作者变得高不可攀，这样只会离群众和社会越来越远。

（四）故事有灵魂。灵魂是什么，是故事的核心，是价值观。在说故事前，我们首先应该明确，通过这个故事我们想告诉读者什么，读者的“碎片化阅读”除了用于消磨时光，其实多少还是有带着些目的，他们会希望在看完这个故事后，这个故事能给他们留下些什么，这就是故事里传递出来的价值观，这就是故事的深度。

举报宣传周里所有的检察宣传都详细介绍了举报途径、举报奖励以及检察院对举报人的保护，但我们要进一步升华立意，对于举报人不仅仅法律上应该给予保护，社会更应该有意识地为举报人举起盾牌。社会更应当关注的是案件本身，而不是“掘地三尺”找出那个勇敢发声的人，足够好的环境下我们才有理由期待每个人心中超级英雄的觉醒”。通过故事的形式更深层次地向社会传递正确的法制观念也是我们检察机关的社会责任。

四、“三个借力”让检察故事“飞入寻常百姓家”

检察故事的内容明确之后，就要在传播形式上进行守正创新，我们常见的宣传途径有纸媒、微信公众号图文等形式，但平面媒体的传播力度和传播效果上仍有一定的局限性，所以呈现形式需要创新突破固有的模式，从受众的角度考虑，借力现有的传播平台、媒体、人员流动频繁的公共交通和公共场所，让以案释法的检察好声音走进千家万户。

**（一）借力“检媒合作”，从“我说”到“他说”**

避免自说自话的有效途径就是深化检媒合作，拓宽检察宣传渠道，利用媒体敏锐的新闻触觉，充分发挥新闻媒体覆盖面广、影响力大的优势，主动邀请宣传部门、报刊、电台、电视台以及记者通过检察开放日、跟拍、人物访谈、办案纪实等形式，参与到检察系统内部检察故事的采写，第一时间深入挖掘最“新鲜”的检察故事，从社会、群众的视角把检察故事讲好，全景式展现司法办案一线检察官业绩风采，积极运用群众语言，让群众以看得见的方式，感受到检察机关的新作为新气象。

**（二）借力视频创作，从“二维讲诉”到“立体感知”**

普法视频创作简单分为两类，影视作品和普法短视频。影视作品具有受众广泛、故事性强、刻画人物深刻等特点，相较于其他的平面宣传，更加精彩，吸引人，让受众更愿意长时间地停下观看，例如近年热播的《人民的名义》、《扫黑风暴》等，均是取材于生活中的真实案件，通过艺术加工，突出矛盾冲突，这对于法律意识淡薄的农村地区，影视作品发挥着纸媒等平面媒体无法替代的普法作用。另一种普法视频就是普法短视频创作，为适应当前社会互联网“快节奏、碎片化”的特点，短视频应运而生，抖音、快手、微视等平台都在纷纷抢占短视频市场流量，例如泉州市推出的《鲤城100秒》等检察普法短视频，打破检察普法的刻板印象，在短时间内通过“场景再线+有趣讲诉”的形式呈现检察故事，高密度输出法律知识，同时，借力互联网平台进行几何裂变传播，极大提升了检察故事的知晓率和影响力。

**（三）借力公共资源，从“静止普法”到“流动普法”**

地铁、公交车、乡镇客运班车等城市公共交通工具以及超市、大型商场等公共场所，均具有高密度、人口流动性大等特点，而庞大、稳定的客流量能为我们的检察故事带来极大的曝光度和关注度。以苏州检察院为例，苏州市检察院毗邻苏州市轻轨一号线桐泾北路地铁站5号出口，且这个地铁出口不仅连接当地市政府、市自然资源局等行政部门，还连接着多个居民区，于是苏州市检察院充分利用该处“地利”“人和”优势，打造“地铁检察公益海报长廊”，目前为止已推出四季地铁海报，分别是“全国首组检察官公益海报”、“失去自由”系列海报、“我们的故事”系列海报、“漫说扫黑除恶”系列海报，立足检察职能，紧扣时代主题，同时不断拓宽宣传思路，深化主题立意，取得了良好的以案释法效果，也有利于进一步优化检察公共关系。

参考文献：

1. 地铁里的“检察蓝”，有故事...[EB/OL].[2019.3.1]https://mp.weixin.qq.com/s/05h0NiwmpQpm4ch\_ueqzLg
1. 作者系：福建省永安市人民检察院政治部 五级检察官助理。 [↑](#footnote-ref-2)