

CHUANGXIN
LINGDAOYISHUYULINGDAOJIFANGFACONGSHU

创新领导艺术与领导方法丛书

应对新闻媒体 方法与技巧

陆璐 颜彦 >>> 编著

YINGDUI
XINWENMEITI
FANGFAYUJIAO

国家行政学院出版社

CHUANGXIN
LINGDAOYISHUYULINGDAO FANGFA CONGSHU

创新领导艺术与领导方法丛书

应对新闻媒体 方法与技巧

陆璐 颜彦 >>> 编著



国家行政学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

应对新闻媒体方法与技巧 / 陆璐, 颜彦编著. —北京: 国家行政学院出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 80140 - 995 - 9

I. ①应… II. ①陆… ②颜… III. ①新闻工作 - 公共关系学
IV. ①G210 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 005960 号

书 名 应对新闻媒体方法与技巧

作 者 陆 璐 颜 彦

责任编辑 任 燕

出版发行 国家行政学院出版社

(北京市海淀区长春桥路 6 号 100089)

电 话 (010)68920640 68929037

编 辑 部 (010)68929095

经 销 新华书店

印 刷 北京嘉业印刷厂

版 次 2011 年 3 月北京第 1 版

印 次 2011 年 3 月北京第 1 次印刷

开 本 700 毫米×1000 毫米 1/16 开

印 张 18

字 数 300 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 80140 - 995 - 9/G · 64

定 价 36.00 元

前 言

战略问题，战术解决。

战略是务虚，战术是务实。

战略是踱方步，战术是踏实地。

中国一首古诗中说：“挽弓当挽强，用箭当用长。射人先射马，擒贼先擒王。”这里不但讲了战略思维，而且讲了战术要领。战略思维是关于战略全局的指导思想，是制定战略方针原则的理论依据。战略思维的质量反映概括直接经验与间接经验并对客观世界产生影响所能达到的深度与广度，在向广度与深度延伸过程中需要娴熟的战术清扫前进中的障碍。

一个伟大时代的兴盛，需要这样一些人，他们是这个时代的引领者，具有远大抱负、远见卓识、学贯中西，深刻洞察时事变迁；一个文明大国的崛起，同样需要这样一些人，他们是国家公民的优秀代表，具有强烈的民族责任感和历史使命感，以人民利益为旨归、以国家兴盛为己任、以国家振兴为关怀。当前，中国正处在大变革、大发展、大转折的历史时期，

也是实现中华崛起的重要战略机遇期。

我们党的各级领导干部承担着执政兴国、执政为民的重要职责，肩负着为官一任、造福一方的重要使命。因此，要认清科学发展大势、把握科学发展规律、统领科学发展全局、创造科学发展业绩，既要有前瞻性的战略思维，又要有脚踏实地的方式方法，所有这些都离不开读书学习并掌握相关的战术方法与技巧。特别要看到，当今世界和当代中国正在发生广泛而深刻的变化，按照党的十七大部署继续解放思想、坚持改革开放、推动科学发展、促进社会和谐，开创中国特色社会主义事业新局面，对领导干部的素质和能力提出了新的要求。领导干部如果不加强读书学习，知识就会老化，思想就会僵化，能力就会退化，就难以做好领导工作，就会贻误党和人民的事业。通过读书学习来增长知识、增加智慧、增强本领，这是新形势下做一名称职的领导干部、胜任地履行领导职责的内在要求和必经之路。

为满足广大党员干部和各级各类管理人员的需要，“创新领导艺术与领导方法丛书”应运而生。该丛书具有以下几个特点：

1. 针对性。当前，新进领导岗位和管理岗位的人特别多，而且长期从事领导岗位和管理岗位的同志也面临知识更新的需要，所以本丛书根据“干什么、学什么，缺什么、补什么”的原则进行编撰，对症下药，按方抓药。

2. 系统性。领导干部由于需要处理各方面的事务，需要应对来自各方的复杂局面，总感觉时间不够用，难以系统学习和掌握应对方方面面工作的方法与技巧。该丛书正好完整系统地提供了一套应对工作的路数和捷径。

3. 实用性。该书仍然坚持理论联系实际的作风，用理论指导实践，在阐发理论的同时讲述了很多管用的方法与技巧，并附有大量的实用案例分

析，既高屋建瓴，又脚踏实地，长期运用，烂熟于心，就能胸有成竹走四方。

领导艺术与领导方法很多，还需在实践中探寻和摸索。限于水平和眼界，该丛书也无法穷尽领导工作和管理工作所有的方法与技巧，只能是抛砖引玉，期冀引起读者的共鸣。

编 者

2011 年 1 月

第一章

领导者需要重视“第四种权力”

一、新闻媒体：信息时代的“第四种权力”

1. 新闻媒体形态的历史演变 / 2
2. 足以让总统下台的“第四种权力” / 4
3. 网络：后来居上的新兴媒体 / 7
4. 公权力监督：新闻媒体的天然使命 / 9

二、领导者需要与新闻媒体构建良好关系

1. 领导者需要学会与新闻媒体打交道 / 12
2. 新闻媒体是领导者与公众联系的桥梁 / 14
3. 新闻媒体是领导者的施政平台 / 15
4. 新闻媒体是政府执政的资源 / 17
5. 与新闻媒体打交道应遵循的原则 / 19
6. 向伟人学习应对新闻媒体的策略 / 23

第二章

领导者应善于利用新闻媒体为工作服务

一、善用新闻媒体为政府公共服务

1. 新闻媒体是政府形象的“梳妆台” / 30
2. 完善新闻发布机制，塑造政府良好形象 / 33
3. 充分发挥新闻媒体对政府决策的作用 / 36
4. 善于借助新闻媒体为宣传造势 / 37
5. 巧用手机短信信息发布平台 / 39

二、把新闻媒体策划作为重要的政务工作

1. 新闻媒体事件：不可低估的公共力量 / 41
2. 新闻媒体策划：宣传工作的生命线 / 42
3. 领导者媒体策划能力的基本要求 / 45
4. 制定有效的新闻媒体运用策略 / 46

第三章

领导者与新闻媒体沟通的艺术

一、练好和新闻媒体沟通的基本功

1. 与新闻媒体有效沟通的原则 / 50
2. 与媒体沟通要从“知彼”开始 / 52
3. 和记者沟通前，先要学会倾听 / 55

4. 消除与新闻媒体沟通的障碍 / 58

二、把握好和新闻媒体沟通的尺度

1. 和新闻媒体沟通时要注意“三不” / 61
2. 处理好信息公开与保守国家秘密的矛盾 / 63
3. 采用“金字塔”策略，对新闻媒体区别对待 / 64
4. 善待新闻媒体，重视记者的采访 / 65
5. 统一说话口径，谨防口径不一 / 67
6. 不要轻易地对媒体说“无可奉告” / 69

第四章

领导者应努力塑造好自己的媒体形象

一、领导者应塑造好自己的“媒体形象”

1. 像老一辈革命家那样塑造良好的媒体形象 / 72
2. 领导者媒体形象的基本特性 / 73
3. 领导者良好的媒体形象具有巨大的价值 / 74
4. 领导者塑造“媒体形象”的原则 / 76
5. 在媒体面前应表现自己的诚实 / 78
6. 在媒体面前应表现出自己的自信 / 79
7. 在新闻媒体上展示自己的才学形象 / 80
8. 在新闻媒体上树立自己的风度形象 / 81
9. 在新闻媒体上树立公关形象应当恰当适度 / 83



二、让自己在媒体中的表现无懈可击

1. 领导者“出镜”形象的设计技巧 / 84
2. 向公众展示自己良好的体貌形象 / 88
3. 注重着装，突出品位与风采 / 89
4. 在聚光灯下展示自己的魅力 / 91
5. 领导者在特定场合下塑造好媒体形象 / 93

第五章

掌握舆论引导技巧

领导者要把握舆论，接受舆论监督

一、认识媒体舆论，引导媒体舆论

1. 舆论的含义和特征 / 96
2. 我国转型期媒体舆论的发展趋势 / 97
3. 媒体舆论对我国民主建设的积极作用 / 99
4. 媒体舆论对社会大众产生着积极影响 / 100
5. 把握舆论，促进舆论和谐 / 101

二、主动地做好舆论引导与舆论宣传

1. 重视舆论引导，凝聚舆论共识 / 104
2. 有效地引导舆论必须坚持以人为本 / 105
3. 领导者有必要做好舆论宣传工作 / 106
4. 做好舆论宣传的基本要求 / 108
5. 把握宣传尺度，避免“宣传失灵” / 110
6. 做好负面事件中的舆论引导 / 112

三、领导者要自觉接受舆论的监督

1. 舆论监督：领导者权力的监视器 / 113
2. 是“舆论监督”，而非“监督舆论” / 115
3. 学会“四个转变”，适应媒体监督 / 117
4. 回应不正确报道需要讲究策略 / 118
5. 应当理性地应对“媒体审判” / 120

四、理智地应对媒体的批评性报道

1. 正确地认识媒体的批评性报道 / 123
2. 坚决摒弃封堵批评性报道的做法 / 125
3. 积极开展危机事件的新闻报道 / 127
4. 不以主观揣度民众之心 / 129
5. 站在群众立场处理群体性事件 / 130

第六章

领导者如何做新闻发言人

一、信息时代对新闻发言人的要求

1. 新闻发言人制度：时代的呼唤 / 134
2. 新闻发言人：组织形象的人格化 / 136
3. 新闻发言人应具有的素质和能力 / 138
4. 新闻发言人应当具备的媒体素养 / 141

二、新闻发言人如何准备新闻发言

1. 日积月累地做好“基础准备” / 144
2. 熟练地做好“专业准备” / 145
3. 精心地做好“重点准备” / 146
4. 胸有成竹地做好“临场准备” / 147

三、新闻发言人如何与媒体互动

1. 新闻发言人与媒体互动的基本要求 / 148
2. 新闻发言人要善于与记者沟通 / 150
3. 坦诚：新闻发言人的道德底线 / 153
4. 新闻发言人与媒体互动的“八项注意” / 155
5. 新闻发言人要具备控场能力 / 158

四、新闻发言人如何应答记者的提问

1. 新闻发言人应对提问的基本原则 / 161
2. 新闻发言人应答提问时的表述要求 / 165
3. 调整好自己的情绪，控制好会场的气氛 / 167
4. 与记者你来我往，在必要时应针锋相对 / 168
5. 虚中掩实，模糊回避不便回答的问题 / 169

第七章

领导者如何应对记者的采访与提问

一、领导者应对新闻记者采访的策略

1. 了解新闻记者的属性与采访特点 / 172
2. 领导者应对新闻记者的基本策略 / 174
3. 领导者如何接受新闻记者的采访 / 178
4. 接受采访时需要注意的细节问题 / 180

二、领导者应对媒体记者提问的方法

1. 了解与把握记者提问的语言特点 / 183
2. 应对记者提问的基本要求 / 184
3. 在媒体面前说话要准确通顺 / 188

三、领导者应对记者提问的技巧

1. 巧妙避开敏感话题的技巧 / 190
2. 领导者应对媒体记者非难的妙招 / 196
3. 适时展现领导者的幽默艺术 / 198

第八章

领导者要善于利用网络媒体

一、网络媒体是一种影响巨大的新兴媒体

1. 了解网络特点，感受网络社会 / 204
2. 网络媒体具有独特的功能 / 205
3. 网络是领导者的“千里眼”和“顺风耳” / 208
4. 领导者要理性地认识网络政治 / 209
5. 领导者要提高掌控网络媒体的能力 / 211

二、利用网络与公众实现良好沟通

1. 利用网络与公众沟通更方便快捷 / 213
2. 架起与公众沟通的网络桥梁 / 214
3. 与网民进行零距离沟通 / 215
4. 积极开展网上民意互动 / 216
5. 如何更好地利用网络促进社会和谐 / 217
6. 利用网络化解不良的公共情绪 / 218

三、实施政府上网工程，办好政府网站

1. 互联网成就了“开放政府” / 221
2. 进一步加强和改进网上舆论引导工作 / 222
3. 建立政府网站，让网民了解政府 / 224
4. 扩大影响，加强政府网站的品牌效应 / 227

四、领导者要敢于应对网络媒体的挑战

1. 高度重视和接受网络监督 / 229
2. 正确应对网络媒体造成的危机 / 231
3. 要尽力使负面事件产生正面效果 / 233
4. 回应网络质询，尽快平息网上舆论 / 235
5. 以网络权威评论引导网络舆论 / 236

第九章

在突发事件中善于发挥媒体的作用

一、在突发事件中要善于利用媒体

1. 媒体意识：突发事件后的快速反应 / 240
2. 善借媒体功能，应对突发事件 / 242
3. 加强与媒体的沟通，促进突发事件的解决 / 245
4. 利用多种媒体，传播正面信息 / 248
5. 在突发事件中运用媒体的策略 / 249
6. 海城豆奶事件：不应该的媒体公关教训 / 252

二、做好突发事件中的舆论引导

1. 主动引导新闻媒体的舆论导向 / 255
2. 充分利用主要舆论的核心人物 / 258
3. 争取“第一时间”，摒弃后发制人 / 260
4. 监控谣言，积极地进行辟谣工作 / 263
5. 面对媒体，领导者要勇于承担责任 / 266
6. 走出应对新闻媒体舆论的误区 / 268
7. SARS：舆论引导的经典案例 / 270

第一章

领导者需要重视“第四种权力”

新闻记者历来被视为“无冕之王”。信息时代的社会，更是典型的传媒社会。新闻媒体的作用更加凸显，其受众之广泛，其影响之强烈，其权力之重要，正在全方位地影响着整个社会。现代领导者，不可能置身媒体之外，不可以忽略对新闻媒体的有效利用。否则，领导者就难以做好领导工作，就更难以取得工作上的佳绩。因此，了解媒体的功能作用并善于应对，是时代所要求的领导使命。

一、新闻媒体：信息时代的“第四种权力”

►> 1. 新闻媒体形态的历史演变

新闻媒体，亦称媒介、传播媒体、大众传媒，是指传播信息资讯的载体，即信息传播过程中从传播者到接受者之间携带和传递信息的一切形式的平台或介质。1943年美国图书馆协会的《战后公共图书馆的准则》一书中首次使用它作为术语，现在已成为各种传播工具的总称。

新闻媒体的出现，标志着传播媒体与社会之间的互动已经发展到相对成熟的阶段，传媒不再是权势集团独享的特权，一般民众的需求也得到关注。由于传播媒介的不同，新闻媒体的发展呈现出阶段性的变化。依据大众传播媒介的变化，新闻媒体其形态的演变，可划分为印刷媒介、视听媒介、网络媒介这样三个阶段。

（1）印刷媒介

印刷媒介可称为纸质传媒，其主导的传媒从15世纪开始，主要是报刊。现代报纸的起源是德国15世纪出现的印刷新闻纸（单张单条的新闻传单）。一般把1615年创刊的《法兰克福新闻》视为第一张“真正的”报纸，因为该报有固定名称，每周定期出版一次，每张纸上印有数条而不是单条新闻（但是该报是单面印刷）。1650年在德国莱比锡出现了最早的日报《新到新闻》。“报纸”的英文一词（Newspaper）最早出现于1665年英国第一家报纸《牛津公