



危机传播与

Crisis Communication and Media Relation

新闻发布

史安斌 / 著

- 危机中的公众心理
- 危机传播中新闻发布的要旨和技巧
- 危机期间的媒体运作
- 新闻发布会的组织和筹划
- 如何回答记者的提问

南方日报出版社



危机传播与

Crisis Communication and Media Relation

新闻发布

史安斌 / 著

南方日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

危机传播与新闻发布 / 史安斌 著. —广州: 南方日报出版社,
2004

ISBN 7-80652-371-5

I. 危... II. 史... III. ①紧急事件—传播学②紧急事件—
新闻学 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 083014 号

危机传播与新闻发布

史安斌 著

出版发行: 南方日报出版社

地 址: 广州市广州大道中 289 号

电 话: (020) 87399627

经 销: 全国新华书店

印 刷: 广东新华印刷厂

开 本: 889mm×1194mm 1/32

印 张: 8.25

字 数: 200 千字

版 次: 2004 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 20.00 元

投稿热线: (020) 87373998-8503 读者热线: (020) 87373998-8502

网址: <http://www.nanfangdaily.com.cn/press> <http://www.southcn.com/ebook>

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。



作者简介

史安斌 现任清华大学新闻与传播学院副教授，国际传播研究中心专职研究员。北京大学英美文学学士（1992），硕士（1995），美国宾州大学比较文化和传播学博士（2001）。主要研究方向为媒体和文化研究，跨文化传播，中美新闻比较研究。主要著作有《全球化时代的
中国身份》（2002，英文专著，美国纽约 Edwin Mellen 出版社），《人类传播导论》（译著，2004，清华大学出版社），《电视·受众·文化研究》（译著，2004，新华出版社），《媒体奇观：美国社会文化透视》（译著，2003，清华大学出版社），《网络记者》（合著，2000，中国三峡出版社），《妖魔化中国的背后》（合著，1996，中国社会科学出版社）和中英文论文 30 余篇。同时，承担了国务院新闻办公室、卫生部、公安部、中国疾病预防控制中心和部分地方政府部门有关危机传播和新闻发布的课题研究、咨询和培训工作。

责任编辑：赵 泓
nfrbzh@yahoo.com.cn
助理编辑：刘 晖
封面设计：明 室
责任技编：吴 涛
责任校对：张玲慧

ISBN 7-80652-371-5



9 787806 523711 >

前 言

近年来，在许多重大危机事件的处理当中，大众传播和人际传播扮演着越来越重要的角色。如何应对媒体、如何通过人际信道和大众传媒进行有效传播，成为政府决策者和政策实施者必须认真思考的一个紧迫问题。2003 年春天的 SARS 疫情让每一个中国人深切地体会到新闻发布和信息传播的重要性。如何在政府、媒体和公众之间建立畅通的信息传输渠道，进行有效的交流和互动，这正是危机传播这门交叉边缘学科所要解决的问题。

作为危机处理过程中的一个关键性的环节，尽快建立定期、高效、合乎规范的新闻发布制度已经成为从中央到地方的各级政府和相关主管部门的共识。自 2003 年下半年以来，新闻发布会和新闻发言人制度相继在全国各地启动，相关的培训工作也全面展开。作者有幸参加了一些研究、培训和咨询工作，同各级政府部门的新闻发言人和从事新闻宣传工作的专业人士进行了广泛的交流，亲身体会到他们渴望“充电”的强烈愿望，也了解到国内目前这方面的专著较为缺乏的现状。

本书正是为了适应这一时代需求而撰写。书中运用了新闻学、传播学（包括人际传播、大众传播、文化传播等亚学科）、社会心理学、语言学、修辞学和管理学等学科的概念和理论框



架,结合大量生动的案例,试图对危机传播和新闻发布中的一些原理、规律和策略进行总结和归纳,旨在为政府的主管领导、新闻发言人、新闻官员、公共信息官员和其他相关工作人员提供理论建构和实际操作中的指南。具体说来,本书希望能够回答以下一些问题:(1)在危机情境中如何应对媒体和公众?(2)如何能够通过包括大众传媒和人际信道在内的各种渠道进行有效传播,使公众能够理解和接受政府发出的各种讯息?(3)如何应对媒体采访?(4)如何将政府日常的新闻发布与长期的传播战略有机地结合起来?(5)新闻发言人和媒体从业者之间如何保持一种良性互动的关系?

本书力图从理论和实务两个方面对危机传播和新闻发布进行探讨。一方面,在对国外危机传播理论进行文献综述的基础上,结合我国具体实际提出一些具有启发意义的理念,旨在促进危机传播和新闻发布在我国的学术研究和学科建设。另一方面,在上述理念的基础上提出一些具有可操作性的传播策略和技巧,以验收单的形式加以总结,收入本书的附录,便于读者在实际工作中的使用和参考,以期促进我国政府部门危机传播和新闻发布工作的专业化和规范化。需要指出的是,由于我国国情的特殊性,本书把危机传播和新闻发布的主体定位为政府部门。但书中探讨的基本理念、传播策略和技巧也是值得各级企事业单位、非政府组织以及其他相关团体和机构借鉴的。

从更广泛的意义上说,在当今这个全球传播和媒体“饱和”的时代。每个人都不可避免地要以这样或那样的方式卷入危机,以这样或那样的方式与媒体打交道。因此,本书希望能够对所有对危机传播和新闻发布感兴趣的读者有所启迪。通过政府、媒体和公众进行有效的三方互动,在我国建立起一个信息透明、交流畅通的公共话语场。

目 录

前 言 / 1

第一章 危机传播的理念 / 1

- 第一节 什么是危机 / 1
- 第二节 什么是危机传播 / 6
- 第三节 危机各阶段的传播要素 / 10
- 第四节 危机传播的功能和重要意义 / 15
- 第五节 危机传播需要解决的问题 / 17

第二章 危机传播的基本原则 / 21

- 第一节 危机中的公众心理 / 21
- 第二节 危机传播的基本原则 / 25
- 第三节 不同阶段的危机传播原则 / 31
- 第四节 如何使危机传播更为有效 / 36

第三章 危机传播中的信息与受众 / 43

- 第一节 危机传播中的受众结构和认知特点 / 43
- 第二节 危机传播中信息设计的五个基本原则 / 48
- 第三节 危机传播中新闻发布的要旨和技巧 / 50
- 第四节 危机中的人际传播 / 55
- 第五节 危机传播中的受众反馈 / 58



第四章 危机传播预案的制定 / 61

- 第一节 制定危机传播预案前的准备工作 / 61
- 第二节 如何制定危机传播预案 / 63
- 第三节 危机传播预案模板 / 76
- 第四节 危机传播预案的核心——爆发初期 / 85

第五章 危机传播中政府与媒体的合作 / 93

- 第一节 政府和媒体的关系——朋友还是敌人 / 94
- 第二节 深入了解媒体 / 98
- 第三节 新闻发布的主要媒介模式 / 102
- 第四节 新闻发布会的组织和筹划 / 110
- 第五节 如何应对媒体的负面报道 / 121
- 第六节 选择合适的传播渠道 / 129

第六章 新闻发言人的理念和实务 / 139

- 第一节 新闻发言人的设置 / 140
- 第二节 新闻发言人的准备工作 / 143
- 第三节 新闻发言人的传播技巧 / 147

结 语 / 177

附录一 危机传播工作用表 / 181

附录二 案例研究:香港禽流感期间的危机传播 / 201

附录三 案例研究:美国遭受生化恐怖袭击的危机传播预案 / 211

附录四 新闻发言人制度在中国:回顾与展望 / 219

附录五 新闻发言人和记者招待会 / 245

附录六 危机事件评估用表 / 251

本书参考文献目录 / 255

第一章

危机传播的理念

第一节 什么是危机？

中文里的“危机”一词是“危险”和“机会”的复合词。从词源学的角度来看，英文中“危机”（crisis）一词来自希腊语中的 krinein，意即“决定”。按照《韦氏英文辞典》的解释，“危机”是指“有可能变好或变坏的转折点或关键时刻”。这就是说，“危机”是一个具有决定性的阶段，它决定了事态向着更好的还是更糟的方向发展。

对“危机”一词，许多学者从不同的角度给出自己的理解和判断，可以说没有哪一种定义可以涵盖危机所涉及的所有方面。大体来说，“危机”的定义应该包括以下这些方面：

- ▲ 突发性事件
- ▲ 具有潜在的危险性
- ▲ 需要迅速采取行动来应对
- ▲ 主管部门不能完全掌控



▲ 有可能产生出人意料的后果及影响

▲ 引发了媒体和公众的强烈关注

2003 年 SARS 爆发前后，“危机管理”这门学科被系统地介绍到国内。从事这门学科研究的学者主要是从组织管理的角度给“危机”来下定义：

▲ 查尔斯·赫尔曼（Charles Hermann）认为：危机就是一种情景状态，其决策主题的根本目标受到威胁，在改变决策之间可获得的反应时间很有限，其发生也出乎决策主体的意料（转引自薛澜等，24 页）。

▲ 尤里埃尔·罗森塔尔（Uriel Rosenthal）等人认为：危机就是对一个社会系统的基本机制和行为准则架构产生严重威胁，并且在事件压力和不确定性极高的情况下必须对其做出关键决策的事件（转引自薛澜等，25 页）。

▲ 斯蒂芬·巴顿（Stephen Barton）认为：危机是一个会引起潜在负面影响的具有不确定性的重大事件，这种事件及其后果可能对组织及其人员、产品、服务、资产和声誉造成一定的损害（转引自希斯，18～19 页）。

上述三种定义都强调了危机中存在的不确定性和负面影响。巴顿的定义将危机的影响扩大到组织的名誉，由此凸显政府（组织）和公众进行沟通的必要性。在实际的运作中，这种沟通要通过媒体的中介作用来得以实现，因此，政府、媒体和公众如何形成有效的互动关系便成为危机传播研究的基本课题之一。

人类进入 21 世纪以后，全球化成为时代的主潮，但“天下大同”的理想仍然是遥不可及的“乌托邦”。各种危机事件层出不穷，尤其是一些区域性的危机事件在当今会借助各种因素演



变为全球范围的危机事件。“9·11”恐怖袭击事件使享受了全球化最大福祉的美国人也不得不承认自己生活在一个“危机四伏”的环境中。在各种危机事件中，尤以那些关乎公众生命安全和健康的突发性大型公共危机事件最为引人注目。危机传播所探讨的主要集中于这类事件。

这类突发性大型公共危机事件往往起源于各种自然或人为的灾难——即人们常说的“天灾人祸”。不容置疑的是，现代化的发展模式和市场化的体系并未有效地防止这类天灾人祸的发生。在过去 20 多年里，有将近 300 万人死于各种灾难，造成各种损失达 500 亿美元之巨。通常意义上的灾难包括自然灾害和人为灾难两种。前者包括地震、火山、飓风、洪水及森林大火等，后者则包括战争、污染、核泄漏、火灾以及有害物质泄漏等。但事实上灾难所包含的范围还不仅限于此，在苏联解体之后，大规模的城市冲突和暴力事件导致了大量难民的出现，饥荒、财产损失以及疾病的蔓延都成为灾难的内容，世界卫生组织将这类灾难定义为“复合性的人道主义灾难”。此外，如果一场地震破坏了当地的核电站从而导致核泄漏，这样的灾祸被称为“自然—人为灾难”。

灾难会极度影响到人类生活的周边环境，造成生活质量下降、饥荒、医疗设施的破坏、传染病的流行，继而会产生痛苦与死亡。虽然人类在进步，世界在发展，但是灾难的爆发几率却并没有减少，中国也不能例外。各国政府和相关组织都面临着极大的挑战，它不仅需要对公众在生理上如何康复提出解决方案，还要对包括焦虑、失望等在内的各种心理症候提出合理的解决办法。另外各国政府和相关组织要对以下几点因素格外重视，它们增加了突发性大型公共危机爆发的可能性：

1. 人口因素 世界人口仍然处于膨胀状态之中，由于生存空间的限制，更多的居民在灾难多发区附近生活，例如河道附



近、泥石流多发地、野火易发地、危险垃圾堆放地附近、机场附近等等。这些居民受灾并引发公共危机的可能性在增加，而人口数量的庞大有可能导致受灾后难民数量激增。人口结构也是关键的问题。拿我国来说，一方面，越来越多的人进入了小康的生活状态中，另一方面，我国正处于老龄化社会的边缘。到 21 世纪中叶，中国老年人将达到 4 亿人，每 4 个中国人中就有 1 个老年人。老年人口的迅速增加无疑加重了公共卫生系统和社会保障系统的压力。

2. 新发现的传染病 传染病对人类而言始终存在威胁，无论年龄、性别、生活方式、民族、经济状况有怎样的差异，传染病一直是导致人类死亡的最常见原因之一。传染病的救治和防控工作给经济和社会生活带来了沉重的负担。自古以来，人类经历了霍乱、鼠疫、流感、伤寒、肺结核等传染性疾病的侵扰，“黑暗的中世纪”的梦魇仍在西方时时被提及。第二次世界大战之后，人们以为自己已经打赢了与病菌的“持久战”，一些威胁人类生命的传染病如肺结核、伤寒等已经被抗生素征服。脊髓灰质炎（即“小儿麻痹症”）、百日咳、白喉也可以通过接种疫苗得到预防。随着城市卫生设施和饮用水质量的改善，传染病发生的几率大幅度降低。人们相信整个世界将不会再受到传染病病原体的困扰。然而，20 世纪 50 年代早期，青霉素在面对葡萄球菌引起的传染病面前失去了往日的威力。20 世纪 70 年代，通过性传播的疾病又死灰复燃。此外军团病、莱姆病毒、埃博拉病毒、西尼罗河病毒都具有极大的杀伤力。在全球化带来的人员和物资流动的便利条件下，这些致命的病毒可以在人们毫无戒备的情况下在短时间内传遍整个世界。2003 年在我国和其他一些国家肆虐的 SARS 病毒，2003 年冬天在北美一些地区发作的大规模流感和 2004 年初影响全球禽畜养殖业的 H5N1 禽流感更加证明了人类还远未摆脱传染病的“梦魇”。



3. 国际旅游与国际贸易 国际旅游和国际贸易的日益频繁使区域性的危机扩大为全球性危机的几率大大增加。在境外滋生的细菌可以通过空中运输在 24 小时之内进入中国。有报告表明大多数的抗药性伤寒病主要集中出现在 6 个发展中国家之中,而未来这些国家将拥有更多的百万人口以上的大城市。25 年之后,全世界可能会出现 20 多个人口超过两千万的大城市,而这些大城市大部分集中在贫穷、人口居住密集、卫生设施缺乏的发展中国家,这将加速病菌的滋生和传播。中国所地处的亚洲则恰恰是发展中国家最多的区域之一,处于易受各种灾难侵袭的前沿地带。

4. 恐怖主义的抬头 不可否认,恐怖主义的势力正在日益增长,“基地组织”、“东突”等一些跨国的恐怖组织给世界和平与地区稳定带来了严重的威胁。除了采用暴力手段威胁公众的生命安全外,生化武器可能成为恐怖分子常用的手段,这类袭击从普通的食物中毒到炭疽粉末的传播,覆盖面更广、杀伤力更强。这一因素在“9·11 事件”后逐渐成为危机传播研究的焦点之一。

5. 科学技术带来的高风险 科学技术是一把“双刃剑”,既可以为人类带来福祉,也可能带来灾难。2003 年 8 月和 2004 年 4 月 SARS 疫情在新加坡、台北、北京、安徽等地再度出现都是由于从事病毒学研究的实验室管理不当所导致的。据统计,美国每年在国内各地运输的有害化学物质超过 40 亿吨。另一方面,人们对科技的依赖性与日俱增。2003 年夏北美东部地区发生的“大停电”就是一例,仅在纽约市,就有超过 20 万人因地铁停运无法回家,只能露宿街头。

凡此种种,危机传播所关注的主要就是由上述因素引起的突发性的大型公共危机事件。具体来说,这些事件可以分为以下几类(见表 1.1)



表 1.1

突发性大型公共危机事件

范围	危机事件种类
全国或跨地区的	自然灾害, 食品、水、空气污染, 传染病爆发, 化学或其他有毒物质泄漏, 放射物泄漏, 由无法认定的传播源引发
有可能传入我国的	大规模的环境污染, 由战争引发
特定区域内的	实验室事故, 人质劫持, 爆炸, 人员突然身亡 (如暗杀), 火灾, 炸弹恐吓
恐怖主义有关的	使用组织性暴力, 使用生化武器

第二节 什么是危机传播?

危机传播是政府部门进行危机管理的一个重要组成部分。2003 年 SARS 爆发前后, 以清华大学薛澜教授为代表的一批公共管理学者系统地介绍了西方危机管理的一些理念。本书聚焦的则是以媒体和公众为主要对象的危机传播。如果说危机管理是一个以管理科学为核心的多学科研究领域, 那么危机传播则是以传播学为核心, 把人际传播、言语传播、大众传播、组织传播和跨文化传播等学科的一些理念运用到危机管理的过程中。

简而言之, 危机传播就是在危机前后及其发生过程中, 在政府部门、组织、媒体、公众之内和彼此之间进行的信息交流过程。

危机传播的宗旨大致体现为以下四个方面: (1) 利用新闻发布机制对危机事件进行快速回应, 平息公众的恐慌情绪; (2) 随着政府掌握信息的增加, 需要组织相关信息的发布。在危机



发生后，政府部门通过媒体把事实和相关信息传递给公众，以正视听，从而维护社会的稳定和正常秩序；（3）通过一定的传播技巧说服媒体和公众接受政府所采取的措施，创造一个对政府有利的舆论环境；（4）通过媒体进行公关活动。危机事件一般都会给政府带来负面的影响，通过危机传播来及时消除这种影响。一旦政府的形象受损，还要通过危机传播来进行“形象修复”的工作。显而易见，政府从一开始就要掌握危机传播的主动权。

在 2003 年那场突如其来的 SARS 危机中，每一个中国人都亲历了政府主管部门从刻意回避到被动回应再到主动出击的变化过程，从而亲身感受到了危机传播的重要性。由于有关部门在危机爆发后反应迟缓，造成了一定程度的社会恐慌（如京穗出现的抢购风、农村部分地区迷信活动的蔓延），引发了公众对政府和大众传媒的“信任危机”。一段时间内，手机短信这种技术手段先进而传播方式原始（点对点/人传人）的媒介成为人们最为信赖的信息源。中国政府在危机传播中处于被动的地位，因而也受到来自国际舆论的巨大压力，个别媒体趁此机会“妖魔化”中国（如《时代》周刊以 SARS 病人的肺叶透视片与五星红旗叠映，给中国贴上“SARS 国家”的标签），对我国的国家形象造成了损害。4 月 20 日以后，政府重新掌握了危机传播的主动权，定期的新闻发布机制开始建立，各级领导或通过媒体、或深入民间展开各种危机传播活动，从而有效地控制了疫情的蔓延。在此过程中，我们除了见证了建国以来从未有过的高频次的新闻发布会，还看到了政府为说服公众和修复形象做出的种种努力。这场突如其来的灾难使危机传播的理念在短短的几个月内深入人心，得到了从高层决策部门到普通民众的广泛认同。

近年来，美国的传播学者还提出了三个与危机传播有关的



概念，值得在此介绍：（1）事务管理传播；（2）风险传播；（3）紧急状态传播。

事务管理传播主要是指对危机本身已经有了充分的准备，制定了详细的预案，因此危机传播的过程可以像管理日常事务那样按部就班地进行，这当然是一种理想化的状态，同时也是在积累了丰富的危机传播经验的基础上才有可能做到的。

风险传播主要是指在保证公众知情权的基础之上，根据危机的发展变化为他们提供各种风险预案，把选择权交给公众。为了保证传播的中立性，政府会邀请专家或民间人士参与信息的传播。公众可以经过一段时间的考虑再做出选择，其后果往往是中长期的。这种传播主要是运用于与环境和健康有关的一些危机事件，通常让公众选择是否接受疫苗的接种、是否搬离有潜在风险的居住地等等。

紧急状态传播主要是淡化政府的行政命令色彩，以专家或民间渠道作为信源。与其他传播形式不同的地方在于，公众所获得的信息可能是不全面的或不完善的，而他们要在短时间内做出决策，这一决策的影响也是立竿见影的，这对于公众本身的知识水平和判断力提出了相当高的要求。上述几个相关概念之间的区别和联系如表中所示：

表 1.2 危机传播及其相关研究范畴的比较

类别	政府在传播中的角色	时间上的压力	传播目的
危机传播	主导者	紧急，不可预见	解释/劝服
事务管理传播	主导者	可预见传播者可以掌控时机	解释/劝服