

YINGDEHUAYUQUAN

赢得话语权

——领导干部媒体策略

Lingdao Ganbu Meiti Celue

邓一非 吕海红 主编

中国社会科学出版社

YINGDEHUAYUQUAN

赢得话语权

——领导干部媒体策略

Lingdao Guanli Renyuan Media Strategy

邓一非 吕海红 主编



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

赢得话语权:领导干部媒体策略/邓一非,吕海红主编. —北京:中国社会科学出版社, 2013. 6

ISBN 978 - 7 - 5161 - 2829 - 9

I. ①赢… II. ①邓…②吕… III. ①传播媒介—应用—行政管理—研究—中国 IV. ①D63②G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 126122 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 王 茵
责任校对 高 婷
责任印制 王炳图

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号(邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名:中国社科网 010 - 64070619
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 装 北京君升印刷有限公司
版 次 2013 年 6 月第 1 版
印 次 2013 年 6 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 20.25
插 页 2
字 数 290 千字
定 价 59.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社联系调换

电话:010 - 64009791

版权所有 侵权必究

感谢中熙正智文化传播有限公司
给予本课题和本书出版的支持和帮助

主 编 邓一非 吕海红

副主编 赵泽民 魏 芳 路雪彩 孙 桦

编写组 邓一非 吕海红 赵泽民 魏 芳

路雪彩 孙 桦 李金才 黄 巍

姜 楠

应对新挑战 赢得话语权

房 宁

改革开放焕发了中国的活力，中国在改革开放中崛起。改革开放的实践开辟了中国特色社会主义的道路，中国将沿着这条道路实现国家的工业化、现代化，实现中华民族的伟大复兴。

中国的现代化不仅意味着经济发展、人民富裕，中国的现代化是社会的全面发展和进步，既有物质文明的发展，更有精神文明的进步；既有制度层面的提升，更有意识形态的整合。30多年的改革开放和发展进步，我们国家在经济、政治、社会层面有了翻天覆地的变化。经济社会的迅速发展带来了社会结构的变化，带来了人们意识层面的变化。在经济发展、物质丰裕的同时，社会关系也随之深刻改变，社会关系的改变又进一步引起了社会成员思想观念的差异和改变。原来的同质化社会消失了，代之以多元化的、多样化社会格局的出现。多元化的社会格局的背后是社会成员间利益的分化和由此产生的观念的差异。今天的中国，不再有一呼百应、万众景从的场景了。

社会分化和新的社会结构的生成是所有现代化进程中的国家和社会不可避免的经历。跨过了这个阶段，当新的社会结构形成并巩固下来以后，现代化的社会将进入一个新的稳定状态。多国经验表明，现代化进程与社会转型过程当中，是社会矛盾多发高发的时期，是社会共识最少的时期，这个时期的国家常常处于不稳定状态，有较高的社会风险。社会矛盾和社会风险往往并不表现为经济方面的问题，而主要发生于社会意识当中，表现在社会舆论当中。人们经常可以看到这样的现象，工业化进程中的社会里矛盾常常集中于政府，表现为社会

各个阶层的意见和不满具有向政府转移、集中的趋势。从政府的角度看，则常常是无论怎么做似乎都难以满足所有人的愿望，无论做什么都会有不同的意见甚至反对之声。人们常常将这种现象称为“塔西陀陷阱”。的确，在工业化时期，“塔西陀陷阱”是难以避免的。问题是任何一个社会又必须跨越工业化阶段，必须经历社会矛盾的高发期，最终实现现代化，建立起新的社会结构，才能峰回路转，才能柳暗花明。因此，如何跨过“塔西陀陷阱”就成为所有处于工业化、现代化进程中的国家和社会的必修课。

跨过“塔西陀陷阱”，不同于发展经济，改善民生。跨越“塔西陀陷阱”要以经济发展为前提和基础，但跨越陷阱的关键领域却不在经济、社会领域，甚至不在政治领域，而主要是在思想文化领域，说的更具体一些，主要就在舆论场上。因为，社会的意见主要来自人们的主观，来自人们对发展、分配和社会变迁的主观感受。社会的发展，物质财富的增加，分配关系的改变，以及随之而来的社会地位变化，引发了人们自我意识的增长，引发权利意识的增强。自我意识和权利意识的增加又必然导致社会问题和社会矛盾的增加，社会问题和矛盾则要向政府转移和集中。这就对所有处于工业化、现代化进程中的政府形成了一种历史性的挑战。历史经验表明，一个引领工业化、现代化的政府常常并不很受欢迎，常常要面对种种质疑，甚至责难。对于一个领导着自己的国家走向现代化的政府以及政府中的各级官员，必须适应经常性的非议、责难，必须学会善于应对来自社会的质疑和苛责。这是一个政府走向现代化的必经阶段。

处于工业化、现代化发展进程中的中国同样遇到了伴随经济发展和社会结构变动而来的社会矛盾高发、社会共识降低的现实情况。广大党政干部在工作中，一方面要攻坚克难，谋发展、创业绩；另一方面又要面对复杂的社会形势和局面，要经常回复社会的关注，经常遇到来自不同阶层、不同群体的群众的质疑，有时候还会遇到来自媒体的非难。这是在现代化进程中必然会增多、必然要经历的现象。广大党政干部，特别是领导干部必须正视和重视这种社会现实，必须应对

这种新的挑战。敢于面对质疑、善于应对媒体，是新时期广大党政干部必备的能力和素质，各级党政组织及成员应不断提高执政能力，不断提高驾驭社会形势和管理公共关系、处理公共关系危机的能力，这是领导现代化建设的执政党的重要本领。

跨越现代化进程中的社会矛盾多发期，跨越“塔西陀陷阱”，提高公共关系管理的一个十分突出、十分重要的方面，是管理媒体和管理舆论的能力，是赢得公共舆论中的话语权能力。这是现代化进程中的一个新的知识领域，对于广大党政领导干部来说也是一种新的职业能力和素养。由两位军旅学者邓一非、吕海红主编的《赢得话语权——领导干部媒体策略》一书，是一本研究和探索现代舆论管理的专门著作，是这一新兴的研究领域中带有开拓性的作品。本书的作者们在自身实践经验的基础上，对于现代社会中来自公共关系领域中的舆论的形成发展规律，如何应对媒体和舆论的挑战，如何有效地管理舆论，如何在现代舆论场中赢得话语权等问题，进行了全面、深入和有益的探讨，是一本具有学术价值和应用价值的著作。

近年来，因实践的发展带来相应的社会需求，公共关系管理、公共关系危机处理日益成为一个公共管理领域中的分支学科，其中也出现了一些研究、探讨舆论管理的学术成果。与相关的研究成果相比，《赢得话语权——领导干部媒体策略》一书将研究和认识推进了一步。与相关研究成果相比，本书具有三个特点或者说优点：

第一，比较全面、系统，初步建构起舆论管理的理论框架。

舆论管理是一个新兴的研究领域，以往的研究和探讨是比较分散而具体，全面系统的研究尚不多见。本书从现代社会舆论形成的规律、现代媒体的性质、管理舆论的策略原则、操作技术、能力培养等多个方面，全面系统地探讨管理的规律与方法，初步建构了一个独具特色舆论管理的逻辑框架，初步形成了自己的理论体系。这对于全面把握现代舆论管理，提升管理舆论的认识能力，无疑迈出了一大步。理论框架的提出，可以说为今后更加深入和更加全面的研究，打下了坚实的基础。

第二，比较深入、具体，具有较强针对性和操作性。

本书并没有停留在理论和逻辑的探讨上，而从实际出发、从经验出发，联系几年来我国各级党政组织应对多元化的舆论环境，处理公共关系危机的实践，深入具体地分析大量案例，从中寻找规律性，总结经验，提出因应复杂形势，应对舆论挑战，掌握话语权，需要具备的实际知识和技能。书中对于公共关系危机出现的规律、舆论发展和转向的规律、媒体的行为特点和心理特征、党政干部应对舆论和处理危机时的心理特点，以及应对的策略、方法、技巧等都结合实际案例给予了大量的分析和论证，可以对党政机构和领导干部的舆论管理实践起到很好的参考作用。

第三，研究探索了党政干部管理舆论能力培养问题。

以往研究多关注于研究舆论管理自身的规律以及管理舆论方式方法的探讨。本书一个难能可贵之处在于，开始把目光转向党政机构以及党政干部应对媒体、管理舆论的能力培养问题。这是舆论管理研究的进一步深入，提出并探讨了具有重要价值和普遍意义的问题。培养和提高广大党政干部应对媒体的能力、管理舆论的能力，不仅是广大党政干部急需具备的工作能力和职业素养，也是新时期中国共产党和各级政权提高执政能力的需要和执政能力增强的重要表现，事关国家的发展和稳定，事关社会的团结与和谐。

实现中国的工业化、现代化，实现中华民族的伟大复兴，是中国人民追求美好幸福生活，追求国家富强、社会进步的中国梦。实现中国梦，要有强大的物质基础，要有先进的制度，还要有社会共识，管理舆论，发挥正能量，是中国社会发展的重要方面和组成部分。《赢得话语权——领导干部媒体策略》一书就是这一努力的一部分，希望这本书能够为建设中国良好的舆论氛围起到积极作用，希望这本书能为广大读者，特别是党政干部提供帮助参考，希望本书的作者能够再接再厉把这项有益的研究工作继续推向深入，取得更多更好的研究成果。

目 录

第一章 媒体时代:直面新的“本领恐慌”	(1)
一 迎接“媒体时代”的新考验	(2)
二 认识“媒体形态”的新变化	(12)
三 确立“媒体理政”的新理念	(17)
四 掌握“媒体策略”的新本领	(23)
第二章 时代视野:等闲识得“第四权力”	(34)
一 媒体的力量	(35)
二 媒体的功能	(41)
三 传媒的形式	(48)
四 记者的角色	(54)
五 新媒体的特点	(59)
第三章 现实课题:须正视的“双刃之剑”	(73)
一 媒体与执政方式	(74)
二 媒体与文化安全	(83)
三 媒体与舆情掌控	(94)
四 媒体与社会管理	(104)
五 媒体与突发事件	(112)

第四章 领导方略:乘势而为“善借东风”	(120)
一 唱响主声部才能唱得好	(121)
二 防民之口甚于防川	(124)
三 把握好“黄金4小时”	(128)
四 化解“疾风骤雨”的危机	(132)
五 浓妆淡抹总相宜	(138)
六 彻底打消鸵鸟心理	(149)
七 树立良好的公众形象	(155)
第五章 基本素质:反求诸己“修炼内功”	(169)
一 明察秋毫 见微知著	(170)
二 坚持原则 辩证灵活	(176)
三 与时俱进 勇立潮头	(181)
四 修己容众 君子之风	(186)
五 腹有诗书气自华	(192)
六 泰山压顶沉着应对	(196)
第六章 媒介素养:时代呼唤“全新视角”	(204)
一 认清媒介素养的要求	(204)
二 把握媒介素养的内涵	(211)
三 谨防媒介素养的缺失	(215)
四 提高媒介素养的途径	(221)
第七章 媒体策划:善于赢得“正向效应”	(231)
一 媒体策划的基本原则	(231)
二 媒体策划的常用方法	(237)
三 媒体策划的主要形式	(241)
四 媒体策划的一般要求	(249)

第八章 交往之策:得道须凭“行圆智方”	(273)
一 恪守原则——与媒体交往的前提之要	(274)
二 镜头意识——与媒体交往的必备素质	(285)
三 策略技巧——与媒体交往的重要环节	(296)
四 循规守纪——与媒体交往的可靠保证	(306)

第一章

媒体时代:直面新的“本领恐慌”

每个时代都有其鲜明的特征，都有需要解决的突出问题，都面临着新的时代课题。

加拿大传播学家马歇尔·麦克卢汉有个著名的观点，“媒介即讯息”。当今，伴随着信息传播技术的日新月异、迅猛发展，传播媒介的传播形式和信息接收的途径更为方便迅捷，各种新媒介的产生不断开创着全新的传播行为或信息阅读模式，媒介化已成为信息时代的重要标志。

信息时代亦是媒体时代。媒体不仅仅是信息生产、加工与传播的载体，更是经济、政治、文化、社会发展的重要推动力量。媒介化社会正在深刻改变着我们的生存方式、工作方式和交往方式，媒介化生存、工作和交往，已成为我们这个时代的重要特征。

当然，如何把握媒介化社会的时代特征，牢牢掌握宣传舆论的话语权、主导权，使我们的执政方式和领导方式适应时代发展的新要求，就客观地紧迫地成为需要解决的一个突出问题，这也正是我们各级领导干部所面临的时代性课题。

解决问题的关键在于，需要我们顺势而动、顺势而变、顺势而为，采取正确有效的媒体策略，以克服时代发展带来的新的“本领恐慌”，防止出现“能力不足”的危险。这无疑是对我们各级领导干部能否担负起新的使命任务的一个重大考验。

— 迎接“媒体时代”的新考验

媒体时代给人类带来的冲击是显而易见的，媒介传播成为面向全球的传播，媒体行为成为人人参与的公众行为，社会舆论环境变得日趋复杂、难于把控，社会政治生态凸显传媒化的重要特征。这给人类的生存和发展带来新的机遇和挑战，也使各国的执政者不可避免地经受着新的考验。

（一）媒介传播全球化

几千年来，人类发展了各种媒介来沟通和传播信息，而今天卫星和电子传媒把距离和时间压缩了，网络顷刻间把你带到了地球的每一个角落，使媒介传播已变成面向全球的传播。

全球传播意味着跨越了民族国家地理意义上的国界的信息流通。早在半个世纪前，著名诗人 T. S. 艾略特就写了一句预见惊人的诗：“人类丢失在知识里的智慧哪里去了？人类丢失在信息里的知识哪里去了？”这何尝不是今天的写照。美国学者麦克尔认为，电视、电脑、网络等现代媒体给人类带来了前所未有的知识爆炸，同时也削弱了人类的理性分析和判断能力，从而破坏了一个有效的政府赖以生存的基础——公共智慧。媒体存在的价值，在于提供新闻，提供公众所关心的最新发展动态，为公众和政府决策提供可靠的完整的信息基础。全球传播时代的现代媒体不仅改变了人类的知识结构，也改变了人类观察世界的方法和思想过程。扑面而来的海量信息同时也削弱了人类理性分析和判断的能力，压缩了人类独立思考的时间和空间。作为受众信息的主要来源，现代传媒正在日益巩固着人们对其的依赖性。在面临重大问题，特别是国际事务相关的问题时，人们所持的意见和价值取向日趋相似，甚至出现了舆论同化的趋势。而且这种趋势正在无声无息、潜移默化地向世界的各个角落渗透、蔓延开来。

处于强势地位的西方媒体，使国内媒体遭遇更强大的挑战和对手。

传播学四大奠基人之一的美国学者拉斯韦尔指出:“国际战争……蔓延到了如此广阔的地区,它使得动员人民成为必要。没有哪个政府奢望赢得战争,除非有团结一致的国家作为后盾;没有哪个政府能享有一个团结一致的后盾,除非它能控制国民的头脑。”西方媒体作为产业有着与生俱来的资本扩张欲望,西方有学者将媒介直接定义为“为社会成员生产并销售内容和服务的经济机构”。资本的欲望推动西方的新闻传播走向全球,像20世纪的汽车、石油工业一样,当国内的市场竞争日益激烈并且日趋饱和时,西方媒体业便急需到海外去开辟新的市场。从最初从国外采集新闻提供给本国受众,到现在从全球范围内采集新闻,又提供给全球的受众,在这个全球传播时代,媒体议程经常会成为政治议程,西方全球性新闻媒体设定的全球媒体议程,也就成了各国政府的外交议程。

从某种程度上说,由于全球媒体强大的新闻垄断和国内网络的畅通与发达,国际上的重大新闻的议题与框架设置权,正在悄悄地转移到以西方为主导的全球媒体手中。西方媒体建立了一个完全控制国际新闻信息传播的体系,以此来影响世界舆论,左右视听,实际上掌握了各国人民相互了解的决定权,同时也控制了解释新闻意义的权力。新闻媒体通过对事实的挑选和剔除、运用不同加工手法从而为受众架构出一种现实,而这一架构过程“是具有某种意识形式的”。新闻报道选择报什么,不报什么,怎么报,都深深打上特定价值观和意识形态的烙印,同时也受到媒介所有者、政府等各种利益集团的影响甚至操控。换句话说,新闻不是一面忠实体现现实的平面镜,而是折射出各种价值观和利益取向。在经济上、政治上和技术上处于弱势的发展中国家,必须通过制定新的传播和媒介政策,才能将这种渠道变成各民族、各国家、各种不同文明和思想意识形态的平等对话渠道。

媒体传播力和影响力成为重要的国家软力量。提出软实力理论的美国学者约瑟夫·奈指出:“一个国家文化的全球普及性和它为主宰国际行为规范而建立有利于自己的准则与制度的能力,都是它重要的软力量来源。”从文化传播的视角来说,软力量实质上是一种同化式力

量,“靠的是文化与意识形式的吸引力”或者“通过使他人无法表达喜好从而操纵他人的政治议程”。实行舆论控制和舆论同化是美国“软力量”战略的一个重要手段和方式。《制造同意》一书中认为,现代媒体通过推动同质化构建和压制不同声音宣传模式说,对政府政策起到“制造共识”的作用,标志着以“控制大众心智”为目的的“公共关系”业的兴起,成功地让民众完全臣服于商业规则。

李普曼(操纵理论创始人)在《公众舆论》这本著作中考察了多种观点如何凝结成一种社会目标或国家意志的过程,提出了一个重要的观点,即“舆论是可以操纵的”。李普曼的基本思想是把世界分为两块:现实世界和舆论世界;舆论世界横亘于人与现实世界之间,是把二者联系起来的中介。对大部分人来说,外部世界实际上是“不可触、不可见、不可思议的”,特别是对于忙碌自我的人,外部世界实在过于辽阔而无法把握。但是,现代社会又要求人们对各种问题作出判断,这就不能不求助于舆论世界。而舆论世界是由检查保密制度、人们的接触机会、时间精力和注意力、语言传播的速度与质量等因素决定的,是充满固定的成见与偏见、知识盲点以及僵化信条和陈规陋习的、虚幻的、想象的世界。新闻、宣传可以创造出舆论世界,也可以通过歪曲事实等手法操纵舆论世界。

在我们这个时代,没有进入传媒通道的信息就不可能为社会的发展带来任何影响。谁能更有效地利用全球新闻传播,谁就能在软力量的较量中占据优势。媒体传播与软力量从真正意义上挂钩,也只是在当前这个全球传播时代才能实现。在媒介传播全球化的挑战面前,应该学会利用这个机会,逐渐发展和形成中国传媒业的竞争优势,为“中国声音”争取更大的创新、创作和活动空间。

(二) 媒体行为全民化

在新媒体时代,数字网络技术和移动通信技术的发展模糊了传者与受者的界限,消除了时间和空间的限制,加上人们可以相对自由地发布观点和信息,使得无论是政府机构、团体组织,还是网络媒体、

平民百姓等,都可以成为传播主体,使得媒体行为全民化成为不可逆转的大趋势。媒体行为的全民化反映了普通民众的话语权大大加强,而传统意义上的“把关人”的权力大大削弱,因而在新的媒体舆论环境中,普通民众将发挥比以往更大的作用,社会公众的声音将更加广泛、真实地彰显并产生强大的影响力。

媒体行为全民化反映了新媒体运用群体迅速发展壮大的必然趋势。传统媒体所进行的新闻传播活动中,传播主体是固定的新闻机构。传播主体的高度组织化和相对单一性导致传播活动中的信息来源相对单一。而新媒体的传播主体较之传统媒体更加多元,甚至每个新媒体用户都可以成为新媒体传播活动的主体。媒体信息产品的生产者不仅是报纸、广播、电视的编辑和记者,而且增加了网站主编、博客作者,甚至是每一位使用新媒体的受众等,使新闻传播的信息来源多元化。目前我国新媒体运用群体数量迅速增长、且参与能力日益增强。统计资料显示:中国网民人数2011年6月底已达4.85亿,互联网普及率已达到36.2%。手机网民数量已达3.03亿。微博在网民中的使用率已提升到40.2%。这些数据表明,庞大的新媒体用户群无疑将成为“新媒体改变世界”的主导力量,影响着我国的社会政治生态环境,他们怎么发声,政府如何看待,对政府的社会治理而言,意义极为深远。与此同时,新媒体群体的社会公共事务参与能力日益增强,一方面,越来越多的人通过网络论坛对社会公共事务,特别是社会发展中的不健康现象发表评论,通过网络凝聚共识;另一方面,作为基于个人信息发布平台的博客,已经成为新媒体参与的生力军。

媒体行为的全民化充分体现新媒体所具有的重要特征。新媒体改变了传统媒体信息传播的格局与议程设置方式,使个人信息发布与传播成为现实,从而使新媒体日益成为民意、民权重要的表达平台。新媒体最重要的特征是突破了传统媒体信息发布与传播的特权,实现了个人信息发布与传播的自由。人们只要在法律和政策许可的范围内,拥有计算机和互联网或者手机等新媒体设备,就可以通过新