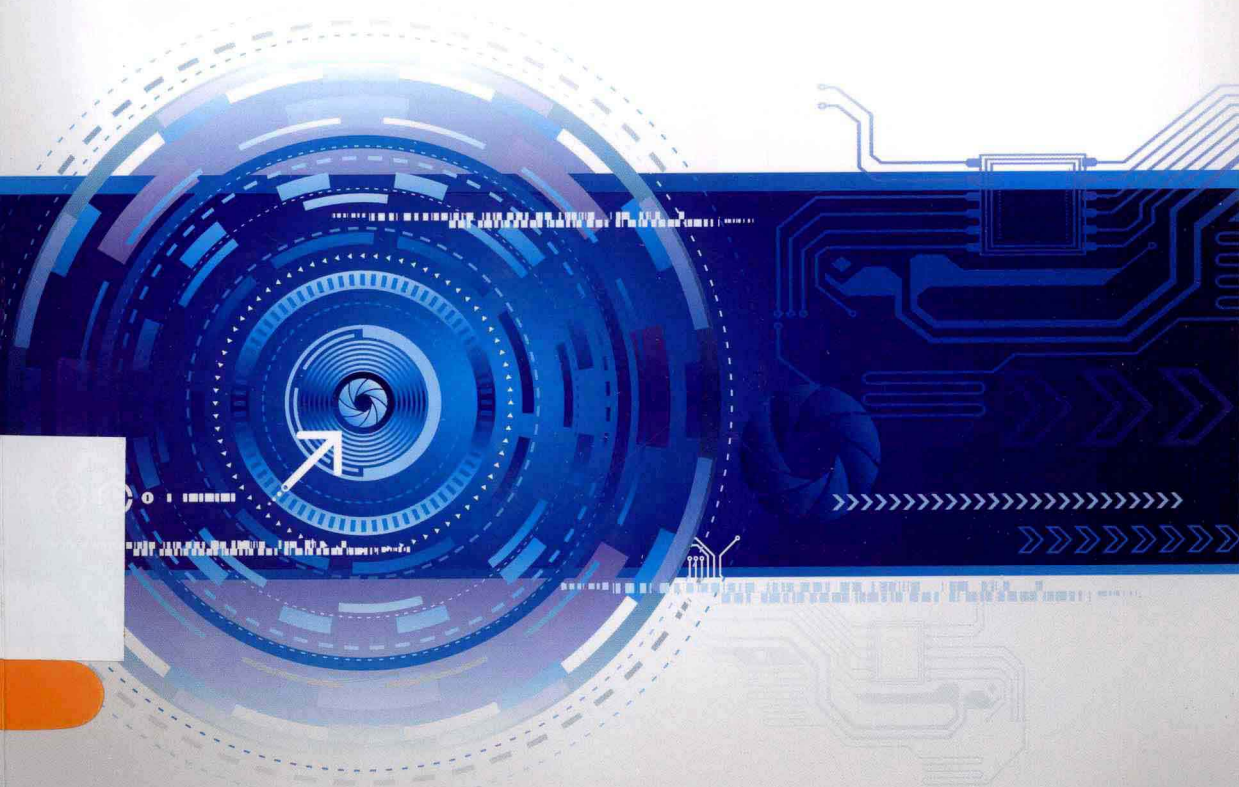


现代领导

XIANDAILINGDAO
YUXINWENMEITI

与 新闻媒体

张志海 著



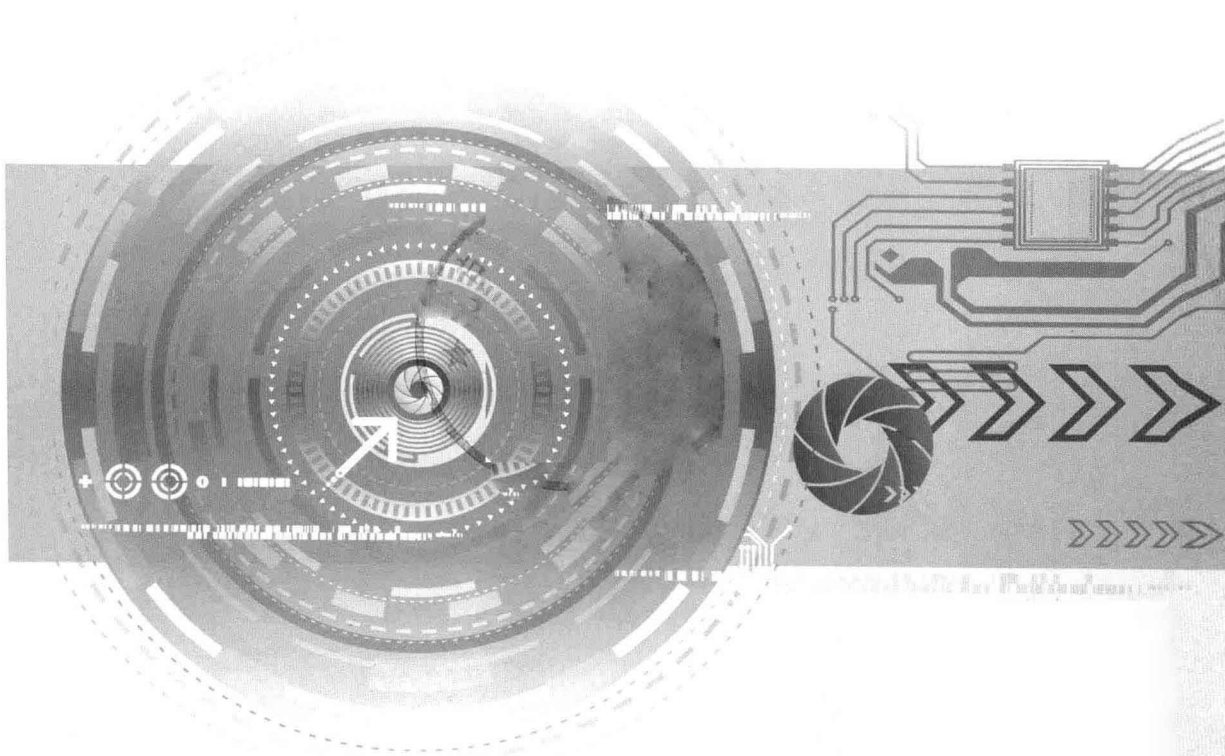
人民教育出版社

现代领导

XIANDAILINGDAO
YU XINWENMEITI

与 新闻媒体

张志海 著



人民出版社

责任编辑:杨瑞勇 陈鹏鸣

封面设计:肖 辉 石笑梦

图书在版编目(CIP)数据

现代领导与新闻媒体/张志海 著. —北京:人民出版社,2013.6

ISBN 978-7-01-011977-9

I. ①现… II. ①张… III. ①领导思维学 IV. ①C933

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 077913 号

现代领导与新闻媒体

XIANDAI LINGDAO YU XINWEN MEITI

张志海 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

环球(北京)印刷有限公司印刷 新华书店经销

2013 年 6 月第 1 版 2013 年 6 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:24.75

字数:406 千字

ISBN 978-7-01-011977-9 定价:52.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

目 录

导 论	1
第一节 本研究的出发点	1
第二节 核心概念界定	6
第三节 立论基础与逻辑框架	16
第四节 研究现状与研究方法	27
第一章 党、新闻媒体与现代领导	36
第一节 党与新闻媒体:历史与逻辑	36
第二节 领导者与媒体关系:现状与发展	58
第三节 现代领导媒体素质:内容与养成	72
第二章 现代领导与媒体公共关系	85
第一节 现代领导媒体公共关系:类型与意义	85
第二节 公共关系视角下的领导者与媒体:体制与机制	93
第三节 现代领导媒体公共关系的形成:原则与路径	103
第三章 现代领导与记者	119
第一节 领导过程中的记者:角色认知与职业特征	119
第二节 领导者与记者:磨合与契合	134
第三节 现代领导面对记者的策略:合作与牵引	146
第四章 现代领导与采访	160
第一节 领导者接受采访:采访特点与沟通障碍	160
第二节 领导者面对采访:法则与要则	167
第三节 现代领导“答”记者“问”的技巧:新闻语言的“道”与“术”	183

第五章 现代领导与新闻策划	204
第一节 宣传语境中的媒体新闻策划:特征与作用	204
第二节 现代领导新闻策划:类型与价值	218
第三节 现代领导新闻策划能力的提升:理论依据与实现路径	240
第六章 现代领导、突发事件与应急传播	261
第一节 突发事件中媒体的新闻传播:结构与功能	262
第二节 应急管理中的领导者与媒体:关系与模式	270
第三节 现代领导应急传播机制的建构:原则与方法	279
第七章 现代领导与媒体监督	296
第一节 现代领导媒体监督的世界眼光:实质与趋势	297
第二节 我国媒体监督与领导媒体监督观:理念与观念	310
第三节 现代领导面对媒体监督:从被动应对到主动适应	326
第八章 现代领导与媒体形象	342
第一节 拟态环境下的领导形象:从公共形象到媒体形象	343
第二节 新闻传播视野中的领导媒体形象:应然与实然	358
第三节 现代领导媒体形象塑造:意识嵌入与立体展现	372
参考文献	387
后 记	393

导 论

领导者运用媒体宣传政策,联系群众,化解矛盾,树立形象,引导舆论,提高公信力是党的执政能力的重要方面。胡锦涛总书记在 2008 年全国宣传思想工作会议提出:“各级领导干部要充分认识新闻舆论的重要作用,善于通过新闻宣传推动实际工作,热情支持新闻媒体采访报道,正确对待舆论监督,提高同媒体打交道的能力。”党的十七届四中全会做出《中共中央关于加强和改进新形势下党的建设若干重大问题的决定》进一步要求,各级领导必须注重增强新形势下“应急管理、舆论引导、新兴媒体运用”等方面的能力。这些要求指明了现代领导与新闻媒体客观上存在着必然的逻辑联系,在中国的语境下,其实质就是要求领导者在“党管媒体”的总原则下,做到“善解媒体、善待媒体、善引媒体、善用媒体”,建立和谐的媒体关系。^① 本研究就是运用马克思主义立场、观点及方法,通过中外领导者与媒体关系的理论与实践,分析与总结新闻媒体在领导活动中的地位和作用,澄清模糊认识,提高领导媒体素质,增强领导者在媒介化社会条件下自觉、主动、有效地运用媒体的能力。

第一节 本研究的出发点

领导者具备媒体素质是信息时代的要求,是党的历史任务使然,也是建设一支高素质领导队伍的必然。提高领导媒体素质对提升党的执政能力,构建社会主义和谐社会,保持党的先进性具有重大的理论与现实意义。

进入媒介化社会的必然要求。毋庸置疑,人类进入了信息时代,而信息又

^① 2010 年 1 月,中共中央政治局常委李长春在全国宣传部长会议上明确提出:“要适应时代发展要求,努力提高与媒体打交道的能力,切实做到善待媒体、善用媒体、善管媒体,充分发挥媒体凝聚力量、推动工作和积极作用。”

是通过媒体进行传播与扩散。以报纸、广播、电视为代表的传统媒体经过一个时期的发展,日臻成熟与完善。随着互联网、手机等新兴传媒的出现,新老媒体经过整合与融合之后,一个现代意义上的传媒网络社会在逐步形成。^① 传媒网络构建了新社会形态,一个传播意义上的“地球村”在人类的地平线上出现了,并对人类活动特别是政治生活发生着深刻而且深远的影响。^② 现代民族国家的中央机构控制着主权范围内的整体媒体环境;国家的媒体体系——电信服务、大众流行报刊、广播电视网等伴随着大众产品和消费组织一同发展起来;全球化的资本主义体系构建了全球化的媒体系统,并控制着信息资源和娱乐市场的分配,进而重构着人类的文明面貌。^③ 报纸、杂志、广播、电影、电视、网络,越来越丰富的媒体世界,将人类带到无限宽广的信息的汪洋大海。媒体正在控制人们对于世界的认识。^④ “我们都深深地依赖于大众传播。无论是社会还是个人都有这种依赖性”。^⑤ 强大的传媒系统(包括技术、话语、意识、方式等),一方面主导着政府的政治与行政过程;另一方面又极大地影响甚至干预着现代领袖群体的行为方式。^⑥ 正如奥地利媒体专家所说:在现时代,“媒体逻辑”打败“政党逻辑”,政党跟着政党领袖走,政党领袖跟着媒体走。^⑦

人们的社会存在决定人们的意识。^⑧ 新闻媒体,作为上层建筑、意识形态的一个重要组成部分,对人们的政治意识的形成具有十分重要的作用与影响,历来为执政者所重视。在新闻传播手段还不够发达的时代是如此,在新闻传

① 参见[美]曼纽尔·卡斯特著,夏铸九等译:《网络社会的崛起》,社会科学文献出版社2001年版。

② [美]斯蒂文·小约翰著,陈德民等译:《传播理论》,中国社会科学出版社1999年版,第1页。

③ Alfred Chandler: The Visible Hand, Harvard University Press, 1977.

④ 吴予敏:《传播学知识论三题》,见张国良、黄芝晓主编:《中国传播学:反思与前瞻》,复旦大学出版社2003年版,第73页。

⑤ [美]梅尔文·L. 德弗勒等著,颜建军等译:《大众传播总论》,华夏出版社1989年版,第4页。

⑥ 秦德君:《领导者公共形象管理》,山西人民出版社2006年版,第43页。

⑦ [德]托马斯·迈尔、郭业洲、陈林:《关于媒体社会中政党政治的对话》,《当代世界与社会主义》2000年第4期。

⑧ 《马克思恩格斯文集》第二卷,人民出版社2009年版,第591页。

播手段越来越现代化的今天更是如此。^① 西方国家一些政治人物早就意识到通过新闻媒体来宣传政治主张与政治措施,积极地进行社会沟通与交流,以此来获得社会公众的支持、认同及服从,达到实现政治治理的目的。善用媒体不仅是获得广泛合法性的基础与手段,更是成为一种领导方式与领导艺术。在信息社会背景下,面对西方媒体传播的冲击与压力,我国的领导者非但不能忽视或轻视媒体宣传、报道对领导、对政权的意义,而是需要主动适应世界形势的变化,充分认识到媒体的性质、地位、作用、特点,把握新闻传播的规律,充分用好这个执政资源,以迎接全球信息化时代的挑战。

适应党的历史方位转型的永恒课题。党的十六大指出,“我们党是历经革命、建设和改革,已经从领导人民为夺取全国政权而奋斗的党,成为领导人民掌握全国政权并长期执政的党;已经从受到外部封锁和实行计划经济条件下领导国家建设的党,成为对外开放和发展社会主义经济条件下领导国家建设的党”。党的历史方位的转型要求:首先,党在革命条件下和在执政条件下媒体目的、作用与任务有着很大的区别:^①革命年代,媒体是作为一种有力的武器,一方面要成为马克思主义的思想阵地,宣传党的主张、观点、路线、方针及政策;另一方面要发挥揭露真相、打击敌人,激化矛盾、引起阶级仇恨,发动阶级斗争的作用。而执政时期,媒体要起着维护社会稳定,成为“全国安定团结的思想上的中心”。^② ^②革命年代由于军事斗争的需要,信息保密、声音一致,信息传递从上而下的,媒体功能比较单一,一切服从于革命斗争和军事斗争的需要。执政时期,不仅媒体形式越来越多样化,而且党和政府、媒体与公众的互动性越来越强,公众越来越多地通过媒体进行政治参与,表达意见与建议。^③革命年代,主要争取言论自由,新闻自由与出版自由,反对压制言论,摧残思想,要为争取民主、自由与平等而斗争。执政时期,要坚持正确的舆论导向,坚持“双百方针”,要加强正面的宣传与导向,要凝聚力量为社会主义现代化建设服务。这些转变都对现代领导与新闻媒体提出新的要求。

其次,在外部封闭与计划经济条件下和在开放与市场经济条件下媒体功能具有差异性。在封闭与计划经济条件下,媒体实行的是国家统一控制,媒体

① 《江泽民文选》第一卷,人民出版社2006年版,第563页。

② 《邓小平文选》第二卷,人民出版社1994年版,第255页。

归于党和政府的职能部门,传递党和政府的声音,是一种单向、层级、封闭的信息传递方式,人们无法知道更多的信息,信息处于不对称状态。而进入社会主义市场经济,特别是中国加入 WTO 后,中国参与世界市场的竞争,就需要党务政务公开透明,让世界更好地了解中国。这就需要领导者能有效地运用媒体,向世界说明中国,向社会沟通信息,以适应领导环境与执政条件的变化。

构建社会主义和谐社会的历史使命。构建社会主义和谐社会是党的战略任务,党所要建设的社会主义和谐社会应该是民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序,人与自然和谐相处的社会,构建社会主义和谐社会对领导素质与能力提出了要求。首先,和谐社会不是一个没有矛盾的社会,恰恰相反,是一个矛盾不断涌现的社会,而和谐的意义在于社会具有迅速化解矛盾的体制与机制。媒体则提供了一个上情下达与下情上达的重要渠道与路径,领导者要善于运用新闻媒体通达社情民意,疏导公众情绪,回应公众关切。突发性事件中,通过媒体沟通信息,安抚人心,稳定局势。如果领导不擅长利用这个有效工具,不能运用媒体对突发性事件快速做出反应,那么就等于给不安定以可乘之机,等于制造与扩大了社会矛盾与冲突,人为地制造了社会不和谐。因而领导者需要通过媒体架起与公众沟通的桥梁,通过交流对话、互通信息、联络感情、达成共识,协调行为,促进社会和谐,这是政治文明的体现,也是民主政治建设的重要环节。

其次,党群关系、干群关系是构建和谐社会的关键。在新的历史条件下,领导者不可能天天与群众或者与个体面对面,但是群众可以通过媒体了解领导者。领导者有正确的世界观、人生观、价值观、权力观与荣辱观,在媒体中形成的廉洁奉公、勤政为民、作风民主、谦虚谨慎、公正无私、爱憎分明的形象,那么就会引领社会风尚,树立社会正气,和谐社会才能最终实现。相反如果领导者搞不正之风,如专断霸道,大搞特权;偏听偏信,言而无信;脱离群众,以权谋私;大搞形象工程、政绩工程,那么就会影响社会风气,最终不可能实现真正的社会和谐。所以领导者需要培养媒体意识,充分认识到领导公共形象的社会效应,从而自觉地树立正面的形象。

营造和谐舆论环境的战略任务。和谐社会离不开和谐的舆论环境。和谐的舆论环境不是自然形成的,而是需要正确引导和科学管理。营造和谐的舆论环境固然离不开新闻媒体发挥舆论导向的作用,但是党和政府同样可以通

过权威的新闻发布发挥着议程设置的作用。从国内来看,当前由于社会正处于转型期,社会结构、社会组织形式、社会利益格局正在发生深刻变化,人民群众思想独立性、选择性、多变性、差异性明显增强,在舆论环境上表现为舆论传播异常活跃,公共舆论事件突发、多发。社会问题、突发事件或重大国策,都可能基于出现流言和其他错误的言论而激起舆论,这就需要由事实内幕的知晓者采用适当方式告诉大众,对民间的错误意见加强引导,使社会舆论走向正确的方向。^①

从国际来看,和谐世界离不开和谐的国际舆论环境。从国际舆论环境上看,必须认识到,世界舆论被西方社会所把持与主导,由于基本国情、政治制度与文化背景的差异,在国际传媒中折射与透视出来的一些对中国的偏见、敌视,甚至于威胁是客观存在的。从总体上评估,我国对外传播的声音还十分微弱,还没有能够有效打入、影响国际主流舆论,在为我国发展提供一个良好的国际舆论空间、为我国国家利益服务这首要的战略目标方面,还存在较大的距离。^② 所以我们需要在构建和谐世界的目标下,向世界说明中国,^③这是国内经济建设和改革开放的需要,是在激烈的国际斗争中赢得主动的需要,更是国家舆论安全的需要。党的十六届四中全会指出,“加强与改进对外宣传工作,积极开展对外文化交流,进一步推动形成有利于我国发展的国际舆论环境”。因此,现代领导需要树立对外宣传意识,学会运用媒体向世界说明、解释中国,自觉地成为对外宣传的主体与窗口,与世界进行沟通与交流,积极化解相互分歧,增加彼此信任,在国际舆论中不断增加“话语权”,不断提高传播“软实力”。^④

① 刘建明:《新闻发布概论》,清华大学出版社2006年版,第57页。

② 顾潜:《中西方新闻传播》,复旦大学出版社2003年版,第425页。

③ 赵启正:《向世界说明中国:赵启正的沟通艺术》,新世界出版社2006年版,第25页。

④ 哈佛大学肯尼迪学院院长、美国国防部前助理部长约瑟夫·奈把国际政治力量分为“硬力量”和“软力量”。前者是指军事、经济等物质标杆,通过经济胡萝卜利诱或军事大棒威胁别人去干他们不想干的事情。后者是指意识形态、文化和道德等诉求,通过精神和道德诱惑别人去干想干的事情。甚至于为别人设置政治议程。全球传播、信息技术的发展显示了影响与干预别国政治发展的威力。西方国家正是利用其对全球新闻流动的垄断实现着其政治策略。方汉奇主编:《世界新闻传播100年》,中国人民大学出版社2004年版,第505页。

第二节 核心概念界定

概念是建构理论的基本单位。^① 本研究的诸多概念中,现代领导、新闻媒介和媒体素质属于核心概念。虽然这三个概念听上去耳熟能详,但是在本研究的视角和语境下,却有其独特的内涵与特性。

现代领导。在领导学研究中,关于领导学的教材比比皆是,但是对现代领导作严格界定的却寥寥无几。有的研究将当代领导作为现代领导来认识和理解,而事实上,当代领导不一定是现代领导。当代侧重于时间概念与意义,现代则体现了内在的、本质特性上的含义。

分析现代领导首先要明确领导的内涵。我国学者下的定义有:领导是指在一定的社会组织或群体内,领导者运用其法定权力和自身影响力,采取一定的形式和方法对被领导者施加影响并共同作用于客观对象,以实现领导者与被领导者共同预定目标的行为过程;^②领导是在一定的环境下,为实现既定目标,对被领导者进行统御和指引的行为过程;领导是指领导充分运用自己的影响力,在获得被领导者的自觉追随和服从的前提下,引导、率领被领导者实现共同目标的行为过程。

西方领导学中比较有代表性的定义有:哈罗德·孔兹认为,“领导是影响人们使之跟着去完成某一共同目标的行为”;R. 坦南鲍、I. R. 威斯勒认为,领导是“在某种情况下,通过信息沟通过程所实施的一种为了达到某个目标或某些目标的人际影响力”;G. 海曼、W. C. 施考特认为,“领导是一种程序,使人得以在选择目标及达成目标上接受指挥、导向及影响”;K. 台维斯认为,领导是“一种说服人们热心追求一定目标的能力”;^③美国著名领导学专家约翰·考特认为,领导就是:建立目标和方向;以既定的目标为中心,将工作人员组织、团结在一起;鼓舞和推动他们按既定的方向前进。传统的对领导的定义主要从领导的职责、功能、素质与能力方面,其着眼点还在于领导者与被领导者、

① [美]阿尔·巴比著,邱泽奇译:《社会研究方法》(上),华夏出版社2000年版,第70页。

② 黄强主编:《领导科学》,高等教育出版社2000年版,第20页。

③ 孙立樵等主编:《现代领导学教程》,中共中央党校出版社2002年版,第41页。

组织内部之间的关系,组织环境也局限于组织内部范围之内,其出发点是出于研究正式组织中领导行为的有效性与针对性,外界环境发生的深刻变化对领导行为与理念的影响与作用还没有纳入研究的范畴。

当领导从管理中分离出来,现代领导的属性才初见端倪。美国领导学家本尼斯认为:管理和领导的区别,可以这样说明它们之间的不同,领导是做正确事情的人,而管理是将事情做正确的人;领导关注的是方向、前景、目标、意图、目的和效果这类正确的事,而管理则致力于效率、方式和短期的效应。具体表现为以下这八个方面:管理寻求稳定,领导探讨革新;管理循规蹈矩,领导独辟蹊径;管理维持原状,领导提高发展;管理注重企业结构,领导注重人力资源;管理依靠控制,领导激发信任;管理目光短浅,领导目光远大;管理重视原因和方式,领导重视事情和原因;管理盯着结果,领导看到希望。^①而通用前总裁杰克·韦尔奇,这位被誉为“全球最受欢迎的总裁”,“工商史上最出色的首席执行官”则掀起了一次“领导革命”,是他大声疾呼,“多一点领导,少一点管理”,“我最厌恶的是陈旧的管理者,因为这些人工作的杀手;而领导者则是企业的领袖人物……”^②领导从管理中分离出来,这是现代领导诞生的前提,否则没有真正意义上的现代领导。恰恰是这种分离,使现代领导的特征更为明显,就是领导者更加注重不确定性、非常规性与外部性,领导者具有更强的适应性、超脱性与超前性,而这些因素往往是现代领导获得成功或有效领导的关键。

领导和管理的分离还是没有揭示出现代领导产生的根源,也就是为什么会分离?这就与时代特征相关联,而时代特征的根本标志是社会生产方式的改变。^③我国著名学者王乐夫认为,现代领导是指由传统的计划经济过渡到社会主义市场经济、由生产管理型过渡到生产经营管理型的“转型”中的领导。突出科学决策,“创造人性化管理的环境”,保持组织内外协调发展,寻求两个效益(经济效益与社会效益)的统一等,是现代领导的重要特点。^④传统社会是以自然经济和小生产为特征,其领导是一种经验型领导。领导者主要

① 孙钱章主编:《领导新方略》,人民出版社2001年版,第3页。

② 高轶飞等编:《杰克·韦尔奇:教你学领导》,中国华侨出版社2002年版,第61~88页。

③ 黎克明等编:《现代领导方法简明教程》,云南人民出版社1986年版,第2页。

④ 王乐夫:《现代领导与公共关系》,《中国行政管理》1997年第6期。

依靠个人的知识、阅历、智慧、经验来进行领导,具有感知的直接性、认识的表面性、观察的局部性和分析的非定量性等特点。现代社会则是以社会化大生产为特征。20 世纪,社会化大生产呈现出大工程、大企业、大科学等特点^①,进入 21 世纪,在社会化大生产的基础上,出现了经济全球化、信息网络化与政治民主化的特征,科学领导应运而生。科学领导的行为特征主要体现在:一是遵行严格的程序。二是运用科学的理论、技术和方法。科学领导是面对环境复杂、规模庞大、结构多样、变化迅速、影响深刻的现代领导活动提出的要求。一般认为符合现代生产方式特征的科学领导称为现代领导。

本研究认为,现代领导从本质上讲是一个具有现代性(modernity)的领导。现代性概念的出现超越了单纯时间上的分段意义。一般认为,1863 年法国文学家夏尔波德莱尔最先使用“现代性”一词,用以表达“现代”社会中人与事物所具有的某种品格、性质、状态。^②“现代性”不同于“现代化”,现代化(modernization)产生于 20 世纪 40 年代,指的是从“前现代”社会或传统社会向“现代”社会变迁的一个动态的过程,从一定意义上,现代化就是为了获得现代性、构建现代社会。现代化的道路和历程千差万别,但是现代性却基本相同。正如马克思所言:“工业较发达的国家向工业较不发达的国家所显示的,只是后来者未来的景象。”^③这就是说“现代性”具有超越国家和民族界限的普适性,而“现代化”却因各民族历史背景、现实国情和文化传统不同而呈现多样性。应该说关于现代性问题是 20 世纪西方思想界和社会理论界争论的最重要的问题之一,纵览各种学术观点,从本课题研究的角度出发,笔者认为,现代领导的现代性主要体现在这样几个方面:

一理性是现代性的基石。马克斯·韦伯指出,现代性是通过更大的理性化发生的。^④而这样的理性又分为工具理性与价值理性,工具理性体现在,“把外界对象以及他人行为的期待作为达到目的的手段,并且以最为有效的

① 王乐夫:《领导学通论》,当代世界出版社 2005 年版,第 4 页。

② 童星:《现代性的图式——多维视野与多重透视》,北京师范大学出版社 2007 年版,第 3 页。

③ 《马克思恩格斯文集》第五卷,人民出版社 2009 年版,第 8 页。

④ [美]戴维·约翰·法默尔著,吴琼译:《公共行政的语言——官僚制、现代性和后现代性》,中国人民大学出版社 2005 年版,第 5 页。

途径达到目的和取得效果”,而价值理性则“表现为对纯粹自身行为本身的绝对价值所持的自觉信仰”^①,也就是说,理性是体现在能够利用工具达到自己的目的,另外又能利用工具达到自己的终极目标。这两者往往在不断地平衡之中。新闻媒体是科学理性发展的结果与产物,在人的理性达不到科学理性的所到达的程度与要求时,人就是被动的,科学理性就会成为一种异己的、统治的力量,而一旦人的理性超过了当代科技所达到的阶段,那么科学技术就成为一个被驾驭的工具,成为达到主观目标的手段。从这个意义上讲,现代性是一个不断理性化的过程。

二脱域性是现代性的重要标志。脱域(disembedding),指的是“社会关系从彼此互动的地域性关联中,从通过对不确定的时间的无限穿越而被重构的关联中‘脱离’出来。”脱域表现为传统意义上的时间与空间概念的分离(time-space distancing)。按吉登斯所言,“在现代性条件下,地点逐渐变得捉摸不定:即场所完全被远离它们的社会影响所穿透并据其建构而成。建构场所的不单是在场发生的東西,场所的‘可见形式’掩藏着那些远距关系,而正是这些关系决定着场所的性质。”^②无孔不入的传播媒体使身处其境的领导者具备了“现代性”特征,而且随着全球化、信息化、民主化的不断推进,领导活动需要不断超越时空界限,在全球的总体性图式中重新组合起时间和空间的概念,在为吉登斯称之为“虚拟化”时空内构筑起行动和经验的真实框架。美国学者库利指出:“如果我们不能感知现代传播领域旨在为我们建立新世界这一富于创造性的革命方式,我们就根本不能理解现代性。”^③

三公共性是现代性的基本特征。现代性催生公共领域的诞生,这使“不仅国家机关,而且一切在政治公共领域中具有公开影响的机构,都要求具有公共性”,而在公共舆论的欢呼中领导者“他们也需要包装和展示,以便适应市场的需要。”^④从马克思主义的观点来看,政治权力要“交给社会的负责的公

① 童星:《现代性的图式——多维视野与多重透视》,北京师范大学出版社2007年版,第23页。

② [英]安东尼·吉登斯著,田禾译:《现代性的后果》,译林出版社2002年版,第16~18页。

③ [法]阿芒·马特拉著,陈卫星译:《世界传播与文化霸权》,中央编译出版社2001年版,第31页。

④ [德]哈贝马斯著,曹卫东等译:《公共领域的结构转型》,学林出版社1999年版,第244、251页。

仆”^①；防止社会公仆变成社会主人，就要“防止这些人变成官僚”^②；必须“让人民来监督政府，政府才不敢松懈，只有人人起来负责，才不会人亡政息”^③。其精神实质就是让权力具有公共性，而这种公共性只有在传媒政治时代下才能实现，也才具有更加深远与广泛的意义与价值。

总之，现代领导不仅是一个时间概念，更是一个功能、特征与本质“三位一体”的概念。本研究认为，现代领导是指能够运用现代传播技术，对追随者进行有效地引领，以实现领导目标的领导者。一个不能适应时代发展需求的领导者，一个不懂得利用现代科技最新成果的领导者仍然是一个传统领导。虽然生活在现代社会，但是其思维方法与领导方式与方法仍停留在传统生态环境之中，只有通过不断地使自己现代化、具备现代性，才能说是一个现代领导。

新闻媒体。新闻媒体，首先是媒体，是指从事信息的采集、加工制作和传播新闻为主要职责的社会组织，即传媒机构，如报社、广播台、电视台、通讯社、新闻网站，等等。从新闻传播学的意义上来讲，“媒体”这个中文词来自英文的 media (medium)，可以译为传媒、媒介。这三个概念有时是通用的，但是从概念属性上讲，还是有些差异。传媒除有名词媒体的词性外，有时还包含了动词的词性，即可以指信息传播的过程。媒介在《现代汉语词典》中指，使双方（人或事物）发生关系的人或事物。《牛津现代高级英汉双解词典》中 media 指的是大众传播工具，指的就是媒介的意思。媒体一般是指交流、传播信息的组织或机构。三个概念相通性或者交叉性体现在，传媒可以是媒体，媒体也是传媒，媒介也指媒体。如中国人民大学郭庆光教授认为，媒介是传播学的核心概念之一：第一，它指信息传递的载体、渠道、中介物、工具或技术手段。第二，它指从事信息的采集、加工制作和传播的社会组织，即传播机构。因此，从一定意义上说，不管是传媒还是媒介都离不开媒体这样一个主体，只是在不同的语境下使用而已，传媒侧重从传播的角度，媒介侧重于从中介、手段的角度，但都是由媒体这样一个有形的载体或平台来实现与完成，从一定意义上，媒体是传媒

① 《列宁专题文集 论马克思主义》，人民出版社 2009 年版，第 223 页。

② 《列宁专题文集 论马克思主义》，人民出版社 2009 年版，第 280 页。

③ 《十六大以来重要文献选编》（中），中央文献出版社 2006 年版，第 230 页。

与媒介的实体,没有媒体,传媒与媒介都不会存在。

新闻也是本课题中的重要概念。有人说,新闻的定义在这个世界上已经有170余种^①,也有人说数百种。新闻理论发展过程中最为典型、影响最大的主要有四类:事实说。徐宝璜1919年指出,“新闻者,乃多数阅者所注意之最近事实也”^②。李大钊提出,“新闻是现代的、活的、社会状况的写真”^③。同一时期还有邵飘萍的“新闻者,最近时间内所发生的,认识一切关系社会人生的兴味实益之事物现象也”^④。胡乔木的“新闻是一种新的、重要的事实”^⑤,范长江的“新闻,就是广大群众欲知、应知而未知的重要事实”^⑥。报道说。美国学者约斯特在1924年编撰的《新闻学原理》中提出“新闻是已经发生或正在发生的事情的报道”^⑦。陆定一在1943年就认为,“新闻的定义,就是新近发生的事实的报道”^⑧。陆定一在阐述这一定义时强调了“新闻的本源是事实”、“事实是第一性的,新闻是第二性的,事实在先,新闻(报道)在后”这一唯物主义的观点,这是具有重要意义的,但是他将定义落脚点放在“报道”上,也就是说将新闻理解成一种“报道”。传播说。如陆云帆认为,“新闻是最近发生或新近发现的事实的传播”^⑨。王中认为,“新闻是最近变动的事实的传播”。信息说。如宁树藩认为,“新闻是经报道(或传播)的新近事实信息”。以上定义分别从不同的角度来理解新闻,也是对新闻内涵的丰富与发展。当前学术界对“新闻”争议较多的地方集中体现在:一是新闻在“新”的程度上。新闻是最近的、最新事实的报道上,但进入信息时代,新闻可能要突破最新的事实,正在进行、正在发生的事情,也是新闻。也就是说,新闻可能与事件是同步的,一些现场直播,也是新闻,而且越是正在发生的,越具有新闻价值。二是

① 陈谦:《新闻是新的事实信息——新闻定义的再探讨》,《当代传播》2001年第2期。

② 参见徐宝璜:《新闻学》,国立北京大学新闻学研究会1919年版,第7页。

③ 李大钊:《在北大新闻记者同志会成立大会上的演说词》,《晨报》1992年2月14日。

④ 参见《邵飘萍新闻学论集》,北京大学出版社2008年版。

⑤ 胡乔木:《人人要学会写新闻》,载《中国共产党新闻工作文件汇编》(下),新华出版社1980年版,第224页。

⑥ 范长江:《通讯与论文》,新华出版社1981年版,第317页。

⑦ 转引自王益民:《系统新闻学理论》,华中理工大学出版社1996年版,第44页。

⑧ 陆定一:《我们对于新闻学的基本观点》,载《中国共产党新闻工作文件汇编》(下),新华出版社1980年版,第188、190页。

⑨ 陆云帆:《新闻采访学》,吉林人民出版社1983年版,第22页。

新闻是最新事实的报道,但事实并不都能成为新闻,只有那些能引起公众或受众关注的事实才能称为新闻,才具有新闻价值,事实这个概念过于宽泛。三是新闻是一种报道,这个定义并不严密。概念是属加种差,与新闻相近的属不是报道,而是更接近于信息,所以从某种程度上新闻是信息,报道则是针对新闻工作者如播音员、记者来报道新闻,而且报道更具有主观的色彩,接近于一种有意识与意向的宣传,如报道可能带有媒体的意见与安排。网络技术的发展使社会公众有发布新闻的机会与条件,而不再仅仅局限于媒体机构的新闻报道。对于那些运用媒体进行信息传播的人或社会成员而言同样是在传播新闻。四是新闻也不是局限在最近、最新、或者正在发生的事实上,对社会公众而言,过去不知道的,一直掩盖着的,隐藏的,现在突然被曝光也可以称为新闻。前所未闻的信息,刚刚听到的也新闻,旧事新听也是新闻。综上所述,这里给新闻下一个定义,新闻是最近发生、正在发生或者首次听到的能引起社会公众关注的信息。

新闻媒体是传播新闻的媒介和载体,具体包括报纸、刊物、广播、电视以及日益发展的计算机网络等。现代领导与新闻媒体的关系:其一,领导者打交道的对象是新闻媒体,而不仅是新闻媒介,虽然说领导活动在新闻媒介中占据了一定的比重,如对领导活动报道的规格、版面、容量,但这是媒体编辑策划的结果。从领导活动来看,领导者参与了新闻制作、加工、传输与反馈的全过程,与信息制作者如记者、编辑、新闻部门主管甚至于新闻单位领导打起了交道,所以新闻媒体的概念比新闻媒介要更宽、更丰富。其二,新闻媒体又是借助于媒介来进行或完成其职能。譬如:电视、广播、报纸具备了接受者(受众),被称作大众媒介(mass media),互联网等借助新兴的电子通信技术的媒介被称为“电子媒介”,而现在出现的新媒体如微博、播客、维客等等是在计算机信息处理技术基础之上出现的媒体形态,本课题统称为新兴媒体。技术进步使信息的传播也日益多样化与现代化,而且传播工具的物理性能决定传播工具的特点。^①现代领导就是要不断了解、适应现代科技发展的要求,善于运用现代科学技术为实现领导目标服务。正如加拿大传播学者马歇尔·麦克卢汉在 20 世纪 60 年代所言:“你必须熟悉各种媒体,否则你如今就不是真正意义上的

^① 李良荣:《新闻学概论》,复旦大学出版社 2003 年版,第 80 页。