

国家社会科学基金项目

李希光 孙静惟 著



发言人教程

A Manual for Spokespersons

清华大学出版社
Tsinghua University Press



国家社会科学基金项目

发言人教程

A Manual for Spokespersons

李希光 孙静惟 著

清华大学出版社

Tsinghua University Press

北京

内 容 简 介

本书是为希望提高媒介和新闻素养、掌握发言人职业技能的朋友们编写的。内容不仅包含结合中国实际的前沿理论,更有深入浅出的 102 个中外案例解析,其中 32 段精彩影片将会带您进入发言人的“竞技场”,让您在实战式教学中历练和提高。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

发言人教程/李希光,孙静惟著. —北京:清华大学出版社,2007.11

ISBN 978-7-302-16276-6

I. 发… II. ①李… ②孙… III. 国家行政机关—新闻公报—基本知识—中国—教材
IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 163349 号

责任编辑:纪海虹

责任校对:王凤芝

责任印制:孟凡玉

出版发行:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社总机:010-62770175

投稿咨询:010-62772015

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

邮购热线:010-62786544

客户服务:010-62776969

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×235 印 张:32.75 插 页:2 字 数:550 千字

含光盘 1 张

版 次:2007 年 11 月第 1 版

印 次:2007 年 11 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:59.80 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。
联系电话:010-62770177 转 3103 产品编号:020471-01

作者简介

李希光

清华大学新闻与传播学院常务副院长

清华大学国际传播研究中心主任

孙静惟

清华大学国际传播研究中心研究室主任

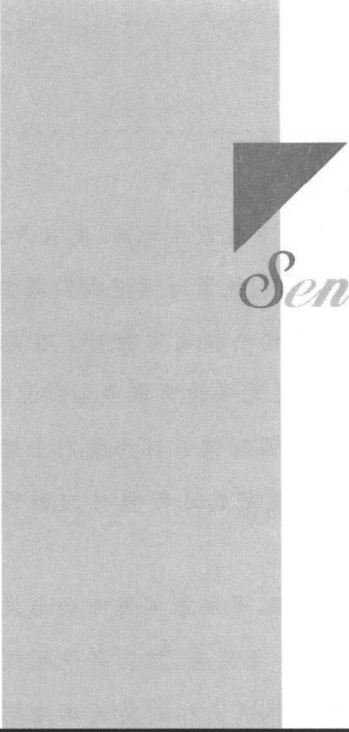
国务院新闻办发布会评估课题组执行组长



清华-奥美公共形象战略研究室
Tsinghua-Ogilvy Programme For Public Branding

本书出版获得了清华-奥美公共形象战略研究室的资助。该研究室是由中国一流学府清华大学与世界著名的奥美整合行销传播集团合作发起的新型研究机构。

作为亚洲第一个公共形象与品牌思想库，清华-奥美公共形象战略研究室旨在为政府机构、企业或团体迎接各种挑战和机遇提供帮助，如危机管理、吸引外国投资、旅游品牌推广、实现企业社会责任等。每一项工作都立足中国，量身定制。



Send thanks

致 谢

接近午夜,打开紧闭了一天的阁楼窗子,望着莫扎特故乡初秋的星空,大口吸吮着雨后清新的空气,我松了一口气。《发言人教程》初稿终于修改完毕,可以动手写前言了。在此书即将出版之际我要感谢那些在我们编写这本书的过程中不断给予帮助和鼓励的老师、学生和朋友们。

首先,我们要感谢前国务院新闻办公室主任赵启正。2001年冬天的一个夜里,启正部长突然来到北京郊区的天安门招待所看我。我当时正受他的委托,在那里主讲国务院新闻办首届全球传播高级研讨班课程。坐在宁静的招待所大厅的沙发上,启正部长跟我详细讨论了培训新闻官员的设想。他希望我们能在国务院新闻办培训班的基础上,开发出一套教材来。自2003年7月“非典”一结束,启正部长又找到我们,要我们主讲中央省部级和中央大企业新闻发言人培训班课程。多年来,我们共为中央和国务院66个部委、全国

50多个省地市政府和100多个大型企业培训了近万名领导干部、发言人、新闻官员。在长达7年的培训中,学员们一直催促我们抓紧时间把我们课堂的教案、幻灯片和零散的讲义材料编成一本系统的理论和实用教材。在危机管理课题研究过程中,中国民用航空总局局长杨元元多次听取我们的汇报,国务院国有资产监督管理委员会主任李荣融在京西宾馆亲自为我们主持中央大型企业老总们的培训。这些都是对我们认真完成这部教材的鼓舞和激励。

2004年,我们获得了国家社科基金的项目支持,开展新闻发布会与发言人的研究。我们决定开始编写这部教材。自2004年以来,在国务院新闻办副主任王国庆的支持和提议下,国新办一局局长郭卫民和副局长华清把国务院新闻办的新闻发布会评估这一重要课题给了我们。为此,清华大学国际传播研究中心专门成立了国务院新闻办发布会评估组。司久岳、董关鹏、史安斌、孙静惟、李涛、周庆安、赵飞、徐勇、班卓、肖黎黎、仇檀、苏婧、凌云、黄艳等很多老师和同学参加了评估报告的撰写和咨询工作。这些评估报告成为了本教材参考的宝贵素材。特别感谢赵飞和仇檀为本教材的案例调研花了大量时间,博士生郭晓科在郑博同学的协助下,完成了本书附赠的教学光盘的编辑和制作。

在完成这本书之际,我们不能忘记国务院新闻办秘书局汪兴明局长的支持。在他担任国务院新闻办人事局局长期间,曾大力推动和落实每个部委和省市的发言人培训计划,为我们在全国各地搭建了一个又一个教学平台,使我们有机会丰富教学内容,提高我们的授课技能;同时,我们还要对国务院新闻办人事局刘更银副局长和马虹处长表示深深的谢意。从2001年第一个培训班开始,他们不仅精心地为各位授课老师服务,更为清华很多学生提供了助教的岗位,帮助清华锻炼了一批人才,其中已经毕业并事业有成的有:孙静惟(曾任《大公报》记者,后任教清华大学国际传播研究中心)、周庆安(清华大学新闻与传播学院讲师)、包丽敏(《中国青年报》记者)、张璟(哈

佛大学研究生)、周敏(北京师范大学讲师)、陆娅楠(《人民日报》记者)。

我更应该提到多年来,那些曾跟我们在全国各地发言人培训班和全球传播研讨班上共同授课的教学小组的各位专家学者。2001年,当国务院新闻办开办第一期培训班时,授课教师只有我和董关鹏两人,一周要讲十个半天的课,十分辛苦。后来,外交学院吴建民院长、外交部刘建超司长、卫生部发言人毛群安主任、教育部发言人王旭明主任、北京市新闻办王惠主任、上海市发言人焦扬主任,还有清华大学的同事史安斌、刘建明、司久岳、周庆安等老师也加入了进来。没有这些同事积极的参与和艰苦的工作,这些培训班不可能有今天的影响,也许不会持续至今。2007年春天,国务院新闻办人事局新任局长安玉林又与我们探讨了政府发言人培训班的下一步发展。

我们还要特别感谢奥美集团亚太区主席 Miles Young 和奥美公关中国区总裁 Scott Kronick 多年来对国务院新闻办发言人培训项目的智力支持,他们专门出资设立了清华奥美公共形象战略研究室,为我们完成这本教材提供了很多帮助;我们特别感谢三位国际学者和政府发言人:英国威斯敏斯特大学新闻学教授戴雨果(Hugo de Burgh)、伦敦大学戈德史密斯学院传播系艾弗·盖博(Ivor Gaber)教授和英国前首相布莱尔的副发言人兰斯·普莱斯(Lance Price)先生。他们三人都是英国的著名记者,先后担任过英国布莱尔首相和布朗首相媒体培训师、新闻顾问和新闻发言人。我们邀请他们到我们组织和承担的公共外交课题——面向2008北京奥运会的新闻发布研究课题组讲课,在课堂上,我们与北京奥组委的官员和其他地区的政府发言人及新闻官员就如何当好发言人,特别是如何处理好突发事件和危机时刻的新闻发布,展开了深入探讨。在这些班上,三位英国专家把他们的经验、技能和理论倾囊传授给了中国的新闻官员。本教材尽量吸收了这几位专家在这些研究班上留下的宝贵知识和有用的技能。

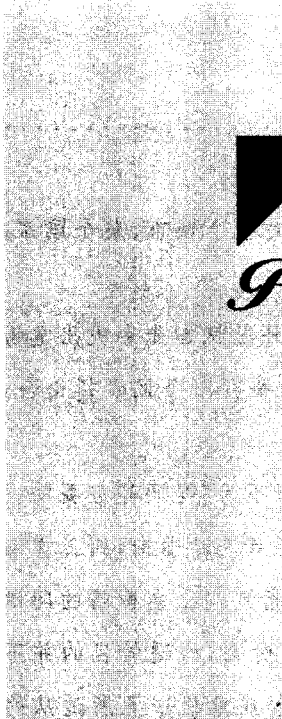
新闻发言人与危机管理培训也促进了新闻学科的建设和发展。在南京市宣传部部长叶皓的支持下,清华大学国际传播研究中心与南京大学新

闻学院共同创建了中国第一个政府新闻学研究所。在这本书撰写接近尾声的时候,国务院应急办公室邀请我们帮助他们在国家行政学院举办了一期全国应急办主任和发言人培训。他们希望我们能尽快为国家各级政府应急办的培训提供一本实用的教材。我们希望这本书能够部分满足国务院应急办的要求。

最后,我要感谢清华大学国际传播研究中心办公室的行政人员关威、王晓培和刘斌。国务院新闻办和全国各地的发言人培训任务十分繁重,这几个年轻人每天都在乐呵呵地工作,不辞辛苦,尽职尽责,从无怨言。他们的工作看上去很烦琐、不起眼,但是,没有他们细心周到的组织和服务,我不可能挤出时间来写这本书。

李希光

2007年8月16日凌晨1时于奥地利萨尔茨堡



Preface

代序

如何做一个出色的发言人

Scott Kronick^①

想象一下这样的场景：一场公共医疗危机毫无征兆地爆发，你对危机背后的事件真相一知半解。这时，通过手机短信，人们猜测危机所造成的损失，并且互相警告不要外出，短信中包含的大量不实消息也开始在人们中传开。同时，人们还求助于互联网了解事态的发展，聊天室里到处充斥着捕风捉影的消息。与此同时，国内外记者则纷纷致电，追问你对事件的看法。

这种危机也许不是某个人的过失造成的，但它却有可能在世界任何国家、任何一个角落发生，而且更不幸的是这种

① 清华-奥美公共形象战略研究室执行主任。

危机可能恰恰就在你的管辖范围内发生,你必须对整个城市、整个国家,甚至整个世界,说明你正在采取的应急措施。

这时,你会怎么做?是躲避媒体,保持沉默?还是试图先去找出危机的真相并且等到真相水落石出时再发表言论?或是举行一个记者招待会,干脆否认疾病危机的存在?

专家会告诉你,面对危机时,“有所为”和“有所不为”是同等重要的。不管数量多少,信息总是公众最亟须的。危机中需要有人站出来,纠正虚假信息
的差错,并且向人们通报最及时的处理状况,包括我们正在面临的问题有哪些,我们会采取哪些措施,等等。在这个严峻的时刻,沟通的目的并不是要去指责谁,而是创造一个顺畅的管道来告诉那些在危机中无所适从的人该怎么做。需要特别强调的是,即使手头能够提供给公众的信息量很少,也会好过完全不提供信息。因为在危机中,及早对外发布饱含关怀、富有责任感的公告远比等各种信息收齐后再对外宣布显得重要。如果贻误了最佳通告时机,那么危机所造成的损害就真的难以挽回了。

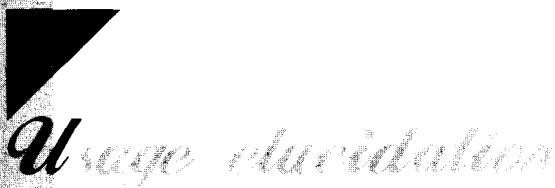
以上是你从本教程中将要学到的一课。要想成为一个受尊敬、有说服力、在关键时刻发挥作用的发言人,首要的一点是要对媒体以及受众有着深刻的理解。所以,世界上最好的发言人都是那些了解新闻行业流程、洞悉读者心理的人。作为一个发言人,与记者保持良好的互动是十分重要的,这本教程就对记者这个职业作了深度的分析,并介绍了为什么与记者保持互动是发言人工作的重要内容;同时,教程中还详尽介绍了你可能要面对的各种类型的记者。但是请记住,要成为一个优秀的发言人,上面这些准备仅仅是个开始。

要成为一名成功的发言人,另外一点是要形成自己的风格。专家会告诉你,找到自己的发言风格非常重要,千万不要模仿他人。很多时候,非语言的形体动作,或说话时的表达方式,和你想要传达的信息本身一样重要。看电视,你就会发现人们有多种多样、不同风格的表达方式。那些公众人

物,政治家、商业领袖、名人,总是努力塑造属于自己的表达风格。这本教程就提供了这样一些窍门,教会你如何打造自己的风格,甚至细到发言时该怎么考虑穿着等。事实上,很多时候,你在电视上露面时选择着装的颜色和款式与你想要传递的信息应该是相匹配的,要了解哪些着装是适合在电视上露面的,哪些是不适合的,要注意避免因发言人着装不合时宜而引起公众对信息本身的不正确解读。

最后,也是最为重要的一点,是要真正理解你要说的内容,即你要传达的信息是什么?你准备通过什么方式让受众理解?在培训课程中,老师往往会从不同角度发问,而当你主持新闻发布会,或在非办公场合与媒体接触时,记者更有可能追问那些远超出你职责范围的问题。在这种情况下,正确的做法是不回避这些问题,但要设法传达事先准备的信息,并多介绍职责范围内的情况,当然,处理这种情况需要高超的技巧,需要很好的练习和过人的才智。另外,你还要掌握各种不同信息的发布技巧,事实上,如果能够找到足够多且生动的例子来支持你的观点,就能保证信息能够被有效地传达和接受,才不会让那些需要具体事例来撰写报道的记者们生厌。本教程就介绍了许多如何进行信息发布的技巧,还提供了很多发言前的注意事项。

从本教程中你会明白,作为发言人,你的角色是为了传播有价值的信息。正是这种信息的披露,可能在危机事件中,起到极大的积极作用。需要重申的是,成为一个优秀的发言人最重要的是洞悉受众的心理,对所传达的信息了如指掌,并在语言和手势方面仔细斟酌,形成自己的表达风格。随身带上这本教程,你就能随时获得成为一名成功发言人所需要的所有提醒和建议。



Usage clarification

使用说明

《发言人教程》是为希望提高新闻素养、掌握发言人职业技能的朋友们编写的一本实用性强、理论前沿的教材。本书既可以作为各级政府、各类企业和社会组织短期的发言人培训教材,也可以作为研究生和本科生的课程教材;同时,更可以当成发言人工作手册,放在案头,随时翻阅参考。

本书共分4个单元:第一单元是发言人入行指南;第二单元是日常新闻发布;第三单元是突发事件与危机发布;第四单元是媒介权力的监督与制约。如果是16周的课程,可以按照现行篇章,循序渐进。如果是一周的短训班,第一单元作为更新观念和入门,理论性较强,安排一天课;第二单元技术性较强,安排一天半课;第三单元是很多政府官员和企业领导十分关心的内容,更多地使用案例上课并进行课堂练习,安排两天的课;第四单元也是许多发言人提出和思考的一项较前沿的学术问题,如果教学时间允许的话,可以用半

天时间上这堂课。

教师和学生如何使用这本教材,上好这门课?《发言人教程》采用实践教学,让学生通过实践发现问题、提出问题、寻找答案、解决问题,并通过实践性强的教学方法,培养学生的新闻素养和发言人的基本技能。在《发言人教程》课堂上,主角不是老师,而是学生。不是老师问自己:“我今天要讲什么?”而是问:“我的学生今天该做什么?”因此,发言人的教学战场既在教室里,也在教室外。其练习方式有:对话式练习、案例学习法、情景模拟练习和新闻现场观摩等。

为什么要与学生对话?通过对话,教师不仅传授知识、分享知识,而且通过深入浅出的问题,可以引导学生深入地思考,真正地吸收、消化所学的理论知识,形成自己的思想。在课堂上,教师要学会扮演魔鬼的鼓吹者。特别是在今天已经天翻地覆的媒介新环境里,教师要勇于跟传统的某些理论唱反调,故意持相反意见,引起学生争论,最后再总结出正确答案。在课堂上的争论谁是谁非并不重要,重要的是鼓励学生联想,勇于打破常规和范式。教师要敢于与学生的观点发生碰撞,但不要把学生吓得缩回去,要鼓励一种开放和诚实的讨论。如果学生在课堂上忽略了一个有意义的观点、理论,教师应通过提问把话题引导出来;如果学生对教师的问题有自己独立思考的回答,鼓励他说出更多的想法。在课堂上,教师指导学生的讨论,但这种自由的讨论不能偏离教学主线和教学大纲。

在指导课堂讨论和课堂练习时,教师要鼓励学生大胆参与。教师不要轻易对学生的观点发表正误或价值判断,要鼓励学生不同角度和不同观点的讨论。假设在认识媒体这一章的课堂上可以做这样的练习。请每个学生报告:①这个星期最重要的一条国内或国际新闻;②这条新闻的来源;③比较和分析不同媒体的新闻价值观、报道角度、立场;④分析这些媒体价值观和新闻选择背后的社会、经济、文化和政治因素。再如,课外作业请学生找一条主流媒体没有报道的,而是在一个窄众的讨论区,如 youtube、博客

或通过电子邮件群发获得的国内或国际新闻；讨论：为什么主流媒体没有报道这条新闻？主流媒体没有报道这条新闻背后的政治、经济、文化、意识形态因素是什么？你从这条新闻听到的是谁的声音？他与所谓主流声音有什么不同？听到他的声音重要吗？他的声音有价值吗？为什么新闻报道需要平衡？新闻自由和媒介多样性的好处有哪些？媒介新闻多样性与生物多样性是否同样有意义？

在课堂上，为了让每位学生都有机会发言，要学会采取一分钟对话练习方式。如在认识新闻这堂课上，可以就一个突发事件，问下面一系列问题：发生了什么？新闻是什么？你作为一个记者，最想要了解什么？你作为一个发言人，最想告诉媒体的是什么？如何发布这条新闻才能吸引住记者和媒体？由于课堂时间有限，可以让学生分成两人一组，相互提问，每个问题回答时间为一分钟。

在对话课堂上，不仅学生要做笔记，教师也要做笔记，记录学生的观察、观点和问题。教师的角色首先是提问者，其次是思想的激发者，要激发学生学会问重要的问题。在发言人这样的新型课堂上，整个课堂好像是一场竞赛，每个人都不敢松懈和丝毫怠慢。

案例教学又称为抛锚式教学。所谓的“锚”就是指一个与实际情境相关的问题，这个问题一旦确定，这堂课的教学内容和教学进程也就被确定了，就像轮船的“锚”一样。案例教学法的特点是，学生不是死记硬背教科书上的条条框框，而是通过个案解剖和练习掌握新闻发布的基本原理和发言人的职业技能。这本教材提供了近 102 个文本和影视案例。这些案例大多数是本书作者自 2001 年为国务院新闻办开展全球传播培训和发言人培训积累起来的。由于多数案例新鲜，比众所周知的老套例子更有吸引力，能激发学生的思考。在案例教学中，建议教师在整个过程，包括案例解剖和分析过程，不断地向学生提出一些启发式问题。

本教材还设计了一些课堂模拟训练。模拟训练不仅活跃课堂气氛，增

加了学生的参与性,更能增加他们新闻实战的经验。通常采用的模拟教学方式包括:新闻发布会模拟、采访片段模拟、疑难和敏感问题模拟、危机处理模拟、突发事件模拟、各类采访与被采访角色模拟。情景模拟练习不仅能提高学生面对记者采访的技能,更重要的是通过角色的扮演和互换,如由危机中的发言人转换成记者,学生将体悟到一个发言人一生中可能也无法体验到的当记者时兴高采烈的情绪,从而会在未来的发言人生涯中更好地运用新闻发布和接受专访的技巧。

案例课堂和模拟训练毕竟是教师设计的教学场景,而真正的“新闻战场”应该是在真实的新闻现场上课,即在“战争”中学习“战争”,这比任何模拟教学都有效。在这方面,教师要根据教学计划和课程的需要,安排学生参加一次当地的新闻发布会。如果条件许可,争取安排参加一次突发事件和危机时刻的发布会,或指导学生接受一次媒体采访。

本书设计了大量的课堂练习题和讨论题。教师要留出足够的课堂时间,保证每个学生都能参加练习和讨论,同时鼓励学生联系自己的亲身经历或所在部门、地区的实际情况发言。

本书的课外作业分为两类,一类是小组作业,一类是个人作业。小组作业通常三至五人一组为佳。无论是小组作业还是个人作业,要确保每个小组和个人在下堂课都有报告的机会。小组作业可以在全班报告,个人作业在小组内报告。

本书还提供了一些课外阅读书目。课外阅读包括两类,一类是课前阅读,一类是课后阅读。教师可以根据本教材附录中的课外学习资源及参考书目,围绕相关教学内容,自行选择阅读材料。

目 录

致谢	1
如何做一个出色的发言人(代序)	23
使用说明	27
第一单元 入行指南	
第一章 发言人与新闻发布	2
一、你需要新闻发言人吗	3
二、新闻发言人要做哪些事	4
三、谁出任新闻发言人最好	6
四、新闻发言人的背后	9
五、新闻办公室的普通一天	13
【案例 1】白宫新闻办公室的一天	15
六、新闻发言人的道德规范和行为准则	16
七、课堂讨论	18
八、影片解剖 1：伊拉克战争期间的美军新闻 中心与新闻发布	18
九、课外作业	18