

全国政协十一届一次会议
新闻发布会

领导者的媒体驾驭能力

周光凡 著



清华大学出版社

领导者的媒体驾驭能力

周光凡 著

清华大学出版社

北京

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 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

领导者的媒体驾驭能力/周光凡著. —北京:清华大学出版社,2008.3
ISBN 978-7-302-17007-5

I. 领… II. 周… III. 领导人员—传播媒介—控制—能力培养
IV. C933

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 018266 号

责任编辑:周菁 王荣静

责任校对:王凤芝

责任印制:王秀菊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

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

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京市四季青印刷厂

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:155×228 印 张:22 插 页:1 字 数:326 千字

版 次:2008 年 3 月第 1 版 印 次:2008 年 3 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:36.00 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:027870-01



2006年11月18日，外交学院吴建民院长与中国浦东干部学院王金定副院长就领导与媒体交流等问题进行交谈



2008年3月2日，全国政协十一届一次会议新闻发布会在北京人民大会堂举行，新闻发言人吴建民回答记者提问 新华社记者 庞兴雷 摄



国务院新闻办公室新闻发布会后的记者单独采访



2007年11月27日，本书作者为中国浦东干部学院学员讲解“领导干部与新闻发布”课程 陈浩 摄

领导者的媒体驾驭能力

序言

作为献身改革开放大业的当代中国领导干部，自身必须要有驾驭全局的能力，而越来越复杂的媒体环境，也要求当今的领导干部必须将媒体因素纳入到工作全局之中，不断提高驾驭媒体的能力。新时期以来，我国党、政、军、企各个部门的领导者和管理者在与媒体打交道的能力方面有了很大提高，这对于引导国内外舆论、推进社会的民主建设、政治建设发挥了积极的作用。但是，与我国的改革开放进程和不断提高的国际地位不相适应的是，很多领导者在驾驭媒体的能力方面仍缺乏系统的训练。正是基于这方面的原因，中国浦东干部学院的周光凡博士孜孜以求，以自身敏锐的政治眼光、良好的学术素养和参与此项工作的多种实践经验，撰写出了这本既有理论思考、又有实务指导，既有一定体系，又有生动案例的教材。相信这部著述会对我国各级各类领导者提高驾驭媒体的能力有所裨益。

记得1998年10月，时任国务院总理的朱镕基视察中央电视台，鼓励媒体加大舆论监督力度，此后，媒体对政府和政府官员行使舆论监督权的声势开始变得越发浩大起来。如何有效地应对媒体的舆论监督，也是当代领导者驾驭媒体时必须认真研究的问题。

目前我国所处战略机遇期也是矛盾凸显期，突发公共事件的频率和危害都处在较高的水平。同时我国又处于工业化加速期，正是事故易发期，各种生产安全事故也不断出现。出现突发事件固然是危机，但是处

理不好会带来更大的危机。在媒体的舆论监督越来越发达的今天,在网络媒体一日千里的发展形势面前,传统的媒体应对策略也需要与时俱进。在经历了2003年惊心动魄的“非典”疫情之后,很多人认识到,任何一个部门的任何一位领导者都需要提高驾驭媒体的能力。

领导者驾驭媒体的一个重要途径是通过新闻发布会来发布信息,另外就是接受记者采访。提高信息发布能力和答记者问水平是领导者迫切的需要。本书即以这两者为基点展开论述。

胡锦涛总书记在十七大报告中指出,要健全民主制度,保障人民的知情权、参与权、表达权和监督权。报告还指出,确保权力正确行使,必须让权力在阳光下运行。这些论断将指导我国各级各类领导者在信息时代学会灵活自如地驾驭媒体。

孟 建

2007年11月于复旦大学新闻学院

序 言/1

第一章 信息化与信息公开

第一节 信息化与信息资源/1

- 一、数字鸿沟正在扩大/1
- 二、信息资源是重要的战略资源/3
- 三、信息化已成我国的国家战略/5
- 四、我国政府的信息化势在必行/6

第二节 政府信息主动公开/8

- 一、信息公开是检验政府改革诚意和开放决心的试金石/8
- 二、以公开为原则不公开为例外/10
- 三、阳光是天底下最好的防腐剂/12
- 四、新闻发布和网上发布是信息公开的重要方式/14

第三节 信息公开的新领域/16

- 一、党务公开/16
- 二、防务公开/18
- 三、立法公开/20
- 四、司法公开/22

第四节 信息公开焦点问题/24

- 一、如何处理信息公开和保守国家秘密的矛盾/24
- 二、个人隐私能否公开/26
- 三、官员财产何时公开/27
- 四、公开住房成本信息遏制房产暴利/29

第二章 新闻发布的大趋势

第一节 新闻发布制度建设/32

- 一、新闻办公室的设立及其职责/32

- 二、新闻发言人的设立及其职责/34
- 第二节 新闻发言人的崛起/36**
 - 一、新闻发言人登台亮相逐渐增多/36
 - 二、新闻发言人专业培训逐渐普及/38
- 第三节 新闻发布当下格局/40**
 - 一、我国政府已建成三个层次的新闻发布体系/40
 - 二、国新办发布会和外交部记者会/41
- 第四节 新闻发布未来走向/43**
 - 一、自主发布渐成主流/43
 - 二、定时发布逐渐规范/45

第三章 新闻发布操作指南

- 第一节 新闻发布会的准备/48**
 - 一、跟踪信源:见证决策追踪媒体奔赴现场/48
 - 二、分析舆情:准确分析舆情掌握发布时机/50
 - 三、准确押题:事先猜测记者可能提的问题/52
 - 四、准备口径:统一回答口径减少即兴发挥/54
 - 五、把握时机:策划发布主题珍惜第一时间/56
 - 六、确定人选:熟悉新闻发布善于驾驭媒体/57
 - 七、准备资料:散发新闻通稿附加背景材料/59
 - 八、邀请记者:考虑记者发稿时间提前邀请/61
 - 九、模拟彩排:如果领导缺乏经验可先演练/62
 - 十、技术准备:新闻发布会准备事项一览表/64
- 第二节 新闻发布会的流程/65**
 - 一、设计形象:仪容整洁仪表脱俗仪态端庄/65
 - 二、介绍成员:领导专家转换角色成发言人/67
 - 三、开场独白:简化开场白以尽快答记者问/68
 - 四、记者提问:公平对待记者适当照顾外媒/70
 - 五、答记者问:掌握运用答记者问应知应会/72
 - 六、划定底线:维护上级利益避免激怒记者/73
 - 七、设置议程:顺势推出己方话题引导舆论/75
 - 八、控制场面:运筹帷幄干净利落善始善终/77
 - 九、控制时间:遵守时间限制均分提问机会/78
 - 十、会后采访:发布结束未必等于采访结束/80

第三节 新闻发布会的评估/82

- 一、上级评价:发布程序合法发言口径有据/82
- 二、记者评价:记者如果不满后果一定严重/84
- 三、公众评价:决定发布会成败的最终因素/86
- 四、自我评价:对比外界评价反思自我评价/88
- 五、专家评价:分析同行意见听取专家评价/89
- 六、上座比例:主题和发言人吸引力的考验/91
- 七、提问比例:回答尽量简短多给提问机会/93
- 八、报道比例:中国须有自己的世界级媒体/95
- 九、引用比例:多家媒体争相引用精彩表述/96
- 十、转载比例:重大新闻交给重要媒体首发/98

第四章 答记者问应知应会

第一节 答记者问基本原则/100

- 一、政治原则:紧跟中央政策保守国家秘密/100
- 二、法律原则:所有表态都有法律法规依据/102
- 三、组织原则:与领导和上级保持绝对一致/104
- 四、自律原则:确信获得授权严禁超越权限/106

第二节 答记者问公关原则/108

- 一、摆正关系:为领导和记者两个方面服务/108
- 二、驾驭媒体:让媒体按你的预谋设置议程/110
- 三、满足记者:提供新闻照顾记者发稿需求/111
- 四、永不说谎:诚实是发言人最重要的品质/113

第三节 弄清媒体记者来路/115

- 一、境内记者:注意若干新锐媒体和名记者/115
- 二、港台记者:两种社会制度造就两种记者/117
- 三、外国记者:为了制造新闻可能无所不施/118
- 四、大牌记者:对大牌记者可为其安排专访/120

第四节 辨别化解圈套陷阱/122

- 一、虚构前提:通过虚构前提得出虚假判断/122
- 二、以偏概全:通过片面证据得出偏颇结论/124
- 三、预设结论:先下结论后提问题请君入瓮/126
- 四、掺杂观点:一边提问一边掺沙子放流弹/128

第五节 区别应对各类问题/130

- 一、澄清事实:若非机密和隐私则尽量公开/130

- 二、拷问疑点:如果内心坦然不妨率性作答/132
- 三、判断是非:除非关系重大否则别惹是生非/133
- 四、追究责任:根据政策严守法律把握证据/135

第六节 确保回答权威可信/137

- 一、吃透政策:政府发言人应熟悉政策/137
- 二、援引法律:手握真凭实据对照法律条文/139
- 三、专家论断:引用专家论断说明专家身份/141
- 四、意见领袖:意见领袖带路引导舆论走向/142

第七节 回答生疏棘手问题/144

- 一、转给他人:问题超过自己的权限和职责/144
- 二、转给下次:问题超出自己能提供的信息/146
- 三、转移视线:将记者的视线转向己方议程/148
- 四、转移重心:将回答的重点转向重要议题/149

第八节 回避机密敏感问题/151

- 一、重申原则:重申口径坚持原则依法办事/151
- 二、一语双关:仁者见仁智者见智可攻可守/153
- 三、引而不发:点到为止引而不发暗示结论/155
- 四、付之一笑:提供幽默素材委婉拒绝记者/156

第九节 应对恶意刁难问题/158

- 一、戏拟反讽:模拟对方话语讽刺对方谬论/158
- 二、设问反诘:提出一个反问促使对方反省/160
- 三、加冕脱冕:彰显自信从气势上压倒对方/162
- 四、顺势逆转:化对方的结论为自己的前提/163

第十节 答记者问逻辑方法/165

- 一、归谬证伪:假设对方正确推出错误结论/165
- 二、二难推理:置对手于两难境地进退维谷/167
- 三、还原前提:还原对方前提推翻对方假设/169
- 四、悬置结论:只给前提悬置结论可进可退/171

第十一节 答记者问修辞技巧/172

- 一、设计标题:提炼精辟话语惠赐新闻标题/172
- 二、警句引语:记者直接引用媒体纷纷转载/174
- 三、类比参照:用熟悉的事物解释陌生事物/176
- 四、委婉生动:将公文语言转化为媒体语言/178

第十二节 塑造形象展示魅力/180

- 一、形象魅力:仪容清新仪表不凡仪态优雅/180

二、人格魅力:信仰坚定言辞坚决展现魅力/181

三、语言魅力:文学化的语言和诙谐的谈吐/183

四、思想魅力:用话语中的智慧让记者折服/185

第十三节 答记者问立场错误/187

一、封锁信息:妨碍民众知情沉默不再是金/187

二、避重就轻:避而不谈消极面只谈积极面/189

三、惹是生非:违背政策法律议论他人是非/191

四、指责媒体:发言人无权裁决记者的是非/192

第十四节 答记者问表达错误/194

一、口径不一:自相矛盾互相矛盾莫衷一是/194

二、无可奉告:回答无可奉告反会引人上钩/196

三、用词不当:使用内宣语言平添理解难度/198

四、出口伤人:出言不逊的后果是自取其辱/200

第五章 突发公共事件传播

第一节 四类突发公共事件/202

一、应对自然灾害:防止不实信息依附真实信息/202

二、应对事故灾难:事故不是丑闻掩盖才是丑闻/204

三、应对公共卫生事件:危机来势凶猛谎言就是地狱/205

四、应对社会安全事件:事件处理与信息发布时间同步进行/207

第二节 危机传播焦点问题/209

一、预警发布:预警信息网络必须全面高效/209

二、应急发布:发布信息并不等于发布真相/211

三、生产安全:工业化加速期是事故易发期/213

四、群体事件:黄金发展期也是矛盾凸显期/215

第六章 理解媒体善待记者

第一节 媒体已然第四权力/217

一、设置议程影响政府决策/217

二、舆论监督群众喉舌政府镜鉴改革尖兵/219

第二节 记者俨然无冕之王/220

一、记者的天职是民主的守护者/220

二、名人的隐私是记者好打听的题材/222

第三节 新兴媒体后来居上/223

- 一、网络是空前难以驾驭的媒体/223
- 二、一条手机短信足以引发一场风波/225

第四节 如何对待媒体记者/227

- 一、不能变舆论监督为监督舆论/227
- 二、永远不要激怒记者制造敌人/229

附 录

- 附录 1 中华人民共和国政府信息公开条例/233
- 附录 2 中华人民共和国突发事件应对法/240
- 附录 3 国家突发公共事件总体应急预案/253
- 附录 4 中华人民共和国安全生产法/261
- 附录 5 生产安全事故报告和调查处理条例/277
- 附录 6 中华人民共和国保守国家秘密法/285
- 附录 7 中华人民共和国档案法/289
- 附录 8 北京奥运会及其筹备期间外国记者在华采访规定/293
- 附录 9 城市房屋拆迁管理条例/295
- 附录 10 信访条例/301
- 附录 11 2006—2020 年国家信息化发展战略/311
- 附录 12 全国人大常委会、全国政协、最高人民法院、最高人民检察院新闻处室联系方式/325
- 附录 13 中共中央有关部门新闻发言人名单及新闻发布工作机构电话/325
- 附录 14 国务院各有关部门新闻发言人名单及新闻发布工作机构电话/326
- 附录 15 各省、自治区、直辖市人民政府新闻发言人名单及新闻发布工作机构电话/330
- 附录 16 各省、自治区、直辖市外事办公室新闻处室联系方式/333
- 附录 17 中国新闻工作者职业道德准则/336
- 参考文献/340
- 后 记/342

信息化与信息公开

第一节 信息化与信息资源

一、数字鸿沟正在扩大

从2005年起,西欧、北美一些城市由地方政府主导,开始直接或间接地向市民提供免费无线宽带上网服务,无论走到什么地方,打开笔记本电脑就可以免费上网。受到飓风袭击的美国新奥尔良市“后发先至”,将无线发射设备安装在街道两旁的路灯上,在全美大城市中率先提供免费无线网络服务。新加坡欲在2015年前打造一个全岛无线宽频网,印度政府也提出要在全国推进无线宽带覆盖。“无线城市”、“无线国家”被视为国家和城市国际竞争力的新象征,仅从这一个方面我们就能看出,发达国家和落后国家的数字鸿沟在渐渐扩大。

我国一些大城市也开始了建设“无线城市”的尝试,但总体上投入有限,规模不大。2007年,天津市政府与信息产业部签署合作协议,其滨海新区将在全国率先建设无线宽带覆盖网络,天津将在“无线城市”建设方面先试先行。上海嘉定新城将采用无线宽带网络进行新城城区全覆盖,以综合无线信息网络平台支撑公共安全、城市管理、应急联动、公共服务、商务旅游、生活学习等信息化应用。在可预见的未来,我国城乡之间的数字鸿沟还可能扩大。

数字鸿沟在世界军事领域体现得尤为明显。2007年5月,美国空

军组建的第一个网络战司令部已形成战斗力。该司令部将升格为一个由四星空军上将领导的一级司令部,成为与空中作战司令部、空中机动司令部等其他9个一级司令部平级的单位。美军网络战部队将于2030年左右全面组建完毕。美国希望它担负起网络攻防任务,确保美军在未来战争中的垄断信息优势。早在2005年3月,美国国防部就公布《国防战略报告》,将网络空间和陆、海、空、天定义为同等重要的、需要美国维持决定性优势的五大空间。2006年7月,美国空军在路易斯安那州巴克斯代尔空军基地成立了第一支网络战大队——第67网络战大队。

在文化和软实力领域,由信息技术导致的价值鸿沟也在加深。中国社会科学院信息化研究中心秘书长姜奇平介绍说,今天的日本正处于一个根本性的转型过程中,它或许是150年来日本第三次伟大的转折,其核心是基于信息技术和创意经济的GNC运动(直译为“国民酷总值”或“全民酷”,意译为“国民幸福总值”)。美国《外交季刊》和《亚洲时代周刊》首先发现日本的“GNC运动”,认为它正好击中了整个工业化运动和现代化运动导致人类幸福感降低这一要害。

从中国国内情况来看,不同区域、不同社会阶层之间的数字鸿沟也在加深,据2007年统计,中国有1.7亿人使用互联网,但中国网民绝大多数都属于城市人和年轻人。最大的鸿沟存在于城市和农村之间。在城市居民中,互联网普及率达到了20%,而农村地区仅为3%。在官员和群众之间甚至也存在数字鸿沟。在山西“黑砖窑”事件过程中,时任山西省省长的于幼军一直高度关注网上的反应,他说:“有一次,我起码打了十几个省厅和地市官员的电话,问他们‘有没有看网上?’都说没有,都不重视网络。”美国学者托夫勒在他的成名作《第三次浪潮》中提出了三种文盲的概念,说人类将产生“文字文化文盲、计算机文化文盲和影像文化文盲”。^①后两者是信息社会的产物。他还说,各个高技术国家的政府所面临的一种潜在的可怕威胁来自于国民分裂成信息富有者和信息贫困者两部分,下层阶级与主流社会之间的鸿沟实际是随着新的传媒系统的普及而扩大了。近年来很多事实证明,相当多的管理者和领导者还没有意识到网络的威力,这种意识的

^① [美]阿尔温·托夫勒:《力量的转移——临近21世纪的知识、财富与权力》,348页,北京,新华出版社,1991。

落后也可以说是数字鸿沟的一个侧面。

在 21 世纪,以信息技术、生物技术、纳米技术和新能源的广泛应用为代表的科学技术成为社会变革的主导力量。如果说印刷技术象征着人类对中世纪黑暗专制的宗教势力的革命的话,那么眼下正在以每隔几年就突破一个巨大技术瓶颈的速度发展着的信息技术最终将突破什么,会给人类带来怎样的危机,我们现在还很难预料。

二、信息资源是重要的战略资源

据《扬子晚报》2007 年 6 月 6 日一篇文章报道,美国国家防务委员会中国问题研究中心理查·舒波曼在美国众议院国务安全会议上指出:“中国并不缺乏独立研发武器的能力,仅仅缺乏武器设计与构思方面的创新意识。”在美苏两大国互相封锁信息的时代,国际关系中的信任和友好显得非常不合时宜,剩下的只有猜疑、冷漠和对抗。可以说,冷战时代的极端对立在一定程度上也是建立在信息资源的低水平上的,在冷战时代,保密文化像病毒一样从一个政府传染到另一个政府,并蔓延到与国家安全毫无干系的领域。这足以说明,信息资源是关系世界和平、关系国家安危的战略资源。

现代社会三大战略资源是物质资源、能量资源和信息资源。信息的收集、整理、分析和传播能力越来越成为重要的战略要素。1959 年夏天,信息社会学的创始人丹尼尔·贝尔在奥地利萨尔茨堡召开的一次讨论会上提出“后工业社会”概念,1979 年后,他建议人们采用“信息社会”概念代替“后工业社会”概念。在信息社会里,以信息通信技术为核心的新技术革命使以知识为社会中轴的创造社会财富的新体系——知识经济的新体系得以形成和发展。创意时代正在来临,创意时代最有活力的经济形态是创意经济,创意经济和知识经济是奠基于信息自由之上的。

为了保证信息资源这个战略资源的获取和安全,各国政府纷纷出台有关信息自由的法律。1951 年,芬兰通过《政府活动公开法》。美国 1966 年通过了《信息自由法》,1976 年又通过了《阳光下的政府法》。这些法律对于促进信息的公开化、自由化起了重要作用,标志着这些国家信息公开制度的建立。冷战结束后,整个世界从充斥着军事机密

和意识形态对抗的阴暗气氛中逐步摆脱出来,显得越来越开放,政府也越来越透明。同时,冷战结束后世界上绝大多数国家都选择了市场化道路,出现了经济全球化,不断增长的投资和贸易也使信息资源的战略地位越来越重要。1993年9月,美国政府发表题为《国家信息基础结构:行动计划》报告,把国家信息基础结构定义为:“一个能给用户随时提供大量信息的、由通信网络、计算机、数据库以及日用电子产品组成的无缝网络。”1994年9月,美国又提出了建立“全球信息基础结构”的倡议,建议将各国的国家信息基础结构在全球联通,以实现各国之间的信息共享,这将使全球“无缝网络”变成现实。1995年2月25日,由欧洲联盟主持召开的西方七国集团信息技术部长级会议在布鲁塞尔举行。这次会议是在美国率先提出构筑“全球信息高速公路”计划后,全球工业最发达国家的政府官员和工业界领导人为探讨如何建设GII(全球信息基础设施)而举行的。欧盟主席桑特、美国副总统戈尔、七国部长以及世界45家大公司的领导人出席了会议。会议提出了建立“全球信息社会”的宏伟目标。七国集团还制订了发展全球信息社会的11项示范计划,具体内容包括全球信息目录计划、全球宽带交互网络计划、跨文化教育和培训计划、电子图书馆计划、电子博物馆和艺术画廊计划、环境自然资源管理计划、全球卫生应用计划和海洋信息社会计划等。

早在1993年,中国就提出了以国民经济信息化为目标的“三金”工程计划,1995年又进一步提出了CNII建设计划的设想,CNII的实质是要实现经济和社会的信息化。2006年3月19日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《2006—2020年国家信息化发展战略》,这是党中央、国务院针对信息化作出的最新战略部署。制定关于信息化的法律法规是开发和利用信息资源的保障,2007年通过的《中华人民共和国政府信息公开条例》(以下简称《政府信息公开条例》)就是党和政府整个信息化战略的重要组成部分。每一代强国崛起的背后,都有新的资源作为依托。农业强国争夺土地资源,工业强国争夺能源资源,信息强国争夺信息资源。一代强国权力的更替,实质是资源控制权的更替。在信息社会,中国要顺利崛起就必须建立信息资源的战略优势。^①

^① 姜奇平:《信息强国的和平崛起与历史经验》,《互联网周刊》,2004年第1期。