

R U H E M I A N D U I M E I T I

如何面对 媒体

政府和企业新闻发言人 实用手册

邹建华 著

复旦大学出版社



如何面对媒体

如何面对 媒体

政府和企业新闻发言人

实用手册

2002年1月

中国新闻出版社

如何面对媒体

——政府和企业新闻发言人实用手册

邹建华 著

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何面对媒体——政府和企业新闻发言人实用手册/邹建华著.
—上海:复旦大学出版社,2006.10
ISBN 7-309-05165-3

I. 如… II. 邹… III. 新闻-公布-制度-中国 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 113517 号

如何面对媒体——政府和企业新闻发言人实用手册 邹建华 著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 章永宏
总编辑 高若海
出品人 贺圣遂

印刷 上海第二教育学院印刷厂
开本 787×960 1/16
印张 15.5 插页 2
字数 194 千
版次 2006 年 10 月第一版第一次印刷
印数 1—5 100

书号 ISBN 7-309-05165-3/G·661
定价 25.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

代 序

国务院新闻办公室主任 蔡武

新闻发布工作既是新闻宣传工作的重要组成部分,也是社会主义民主政治建设的重要举措,同时它还体现出党和政府的执政理念、执政能力和执政水平。改进和加强政府新闻发布工作对转变政府职能、建设服务型政府、提高行政效率,意义重大。

近年来,我国新闻发布制度建设取得了显著的成绩。政府三个层次的新闻发布和发言人制度得到进一步完善。国务院近70个部门基本上都建立了新闻发布制度,一共有80多位新闻发言人。31个省、自治区和直辖市也已建立了新闻发布制度。一些地级市或县级市也正在开展这项工作。

随着我国改革开放深入发展,新闻发布工作的作用和影响更加受到国内外的关注,加强新闻发布工作成为全社会的共识。首先它对建立我国良好的国际舆论环境和树立中国良好的国际形象发挥了积极作用。国际社会对于我们的新闻发布制度建设和实践普遍给予高度的评价。我前不久到国外去访问,顺便做了一些调查。我发现,现在国外的媒体关于中国情况的报道,已经有许多是引用我们新闻发布会上发布的权威信息,这一点是非常令人振奋的。

其次,国内广大的公众对于政府部门的新闻发布工作也越来越认可。我到国务院新闻办工作之后,经常收到各方面的来信,对我们的新闻发布工作提出建议、提出要求,有的建议是非常具体的。这说明广大公众非常认可、非常关注,通过政府新闻

发布会的权威渠道发布信息，得到公众的认可。

当然，这不是说我们的新闻发布制度、新闻发言人制度已经非常完善了。一方面，这项制度本身还需要不断科学化、规范化、制度化；另一方面，也许是更重要的，是我们许多人还需要进一步转变观念、提高应对的本领。如有些部门和地方在突发事件发生后的新闻发布还是比较慢，有些新闻发言人还是不愿多见记者。这就需要我们一是要在制度化的建设上下大力气，二是要提高我们整个新闻发布工作的水平，三是要提高我们新闻发言人的综合素质。

要提高我们整个新闻发布制度和新闻发言人发布新闻的综合素质和水平，新闻发言人的培训工作非常重要。截至目前，我们大约已经培训了五千多名各级新闻发言人，培训使大家提高了对新闻发布工作重要性的认识，掌握了新闻发布工作的基本要求和一些策略与技巧，增强了新闻发言人的职业信心。但第一轮的培训还是基础性的培训，需要不断提高培训的层次，主要是朝着规范化、系统化、科学化的目标加强对发言人的培训。

本书是一本介绍和探讨新闻发布制度和新闻发布策略和技巧的书，是一本新闻发言人培训的有益的参考书，诚如书名一样，也是一本新闻发言人的实战手册。内容比较系统、全面，既有新闻发布制度有关知识和情况的介绍，又有诸多新闻发布会实际操作策略和技巧以及新闻发言人面对媒体的语言艺术和技巧等等，并且每个策略和技巧后面都辅之于大量案例和有一定深度的案例评析。通俗易懂，实用性强。书中还对如何“有的放矢”地与外国人进行有效的沟通和宣传提出了一些很好的思路和建议。

作者邹建华在外交部长长期从事新闻发布工作，作为外交部发言人的参谋和助手，曾协助过外交部多位发言人的工作，参与并负责组织了近500场外交部新闻发布会。书中一些案例和许多技巧都是他亲身经历和工作经验的总结。从去年以来，他

应邀参加国务院新闻办、外交学院等单位新闻发言人培训班的授课,并在授课中通过与学员交流和互动,通过学员提出的各类问题和种种疑惑,了解了各部门学员的基本状况和有关需求,他在书中对这些问题都专门进行了解答。

这本书虽然主要针对新闻发言人,但其中一些面对媒体的理念、原则和技巧对各级领导干部、企事业单位负责人也有参考价值。相信通过本书,政府和企事业单位的新闻发言人或参与新闻发布工作的人员会从中得到帮助;机关领导干部和企事业单位负责人在如何处理突发事件或危机问题上也会受到有益的启发;准备接受记者采访的朋友会得到一些有用的提示;与媒体打交道的人会从中获得裨益。

2006 年 9 月

前 言

在当今通讯技术高度发达的信息化社会,媒体无处不在,无时不在。尤其是网络媒体(即所谓“第四媒体”)和手机媒体(即所谓“第五媒体”)的出现,使我们长期以来形成的生活习惯、思维方式和工作方式都面临着严重挑战,迫使我们与时俱进,增加媒体危机意识和掌握有关媒体应对技巧。

突发事件或危机发生后,面对媒体的强烈关注和干预,组织或个人因应是否妥当,对缓解或化解危机至关重要。只有那些了解媒体特点、熟悉新闻的运作规律并掌握一定媒体应对策略和技巧的组织或个人,才会在突发事件的媒体应对中立于不败之地,否则,就会遭到失败。特别是某些与人民生活直接相关的行业,如食品、药品、保健品、电器等,面对突发危机,如果媒体应对不当,后果将是惨重的。它们往往一招不慎,或口无遮拦,小问题就能演变成大麻烦,甚至会招来灭顶之灾。“祸从口出”应成为现代企业的一个座右铭。中国一些部门包括企业处理突发事件或危机的经验和教训反复向我们揭示这一点。我近两年一直在观察政府部门和企事业单位的危机媒体应对问题,常常对一些机构和企业感到十分惋惜,它们因不懂媒体特点、缺乏媒体应对方面的知识和技巧而屡屡犯错,导致出现媒体危机或使危机加深,也因此深感新闻发言人培训工作的必要性和重要性。

2005年5月我编著出版了《外交部发言人揭秘》(《世界知识出版社》出版)一书,初衷之一就是为目前国内方兴未艾的新闻发言人培训提供一本通俗的、操作性强的新闻发言人培训参

考书。书出版后,受到媒体和读者的很大关注,全国近 60 多家报刊包括一些港澳媒体都进行了连载或转载,国内众多网站包括几大门户网站也都纷纷跟进。去年 4 月以来,我应邀参与了国务院新闻办公室对一些部委和省市新闻发言人培训的授课,也应邀参与了香港、澳门特别行政区新闻发言人培训班的授课,学员们普遍反应该书对他们很有益处,有助于他们了解新闻发布制度,熟悉新闻发布的操作和流程,掌握必要的新闻发布技巧。我在深感欣慰的同时,也发现这本书虽然有一定的参考价值,但毕竟不是一本新闻发布工作的专著。作为一本新闻发言人的培训教材还显得单薄。如突发事件的新闻发布和企业危机的新闻发布原则和策略、如何接受记者采访等内容都尚付阙如。有些部分还需要修改、调整或增加新的内容。于是决定在《外交部发言人揭秘》基础上,结合在各部委和各地新闻发言人培训中所接触的问题再写一本“新闻发言人实用手册”,尽可能全面、准确、实用地介绍建立新闻发布制度及新闻发言人的有关策略和技巧。

因本书是以前书为基础,出于内容和结构完整的需要,本书保留了前书的一些内容,但大部分都做了修改或更换了案例。作为一本新闻发布专著,与前书相比,本书不论从结构还是内容上看,都更加完整。有关策略和技巧都更加充实,更有说明力,更具有实用性和可操作性。

本书分为上中下三篇、共九章。上篇(策略篇)着重理念和策略。中篇(技巧篇)着重于新闻发言人的语言艺术和答问技巧。下篇(组织与操作篇)着重新闻发布的策划与操作。

本书不是一部学术著作,理论叙述少,案例多。每一项策略和技巧后都辅之以大量案例和分析,以帮助理解。本书大部分是从授课讲义整理而成,为了增加本书的趣味性和可读性,书中保留了授课的部分语言风格。

突发事件和危机不仅发生在政府、企业等机构身上,任何

个人都可能遭遇突发事件和突发媒体事件。所以,谁都避免不了可能与媒体打交道。希望书中的一些媒体应对原则、策略与技巧不仅能对政府和企事业单位的新闻发言人,同时也能对各级领导、机关工作人员、企事业单位负责人、公关人员有所帮助。

目录

■ 前言	1
------------	---

上篇 策 略 篇

■ 第一章 突发事件的媒体应对策略	3
-------------------------	---

1.1 突发事件的定义和有关应对规定	3
1.2 突发事件后及时进行新闻发布工作的重要性	5
1.3 突发事件媒体应对中存在的问题	8
1.4 突发事件的媒体应对策略	12

■ 第二章 常态下的舆论引导策略	25
------------------------	----

2.1 新闻性原则	25
2.2 直截了当,不绕圈子	29
2.3 有效性原则	31
2.4 通俗易懂	39
2.5 以我为主	41
2.6 妥善处理与记者的关系	43

■ 第三章 企业危机时刻的媒体应对策略	48
---------------------------	----

3.1 现代企业应有媒体危机感	48
3.2 现代企业应改变旧的媒体应对观念	50
3.3 新闻发布机制是应对媒体危机最有效的手段	52
3.4 企业危机新闻发布和媒体应对的	

有关策略	53
------------	----

中篇 技巧 篇

■ 第四章 面对媒体的语言艺术和技巧 73

4.1 幽默与诙谐	73
4.2 反诘	77
4.3 说“不”的技巧	79
4.4 回避的技巧	86
4.5 温和、含蓄	93
4.6 模糊语言	95
4.7 以理服人	96
4.8 针锋相对	100
4.9 简洁、明了	104
4.10 数字和对比	108
4.11 生动、形象	110
4.12 运用逻辑的力量	112

■ 第五章 新闻发言人应掌握的几个重要

技巧	119
----------	-----

5.1 发言人的素质要求	119
5.2 心理技巧	121
5.3 如何对待“刁钻”问题	123
5.4 沉着、冷静	128
5.5 如何应对意外的问题	131
5.6 如何尽量少说错话	134
5.7 媒体形象设计和体态语言等问题	139

■ 第六章 接受记者采访的技巧 143

6.1 接受采访前	143
-----------------	-----

6.2 接受采访中	145
6.3 接受记者采访的技巧和有关注意 事项	150
■ 第七章 走出认识误区	154
7.1 新闻发言人可以随心所欲地表态吗 ...	154
7.2 新闻发言人不能念稿吗	156
7.3 关于“答非所问”	157
7.4 新闻发言人不是“人”吗	161
7.5 关于“无可奉告”	162
下篇 组织与操作篇	
■ 第八章 新闻发布制度及中外新闻发布 制度比较	167
8.1 关于新闻发布制度	167
8.2 中外新闻发布制度的异同	177
■ 第九章 新闻发布的策划与操作	184
9.1 新闻发布的策划技巧	184
9.2 新闻发布会的操作技巧	193
■ 附录	203
1. 《国家突发事件总体预案》(全文)	205
2. 记者招待会记者提问的技巧	216
3. 国家机关新闻发言人名单及联络方式	226
■ 后记	230

上 篇

策 略 篇

第一章 突发事件的媒体 应对策略

1.1 突发事件的定义和有关应对规定

什么是突发事件？有何特点？ ■ ■ ■ ■ ■

顾名思义，突发事件就是意外地突然发生的重大或敏感事件，简言之，就是天灾人祸。前者即自然灾害，后者如恐怖事件、社会冲突、丑闻包括大量谣言等等，专家也称其为“危机”。

国务院 2006 年 1 月 8 日发布的《国家突发公共事件总体应急预案》中，将“突发公共事件”定义为突然发生，造成或者可能造成重大人员伤亡、财产损失、生态环境破坏和严重社会危害，危及公共安全的紧急事件。

突发公共事件主要分自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等四类。

自然灾害主要包括水旱灾害、气象灾害、地震灾害、地质灾害、海洋灾害、生物灾害和森林草原火灾等；事故灾难主要包括工矿商贸等企业的各类安全事故、交通运输事故、公共设施和设备事故、环境污染和生态破坏事件等；公共卫生事件主要包括传染病疫情、群体性不明原因疾病、食品安全和职业危害、动物疫情以及其他严重影响公众健康和生命安全的事件；社会安全事件主要包括恐怖袭击事件、经济安全事件、涉外突发事件等。

突发事件的特点有很多，主要有突然性、危险性、引起公众高度关注和需要迅速采取行动加以规避或化解等特点。

政府越来越重视突发事件发生后的新闻发布工作 ■■■

突发事件无时无刻不在发生着，它是不以人的意志为转移的。任何一个国家、政府或组织甚至个人都很难完全避免。问题的关键是突发事件发生后如何应对？采取什么样的措施尽快加以化解？经验告诉我们，在目前通讯技术和媒体高度发达的信息化社会，正确妥善地做好突发事件中的媒体应对和舆论引导工作，是能否缓解或化解危机的一个重要的甚至决定性因素。处理不好就会加深危机或酿出新的危机。所以，媒体应对技巧已经成为政府机构或企事业单位领导越来越重要的基本功。

目前，我国也已经进入“突发事件多发期”。随着我国经济、社会的快速发展，发展中的矛盾不断增加，各类突发事件也在上升。党和政府越来越重视突发事件的舆论引导问题。2004年9月19日，中共第十六届中央委员会第四次全体会议通过《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》，其中指出，要牢牢把握舆论导向，正确引导社会舆论，要重视对社会热点问题的引导，积极开展舆论监督，完善新闻发布制度和重大突发事件新闻报道快速反应机制。

前不久发布的《国家突发公共事件总体应急预案》强调，“突发公共事件的信息发布应当及时、准确、客观、全面。事件发生后的第一时间要向社会发布简要信息，随后发布初步核实情况、政府应对措施和公众防范措施等，并根据事件处置情况做好后续发布工作。”并规定，信息发布形式主要包括授权发布、散发新闻稿、组织报道、接受记者采访、举行新闻发布会等。

现在全国各部委、省、市逐步建立了新闻发言人制度，都非常重视和强调突发事件后的新闻发布工作。国务院新闻办主任蔡武在2005年12月国新办新闻发布会上表示，我国今后将着力加强突发事件新闻发布，遇到重大突发公共事件时，国务院新闻办将努力做到迅速反应，及时组织，在第一时间召开新闻发