

PUBLIC ADMINISTRATION AND MEDIA RELATIONS

The Wisdom of Media Communication for Leaders

shiquan(Michael) Wang

公共行政与媒体关系

——领导干部媒体沟通的智慧

王石泉 著



人民出版社

PUBLIC ADMINISTRATION AND MEDIA RELATIONS
The Wisdom of Media Communication for Leaders
shiquan(Michael) Wang

公共行政与媒体关系

——领导干部媒体沟通的智慧

王石泉 著

责任编辑:忽晓萌

封面设计:吴燕妮

责任校对:吕 飞

图书在版编目(CIP)数据

公共行政与媒体关系/王石泉 著. —北京:人民出版社,2012.9

ISBN 978-7-01-011269-5

I. ①公… II. ①王… III. ①行政学-研究②传播媒介-研究

IV. ①D035②G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 227096 号

公共行政与媒体关系

GONGGONG XINGZHENG YU MEITI GUANXI

王石泉 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京中科印刷有限公司印刷 新华书店经销

2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:24

字数:360 千字 印数:0,001—3,000 册

ISBN 978-7-01-011269-5 定价:48.00 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

前 言

随着信息技术的发展和社会的开放进步,新媒体异军突起并迅猛地向全民普及,改变了传统媒体时代“信源—信道—信众”的传播模式,引发了人类信息传播的革命,使人类进入一个信息传播、信息互动与信息主导的资讯时代。

资讯时代是一个崭新的历史时代。在这个时代,人人都是信源,人人都掌握着信道,人人都可自由选择并影响信众。资讯时代打破了传统媒体时代新闻机构、记者编辑、政府和精英阶层对信息的垄断,颠覆了传统媒体的传播格局,不知不觉地让媒体从“无冕之王”的掌控中投入普通民众的怀抱。可以形象地说,在资讯时代,人人都是记者,人人都是编辑和总编,人人都是新闻发言人,人类社会正式进入了一个自媒体时代。

当今时代,广大民众首次独立拥有自己的媒体——网站、博客、微博、Twitter、QQ、MSN、Skype、Facebook等,并开始自主运用这些媒体来披露信息、发表观点、针砭时弊、传递爱心、建言献策、参政议政。此时,由亿万民众参与并汇聚成的信息洪流开始了前所未有的自由流动,甚至是肆意泛滥,社会转瞬间变得无遮无拦,人类传统的生产方式、生活方式和管理方式都面临着从未有过的威胁和挑战。其中,受资讯时代影响最大的就是我国的公权力体系及其领导干部和公务人员。

面对这突如其来的传播变化和开放的形势,几千年来一直奉行“讷于言、敏于行”,“民可使由之,不可使知之”信条的中国人,特别是长期受到计划经济时代宣传纪律约束的领导干部大都感到茫然无措。即便有些人解放了思想、更新了观念,但是面对中外媒体并存、新旧媒体交织、舆论炮火猛烈,社会宽容度与开放度有限的复杂环境,缺少像西方政治家和官员那种在

媒体舆论的“枪林弹雨”中长期历练的中国领导干部,在面对全新的传播环境和舆论浪潮时大多难以适应。

中国正处在社会转型的关键时期,各种社会矛盾纵横交织。无论是常规的行政工作还是危机管理,领导干部都经常处在行政的第一线。无论经验和能力如何,无论是否做好了准备,他们都必须要去面对大众,面对媒体,其中的压力和风险可想而知。近年来,由于不善于行政传播和媒体沟通而失误犯错,遭到舆论抨击的行政机构和领导干部不在少数。因为“不愿说”、“不敢说”、“不会说”、“乱说”,甚至因一句话没说好而遭到网络媒体猛烈抨击引咎辞职的领导干部也大有人在。

针对这种情况,中国浦东干部学院在2005年建院伊始,就根据中央和中组部关于干部培训创新的有关指示精神,率先在全国的干部教育领域建立了教学实验中心,专门进行干部教育培训创新课程和培训方法的实验和开发。作者受学院指派,负责建设我国干教系统第一个“媒体沟通情景模拟教室”,并根据自己在高校、党政机关、媒体、企事业单位等行业近30年的工作经验,结合中国领导干部媒体沟通的现状和需求,整合行政学和传播学等学科,专门为全国的领导干部开发出了“专题讲座+情景模拟”的媒体沟通系列课程。该课程在研发成功后随即投入到了大规模的干部培训中,目前已经培训全国的领导干部10万多人。全国各地的党校、行政学院和社会主义学院也纷纷建设媒体沟通情景模拟教室,开设媒体沟通等培训课程,使这个领域呈现出了百花齐放、百家争鸣的景象。

本书《公共行政与媒体关系——领导干部媒体沟通的智慧》是作者七年来在中国浦东干部学院校内以及全国近三分之二的省市为全国约10万名领导干部授课的基础上撰写出来的跨学科专著,是对领导者行政传播以及媒体沟通需求和实践的理论总结和传播实务的操作指导与提炼。

该书共分为六个部分,第一部分是“资讯时代背景下的公共行政”,主要介绍信息传播时代的内涵、特点及其对公共行政的影响和挑战,属于“知己”的部分;第二部分是“媒体及其传播的发展与变迁”,主要向熟悉媒体,但不了解媒体的领导干部介绍媒体的功能、定位以及信息传播的规律等,属于“知彼”的部分;第三部分是“公共行政与媒体关系”,即在前两部分的基

基础上,探讨公共行政和媒体的关系本质,以及如何构建比较和谐的相互关系;第四部分根据我国领导干部的实际需要,介绍了常见的几种媒体公关的方法;第五部分根据近10年来中国危机事件频发的情况,特别是危机领导力的需求,介绍“危机管理与危机传播”;最后第六部分是“行政传播中的新闻发布会”,重点介绍新闻发言人制度的建立、发言人的职能、所需的条件以及新闻发布会举行等内容。考虑到跨学科专著和领导干部培训教材的特点和要求,本人尽力兼顾了理论与实践、知识性与应用性的统一,针对领导干部的需求和特点,重点突出实用性,以便更好地为全国的领导干部和广大读者服务。

虽然本书名叫做“公共行政与媒体关系”,主要面向行政领导,但副标题却是“领导干部媒体沟通的智慧”,其基本原理和方法也适用于其他领域的领导干部。因此,该书既适合我国中央和地方党委、政府、人大、政协及法院和检察院等系统的领导干部和公务员,也适合企事业单位以及军队和社会组织等各行业的领导干部和管理人员。相信任何一位希望提高自己媒体素养和传播能力的读者在认真阅读和学习后都会有一定的启发和收获。

由于该书是一种跨越领导实践和媒体沟通的探索和创新,如果有任何不周之处,敬请广大读者批评指正。同时,也请各位读者顾念作者对祖国和人民的拳拳挚爱与一片赤诚,对未来党和政府在中国社会转型时期卓越领导力与非凡魄力的殷切期盼,带着自己为推动中国走向现代法治与民主社会添砖加瓦的崇高责任和神圣使命,对作者一些前瞻性的观点和忠言给予理解、包容和支持。

如果本书能对广大读者认识资讯时代政府和媒体的新变化,对于转变行政观念、提高领导水平与传播能力有任何帮助和贡献,那将是作者莫大的安慰。如果我们可爱的读者,特别是我们广大的领导干部能在阅读本书后产生任何推动中国变革与发展的共识与责任共鸣,并且将其自觉地转化成为自己善治的理念和卓有成效的领导行动,作者将不胜感激!

王石泉

2012年7月于上海

致领导者

领导者是社会的精英,是一个社会建设与发展、文明与进步的指导者和引领者。领导者经验丰富、见识广博,优先占有公共资源,被赋予了更多的机会和权力,影响着千家万户的生活及亿万民众的发展与福祉。因此,领导者自从成为领导人的那一刻起,就自然承担起了比普通人更多的公共义务和更崇高的社会责任。这种义务和责任就是保护并服务大众,改良并推动社会的发展、进步与文明。

无论您身在何处,无论您在哪个行业就职,无论您的职位高低,权力大小,您都非同一般。请您在忙碌本职工作的同时,胸怀正义理想,放大博爱之心,升华社会责任,凝聚智慧和力量,发挥卓越的领导才能,解决您单位、所在地区和国家紧迫的问题,积极建设一个健康并可持续发展的幸福社会。

为此,请您量力而行,尽力而为并立即行动!

目 录

前 言	1
第一章 资讯时代背景下的公共行政	1
第一节 资讯时代及其表现特征	2
第二节 资讯时代对行政的影响	24
第三节 公共行政及其新发展	44
第四节 资讯时代的行政变革	60
第二章 媒体及其传播的发展与变迁	95
第一节 媒体的概念及其认知误区	96
第二节 媒体信息生产与传播的规律	103
第三节 媒体的本质及价值困惑	130
第四节 媒体传播的发展与变迁	145
第三章 公共行政与媒体关系	159
第一节 公共行政的传播特性	160
第二节 行政的传播	171
第三节 中国领导干部媒体关系的调查	180
第四节 公共行政与媒体关系的定位	187
第五节 公共行政与媒体关系	201
第四章 公共行政中的媒体公关	223
第一节 对媒体公关的认知	223

第二节 媒体公关的主要方法	229
第三节 美国政府的媒体公关	247
第四节 国家新闻俱乐部	255
第五章 危机管理与危机传播	294
第一节 危机诱因及主要类型	295
第二节 危机管理与危机传播	308
第三节 危机传播的原则	315
第四节 危机传播的方法	320
第六章 行政传播中的新闻发布	330
第一节 新闻发言人及其作用	331
第二节 行政传播中的新闻发布会	352
第三节 突发事件的新闻发布会	357
参考文献	366
后 记	370

Contents

Forward	1
Chapter One:Public Administration in the Context of Information	
Age	1
1. Information Age and its Characteristics	2
2. The Impact of Information age to Administration	24
3. Public Administration and its Latest Development	44
4. The Innovation of Chinese Administration at Information age	60
Chapter Two:Media ,the Development and Changes of its Communi-	
cation	95
1. The Concepts of Media and its Misunderstandings by Chinese leaders	96
2. The Rules of Media Information Production and Communication	103
3. The Nature of Media and Its Perplexed Value	130
4. Media ,the Development and Changes of their Communication	145
Chapter Three:Public Administration and Media Relations	159
1. The Communicative Characteristics of Public Administration	160
2. The Communication of Administration	171
3. The Survey of Chinese Leaders' Media Relations	180
4. The Orientation of Public Administration and Media Relations	187
5. Public Administration and Media Relations	201
Chapter Four :The Media Relations in the Public Administration	223
1. The Understanding of Media Relations	223

2. The Methods of Media Relations	229
3. The Media Relations of US Government	247
4. The National Press Club	255
Chapter Five: Crisis Management and Crisis Communication	294
1. The Incentives of Crisis and the Major Varieties	295
2. Crisis Management and Crisis Communication	308
3. The Principles of Crisis Management	315
4. The Methods of Crisis Management	320
Chapter Six: The Press Conferences of Administrative Communi- cation	330
1. The Spokesmen and Their Impacts	331
2. The Press Conferences of Administrative Communication	352
3. The Press Conferences in Crisis Management	357
References	366
Postscript	370

第一章 资讯时代背景下的公共行政

从三万年至五万年前语言的使用开始,人类已先后经历了五次信息技术革命^①。如今又发展到了以计算机普及应用、计算机与现代通信技术密切融合的新阶段,产生了以信息生产、信息传播与互动和信息主导为主要社会特征的资讯时代。在资讯传播的巨大影响下,当今社会出现了全球化、透明化、异质化和同质化并存的倾向,对人类的生产方式、生活方式以及领导与管理方式都产生着强烈的冲击和深刻的影响。

资讯时代,公众、媒体和社会对国家公权力体系信息公开的要求和呼声日益高涨,信息的开放透明与广泛传播正在由表及里地触及并引发我们社会中积累和隐藏很深的各种结构性问题与矛盾。公权力体系为了应对与日俱增的社会危机,缓解自身压力,顺应社会发展,其自身适应资讯时代发展与变革的诉求和动力也在不断增加。因此,作为公权力体系重要部门的公共行政系统,在资讯时代背景下就必须勇敢地走在引领时代和社会发展的前列,带着责任与使命进行适应当前与未来社会发展的必然变革,努力向着以法治、科学、透明、绩效、人本、创新和服务为特征的新型的现代化行政目标和善治目标迈进,以保持我们公共行政的生机活力与其本质上的先进性与可持续性。

^① 详细请参见本章第一节中“信息传播技术的发展”。

第一节 资讯时代及其表现特征

一、对资讯时代的认知

(一) 资讯时代的内涵

资讯就是广义的信息,在英文中都用 information 来表示,但在汉语中常常把 information 译为“信息”。笔者在本教材中使用“资讯”这个概念是为了避免汉语中“信息”给大家带来的偏重技术的狭义解释。资讯时代就是广义的信息传播时代,它主要包括以下三层含义。

第一层含义就是资讯时代诞生的两个条件,即技术条件和社会开放程度。没有信息技术和通讯技术的发展,资讯无法进行如此迅捷和大规模的自由流动与传播。但同时,如果没有一个国家必需的改革开放、社会发展和文明进步的环境,即便是在当今通讯和传播技术十分发达的 21 世纪,这个星球上不少国家和地区的民众仍然处在执政和行政当局人为禁止或控制信息传播而产生的信息黑洞之中,以至于当地民众对当今的社会发展程度和文明进程浑然不觉,蒙昧无知。

第二层含义就是资讯时代诞生的手段,即传统媒体的提升和新媒体的诞生。由于通讯和传播技术的发展以及社会的广泛进步,以计算机技术为代表的信息技术(Information Technology)的广泛使用,一方面整合并提升了传统媒体的传播水平,同时又催生出了众多的新媒体。例如,诞生于 100 多年前的传统平面媒体——报纸、杂志、书籍等,今天都与网络等新媒体实行了对接,都有了自己的新媒体模式,即电子版的内容。读者可以随时随地随意地在网络上浏览并下载收集和传播。同时,因为新媒体的协助以及社会的不断开放,一直处在有限传播环境下的传统媒体,其信息覆盖面与传播影响力也有了前所未有的进步。

广播媒体充分发挥了声音传播快速迅捷的优势,记者和公众都可以用手机在任何有信号覆盖的地方随时发稿,进行“现场直播”。现在,我们把迷你型的收音机放在衣服口袋里(与 MP3、MP4 等整合为一体)或者把广播系统安装在汽车里随时收听。电视媒体即时直播报道的技术也日趋成熟,

大家可以经常在中央电视台、凤凰卫视、CNN、BBC 等国内外主流电视媒体上看到记者在事发现场对于各类突发事件新闻的直播报道,以及对极地、高山、沙漠探险等新闻资讯的及时传播。同时,这些传统媒体都建立了自己的网站,用新媒体对其进行有效的补充,以保证传播更加迅捷便利。

新媒体是指传播技术最新和传播模式最新的媒体。新媒体颠覆了传统媒体“信源——信道——信众”三位一体的传统信息传播格局。例如,传统的报刊和广播电视媒体发现了某个自己感兴趣的新闻和信息(信源),就开始采访、写稿、拍摄或录音,编辑审核后再通过其报刊、广播电视(信道)向外播出,把新闻和信息传给自己的目标读者、听众和观众(信众)。可见,传统媒体从采访到编辑、审稿和发稿(播出)有一个固定而相对严格的信息控制流程。

但是,以互联网和手机等为主导的新媒体则改变了传统媒体“信源——信道——信众”的传播流程和传播格局。亿万网民都可以拥有自己的博客或微博,也可以随意在网上发表评论和帖子,人人都可以成为“信源”。他们在宽带网络顺畅的情况下也同时自动地掌握着媒体和“信道”。他们不仅可以自由地选择受众,而且当其接受别人的信息或者对自己的博客与评论反馈信息时,自己也是“信众”。

也就是说,在网络和手机等构建的新媒体环境中,我们人人都可以既是信源,也掌握信道,又是信众,人人都可以独立地制造、编辑、发布新闻和信息。这些信息在很大程度上可以通过网络最大范围地自由流动和广泛传播。我们对传统媒体审核与把关控制的优势在新媒体上几乎不复存在。那些在开放环境下对正常的网络信息的人为阻隔会更多地招致抱怨和愤怒,同时也并非在技术上完全可行。因此,当今时代是一个人人都是“记者”,人人都是“新闻发言人”,人人都是媒体“编辑和总编”的新时代。在这样一个全球化与资讯传播的新时代,国家对媒体管理的传统思维方式、管理理念和管理手段,我们整个公权力体系的领导方式与管理方式都面临着前所未有的压力和挑战。

互联网技术的飞速发展让公众成为新闻和信息传播的主力。谷歌(Google)、百度(Baidu)、雅虎(Yahoo)、新浪(Sina)等数以万计的各类网站

走进了全世界人们的家中和办公室里。全球数十亿人不仅可以通过网站浏览搜集到各种他们喜爱和需要的信息资讯,还可以通过电子邮件与他人自由交流,用 MSN、QQ、Skype、Twitter、Facebook、Gmail 等新媒体工具即时通话聊天,传输图片、音频、视频文件或其他多媒体文件,通过建立自己的博客和微博发表观点。人们最常用的移动通讯工具——手机成为新媒体家族的翘楚,绝大多数手机厂商还开发出了网络新闻与网络股市操作等功能。苹果公司开发的 iPhone 以及 3G^① 手机技术等就是很好的例证。

除了大众新闻媒体的传播外,其他广义的媒体传播,例如人际传播、企业传播、组织传播、行政传播、影视剧、演出等国内外文化的传播交流,也会从不同的角度影响人们的观念、思维、决策和行动。由此,也就引申出了资讯时代的第三层含义,即资讯时代对全人类生产方式、管理方式和生活方式的巨大影响。

正如著名传播学家马歇尔·麦克卢汉^②所说,“传播技术的变化将不可避免地导致文化和社会秩序的深刻改变”。他认为,技术将不可避免地改变人们的思考方式、社会构架和文化形态。麦克卢汉也被称为媒体的“技术决定论者”(Technological determinist)^③。

因此,无论我们是否情愿,是否适应,是否已经做好了准备,由信息传播

① 第三代移动通信技术(3rd-generation, 3G),是指支持高速数据传输的蜂窝移动通讯技术。3G 服务能够同时传送声音及数据信息,速率一般在几百 kbps 以上。目前 3G 存在四种标准:CDMA2000, WCDMA, TD-SCDMA, WiMAX。资料来源:百度百科 <http://baike.baidu.com/view/808.htm>。

② 马歇尔·麦克卢汉(1911—1980)是 20 世纪原创媒介理论家、思想家。他 1911 年出生于加拿大艾伯塔省埃德蒙顿市,1933—1934 年在加拿大曼尼托巴(Manitoba)大学拿到了文学学士和硕士学位,随后留学剑桥大学,1942 年获得剑桥博士学位,并在美国多所大学执教。1951 年,麦克卢汉出版第一本专著《机器新娘》,广泛分析报纸、广播、电影和广告产生的社会冲击和心理影响。1962 年,他的著作《谷登堡星汉璀璨》出版,1964 年专著《理解媒介》在人文学科领域引起强烈震撼,被誉为“最为炙手可热的学术财富”和“继牛顿、达尔文、弗洛伊德、爱因斯坦和巴甫洛夫之后的最重要的思想家……”他历史性地提出了“媒体即讯息”、“媒体是人的延伸”和“地球村”、“部落化”等观点,成为预言资讯时代划时代的人物之一。资料来源:百度百科 <http://baike.baidu.com/view/978197.htm>。

③ 斯坦利·巴兰、丹尼斯·戴维斯:《大众传播理论:基础、争鸣与未来》(Mass Communications Theory: Foundations, Ferment and Future),清华大学出版社 2004 年版,第 294 页。



马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan, 1911—1980)

资料来源: <http://tupian.hudong.com>

技术和社会发展带来的资讯时代早已悄然降临并无情地进入了我们的社会和生活之中,正在向各个领域延伸渗透,并成为我们工作和生活重要的组成部分。

总之,资讯时代是人类社会在信息技术和传播技术发展的基础上,社会开放与文明进步水平达到一定程度后,传统媒体得到整合与提升,新媒体不断涌现,全社会的资讯高度发达,信息流动日益开放自由,公共信息日趋透明,资讯日益影响并主宰着人类的生产方式、生活方式与管理方式,从而形成的一个以信息互动与信息传播主导为特征的新时代。资讯传播的量与质既代表一个国家生产力的综合发展水平,也标志着一个社会文明进步的程度,更是一个国家软实力的具体体现。

(二) 资讯时代发展的地域差别

资讯时代的发展正如目前人类社会的发展一样极不平衡。无论是信息传播在全球的整体分布状况,还是信息在不同国家和地区的传播现状都各不相同,差别悬殊。从全球的视野观察,北美、欧洲、澳洲、亚洲的韩国、日本、新加坡以及中国的香港、澳门和台湾地区都已进入了资讯时代。因为在这些地区,媒体信息和政府的公共信息基本能做到较大程度的开放和自由流动,公民的知情权和参与权基本能得到保护和满足,社会的文明程度与开

放度都很高。

而在那些高度集权、政治动荡,对信息和舆论有着特殊管制与封锁的国家和地区,资讯时代仅仅处在初级阶段。那里的民众由于资讯流动的局限与接收信息影响程度的局限,其思想与观念还处在比较保守、落后,甚至仍然处于对当今世界无知或一知半解的状态。这些欠发达地区的落后除了其先天发展条件的局限外,信息传播与影响的局限也在很大程度上制约了必要知识的获取,禁锢了人们的思想,束缚了人们的观念,钳制了人们的创新思维,无形中遏制了人们迈向开放与文明时代的步伐。

中国是一个正在快速崛起并快速步入资讯时代的发展中大国。从我国国内的传播形势看,除了港、澳、台地区外,长江三角洲、珠江三角洲和北京、天津等首都圈地区已基本进入了资讯时代,而我国的中部、西北、西南以及东北地区总体上还处在资讯时代的初期。资讯传播的状况与经济和社会的发展状况成正比。

前六大地区由于经济社会比较发达,人们受教育程度较高,获取各类资讯的条件便利(例如,资金和人才汇聚、重大国际会议、高水平的演出、展览、讲座、外宾访问、高等院校、学术活动等资源都集中在该地区),丰富的信息以及快捷的资讯传播、广泛的见闻、开阔的视野都会潜移默化地影响人们的观念和思维,改变广大民众以及政府的行为。

资讯传播开放地区的领导和群众与我国其他地区相比,总体观念新、思想开放,因而也更善于改革创新,发展的步伐也相对更快。而我国中部、西部地区 and 东北地区由于基础条件、经济与社会发展水平以及综合资讯传播等欠发达,民众的视野、观念和思路都需要进一步地开放和拓展。

可见,经济与社会的发展水平会影响信息传播,信息传播水平会影响观念和思维,而观念和思维反过来又会影响经济与社会的发展。“发展——传播——观念——发展”之间形成了一个因果循环的链条。由此可见,一个国家和地区资讯信息的覆盖范围、自由流动程度、传播的广度与深度,不仅反映出该国家和地区资讯传播特征,也成为一个国家和地区文明与发达程度的内在动力,是该地区发达与欠发达的重要因素。

资讯时代不是孤立存在的,它不仅从形式上表现出各类信息的自由流