

新形势下

领导干部科学发展能力提升教程
丛书主编：张全景 副主编：刘海藩

提升同媒体打交道的能力

黄传武 洪向华 主编

TISHENG TONGMEITI DAJIAODAO DE NENGLI



中共中央党校出版社
The Central Party School Publishing House

新形势下

领导干部科学发展能力提升教程
丛书主编：张全景 副主编：刘海藩

目录 (910) 目录 (910)

提升同媒体打交道的能力

黄传武 洪向华 主编

TISHENG TONGMEITI DAJIAODAO DE NENGLI



中共中央党校出版社
The Central Party School Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

提升同媒体打交道的能力/黄传武,洪向华主编.-北京:中共中央党校出版社,2009.10

新形势下领导干部科学发展能力提升教程

ISBN 978-7-5035-4223-7/D·2081

I.提… II.①黄…②洪… III.公共关系学-干部教育-教材
IV.C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第190417号

提升同媒体打交道的能力

黄传武 洪向华 主编

责任编辑:崔宪涛

整体设计:君 阅

出版发行:中共中央党校出版社

地址:北京市海淀区大有庄100号

邮编:100091

<http://www.dxcbs.net>

经 销:全国新华书店

印 刷:香河华林印务有限公司

开 本:880mm×1230mm 1/32

印 张:8

字 数:176千字

版 次:2009年11月 第1版

印 次:2009年11月 第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5035-4223-7/D·2081

定 价:21.00元

《新形势下领导干部科学发展能力提升教程》

编委会

主 任 张全景 中共中央组织部原部长

副主任 刘海藩 中共中央党校原副校长、教授、博士生导师

中国领导科学研究会会长

成 员(按姓氏笔画排序)

李锡炎 中共四川省委党校原常务副校长

吴 江 中国人事科学研究院院长、党委书记、研究员、博士生导师

国家特殊津贴专家

洪向华 中共中央党校科研部 副研究员

黄传武 北京邮电大学出版社副社长

谢志强 中共中央党校社会学部教授，教研室副主任

全国社科基金项目同行评审专家

董振华 中共中央党校哲学部原理教研室博士

薛伟江 中共中央党校研究室三处副处长、副教授

美国卡内基国际和平基金会访问学者

曾任中国改革开放论坛副秘书长

2008年6月28日，贵州省瓮安县发生打砸烧事件，直到6月29日，才正式发布消息。“6·28”事件时，瓮安县委书记龙长春说，事件发生之初，网络上谣言四起时，没有充分利用媒体，引起了社会各界和群众的猜疑，在思想上制造了混乱，致使不少不明真相的群众卷入。后来，陕西丹凤县又发生了徐梗荣案件。2009年2月10日早晨，丹凤县一名高二女生在丹江边遇害。3月8日，警方认定的重大嫌疑人、19岁的高三男生徐梗荣，在接受公安局审讯期间突然死亡，遗体布满伤痕。案件发生后，检察机关介入调查。随后，丹凤县通知媒体召开新闻发布会，后又临时取消。这一做法很不可取、很不明智，使本来就沸沸扬扬的事件更加“火上浇油”，加剧了公众对当地政府的猜疑，也给不确定性报道、无序性报道、猜测性报道、甚至谣传性质的传播提供了更大的空间。这些事件促使我们反思：在两起事件的整个过程中，为什么不及时向群众说明真相，让那么多群众“不明真相”？为什么不充分利用新闻媒体这一发动群众、向群众说明真相的绝好工具？其中，有许多问题值得深思，有许多深刻的教训值得认真吸取。

目前，从实践来看，一些地方在出现“突发性”事件后，本可以通过媒体准确地、有影响力地传达政府的意图，说服公众、动员公众与政府合作，共同解决危机。但有些领导干部由于对媒体及其作用的认识不足，存在不会善用媒体，不善待媒体；不懂新闻价值，利用媒体过头；应对媒体技巧欠缺，新闻礼仪欠缺；

“捂着”“掖着”“盖着”，向媒体施压制止、甚至禁止媒体报道等等问题。

随着现代信息技术的飞速发展和社会主义民主政治建设的不断进步，媒体的舆论监督作用越来越大，重视媒体的作用、运用好传媒的力量，已经成为新形势下各级领导干部加强执政能力建设的重要内容。因此，领导干部一定要按照科学发展观的要求，全面、正确地认识和把握新形势下新闻传媒出现的新动向、新特点，提高利用舆论、直面媒体、善待媒体及引导舆论的能力和水平。

1. 要提高在危机事件中面对媒体的能力

在危机事件中，领导干部要通过正确、有效的新闻发布与信息传播扭转危机，摆脱被动。如果在危机处理中表现不当，则会使突发事件进一步恶化，造成新一轮危机。在危机事件中平息事端、释疑解惑、疏导情绪、化解矛盾，不仅是一种智慧，更是一种能力，需要一定的面对媒体的经验、方法和技巧。面对危机事件，可以分阶段采取不同的策略。危机初期，要临危不惧、处变不惊，切忌封锁消息、隐瞒事实；要把握好先机，引导媒体客观公正地进行报道，并及时披露相关最新信息，先声夺人。危机中期，要向媒体展示采取的具体措施及取得的效果，展示处置危机的具体行动，尽早赢得公众的谅解和信任。危机后期，要利用媒体重建声誉，重塑形象。只有自身声誉和公众形象重新建立起来，危机处理才谈得上成功。

2. 要提高通过媒体与群众沟通的能力

古人云：“为政之道，以顺民心为本，以厚民生为本，以安民而不扰民为本。”在构建和谐社会中，领导干部要始终把群众是否受益作为工作的基本取向，时刻关注群众利益、愿望和要求，准确了解群众想什么、盼什么，把媒体上群众的意见建议作

为推动工作的动力，着力提升把握群众现实需求的洞察能力、通过媒体与群众沟通的能力。

3. 要强化领导干部的礼仪、仪容仪表、言行修养

礼仪作为现代文明的标志之一，既是吸引他人进入社交状态的重要因素，又是领导干部形象在电视或网络上被公众认同的一个前提；领导干部面对媒体的语气不宜过于尖锐泼辣，甚至生硬、尖厉、粗暴，说话时不要带“话把子”；并要根据场合的不同选择适宜的着装。所以，领导干部要努力树立良好的礼仪风范，注意平易近人、平等对话，获取最佳公众效应。

4. 要提高面对记者及接受采访的能力

领导干部一定要克服轻视记者、蔑视媒体、回避采访、盲目应对等错误做法，要坦诚、自然、客观地面对记者。要及时回应记者的来电来访，尽力提供记者所需要的背景资料，利用事实来抓住记者的注意力，以事实为基础答复记者。要尽量不使用“无可奉告”之类的语言，不当众拒绝某位记者的提问，不公开表达自己的偏见。更不要企图控制记者，而是要控制自己的言行。领导干部如果能够把握新闻报道的特点与规律，将有助于吸引记者的注意力，激发记者报道的主动性、积极性和创造性，从而营造良好的舆论环境。

接受采访是领导干部向公众传递信息、沟通情况、展示观点、树立形象最直接、最有效的途径。公众通过采访节目可以直接了解政府的工作、理念以及价值取向。所以，领导干部要积极配合媒体采访，主动与社会进行沟通，就群众关心的热点、难点、疑点问题表明态度，作出回答。这也是政府实施重大决策前期宣传、中期释疑解惑、后期总结教育的最好方式。同时，领导干部也可以通过接受采访塑造良好的媒体形象。领导干部的媒体

形象，是领导干部公众形象的重要组成部分，是领导干部综合素质的具体体现。领导干部要树立良好的媒体形象，首先要在平时加强自身修养，注意自己的一言一行、一举一动，需要长期的精心培育和日积月累；其次，在接受采访时，尽量做到语言恰如其分、举止大方适度、观念与时俱进、态度诚恳感人。

作 者

2009年8月



第一章 掀起你的盖头来:对媒体的认识与再认识

- 一、媒体的分类 /2
- 二、新媒体发展的有利条件 /17
- 三、新媒体发展的措施 /18
- 四、新媒体与传统媒体之间的关系 /19
- 五、新媒体对整个传媒行业的影响 /21
- 六、几种其他的新兴媒体 /22

第二章 成也媒体,败也媒体:国外的经验与教训

- 一、美国政府媒体应对机制分析 /34
- 二、日本政府在突发事件中应对媒体的机制 /43
- 三、英国政府在突发事件中应对媒体的机制 /49

第三章 做好新闻策划,主动引导舆论

- 一、做好年度宣传方案,公布政府议程 /60
- 二、开好新闻发布会 /65
- 三、组织好记者招待会 /79

第四章 如何应对媒体的采访

- 一、领导干部如何应对记者正常的采访 /88
- 二、如何应对外国记者的采访 /96
- 三、如何应对非正式采访 /103

第五章 如何应对媒体的非正常报道

- 一、新闻报道概述 /112
- 二、新闻报道职业道德规范 /116
- 三、新闻报道的非正常方式 /120
- 四、应对非正常报道的措施 /130

第六章 危机事件中的媒体沟通

- 一、危机事件概述 /142
- 二、媒体在应急管理中的角色扮演 /150
- 三、危机事件中政府与媒体的互动 /156
- 四、危机事件中的媒体沟通策略 /163

第七章 如何最大限度地发挥媒体的作用

- 一、媒体的正面宣传与媒体监督 /178
- 二、学会利用媒体的力量 /181
- 三、党和政府媒体形象塑造 /184

第八章 加强对媒体的管理

一、媒体管理概述 /198

二、加强媒体管理 /205

第九章 领导干部的媒介素养提升

一、领导干部具备和提高媒介素养的必要性和重要性 /222

二、领导干部应具备的媒介素养的主要内容 /230

三、领导干部培养和提高媒介素养的主要途径 /232

参考文献

后 记

第一章

掀起你的盖头来： 对媒体的认识与再认识

媒体，是指信息表示和传播的载体。目前，媒体主要分为传统媒体和新媒体两大类。新媒体实际上是相对于传统媒体来说的，比如，相对报纸而言，电视就是新媒体；但和网络比，电视又是传统媒体；如果和今后出现的更新的媒体比，那么网络很可能又是传统媒体，所以新媒体和传统媒体实际上是两个相对的概念。

一、媒体的分类

本书所指的新媒体和传统媒体主要是指在当前时代背景下的新媒体和传统媒体。一般把报纸、广播、电视称为传统媒体；把基于计算机信息处理技术之上出现的媒体形态称之为新媒体，主要包括网络媒体、手机媒体等。

（一）传统媒体

传统媒体包括报纸、广播、电视三种。

1. 报纸

作为出现时间较早；至今仍具有很大影响力的报纸，其主要特点是：

（1）信息容量大

一张对开四版的报纸，可容纳4万字左右；如果不止四版，其容量将会更大，而且还可根据需求，临时增加版面，增加新闻和副刊的总容量。而电视、广播等媒体通常受时间条件的制约，信息容量较小，一档30分钟的专题节目算比较长的了，也只能容纳4500~6000字；如延长某一档节目，就要挤占其他节目的播出时间，因此，其信息容量相对较小。

（2）受众选择自由度大

报纸可由受众进行主动选择，如选择阅读报纸的时间、地点、速度等，方便人们根据自己的习惯、兴趣、能力来进行阅读，对于感兴趣的文章，可精读、多读，不感兴趣的文章，则可略读或不读。

（3）内容丰富多样

一张报纸的内容可以有新闻、评论、散文、诗歌、照片、广告等，受众阅读时，所获得的信息量很大；而电视、广播等媒体，在较短时间内，却无法让受众获得更丰富的内容。报纸还可为适应某一特定受众出专刊，而电视、广播在此方面却受限较多。

（4）造价低廉，制作简便

相对于其后出现的媒体而言，报纸的造价十分低廉，且制作工艺、流程比较简便，尤其是激光照排技术的出现和应用，使它在出版的速度和印刷的质量上都有了明显的提高。

（5）易于保存

广播、电视媒体虽可录音、录像，但过程比较繁琐，而报纸不但保存起来简便，且占用空间较小，随身携带也十分方便。

当然报纸也有不足之处：一是传播速度较慢。由于邮寄等原因，从报纸发行开始，到受众的手中，需要几小时，甚至几天的时间，这和广播、电视等媒体的瞬时传播速度相比，就显得滞后了。二是对受众的文化水平要求较高。阅读报纸的人，需要一定的文化程度，文化程度低的人阅读报纸就会有障碍，甚至看不懂报纸。

2. 广播

由于物理学的发展，广播这种媒体应运而生，由于其得天独厚的优势，甫一出现，就受到了欢迎。

（1）传播速度快

由于广播电波的速度为30万公里/秒，且不受地理条件限制，因此传播起来相当迅速，只要有一台收音机，尽管相隔千山万水，也可在同一时间获得相同的内容。

(2) 接收便利

报纸、电视等媒体，受众在阅读或观赏时，位置往往固定，目光需要专注，而收音机既可随身携带，也可放在某一位置上接收电波，并不限制受众的其他活动，受众既可以专注听广播，也可以边听广播边做其他的事情，十分方便。

(3) 易于普及

收音机的价格相对便宜，电视机则比较昂贵，一张报纸也很便宜，但长年购买，价格也不菲，因此，收音机相对来说，更易被普通百姓接受。同时，它的传播以语言为载体，通过播音员训练有素的声音传递出的信息，亲切自然、婉转动听，非常吸引人。即便受众文化程度低，也不影响对广播内容的收听，因此，它适合不同文化程度的受众。

广播相对于报纸来说，其不足之处在于内容不易保存、不能反复收听；相对于电视来说，它缺乏图像信号的直观性，欣赏效果较差。

3. 电视

电视是将声音、文字、图像等结合起来，并通过信号来传播的媒体，其主要特点是：

(1) 直观性

电视具有非常生动的图像，使受众能够如身临其境般地感受到现场的场景，对受众的视觉、听觉产生强烈的冲击，增加受众的欣赏乐趣。由于电视反映的是客观物质现实，与人类社会活动关系密切，即便没有接受过文化教育的人，一样能看懂，适合不同层次的受众欣赏。

（2）商业性

由于在电视中所做的广告，声音、图像、文字俱全，且通过演员的肢体语言能表达出隐含的诸多信息，因此很多商家不惜重金在电视上做广告，既能产生很好的艺术效果，又能尽可能获得大范围受众的欣赏，给商家带来商机，所以电视媒体的广告收入一直是电视台重要的收入来源之一。

电视的不足之处，一是电视节目的保存不易，程序较为繁琐，二是节目播出的时间较为固定，不能“随心所欲”地观看；三是体积较大，携带不便。

（二）网络媒体

1. 网络媒体的特点

网络媒体，是指基于因特网传输平台来传播信息的媒介。联合国新闻委员会1998年5月举行的年会正式提出把互联网看作是继报纸、广播、电视之后出现的第四媒体，其主要特点是：

（1）传播速度的迅捷性

与报纸相比，网络媒体没有印刷、装订、打包、运输等程序，与广播、电视等媒体比，它没有合成、后期制作等程序，也没有灯光、布景、音响等配套服务，一条信息在电脑上编辑后，只要轻点鼠标，就能在几秒钟之内迅速传遍世界各个角落，其传播过程的简单和传播速度的迅捷，是其他媒体所无法比拟的。

（2）传播时间的实时性

网络媒体中的信息发布，不需要固定的播出时间，全天任何时候，只要有新闻，都能第一时间在网上发布、看到，比起报纸、广播、电视等媒体要优先很多；另外，一些重要的信息，还可在网上滚动播出，或者“保存”在网站上，可供网民随时点击、随时观

看，不像电视、广播等媒体，一经播出，除录像、录音、重播外，无法再随意观看。报纸虽然可随时再看，但不像网络那样易于检索，特别是进行时间跨度较大的信息检索，更不像网络那样容易。

(3) 传播空间的全球性

网络媒体的传播空间不分疆界、不分地区，全球任意一个国家都可接收到网络传播的信息，这一点是任何传统媒体都做不到的。如一名身在中国的公民，可以与一名身在美国的公民进行网上视频、网上聊天、传播新闻信息等活动，虽然各处大洋两岸，沟通却十分方便。

(4) 传播信息的海量性

网络媒体所拥有的信息量十分庞大，通过搜索和链接功能，能够把几年前，甚至几十年前的信息找到，网民不但可以找到该条信息，还可以找到其相关信息、相关网页，并能访问相关网站，做到详细了解。比起传统媒体来，其优越性十分明显。

(5) 传播方式的灵活性

传统媒体的传播方式是单向的，即点对点传播或点对多传播；而网络媒体的传播方式则是多向的，即多对多传播，任何一名编辑人员都可能是一名读者，同样，任何一名读者都可能是编辑人员，他们之间可以利用BBS、聊天室、网络电话等工具进行实时沟通；还可以发布信息，供他人共享；还可以举行网络会议等。

(6) 传播费用的低廉性

与传统媒体相比，网络媒体的传播费用比较便宜。报纸要想扩版、电视台要想开辟新的频道、广播要想扩大功率的话，都要消耗大量资金，而网络媒体在扩大信息量、增设新的传播功能方面所消耗的资金，要比传统媒体小得多，这也是网络媒体得以迅