



# 良性互动的 领导者媒体交往方略

LIANGXINGHUDONGDE  
LINGDAOZHEMEITIJIAOWANGFANGLVE

◎ 刘海藩 主编  
张 薇 著

红旗出版社

新领导  
智库书系

# 良性互动的 领导者媒体交往方略

LIANGXINGHUDONGDE  
LINGDAOZHEMEITIJIAOWANGFANGLVE

◎ 刘海藩 主编  
张 薇 著

红旗出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

良性互动的领导者媒体交往方略/刘海藩主编;张薇著.

—北京:红旗出版社,2011.12

ISBN 978-7-5051-2117-1

I. ①良… II. ①刘…②张… III. ①新闻工作-公共关系学-干部教育-学习参考资料 IV. ①G210-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 259579 号

**书 名 良性互动的领导者媒体交往方略**

**主 编 刘海藩**

**著 者 张 薇**

---

**出 品 人 高海浩**

**总 监 制 徐永新**

**责任编辑 于鹏飞**

**封面设计 李 妍**

---

**出版发行 红旗出版社**

**邮政编码 100727**

**E - mail hongqi1608@126.com**

**欢迎品牌畅销图书项目合作**

**印 刷 北京燕旭开拓印务有限公司**

**地 址 北京市沙滩北街 2 号**

**编 辑 部 010-64032963**

**发 行 部 010-64024637**

**项 目 部 010-84026619**

---

**开 本 710 毫米×1000 毫米**

**字 数 299 千字**

**版 次 2012 年 2 月北京第 1 版**

**1/16**

**印 张 19**

**2012 年 2 月北京第 1 次印刷**

---

**ISBN 978-7-5051-2117-1**

**定 价 29.80 元**

---

**版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换**

# 前 言

随着国际舆论格局的改变和传播媒介的日新月异，领导干部和媒体之间的接触和交流的机会也变得越来越。党中央根据这一实际情况，适时地提出了要提高领导干部与媒体打交道的能力。提高这种能力，不仅是国际舆论格局发展和传播媒介不断发展的必然要求，同样也是建设高素质的领导干部队伍和提高党的执政能力的迫切要求。

胡锦涛同志曾指出：“各级领导干部要充分认识新闻舆论的重要作用，善于通过新闻宣传推动实际工作，热情支持新闻媒体采访报道，正确对待舆论监督，提高同媒体打交道的能力；要把提高舆论引导能力放在突出位置，进行深入研究，拿出切实措施，取得新的成果。”

中央政治局常委、中央书记处书记、中央党校校长习近平也在2009年3月1日出席的中央党校春季开学典礼上发言强调：“要提高领导干部同媒体打交道的能力，尊重新闻舆论的传播规律，正确引导社会舆论，要与媒体保持密切联系，自觉接受舆论监督。”

由此可见，在新的时代条件和国际国内舆论格局下，如何提高同媒体打交道的能力，已成为考验领导干部执政能力极为重要的现实课题，也是提高党的执政能力、建设高素质干部队伍的一个重要课题。

“舆论导向正确，是党和人民之福；舆论导向错误，是党和人民之祸。”正是因为领导者需要媒体舆论监督来推动工作，媒体舆论监督也需要领导者的支持，这就为舆论监督中媒体与领导者的良性互动营造了存在基础，也只有媒体与领导者的良性互动才能真正实现双方的共赢。

本书从领导者与媒体良性互动的基础着手，分析领导者与媒体舆论之间的联系及各自应有的态度与交往。同时着重于阐述作为一个领导者应该怎样成功地面对媒体，处理常态或危机时与媒体的交往；并详尽介绍了领导干部真正做好与媒体间的良性互动，实现双赢。本书也通过众多实例的分析研究让领导者可以从中获得经验、汲取教训，真正做到在工作实践中实现与媒体间的良性互动，切实推动领导水平和执政能力的提高，为建设社会主义现代化强国作出更大的贡献。

# 目 录

## 上篇:知识篇

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| <b>第一章 新闻媒体的时代功能 .....</b>       | <b>3</b>  |
| 一、新闻媒体发展的历史演变 .....              | 3         |
| 1. 印刷媒介 .....                    | 3         |
| 2. 视听媒介 .....                    | 4         |
| 3. 网络媒介 .....                    | 4         |
| 二、新闻媒体有时足以让领导者下台 .....           | 5         |
| 1. 新闻媒体的特点形成了一种软权力 .....         | 6         |
| 2. 信息是新闻媒体实现其权力的根本 .....         | 6         |
| 3. 广大受众是新闻媒体权力发挥作用的重要条件 .....    | 7         |
| 三、方兴未艾的新兴媒体——网络 .....            | 9         |
| 四、监督公权力是新闻媒体的天然使命 .....          | 12        |
| <b>第二章 领导者应对新闻媒体的原则和策略 .....</b> | <b>15</b> |
| 一、与新闻媒体交往应遵循的原则 .....            | 15        |
| 1. 党管新闻媒体的原则 .....               | 15        |



|                                       |        |
|---------------------------------------|--------|
| 2. 以民为本的原则 .....                      | 16     |
| 3. 敢于面对新闻媒体的原则 .....                  | 16     |
| 4. 以诚相待新闻媒体的原则 .....                  | 17     |
| 5. 注重礼仪的原则 .....                      | 17     |
| 6. 充分准备的原则 .....                      | 18     |
| 7. 主动引导新闻媒体的原则 .....                  | 18     |
| 二、向伟人学习与新闻媒体互动的策略 .....               | 18     |
| 1. 应对新闻媒体必须以实事求是为前提 .....             | 20     |
| 2. 坚持正面宣传为主 .....                     | 20     |
| 3. 综合运用多种新闻媒体增强报道生动性 .....            | 20     |
| 4. 与记者交朋友,引导新闻媒体的报道活动 .....           | 20     |
| 5. 及时提醒,纠正不当 .....                    | 21     |
| 6. 领导者与新闻媒体打交道时的注意事项 .....            | 21     |
| <br><b>第三章 良性互动是领导者与媒体的共同需求</b> ..... | <br>23 |
| 一、领导者与媒体互动中存在的问题 .....                | 23     |
| 二、领导者需要学会与新闻媒体打交道 .....               | 24     |
| 1. 有利于领导者履行工作职责 .....                 | 24     |
| 2. 有利于提高领导者的执政能力 .....                | 25     |
| 3. 有利于搞好对外宣传、有效地影响国际舆论 .....          | 25     |
| 三、新闻媒体是领导者与公众联系的桥梁 .....              | 26     |
| 1. 新闻媒体能够满足公众对新闻的获知欲 .....            | 26     |
| 2. 新闻媒体能够让大众及时了解领导者的决策 .....          | 26     |
| 3. 新闻媒体能够引导社会公众舆论 .....               | 26     |
| 四、新闻媒体是领导者的施政平台 .....                 | 27     |
| 1. 新闻媒体受众广泛和高覆盖率 .....                | 27     |
| 2. 新闻媒体引导受众的价值取向 .....                | 27     |
| 3. 新闻媒体传递与反映着一定的政治态度 .....            | 28     |

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| 4. 新闻媒体具有强烈的文化渗透及影响力 .....         | 28        |
| 五、新闻媒体也是生产力 .....                  | 29        |
| <b>第四章 领导者要善于利用新闻媒体为工作服务 .....</b> | <b>31</b> |
| 一、善用新闻媒体为公共管理服务 .....              | 31        |
| 1. 新闻媒体是政府形象展示的平台 .....            | 31        |
| 2. 完善新闻发布机制,塑造政府良好形象 .....         | 34        |
| 3. 充分发挥新闻媒体对政府决策的作用 .....          | 37        |
| 4. 善于借助新闻媒体为宣传造势 .....             | 38        |
| 5. 巧用手机短信信息发布平台 .....              | 39        |
| 二、把新闻媒体策划作为重要的政务工作 .....           | 41        |
| 1. 新闻媒体事件:不可低估的公共力量 .....          | 41        |
| 2. 新闻媒体策划:宣传工作的生命线 .....           | 41        |
| 3. 领导者媒体策划能力的基本要求 .....            | 44        |
| 4. 制定有效的新闻媒体运用策略 .....             | 45        |
| <b>第五章 领导者要把握舆论,接受舆论监督 .....</b>   | <b>48</b> |
| 一、认识媒体舆论,引导媒体舆论 .....              | 48        |
| 1. 舆论的含义和特征 .....                  | 48        |
| 2. 我国转型期媒体舆论的发展趋势 .....            | 49        |
| 3. 媒体舆论对我国民主建设的积极作用 .....          | 51        |
| 4. 媒体舆论对社会大众产生着积极影响 .....          | 52        |
| 5. 把握舆论,促进舆论和谐 .....               | 53        |
| 二、主动地做好舆论引导与舆论宣传 .....             | 55        |
| 1. 凝聚舆论共识,重视舆论引导 .....             | 55        |
| 2. “一枝一叶总关情”的“以人为本” .....          | 56        |
| 3. 领导者有必要做好舆论宣传工作 .....            | 57        |
| 4. 做好舆论宣传的基本要求 .....               | 58        |





|                           |    |
|---------------------------|----|
| 5. 把握宣传尺度,避免“宣传失灵” .....  | 60 |
| 6. 做好负面事件中的舆论引导 .....     | 62 |
| 三、领导者要自觉接受舆论的监督 .....     | 62 |
| 1. 舆论监督是领导者权力的监视器 .....   | 62 |
| 2. 是“舆论监督”,而非“监督舆论” ..... | 64 |
| 3. 学会“四个转变”,适应媒体监督 .....  | 66 |
| 4. 回应不正确报道需要讲究策略 .....    | 67 |
| 5. 应当理性地应对“媒体审判” .....    | 69 |
| 四、理智地应对媒体的批评性报道 .....     | 71 |
| 1. 正确地认识媒体的批评性报道 .....    | 71 |
| 2. 坚决摒弃封堵批评性报道的做法 .....   | 73 |
| 3. 积极开展危机事件的新闻报道 .....    | 75 |
| 4. 不以主观揣度民众之心 .....       | 76 |
| 5. 站在群众立场处理群体性事件 .....    | 77 |

## 下篇 应对篇

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 第六章 领导者与新闻媒体沟通的艺术 .....      | 81 |
| 一、练好和新闻媒体沟通的基本功 .....        | 81 |
| 1. 与新闻媒体有效沟通的原则 .....        | 81 |
| 2. 与媒体沟通要从“知彼”开始 .....       | 83 |
| 3. 和记者沟通,先要学会倾听 .....        | 85 |
| 4. 消除与新闻媒体沟通的障碍 .....        | 88 |
| 二、把握好和新闻媒体沟通的尺度 .....        | 91 |
| 1. 和新闻媒体沟通时要注意“三不” .....     | 91 |
| 2. 处理好信息公开与保守国家秘密的矛盾 .....   | 93 |
| 3. 采用“金字塔”策略,对新闻媒体区别对待 ..... | 94 |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| 4. 善待新闻媒体,重视记者的采访 .....           | 95         |
| 5. 统一说话口径,谨防口径不一 .....            | 96         |
| 6. 不要轻易地对媒体说“无可奉告” .....          | 98         |
| <b>第七章 领导者应努力塑造好自己的媒体形象 .....</b> | <b>101</b> |
| 一、领导者应塑造好自己的“媒体形象” .....          | 101        |
| 1. 像老一辈革命家那样塑造良好的媒体形象 .....       | 101        |
| 2. 领导者媒体形象的基本特性 .....             | 102        |
| 3. 领导者良好的媒体形象具有巨大的价值 .....        | 103        |
| 4. 领导者塑造“媒体形象”的原则 .....           | 105        |
| 5. 在媒体面前应表现自己的诚实 .....            | 106        |
| 6. 在媒体面前应表现出自己的自信 .....           | 107        |
| 7. 在新闻媒体上展示自己的才学形象 .....          | 108        |
| 8. 在新闻媒体上树立自己的风度形象 .....          | 109        |
| 9. 在新闻媒体上树立公关形象应当恰当适度 .....       | 110        |
| 二、让自己在媒体中的表现无懈可击 .....            | 111        |
| 1. 领导者“出镜”形象的设计技巧 .....           | 111        |
| 2. 向公众展示自己良好的体貌形象 .....           | 115        |
| 3. 注重着装,突出品位与风采 .....             | 116        |
| 4. 在聚光灯下展示自己的魅力 .....             | 122        |
| 5. 领导者在特定场合下塑造好媒体形象 .....         | 124        |
| <b>第八章 领导者如何做新闻发言人 .....</b>      | <b>125</b> |
| 一、信息时代对新闻发言人的要求 .....             | 125        |
| 1. 时代呼唤新闻发言人制度 .....              | 125        |
| 2. 新闻发言人是组织形象的人格化 .....           | 127        |
| 3. 新闻发言人应具有的素质和能力 .....           | 128        |
| 4. 新闻发言人应当具备的媒体素养 .....           | 132        |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 二、新闻发言人如何准备新闻发言 .....         | 134 |
| 1. 日积月累地做好“基础准备” .....        | 134 |
| 2. 熟练地做好“专业准备” .....          | 135 |
| 3. 精心地做好“重点准备” .....          | 135 |
| 4. 胸有成竹地做好“临场准备” .....        | 136 |
| 三、新闻发言人如何与媒体互动 .....          | 137 |
| 1. 新闻发言人与媒体互动的基本要求 .....      | 137 |
| 2. 新闻发言人要善于与记者沟通 .....        | 139 |
| 3. 坦诚：新闻发言人的道德底线 .....        | 141 |
| 4. 新闻发言人与媒体互动的“八项注意” .....    | 143 |
| 5. 新闻发言人要具备控场能力 .....         | 146 |
| 四、新闻发言人如何应答记者的提问 .....        | 149 |
| 1. 新闻发言人应对提问的基本原则 .....       | 149 |
| 2. 新闻发言人应答提问时的表述要求 .....      | 152 |
| 3. 调整好自己的情绪，控制好会场的气氛 .....    | 154 |
| 4. 与记者你来我往，在必要时应针锋相对 .....    | 155 |
| 5. 虚中掩实，模糊回避不便回答的问题 .....     | 156 |
| 6. 重视态势语言，让身体说话 .....         | 157 |
| <br>第九章 领导者如何应对记者的采访与提问 ..... | 161 |
| 一、领导者应对新闻记者采访的策略 .....        | 161 |
| 1. 了解新闻记者的属性与采访特点 .....       | 161 |
| 2. 领导者应对新闻记者的基本策略 .....       | 163 |
| 3. 领导者如何接受新闻记者的采访 .....       | 166 |
| 4. 接受采访时需要注意的细节问题 .....       | 169 |
| 二、领导者应对媒体记者提问的方法 .....        | 171 |
| 1. 了解与把握记者提问的语言特点 .....       | 171 |
| 2. 应对记者提问的基本要求 .....          | 172 |

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 3. 在媒体面前说话要准确通顺 .....           | 175 |
| 三、领导者应对记者提问的技巧 .....            | 177 |
| 1. 巧妙避开敏感话题的技巧 .....            | 177 |
| 2. 水来土掩、兵来将挡的艺术 .....           | 182 |
| 3. 变被动为主动 .....                 | 185 |
| 4. 领导者应对媒体记者非难的妙招 .....         | 186 |
| 5. 适时展现领导者的幽默艺术 .....           | 188 |
| 6. 对记者的真实性“摸底”考察 .....          | 192 |
| <br>第十章 领导者要敢于应对网络媒体的挑战 .....   | 202 |
| 一、领导者要重视对新兴媒体的研究 .....          | 203 |
| 二、领导者要善待新媒体 .....               | 205 |
| 三、领导者要善用新媒体 .....               | 207 |
| 四、领导者要善管新媒体 .....               | 208 |
| <br>第十一章 在突发事件中要善于发挥媒体的作用 ..... | 210 |
| 一、在突发事件中要善于利用媒体 .....           | 210 |
| 1. 媒体意识:突发事件后的快速反应 .....        | 210 |
| 2. 善借媒体功能,应对突发事件 .....          | 212 |
| 3. 加强与媒体的沟通,促进突发事件的解决 .....     | 215 |
| 4. 利用多种媒体,传播正面信息 .....          | 217 |
| 5. 在突发事件中运用媒体的策略 .....          | 219 |
| 6. 海城豆奶事件:不应该的媒体公关教训 .....      | 221 |
| 二、要善于做好突发事件中的舆论引导 .....         | 224 |
| 1. 主动引导新闻媒体的舆论导向 .....          | 224 |
| 2. 充分利用主要舆论的核心人物 .....          | 226 |
| 3. 争取“第一时间”,摒弃后发制人 .....        | 228 |
| 4. 监控谣言,积极地进行辟谣工作 .....         | 232 |



|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 5. 面对媒体,领导者要勇于承担责任 .....        | 234 |
| 6. 走出应对新闻媒体舆论的误区 .....          | 236 |
| 7. SARS:舆论引导的经典案例 .....         | 237 |
| 8. “5·12”汶川地震报道的范例 .....        | 241 |
| 9. 河南省三门峡市“7·29”淹井事件的成功救援 ..... | 244 |

# 上篇：知识篇



# 第一章

## 新闻媒体的时代功能

新闻记者历来被视为“无冕之王”。信息时代的社会，更是典型的传媒社会。新闻媒体的作用更加凸显，其受众之广泛，其影响之强烈，其权力之重要，正在全方位地影响着整个社会。现代领导者，不可能置身媒体事外，更不可以忽略对新闻媒体的有效利用。否则，领导者就难以做好领导工作，就更难以取得工作上的佳绩。因此，了解媒体的功能作用并善于应对，是时代所要求的领导使命。

### 一、新闻媒体发展的历史演变

新闻媒体，亦称媒介、传播媒体、大众传媒，是指传播信息资讯的载体，即信息传播过程中从传播者到接受者之间携带和传递信息的一切形式的平台或介质。1943年美国图书馆协会的《战后公共图书馆的准则》一书中首次使用它作为术语，现在已成为各种传播工具的总称。

新闻媒体的出现，标志着传播媒体与社会之间的互动已经发展到相对成熟的阶段，传媒不再是权势集团独享的特权，一般民众的需求也得到关注。由于传播媒介的不同，新闻媒体的发展呈现出阶段性的变化。依据大众传播媒介的变化，新闻媒体发展到今天，其形态的演变可划分为印刷媒介、视听媒介和网络媒介三个阶段。

#### 1. 印刷媒介

印刷媒介也可称为纸质传媒，其主导的传媒从15世纪开始，主要是报



刊。现代报纸的起源是德国 15 世纪出现的印刷新闻纸（单张单条的新闻传单）。一般把 1615 年创刊的《法兰克福新闻》视为第一张“真正的”报纸，因为该报有固定名称，每周定期出版一次，每张纸上印有数条而不是单条新闻（但是该报是单面刷）。1650 年在德国莱比锡出现了最早的日报《新到新闻》。

“报纸”的英文一词（Newspaper）最早出现于 1665 年英国第一家报纸《牛津公报》上。17 世纪报纸迅速散布到整个欧洲大陆，并很快地为当时的资产阶级革命党所利用。他们将报纸当做对抗封建主的宣传鼓动工具。1833 年名为《太阳报》的“便士报”的出现标志着现代大众媒介的兴起，报刊以一般平民为受众，传媒显示出大众化、平民化、生活化等特点，对社会各领域进行报道，并初步显示出它们在影响社会发展中的力量。此后以报刊为主的新闻媒体逐渐活跃起来。

## 2. 视听媒介

严格地讲，视听媒介应划分为声音媒介和影像媒介两个阶段。20 世纪早期无线电收音机与第二次世界大战后进入家庭的电视机引导了新闻媒体的视听媒介阶段，一直持续到 20 世纪 90 年代中期。视听媒介以其声像、速度上的优势以及报道的形象性为广大民众所喜爱，并且克服了印刷媒介对识字的要求。通过视听媒介，遍布各地的妇孺老幼无论文化程度的深浅，都可以得知千里之外的事情，并且可以通过收音机里的声音和电视里的图像形成对事对人的或主观或客观的看法。人类学家经研究发现视听媒介的普及在很大程度上已经改变了民众的文化行为，民众可以根据自己的喜好自主地选择不同的节目。视听媒介使信息的传播突破了时空的界限和文化水平的障碍，同时也给了民众一定程度上的信息选择的自主权。

## 3. 网络媒介

互联网是在美国诞生、发展起来的。最初只是应用于美国国防部控制下的军事系统内部。20 世纪 90 年代初期，美国解除了对互联网的限制，互联网成为一种新的媒介以超过以往任何一种媒介的速度迅速进入千家万户。