

传播与国家治理研究丛书

M & C

新媒体时代的 政府公共传播

朱春阳 著

 复旦大学出版社

传播与国家治理研究丛书

新媒体时代的 政府公共传播

朱春阳 著

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新媒体时代的政府公共传播/朱春阳著. —上海:复旦大学出版社, 2014. 11

(传播与国家治理研究丛书)

ISBN 978-7-309-11074-6

I. 新… II. 朱… III. 国家行政机关-传播媒介-研究-中国 IV. ①D630.1②G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 253976 号



新媒体时代的政府公共传播

朱春阳 著

责任编辑/章永宏

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

江苏省句容市排印厂

开本 787×960 1/16 印张 16 字数 204 千

2014 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-11074-6/G·1432

定价:38.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

总 序

李良荣*

新媒体正在广泛、深刻、持久、全方位地改变着世界。

新媒体凭借何等魔力能以如此广度、深度、速度改变世界？无他，新媒体对人类的本质意义在于通过技术把赋予人民的传播权利(Right)变成了传播权力(Power)，真正实现了任何人在任何时间、任何地点都可以公开发布任何信息和意见。由此，公共传播由过去被极少数人所垄断的局面演绎成为全民的狂欢、众声喧哗，宣示了互联网时代的来临。从而，信息流量、信息流速、信息流域、信息流向都以几何级数增大、增强，水银泻地般浸润着、冲击着、影响着政治、经济、社会、军事的方方面面。

按照马克思主义的基本观点，作为当今世界先进生产力的典型代表，异军突起的新媒体，必然引发生产力和生产关系、上层建筑和经济基础的调整。当今中国的种种变化，都是这种深层社会关系调整的表现；而且必须顺应这种关系的调整才能窥得未来的方向。

在新媒体引发当代中国的种种变化中，十分突出的一点是：新媒体为中国的各级政府塑造了全新的执政环境。

这种全新的执政环境，以一句形象的话表达就是：过去政府“说一不二”、现在大众“说三道四”；过去政府“吆五喝六”，现在大众“七嘴八

* 李良荣为复旦大学特聘教授、博士生导师，传播与国家治理研究中心主任。

舌”。这种改变表明过去“一种意见”、“一言堂”、“舆论一律”的“一元化”执政格局已经不复存在,显现出了政府的一元意志与社会各种群体利益的多元诉求之间的张力与冲突。如何降低摩擦、推动社会理性进步?这其中,传播的力量不容忽视。

政府必须保证政令畅通才能顺利行政,这需要传播的力量。

当今中国早已形成多元化的利益格局。针对政府政策,不同的利益群体有不同的诉求。这种诉求,过去只是私底下的“牢骚”,现在已经成为公开的表达,甚至向政府叫板。这样一来,政府必须在与众多意见的博弈与协商中才能达成基本的政治共识、社会共识。这也需要传播的力量。

然而,这也是党和政府自建国以来从未遇到过的新问题、新挑战。这样新的执政环境,倒逼着我们的党和政府提出了“国家治理体系和治理能力的现代化”这一政治改革新目标。这一“现代化”被认为是继“工业现代化、农业现代化、国防现代化、科学技术现代化”之后的“第五个现代化”,对于我国未来的发展目标与路径都有着极其重要的意义。

本系列丛书就是以“推进国家治理体系和治理能力现代化”为目标,中心议题是讨论新媒体传播对于国家治理带来的挑战与机遇,服务于党和政府在新的执政环境下治国理政方略的变革。

这是新的课题、新的探索。我们的书中观点难免有幼稚之处、也可能会有偏颇,但我们会继续前行。

2014年10月26日

第一章 我们如何研究政府公共传播 / 1

第一节 政府与传播:基于数据与案例的反思 / 3

第二节 中美“政府—媒介”关系框架考察 / 12

第三节 政府公共传播研究的价值坐标 / 20

案例一 “@上海发布”的沟通策略 / 37

第二章 政府为何需要公共传播 / 44

第一节 政府是谁:公共管理视野下的政府角色定位 / 46

第二节 政府公共传播的价值目标分析 / 55

第三节 新时期我国政府公共传播演化的动因分析 / 59

第四节 当前我国政府公共传播面临的主要问题 / 65

案例二 哈尔滨“阳明滩大桥坍塌事件”的舆情演化 / 74

第三章 政府公共传播:渠道比较与优化分析 / 79

第一节 我国政府与大众传播渠道关系的特殊性 / 80

第二节 我国大众传播渠道的优势与劣势 / 83

第三节 西方政府如何利用大众传播渠道 / 88

第四节 政府公共传播:非大众传播渠道的使用与合作 / 94

第五节 政府公共传播渠道的优化战略 / 107

案例三 郑州“@西瓜办”的经验 / 118

第四章 政府新媒体传播:如何跨越“数字鸿沟” / 124

- 第一节 跨越“数字鸿沟”:政府公共传播新起点 / 125
- 第二节 当前新媒体传播:现状与特征 / 141
- 第三节 数字鸿沟:政府新媒体传播面临的挑战 / 159
- 第四节 打通两个舆论场:政府新媒体传播的创新方向 / 168
- 案例四 会理县悬浮照事件:政务微博互动模式的探索 / 183

第五章 网络群体性事件中的政府公共传播创新 / 190

- 第一节 网络群体性事件:新媒体时代政府公共传播研究的样本 / 191
- 第二节 网络群体性事件的政府议程演化与存在问题 / 195
- 第三节 网络群体性事件中政府公共传播面临的挑战 / 202
- 第四节 网络群体性事件中政府公共传播创新的分析框架 / 207
- 第五节 网络热点阶段的政府公共传播创新 / 213
- 第六节 网络群体性事件“事中”阶段的政府公共传播创新 / 225
- 第七节 网络群体性事件“事后”政府议程管理创新 / 238
- 案例五 云南“躲猫猫”事件 / 242

参考文献 / 246

后记 / 250

第一章

我们如何研究政府公共传播

以互联网、手机为代表的新媒体的崛起使大众传播与信息传播权力关系发生了革命性的变化,并深刻地影响着现实的政治运行过程。作为政治传播研究的主要代表人物, Jay G. Blumler 将这种基于新媒体的政治传播称为第三代政治传播。在他看来,第一代政治传播以政党控制为主,主导了“二战”后的二十年;第二代政治传播以覆盖全国的广播网为政治传播的主导媒介,始于 1960 年代;第三代政治传播则以新媒体为重要手段,政治传播媒介向立体化发展^①。那么,以互联网为代表的新媒体对政治活动的影响如何呢?按照赵鼎新的观点,尽管互联网是电视之后改变人们生活的一个最为重要的传播技术突破,而且一经出现马上就被运用于社会运动的动员;但传统媒体能够对社会产生根本性影响的原因在于当时信息较少,而互联网诞生于信息爆炸时代,只不过是放大了信息爆炸的规模;互联网上的虚拟社会在兴趣和利益上高度分割,很难在网上协同做一件事情;因此,互联网对于以社会运动为代表的社会政治生活的重要性可能不会有许多学者想象的那么大^②。而另外一批研究者却持几乎相反的观点,他们认为互联网带来

^① Jay G. Blumler and Dennis Kavanagh. The Third Age of Political Communication: Influences and Features//In Denis McQuail (Eds.), *Mass Communication: II*, Sage Publication, 2007: pp. 46-48.

^② 参见赵鼎新:《社会与政治运动讲义》,社会科学文献出版社 2006 年版,第 271—273 页。

的是一场影响力巨大的“新媒体革命”。例如，基于互联网对中国政治影响的现实观察，李良荣认为，互联网是继文字、印刷术、电报以后人类的第四次传播革命，本质上是传播资源的泛社会化和传播权力全民化，以“去中心—再中心”为基本特征，从而形成全新的执政环境^①；同时，网络问政推动权力在阳光下运行，互联网改变了公众政治参与可能，“老百姓终于有了可以说话的地方”，这背后凸显的是大众政治的勃兴^②。

其实，关于新媒体对政治活动影响的研究分歧还不仅仅于此，他们已经明确分成两种截然相反的观点：一种是乐观主义的，一种是悲观主义的^③。乐观主义者认为，新媒体促进了政治组织与公民的双向传播，改变了传统政治传播中自上而下的传播；积极的参与式民主和公民控制可以建立在政治组织和公民的互动性基础之上；新媒体能够促进积极的公民社会的产生，并给民主政治注入新的活力；新媒体传播更加丰富、更加多样的政治信息，公民通过掌握丰富的政治信息可以避免受到操纵，进而使社会更加民主；新媒体可以促进多元民主的发展，公民身份趋向于地方化和局部化；新媒体在全球内的互动性传播，可以形成多元主义的世界大同，而民族国家将被地方主义和世界大同所代替。悲观主义者却认为，虽然新传播技术促进了互动式的双向传播，但自上而下的单向传播并未被取代；公民仍然不能成为积极的传播者，仍然是受到职业传播专家的操控；社会精英仍然像操控传统媒介那样操控新媒介，从而对人们进行说服、宣传、教育、哄骗和操控；新媒体只是强化了传统政治，而不是建立起不同于传统的新型参与政治；即使建立起了直接民主，但也产生“虚假参与”的消极后果；新媒体政治不是促进多元民主，也不是产生世界大同式的民主；看似民主的公民投票，也是精英操纵的、带有偏见的参与；公民身份的地方化和局部化，使职业的政治传播

① 参见李良荣、郑雯：《论新传播革命》，《现代传播》2012年第4期。

② 参见李良荣、张盛：《互联网与大众政治的勃兴》，《现代传播》2012年第3期。

③ 参见刘文科、张文静：《第三代政治传播及其对政治的影响》，《西南政法大学学报》2010年第5期。

专家更易于进行有针对性的政治传播,目标更为明确,动员更为有效。

我们认为,上述两种观点对于认识新媒体传播的价值都有参照意义,并提醒我们在判别新媒体对政府公共传播的具体影响时更加审慎。就本书而言,我们则遵循“国际视野、经验出发、落脚中国问题”的基本研究取向,更强调对新时期政府公共传播的实际演化经验以及当代中国政治传播的独特问题的特别关注,并在此基础上检讨既有研究结论的价值所在。因此,经验取向和问题导向将作为本书的核心研究价值取向,也是我们开展研究的逻辑起点。在这一研究取向,我们观察发现,伴随国家治理体系与治理能力现代化的不断尝试,新媒体正在推动我国社会从传统秩序向现代秩序加速转型,上述关于新媒体传播的“乐观主义”的看法在我国政治传播活动中得到了较多的佐证,政府公共传播正面临一个从“独白”到“对话”的转变过程,而我们的核心任务亦在于从这一纷繁复杂、曲折反复的演化过程中发现政府公共传播的核心问题和有效经验,并将之抽取出来,探索一条政府跨越“数字鸿沟”的可能通路。

第一节 政府与传播:基于数据与案例的反思

美国总统托马斯·杰斐逊在 1787 年说过:“民意是我们政府的基础,所以首要目标是维护这一权利。如果由我来决定我们是要一个没有报纸的政府还是没有政府的报纸,我将毫不犹豫地选择后者。”^①时至今日,大众传播媒介已经远远不止报纸一种形态,而政府和大众传播媒介的关系仍然是政府公共传播研究所关注的焦点问题。和西方大众传播业奉行商业体制和公共传播体制不同,我国传媒业自从新中国建立以来实行的是国有体制,即全部大众传播媒介都属于官方媒体。此

^① J·赫伯特·阿特休尔:《权力的媒介》,华夏出版社 1989 年版,第 32 页。

外,我国在 1983 年由外交部率先设立新闻发言人,并于 2003 年 SARS 危机后,在中央和地方各级政府部门全面建立起了这一制度。2008 年,我国《政府信息公开条例》正式颁布,成为推动政府公共传播的重要法规依据。伴随着互联网在我国的快速普及,非官方背景的网络传播平台开始兴起,并聚合成为新的传播权力中心。在这一新的传播权力格局下,如何处理好政府与官方媒体、非官方网络媒体等多层次传播关系,实现有效传播,不仅考验着既有传播管理体系创新能力,也成为国家治理体系与治理能力现代化的核心议题。回应这一问题,需要我们回到“政府与传播”这一政府公共传播研究的起点问题。

一、三组数据:政府与传播的复杂现实

政府与传播的关系现状如何?我们先来看看三组数据。

数据 1

据 2006 年的一项国际舆论调查结果^①显示,相比政府传播的信息,人们更加信赖媒体报道的内容。这项调查由英国 BBC、路透社和美国“媒体中心”发起,涉及全球 10 个国家的公众;其中,公众对媒体的信赖度(61%)超过对政府的信赖度(52%)。调查对象为韩国、美国、英国、德国、俄罗斯、巴西、埃及、印度、印度尼西亚和尼日利亚等 10 个国家。信赖度在各国家之间有很大的偏差。在尼日利亚、印度尼西亚、印度,公众回答显示为更加信赖媒体;而在美国、英国、德国等国家,公众对政府发表的信息则更为信赖。韩国是唯一对政府和媒体的信赖度完全相同的国家,两项数字均为 45%,都要低于调查显示的世界平均水平。在信息接触渠道选择上,各国则表现出非常明显的差异:美国主要是通过电视(50%)、报纸(21%)、网络(14%)获取新闻;英国依次是电视(55%)、报纸(19%)、电台(12%);德国依次是报纸(45%)、电视

^① 姜京姬:《KBS、NAVER、〈朝鲜日报〉当选在韩国最受信赖的媒体》,朝鲜日报中文网,2006 年 5 月 4 日。

(30%)、网络(11%);而韩国是电视(41%)、网络(34%)、报纸(19%),通过网络获取新闻的比率在上述 10 个国家中最高。

数据 2

中国社会科学院法学研究所于 2010 年 2 月发布了我国首个《地方政府透明度年度报告》^①。该报告以政府网站信息公开为考察视角,对选取的全国 43 个城市的政府门户网站进行调研后发现,政府网站已经成为地方政府公开政府信息的重要渠道;43 个城市都有各自的市级政府门户网站,均在网站醒目位置设有专门的政府信息公开平台,有的还建有专门的政府信息公开或者政务公开网站。各地方政府网站向公众提供的信息公开内容涉及政府机构设置、机构职责、政策法规、办事依据和流程、政府管理最新动态等事项。但从整体情况来看,有超过六成的政府网站测评结果不及格。

数据 3

国家行政学院电子政务研究中心发布《2013 年中国政务微博客评估报告》^②显示,截至 2013 年年底,我国政务微博客账号数量超过 25 万个,较上年依然增长 46%;其中,党政机构微博客账号 183 232 个,增长率 61.61%;党政干部微博客账号 75 505 个,增长率 19.22%。

2009 年,微博开始正式登上中国政治传播舞台,2010 年被称为“中国微博元年”,2011 年被称为“中国政务微博元年”。这一年我国政务微博的增长率达到了 776%,2012 年的增长率也达到了 249%。

上述三组数据至少说明了以下几点:

(1) 政府和媒体的关系不仅影响政府公信力,也会影响媒体公信力;而且,并非所有国家政府和媒介都是同一标准,而是各有自己的关系特征。

^① 参见《中国法治发展报告蓝皮书(2010)》,社会科学文献出版社 2010 年版,第 322—349 页。

^② 参见国家行政学院电子政务研究中心:《2013 年我国政务微博客评估报告》2014 年 4 月 8 日。

(2) 和发展中国家相比,发达国家政府的信誉度要高于媒体的信誉度;反过来,发展中国家媒体的信誉度要高于政府的信誉度。这表明社会发达程度对于政府—媒介关系有着不同的规定性,发展中国家的政府可以借鉴发达国家提高政府公共传播信誉度的一些基本经验,以解决自身相对较低的信任度的问题。

(3) 在针对政府的评价指标体系中,政府传播行为与能力类指标日益被突出。如何改善政府与传播的关系,以及如何更有效率地利用大众传播媒介实现政府公共传播目标,正成为一个重要课题。

(4) 由于各国媒介形态的结构不同,导致人们获取信息时对具体媒介形态的依赖程度也不尽相同;这种不同进一步决定了政府公共传播所采用的传播组合策略也要不同,只有那些契合本地传播形态结构的公共传播策略才能获得理想的效果。

(5) 就中国政府与各级地方政府而言,如何利用互联网等新媒体平台更好地实现与公众的沟通,已经成为未来政府公共传播发展的主要议题。从政府门户网站的开通到政务微博的普及,政府公共传播的整体趋势正从单向传播、以我为主,转向主动出击、双向互动,逐步推动“官方舆论场”融入互联网这一“民间舆论场”核心地带。尽管存在各种各样的问题和不足,但从过去三年来(2011—2013)政务微博的高速发展可以看到政府推动自身主动投入媒体传播领域的决心和勇气。

二、案例:韩国政府与媒体的冲突关系

数据1中,韩国政府与媒体的关系显得与众不同:①政府和媒体的可信度是一致的,比例都是45%;②政府与媒体对可信度得分都要低于调查显示的世界平均水平;③韩国公众对互联网的信赖程度远高于其他国家,位居调查涉及各国的首位,并远远超过报纸,达到了34%^①。

① 姜京姬:《KBS、NAVER、〈朝鲜日报〉当选在韩国最受信赖的媒体》,《朝鲜日报》中文网,2006年5月4日。

为什么会出现这样的结果呢?唯有从韩国政府和媒介关系的历史演变出发才能窥及问题的内在要义。

在不同的历史时期,韩国政府与媒体的关系存在很大差异。在朝鲜战争后的半个世纪的历史进程中,韩国渐渐从威权政治走向民主政治,政府对媒体的控制从原先的强行控制、直接控制渐渐转向平衡、博弈和间接控制^①。例如,全斗焕时期政府对新闻媒体实施严厉控制:一是大规模解雇新闻工作者,甚至监禁记者;二是合并、关闭新闻机构;三是通过并实施压制性的《报业基本法》。其中,1980年以反腐败的名义对新闻界进行大清洗,对新闻业造成的负面影响非常大。40家报纸的700多名新闻工作者被解雇或者停职。经历过全斗焕时期,韩国报纸从28家减到11家,通讯社从6个减到1个,广播电视从29个减少到27个。全斗焕政府甚至还专门成立了“公共信息协调办公室”,每日对媒体发布报道指南,详细规定对报道的种种要求。对广播电视,干脆将其国有化(公营化),在总统直接监督下运行;对娱乐节目、新闻节目和宗教节目加以严格限制。政府甚至规定晚上12点到早晨6点、上午10点到下午5点30分等时段不允许播出,因为这个时候应该是睡觉或者工作,不应该看电视^②。

1997年,金大中竞选总统成功,使韩国的权力结构发生变化,政治取向更加趋向改革,保守派手中掌握了几十年的政治权力,转移到了主张改革的政治团体手中。代表社会中低层公众的金大中政府,要面对代表社会中上层的保守派的挑战,政治资源和信息资源被重新分割^③。以民营为主的报业中,三大报《东亚日报》、《朝鲜日报》和《中央日报》控制了舆论,他们的政治倾向趋于保守。因此,代表改革派的金大中政府

① 张涛甫:《试论韩国媒体与政治的关系》,《杭州师范大学学报·社会科学版》2009年第4期。

② 参见张涛甫:《试论韩国媒体与政治的关系》,《杭州师范大学学报·社会科学版》2009年第4期。

③ 郎劲松、李磊:《卢武铉政府与传媒关系的调整 and 重构》,《现代传播》2005年第4期。

并未获得强有力的舆论支持,政府和媒介之间的关系也从此变得“紧张起来”了,以至于他的后任卢武铉总统曾感叹:“早晨一看到(那些报纸),心里就不痛快”^①。卢武铉还曾公开评价政府与报纸之间的关系:“权力与媒体的紧张关系”、“保守的报纸扭曲了韩国的舆论”^②。在金融危机影响下,金大中政府采用了开放市场和重组社会经济结构的政策。政府主导下的结构重组引起媒介产业的变化,迫使《中央日报》、《文化日报》、《京乡新闻》等几家报纸从三星、现代和韩华集团分离出来。2002年,经过审计,号称“三巨头”的报纸《朝鲜日报》、《中央日报》、《东亚日报》被处以最高额的税款处罚,有的经营者被判入狱^③。

关于政府与媒介关系,韩国学者认为,“韩国媒介最重要的一点是它的发展受政府强有力的指导。媒介的成长和财富的积累,主要归功于政府的保护政策和优厚待遇。国家试图把媒介作为推行政策的工具,并进行了严格的控制”^④。我国学者陈力丹教授则认为:“既不是过去传统的附属关系,也不是西方那样的对手关系,而是既合作又批评、以合作为主的一种特殊关系”^⑤。但是,韩国媒体由于历史的原因,不同媒体与政府之间表现出了不同的关系。自从金大中主政以来,报业与政府敌对,广播电视与政府合作,这是近年来韩国人的共识^⑥。究其原因,主要是因为报纸与保守政治力量长期关系密切,而且因为民营的原因,在政治选择上有自己的空间;而广播电视行业中民营力量相对薄弱,受政府的直接管制较多,在政治选择上只能跟随执政党的指挥棒起舞。表 1-1 是韩国各政治力量与媒体关系一览表。

① 转引自汾水:《韩国施行修改后的新闻法》,《今传媒》2005 年第 11 期。

② 转引自郎劲松、李磊:《卢武铉政府与传媒关系的调整和重构》,《现代传播》2005 年第 4 期。

③ 参见郎劲松、李磊:《卢武铉政府与传媒关系的调整和重构》,《现代传播》2005 年第 4 期。

④ 朴明珍、金昌男、宋秉宇:《现代化、全球化和强权国家:韩国的媒介》,载于《跨文化交流与研究——韩国的文化和传播》,郭镇之主编,北京广播学院出版社 2004 年版。

⑤ 陈力丹:《传统与现代的漫长交战——韩国新闻事业及政策的演变》,《国际新闻界》1996 年第 2 期。

⑥ 郎劲松、李磊:《卢武铉政府与传媒关系的调整和重构》,《现代传播》2005 年第 4 期。

表 1-1 韩国各政治力量与媒体关系一览表^①

党派	性质	状态	与媒体关系
大国家党	保守	在野	支持报纸,反对言论改革
开放国家党(卢武铉 所在党)	改革	执政	反对报纸,亲近电视,支持言论改革
民主劳动党	进步(代表社会底层利益)	在野	矛头直指代表富有阶层的《朝鲜日报》,强烈要求改革

卢武铉在任总统时曾表示,新政府目前正在努力创造新的执政氛围和文化。其要点就是把昔日以权力为中心的“权威主义政治”转换成以国民参与为中心的“参与政治”,把昔日“排他式”的国政运营转向“以讨论和协商为体系”的国政运营,并且要处理好政府与新闻界的关系^②。在上述转变过程中,韩国媒体的国家管理体制,是实现了法治化的间接控调、同时又带有集权和政府干预色彩的国家主导模式^③。不过,在此过程中,韩国政府与媒体都有值得反思的地方。政府与媒体的关系恶化最终导致政府和媒体的信任度都持续下降,甚至一向以保守、权威而著称的报业所获得的认可度低于互联网。政府与媒体的争斗,最终损失的是公众对这两类组织整体信任度的降低。

其实,韩国的案例也反证了一点:政府公共传播过程是一个复杂的过程,唯有政府与媒体合作才能相互促成对方成为推动社会进步的积极力量;只有在政府和媒体之间建立起通畅的沟通、合作机制,才有可能获得“双赢”的效果。

三、案例：“史上最牛钉子户”的新闻发布会

2007 年发生在重庆的“史上最牛钉子户事件”曾经形成非常大的

① 郎劲松、李磊：《卢武铉政府与传媒关系的调整和重构》，《现代传播》2005 年第 4 期。
② 郎劲松、李磊：《卢武铉政府与传媒关系的调整和重构》，《现代传播》2005 年第 4 期。
③ 郎劲松、李磊：《卢武铉政府与传媒关系的调整和重构》，《现代传播》2005 年第 4 期。

社会轰动效应。图 1-1 所示的场景是该事件过程中的一个片段：钉子户的女主人吴苹正在拆迁现场召开新闻发布会。



图 1-1 2007 年重庆“史上最牛钉子户”的新闻发布会现场

图片来源：华商网 2007 年 3 月 23 日。

从图 1-1 所示现场来看，这显然是一场“山寨版”的新闻发布会；但是从实际效果来看，却让同期的官方新闻发布会逊色甚多。按我们的理解，我国从 2005 年开始在全国范围内推行新闻发布制度，根本目的是通过改进沟通技巧，让政府取信于民。但是，由于现有机制赋予新闻发言人的沟通空间相对有限，而且对新闻发言人缺乏相应的约束机制，新闻发言制度常常被认为是隔靴搔痒、扬汤止沸式的危机处理对策，很难达到制度预期的效果。

上述“山寨版”的新闻发布会却让笔者大开眼界。从其新闻发布会的现场来看，很明显违背了新闻发布会的多项准则。例如，新闻发布会强调要善待记者、善待媒体，具体表现为要求新闻发言人要对记者有礼貌、尊重记者。从这一新闻发布会的现场来看，“新闻发言人”对待记者却并不礼貌：新闻发布会现场只准备了一张凳子，却被“新闻发言人”独占，记者只能站着或者席地而坐；“新闻发言人”面对记者并没有彬彬有