

new media 新传媒时代
新闻传播学系列教材

政府传播

Government
Communication

郎劲松 侯月娟 著

传播学
核心课程
COMMUNICATION

08

- **视野开阔** 立足政府、媒体与公众的动态关系，以多维度视野建构政府“大传播”的时空格局
- **实战性强** 系统梳理政府信息公开、新闻发布、危机应对、新媒体应用等知识体系与操作技巧
- **栏目丰富** 运用案例分析、知识窗、图表和重点提示等方式强化应用性

Pink **Grey**

政府传播

[illegible]

100

中国传媒大学新闻系传播系组编

New media 新传媒时代
新闻传播学系列教材

政府传播

Government
Communication

郎劲松 侯月娟 ◎ 著

传播学核心课程
COMMUNICATION

08

中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

政府传播/郎劲松, 侯月娟著. —北京: 中国人民大学出版社, 2014. 10
新传媒时代新闻传播学系列教材. 传播学核心课程
ISBN 978-7-300-20139-9

I. ①政… II. ①郎… ②侯… III. ①国家行政机关-传播学-教材 IV. ①D035.1 ②G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 234337 号

新传媒时代新闻传播学系列教材

传播学核心课程 08

政府传播

郎劲松 侯月娟 著

Zhengfu Chuanbo

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京昌联印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2015 年 1 月第 1 版

印 张 20.5 插页 1

印 次 2015 年 1 月第 1 次印刷

字 数 404 000

定 价 38.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

中国传媒大学新闻系传播系组编
“新传媒时代新闻传播学系列教材”
编 委 会

主 编 刘 昶

编 委（按姓氏笔画排列）

邓炘炘 方毅华 丰纯高 任金州 刘 昶
刘自雄 陈作平 沈 浩 张 彩 张晓辉
郎劲松 柯惠新 哈艳秋 宫承波

总 序

媒介融合时代新闻传播教育的“变”与“不变”

媒介融合时代，传统媒体纷纷出现了与新媒体融合发展的趋势，新闻传媒的变革日新月异，而社交媒体、公民新闻的出现使传统的新闻传播格局面临重新“洗牌”的巨大压力。业界的这些变化自然也会传导到新闻传播教育上来，迫使新闻传播教育面临一系列转型。在这样一个充满激荡变革的时代从事新闻传播教育工作，首先需要厘清哪些素质和能力是新闻传播工作者永恒不变的坚守，哪些能力又是需要与时俱进、不断变革更新的核心。只有把握住了“变”与“不变”的关系，才能在新闻传播人才培养上做到心中有数、方向明确。下面，我们不妨对这一问题做些具体分析。

传统的新闻信息生产和传播是这样进行的：现实生活中，人们每天需要了解外部世界的最新变化，由于每个人的生活范围很有限，于是诞生了一批媒体机构和新闻记者。他们每天到处采集各种最新发生的真实信息，然后通过报刊、广播和电视将这些信息传递给大众。人们接收到信息之后，虽不是亲眼所见，但会将其视为现实中真实存在的事情，从而对外部世界形成各式各样的印象和看法。

媒介融合时代的新闻信息生产和传播则是这样运作的：人们每天需要了解外部世界的最新变化，不仅职业的记者在从事新闻信息的生产和传播工作，普通民众也加入到新闻信息的采集、制作和传播活动中来。他们将采集到的信息制作成文字、图片、音频、视频，或通过互联网向公众发布，或通过自媒体和社交媒体传递给自己熟悉或不熟悉的人。他人接收到这些信息后，会将其视为现实中真实发生的事情，并由此对生存环境形成各式各样的印象和看法。

不难看出，在媒介融合时代，新闻信息的生产和传播领域发生了两个重大变化：一是出现了一大批自媒体和公民记者，形成了职业记者与普通民众同时进行新闻信息生产和传播的新格局；二是原先报刊、广播、电视“井水不犯河水”的格局被打破，出现了不同媒体与网络新媒体融合发展的趋势。在这种背景下，职业记者怎样才能体现自己的存在价值就显得十分重要，这也直接决定着新闻传播教育和新闻传播人才培养的走向。

近年来，我们走访了国外许多知名新闻院校，也经常就这一话题进行探讨，对媒介融合时代新闻传播教育“变”与“不变”的关系逐渐形成了清晰认识，那就是媒介形态可以千变万化，新闻教育的核心不会改变。

那么,在媒介融合时代,新闻传播工作者不变的素质和能力有哪些呢?归纳起来,大致有以下几点:

一是新闻传播工作的职业精神不会改变。新闻工作是一种能够点燃人们理想抱负的职业,是站在桅杆上眺望远方的守望。任何时代,只要从事新闻传播工作,就都需要高度的职业理想和工作热情,这样才能把每次报道任务完成好,才能在信息泛滥和众声喧哗的时代始终坚持把核实新闻信息放在第一位,才能在充满压力和诱惑的时代始终坚持传播新闻事实的真相,才能以高度的社会责任感去捍卫公众利益,才能以人文情怀去关注黎民百姓的疾苦和心声。研究中外名记者的经历,我们发现,他们的成功都离不开对新闻工作的激情,离不开高度的社会责任感和敬业精神。反过来,如果一个人仅仅将新闻工作视为谋生的手段,那么,最终他只能庸庸碌碌,在新闻岗位上走不了太远。在多年的教育工作中,我们体会到,新闻传播职业精神的培养不能只靠课堂的说教,一个行之有效的路径是搭建平台,鼓励同学们走出校门,到基层去,到火热的生活中去。只有深入实地,让学生对社会有了深切感知,才有可能培养起社会责任感来。这些年来,我们一直在进行这方面的尝试和努力。从2006年开始,中国传媒大学新闻系和传播系在学生中开展了“子牛杯”大学生社会调查征文比赛活动,迄今已坚持了7年,有上千名学生参加到活动中来,涌现出了一大批饱含社会责任感和职业精神的调查报告。通过开展这项活动,我们明显感受到了同学们的成长与进步。

二是新闻采写的基本能力不会改变。媒介融合时代,信息的获取日益方便快捷,而如何核实信息的真伪,保证所获得的新闻信息是准确无误的,则需要记者具有扎实的采访作风。这也是新闻媒体赢得公信力的必由之路。与此同时,在媒体竞争日趋激烈的今天,获得独家新闻、首发新闻已成为提升媒体竞争力和影响力的重要指标,这同样需要记者有深入现场的采访作风以及敏锐的新闻发现能力。而在新闻表达阶段,新闻写作能力是学生必须练好的基本功。总体上看,学生良好的新闻表达能力建立在对新闻事实的深入了解和对受众心理的准确把握基础上。具体来说,新闻表达能力有两个层次的要求。第一个层次是能把新闻事件讲明白。这需要学生在全面掌握新闻事件的各种信息之后,具备清晰的逻辑思维能力和良好的语言表达能力,不能出现事实不清、逻辑混乱、词不达意等现象。第二个层次是能把新闻事件讲得有吸引力。这需要学生在把新闻事件讲清楚的基础上,还善于把握受众的接受习惯和接受心理,懂得叙事技巧,通过设置悬念等诸多手法来吸引受众的注意力。这是对新闻表达的更高要求,学生如果在这方面也能过关的话,他的新闻写作能力就完全达标了。

三是多学科的知识结构要求不会改变。新闻报道的对象是大千世界,新闻的内容来自社会的不同领域,新闻只是一种形式,传媒也只是一种工具,都不是内容本身。在社会分工日益细分化和专业化的今天,只懂得新闻和传媒技巧是不够的,还需要掌握其他学科知识。目前,国内外新闻和传播院系解决这一问题的途径主要有两种。第一,尽量多提供跨专业课程,同时规定选修课中其他学科课程的最低比例。例如,美国密苏里大学新闻学院就规定学生选修的非新闻专业课程学分要占新闻专业总学分的一半以上。第二,联合培养第二学位学生,学生可以先学习哲学、历史、法律、社会学、经济学、管理学或自然科学等专业,然后再来学习新闻专业。例如,美国纽约大学就规定新闻专业的学生要完成 128

个学分，其中，必须用 64 个学分来拿一个非新闻专业的学位。中国传媒大学新闻系从 20 世纪 80 年代就开始招收新闻学第二学位学生，近年来，又面向校内招收辅修新闻学第二学位的学生，一直在进行这方面的努力。

在分析了媒介融合时代新闻传播人才不变的素质和能力之后，我们还要知道什么能力是当前新闻传播教育必须高度重视培养的新能力。

从总体来看，媒介融合时代，新闻传播教育自然需要培养学生适应媒介融合发展的能力。具体来说，由于制作方式数字化、传播渠道网络化、接收终端多样化，当前的新闻传播教育主要应该培养学生的多媒体报道能力。也就是使学生从具有报刊、广播、电视单一媒体的报道能力向具有多媒体融合报道能力转变，培养一批能够熟练采集和发布多媒体新闻的“全能记者”和“全能编辑”。

对“全能记者”和“全能编辑”来说，能够熟练使用多媒体新闻采制设备，洞悉文字、图片、声音、图像的文本特性和传播优势就显得十分重要。为了帮助大家理解这一问题，我们从新闻传播角度出发，可以将人们对新闻信息的需求归纳为三个基本维度：一是快捷需求，即人们想在第一时间简明扼要地了解新闻事件主要信息的需求；二是直观需求，即人们想亲眼目睹、直观感知新闻事件现场及氛围的需求；三是探究需求，即人们想深入了解新闻事件的来龙去脉、意义背景等内在信息的需求。而不同的媒介和文本符号在满足上述需求上各有自己的优势。培养“全能记者”，就要培养学生在面对重大新闻事件时，能用照相机拍摄出最具典型意义的瞬间图片，能用摄像机记录下最有现场感的发生过程，能用录音设备记录下新闻事件现场最典型的声音，能用电脑在第一时间写出新闻消息，将新闻事件的主要信息告知受众，还能写出深度报道，把新闻事件的原因、背景、经过、细节、意义、展望等深层信息揭示出来。总之，媒介融合时代，新闻传播教育需要打破过去报刊、广播、电视之间的壁垒，培养学生用文字、图片、音频、视频来全方位、立体化地展示新闻事件的能力，也就是培养学生多媒体采访、写作和编辑的呈现能力。

中国传媒大学新闻系、传播系作为国内较早开办新闻学专业和传播学专业的院系，多年来，积累了一些办学经验，也形成了一定的办学特色，在培养新型新闻传播人才上也一直在进行积极探索。摆在大家面前的这套“新传媒时代新闻传播学系列教材”（内含“新闻学核心课程”、“新闻学特色课程”和“传播学核心课程”）就是对近年来新闻学专业和传播学专业教学工作的总结。总的来说，编写这套系列教材，主要有这样几个出发点：

一是立足学科，整体打造。新闻传播学科发展到今天，已经形成了比较稳定的知识体系。这套系列教材立足新闻传播学科进行整体打造，既注重介绍新闻学和传播学基本的理论知识和专业技能，又注重学科历史、理论、方法和应用的体系性。在教材编写过程中，注意到前后衔接，按照由浅至深、循序渐进的规律进行整体推进。

二是立足时代，与时俱进。新媒体的出现推动了媒介融合的发展，这是传媒业的大势所趋。这套系列教材立足这一时代背景，不仅增加了媒介融合、新媒体编辑、多媒体报道等与媒介发展密切相关的教材品种，而且许多传统教材在编写过程中注意到了与新媒体的结合，体现出了与时俱进的时代要求。

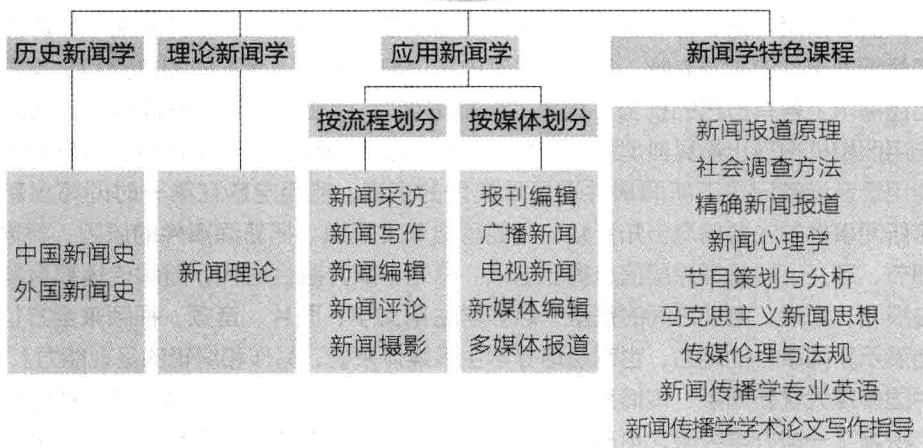
三是立足教学，保留个性。教材编写需要对实践中一些最新动向进行沉淀，以便形成相对稳定的知识体系。从这一点上说，“与时俱进”并不是说这套教材可以与传媒实践发

展实现“无缝对接”，而是需要与媒体实践保持适度距离，以便进行观察、总结和提升。另外，教材编写必须立足教学需要，采用相对成熟、稳定的知识体系作为教材内容，这样才能实现知识传承。但是编写教材并不排斥作者的个性和创造性，因为同样的知识内容可以采用不同的体例和案例来编写，编写的侧重点也会有所不同，这些都体现出作者的个性化思考。

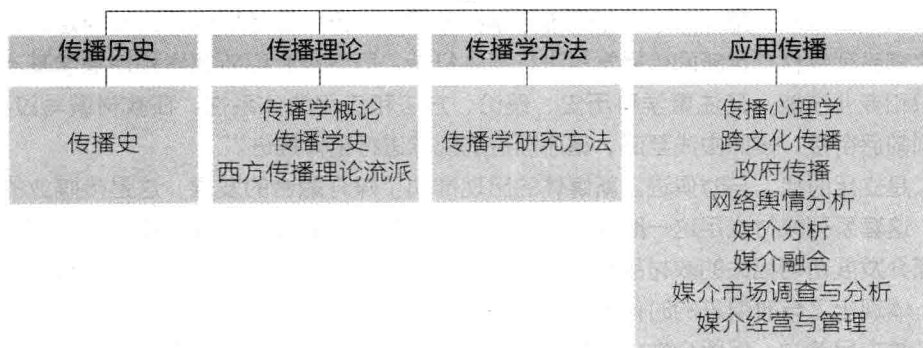
四是立足市场，突出特色。目前，传播学专业的教材在市场上比较零散，我们这次将集中力量推出传播史、传播学史、传播学研究方法、媒介分析、传播心理学等教材，形成“传播学核心课程”系列教材。新闻学专业的有些教材在教学工作中很需要，但市场上很少见到。我们这次就推出了“新闻学特色课程”系列教材，包括新闻报道原理、社会调查方法、精确新闻报道、新闻传播学专业英语、新闻传播学学术论文写作指导等品种，在满足教学需要的同时，也为系列教材增添特色。

为了让大家对系列教材的总体框架一目了然，附上系列教材的结构示意图。

新闻学系列教材及课程结构图



传播学系列教材及课程结构图



需要说明的是，从学科范畴上看，传播学的学科外延比新闻学要宽泛一些。目前，全国开办传播学本科专业的院校有 80 多所，各自的办学方向也不尽相同。但从知识结构来看，该学科的知识体系大体应该包括传播史、传播理论、传播研究方法和应用传播。在本科阶段，应用传播领域可以开设的课程及方向很多，诸如公共传播、组织传播、政府传播、体育传播、健康传播、科技传播、农业传播等，不一而足。我们所提供的教材也仅供大家参考。

由于作者水平和能力有限，加之时间仓促，许多教材还存在不足之处，我们热忱欢迎广大读者提出批评和改进意见，以便在今后修订再版时改进提高。

“新传媒时代新闻传播学系列教材”编委会

2013 年 6 月

| 前 言 |

本教材初稿完成之时，正值党的十八届三中全会《决定》发布之际。在对中国未来改革的诸多期待中，政府的行政管理体制改革尤为引人注目。它不仅涉及“小政府大社会”治国理念的实现，更关乎阳光政府的打造，与之相适应的实践层面的政府传播“升级版”也将随之而来。

从2003年北京“非典”后我国中央、省、市三级政府新闻发言人制度普遍建立，到2008年5月《中华人民共和国政府信息公开条例》开始实施，再到2011年在中国共产党成立90周年之际建立党委新闻发言人制度，应该说，我国的政府信息公开工作和新闻发布的制度化经历了“黄金十年”。

2013年，适逢中国政府开始新闻发布工作30周年，政府新闻发言人制度建立10周年。在4月8日央视《新闻1+1》栏目为此专门制作的一期节目中，白岩松评论说：“最重要的是我们要有一个清晰的目标，这种清晰的目标就是打造一个更加透明和公开的社会。当然，在这个过程中，政府信息公开是重中之重。”这一年，我国信息公开的一系列新动作甚为惹眼：8月22日，济南中院官方微博运用文字、图片，甚至音频、视频的方式，对“薄熙来案”进行详尽的全景直播。根据人民网舆情监测室的数据，济南中院官方微博直播“薄熙来案”当日，平均每十分钟增长7094个粉丝。38条微博中，平均每条微博发出后，带来3361个新粉丝的关注，粉丝数迅速超过55万。可见微博已成为热点事件的聚焦平台，官方微博对社会热点事件的合理介入正在成为常态。10月11日，国务院开通新华微博、腾讯微博和微信，这是中国政府信息公开的新举措。10月15日，中国政府网发布了《国务院办公厅关于进一步加强政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见》，要求进一步加强新闻发言人制度建设，发挥政府网站在信息公开中的平台作用，建设基于新媒体的政务信息发布和与公众互动交流新渠道，并进一步加强政府热线电话建设和管理；明确指出，健全舆情收集和回应机制，回应公众关切要以事实说话，避免空洞说教，真正起到正面引导作用。11月21日，经中央军委批准，分别在总政治部、总后勤部、总装备部和海军、空军、第二炮兵、武警部队等7个大单位设立军事新闻发言人，并公布了8位发言人的职务及其姓名，主要负责对外发布本单位重要活动的权威信息，回应舆论关切，回答媒体求证和提问等。

可以看到，伴随政府信息公开在回应社会关切和公众声音过程中的逐步成熟，在实践操作层面与政府传播相关的政策、举措、创新也在不断推进。政府及其领导人的形象如何得到更好塑造，新媒体环境下如何实现政府与媒体、公众的良性互动，突发公共事件中政府如何有效进行危机传播管理等这些都成为学界和业界共同关注的热点话题。与此同时，

在教学研究和学理探索层面,有关政府传播、新闻发布的课程建设、社会培训及论著出版也在持续跟进。2003年以来,我所参与各类各级新闻发言人培训、领导干部媒介素养培训遍布各地;我在2005年编著的《新闻发言人实务》一书,出版社已重印两次;2008年,我在中国传媒大学新闻传播学的研究生教学中开设了“政治传播与新闻发布研究”课程,受到学生欢迎。可以说,《政府传播》这本教材的出版,不但汇集了我在教学研究方面的一些归纳总结和提炼,参照借鉴了中外研究者的相关资料和真知灼见,而且搜集整理了大量的媒体相关报道和政府传播实践中的各种做法及经验教训。另外,附录一对近几年有代表性的国内案例进行深入解剖,同时对美国政府的新媒体传播案例进行专门分析。

《政府传播》作为国内首部系统介绍和梳理政府传播理论与实践的专业教材,以独立于政府和媒体的第三方立场,秉持严谨、科学、规范的学术态度,从政治学、社会学、新闻传播学等多学科的宏观视角,力图突破传统教材写作的体例与结构,以开放式和多维度视野建构政府“大传播”的时空格局和知识体系;在立足于政府、媒体与公众三方动态关系的基础上,梳理了信息公开、新闻发布、形象塑造、危机应对和国际传播、新媒体应用等实践领域的工作原理与操作技巧;运用案例、知识窗、图表和特别提示等方式,强化应用性和实战性。本书既可以成为本科生、研究生的教学用书,也可以成为新闻发言人的培训教材,以及各级党政工作人员的媒介素养手册。由于政府传播相关知识体系的科学性、规范性尚处于探索阶段,学理的严谨性还有待提升,特别是作为实用性、应用型教材,相比于实践的发展存在一定滞后性,需要不断总结和完善。

本书的第二作者侯月娟是我的2011级博士研究生,任教于中国政法大学,她为本教材的写作付出了许多辛苦和努力,做了大量的书稿统筹工作。我的2011级硕士研究生任望舒、丁龙、陈瑶参与了本教材第四章、第七章、第九章和附录一的资料收集和相关写作,我的2012级研究生唐冉参与了本教材的案例补充、文字统筹校对工作,感谢大家的辛苦付出!

在中国传媒大学新闻学院领导的高度重视、老师们的相互激发下,本教材得以完善。中国人民大学出版社翟江虹编辑认真负责,本教材在她的督促下得以按时完成。同时对已有政府传播研究成果的学习借鉴使本教材得以充实,在此一并致谢!我对政府传播的系统研究仍处于起步阶段,难免有缺漏不妥之处,望指教和谅解!

郎劲松

2013年11月25日初稿

2014年4月2日定稿

关联课程教材推荐

书号	书名	第一作者	定价	出书时间
978-7-300-11125-4	传播学教程（第二版）	郭庆光	32.00 元	2011-04-02
978-7-300-18658-0	危机传播管理（第三版）	胡百精	29.80 元	2014-02-28
978-7-300-17935-3	国际传播	李 智	29.80 元	2013-08-23
978-7-300-17356-6	跨文化传播（第六版）	[美] 拉里·A·萨默瓦	58.00 元	2013-09-01
978-7-300-13384-3	公共外交与跨文化交流	赵启正	38.00 元	2011-03-09

配套教学资源支持

尊敬的老师：

衷心感谢您选择使用人大版教材！

相关的配套教学资源，请到人文分社网站（www.crup.com.cn/rw）下载，或是随时与我们联系，我们将向您免费提供。

欢迎您随时反馈教材使用过程中的疑问、修订建议并提供您个人制作的课件。您的课件一经采用，我们将署名并付费。让我们与教材共成长！

联系人信息：

地址：北京海淀区中关村大街31号201室 龚洪训 收 邮编：100080

电子邮件：gonghx@crup.com.cn 电话：010-62515637 QQ：6130616

如有相关教材的选题计划，也欢迎您与我们联系，我们将竭诚为您服务！

选题联系人： 电子邮件： 电话：
翟江虹 zhaijh@crup.com.cn 010-62515636

俯仰天地 心系人文

人文分社网站 www.crup.com.cn/rw

专业教师 QQ 群：
259226416（人大新闻）



欢迎您登录分社网站浏览，了解图书信息，共享教学资源
期待您加入专业教师 QQ 群，开展学术讨论，交流教学心得

| 目 录 |

第一章 政府传播概述	001
第一节 政府传播的界定	002
第二节 政府传播的类型与表现形式	011
第三节 政府传播的规范	017
第四节 中外政府传播的历史概观	022
第二章 政府、媒体与公众	032
第一节 政府传播的主体和客体	033
第二节 政府传播的载体	035
第三节 政府、媒体与公众的关系	041
第三章 政府信息公开	059
第一节 政府信息公开制度概述	060
第二节 政府信息公开制度的实施与完善	071
第四章 政府新闻发布	081
第一节 政府新闻发布概述	082
第二节 政府新闻发布活动的运行规约	087
第三节 政府新闻发布会的运行	093
第五章 新闻发言人制度	106
第一节 新闻发言人制度概述	107
第二节 新闻发言人制度的运行规约	116
第三节 新闻发言人制度的完善	122
第六章 政府形象塑造	131
第一节 政府形象概述	132
第二节 政府形象塑造	140

第三节 领导人公共形象塑造	145
第七章 政府危机传播管理	166
第一节 危机传播概述	167
第二节 政府危机传播的管理	173
第三节 政府危机传播的应对策略	179
第四节 新媒体环境下的政府危机传播管理	190
第八章 新媒体环境下的政府传播	200
第一节 新媒体对政府传播的挑战	201
第二节 政府传播新思路	213
第三节 政务微博	219
第九章 国际传播和国家形象塑造	236
第一节 外交视野中的国际传播	237
第二节 国家形象概论	243
第三节 国家形象塑造的新视野：政府传播	257
附录一 政府传播案例研究	267
附录二 中华人民共和国政府信息公开条例	292
附录三 在阳光下的政府法(美)	298
附录四 政府官员如何接受媒体采访	305

| 案例目录 |

正文部分

案例 1—1	北京市发改委解释北京市出租车涨价政策	004
案例 1—2	美国受众对于中国的传播接受心理和刻板印象	007
案例 1—3	绑架案情信息迟迟不公布引发社会恐慌	021
案例 2—1	广播成为直达灾区的有效媒体	039
案例 2—2	习近平：网络提供的建议很有价值	040
案例 2—3	汶川大地震中手机媒体的运用	041
案例 2—4	美国特殊时期的新闻检查制度	044
案例 2—5	美专家撰文澄清美国媒体的“神话”	047
案例 2—6	中日“钓鱼岛争端”中的爱国主义舆论发展的四个阶段	051
案例 2—7	“任建宇案”的媒体报道推动“劳教制度”改革	053
案例 2—8	环境类群体性事件中政府、媒体与公众三者良性互动模式的建构	056
案例 3—1	市场交易中的“逆向选择”问题	062
案例 3—2	学者谈《政府信息公开条例》：旨在建立改革倒逼机制	077
案例 4—1	青岛：新闻发布纳入政府绩效考核 不及时通报将追究责任	088
案例 4—2	陕西省政府办公厅对省林业厅擅自发布未经全面核实的重大信息的问题 予以通报批评	089
案例 4—3	中国外交部发言人经常使用的一些说法	089
案例 4—4	《佛山市政府新闻发布管理办法》对应发布信息内容的规定	092
案例 4—5	中国少数民族文化发展与成就情况新闻发布会	094
案例 4—6	外交部发言人华春莹主持例行记者会	095
案例 4—7	国务院新闻办公室新闻发布会预告	101
案例 4—8	江苏《政府新闻发布工作评估指标体系研究报告》出炉	104
案例 5—1	美国《时代》杂志原记者卡尼接任白宫发言人	109
案例 5—2	《辽阳市人民政府新闻发布制度（试行）》中对新闻发布申报的 相关规定	117

案例 5—3	新闻发言人与记者的对抗型问答	119
案例 5—4	新闻发言人的防守型回答策略	121
案例 5—5	李肇星说谚语秀英文：“人类一思考，上帝就发笑”	121
案例 5—6	“刘铁男案”中的新闻发言人之殇	122
案例 5—7	媒体盘点新闻发言人应对公共危机的“家奴”行径	124
案例 5—8	赵启正：新闻发言人应走向职业化	125
案例 5—9	宿迁新闻发布形式创新 让民众享受更多知情权	127
案例 5—10	王旭明：破除“什么危机都不发生才正常”的观念	128
案例 5—11	武和平：政府部门新闻发言人和媒体是伙伴关系	128
案例 6—1	国务院总理李克强提出“简朴政府”理念	138
案例 6—2	陕西省政府出台相关政策 大学生开网店可获小额贷款	139
案例 6—3	广东省佛山市及五区行政服务中心视觉形象策划	140
案例 6—4	余姚官员穿高档鞋视察灾区 由村支书背进灾民家	143
案例 6—5	习近平“APEC 演讲”展现自信开放的“中国好形象”	150
案例 6—6	从叙事学视角解读习近平在新任常委见面会上的讲话	158
案例 6—7	台湾地区领导人马英九在 2012 年选举中的形象塑造手段	164
案例 7—1	埃克森·瓦尔迪兹溢油事故促进美国《石油污染法》出台	172
案例 7—2	美国校园枪击事件引发公众对“枪支文化”的猛烈抨击	173
案例 7—3	美国公共危机管理体系的现状	175
案例 7—4	“非典”事件中依法公开原则的缺失	180
案例 7—5	四川省政府举行“4·20”地震第八场新闻发布会 重点发布地质 灾害	182
案例 7—6	再炒“火控雷达照射”：日本打的什么如意算盘	185
案例 7—7	奥巴马就康涅狄格州校园枪击案的讲话原文	187
案例 7—8	香港：预警机制完善，危机教育到位	192
案例 7—9	民政部：改进突发事件中的新闻发布，加强与媒体良性互动	193
案例 8—1	19 岁大学生成为“报道”甘肃舟曲灾情第一人	201
案例 8—2	“随手拍照解救乞讨儿童”微博引发广泛关注	202
案例 8—3	美国“坦帕新闻中心”的媒介融合业务流程	204
案例 8—4	网络调侃“名段”摘录	206
案例 8—5	大连 PX 项目遭网友一致抵制	207
案例 8—6	政府官员不当言论摘录	209
案例 8—7	全国首个官方突发公共事件网络新闻发布会召开	212
案例 8—8	一则网帖引发开封全城恐慌	214
案例 8—9	美国总统奥巴马使用新媒体与社会公众进行互动	215