

XIANDAI LINGDAO RUHE YINGDUI
XINMEITI SHIDAI



主 编 顾 杰

现代领导如何应对

新媒体时代

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

XIANDAI LINGDAO RUHE YINGDUI
XINMEITI SHIDAI

王 德 周 著

现代领导如何应对

新媒体时代

吉林出版集团
吉林人民出版社

现代领导如何应对 新媒体时代

主 编 顾 杰
副主编 潘开灵 李永周 周 勇

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

现代领导如何应对新媒体时代/顾杰主编.
武汉:湖北人民出版社,2010.8

ISBN 978 - 7 - 216 - 06513 - 9

I. 现…

II. 顾…

III. 新闻工作—公共关系学—干部教育—学习参考资料

IV. ①G210-05②C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 167121 号

现代领导如何应对新媒体时代

顾 杰 主编

出版发行: 湖北长江出版集团
湖北人民出版社

地址:武汉市雄楚大街 268 号
邮编:430070

印刷:武汉科利德印务有限公司
开本:730 毫米×1010 毫米 1/16
字数:204 千字

经销:湖北省新华书店
印张:13.5
插页:1

版次:2010 年 8 月第 1 版
印数:1-1 000

印次:2010 年 8 月第 1 次印刷
定价:32.00 元

书号:ISBN 978 - 7 - 216 - 06513 - 9

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>

着力提高领导干部应对新媒体的能力	顾 杰(1)
舆论引导:新媒体时代领导干部执政能力的重大考验	唐卫彬(10)
基层领导干部如何应对新闻媒体	易金莲(16)
新媒体的参政价值	毛怀芝(24)
试论新媒体时代领导干部的创新能力	周贵卯(31)
领导干部提升网络舆论引导能力策略浅析	童文胜 夏伦明 张 丹(37)
浅论新媒体的时代特征与领导干部应对能力提升	柯 华(44)
论新媒体时代领导者决断魄力及其修炼	周 勇 张三新(51)
论领导干部网络素养的提高	熊 军 万玉梅(59)
信息政治时代领导干部网络素质培养	陈辉祥(64)
新媒体时代领导干部面临的新挑战	曾庆普(71)
浅论新媒体时代领导面临的机遇与挑战	智联梅(77)
试论新形势下如何提高领导干部应对媒体的能力	肖 娟 吴 敏(84)
基于价值观的新媒体时代企业领导者胜任力开发研究	郭朝晖(90)
新媒体背景下中国共产党执政面临的挑战与应对策略	汪志强(97)
新闻执政:公共权力对媒体的驾驭能力	周 蓓(109)
论新媒体时代社会管理机制的构建	张明学 李海泉(118)
把握新闻媒体导向 促进和谐社会建设	熊永安 张启华 杨伟洪(124)
健全和完善公民表达的听取与回应机制	郝国庆(129)
领导干部要大力提升应对新媒体的能力	金太红(134)



网络政治视野下领导干部的执政能力建设	邹 琼(142)
公共治理理论视野中的政府和媒体关系	肖 俊 胡 芳(150)
试述领导干部面对新媒体应具备的三种能力	周贵卯(156)
青年干部要提高同媒体打交道的能力	邹丁酉(161)
提升领导干部应对媒体的说话能力	张文宇(168)
浅谈领导干部主动运用新媒体的方法	宗晓虹(173)
浅谈突发事件应对中的新闻处置	杨 平(177)
领导干部突发事件处置与媒体应对	潘灵霞(184)
试论公共危机事件中领导者的媒介形象塑造	张 敏(190)
从南京冠生园事件看企业领导应对媒体能力	顾 杰 杨 丹(196)
从强生公司看危机处理中的企业与媒体关系	周 勇 鲁金玉(203)
后 记	(210)

着力提高领导干部应对新媒体的能力

顾 杰

古人云：“一言知贤愚。”意思是说，一个人只要开口说话，人家就知道你这个人有没有智慧了。在当今信息网络高度发达、信息传播极为迅速的新媒体时代，领导干部所遇到的新的挑战，是面对新闻媒体时，敢不敢说话、会不会说话和能不能说话。近年来，许多官员在突发事件中引咎辞职，究其原因，并非对危机事件本身负有直接责任，而是由于他们没有及时向媒体进行发布，对相关信息“捂、压、盖”，从而导致公众恐慌，甚至引发了政府的信任危机。事实上，不只是贪污腐败、失职渎职可以结束官员的政治生命、导致企业垮台，不懂媒体、不善于应对舆论，同样会给官员的政治生命带来严重甚至是毁灭性的后果。

一、领导干部时下的媒体困境

（一）领导干部面对媒体的“三个不知”

其一，不知是敌还是友。说媒体是朋友，是因为在媒体网络时代，政府及其官员越来越需要借助新闻媒体的力量，动员社会、争取民众，推行公共管理，树立公众形象，实现领导目标。说媒体是“敌人”，是因为官员们感到一些媒体尤其是一些小报小刊的记者进行不负责任的新闻报道，特别是因媒体网络的传播所形成的官员问责和从政的压力，使得许多官员开始防备记者、讨厌媒体、排斥媒体。媒体到底是敌人还是朋友？许多官员面对这一问题十分烦恼和困惑。

其二，不知是爱还是恨。今天的中国，媒体网络越来越广泛地介入到政治生



活领域,渗透到官员的职场中,可以说很多官员已与媒体“形影不离”,媒体已成为其生活的一部分。大到国际时局,小到街巷市容,官员离不开媒体,需要它,“爱”它。可又很“恨”它,因为媒体越来越难以驾驭,常常让领导“出丑”,被曝光,“难堪”,下不了台,让人避之唯恐不及。媒体成了一把双刃剑,它既可以让官员扬名万里,也可以让官员臭名远扬;它既可以宣传官员的业绩、亮点,也可以揭官员的短,暴露其工作中的“软肋”;既能雪中送炭、锦上添花,也会忙中添乱、雪上加霜。

其三,不知当说不当说。面对媒体和记者,到底哪些话该说,哪些话不该说?是主动说,还是被动说?是问就说,不问就不说?即使是说,话说到什么层面、什么程度?特别是遇到新闻发布会,众多媒体咄咄逼人,提出一些高难度、敏感性话题以及政策性较强、尚未明朗的话题时,常常使官员感到紧张和为难。在处理一些危机事件或面对突发性事件时,正在调查中的真相、原因等信息,到底要不要披露,也不好掌握时机和力度。

(二)领导干部不适应媒体时代的四种心态

其一,排斥的心态。一些领导干部对媒体和记者没有好感,只有反感,特别是一些曾被曝光、揭短过,或被忙中添乱、帮过倒忙的政府官员,对媒体和记者更是有一种厌倦、厌烦、厌恶乃至排斥的心态,甚至不加分析地将媒体和记者视为政府天然的“敌人”,故而有“防火、防盗、防小报”的流行语。

其二,畏惧的心态。面对媒体时代提出的新挑战,由于缺乏足够的心理准备和知识、技能的储备,一些领导干部感到心有余而力不足,这种知识恐慌、本领恐慌就会形成一种“怕”媒体、“怕”记者的心态。由于畏惧,所以不愿意接受媒体采访,认为“祸从口出”,少对媒体说话、表态,从政的风险还会降低些。

其三,轻视的心态。不少官员缺乏对媒体时代大转折、大挑战的严峻性、紧迫性的清醒认识,采取不理睬、不沟通、不主动、不积极的冷淡、消极态度,或我行我素、不在意、不在乎的态度,认为“只要身子正,不怕影子歪”、“事实终究是事实”,你报道你的,我做我的。因此,遇到突发事件或公共危机,官员往往不予配合,不主动提供新闻素材,致使政府失语;等到酿成大祸,后悔莫及。

其四,怀旧的心态。不少领导干部面对今天的困境,不是积极地寻求新的对策,调整思路,充实知识,提高能力,而是抱着传统的思维方式和奉行陈旧的办

法,甚至发出“以前没有网络的时候多好啊!”的感叹,形成“老办法不灵,蛮办法不行,新办法还不会”的能力恐慌。

(三)领导干部不善待媒体的几种方法误区

一是“瞒”。即隐瞒不报、不说、不公开,或说假话、说谎话,也叫“捂盖子”。不公开和伪公开,同样会导致恶果。2008年震惊中外的三鹿奶粉即“毒奶粉”事件,因有关部门拖而不决、隐瞒掩盖而使之最终演变为一个全社会的大危机,不仅相关企业全军覆没,而且使国家乳制品业遭到灭顶之灾。陕西省的“虎照门”事件、云南省的“躲猫猫”事件以及山西省洪洞县的“黑砖窑”事件等,所导致的恶果,均源于地方政府企图大事化小、小事化了的争相瞒报。

二是“躲”。即采取回避、逃避的办法。既然媒体厉害,记者是“无冕之王”,他们“把持”着话语权,惹不起、躲得起,“三十六计,走为上计”。特别是主要负责人,躲着不见,往往“躲”出了大事。

三是“顶”。即采取针锋相对、顶牛的硬招。面对媒体,态度强硬,毫不示弱,语言偏激,甚至刺伤和激怒记者。近一个时期,官员“雷”语不断,其实也是官员对抗媒体的一种错误对策,是一种抵触媒体的表现。遑军的“你是替党说话,还是替百姓说话?”道出了他对媒体的排斥和荒谬。

四是“拖”。有些地方政府及其官员由于缺乏责任心,或缺乏敏锐性,或缺乏应对能力,采取拖延的办法,尤其不能在第一时间发出政府的第一声音,不能提供及时、真实、有价值的新闻背景资料,往往错过最佳时机,使本来可控的事态演化为不可控的局面。不善于抢占舆论先机,不能在第一时间发声,是许多领导干部面对媒体的“软肋”。

五是“推”。即采取推卸责任、互相推诿的办法。出了问题,面对媒体和记者,或推给上级,或推给下级,或推给其他部门,或责怪百姓素质低,或抱怨环境、政策不好,表现出一副无辜的神态、委屈的神情,反而得不到媒体的同情、理解,得不到公众、网民的谅解和宽容。

六是“急”。一些地方政府和领导干部在与媒体沟通时,关注点经常错位,不是表示对公众利益、生命财产以及情感的关心,而是急于讲述事件的经过、表达政府对事件的处理成效以及政府对公众的要求。例如,在某个突发卫生事件的新闻发布会上,一位官员为了减轻公众的恐怖情绪,反复强调说:“我省6000



万人口,才死了5个人,有什么大不了的?”殊不知,从统计数字上看,死亡率只有几千万分之一,确实没有什么大不了的,但对死伤者本人和他们的家庭来说,就是百分之百,就是天大的事。

二、领导干部面对媒体“本领恐慌”的危害及其深层原因

(一)领导干部不能正确对待媒体带来的危害

危害之一:降低了政府的公信力,增大了政治成本。

媒体是一把双刃剑,既有积极的正面效应,也有消极的反面效应。由于网络媒体对于负面新闻具有很强的汇聚效应、放大效应和扩展效应,很容易使分散问题汇聚成焦点问题、局部问题放大为全局问题、一般问题演变为政治问题、个人的偏激言论扩展为非理性的社会情绪。处理不当,会直接带来负面的政治结果。例如,2009年上半年,媒体接连曝光了多起当事人在看守所内非正常死亡的事件,包括云南晋宁看守所的“躲猫猫”事件、海南儋州看守所的“洗澡澡”事件、江西九江看守所的“做梦梦”事件。这些事件经由媒体介入在网络上迅速传播,“躲猫猫”、“洗澡澡”、“做梦梦”一时成为网络流行语,成为政府说谎、封锁事实、愚弄公众的代名词。它的广泛流传对政府公信力的损害是不言而喻的。尤其像遯军的“是替党说话,还是替百姓说话”的“雷语”,更是直接损害了党和政府的形象,以及党员干部的公众形象,无疑增大了党执政、政府行政的政治成本,付出比金钱还珍贵的信用和形象代价。

危害之二:危及了社会稳定,增大了维稳成本。

在社会转型的背景下,维护社会稳定的任务十分艰巨,维稳成本不断上涨。而其中很大部分成本要归咎于一些地方政府、官员不善于面对媒体而引起的。现在的危机事件,很大程度上就是媒体网络危机事件。2008年的“毒奶粉”事件,因有关部门拖而不决以及遮掩,这一事件最终演变成了一个全社会的大危机,不仅一个品牌企业倒下去了,而且整个产业链也断了,奶农忍痛将每吨3000元的鲜奶倒掉,数以万计的婴儿身心健康受到威胁。为了恢复奶农生产和捐助受害婴儿,国务院和河北省政府分别拨付数亿元专项资金。重庆的“最牛钉子户”拆迁事件吸引了中外媒体的“眼球”,最后用300多万元才摆平。

危害之三：弱化了领导干部的能力建设，增大了人才培养成本。

由于不善于对待媒体，极大地弱化了各级领导干部的能力建设，并且成为媒体和公众眼中的“软肋”和“短板”。这几年因面对媒体、面对公众、面对网民而犯错的官员数以千计，因此而丢掉乌纱帽者也数以千计，媒体危机常常造成一个地方的政界官场地震，断送了许多官员的政治前程。随着众多媒体危机事件的出现，一些官员产生惧怕心理，选择不正确的应对方式，从而造成能力建设的恶性循环和误区。长此以往，势必危及执政骨干队伍、党的执政能力、党的执政地位的建设和巩固。

（二）领导干部面对媒体“本领恐慌”的深层原因

其一，源于对新媒体时代的心理准备不足。今天的媒体发展已进入一个新的阶段，表现出前所未有的新特征：一是多。信息的生产者、传播者、接受者之多，是空前未有的，动辄数以亿计。二是广。网络传播超越了国界，超越了时空，具有最大的广泛性、开放性。三是快。现代媒体借助现代通讯、互联网，传播速度之快、时间之短是前人难以想象的。四是难。即可控性难度更大，即使是某一个局部、某一个单位，甚至某个体的问题，一旦上网，很可能演变为危及全局、影响稳定的、难以控制的新闻群体事件或危机事件。五是低。即网络新闻的采编、传播，不仅时间短，而且成本低，人人都可手编，随时随地都能传播，具有直观性、大众性、通俗性，对公众具有天然的亲和力、吸引力和感染力。而不少官员留恋传统时代的“红头文件治天下，只与官知不与民晓”，对于新媒体时代下网络、记者、媒体的能量和威力，估计不足，精神准备不足，犹如一个下水游泳者还没来得及熟悉水性一样。

其二，源于领导干部执政理念和作风的错位。面对镜头和记者，会不会说话，首先是一个立场问题，就是你为谁说话？你对谁负责？这是一个深层次的制约因素。当前，最突出的是三个方面：一是执政为民的宗旨意识淡化，导致目中无“人”，不愿为民说话；二是高高在上的官本位主义盛行，导致胸中无数，不能为民说真话；三是个人主义作祟，私欲膨胀，导致左顾右盼，不敢替民说话。“无欲则刚”。只有无私才能无畏，才能坦荡、坦然地面对媒体，敢替人民说真话。

其三，源于领导干部媒介素养和能力的孱弱。不少官员的思维方式还停留在传统媒体时代，缺乏对新媒体规律和特点的把握，尤其是对新兴媒体所具有的



“双刃剑”效应、干预事件发展的“催化剂”效应、天生的“反控制”特性,以及传播的及时性、快速性、交互性和多次传播的易变性等特点,缺乏深入的了解和把握。此外,各级领导干部和政府如何在如何综合运用法律、技术等手段,加强对新兴媒体的建设和管理,采取趋利避害、标本兼治的对策措施,及时发布权威信息,有效引导舆论,防止恶意炒作、谣言传播,牢牢掌握宣传舆论的话语权、主导权,切实提高媒体应对能力和舆论引导水平方面,的确还存在着严重的“知识恐慌”、“本领恐慌”,致使一些小事件迅速由小变大、由大变炸。

其四,源于社会转型带来新的执政和领导环境。经过新中国成立后六十余年的发展和三十余年改革开放的推进,我国的经济和社会发展在取得令世人瞩目的伟大成就的同时,也遇到了世所罕见的困难、矛盾和风险。一是经济体制深刻变革。尤其是从高度集中的计划经济体制转向开放的社会主义市场经济体制,如何实现社会主义与市场经济的有机内在结合,避免夹生的结合或失败的结合,是一道“哥德巴赫猜想”式的难题。二是社会结构深刻变动。尤其是新的社会阶层、社会群体的出现,大量的“单位人”变为“社会人”,加大了当政者对社会管理的风险和难度。三是经济利益深刻调整。尤其是由于分配机制的缺陷而导致的贫富差距过大以及腐败蔓延而导致的民怨情绪,使得各级领导干部和政府处在“仇官”、“仇富”等民众心态构成的不利的领导环境中,紧张的官民、干群关系,往往促使网民“一边倒”,选择非理性的态度。四是思想观念深刻变化。尤其是信仰的缺失、荣辱观的错位,而且越到基层政府,民众的满意度越低,信任感、公信力越缺失。这一切都形成了今天领导干部正确应对新兴媒体的深层次的社会环境制约因素。

三、领导干部积极应对新媒体的有效方法

(一)着力提升善待媒体的能力

“善待”是一种态度,也是一种能力。要学会与媒体打交道,首先要学会善待媒体。所谓“善待”,可简要地概括为五个方面。

一是理解。各级领导干部要了解新兴媒体的特点,正确理解它的功能,遵循其特有的规律。与传统媒体相比,新兴媒体的社会功能被放大了,被赋予了新的

功能,如果依旧沿袭传统的观念或方式来看待今天的媒体、新闻,就会犯刻舟求剑的错误。

二是尊重。各级领导干部应该充分尊重媒体和记者。媒体和记者是挑战者,但也可成为合作者,决不能将其视为敌人。要尊重媒体的优先权,包括其道德优先权、报道权,给他们应有的尊严和体面。

三是满足。即满足媒体合理、合法的利益需要。各级领导干部应把媒体当做相对独立的利益群体看待,记者是一种职业,新闻是一个行业,必须及时地、尽力地满足媒体的信息资源需求,主动把信息“喂”给媒体。

四是宽容。对媒体出现的某些失误和差错,应以宽厚的心态对待,谅解他们非恶意的炒作以及失误;同时,对媒体发布的与政府、企业及领导干部的想法不尽相同的新闻报道,尤其是媒体对领导干部的工作失误予以曝光时,应以宽容的心态对待之。

五是服务。尽一切可能为媒体提供良好的工作、生活条件和环境,关心和支持新闻界举办的有益的活动,做好媒体重大或深度报道时所需要的协调、配合,包括紧急情况下所需要的帮助。

(二)着力提升善用媒体的能力

利用媒体和网络,实现预期的目的,是世界各国执政党和政府通用的做法。但如何利用好,必须有科学的方法,尤其在突发事件中应对媒体时要运用有效的技巧或黄金法则。

法则之一:兵贵神速,先发制人。事实证明,突发事件报道,谁第一时间发出声音,谁就能掌握主动,占据主导地位。即使没有结果,也要先有态度,不能“失声”。

法则之二:关注民意,重视情感。必须明白媒体的背后是公众,首先要对受到损害的群众表示足够的关切和同情,不要先表扬领导,要先表扬群众。

法则之三:不要激怒媒体,把媒体逼成同盟。当年南京冠生园那封公开信中称“保留着对所有的媒体包括央视在内的法律上的诉讼权力”,结果激怒了所有的媒体,从而失去了与媒体沟通进而化解危机的有利时机。

法则之四:不要把大火引向邻居,把同行逼成敌人。面对媒体,不少领导干部习惯开脱自己,以减轻责任,所以常常拉别人下水,殃及同行,结果四面树敌。



法则之五:沉着冷静,不被激怒。面对媒体和记者,要显示出领导干部的媒介素养和媒体形象,有礼有节,不要失态。必须记住:没有错误的问题,只有错误的回答。

法则之六:准确表达,留有余地。不仅要开放信息,而且要开放准确、真实的信息,领导干部切忌用“据说”、“好像”、“大概”之类的词语;同时要为自己留有余地。例如,记者一般喜欢问“你能百分之百保证以后不再发生类似事故吗?”你既不能回答“无可奉告”,也不能回答“保证百分之百不再发生”,但可以回答“我们的政府会尽百分之百的努力防止发生类似事故”。

法则之七:借力打力,八仙过海。要善于利用时间、空间等为媒体创造新闻价值。让专家学者说话,特别是让有影响力的人士说话,效果更佳。聪明、高明的领导干部,身边应有一批相关的专家智囊团,让他们面对媒体来点评和评论比自己说话更有说服力。

法则之八:学会道歉,不用命令式语言。面对媒体和记者,要学会承认错误,学会说“对不起”,学会放下官架子说声道歉,而不要采用行政命令式的语言和表达方式。

法则之九:不要节外生枝,自找麻烦。前两年发生禽流感时,有位市长在记者招待会上说:“我们国家几千年鸡瘟一直存在,禽流感和鸡瘟差不多嘛,没有什么好大惊小怪的。”这为记者提供了打击政府的子弹。

法则之十:语言简洁,通俗易懂。传播学有“30秒定律”,也就是电视观众在30秒的时间内得不到有价值的信息就会换频道了。领导干部要提高语言表达能力,改变文风,发短文、开短会、说短话,提高与媒体、公众沟通交流的能力,学会讲话。大众传播不是小众传播,官员要会说老百姓的话,说老百姓听得懂的话。此外,还应注意修饰“镜头形象”,领导干部在镜头前的神态、气质以及手势、眼神等,都应得体。

(三)着力提升善管媒体的能力

一方面,要理直气壮地管。必须坚持党对意识形态的主导地位,不能动摇更不能放弃对新兴媒体和互联网的管理,不能“一朝被蛇咬,十年怕草绳”,听之任之,也不能因为某些官员说错了话就不敢或不愿说话,要从巩固党的执政地位的战略高度来看对媒体和网络的管理。网络已成为一些群体或网民发泄不满情

绪、引发突发性事件的渠道和载体,所以大意不得、动摇不得,正如某位中央领导同志说的,我们既要掌握枪杆子也要掌握笔杆子,旗帜鲜明地加以控制。公安部近日宣布将加强对微博、QQ群的监控,应对新媒体影响。

另一方面,要改革创新地管。一是观念要创新。要从传统的管理模式中解放出来,实现与时俱进的科学领导,不能把媒体简单地或单一地定位为“党的喉舌”,弱化和忽视媒体的社会功能,使其成为党和政府的附属物,掩饰和淡化社会大众的声音。要树立“媒介民主”的意识,提升大众对媒体的信任度。二是体制要创新。要严格管理,但要管住而不是管死,在坚持政府主导媒体的前提下,要扩大媒体的活动空间,使媒体的管理体制趋向灵活和有一定的弹性,使其按媒体自身的规律发展;同时要坚持依法管理,在宪法和法律范围内对媒体实施领导。三是方法要创新。要有切实可行的方法,如牢牢把握宣传舆论的主导权,用先进文化占领各个阵地;积极应对网上舆论,特别是负面舆论要在第一时间里发现;要高度关注、密切掌握少数人成立网上非法组织、加入和参与网上非法组织的动向。过去强调领导深入基层、深入群众调查研究,现在要强调深入网络、深入网民调查研究,把握动态,做到胸中有数,有的放矢。

(作者单位:武汉科技大学)

舆论引导：新媒体时代领导干部

执政能力的重大考验

唐卫彬

在2010年初召开的全国宣传部长工作会议上,李长春同志强调:“要适应时代发展要求,努力提高与媒体打交道的能力,切实做到善待媒体、善用媒体、善管媒体。”“充分发挥媒体凝聚力量、推动工作的积极作用。”这无疑是新形势下各级领导干部做好媒体工作的指南。

中央领导同志之所以如此强调领导干部与媒体的关系,是因为在新媒体时代,舆论引导已经日益成为考量领导干部执政能力的一项重要内容,特别是如何做好突发公共事件、舆论热点事件和群体性事件中的舆论引导,更是成为直接影响事件处置进程和效果的重大考验。

一、新媒体时代舆论引导的重要性

当今,中国已经以迅猛之势进入新媒体时代或者说全媒体时代,媒体格局日新月异,终端载体层出不穷,特别是互联网越来越成为现实社会的“晴雨表”和公众情绪的“放大器”。任何一个网民在互联网上发布一个帖子、一张图片、一段音视频,从某种程度上说,就相当于是一个传统媒体的文字、摄影、广播或电视记者,而全国现在拥有3.6亿网民,网络的魅力和威力无比巨大。近几年来,温家宝总理连续通过中国影响最大的新闻网站——新华网与网民互动,网络对话

已经成为政治文明的一个见证。然而,各级领导干部是否都意识到了新媒体时代的呼唤,是否都适应了新媒体时代的要求呢?2008年6月发生的贵州瓮安事件,从21日少女李树芬死亡到28日网上网下谣言四起的7天时间里,当地党委政府没有发布权威信息,基本放弃话语权,最终导致了300间房屋被烧、几十台车被砸、300余人受伤的严重后果。这一事件令人反思,它凸显了各级党委政府在新媒体时代切实做好舆论引导的必要性和重要性。

在社会转型期和矛盾凸显期,各种突发公共事件、舆论热点事件和群体性事件频频发生。一系列案例表明,地方党委政府在处置此类事件中之所以陷入被动,往往有其基本规律和相似的教训:一是反应迟钝,二是判断失误,三是处理失当,最后导致“小事拖大、大事拖炸”。如果能够高度重视信息发布和舆论引导,做到未雨绸缪、预防在先,很多矛盾在出现苗头的时期就能得到化解和疏导,不至于演变为重大事件。

当然也有许多成功的案例。在突发公共事件、舆论热点事件和群体性事件中,有的领导同志十分善于运用媒体进行舆论引导,成功地化“危”为“机”。面对民众的愤慨和舆论的指责,领导干部不应保持沉默或消极应对,而应积极利用媒体影响力,一是向老百姓道歉,不断鞠躬,态度诚恳;二是深刻反省,并对当地存在的一些深层次问题进行严肃批评;三是及时采取一系列措施,进行大力整改。在很短的时间里,不仅民众愤慨缓释,舆论指责减弱,被动局面得到有效扭转,而且领导干部个人也树立了良好的形象。实际上,舆论引导的成功与否,已经日益成为直接关乎事件处置进程和结果的重要因素。因此,与媒体打交道的能力也越来越成为新时期领导干部执政能力和应对能力的重要体现。

二、媒体在国家应急体系中的地位和作用

目前,世界各国都高度重视并逐步建立国家应急管理体系。在国家应急管理体系中,媒体的快速反应是其重要组成部分。美国“现代新闻之父”普利策曾经说过:“如果一个国家是一条航行在大海上的船,新闻记者就是船头的守望者,他要在一望无际的海面上观察一切,审视海上的不测风云和浅滩暗礁,及时发出警告。”