

<<政府的媒体公关与新闻发布>>

图书基本信息

书名：<<政府的媒体公关与新闻发布>>

13位ISBN编号：9787302107897

10位ISBN编号：7302107890

出版时间：2005-04

出版时间：清华大学出版社

作者：苏丽文

页数：134

译者：董关鹏

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<政府的媒体公关与新闻发布>>

前言

2003年年底，高加索地区发生了一场称之为“玫瑰革命”的反政府事件。

这场“革命”是一场反对派与媒体联手精心策划、操作的媒体事件。

由人民合法选举的格鲁吉亚总统谢瓦尔德纳泽被媒体设置的议程、制造的新闻、组织的“革命者”、煽动的抗议者和塑造的反对派领袖驱赶出了总统府。

“玫瑰革命”对于思考如何加强中国共产党的执政能力有重要的警示意义。

翻阅美国国务院组织编写的《政府的媒体公关与新闻发布》，我发现，作者是有着丰富记者经验和美国政府发言人经历的苏丽文女士。

她的有关发言人的理论和技巧与我们这一年多在国务院新闻办公室发言人培训班教学中运用的一些技巧和理论不谋而合。

只是这本书从另一个角度直接或间接地回答了我们在课堂上一直讨论的关键问题：是政府应对危机，还是媒体应对危机？

重大突发事件该不该让媒体报道？

让媒体报道什么？

能否做到让媒体按照我们的议程报道？

在新闻报道中，政府能否始终掌握主动权？

危机中媒体应对预案是做给政府用的，还是做给媒体用的？

危机发生后，政府是做好新闻发布，还是做好新闻媒体的管理工作？

危机发生后，政府发言人是管理好自己的嘴，还是管理好记者的手？

是要求媒体统一口径，还是要求政府部门统一口径？

媒体是你的朋友？

媒体是你的敌人？

媒体是你的商业伙伴？

媒体是你操纵的对象？

媒体是你挣钱的工具？

<<政府的媒体公关与新闻发布>>

内容概要

《政府的媒体公关与新闻发布：一个发言人的必备手册》全面介绍了政府新闻发布工作的角色、过程与目标，以及大量的实战技巧。

在新闻发生时，如何和新闻界打交道？

如何召开新闻发布会等。

<<政府的媒体公关与新闻发布>>

作者简介

作者：（美国）玛格莱特·苏丽文 译者：董关鹏

<<政府的媒体公关与新闻发布>>

书籍目录

中文版序言一：新闻执政与新闻发布 中文版序言二 英文版序言 第1章 新闻办公室要做些什么 新闻办公室是什么，不是什么 新闻记者与政府新闻官与新闻界打交道的职责 第2章 新闻官的工作 新闻发言人的角色 新闻官的工作权威与协调与其他新闻办公室的关系 做一个诚信的新闻发言人 现身说法 实战篇 如何与媒体打交道 该做的事情 不该做的事情 出了错或遇到坏新闻怎么办 处理错误 处理坏新闻 第3章 工作中的新闻办公室 做好长期和短期的规划 将工作进行量化分割 新闻办公室的日常活动 会议 新闻摘编和监看 处理电话 合理配置人员 协调的需要 现身说法 实战篇 有关新闻办公室的五个最佳技巧 组织安排 国务院 国防部 财政部 教育部 第4章 新闻办公室的传播计划 信息始自领导者 制定传播计划 策划一场媒体造势活动 现身说法 实战篇 有关传播计划的五个最佳技巧 第5章 加工你的信息 工作年历 选择一个定期的阶段性主题 制定一个总的阶段性工作年历 针对每个主题挑选并制定一个口号 确定听众、媒体和不同诉求点 列出媒体清单 如何设计好工作年历 书面材料 特殊采访到基层采访 专家访谈 新闻的配合 评估 现身说法 实战篇 有关加工你的信息的五个最佳技巧 第6章 新闻办公室的传播工具 新闻发布稿 媒体吹风 事实资料页 或者背景介绍 视觉化材料 人物介绍 专家名单 其他文本 新闻摘编 问题媒体资料袋..... 第7章 新闻发布稿，媒体吹风和事实资料页：一个近距离的解读 第8章 接受采访 第9章 新闻发布会 第10章 危机传播 第11章 活动策划 第12章 伦理篇：新闻发布工作的道德规范与行为准则 外1章 利用网络 译后记

<<政府的媒体公关与新闻发布>>

章节摘录

比如，如果一月份第二个星期的主题是农业改革，你就需要根据它制定一个口号。

每个主题可能会有几个次主题。

例如，农业改革的一个次主题可能是政府要改革农业补贴政策；另一个次主题可能是政府要出台提高农民生产力的措施。

一月份第二周的主题是农业改革，在这期间可以把工作重点放到改革农业补贴政策这个次主题上。

你把其他几个主题安排在一月份的另外几个星期里。

然后，到了二月份，你又可以回到农业改革这个主题上来，同时也可以将提高农民生产力作为这一时期特别强调的次主题。

在三月份，你可以再次把重点放在农改的一个次主题上，也许又回到了改革农业补贴问题上来。

当你选择主题的时候，你必须知道它和相关立法或政府举措是否有关联。

举例说，如果政府今年计划农业改革，那么你就要赶在任何有关农业的立法工作投票之前强调你的想法。

尽量使你的口号简单、清晰、直截了当。

想一想你提出的口号和你所希望看到怎样的新闻标题或新闻导语。

这会有助于提炼你的口号。

举个例子，对于降低政府农业补贴这个提法来说，你可以选择三个重点。

三个以上会使人们混淆，甚至忘记它们是什么。

你的观点需要在短期内被反复强调。

比如，你可以说，降低政府补贴将能够：（1）允许更多的政府款项被用于其他需要资金的项目上，（2）有利于农业吸引更多外资，（3）增加个人投资，并使农业生产更加高效、高产。

<<政府的媒体公关与新闻发布>>

后记

对于今天这个时代，媒体技术空前发展所带来的巨大挑战，我们只能是快速地回应，快速地做出选择，而且强调要发出自己的声音。

然而这个声音，在今天如果没有经过充分的策划与恰当形式的传播，很有可能就被资讯的汪洋给淹没了。

资讯的丰富让很多人都觉得有些措手不及。

大家都担心出现以下三种情形：谣言淹没了真相；细枝末节上了头条，轻重缓急遭到本质性的颠倒；危机到来，众口铄金，身败名裂。

然而，稍微关心时事的朋友就会发现，在一个媒体如此发达的时代，这些“不幸”的事情每天都在我们的身边上演着。

它们的主角可能是一个娱乐明星，是一个业绩不错的上市公司，更有可能的就是长期以来一直秉承“沉默是金”原则的某些政府部门。

2001年9月11号，恐怖分子用飞机炸毁了美国经济繁荣的象征——世贸中心双子大楼，在全程关注该事件从发生到发展直到最后烟消云散过程中美国政府及美国领导人的作为之后，我一方面感叹，从公共政策角度来说，在如此重大的国家级甚至是世界级的灾难中，美国的领导者和政府部门处理得如此井然有序、颇有成效，另一方面也为长期以来我国普遍对政治传播、危机传播和政府公共关系重视不够感到遗憾。

作为政治传播领域的青年学者，我也曾经感到自己所从事的研究领域不仅仅是常常在实践的环节被忽视了，在学术研究中也是备受争议，甚至曾经有学者评价，政治传播就仅仅是竞选学。

<<政府的媒体公关与新闻发布>>

编辑推荐

《政府的媒体公关与新闻发布:一个发言人的必备手册》由清华大学出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>