

<<微博时代的新闻发布和舆论引导>>

图书基本信息

书名：<<微博时代的新闻发布和舆论引导>>

13位ISBN编号：9787503547775

10位ISBN编号：7503547774

出版时间：2012-9

出版时间：中共中央党校出版社

作者：邹建华

页数：195

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>

<<微博时代的新闻发布和舆论引导>>

内容概要

微博的迅猛发展对中国的舆论格局带来什么变化和 challenge？
中国互联网有什么特点？
网民的行为特征如何？
中国公共舆论事件的引爆和演变有何规律？
在中国这一独特的舆论背景下，如何开展新闻发布、舆论引导和危机公关？
如何在“第一时间”有效引导舆论，化危为机？
微博时代的“第一时间”是什么等等，作者在《微博时代的新闻发布和舆论引导》中都进行了精辟、独到的回答。
本书还就在微博时代“如何接受记者采访”、如何开展“国际舆论引导和公共外交”工作以及“如何有效运营政务微博”等方面进行了深入研究并提出了许多好的对策建议。
邹建华所著的《微博时代的新闻发布和舆论引导》观点新颖、案例翔实，对策建议操作性强，是我国在微博时代开展新闻发布、舆论引导和危机公关不可多得的一部参考和指南书。

<<微博时代的新闻发布和舆论引导>>

书籍目录

序言前言第一章 微博的迅猛发展带来的巨大变化和挑战一、互联网已经成为中国影响力最大的主流媒体和舆论的中心二、微博的井喷式发展给新闻发布和舆论引导工作带来更大挑战（一）微博发展现状（二）什么是微博（三）为什么微博受到网民追捧（四）微博的迅猛发展带来的几大变化（五）微博的迅猛发展需要与时俱进，创新应对方式和方法三、如何正确认识 and 对待网络问政（一）我国网络舆情总体上看是积极向上的（二）网络是社会情绪的宣泄器，同时也是社会的稳定器（三）互联网是社会危机的预警器第二章 中国网络的特点及网络舆论事件形成的模式和规律一、中国网民的构成及中国网络的特点（一）中国网络的基本情况（二）网民的结构（三）中国互联网的特点二、互联网背景下公共舆论事件引爆的模式和规律（一）舆论事件形成的三个模式（二）网络公共舆论事件引爆的原因和要素（三）网络公共舆论事件形成有几个共同点第三章 微博时代如何抢占舆论先机一、什么是“第一时间”二、为什么要在“第一时间”抢占舆论制高点三、网络时代的舆论制高点在哪里四、网络时代以什么方式抢占网上舆论制高点（一）2009年新疆兵团“最牛团长太太事件”（二）“女子当众下跪上访被拉走事件”（三）网友发帖质疑政府工作效率，贵州省长回帖致歉五、在在微博时代如何抢占舆论制高点（一）以快对快，争分夺秒（二）以新对新，利用微博等网络平台为舆论引导和危机公关服务第四章 在微博时代，突发事件发生后的第一时间如何表态一、用坦诚的态度、真诚的反应化解网民情绪，引导舆论（一）危机出现后及时表明坦诚的态度是最好的媒体应对策略（二）如何才能让公众在第一时间看到一个真诚的，负责任的政府形象二、突出人文关怀，彰显人性色彩第五章 微博时代如何接受媒体采访一、接受记者采访的重要性和存在的主要问题（一）接受记者采访是舆论引导和危机公关的重要手段（二）掌握一些必要的技巧才能从容、正确面对媒体（三）存在的主要问题二、接受采访的几个技巧（一）开门见山、直奔主题以减少断章取义（二）避免“惊人”或“雷人”的说法，避免误读和炒作（三）力争表态的内容成为媒体报道的标题（四）在接受电视采访时要严格控制好时间（五）如何避免记者提问中的陷阱（六）在充分准备的基础上接受采访，切忌仓促上阵（七）少说为佳，言多必失（八）控制情绪，避免成为媒体报道的负面标题（九）留有余地第六章 微博时代的国际舆论引导和国际危机公关一、有效开展国际舆论引导和国际危机公关工作的重要性 and 紧迫性二、我国在国际舆论引导和国际危机公关上存在的主要问题（一）不按新闻传播规律办事，缺乏透明度和时效性（二）对外表态比较生硬，情绪化（三）宣传色彩浓厚，缺少新闻平衡（四）表态缺乏针对性三、国际舆论引导和国际危机公关的策略和技巧（一）改变对外传播机制（二）加强舆论引导的针对性，改变传播话语体系，提高国际传播效果和影响力（三）避免使用生硬、偏激的情绪化语言，培养亲和国家形象（四）坦诚面对负面报道和质疑，不回避不掩饰第七章 政务微博如何运营一、政务微博运营现状（一）一批深受网民欢迎的政务微博脱颖而出（二）大多数政务微博运营效果不理想二、政务微博运营中存在的主要问题（一）信息发布时效性不强（二）仅将政府网站简单套上了微博新外套（三）“空壳化”严重（四）忽视与公众的互动交流（五）微博避重就轻，回避实际问题（六）不能正确面对舆论监督（七）定位不清（八）管理混乱，运作失当三、如何有效运营政务微博（一）微博的政务运用形式（二）政务微博应成为新闻发布的首选平台（三）政务微博如何做到快（四）不要把政务微博变成政府网站的翻版（五）与网民积极互动，及时解决和回应网民的批评和诉求（六）微博问政和微博便民服务要并行不悖（七）改变官方话语体系，用生动的平民语言和网络语言进行沟通（八）以“群”的方式出现，形成政务微博的合力和“集团效应”（九）不要刷屏（十）“博名”要取好，以便于网民识别（十一）发帖时间段要掌握好（十二）加强对微博团队的管理和对媒体素养培训（十三）政务微博选择什么微博平台最好（十四）关于政府官员个人政务微博问题附录一：国家互联网信息办主任王晨谈微博附录二：记者总结微博推动宜黄拆迁自焚成为公共事件全程附录三：微博：互联网时代的新标杆参考文献

<<微博时代的新闻发布和舆论引导>>

编辑推荐

《微博时代的新闻发布和舆论引导》专门针对中国舆论格局的这些重大变化给新闻发布、舆论引导和危机公关工作中带来的新问题和新的挑战进行了深入的研究和探讨，并尝试着给出了如何应对的答案。

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>