

<<新闻发言人与媒体>>

图书基本信息

书名：<<新闻发言人与媒体>>

13位ISBN编号：9787811271492

10位ISBN编号：7811271494

出版时间：2009-3

出版时间：第1版 (2009年3月1日)

作者：丁海宴

页数：203

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>

<<新闻发言人与媒体>>

前言

任何教材都是关于知识的认识和理解。
不同的认识会有不同的知识体现，不同的理解也会有不同的知识追求。
我们尝试编纂应用型本科系列教材，概括起来主要基于这样几点考虑和探索：教材是一幅知识的蓝图，它标明知识的走向、知识的关系和知识的系统。
然而，我们所强调的则是对知识走向的创新，知识关系的重构和知识系统的重建。
教材不该是对知识的按图索骥，而应该是对知识变化过程的引领。
没有变化的知识不是真知识，不能运用的知识不是活知识。
知识的生命在于知识的重组、知识的再生和知识的生产。
知识是一个过程，了解和获得知识的真正目的，是掌握和运用知识。
教材要交给学生学什么，还要告诉学生什么如何学，更要指导学生什么如何应用。
这里的应用不是指如何操作，而是指对基础知识和专业知识的巧妙融合和灵活处理。
应用不是指做什么，而是指利用什么做什么。
利用得好坏就是应用的方法。
传授知识的方法是形式也是内容，根据对象选择内容，更应根据对象设定方法。

<<新闻发言人与媒体>>

内容概要

《新闻发言人与媒体：沟通策略与技巧》在广泛搜集资料、注重实用性和应用性的基础上，作者做了以下尝试：第一，研究定位上的突破。

根据所能搜集到的资料，《新闻发言人与媒体：沟通策略与技巧》是目前为止第一本专门针对高等院校特别是新闻院校学生的教材，而其他学者所著多为培训教材。

第二，研究视角和体系上的创新。

《新闻发言人与媒体：沟通策略与技巧》以媒体与新闻发言人的互动为基本立足点，为此确立自己的研究视角和教材体系。

第三，教材形式上的突破。

《新闻发言人与媒体：沟通策略与技巧》充分考虑了现代大学生的知识结构和阅读特点，注重文字流畅、形式新颖、图文并茂、体例生动，尽量引用最新的资料。

《新闻发言人与媒体：沟通策略与技巧》设置了“知识导航”小板块，使读者对内容预先有一个初步的了解。

<<新闻发言人与媒体>>

书籍目录

第一章 新闻发布会产生发展第一节 美国新闻发布制度第二节 我国新闻发布制度第三节 我国外交新闻发布第四节 我国"两会"新闻发布第二章 新闻发布会策划组织第一节 新闻发布会策划规则第二节 新闻发布会流程设计第三节 各类新闻发布会操作第三章 新闻发言人媒体形象第一节 新闻发言人内涵素养第二节 新闻发言人公众形象第三节 新闻发言人屏幕形象第四节 新闻发言人着装设计第五节 新闻发言人的副语言第四章 新闻发布会问答博弈第一节 记者提问的基本原则第二节 新闻发言人应对原则第三节 记者提问的方法技巧第四节 新闻发言人应答策略第五章 新闻发言人与媒体互动第一节 记者做好充分会前准备第二节 新闻发言人与记者沟通第三节 新闻发言人与记者互换第四节 新闻发言人的媒体素养第六章 新闻发布会报道传播第一节 新闻发布会新闻写作第二节 新闻发布会直播报道第三节 网络新闻发布会报道第七章 著名新闻发言人个案第一节 中央部委新闻发言人第二节 地方政府新闻发言人第三节 国外著名新闻发言人第八章 新闻发布会案例点评第一节 危机新闻发布会案例第二节 企业新闻发布会案例第三节 首脑新闻发布会案例第四节 外交新闻发布会案例后记

<<新闻发言人与媒体>>

章节摘录

第一章 新闻发布会产生发展 第二节 我国新闻发布制度 在我国,自辛亥革命后,新闻发布会作为一种政府与舆论沟通的手段、中国与国际接轨的方式,以及政治斗争的工具,已经得到了一定程度的普遍运用,其间也出现了从定期向不定期发展的趋势。

抗日战争中,新闻发布会的宣传价值得到提升。

然而,直到新中国成立前,由于国内国际形势过于复杂混乱,新闻发布会的发展受到很大的阻力,发展过程时断时续,因而很难形成一种定期、规范、有效、有序的常规机制。

20世纪80年代以来,随着新闻发布制度的建立和完善,新闻发布会逐渐制度化、定期化,并不断得到完善。

我国新闻发布的产生与发展先后经历了以下五个历史时期: 一、最初形态 我国新闻发布会不是本土的产物,而是移植西方特别是美国的经验,深受西方资产阶级革命和新闻自由思想的影响。

我国记者曾参加杜鲁门总统举行的新闻发布会。

1945年9月26日,《大公报》驻美国特派员杨刚参加了白宫新闻发布会,到会记者近200名。

总统杜鲁门答复了记者的提问,发布会历时15分钟。

关于这次新闻发布会的情形,杨刚当天向《大公报》发了专电。

我国新闻发布会的产生发展是新闻传播业迅猛发展的结果。

有资料显示,“从武昌起义胜利到1913年的两年中,报刊数目剧增。

除官报和少数宗社党报刊销声匿迹外,清末出版的报刊照旧出版,清末被迫停刊、休刊的报纸有不少又恢复出版,各种各样的人物、团体纷纷创办新报刊,形成继戊戌变法后全国第二次办报高潮。

<<新闻发言人与媒体>>

编辑推荐

本书以媒体与新闻发言人的互动为基本立足点，着重阐述了新闻发言人与媒体之间的沟通策略与技巧，尤其注重实用性和应用性，援引大量鲜活的案例，使读者对新闻发言人和新闻发布制度有一个全景式的了解。

<<新闻发言人与媒体>>

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>