

<<信息发布与危机公关>>

图书基本信息

书名：<<信息发布与危机公关>>

13位ISBN编号：9787302313199

10位ISBN编号：7302313199

出版时间：2013-1

出版时间：清华大学出版社

作者：梅文慧

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>

<<信息发布与危机公关>>

内容概要

《信息发布与危机公关》结合作者多年的新闻模拟教学及国内外案例分析，探讨了新闻发言策略及答记者问技巧……《信息发布与危机公关》实用性与学理性兼顾，适合政府、企业新闻发言人、公关、文秘以及文体界等与媒体打交道的群体使用；可作为相关专业的教科书及参考书。

作者简介

梅文慧，湖南大学新闻传播与影视艺术学院副院长、副教授。

新加坡南洋理工大学访问教授。

国内较早开设新闻发布模拟教学及“应对媒体与危机公关”系列课程的专家。

曾在政府、媒体工作，积累了丰富的相关理论与实务经验。

担任过“汉语桥”等国际语言文化赛事评委，获评湖南省第二届青年文化名人，现为长沙市政协委员港澳召集人。

近年在国内外报刊发表专业论文及文学作品数十篇，著有《综艺大本营》、《快乐电视选秀》等媒体研究专著。

<<信息发布与危机公关>>

书籍目录

绪论 一、中国信息公开的蹒跚之路 二、社会转型期的当务之急 三、新媒体时代的传播之变 第一章 舆论场的博弈与引导 一、舆论场的多足鼎立 二、谣言传播的信息博弈 三、舆论引导的媒体策略 第二章 媒介事件与舆情危机应对 一、媒介事件的历史衍变 二、新媒体事件的危机效应 三、舆情应对的新媒体战略 四、舆情危机的动态管理 五、媒介事件的危机转化 第三章 新闻发布的传播策略 一、传播心理的综合解析 二、真实一致的口径管理 三、媒体乐于引用的报道要素 四、发布内容的重点布局 第四章 新闻发言人的角色把握 一、风光而风险的职业境况 二、凸显职业特性的角色要求 三、多重考验下的角色担当 第五章 答记者问的应对技巧 一、应答守则 二、应答准备 三、应答技巧 第六章 媒体沟通的话语方式 一、媒体沟通的表达策略 二、话语方式的流变与应用 三、优化沟通的话语运用 四、多维传播的副语言技巧 第七章 媒体关系范式与原则 一、媒体关系的观念转变 二、媒体关系的基本范式 三、媒体关系的适用原则 第八章 官员媒体形象管理 一、官员媒体形象的策划与展示 二、官员媒体形象建构与公关传播 三、“雷人”话语直击公共形象 四、形象危机的诱因与修复 第九章 新闻发布会的模拟实践 一、模拟新闻发布会的程式设计 二、个案点评及理论验证 三、模拟新闻发布的应用总结 附录一 新闻发布与媒体关系调研报告 附录二 国新办汶川地震首次新闻发布会（文字选录） 附录三 湖南株洲高架桥坍塌3次新闻发布（文字摘要） 附录四 电视访谈模拟（课堂选录） 后记

<<信息发布与危机公关>>

章节摘录

版权页：插图：不同于传统媒体时代“宣告式”的单向传播方式，网络中聚集着社会各个层面的“小话筒”，有着不同于传统媒体的表达方式和表达路径。

每一条“网民意见”都是网络舆情的源头。

新媒体加剧了传播的主体多元化，使网络舆情呈现新的信息能量与传播特点：非理性网络舆情的非理性主要表现在两个方面：一是网络舆情存在过激言论，情绪化特征明显。

不乏谩骂式的人身攻击及发泄个人私愤的网络暴力。

这种公众情绪具有煽动性，成为点燃网络舆情的导火索，也预示某种公共危机的征兆。

二是网络舆情存在信息误导，充斥着谣言与流言。

个人色彩述评的“自媒体”把这种选择性表达推向泛滥，不注重信息的完整性及平衡报道，表面性、片面性与主观性在网络舆情中随处可见。

即发性网络令人瞠目结舌的传播速度，随时形成一呼百应的大规模杀伤力，这种迅捷而难以控制的爆炸性特征，让处于舆论旋涡的当事者措手不及，当事者因为时间紧迫，情况掌握不全，也很容易造成决策失误及连锁危害。

长久性网络赋予公众平等的话语权，谁都可以在网上发表言论，谁都有机会被传播。

舆情言论一旦被关注，很可能成为人们茶余饭后的话题。

长时间之后一旦输入有关关键词，还可以在搜索引擎下出现曾经的信息和相关的人和事，可以说，网络会留下长久的烙印。

如果是负面的，那么其后遗症难以消除，对重树形象有一定的难度。

新媒体事件往往带有鲜明的网络标签，这些网络标签往往源自网民原创，它们成为事件的代名词的同时，也有可能成为某种历史记忆，并且媒介事件的影响力越大，持续事件越长，这一词汇的重复率越高，公众对其的认知、记忆程度也就越深，长久性的负面效应难以消除。

“范跑跑”、“躲猫猫”等词汇的应运而生，并作为网络事件的关键词在网上广为传播，体现了网友对媒介事件的强大推动力。

热点公共事件发生后，网民通过论坛回帖、电子邮件、博客、微博、聊天室、个人网页等新技术平台发表个人意见，通过网络独有的“意见公开市场”，进行交锋和碰撞、认同与融合，获得大体一致的意见，形成网络舆论，这一过程是公众对社会问题的一种社会政治态度、意见和情绪回应。

新媒体对人们日常生活的渗透率越来越高，并以层层递进的方式形成舆论的聚集效应，分散了传统大众传媒在舆情生成扩散过程中的权威中心作用，增加了舆情危机事件的爆发几率。

<<信息发布与危机公关>>

编辑推荐

《信息发布与危机公关》从媒体与危机公关角度，阐述在新媒体语境下，突发事件的信息发布、媒介事件的危机管理、媒体沟通及公共形象的构建。

围绕如何应对国内外媒体、实施舆论引导进行了创新研究。

<<信息发布与危机公关>>

名人推荐

梅文慧教授的《信息发布与危机公关》是一本及时的和有用的专著，在人们还不甚知晓新媒体这一无形的，却使你必须生活在这一虚拟社会的时候，读此书，对读者无论是政府官员、媒体工作者、网友乃至尚未上网者——他们也不可避免地受到网络消息和舆论引起的社会动态的影响，都是开卷有益的。

——赵启正 国务院新闻办公室原主任，全国政协常委、新闻发言人，中国人民大学新闻学院院长、博士生导师 梅文慧老师的这本专著富有特色。

当前，舆论生态环境因新媒体的强势推进而显得更加活泼，同时也更加复杂多变。

面对这种爱恨交织的局面，如何正确应对，如何有序把握，如何精心布置等等，成为界内有识之士共同关注的重大话题。

这本专著注重实践性，强调操作性，突出建设性，寓理论指导和思想深度于案例证明和事件分析之中，有着很好的可读性和观赏度。

对于从事这个行业的人来说，不妨一读，或许能给你带来心里灵动一跃。

——尹韵公 中国社科院中国特色社会主义研究中心主任，《新闻与传播研究》主编，博士生导师 在中国社会急速转型的阶段，不时出现各种危机局面。

同时我们所处的也是一个互联网时代，各种信息（无论是真实的还是谣传）都可以借助各种信息技术得到快速的传播。

在任何社会，危机不可避免，关键在于如何应付和管理危机。

如何在互联网时代来管理和控制危机？

这是社会各界，尤其是作为社会管理者的政府应当考量的重要问题。

梅文慧教授长期以来不仅是媒体的实践者，而且走在媒体和社会关系研究的前沿，她给各级领导班讲授的新闻发布模拟课程，更是成为同类教学中的示范课。

其新著《新闻发布与危机公关》不仅提供了新闻发布和危机公关方面的系统理论思考，而且整合了很多很有意义的案例，尤其是那些她自己设计并且在实践中起到有效作用的案例。

这本著作在理论上是一个很大的贡献。

因为和实践相关，对新闻媒体，对政府、企业、演艺等机构工作人员具有很大的参考价值。

——郑永年 新加坡国立大学东亚研究所所长、英国诺丁汉大学终身教授，《国际中国研究》（国际社科核心期刊）主编，国际著名中国问题专家

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>