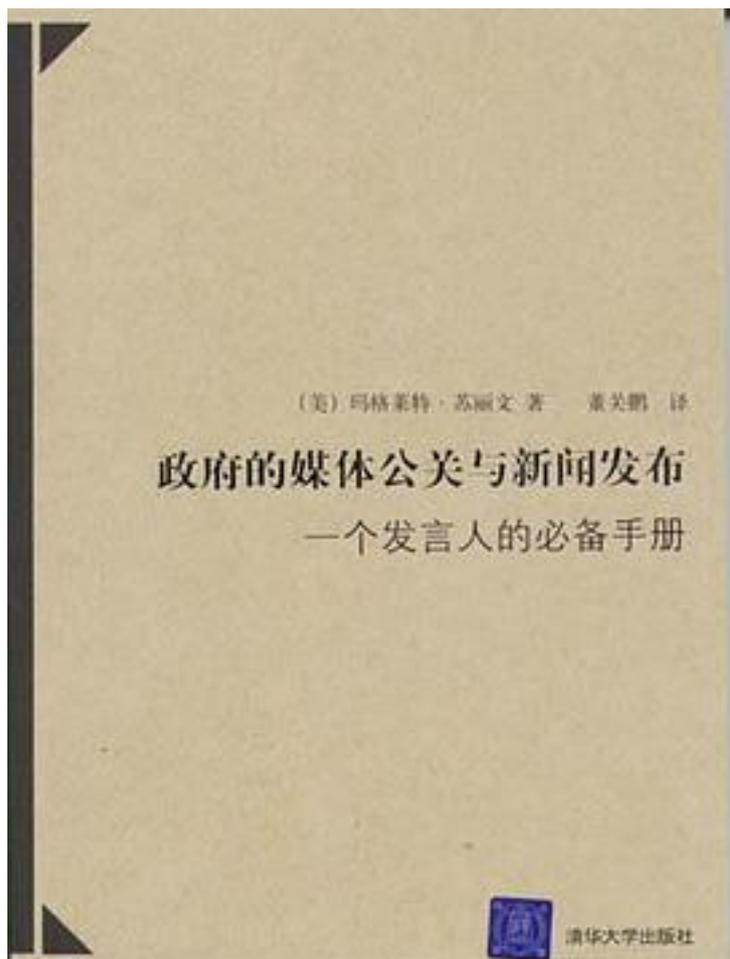


政府的媒体公关与新闻发布



[政府的媒体公关与新闻发布_下载链接1_](#)

著者:苏丽文

出版者:清华大学出版社

出版时间:2005-04

装帧:平装

isbn:9787302107897

《政府的媒体公关与新闻发布:一个发言人的必备手册》是一本由美国国务院组织撰写的经典读物，曾经多次修订，并成为美国政界和企业界广为推崇的媒体公关与新闻发布相关工作人员的必读书。全书以最简洁而精炼的语言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，尤其将政府的新闻发布工作作为政府部门公共关系的一个必然组成部分，把公共关系基本的“调研—策划—实施—评估”四步工作法贯穿于全书，可操作性强。《政府的媒体公关与新闻发布：一个发言人的必备手册》由美国国务院授权清华大学出版社在中华人民共和国出版发行。

作者介绍:

目录: 中文版序言一： 新闻执政与新闻发布李希光

中文版序言二裴孝贤

英文版序言玛格莱特·苏丽文

第1章新闻办公室要做些什么1

新闻办公室是什么，不是什么3

新闻记者与政府新闻官5

与新闻界打交道的职责6

第2章新闻官的工作9

新闻发言人的角色10

新闻官的工作12

权威与协调13

与其他新闻办公室的关系15

做一个诚信的新闻发言人17

现身说法实战篇19

如何与媒体打交道19

该做的事情19

不该做的事情20

出了错或遇到坏新闻怎么办21

处理错误21

处理坏新闻21

第3章工作中的新闻办公室23

做好长期和短期的规划24

将工作进行量化分割27

新闻办公室的日常活动28

会议28

新闻摘编和监看30

处理电话31

合理配置人员33

协调的需要34

现身说法实战篇36

有关新闻办公室的五个最佳技巧36

组织安排37

国务院37

国防部39

财政部39

教育部40

第4章新闻办公室的传播计划41

信息始自领导者43

制定传播计划44

策划一场媒体造势活动46

现身说法实战篇47

有关传播计划的五个最佳技巧47

第5章加工你的信息49

工作年历50

选择一个定期的阶段性主题50

制定一个总的阶段性工作年历50

针对每个主题挑选并制定一个口号51

确定听众、媒体和不同诉求点52

列出媒体清单52

如何设计好工作年历53

书面材料54

特殊采访54

地方采访55

专家访谈55

新闻的配合55

评估56

现身说法实战篇56

有关加工你的信息的五个最佳技巧56

第6章新闻办公室的传播工具57

新闻通稿59

媒体吹风59

事实资料页或者背景介绍59

视觉化材料60

人物介绍60

专家名单60

其他文本60

新闻摘编60

问题60

媒体资料袋61

“号召信”或电话61

图像和声音形式的新闻发布61

卫星技术62

广播实况62

分开的电话线62

记者招待会62

采访63

会见编委会63

不做记录的背景说明性会议63

社论、言论文章与专栏63

演讲63

巡回媒体接触64

特写64

互联网64

电子邮件65

拍照机会65

现身说法实战篇65

媒体65

报纸66

新闻简报67

通讯社67

杂志67

广播和电视67

网络新闻68

有关新闻办公室的工具的四个最佳技巧68

第7章新闻通稿，媒体吹风和事实资料页：
一个近距离的解读71

新闻通稿72

媒体吹风75

事实资料页76

现身说法实战篇77

有关新闻通稿的五个最佳技巧77

第8章接受采访79

评估采访要求80

确立基本规则与底线82

一旦同意采访83

采访期间85

紧绕中心87

有效的电视出镜88

采访结束后89

现身说法实战篇89

拍摄图片注意事项89

有关接受采访的五个最佳技巧90

评估采访要求90

一旦同意采访90

采访期间91

公开和不公开的讲话91

第9章新闻发布会93

新闻发布会之前94

如果在非常设的场所召开新闻发布会97

新闻发布会进行当中98

新闻发布会之后99

现身说法实战篇99

排列媒体时间表和名单99

第10章危机传播101

危机之前103

危机当中104

危机过后107

现身说法实战篇107

有关危机传播的五个最佳技巧107

集中报道107

第11章活动策划109

内部活动的策划110

外部活动的策划112

现身说法实战篇113

活动列表113

活动地点114

简报会材料115

第12章伦理篇：新闻发布工作的道德

规范与行为准则117

外1章利用网络123

译后记127

• • • • • [\(收起\)](#)

[政府的媒体公关与新闻发布_下载链接1](#)

标签

新闻

媒体

公关

传播学

新闻传播

传播

论文

董关鹏

评论

美国大使馆赠书。

2005-12-26

可以通过这个理解政府的媒体公关，更好的进行“政策分析”

在写一个新闻通稿前，必须知道这件事情为什么重要，怎么样让它成为有价值的新闻；要做怎样的研究来支持发布的信息。

草草翻过，感觉还可以，实用性很强。

我想william了

系统化，”道“的东西

有些陈旧了，但是描绘出美国政府如何通过新闻执政的细节很有意思。

实用性强，新闻发言人的基本操作手册。

实用性操作手册，不仅仅是新闻发言人的，对政府公关可以有一个整体的了解，不过感觉中国和国外确实不一样啊！

美国政府的媒体公关策略与执行，事无巨细，告诉我们“打杂”的工作其实很高级。对比美国媒体的挖粪传统，说明公关与媒体将永远处于博弈的两端。诚实是苏丽文一直强调公关的原则之一，但部分的诚实、单方面的诚实和欺骗到底有多少距离？

[政府的媒体公关与新闻发布_下载链接1_](#)

书评

[政府的媒体公关与新闻发布_下载链接1_](#)