

# 政府新闻发布



[政府新闻发布\\_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2009-4

装帧:

isbn:9787214057587

《政府新闻发布》新闻学是社会科学中最与时俱进的学科，它要积极面对处于迅速变化发展中的国内外环境，解答新闻与传播实践中提出的新问题，不断丰富自身内涵，创新理论成果。近几年来，中国几所重要大学的新闻学院都确认，新闻专业不仅要培养传媒人，也要把培养政府的新闻发言人和公务员的新闻观当作其重要任务。但是，我深感这一领域的教学参考书还太少，这本新书的出版正当其时。我希望，有更多的政府新闻工作者能为我国的政府新闻发布工作和新闻学研究的发展做出应有的贡献。

政府、媒介、公众的关系不仅是政府新闻宣传工作和公共关系管理工作的核心问题，而且是正确引导新闻舆论和社会舆论的关键所在。从这一关系的探究和规律把握出发，对政府新闻发布进行系统研究，已成为提高政府新闻发布质量、水平及其传播效果必须面对的重要课题。

## 作者介绍:

曹劲松，1967年出生，南京大学哲学博士，研究员，现任中共南京市委宣传部副部长、南京市人民政府办公厅副主任、南京市政府新闻发言人。曾任徐州师范大学信息传播学院院长，发表学术论文80余篇，出版《交往·功利·和谐——信息伦理引论》等著作10部。

## 目录: 序

导言 传媒时代政府赢得公众的策略

一 传媒时代对政府公共关系管理的新挑战

二 媒介化生存条件下的政府形象战略

三 政府新闻传播的形象设计与塑造

第一章 政府新闻传播与新闻发布

第一节 政府新闻传播的特点和方式

一 政府新闻传播的概念

二 政府新闻传播的特点

三 政府新闻传播的方式

第二节 政府新闻传播体系中的新闻发布

一 政府新闻发布及其制度

二 政府新闻发布的主要形式

三 政府新闻发布的传播效应

第三节 政府新闻发布的组织机制

一 政府新闻发布的制度安排

二 新闻发言人制度存在的不足与完善

三 政府新闻发布会的组织与实施

第二章 政府新闻发布的理论依据

第一节 建构主义理论

一 建构主义理论的主要内容

二 建构主义思想方法与信息传受关系

三 建构主义新闻传播原则、模式与方法

第二节 拟态环境理论

一 拟态环境理论的主要内容

二 拟态环境建构的主观性与客观性

三 拟态环境建构原则与主体要求

第三节 议程设置理论

一 议程设置理论的主要内容

二 议程设置与媒体功能

三 基于议程设置的传播设计

第四节 新闻价值理论

一 新闻价值理论的主要内容

二 现代媒介环境下价值嬗变  
三 传播活动中新闻价值的把握  
第三章 政府新闻发布的基本原则  
第一节 新闻知情原则  
一 新闻知情原则的确立依据  
二 新闻知情原则的主要内容  
三 新闻知情原则的实践要求  
第二节 新闻解释原则  
一 新闻解释原则的确立依据  
二 新闻解释原则的主要内容  
三 新闻解释原则的实践要求  
第三节 新闻议程原则  
一 新闻议程原则的确立依据  
二 新闻议程原则的主要内容  
三 新闻议程原则的实践要求  
第四节 新闻反馈原则  
一 新闻反馈原则的确立依据  
二 新闻反馈原则的主要内容  
三 新闻反馈原则的实践要求  
第四章 政府新闻发布的主要类型  
第一节 政策发布  
一 政策发布的基本特点  
二 政策发布的主要类型  
三 政策发布的传播设计  
第二节 统计发布  
一 统计发布的基本特点  
二 统计发布的主要类型  
三 统计发布的传播设计  
第三节 重点发布  
一 重点发布的基本特点  
二 重点发布的主要类型  
三 重点发布的传播设计  
第四节 应急发布  
一 应急发布的主要特点  
二 应急发布的基本分类  
三 应急发布的传播控制  
第五节 热点发布  
一 热点发布的主要特点  
二 热点发布的主要类型  
三 热点发布的传播控制  
第六节 推介发布  
一 推介发布的主要特点  
二 推介发布的基本类型  
三 推介发布的传播策划  
第五章 新闻发布与媒体沟通  
第一节 新闻媒体沟通的渠道和方式  
一 与新闻媒体沟通的原则  
二 与新闻媒体沟通的渠道  
三 与新闻媒体沟通的方式  
第二节 新闻媒体的常态沟通  
一 新闻媒体联谊会  
二 新闻宣传座谈会  
三 新闻专题策划与合作  
四 新闻阅评与社会评议

- 五 综合性或专题性新闻评奖
- 第三节 新闻媒体的紧急沟通
  - 一 媒体在政府危机管理中的角色和作用
  - 二 政府与媒体紧急沟通的时机和方法
- 第六章 新闻发布与政府形象
  - 第一节 新闻传播中的政府形象
    - 一 责任铸就形象——责任政府
    - 二 诚信树立形象——透明政府
    - 三 民本塑造形象——服务型政府
    - 四 智慧提升形象——有为政府
    - 五 效率改善形象——效能政府
  - 第二节 新闻发布中的政府形象设计
    - 一 凸显人性关怀，拉近受众距离
    - 二 表达高度负责，满足受众期待
    - 三 体现工作效率，服务新闻报道
    - 四 展示发展信心，赢得公众信任
  - 第三节 新闻发布中的政府形象维护
    - 一 树立形象——表达政府理念和作为
    - 二 巩固形象——强调政府坚持的一贯行为
    - 三 修复形象——承认局部失误并加以改进
    - 四 提升形象——展示发展成效并总结归纳
- 后记

· · · · · (收起)

[政府新闻发布\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[政府新闻发布\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[政府新闻发布\\_下载链接1](#)