

<<舆论引导艺术>>

图书基本信息

书名：<<舆论引导艺术>>

13位ISBN编号：9787501192137

10位ISBN编号：7501192138

出版时间：2010-4

出版时间：新华出版社

作者：任贤良

页数：431

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>

<<舆论引导艺术>>

前言

随着改革开放的不断深化，我国的经济结构、社会结构、传媒结构正在发生着急剧而深刻的变化。风乍起，吹皱一池春水。

处在问题多发期和矛盾凸显期的各级党政领导，面对汹涌而来的突发事件，是掩？

是拖？

是压？

是在“沉默”中错失良机，进而使突发事件演变为“新闻事件”，将社会情绪积聚为溃坝能量，引发更大的社会冲突？

还是准确、及时、公开、透明地发布新闻，抢占舆论先机，占领舆论制高点，正确引导社会舆论，科学疏导群众情绪？

这不仅是一个如何面对媒体，如何引导舆论的问题，更是一个考验各级领导干部执政能力的问题。

胡锦涛等中央领导同志多次强调，领导干部要把提高舆论引导能力放在突出位置。

2009年3月1日，在中央党校春季学期开学典礼上，中央政治局常委、中央书记处书记、国家副主席、中央党校校长习近平同志特别强调，领导干部“要提高同媒体打交道的能力，要尊重新闻舆论的传播规律，正确引导社会舆论，要与媒体保持密切联系，自觉接受舆论监督”。

可见，正确面对媒体、有效引导舆论，绝不仅仅是宣传部门的事，而是一种高级的领导艺术，是一级党委和政府执政能力、领导艺术、工作水平的具体体现，是一位党政干部必须具备的基本素质。

<<舆论引导艺术>>

内容概要

随着改革开放的不断深化，我国的经济结构、社会结构、传媒结构正在发生着急剧而深刻的变化。处在问题多发期和矛盾凸显期的各级党政领导，面对汹涌而来的突发事件，是在“沉默”中错失良机，以致引发更大的社会冲突？还是及时抢占舆论先机，占领舆论制高点，正确引导社会舆论？这不仅是一个如何面对媒体，如何引导舆论的问题，更是一个考验各级领导干部执政能力的问题。

作者长期从事新闻管理工作和党政工作，对如何面对媒体、正确引导舆论有着切身体会。为了进一步提高领导干部同媒体打交道的能力，近年来，作者还密切跟踪和研究国内外特别事件中的新闻舆论效应，深入分析总结其成功的经验和失误的教训，不断探索运用新闻舆论解决社会矛盾、维护社会稳定的规律，从新时期新闻传播的新特点、有效引导舆论的基本经验、正确面对媒体和记者的基本方法等方面，总结形成了本书。

本书面向各级领导干部和普通党政干部，从实际操作切入，通过分析典型案例，来阐述正确面对媒体、有效引导舆论的基本方法和步骤，并介绍了一些必备的新闻理论知识，具有较强的实用性。

作者简介

任贤良，中华全国新闻工作者协会副主席、中共陕西省委宣传部副部长、陕西省广播电影电视局局长。

长期从事党政工作和新闻管理工作。

先后任新华社高级记者、新华社陕西分社社长、中共西安市委副书记等职。

出版有《血染的太阳》《大江东去》《寸心集》等新闻专著。

多年来，作者在工作之余，结合党政工作和新闻工作实际，努力探索和研究新形势下新闻传播的新特点、新规律、新理论，为了提高领导干部正确面对媒体、有效引导舆论的能力，曾多次在各地党政机关进行宣讲，受到了中央领导同志的肯定和广大干部的欢迎，产生了良好的社会效果。

<<舆论引导艺术>>

书籍目录

前言第一章“顺风耳”与“千里眼”——新闻传媒事业及其发展 第一节 试将新水煮新茶——新闻新解 一、新闻的定义和特征 二、事实是新闻的本源 三、新闻与事实的关系 四、新闻与信息的关系 五、新闻与历史的关系 六、新闻与宣传的关系 第二节 道可道，非常道——新闻传播的形式 一、口头传播 二、文字传播 三、广播传播 四、电视传播 五、多媒体传播 第三节 生存，还是灭亡？——战争年代的新闻传播 一、古代战争中的新闻传播 二、第一次国内革命战争时期的新闻传播 三、第二次国内革命战争时期的新闻传播 四、抗日战争时期的新闻传播 五、解放战争时期的新闻传播 第四节 舆论一律——计划经济时期的新闻传播 一、计划经济时期新闻事业的发展 二、计划经济时期新闻报道的成就 三、计划经济时期新闻工作的失误 第五节 百花齐放——改革开放中的新闻传播 一、有力推动思想解放运动 二、改革开放中的新闻工作 三、恢复和加强了舆论监督 四、新形势下新闻工作方针的确立第二章 忽如一夜春风来第三章 欲知朝中事，上山问野人——熟悉新闻和媒体第四章 问渠那得清如许——如何正确引导媒体第五章 金杯银杯抵不过群众的口碑——如何正确引导舆论第六章 浓妆淡抹总相宜——如何正确面对媒体和记者

章节摘录

新闻必须是正在发生的事实。

正在发生的事实，对大众生产生活影响越大，则越受关注。

如正在召开的重大会议、正在实施的重大改革、正在执行的重大政策等，以及正在发生的自然灾害、社会动荡、战争纠纷、重大事故等，都是备受关注的新闻，这也是各大媒体新闻报道最主要的内容。

新闻必须是广大受众未知的事实。

不管是新近发生的事实，还是过去发生、新近发现的事实，必须是大多数受众目前不知道的事实。

这里有三种情况。

对于新近发生的事实，越新、不知道的人越多，其新闻价值就越高；反之，其新闻价值就越低。

过去发生的、新近发现的事实，与现实中的受众关联度越高的，其新闻价值就越高；反之，其新闻价值就越低。

过去发生的、谜团一样的事实，被发现前知道的人越多，其新闻价值就越高；反之，其新闻价值就越低。

新闻必须是广大受众应知的事实。

新闻必须是广大受众应该知道的重要事实。

新闻传播的目的，首先是为了满足广大受众的知情权，为广大人民群众提供可靠的信息咨询服务。

广大受众应知的事实大致有三类：一是政务类事实，对此，《中华人民共和国政府信息公开条例》作了详细的规范；二是社会类事实，现实社会中存在和发生的、与广大受众相关的各类事实；三是自然类事实，自然界中发生或将要发生的、对受众具有直接影响或潜在影响的事实。

另外，还有一些客观存在的事实或新闻资源，虽然是广大人民群众未知的，但作为新闻报道出来后，会对广大人民群众造成危害，是大众不应该知道、也不想知道的，这样的事实不能作为新闻来进行采编处理和公开报道。

因为这样的“新闻”充其量是有害新闻，会对广大人民群众和经济社会健康发展造成危害。

新闻必须是广大受众欲知的事实。

新闻不仅必须是广大受众未知、应知的重要事实，而且应该是受众欲知的事实。

关于新闻的定义，这一点非常重要。

特别需要强调的是，一条好的新闻，要想实现理想的传播效果，必须具有广大人民群众“欲知”的特点。

一个具有重要内容的事实，主观上，我们急于将其进行广泛传播；客观上，此事实虽然也是广大受众未知的、应知的，但如果新闻的表现形式不符合新闻规律、不适应受众的接受心理，让受众厌烦，造成群众不想听、不想看、不想知，我们就很难实现新闻传播的目的。

编辑推荐

《舆论引导艺术:领导干部如何面对媒体》：“顺风耳”与“千里眼”——新闻传媒事业及其发展忽如一使芥风来——新形势下新闻传播的新特点欲知朝中事，上山川野人——熟悉新闻和媒体问渠哪得清如许——如何正确引导媒体金杯银杯抵不过群众的口碑——如何正确引导舆论浓妆淡抹总相宜——如何正确面对媒体和记者

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>