

《媒体操纵》

图书基本信息

书名：《媒体操纵》

13位ISBN编号：9787543456518

10位ISBN编号：7543456516

出版时间：2005-7

出版社：河北教育出版社

作者：约翰·克莱尔

页数：269

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《媒体操纵》

内容概要

媒体对公司形象文具有举足轻重的影响。《媒体操纵》揭开了媒体运作的内幕，告诉你如何才能成功地开展媒体宣传，并向你提供了行之有效的方法。你将了解媒体的游戏规则，并可以根据这些规则处理与媒体的关系，懂得如何利用媒体为企业的发展创造条件，如何处理媒体危机，从而树立良好的公司形象。

《媒体操纵》

作者简介

约翰·克莱尔具有近20年的新闻记者工作经验，对新闻界和企业界都了如指掌。在作为新闻记者的职业生涯中，他在报刊媒体和广播电视媒体中担任过高级职务。目前，他担任莱昂斯丹传播公司的管理经理，该公司是英国一流的媒体和危机顾问公司。他经常与各行各业的高级管理层以及意见领袖一同工作，这些行业包括制药、金融、娱乐休闲、旅游和信息产业。

《媒体操纵》

书籍目录

前言 / 5 致谢 / 7 引言：关于本书 / 8 媒体形象--至关重要的公司资产 / 8 媒体的形象 / 10 媒体宣传与公司实绩 / 11 准备是成功的关键 / 12 本书的助益 / 14 小结 / 15 第一章：新闻的奥秘 / 17 新闻制作过程 / 19 击中移动的靶标 / 36 新闻的来源 / 37 日常新闻 / 37 影响制作过程--推销报道题材 / 40 电话推销技巧 / 43 跟进措施 / 47 最后一招 / 48 小结 / 49 第二章：新闻记者 / 51 信心是关键 / 52 热爱新闻工作 / 53 记者的概念 / 55 记者的类型和特点 / 59 不同类型的记者 / 65 小结 / 73 第三章：电视 / 75 电视--世界的窗口 / 77 全国性新闻节目 / 80 电视新闻的要素 / 81 电视新闻的要求 / 81 在采访中发挥作用 / 94 电视节目的其他形式 / 105 小结 / 106 第四章：报纸 / 108 把握机遇 / 110 地区性、地方性报纸和行业报刊 / 113 免费报纸 / 116 可为与不可为 / 116 记者的信息来源 / 118 非新闻--巨大的发展空间 / 121 专版专刊 / 130 向杂志推销报道题材 / 137 创作特写的思路 / 139 小结 / 140 第五章：广播 / 141 广播的影响 / 143 广播王国 / 144 广播记者的需求 / 153 节目类型 / 154 上广播节目 / 159 提供采访素材 / 161 电话采访 / 162 小结 / 163 第六章：利用公共关系传播信息 / 164 从哪里入手 / 165 什么是公共关系 / 166 迈向成功的第一步 / 168 传播环境 / 168 接受过程 / 171 公共关系与广告 / 172 前期步骤概要 / 174 公共关系的用途 / 175 公共关系的用武之地以及如何发挥作用 / 177 选择公关顾问公司 / 191 评估公关项目的成效 / 195 小结 / 198 第七章：危机与问题管理 / 199 什么是危机 / 202 危机可以预防吗 / 203 媒体的态度 / 215 危机关头该做什么 / 220 小结 / 232 第八章：融会贯通 / 233 第一步：保持自信 / 234 第二步：新闻报道不是私事 / 237 第三步：明确目标 / 238 第四步：明确自己的角色 / 240 第五步：充分准备和练习 / 245 第六步：尽量重申关键信息 / 248 第七步：评估自己的表现 / 255 记者的需求 / 256 结论 / 259 小结 / 259 附录网络世界 / 261 网络作为信息来源 / 263 小结 / 265 译后记 / 267

章节摘录

书摘媒体的形象 颇具讽刺意味的是，在公司经理心目中，媒体的形象大多不太好。我在培训班上向经理们询问他们对记者的看法，他们倾向于采取“把马车围成一圈”的防守姿态，随时准备迎战从小山上冲下来向他们发起攻击的记者。我经常和各行各业的高级管理人员共事，这些行业包括制药业、金融业、娱乐休闲业、交通业等等，许多高级经理深信，他们的部门或业务都受到与众多媒体的紧张关系的影响。事实通常并非如此。当然，如果政府或竞争委员会抓住了你的把柄，你会发现自己成了媒体的焦点。媒体的一部分责任就是扮演看门狗的角色。但是，对大多数公司来说，媒体的报道大都是有利的。举例来说，看看今天的报纸，或者在看电视、听广播的时候留心观察，你就会发现有许多报道题材是在对企业进行宣传，其中既包括企业巨头，也包括刚开张的小企业。企业将记者报道的消息视为向千百万受众进行宣传的良机。现在，越来越多的人开始拥有股票和其他投资，这些人对企业的经营状况很感兴趣，媒体自然也就如饥似渴地需要大量商业新闻。报道题材大多是正面的。在公关人员将有关公司报道的剪报送给你过目时，你不妨认真查看一下某个时期的报道。如果你的生意蒸蒸日上，而且富有诚信，那么绝大多数剪报都会是好消息，都会宣传正面的企业形象。有时，公司无论大小，即使只是一篇短小的正面报道，也可以创造出不同凡响的宣传效果。当哈里王子...穿着新型迷你滑雪板的照片在媒体上刊登之后，生产该产品的小公司立刻顾客盈门，产品供不应求。当电视厨师迪莉娅·史密斯向观众推荐了一种蛋卷锅之后，该产品的生产厂家在4个月内接了9万张订单，而此前每年不过200张订单。数月前他们还在忙于裁员，现在又要雇更多的员工。P10-11

《媒体操纵》

编辑推荐

《媒体操纵》是河北教育出版社出版。

《媒体操纵》

精彩短评

1、出版

2、不知道这本书英文原版叫什么名字。总之把它命名为“媒体操纵”不是特别恰当。因为它本身内容不是那么有野心的、功利性。

在通常的企业或事业机构里，很多经理人习惯于发号施令，所以面对媒体人员的问题与质疑经常不耐其烦，甚至不知所措。而新闻人员对那些模棱两可、莫衷一是的措辞又经常是要刨根究底、不罢不休。这样的恶性循环只会导致企业或者品牌在公众传媒负面因素的曝光，而核心的正面信息却与舆论大众失之交臂。

作者作为一个资深的传媒人（新闻从业者）的角度，告诉读者们（特别是那些在企业中负责与公共关系、传媒传播机构往来的经理人们）如何与媒体保持合作并在合作中传播更好的正面信息。

面对媒体最好的宣传策略或者危机解救策略，除了合作，还有乐观。记者都是非常具有“传播性”的，不要指责他们是“纠缠不休的蜜蜂”，他们只是在做自己的工作，得到自己需要报道的讯息。所谓的媒体操纵，其实是一个合作与协调的过程。如果抓住核心的正面信息，告诉传媒工作者。是本书的一个核心。你必须很清楚，什么样的话题最能打动记者，因为只有先打动记者才能有机会把你重点传达到读者群；你也必须具备控制力，一定要确信无疑地把你要表达的核心思想阐述地即清晰准确，用明白易懂。

媒体就在我们身边，它通常在扮演“萧何”的角色。只要能积极、巧妙地适应媒体本身的运作流程，并以合作、协调的心态面对媒体、面对舆论，相信对企业，对经理人都是有益的选择。

3、从记者编辑的视角来阐述公关的操作技巧，很好！

亚马逊上卖35美刀（John Clare's Guide to Media Handling），超贵！

《媒体操纵》

精彩书评

1、不知道这本书英文原版叫什么名字。总之把它命名为“媒体操纵”不是特别恰当。因为它本身内容不是那么有野心的、功利性。在通常的企业或事业机构里，很多经理人习惯于发号施令，所以面对媒体人员的问题与质疑经常不耐其烦，甚至不知所措。而新闻人员对那些模棱两可、莫衷一是的措辞又经常是要刨根究底、不罢不休。这样的恶性循环只会导致企业或者品牌在公众传媒负面因素的曝光，而核心的正面信息却与舆论大众失之交臂。作者作为一个资深的传媒人（新闻从业者）的角度，告诉读者们（特别是那些在企业中负责与公共关系、传媒传播机构往来的经理人们）如何与媒体保持合作并在合作中传播更好的正面信息。面对媒体最好的宣传策略或者危机解救策略，除了合作，还有乐观。记者都是非常具有“传播性”的，不要指责他们是“纠缠不休的蜜蜂”，他们只是在做自己的工作，得到自己需要报道的讯息。所谓的媒体操纵，其实是一个合作与协调的过程。如果抓住核心的正面信息，告诉传媒工作者。是本书的一个核心。你必须很清楚，什么样的话题最能打动记者，因为只有先打动记者才能有机会把你要说的重点传达到读者群；你也必须具备控制力，一定要确信无疑地把你要表达的核心思想阐述地即清晰准确，用明白易懂。媒体就在我们身边，它通常在扮演“萧何”的角色。只要能积极、巧妙地适应媒体本身的运作流程，并以合作、协调的心态面对媒体、面对舆论，相信对企业，对经理人都是有益的选择。

《媒体操纵》

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:www.tushu000.com