

新媒体时代政务舆情应对与危机管理

主讲老师：马龙照

【课程收益】

- 1、理解危机本质，掌握全网舆论传播的基本规律；
- 2、掌握危机类型识别的四大情境模型；
- 3、学会危机应对的四大关键步骤；
- 4、提升声明撰写、危机回应、媒体沟通的实用技能。

【课程大纲】

一、危机管理与舆论传播

1、危机管理

- 危机管理包含哪些方面？
- 危机公关的目的是什么？
- 危机中为什么有“100-1=0”现象？
- 危机为何会从个体事件转向公共事件？
- 常见的危机信号

案例分析：

- “5·22”甘肃越野马拉松事件、上市公司董事长女儿美国留学事件
- “3·27”成都温江区实验中学食堂卫生问题引发的群体性事件
- 深圳宾利女车主车位事件
- “1·13”西宁路面塌陷事故

2、关于“应急处突能力”的提升和要求

- “七个能力”的背景分析
- “应急处突能力”的特殊背景
- “应急处突能力”的基本要求
- 突发事件中的破坏性和传播性

3、危机情境的有效识别，“四告情境”理论应用

- 1 诬告情境，表现形式：谣言、中伤、诬告
- 2 被告情境，表现形式：误解、冤枉、失误
- 3 布告情境，表现形式：自然灾害、低概率事件
- 4 诉告情境，表现形式：明显过失、违法犯罪、故意隐瞒

案例分析：

- “1·10”烟台金矿爆炸事故

- 华为充电器“不合格”事件的回应
- 前沿数控腾讯云数据丢失事件

❖ 课堂互动：

尝试列出你地区/企业里潜在的危机风险，你的应对方式有哪些？

二、指导舆论回应的注意事项

1、舆论传播的要点

- 负面舆情下公众心理分析
- 自媒体传播语境分析
- 网络留言回应策略

案例分析：

- 2019年“10.10”无锡高架桥侧翻事故的政府回应
- 某银行系统面对网络负面舆情的网络回应

2、舆论回应的相关规律

- 事实真相不等于公众认知；
- 解决事情之前最好先解决心情
- 舆情不是敌情，慌乱等于灾难
- 理论模型：认知、行动、反馈、传播

案例分析：四川会理县“PS风波”的事件分析

三、如何做好负面舆情中的危机沟通？

- 第一时间反应还是第一时间回应？
- 在危机中该如何进行媒体回应？
- 危机沟通中的“7W1H要素”

案例分析：

- 国资委的网络舆情回应，如何做到“一次回应两上热搜”？
- 联想爱国事件在舆论传播中触犯了哪些规律？
- “4.10”唐山打人事件
- 江苏徐州丰县“铁链女”事件

四、应对危机有原则、策略和技巧

1、应对危机的“五度原则”

- 拼速度；第一时间抓住问题核心，看清楚到底发生了什么；
- 讲态度；敢于认错，不逃避责任，敢负责的人更值得信赖；
- 做深度；立刻开展调查，力求真相，给出实锤，解除公众疑虑；

- 有温度；关切利益相关方，说话有温度，将受众的情绪关切到底；
- 拿尺度；语言表达准确，保持克制，避免歧义。

案例分析：特斯拉女车主维权事件、国美黄光裕事件

2、舆情监测与处置的四大关键步骤

- 信息采集
- 研判会商
- 处置引导
- 复盘总结

3、负面舆情回应中的“四要素、四原则”

事件描述、行动措施、相关承诺、态度表达

案例：山东枣庄教育局舆情回应、华为孟晚舟事件

4、领导者面对媒体时的语言体系

- 保持镇定、避免幽默
- 陷阱问题，巧妙转移
- 开门见山、不说假话
- 理由充足，可以说不
- 归类具体、三遍重复
- 尊重提问，控制时间
- 第一人称，以我为主
- 信息准确，不做猜测

案例：“7·23”动车追尾事故新闻发布对比、淘宝商城事件、官员“哑语”事件

❖ 课堂练习：

针对网上报道的负面信息，写一篇声明。

【课程特色】

案例分析、情景演练、短片播放、互动性强、新闻事件引入、深入浅出、逻辑性强

【授课对象】

机关事业单位领导干部、网信网安岗位人员、新闻宣传中心、企业中高层领导等

【教学时长】 6-12 小时（1-2 天）