

新媒体环境下舆论危机公关

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、自媒体传播有主要特点

- 1、迅速零碎：我说你听、我说你问、你问我答、你说我说
- 2、聚焦裂变：媒体传播中的“一灯三镜”
- 3、互为逆向：物竞天择&舆竞天择
- 4、海量多源：多方角度、多方观点交汇

案例分析：

- ❖ 李宁新品服装设计被指“鬼子帽”事件
- ❖ 海天味业添加剂日本“双标”事件
- ❖ 徽州宴老板娘事件

二、自媒体环境下的，情境识别

- 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：

- ❖ 中建八局工程点欠餐费事件
- ❖ 济南农商行彭博事件

三、应对危机的“五度原则”

- 1、拼速度；第一时间抓住问题核心，看清楚到底发生了什么；
- 2、讲态度；敢于认错，不逃避责任，敢负责的人更值得信赖；
- 3、做深度；立刻开展调查，力求真相，给出实锤，解除公众疑虑；
- 4、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；
- 5、拿尺度；语言表达准确，保持克制，避免歧义。

案例分析：

- ❖ 工商银行面对网络负面舆情的有效回应

四、指导舆论回应的注意事项

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

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”？
- ❖ 央视 315 晚会曝光应对预案

【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、新闻宣传中心、企业中高层领导等