

<<危机传播与新闻发布>>

图书基本信息

书名：<<危机传播与新闻发布>>

13位ISBN编号：9787806523711

10位ISBN编号：7806523715

出版时间：2004-1

出版时间：南方日报出版社

作者：史安斌

页数：257

字数：200000

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>

<<危机传播与新闻发布>>

内容概要

本书力图从理论和实务两个方面对危机传播和新闻发布进行探讨。

一方面，在对国外危机传播理论进行文献综述的基础上，结合我国具体实际提出一些具有启发意义的理念，旨在促进危机传播和新闻发布在我国的学术研究和学科建设。

另一方面，在上述理论的基础上提出一些具有可操作性的传播策略和技巧，以验收单的形式加以总结，收入本书的附录，便于读者在实际工作中的使用和参考，以期促进我国政府部门以危机传播和新闻发布工作的专业化和规范化。

需要指出的是，由于我国国情的特殊性，本书把危机传播和新闻发布的主体定位为政府部门。

但书中探讨的基本理念、传播策略和技巧也是值得各级企事业单位、非政府组织以及其他相关团体和机构借鉴的。

<<危机传播与新闻发布>>

作者简介

史安斌，现任清华大学新闻与传播学院副教授，国际传播研究中心专职研究员。

美国宾州大学比较文化学博士，北京大学英文硕士/学士。

研究方向包括媒体和文化研究，跨文化传播，中美新闻和媒体比较研究，主要著作有《危机传播与新闻发布》（南方日报出版社，2004）、《全球化时代

<<危机传播与新闻发布>>

书籍目录

前言第一章 危机传播的理念 第一节 什么是危机 第二节 什么是危机传播 第三节 危机各阶段的传播要素 第四节 危机传播的功能和重要意义 第五节 危机传播需要解决的问题第二章 危机传播的基本原则 第一节 危机中的公众心理 第二节 危机传播的基本原则 第三节 不同阶段的危机传播原则 第四节 如何使危机传播更为有效第三章 危机传播中的信息与受众 第一节 危机传播中的受众结构和认知特点 第二节 危机传播中信息设计的五个基本原则 第三节 危机传播中新闻发布的要旨和技巧 第四节 危机中的人际传播 第五节 危机传播中的受众反馈第四章 危机传播预案的制定 第一节 制定危机传播预案前的准备工作 第二节 如何制定危机传播预案 第三节 危机传播预案模板 第四节 危机传播预案的核心——爆发初期第五章 危机传播中政府与媒体的合 第一节 政府和媒体的关系——朋友还是敌人 第二节 深入也解媒体 第三节 新闻发布的主要媒介模式 第四节 新闻发布的组织和筹划 第五节 如何应对媒体的负面报道 第六节 选择合适的传播渠道第六章 新闻发言人的理念和实务 第一节 新闻发言人的设置 第二节 新闻发言人的准备工作 第三节 新闻发言人的传播技巧 结语附录一 危机传播工作作用表附录二 案例研究：香港禽流感期间的危机传播附录三 案例研究：美国遭受生化恐怖袭击的危机传播预案附录四 新闻发言人制度在中国：回顾与展望附录五 新闻发言人和记者招待会附录六 危机事件评估用表本书参考文献目录

<<危机传播与新闻发布>>

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>