<<公共危机传播中的博弈>>

图书基本信息

书名: <<公共危机传播中的博弈>>

13位ISBN编号:9787807457916

10位ISBN编号:7807457910

出版时间:2010-12

出版时间:上海社会科学院出版社有限公司

作者:赵路平

页数:247

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

<<公共危机传播中的博弈>>

内容概要

本书包括了研究的理论背景与现实逻辑、公共危机传播中的公众、媒体与政府、公共危机传播中政府、媒体与公众的博弈、第五章

新合作:公共危机中政府、媒体与公众关系的重构等。

<<公共危机传播中的博弈>>

作者简介

赵路平,1978年生于山东省青岛市,1997年考入复旦大学新闻学院,2007年获复旦大学传播学博士学位。

现任华东师范大学传播学院讲师。

主要研究领域包括传播、网络舆情、传播心理学等。

<<公共危机传播中的博弈>>

书籍目录

序

前言

第一章 绪论

第1节 基本概念的界析

- 1.1公共危机(Public Crisis)概说
- 1.2公共危机传播
- 1.3公共危机传播中的政府、公众与媒体
- 1.4 关于博弈

第2节 相关研究述评

- 2.1公共危机传播(Crisis Communication)研究
- 2.2 博弈论在公共危机研究中的应用
- 2.3相关理论及评述

第3节 研究框架与研究方法

- 3.1 研究框架
- 3.2 研究方法及资料说明

第二章 研究的理论背景与现实逻辑

第1节 全球:风险社会语境下的公共危机传播

- 1.1风险社会的产生及特征
- 1.2风险社会语境下的公共危机传播
- 第2节中国:总体性社会到分化性社会的转变
 - 2.1 当代中国的国家与社会关系及制度变迁
 - 2.2 转型(Social Transformation)期中国的公共危机

第3节 媒体:生态环境的变化和体制改革

- 3.1 媒介生态环境的变化
- 3.2中国媒体的体制改革

第4节 本章小结

第三章 公共危机传播中的公众、媒体与政府

第1节 公众:从恐慌到参与

- 1.1公共危机中公众的心理及行为分析
- 1.2公共危机传播中的公众

第2节 媒体:双重属性下的失语与喧哗

- 2.1媒体在公共危机传播中的角色
- 2.2国内媒体在公共危机传播中的表现
- 2.3 传统媒体vs新媒体/境外媒体

第3节 政府:从控制到治理

- 3.1政府在公共危机传播中的角色和作用
- 3.2 从控制到治理:政府公共危机传播观念的转变
- 3.3中央政府vs地方政府

第4节 本章小结

第四章 公共危机传播中政府、媒体与公众的博弈

- 第1节 政府、媒体、公众之间的博弈
 - 1.1政府与媒体的博弈
 - 1.2媒体与公众的博弈

第2节 三方博弈关系的改进

第3节 三方博弈关系的历史与现实——以2003年"非典"危机为例

<<公共危机传播中的博弈>>

- 3.1三方关系的恶性循环阶段
- 3.2三方关系的改善阶段

第4节本章小结

第五章 新合作:公共危机中政府、媒体与公众关系的重构

第1节 当代国外公共危机传播的经验与启示

1.1当代国外公共危机传播经验介绍

1.2对我国公共危机传播的借鉴及启示

第2节 公共危机传播中三者关系的重构

2.1关系重构:应对公共危机的必然选择

2.2政府:公共危机传播的主导者 2.3媒体:公共危机传播的桥梁 2.4公众:公共危机传播的参与者

第3节本章小结

结语 参考文献 后记

<<公共危机传播中的博弈>>

章节摘录

最为迫切的时期,而此时又往往是媒体报道信息短缺的时期,也是各种猜测、道听途说、小道消息、谣言迅速传播的时期。

如果不能第一时间播发权威消息,抢占信息制高点,就会产生'信息真空"',导致公共危机事件的不断扩大与升级。

近几年,我们看到地方政府在此方面的观念正在发生转变:2010年1月,浙江省委书记、省人大主人赵洪祝在全省政法工作会议上说,要扎实有效地做好社会舆论引导工作,要加强与新闻媒体的沟通,形成党委、政府与媒体的良性互动,保障新闻媒体能够及时获取准确、权威的信息,架起与广大群众信息沟通的桥梁。

要加强对突发公共事件报道和舆论热点的引导,及时搞好新闻发布,第一时间向公众传递真实可靠、 明确客观的信息,不给敌对势力和别有用心的人留下炒作煽动的空间。

而南京市委常委、宣传部部长叶皓等人也在对话中提出"回顾近年来的重大社会事件,不少是媒体事件、网络事件,从中折射出一些党政干部对媒体地位、职能和作用认识不清,在与媒体打交道方面表现出本领危机和知识恐慌。

正是在这种背景下,胡锦涛总书记提出各级领导干部要'提高同媒体打交道的能力"'。

" 善待媒体,首先要正确认识媒体的地位、职能和作用。

在新形势下,媒体职能的演变,要求我们充分尊重媒体的创造性劳动,特别是要改变'家丑不可外扬 '、'报喜不报忧'等观念和做法,为媒体发挥职能营造宽松环境、创造良好条件。

""从总体上看,当前地方政府与媒体的关系,正在打破传统上下级隶属关系,走向新型媒体关系、 公共关系的建构。

政府和媒体关系的深刻变化,决定了政府再也不能像以前那样用行政管理的方法来应对媒体了。

政府既要加强对媒体的管理,又要接受媒体的监督;既要通过媒体了解社情民意,又要牢牢掌握舆论 主导权;既要让媒体为我所用,又要为媒体提供服务;既要开放境外媒体采访,又要抢占世界舆论的 话语权。

唯有顺应这种变化,迎接这种挑战,努力提高与媒体打交道的能力,和媒体、公众实现共赢,促进社会和谐发展,这是新时期各级党委政府提高执政能力的必然要求。

"

<<公共危机传播中的博弈>>

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