

<<应急管理与危机公关>>

图书基本信息

书名：<<应急管理与危机公关>>

13位ISBN编号：9787300164649

10位ISBN编号：7300164641

出版时间：2012-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：唐钧

页数：246

字数：370000

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>

## <<应急管理 & 危机公关>>

### 内容概要

唐钧编著的《应急管理 & 危机公关：突发事件处置、媒体舆情应对和信任危机管理》分为四大篇，系统论述了应急管理 & 危机公关的理论、方法与实践。

《应急管理 & 危机公关：突发事件处置、媒体舆情应对和信任危机管理》首先根据三重危机源将危机应对分为三类：突发事件处置、媒体舆情应对和信任危机管理。

其后的三篇分别对这三类危机的应对进行了详细阐述。

第一类为以死伤和经济损失为主的危机，应对时集中体现为突发事件处置。

我国“一案三制”的应急管理体系在突发事件处置中发挥着重大作用，但风险社会必然要求主动防范、风险沟通、常态监管，应急管理应升级为风险管理。

第二类为社会负面影响和社会恐慌的危机，应对时危机公关作用显著。

形象危机的应对是前提，“媒体牌”的应用是基础，“舆论战”是关键。

公关主体既要运用好新闻宣传的技巧，又要直面社会心态，才能有效应对危机。

第三类为信任危机，应对的基础是转型期的社会管理创新和新形势下的群众工作。

应对信任危机时，要做到“有理有据、尽责尽义、全力以赴”，系统、深入地做好社会稳定的风险评估工作；细致、全面地做好矛盾纠纷的调处工作；从信任管理的高度，将社会维稳作为顶层设计，长期持续地做好危机防范和抵御工作。

## <<应急管理 & 危机公关>>

### 作者简介

唐钧，中国人民大学危机管理研究中心主任，中国人民大学政府管理与改革研究中心副主任，中国行政管理学会公共管理研究中心兼职研究员。

主要研究领域：政府应急管理、危机公关、行政改革。

著有《公共部门的危机公关与管理》、《政府形象与民意思维》、《紧急救助》、《中外紧急救援成功案例研究》等。

主持社会维稳、风险治理、机构改革、政策评估等方面多项课题。

## <<应急管理 & 危机公关>>

### 书籍目录

#### 危机源头篇 三重危机

##### 第一章 危机源

###### 第一节 死伤和经济损失的危机

- 一、界定与分类
- 二、公共场所安全问题凸显
- 三、专题：全国（大陆地区）灾情统计（2010年、2011年）

###### 第二节 社会负面影响和社会恐慌的危机

- 一、界定与分类
- 二、专题：日本“3·11”地震的社会面应急

###### 第三节 信任危机

- 一、界定与分类
- 二、公众的不信任僵局
- 三、常见纠纷的维权问题突出
- 四、专题：医院信任危机

应急管理篇 处置突发事件，应对死伤和经济损失为主的危机

##### 第二章 危机特征

###### 第一节 信息不对称导致科学决策难

- 一、信息不对称与本能反应  
实例 美国911紧急呼叫系统，以信息系统整合科学应急
- 二、“并发症”扰乱传统部署  
实例 “7·23”动车追尾：从“政府主导型”到“社会倒逼型”的应急

###### 第二节 灾民心态与恐慌症

- 一、暴民效应与极端行为  
实例 美国对社会人员的管理
- 二、灾后恐，院症  
实例 哈尔滨市政府在“水危机”中应对“恐慌症”的实践

###### 第三节 连锁反应与“善后难”

- 一、“冰山效应”与连锁反应
- 二、“救灾易，善后难”  
实例 南京击毙人质案的社会评价

##### 第三章 中国特色应急管理

###### 第一节 “横到边、纵到底”的格局

- 一、分类管理，统一领导
- 二、分级负责，属地管理  
实例 我国应急管理体系的建立健全

###### 第二节 “标准化，全统筹”的部署

- 一、预测立，标准化
- 二、运转高效、配合协调、口径一致、保障有力

##### 第四章 风险管理

###### 第一节 从应急管理到风险管理

- 一、应急管理的综合困境
- 二、全面风险管理  
实例 风险管理的原则与实施指南  
实例 安全社区建设的趋势：规范化、精细化、人性化

###### 第二节 风险政务

## <<应急管理 & 危机公关>>

一、风险政务的挑战

二、风险政务的目标与战略

三、风险政务的特征与建设策略

实例 社会服务管理的风险评估与可持续保障

实例 北京市大兴区教委校园安全“主动防、科学管”工作体系

危机公关篇 优化形象，应对社会负面影响

### 第五章 危机公关：形象危机应对

#### 第一节 危机公关的“空间”原则

一、以“Space”应对操作难题

二、以“Space”应对体制困境

#### 第二节 政府形象危机的应对

#### 第三节 企业形象危机的应对

### 第六章 “媒体牌”：广而告之的技巧

#### 第一节 媒体的特征与机理

一、新闻价值第一原则

二、监管依赖“把关人”理论

实例 中国微博实名制

三、“信息管道”效应

#### 第二节 牵着媒体走

一、牵着媒体走的前提条件

二、“定调子”——议题设置

实例 议题设置的实际分析

三、“深挖掘”——报道层次

实例 报道层次的实际分析

#### 第三节 打好“媒体牌”

一、“正面导向牌”

二、“否定责任牌”

三、“减轻责任牌”

四、“减轻敌意牌”

五、“重塑形象牌”

### 第七章 “舆论战”：直面社会心态

#### 第一节 舆论炒作

一、舆论炒作分析

实例 福建马尾严晓玲案：网上发帖致诽谤罪

二、舆论炒作的风险

三、舆论炒作的“墨滴效应”

实例 “7·23”动车事故缓解“郭美美”事件媒体危机

#### 第二节 舆论机理

一、舆论的元素

二、“碎片化”显著

三、“无序”的常态格局

四、“去社会化”倾向

实例 山西问题疫苗事件中的舆论乱象

#### 第三节 舆论战的实质是社会心态博弈

一、舆论战的评判规则是社会心态

实例 唐骏“造假门”之争

实例 深圳现行为艺术抗议归真堂活熊取胆

## <<应急管理 & 危机公关>>

### 二、舆论战的关键变量

信任管理篇 新形势下的群众工作，应对信任危机

## 第八章 信任危机应对

### 第一节 信任危机应对的重要前提：有理有据

#### 一、有理：长效预期

实例 北京市颁布实施《北京市行政问责办法》

#### 二、有据：举证倒置

实例 垄断企业承担举证倒置责任

### 第二节 信任危机应对的科学模式：尽职尽责

#### 一、法律层面，尽责任

实例 sa事件与广州管圆线虫病事件

#### 二、道德层面，尽义务

实例 四川省试行国家公务员职业道德规范

实例 昆明市承诺“扶老被讹，政府买单”

### 第三节 信任危机应对的科学操作：尽心尽力

#### 一、全心：全面应对三重危机

#### 二、全力：应对三重危机过程中全面争取信任关系

实例 湖北省委省政府加强和改进新形势下的群众工作

## 第九章 信任危机管理

### 第一节 社会稳定风险评估：信任危机管理的长效工作

#### 一、社会稳定风险评估

实例 警察的责任风险

#### 二、评委与评估特征

### 第二节 纠纷调处和群众工作：信任危机管理的社会工作

#### 一、纠纷调处：化解矛盾纠纷的群众工作

实例 创新非公权力矛盾纠纷调解机制

实例 创新法院多元纠纷解决机制新路径

#### 二、风险沟通：化解矛盾纠纷的社会工作

#### 三、心理干预：化解矛盾纠纷的心理工作

实例 “3·11”地震引发的信任危机和日本政府的应对

### 第三节 社会维稳：信任危机管理的顶层设计

#### 一、社会维稳的风险识别：风险属性与维稳困境

#### 二、社会维稳的管理战略：维稳特征与理念再造

#### 三、社会维稳的科学操作：优化策略与机制创新

实例 北京市朝阳区社会维稳体系“一网、两库、三关”的创新

参考文献

后记

## 章节摘录

医院是公共服务行业的窗口，医生更是医院的窗口，医生瞒着院方谋求私利，或打着医院旗号在外从事违法行为，将直接影响社会对医院的评价，损害整个医院的形象。

极个别医生倒卖健康证明、私自更改病历数据、雇用医托的行为，造成了极为恶劣的社会影响。

-3.患者知情权得不到保障知情权作为患者的一项基本权利，是指患者有知悉自己的病情、治疗措施、医疗风险、医疗费用和医生基本情况、技术水平及其他医疗信息的权利。

然而由于不少医务人员的忽视，患者的知情权很难得到保证。

知而不言，言而不尽。

由于缺乏专业知识，患者在就诊时往往处于弱势地位，医生对于其病情的诊断、药物和诊疗方式的选择，拥有话语权。

与此同时，大医院患者众多的现状，使得医生没有时间和耐心为患者详细解释病情和处方。

不少患者长时间的等候，却换来医生的三言两语，心中难免积聚怨气。

更有甚者，医生对于患者的询问表现出极大的不耐烦，以“解释你也不懂”等言语回应，更激化了双方矛盾。

字迹潦草，处方难懂。

尽管从2010年3月1日起，国家卫生部印发的《病历书写基本规范》正式实施，其中规定：“病历书写应规范使用医学术语，文字工整，字迹清晰，表述准确，语句通顺，标点正确。”

但是，“天书”病例的屡禁不止隐藏了更深层次的原因。

一方面医院希望借此保住利益，医生在写处方时使用药品的缩写名或简写名，避免患者自行到药店买药，以获取更多的提成；另一方面部分医生为避免纠纷，不希望泄露自己的处方信息，为事后脱卸责任埋下伏笔。

（五）媒体形象与信任危机 医疗机构若想得到公众认可，获取良好的社会效益，树立良好的媒体形象十分必要。

但医院媒体形象的塑造并非易事，更多地牵涉到院方、媒体和公众三者间的博弈和互动。

1.医患纠纷频发 近年来，医患纠纷频频出现在各类新闻媒体上，成为社会关注的焦点之一。但由于现实因素的制约，医院在面对媒体时常常处于被动局面。

患者方有时无理取闹。

近几年来，医患纠纷呈逐年上升趋势，特别是当事人放弃正规的法律途径，采取“医闹”形式解决争端，严重影响了医院的正常秩序。

通常患者方通过在医院设灵堂、打砸财物、设置障碍阻挡患者就医，或者殴打医务人员等非常态手段，妨碍医疗秩序，达到扩大事态、造成负面影响、向医院施加压力的目的。

近年来医患纠纷的增多更催生了新职业——“职业医闹”，他们主动联系媒体，扩展事态影响面，加剧了医院的媒体形象风险。

2009年6月，广州、南平、三明等地相继出现“医闹”事件，经媒体报道后在全国都得到了广泛关注，造成了一定的负面影响。

不良媒体方趁机炒作。

由于卫生医疗行业备受社会关注，一些媒体从业人员为了吸引眼球、追求商业利益，故意利用管理和技术漏洞制造新闻，挑拨医患关系。

或者通过分析医患双方的纠纷，进一步曝光矛盾，寻求新闻点，给医患纠纷的解决不断制造障碍。

.....

<<应急管理 & 危机公关>>

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>