

<<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>