

<<危机管理视阈中的电视传播研究>>

图书基本信息

书名：<<危机管理视阈中的电视传播研究>>

13位ISBN编号：9787504365224

10位ISBN编号：750436522X

出版时间：2011-10

出版时间：中国广播电视出版社

作者：黄鸣刚

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>

<<危机管理视阈中的电视传播研究>>

内容概要

危机管理中的核心工作是政府借助传媒进行沟通，主要内容是及时和准确地向大众传递危机信息，疏导受众情绪，安抚公众心扉，以赢得公众对政府采取的危机应对措施的理解、支持和配合，为进一步动员社会和调集资源应对危机奠定良好的社会基础，树立良好的政府形象。

21世纪也是中国电视蓬勃发展、面向世界的时代。

无论我们的主观偏好如何，电视传播对中国社会从价值观念、文化形态到生活结构各层面的强烈渗透和影响都是不能否认的。

因此，本书研究电视媒体的传播模式、传播方法、传播技巧对于危机中受众心扉的影响和效果，无疑具有很强的学术价值和现实意义。

<<危机管理视阈中的电视传播研究>>

作者简介

黄鸣刚，男，1970年3月生，浙江杭州人。

本科毕业于浙江工业大学，研究生毕业于武汉大学。

现任浙江传媒学院传播学副教授。

主要研究领域为电视传播、网络传播、危机传播等。主持国家社会科学基金项目《危机管理中的受众应激反应和媒体引导机制研究》、浙江省哲学社会科学规划重点课题《公共危机中浙江省网络舆论预警指标体系及信息发布模式研究》、国家广电总局部级社科研究项目重点课题《危机管理中的公众心理与电视引导》、浙江省重大舆情调研课题《浙江省受众的危机认知特点与政府媒体策略研究》等；参与省市级课题12项。

著有《社会转型背景下的网络传播》、《公共危机中的网络舆论预警研究》等书，并在省级以上刊物发表论文20余篇，主持和参与编撰研究报告2部，获省市级优秀成果奖5项。

<<危机管理视阈中的电视传播研究>>

书籍目录

- 绪论
- 第一章 媒体支持：现代危机管理体系中的重要环节
 - 第一节 转型时期的危机与诉求
 - 一、中国社会转型解读
 - 二、转型期的危机研究
 - 三、转型期的关注与诉求
 - 第二节 西方危机管理体系要览
 - 一、危机管理的理论溯源
 - 二、西方危机管理体系解析
 - 三、西方危机心理干预概述
 - 第三节 危机管理中的媒体支持
 - 一、危机信息管理的重要性
 - 二、危机信息管理的全球模式
 - 三、危机中媒体支持的西方经验
 - 第四节 现代媒体影响的辩证分析
 - 一、媒体影响的现代模式
 - 二、媒体传播的正负效应
 - 三、危机传播中的制度思考
- 第二章 电视媒体：中国危机传播过程中的核心力量
 - 第一节 电视传播的构成与剖析
 - 一、电视传播的特点
 - 二、电视传播的内容
 - 三、隐含的意识形态
 - 第二节 危机传播中的电视定位
 - 一、危机中电视的社会责任
 - 二、危机中电视的传播原则
 - 三、电视传统引导工作的不足
 - 第三节 信息时代的挑战与博弈
 - 一、多元化的危机传播渠道
 - 二、流媒体时代电视的挑战
 - 三、博弈中的电视变革走向
 - 第四节 新媒体环境的模式创新
 - 一、新媒体环境的危机传播模式
 - 二、危机事件中不同媒体的优劣
 - 三、新媒体环境电视模式的创新
- 第三章 受众心理：影响电视媒体危机传播效果的主因
 - 第一节 危机事件中的受众信息需求
 - 一、危机事件中受众的基本结构
 -
- 第四章 手段创新：决定我国电视媒体引导效果的关键
- 第五章 互动沟通：基于形象建构的电视传播策略研究
- 结语
- 主要参考文献
- 后记

<<危机管理视阈中的电视传播研究>>

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>