

<<突发事件报道>>

图书基本信息

书名：<<突发事件报道>>

13位ISBN编号：9787313056542

10位ISBN编号：7313056540

出版时间：2009-7

出版时间：上海交通大学出版社

作者：谢耕耘，曹慎慎，王婷 著

页数：182

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>

<<突发事件报道>>

前言

对难以预测或未能预测而突然发生的事件进行新闻报道谓之“突发事件报道”。十年前，在中国坊间或新闻界还很少有人谈论“突发事件报道”，而当今人们不仅常常把它挂在嘴边，有一批论文在各种学术刊物上发表，而且谢耘耕博士等人还以“突发事件报道”为题，洋洋洒洒写了一本几十万字的专著。

由此可见讨论突发事件及其新闻报道，在今天的重要性和必要性。

之所以十年前后情况会发生如此大的变化，主要是当今世界的突发事件太多了。定格在我们记忆中的那一幕幕惊心动魄的事件：美国“9·11”恐怖袭击、印尼海啸、伊拉克人体炸弹爆炸、俄罗斯别斯兰人质事件……在中国，仅在2008年这三百六十多天里，突发事件层出不穷如年初南方暴风雪、3·14拉萨打砸抢烧事件、5·12汶川大地震、由美国次贷危机而引发的部分中小企业倒闭、奥运会期间美国游客鼓楼被害事件……对近年全球范围内突发事件接二连三发生可以有多种原因的解釋，而且不同社会制度下的不同国家，突发事件发生的情况和原因也不完全相同。西方学者研究指出，一个国家或地区人均GDP上升到500美元至3000美元的发展阶段，一般会处于人口、资源、环境、效率、公平等社会矛盾的瓶颈约束最严重的时期，也往往是经济容易失调、社会容易失序、心理容易失衡、社会伦理容易动摇的关键时期。

而中国正处于这样的历史阶段，同时中国还有自己的特殊原因。

改革开放搞了30年，改革的目标之一，就是限制公权、解放和扩大私权，同时正在努力实现社会资源的合理分享，这样就不可避免地发生不同利益集团和得益人群相互之间的矛盾和冲突。

近几年，不仅一般性突发事件频繁发生，而且群体性事件也日益增长。

正因为这样，人们对突发事件高度关注，中央有关主管部门也高度重视突发事件的应急处置，并且将成立专门的机构了解、调查、研究和领导这一极其重要的工作。

危机传播是危机管理的关键环节，大众传媒在危机应对中扮演着不可或缺的角色。

尽管近年来我国媒体在突发事件报道方面有一定突破和创新，大众传媒对突发事件的报道空间不断增大，突出表现在对空难、矿难等重大事故的报道明显增多，灾情信息的公开传播也相当迅速及时，如对汶川地震，河南、河北、陕西、山西、辽宁等地矿难、禽流感 and 安徽乙型脑炎等的报道。

<<突发事件报道>>

内容概要

危机传播是危机管理的关键环节。

本书用公共危机管理的理论和媒体传播理论的知识，系统地分析描述新媒体环境下的危机传播模式及影响因素，探讨了新的传播环境对我国现有突发事件报道机制的挑战和应对之策；并结合近年来发生的一些重大突发事件，对我国各类媒体突发事件报道的方式以及舆论引导的方法和策略进行了研究；对改进和完善我国突发事件报道体制和机制，提高突发事件报道的质量和提升突发事件报道的研究水平提供了新的视角和思路。

<<突发事件报道>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 突发事件的含义、分类及特征 第二节 我国突发事件报道的历史回顾 第三节 媒体在突发事件报道中的角色和功能 第四节 突发事件报道研究综述第二章 突发事件的传播模式和机制改革 第一节 传统的突发事件信息传播模式 第二节 新媒体环境下的突发事件信息传播模式 第三节 海外媒体突发事件报道的借鉴与启示 第四节 加强和改进我国突发事件报道传播机制第三章 突发事件报道的方式和策划 第一节 突发事件报道的方式 第二节 突发事件报道的三个阶段 第三节 突发事件报道的策划 第四节 突发事件报道快速反应机制的构建第四章 突发事件报道的采访 第一节 面对突发事件,快速出击 第二节 记者在突发事件采访中的角色 第三节 突发事件采访前的准备 第四节 突发事件采访的注意事项第五章 突发事件报道的编辑和评论 第一节 突发事件报道的编辑(编排)原则 第二节 突发事件报道的编辑(编排)技巧 第三节 突发事件新闻评论第六章 突发事件报道的舆论引导 第一节 突发事件舆论的特点 第二节 传统媒体在突发事件中的舆论引导策略 第三节 网络媒体在突发事件中的舆论引导策略第七章 突发事件的媒体报道策略 第一节 不同属性的媒体突发事件的报道策略 第二节 与突发事件关联度不同的媒体报道策略 第三节 突发事件报道的媒体融合参考文献

章节摘录

第二章 突发事件的传播模式和机制改革 第二节 新媒体环境下的突发事件信息传播模式

随着传播技术的快速发展，传统主流媒介不再是突发事件报道的唯一主角。

以互联网、手机为代表的新兴媒体因其方便、快捷，海量存储和开放性、互动性等特点，成为能与传统媒体争锋的又一重要媒体。

新媒体时代的突发事件报道已不再遵循传统危机传播的直线型模式，新媒体的交互性、开放性使一种自上而下的信息流通方式演变为多元化、去中心、离散型、重反馈的多向互动型循环传播。

新媒体时代的危机传播模式与传统媒介时代的危机模式有了很大的变化，这个模式的信息源不再仅仅是政府，传播过程中加入了政府、媒介与公众之间的互动，是一个双向的信息交流过程，传者与受者的身份界限也变得模糊。

一、新媒体危机传播的新特征 据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第23次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截止到2008年12月31日，我国网民数量已经达到2.98亿，较2007年增长41.9%。

手机用户的数量在2007年底就已达到5.40亿，预计到2010年，将攀升至7.38亿。

由此看出，新媒体庞大的用户群，巨大的市场潜力，为其在突发事件中有效地发挥传播优势奠定了坚实的基础。

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>