

<<中国健康传播研究>>

图书基本信息

书名：<<中国健康传播研究>>

13位ISBN编号：9787811274639

10位ISBN编号：7811274639

出版时间：2009-8

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：陈小申

页数：252

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>

<<中国健康传播研究>>

前言

此书是中国健康传播研究，特别是政府卫生管理部门主导下的健康传播研究的第一部专著。它将两个学科领域——政府（健康）管理和信息传播交叉融合起来，以独到的视角、新颖的思维架构，对这种特殊的传播形态进行了全面的考察分析，提供了颇具启发性的研究结论。虽然这部专著的某些方面尚不尽完善，它的出版已是可喜可贺了。

在中国，与“政府信息传播”、“政府危机传播”等概念相同，政府主导下的“健康传播”概念的出现和广为关注，也是新世纪以来的事情。

这一语境下的“健康传播”，通常分为两大类，一类是正常状态下的信息传播，一类是突发公共卫生事件中的信息传播。

而由于后一类事件的频频出现，如何开展突发公共卫生事件中的信息传播，就成为近年来学界和政府部门面临的重要课题。

在我看来，此类事件有一些共同的特点：第一，广泛扩散性。突发公共卫生事件所涉及的对象不是特定的人，而是不特定的社会群体。事件发生时在其影响范围内的所有人都有可能受到伤害。

第二，应对的复杂性。

此类事件大都涉及多个入口，多个职能管理部门，处置起来具有一定的难度。

比如前段时间发生的三鹿牌婴幼儿奶粉事件，就涉及除卫生部之外的国家质检总局、工商总局、食品药品监督管理局、工业和信息化部、商务部等政府职能管理部门，其中的任何一个环节出现问题，都有可能对全局产生影响。

第三，危害的严重性。

由于公共卫生事件所具有的广泛扩散性，它的处理就绝不仅仅限于疾病的防控与治疗，而是具有连带或延伸效应。

如果处理不得当，会带来巨大的心理恐慌，甚至有可能引发社会动荡与危机，造成恶劣的国际影响。

<<中国健康传播研究>>

内容概要

本书是中国健康传播研究，特别是政府卫生管理部门主导下的健康传播研究的第一部专著。它将两个学科领域——政府（健康）管理和信息传播交叉融合起来，并结合当下的媒介生态和大量的具体实例，以独到的视角、新颖的思维架构，对这种特殊的传播形态进行了全面的考察分析，提供了颇具启发性的研究结论。

在全球化和高科技时代，人类的生命健康仍然面临着各种风险的威胁。社会环境、生活方式和心理因素日益成为影响发病率和死亡率的关键因素。以传播健康知识、倡导健康新理念、改善生活方式、降低健康风险为目标的健康传播受到前所未有的重视，并逐渐成为一个崭新的研究领域。

<<中国健康传播研究>>

作者简介

陈小申，中国传媒大学文化产业研究院副教授。

1995年7月在山东师范大学获得文艺学硕士学位并留校任教。

2008年7月在北京大学获得传播学博士学位。

现任中国传媒大学文化产业研究院学术部主任、《文化创意产业参考》杂志社常务副总编辑。

曾在东方烟草报社、国家卫生部新闻办公室兼职。

2008年7月至2009年8月挂任河北省承德市文化局副局长。

<<中国健康传播研究>>

书籍目录

导论 第一节 问题的提出 第二节 文献综述 第三节 主要研究方法 及原则第1章 视角与语境：从卫生宣传到健康传播 第一节 国外健康传播研究的兴起与发展 一、健康传播研究兴起的背景 二、健康传播的定义及其内涵 第二节 中国健康传播的现实含蕴 一、健康传播概念的传入 二、健康传播的现实含蕴 三、健康传播的基本特点 附关于“非典”的几个问题第2章 中国健康传播的管理体系 第一节 政府卫生部门在健康传播中的角色 一、卫生部门的构成 二、卫生部门：既是信源又是传者 三、卫生部门传者的分类及其特点 第二节 中国健康传播的管理架构 一、健康传播管理要素 二、政府卫生部门健康传播管理架构 三、个案考察：艾滋病防治知识传播管理体系 第三节 健康信息的管理与发布 一、健康传播信息的分类及特点 二、健康信息的监测、报告与管理 三、信息传输渠道与信息发布 四、食品安全信息的管理与发布 附加、美两国突发公共卫生事件的信息管理与发布第3章 政府卫生部门健康传播的形象管理 第一节 卫生部门形象对健康传播的意义 一、卫生部门形象的内涵 二、卫生部门形象的意义 第二节 卫生部门形象的本质及特征 一、卫生部门形象的实质 二、卫生部门形象的特征 第三节 卫生部门形象的分类 一、理想形象与现实形象 二、有形形象与无形形象 三、总体形象与局部形象 第四节 卫生部门现实形象考察 一、媒体镜像：四家都市报调查 二、从医患关系看卫生部门形象 三、权威机构研究或调查折射出的卫生部门形象 四、民生话题中的卫生部门形象 附伪公共卫生事件成因探析第4章 卫生部门健康传播的主渠道：大众媒体 第一节 大众媒体在健康传播中的地位和作用 一、大众媒体在健康传播中的角色 二、“议题设置”和“涵化” 第二节 卫生部门与大众媒体的“对立统一” 一、“事业单位、企业化管理”的特殊机制 二、对健康传播的影响 第三节 卫生部门与大众媒体沟通与合作的基本情况 一、总体情况 二、日常实际操作 第四节 大众媒体健康传播概况 一、总体情况 二、电视健康传播考察 三、网络健康传播考察 四、四家都市报健康传播情况的调查 第五节 大众媒体健康传播存在的主要问题及其原因 一、存在的主要问题 二、大众媒体健康传播问题原因之分析 附美国医疗报道理念与实践第5章 突发公共卫生事件中的健康传播 第一节 突发公共卫生事件的概念及特点 一、什么是突发公共卫生事件 二、突发公共卫生事件的特点 第二节 突发公共卫生事件中健康传播的意义及其传播机制 一、突发公共卫生事件中健康传播的特殊意义 二、突发公共卫生事件中健康传播的机制 第三节 个案分析：安徽泗县甲肝疫苗事件 附近年来重大卫生事件第6章 中国健康传播的实施策略 第一节 建立具有中国特色的健康传播体系 一、确立政府在健康传播中的主导地位 二、完善健康传播的管理体系 三、整合社会资源 第二节 充分发挥大众传播媒体的作用 一、关系定位：合作者 二、媒体关系的“管理”或维护 三、引导媒体恰当设置议题 四、拓展信息传播的渠道 第三节 加强突发公共卫生事件的信息管理与新闻发布 一、信息发布的主要策略 二、优化和完善信息发布制度 第四节 加强形象管理 一、卫生部门形象管理的主要方式 二、形象管理的理念 三、重视互联网的舆论引导 附2006年4月10日卫生部新闻发布会评估报告结语中国健康传播展望附录1 图表索引附录2 重要法规文件主要参考文献后记

章节摘录

在日常生活中，一提起卫生问题，人们下意识地就会想到那是国家的卫生部及各级卫生行政管理部门及所属机构管的事，就像交通部管交通、铁道部管铁路、公安部管治安一样。

其实，在当前我国的中央政府部门结构中，卫生工作涉及多个部委，除了卫生部以外，还有许多部委的职能与卫生密切相关。

例如，目前热议中的“医改”方案制订小组成员单位多达十六个部委，包括食品药品监督管理局、计生委、财政部、发改委、农业部、质检总局、工商总局等等。

在本书中，卫生部门指的是国家的卫生部及各级政府卫生行政管理部门及其所属机构。

在日常社会话语体系中，卫生部门常常与卫生行业、卫生系统并行使用。

我们选择卫生部门作为本文使用的概念，是因为“行业”带有些许商业经营的意味，虽然卫生领域的一些事业单位或机构实行“事业单位企业化管理”的运行机制，但是在目前的社会医疗卫生体制下，卫生工作具有很强的公益性质，称之为卫生行业则淡化了其公益性质。

“系统”是人文科学、社会科学及其他学科使用频率较高的概念，其内涵具有相对的稳定性。

各级卫生行政管理部门及医疗机构以及相对应的各个“要素”，能够构成一个体系，在社会大系统中具有相对独立性，含有整体性、层次性、稳定性、适应性、历时性等特点，具有系统所要求的结构和功能属性。

但是系统的外延过于宽泛，如国务院机构设置中的国家计划生育委员会，其行政职能及工作性质与卫生工作密切相关，如果说卫生系统，就不能把它排除在外。

而“部门”主要有两个义项：一是国民经济中因社会分工而形成的同类职能的企业、事业单位的总和。

如工业部门、农业部门、文教部门等。

每个部门内部，又可按各种标志分为若干部门，如工业内部可分为煤炭工业、机械工业等部门；二是机关、企业或事业单位内部担负一定职能的各个部分，有时也称部门。

“卫生部门”既可以包括卫生行政管理部门，又可以包括各类事业单位、各类学会（协会）、社会团体等，这既符合日常人们的语用习惯，也符合卫生管理体系的现实状况。

<<中国健康传播研究>>

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>