

图书基本信息

书名：《《中国人民大学研究报告系列:中国危机管理报告(2010-2011)》》

13位ISBN编号：9787300163726

出版时间：2013-4

作者：胡百精

页数：320

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

## 内容概要

《中国人民大学研究报告系列:中国危机管理报告(2010-2011)》的主题是“新媒体与社会认同”。此前数年,我们探讨的是这个时代不断升级的新媒体,而今我们探讨的是新媒体开辟的这个时代。

关于新媒体,我们谈论它的技术、交往和乌托邦,其实是在谈论它的政治、商业、文化还有大杂烩。制度创新追不上技术创新,也许是因为缺少顶层设计和根本创新。虚拟世界和现实世界联通一体,却布满陷阱。可以弥合这些的,是我们的智慧和美德,尤其是对话的智慧和美德。总要有人率先朝着乌托邦走去,以期成就个体价值和公共至善。

关于社会认同,我们谈论语境、话语和通路的变化,说到底考察如何构建新形势下的信息共同体、利益共同体和价值共同体。当公共讨论的观念和范式发生转换——从宣传到对话、从信息流到关系网、从话语解放到社会行动,认同意味着要创造物质和精神对等繁荣的世界,不仅要发展而且要美好。

《中国人民大学研究报告系列:中国危机管理报告(2010-2011)》记录和解析了“药家鑫事件”、“小悦悦事件”、“甘肃校车事件”、“乌坎事件”、“7·23动车事件”、“钱云会事件”、“PM2.5事件”、“郭美美事件”、故宫“十重门”、“南京梧桐树事件”、“甲型H1N1流感”、“光合作用书店倒闭”等重大个案。我们观察和记录下这些案例——它们在训练长大的公民、善治的政府、有良心的企业和回到本位的知识分子。

## 作者简介

胡百精,博士,中国人民大学新闻学院副教授,新闻学院传播系主任、公共传播研究所副所长。主要研究方向为传播学、公共传播,近年重点关注领域为公共传播与社会认同、新媒体与危机传播等。主要著作有《危机传播管理》、《公共关系学》、“危机管理研究年度系列报告”等。曾获教育部优秀科研成果奖(人文社科类三等奖)、霍英东教育基金会青年教师奖、中国人民大学“十大教学标兵”称号。

## 书籍目录

### 第一卷 新媒体与认同的想象

上篇：新媒体与公共讨论 1

一、从宣传到对话 2

二、从信息流到关系网 5

三、从话语解放到社会行动 9

中篇：对话与改革：美国进步主义运动时期的公共讨论与社会认同 12

一、“不满者相遇”与信息共同体 13

二、改革的立场与利益共同体 17

三、对话的尺度与价值共同体 20

下篇：我们时代的生活哲学 24

一、重构时空观 25

二、积极生活 30

三、交往的乌托邦 34

### 第二卷 网络公共事件的话语逻辑——以“药家鑫事件”为个案

一、“药家鑫事件”梗概 39

二、话语文本：修辞与叙事 49

三、话语实践：意见领袖与狂欢 60

### 第三卷 新媒体、拟态环境与道德协商——以“扶老人指南事件”与“小悦悦事件”为个案

一、“扶老人指南事件”与“小悦悦事件”梗概 67

二、“扶老人指南事件”和“小悦悦事件”的微博数据分析（以新浪微博为例） 69

三、转型期的道德困境 78

四、道德拟态环境 80

### 第四卷 新媒体语境下的时空观——以“甘肃校车事件”为个案

一、“甘肃校车事件”梗概 95

二、“甘肃校车事件”的时空分析与理论拓展 100

三、新媒体语境下的时空格局特征与影响 107

四、“在危机中”真实生活 112

### 第五卷 新媒体、对话与信任——以“乌坎事件”为个案

一、“乌坎事件”梗概 115

二、对话与社会治疗 124

三、信任与社会资本 127

### 第六卷 公共事件中社会情感的扩散与分享——以“7·23动车事件”为个案

一、“7·23动车事件”梗概 135

二、“7·23动车事件”中的情感扩散 139

三、情感分享视角下的危机传播机制 150

### 第七卷 新媒体、视觉符号与公共舆论——以“钱云会事件”为个案

一、“钱云会事件”梗概 152

二、“钱云会事件”传播要素分析 157

三、微博中图像的意见生成机制 160

### 第八卷 新媒体、关系复活与共同体构建——以“PM2.5事件”为个案

一、全民“围观”PM2.5 170

二、关系时代来临 178

三、关系共同体重构 182

四、由“信息传播”到“关系管理” 184

### 第九卷 网络狂欢与社会对话——以“郭美美事件”和故宫“十重门”为个案

一、“郭美美事件”梗概 188

二、故宫“十重门”事件梗概 197

三、被解构的社会信任与失效的危机公关 202

四、常态化的网络狂欢 20

五、重建社会对话 206

第十卷 社会化媒体、公共议题与社会抗争行为——以“南京梧桐树事件”为个案

一、“南京梧桐树事件”梗概 211

二、社会化媒体成为动员平台 214

三、社会抗争行为中的动力机制 221

第十一卷 突发公共卫生事件的传播管理与话语创新——以“甲型H1N1流感事件”为个案 一、“甲型H1N1流感事件”梗概 234

二、突发公共卫生事件中的传播管理 238

三、突发公共卫生事件中的话语表达与协调机制 246

第十二卷 阅读的死与生：新媒体的阅读建构——以“光合作用书店倒闭”为个案

一、书店之死 254

二、社会变迁与阅读平移 257

三、新媒体场景下的阅读图景 261

四、新媒体对阅读观的改造 271

第十三卷 社交网络与孤独

一、关键概念解析 277

二、社交网络时代的孤独成因解析 281

三、如何应对孤独危机 291

第十四卷 我们因何怀念乔布斯——全球化的焦虑及其想象性缓解

一、身份的追寻与误认 296

二、审美化的技术革命 298

三、“超人”乔布斯 299

四、全球化语境中的乔布斯 301

五、结语：这个世界会好吗 305

2010年度危机大事记 309

2011年度危机大事记 314

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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)