

《说什么 怎么说》

图书基本信息

书名：《说什么 怎么说》

13位ISBN编号：9787516605004

10位ISBN编号：751660500X

出版时间：2013-7

出版社：新华出版社

作者：蒲红果

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

《说什么 怎么说》

内容概要

互联网时代，是对话的时代。从互联网宣传管理和网络舆论引导的角度看，如何把握纷繁复杂而又变动不羁的网络舆情，进而合理疏导、引导，化解矛盾、解决问题、释放正能量？这正是本书所要回答的问题。

作者认为，要敢于和善于网络“说话”，不仅要知道“说什么”，还要懂得“怎么说”。从互联网的发展到当前网络舆论引导面临的新形势，从中国网络舆论的发展历程到当前的突出倾向，从网络舆论引导的思路、原则、方法到实际工作中存在的教训和误区，本书系统梳理了中国网络舆论短暂而快速发展的历史。作者以其丰富的实践经历，结合着理论性反思，层层深入、娓娓道来，从政府工作的角度加以系统化、理论化，同时操作性极强。本书还对突发事件网络舆论、微博、网络评论等前沿性重要网络现象进行了专门分析。

对于广大政府工作人员以及广大新闻传播界从业人员而言，本书所提出的“网络舆论引导与舆情应对”话题也是值得不断探索、思考和总结的。

《说什么 怎么说》

作者简介

蒲红果，北京大学法学学士、中国人民大学新闻学硕士，全国性网络舆论引导工作的最早倡行者之一，网络舆论研究和新媒体素养培训专业人士，首都互联网协会网络新闻评议专业委员会委员，海量数据处理工程研究中心特聘研究员。2004年以来先后供职于北京市对外宣传办公室和北京市互联网信息办公室，曾负责网络评论处的工作。目前，在中共中央组织部继续从事互联网信息相关工作。十余年来，一直从事网络新闻宣传管理和舆论引导工作，专注于网络舆论引导研究和党政企事业单位人员新媒体素养培训。先后给全国各省区市宣传系统、组织系统、司法系统、团委系统、税务系统和国务院国资委、海关总署、水利部、原铁道部等政府有关部门，国家电网、中国电力、中国石化、航天科技一院、大唐集团、胜利油田、中国南车集团等大型国有企业以及北京大学、清华大学、中国人民大学、中国青年政治学院等几十所高校，约5万人，做了260余场相关专题讲座。近几年，发表《如何团结和培养网络意见领袖》等论文数十篇，参与撰写出版《网络宣传读本》《舆情之剑——企业网络危机应对》等书籍。

《说什么 怎么说》

书籍目录

目录前言 1绪论 主动适应信息化趋势是唯一正确的选择 1第一讲 网络舆论引导面临的新形势 1第一节 社会环境巨变使网络舆论更加激烈和复杂 2第二节 人的本质深刻变化让网络舆论变得多元多样 12第三节 公信力下降使舆论引导变得异常困难 18第四节 传播技术革新使舆论制造和组织功能空前增强 21第二讲 中国网络舆论崛起的历程第一节 迅速兴起（1998年至2002年） 36第二节 影响力初显（2003年至2004年） 39第三节 形成机制质变（2005年至2006年） 41第四节 民意功能凸显（2007年至2008年） 43第五节 向主流化迈进（2009年至2010年） 47第六节 舆论格局巨变（2011年以来） 49第三讲 中国当前网络舆论的突出倾向 53第一节 爱国公正 55第二节 批判主义 60第三节 民族主义 62第四节 民粹主义 64第五节 实用主义 67第四讲 网络舆情监测和研判的主要方法 71第一节 网络舆情监测 72第二节 网络舆情研判 81第三节 网络舆情呈现 105第五讲 网络舆论引导和舆情应对的总体思路 115第一节 理论思路 116第二节 现实手段 118第三节 机制建设 142第六讲 网络舆论引导的基本原则和方法 149第一节 及时发声原则 150第二节 解决问题原则 159第三节 态度诚恳原则 168第四节 遵循规律原则 178第五节 注重有效原则 187第七讲 网络舆论引导的教训和误区 203第一节 封锁消息 掩耳盗铃 205第二节 弄虚作假 欲盖弥彰 207第三节 一味否认 不思担当 209第四节 行动迟缓 久拖不决 213第五节 口径不一 自相矛盾 217第六节 奴式回应 藏头露尾 219第六节 出言不逊 火上浇油 221第七节 回避矛盾 闪烁其词 223第八节 舆论准备 失之寡助 226第九节 警力过度 风声鹤唳 229第八讲 突发事件网络舆论引导技巧 233第一节 快说事件 慎报原因 234第二节 持续发布 不留空间 238第三节 快速切割 弃车保帅 239第四节 意见领袖 为我所用 242第五节 新闻推出 配发解读 245第六节 服务媒体 沟通记者 248第七节 盯舆论场 重针对性 251第九讲 微博认知和运用的基本要点 255第一节 微博认知六个基本点 256第二节 微博使用五个基本点 272第三节 微博引导舆论 功夫在微博外 279第十讲 网络评论写作要领第一节 网络言论主要类型和特点 290第二节 把握评判标准把评论文章写好 292第三节 网络时评写作技巧 295第四节 新闻跟帖、论坛帖文和博客文章的写作技巧 306第五节 微博的写作讲求创意 313第六节 网络评论写作其他要点 320后记 333

绪论主动适应信息化趋势是唯一正确的选择—信息的传递和交流是人类生存的基本需求。人类的信息传播模式从口语传播、手写传播、印刷传播、电子传播到互联网新媒介传播，可以说技术开发与技术进步一直伴随着人类信息文明发展的进程。回顾上一个世纪，我们发现，20世纪是科技发明最多的一个世纪，众多发明或发现都产生于这个世纪，如血型、飞机、胰岛素、青霉素、电视、登月、试管婴儿、激光器、原子能、半导体和计算机，等等。有数据表明，这100年的发明超过了以往任何100年，甚至是此前2000年的总和。人类活动因此更加活跃，人们的生活也因此更加丰富多彩。1969年，为了找到一种强有力的通讯形式，足以抵御苏联“洲际弹道导弹”的破坏和在爆发核战争时保障通信联络，美国国防部高级研究计划署ARPA资助建立了世界上第一个分组交换试验网ARPANET，连接美国四个大学。ARPANET的建成和不断发展标志着计算机网络发展的新纪元。70年代末到80年代初，计算机网络蓬勃发展，各种各样的计算机网络应运而生，规模和数量上都得到了很大的发展。一系列网络的建设，产生了不同网络之间互联的需求，并最终导致了TCP/IP协议的诞生。1980年，TCP/IP协议研制成功。1982年，ARPANET开始采用IP协议。1986年，美国国家科学基金会NSF资助建成了基于TCP/IP技术的主干网NSFNET，连接美国的若干超级计算中心、主要大学和研究机构，世界上第一个互联网产生，迅速连接到世界各地。互联网的诞生所带来的网络信息传播，无疑是一次信息传播的革命。互联网被公认为是20世纪人类科技文明的结晶和最伟大的基础性科技发明之一，它的快速发展和广泛应用已经成为信息化时代的一个重要标志，已经成为一个全球性的公共设施，并被列为现代信息技术发展的三个重要里程碑（即1946年世界第一台电子数字计算机——ENIAC诞生；1971年，英特尔公司生产的世界第一个微处理器芯片4004和20世纪互联网在全球的普及和发展）之一。进入21世纪以来，宽带、无线移动通信等技术的发展，为互联网应用的丰富和拓展创造了条件。据有关数据表明，互联网已经覆盖全世界240多个国家和地区，网民超过20亿。作为信息化社会的基本网络形态、信息传播的新载体、科技创新的新手段，互联网的问世和应用，带来了传播方式的革命性飞跃，互联网正在成为信息化社会的基本工具，而且每一项新技术以及相关的新业务的出现，都将促成一种新的传播形式和舆论载体。马克思主义认为，衡量一个时代的生产力水平，不是看它生产什么，而是看它怎样生产。石器、青铜、铁器、蒸汽……互联网的普及应用和快速发展改变了人类的生活和生产方式，引发了前所未有的信息革命和产业革命。借助互联网，人类的信息传播方式在时间和空间两个维度上获得了空前的突破，地球村正在成为现实。2011年11月，在武汉召开的第十一届中国网络媒体论坛上，中国人民大学新闻学院教授高钢指出，直接影响信息传播形态与模式改变的三大技术已经日益显现。在移动互联网、智能便携终端和云计算服务三大技术发展的共同作用下，网络技术平台的融合绝不止是信息传播渠道的合并和兼容，网络信息的共享也绝不止是个体单元的信息获取和信息发布，它们将是一个改变整个社会信息创造方式、加工方式、获取方式、传播方式、使用方式和经营方式的深刻的社会变革过程。完全可以这样说，21世纪，是人类社会由工业文明向信息文明整体飞跃的伟大时代，在这样的时代，信息化已成为社会发展的大趋势、大潮流，亘古未有的巨变在我们身边悄然发生。信息化推进生产力的发展，促进生产关系的变革。互联网是社会进步的产物，是先进生产力的代表，它改变了旧的社会结构，让新社会结构逐渐浮现。马克思在论述社会变革中技术革新的作用时说：“手工作坊带来的是封建君主，而蒸汽机导致了产业资本家的出现。”他认为一定的新技术对人类行为和社会结构的影响，是无法想象的。以信息技术为中心的技术革命，正在加速重造社会的物质基础，信息科技催化了网络社会的兴起。由互联网所代表的颠覆性技术会逐渐冲击旧有体制，从而诞生新政治体系。国家的新形式与社会的新形式也必须重新开始摸索。这可不是个小事，这是个天翻地覆慨而慷的改变。二1994年中国全功能接入互联网，从此，中国的信息神经快速发育、成长和发达了起来。1996年秋，北京白颐路口竖起了一面硕大的牌子，上面写着“中国人离信息高速公路还有多远？向北1500米”。前方向北1500米，就是瀛海威的网络科教馆。这是张树新为瀛海威打出的广告。有人说，其口气之大、胆色之壮，一夜之间便令瀛海威在中关村地区迅速扬名。那时候，信息高速公路、互联网对大部分人来说还是崭新的名词，很多人不仅没有接触过互联网，甚至连高速公路都没有见过。如今，这句新奇的广告语和那块宽大的广告牌已经成为很多人对早期中国互联网的一个经典记忆。1998年10月20日，陈彤按照汪延的主意将从新华社买来的世界杯电讯稿全部利用起来，按新闻内容分类全部摆放到了首页。据说，他们那次的改版在凌晨5点完成时，还播放《国际歌》进行庆祝，乐曲响彻办公大楼。这次尝试性的改版从此确立了新浪网新闻模式的基础。1998年是中国互联网的一个分水岭，这

《说什么 怎么说》

一年，新浪、搜狐等商业门户网站开始涉足网络新闻传播领域，从此孕育了中国网络舆论。2000年之后，新浪、搜狐、网易中国三大网络媒体越走越相似，相继将自己的短板补齐，中国网络媒体初步成型，拉开了中国网络媒体快速发展的序幕。那些年月，谁也想不到，互联网会如此剧烈地改变我们的生活，网络舆论会有这么大的影响力。在1994年中国正式接入国际互联网以后的一段时间，没有几个人把互联网太当回事。即便是之后的一段时期，人们对其逐渐有所认识，也不过把互联网当作是一些有点洋味的公司开展些许电子商务和那些戴着深度近视眼镜的知识分子传递信息的工具而已。就像电子邮件最初是用来在单台机器上给其他使用者留言的一样，连发明者Ray Tomlinson自己都没有意识到这项发明的重大意义，他当时甚至不让同事告诉别人。近20年，弹指一挥间。中国互联网已经形成规模，互联网应用走向多元化，人们在工作、学习和生活中越来越多地使用互联网，整个社会的运行都搭上了互联网的快车。作为中国经济社会发展中的亮点之一，互联网正以前所未有的速度，发展成为重要的信息基础设施，并渗透到经济社会生活方方面面。中国互联网络信息中心（CNNIC）《第31次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2012年12月底，中国网站规模达到268万个，网民数量达到5.64亿，互联网普及率为42.1%，手机网民规模达到4.2亿。尤其是随着微博的快速崛起，全国微博用户规模达到3.09亿，即目前有54.7%的网民在使用微博；手机微博用户规模达到2.02亿，即65.6%微博用户使用手机终端访问微博。中国社会科学院2011年7月发布的新媒体蓝皮书《中国新媒体发展报告（2011）》指出，中国已成为世界新媒体用户第一大国。根据互联网世界数据中心2010年6月的统计，中文语种网民2000年-2010年增长率达到1277%，目前仅少于英语网民（5.37亿），中文作为互联网第二大语种，在互联网上的话语权大有增强。2011年中国互联网网民便已超过5亿，手机用户便已超过9亿，中国成为名副其实的全球新媒体用户第一大国。2011年，网际曾热传一种“最新世界人口排名”：1、中国；2、印度；3、Facebook；4、QQ；5、美国；6、MySpace；7、印度尼西亚；8、巴西；9、人人网；10、Twitter”。虽纯属玩笑，却意味深长。即时通讯、博客、微博客、搜索引擎、视频分享、社交网站等几乎所有互联网的新应用都在中国得到了快速的发展。尤其随着以微博、SNS为代表的社交媒体的持续高速发展，中国互联网已经进入即时网络时代，进入由提供信息服务转向提供平台服务的阶段，进入从传统互联网向移动互联网转变的时期。尤其是随着3G网络日益普及，“云计算”研发和应用步伐加快，我国固网互联网加速向移动互联网延伸。据有关专家测算，目前，智能手机、笔记本、平板电脑、手持阅读器等移动上网终端，已经超过个人电脑正逐步成为人们接入互联网的主要方式。网络信息传播正逐步从以个人电脑为中心向移动智能终端为中心转变，手机搜索、手机新闻、手机即时通信等移动网络应用的用户规模不断扩大。互联网作为信息社会最重要、最基本的信息流载体，在中国媒体产业格局中的地位日益突出，已成为中国民众获取信息、了解世界、表达诉求的重要渠道，逐渐从以大众传播为主导向以人际传播为主导的社会舆论格局转变，网络传播逐渐走向传播主体与收受主体共同作为新闻主体的新时代，时下盛行的微博等新媒介产品，将网络交互核心从以事件为中心转移到以人为中心，强调了用户的主体地位，突出了用户的主体性。对此，有学者评论说，进入二十一世纪的第二个十年，facebook、Twitter、微博等社交媒体获得爆炸式增长，全球信息技术革命开启了一个新阶段：互联网的基本功能由海量信息生产、沟通社会成员，转向重构社会关系、组织社会成员。与之相应，虚拟社会不再是现实空间的简单投射和延展，当人们的思考、言说和行动在“线上”和“线下”之间可以自如地穿梭，虚拟与现实的边界变得模糊的时候，一个整体性的、崭新的人类生活场域开始形成。现实表明，网络舆论引领社会舆论的能量越来越大，而且民意功能更加突出，公共利益、民生问题是其重要焦点，网络舆论与社会现实的互动进一步增强，对公众思想行为的影响也日渐深刻。网络监督、网络问政、网络反腐、政务微博、网络公益、网络发言等“正功能”兴起；躲猫猫、打酱油、楼脆脆、跨省抓捕、临时性强奸、试探性自杀、钓鱼式执法、保护性拆迁、休假式治疗等“冷幽默”流传……有5.64亿网民就有5.64亿个信息源和麦克风，这，就是信息化条件下的舆论生态。（待续）

《说什么 怎么说》

编辑推荐

本书定位于当今时代最鲜明的特征：互联网及信息化对社会生活的重新建构；抓住了互联网产生重大影响力的方面：网络舆论。从政府工作的角度出发，本书作者结合着自身丰富的互联网舆论引导实践经验，进行了系统性、理论化、理论与实际相结合的思考。在写作结构上层层深入，重点突出，具有很强的指导性。同时，作为对网络舆论这一仍属前沿和新兴问题的课题，本书的思考也将激发更多的探索和研究。

《说什么 怎么说》

精彩短评

- 1、惊现立二拆四和蛮子老师！
- 2、先是在照片页看到有错别字，心想可能是个别现象，接着读下去，发现从17页到48页，出现了16张空白页，真不知道这样的书是怎么从新华出版社发出来的，都没有人检查吗？果断退货！
- 3、蛮具有实际操作价值的，书中也附了很多案例。比较浅显易懂。

《说什么 怎么说》

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