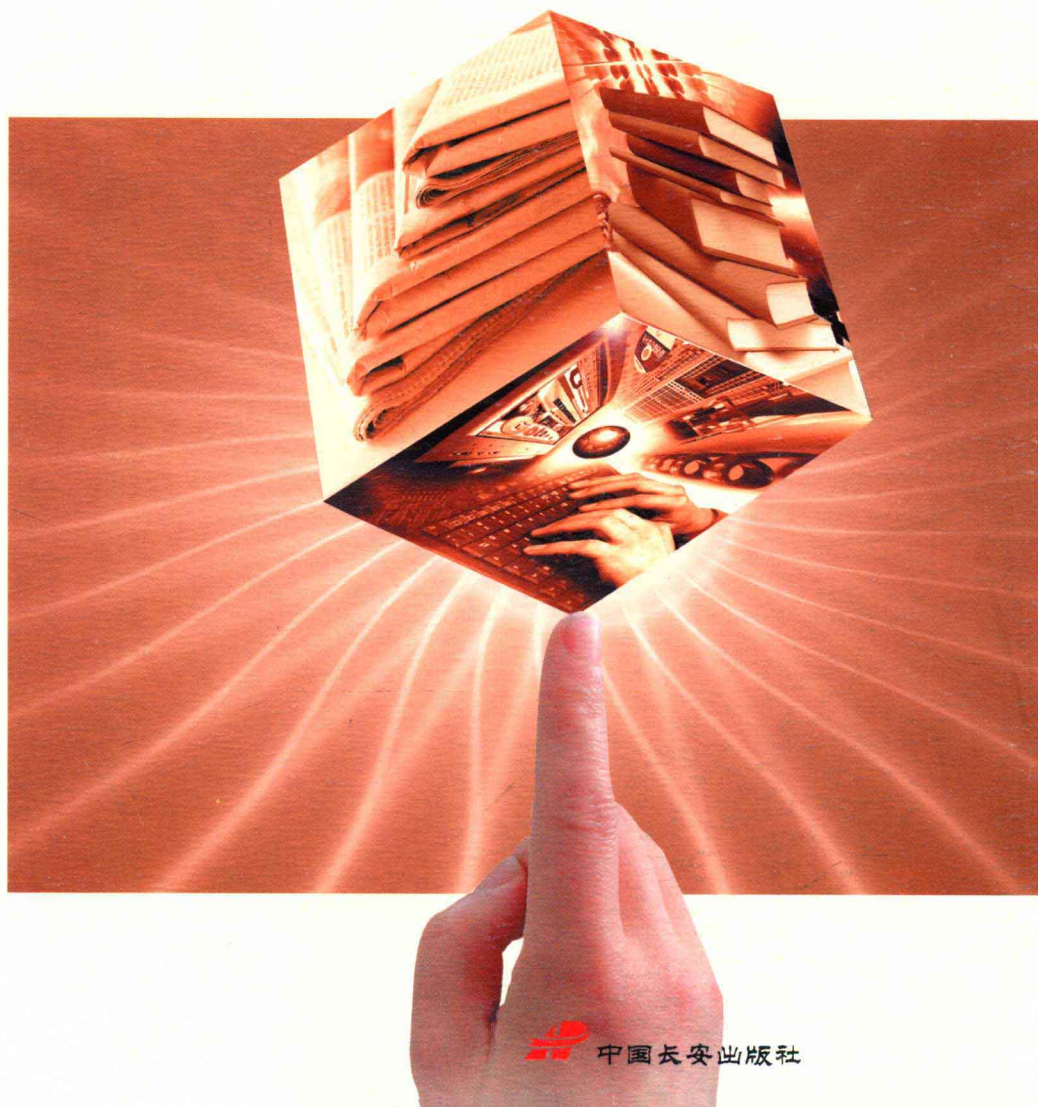


主编 李雪慧

政法干警 媒介素养 读本



中国长安出版社

政法干警 媒介素养读本

主编 李雪慧

副主编 肖 玮 魏 星



中国长安出版社

图书在版编目(CIP)数据

政法干警媒介素养读本/李雪慧主编. —北京:中国长安出版社,2012.9
ISBN 978-7-5107-0560-1

I.①政… II.①李… III.①警察-传播媒介-素质教育-中国-学习参考资料 IV.①D631.15②G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 211669 号

政法干警媒介素养读本

李雪慧 主编

出版:中国长安出版社
责任编辑:李 多 张 渊
特约编辑:张清郎
社 址:北京市东城区北池子大街 14 号(100006)
网 址:<http://www.ccapress.com>
邮 箱:ccapress@yahoo.com.cn
电 话:(010)85099947
发 行:中国长安出版社
印 刷:北京睿特印刷厂
开 本:710mm×1000mm 16 开
印 张:16.125 印张
字 数:220 千字
版 次:2012 年 9 月第一版 2012 年 9 月第一次印刷
书 号:ISBN 978-7-5107-0560-1
定 价:56.00 元

媒介素养：已悄然融入执法能力

姜作

在现代社会，媒介的影响无处不在。特别是在全媒体时代的背景下，新闻的概念也发生根本性变化。伴随着新兴媒体的迅猛发展，以往不被人们关注的普通政法干警的执法活动及日常言行，突然被置于媒介的聚光灯下。

执法工作处理的是社会矛盾的焦点，也容易成为公众关注的热点，往往成为媒体的信息源、聚焦点。随着经济社会的快速发展，人民群众法律意识、权利意识、监督意识的不断增强，在全新的媒介环境里接受社会监督已是政法干警执法的常态。公正、廉洁的执法形象经媒介的广泛宣传，得到人民群众的认可褒奖，产生积极的社会效应；不规范、不文明的执法行为经媒介的聚焦传播，不仅损害政法机关的执法公信力，而且影响党和政府的威信。媒介既是执法的资源，也是执法的镜鉴。其实，媒介早已深刻渗透到人们的生活当中。媒介不仅是公众获取知识的主要平台，也是公众认知社会的基本渠道，还是影响国民世界观、价值观的重要因素。应该如何认识媒介、评价媒介、运用媒介？这是政法干警不容回避、也无法回避的问题。媒介与每一个政法干警都息息相关。可以说，不管政法干警是否具有自觉意识，媒介素养都已悄然融入执法能力，潜移默化地改变着政法干警的执法态度、执法方式和交际观念。

随着媒介数量的高速增长和信息内容的无限增加,如何引导或创造条件使公众科学理性地接触和使用媒介,就成为一个非常现实的问题。于是便提出了媒介素养教育问题。对我国公民、特别是政法干警而言,媒介素养或许还是一个较为陌生的概念,而在西方一些国家,媒介素养教育已经历了七十多年的发展历程。面对形形色色媒介的包围、面对汹涌澎湃的信息浪潮,我们要在坚持正确导向的同时,加强政法干警的媒介素养。“媒介素养”是全体政法干警都应该具有的基本品质,加强“媒介素养教育”对于提高政法干警的综合素质、对于提升执法水平具有重要意义。

所谓媒介素养,简洁地说,就是一个人认识、运用媒介的态度与能力。如果在理论上进行定义,目前达成共识的通说认为,媒介素养是指人们面对媒介各种信息时的选择能力、理解能力、质疑能力、评估能力、创造能力和思辨性反应能力。随着移动互联网的广泛普及和即时通讯工具的快速发展,网络已成为“思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器”。从传统媒体到新兴媒体,从有形媒体到无形媒体,从官方媒体、他媒体到自媒体,在全新的媒介环境里,人人都是记者,个个皆有麦克风,新闻传播的自由度显著提高。面对无处不在的媒介,面对海量的媒介信息,政法干警的选择能力、理解能力、评估能力、创造能力、制造能力、反应能力显得越发重要。对大多数政法干警来说,媒介素养是一门需要努力学习的新课程,是一项亟待自觉养成的基本功。

培养媒介素养,政法干警要厘清政法工作与媒介的关系。政法机关和广大政法干警肩负着维护社会秩序、促进社会和谐的重任,是法律的执行者,也是公平正义的维护者,更是中国特色社会主义事业的建设者和捍卫者。媒介在建设和谐社会中扮演着重要的角色,是民主法治的推动者、和谐理念的传播者、公平正义的拥护者、安定秩序的营

造者。正确把握政法工作与媒介的关系,有利于政法干警在舆论战场上把握正确导向,赢得媒介的理解和支持。

培养媒介素养,政法干警要了解媒介的基本特点。在新媒体发展日新月异的背景下,要了解媒介将如何影响执法司法,会给社会舆情带来哪些变数。各种媒介以形形色色的样态反映生活、干预现实、制造热点、传递信息、发泄情绪。特别是网络的虚拟性、开放性、无界性、互动性等特点,使网络媒介本身容易成为某一事件的高倍“放大器”和快速“传播器”。认识媒介的传播规律,政法干警才能不回避媒介、不惧怕媒介,而是善待媒介、善用媒介。要增强对媒体监督和批评的“承受力”和“宽容度”,尤其要信任、理解记者,支持他们的工作,用平视、平常态度与媒体交往,以真诚谦和的胸怀和求真务实的态度坦然面对媒介的聚光灯,理性、平和、文明、规范执法,校正偏差、澄清误解。

培养媒介素养,政法干警要熟悉媒介关注的社会焦点。媒介是信息传播的载体,是公众交流的平台,是了解民意的窗口,是舆论监督的锐器。政法干警应养成“网络散步”习惯,经常上网浏览舆情,获取各种信息,眼观六路,耳听八方,知晓媒介关注的新闻、舆情议论的话题。媒介形成的社会热点未必是工作重点,公众注意的趣事未必是大事,主要是了解因政法干警或执法活动引发社会舆情的来龙去脉,对于网络上的争论,冷静地看待、理性地分析,从中获得收益和启示。

培养媒介素养,政法干警还要增强与媒介互动的意识。媒体是巨大的信息迷宫,政法干警不宜被媒介左右理智,误导情绪,而要从媒介信息中见微知著,找到矛盾,因势利导,促进执法工作。政法干警既要了解媒介需求、把握应对尺度,也要重视主动运用媒介与公众沟通,培养参与媒介信息传播,充分利用媒介宣传推动政法工作的意识

和能力。在与媒介的互动中,传播信息、设置议题、引导舆论、回应关切、塑造形象,为政法工作的顺利开展增添不竭动力。

应该指出,对待媒介的态度,也就是对待公众的态度。政法干警提高媒介素养,不仅是为了应对媒介、应对记者,更是为了在执法过程中,面对当事人能做好释法说理、面对社会公众能做好法治宣传工作。当前,人民群众的司法需求呈现多样化,不仅要求公正的执法结果,还要求公正的执法过程,甚至对于执法作风、执法公开与执法民主都极为关注。这就需要政法干警在执法工作中,多方倾听群众呼声,及时回应社会关切,妥善疏导公众情绪,将媒介素养的提高,落实到增强政法干警处理公共关系的能力上,落实到增强做好群众思想工作的能力上,落实到全面提升政法干警的执法能力上。所以,提高媒介素养还是政法干警提高群众工作能力,提高处理公共关系能力的重要途径。

媒介素养教育可以使政法干警掌握媒介传播的相关知识,健全获得正确媒介信息和判断信息价值的知识结构,使其成为媒介的主动驾驭者,而不只是媒介信息的被动接受者。可见,具备良好的媒介素养已经成为政法干警的必备修养,成为执法能力的基本要求。不会或者不善于运用媒介,在开放透明的环境下,很难成为一个合格的执法者。

《政法干警媒介素养读本》一书,是一部根据执法工作特点,系统介绍与执法工作相关的媒介知识、梳理执法工作与媒介的互动规律、引导政法干警提升媒介素养的著述。该书紧密联系当前政法工作面临的新形势新任务,回答了什么是媒介素养、为什么要重视媒介素养、如何加强政法干警媒介素养教育等一系列理论和现实问题。特别是结合实例从技术和操作层面,详细解读了政法干警应该如何认知

媒介、如何评价媒介、如何运用媒介,及时有效应对、研判、处置突发政法舆情,在舆论战场上牢牢把握正确导向,在与媒介的良性互动中为政法工作的顺利开展营造良好舆论氛围。该书内容深入浅出,文风亲切朴实,可读性、针对性和指导性都很强,既可以作为普通政法干警了解媒介、自觉提升媒介素养的入门读物,也可以作为各级政法机关开展媒介素养教育的培训教材,值得向政法干警和社会公众推介。

是为序。

2012年9月28日

(作者系中央政法委副秘书长)

目 录

第一章 什么是媒介素养

一、什么是媒介素养	/1
(一)媒介无处不在	/1
(二)进入全媒体时代	/3
(三)让 Mike 隋告诉你:什么是媒介素养	/5
二、媒介素养有什么价值	/6
(一)媒介素养的变迁	/6
(二)在 Web3.0 时代,媒介素养有什么价值	/7
三、媒介素养经典案例	/8
(一)毛泽东的媒介素养	/9
(二)“医生哥波子”的媒介素养	/10
四、现代社会每个人都是媒介公民	/11
(一)不同地域媒介素养有所不同	/12
(二)不同群体对媒体认知、评价和期待有异同	/13
(三)媒介公民意味着什么	/14
五、三种核心能力决定媒介素养	/15
(一)认识媒介的能力	/15
(二)评价媒介的能力	/16
(三)运用媒介的能力	/18

第二章 政法机关为什么要重视媒介素养

一、媒介素养影响司法公信力	/22
(一)媒介监督与司法公正是现代法治社会两大基石	/23
(二)政法工作对媒介具有天然的吸引力	/24
(三)政法宣传需要向媒介借力	/24
(四)媒介与司法(执法)的碰撞与冲突	/26

二、变惧为迎,学会在媒介关注的常态下工作	/29
(一)变了,一切都变了	/30
(二)“雷人”“雷语”“雷行”:缺乏媒介素养的反面样本	/30
(三)与媒介积极互动的典型样本	/32
三、与媒共舞,努力寻找互动的平衡点	/33
(一)主动触媒:放下架子扑下身子	/34
(二)良性互动:把“水火关系”变成“鱼水关系”	/36
(三)微博问政:直击民情的超级链接	/38

第三章 媒体可以为政法机关做什么

一、传播信息——媒体做“代言人”	/40
(一)传播信息的内容——让社会主义法治理念植根每个人心中	/41
(二)传播信息的途径——充分利用传统媒体和新兴媒体	/42
(三)传播信息的注意事项	/44
二、塑造形象——经营公共关系,实现双向沟通	/46
(一)与媒体建立合作互动关系	/46
(二)树立“两个意识”	/47
(三)做好“三门功课”	/47
(四)强化典型宣传	/48
三、回应关切——激发引导认同感	/50
(一)不闻不问就等于放弃话语权	/50
(二)正本清源剔除模糊信息	/50
(三)互通互信赢得信赖	/51
四、议题设置——实现宣传效果最大化	/51
(一)留住公众眼球,形成宣传声势	/51
(二)四个关键词:抓住议题设置的技巧	/52
(三)应对重大事件,掌握新闻的“第一定义权”和“解释权”	/53
五、引导舆论——传递权威信息,维护社会和谐稳定	/54
(一)引导舆论是媒体的本质属性	/54
(二)引导舆论要创新方式	/55
(三)政法机关要在提高舆论引导能力上下功夫	/56

第四章 认识新媒体才能不怕新媒体

一、新媒体的前世今生	/59
(一)何为新媒体	/59
(二)新媒体如何影响执法司法	/61
(三)新媒体的发展现状	/63
二、在天下网络中找到坐标	/66
(一)门户网站:成为网络新闻影响力的主导者	/66
(二)网络报刊:纸媒在网络上的新生	/68
(三)网络视频:立体化的视听盛宴	/70
(四)SNS:社会化网络	/71
三、小手机引领大时代	/73
(一)手机短信:手机“拇指经济”	/73
(二)手机报刊:纸媒与手机的融合	/74
(三)手机广播电视:广播电视与手机的融合	/77
(四)微博:碎片化的社交新媒体	/77
四、新媒体背景下的社会舆情	/79
(一)网络舆情的特点	/80
(二)新媒体给社会舆情带来新变数	/81
(三)新媒体时代的舆情监控	/82

第五章 政法机关如何使用传播媒体

一、报纸:历史悠久的媒体	/88
(一)做好“详实详尽”文章	/88
(二)做好“深度展示”文章	/89
(三)做好“理性引导”文章	/90
二、广播:没有距离的媒体	/90
(一)唱好“先锋”歌	/91
(二)唱好“通俗”歌	/91
(三)唱好“引导”歌	/92

(四)唱好“告知”歌	/93
三、电视:当下第一媒体	/94
(一)演好“第一时间”戏	/94
(二)演好“揭示真相”戏	/95
(三)演好“抓住眼球”戏	/96
(四)演好“立体信息”戏	/96
(五)演好“权威解释”戏	/97
(六)演好“预告重播”戏	/98
(七)演好“简化流程”戏	/98
四、互联网:没有边界的媒体	/98
(一)织好“即时”网	/99
(二)织好“集束”网	/99
(三)织好“互动”网	/100
(四)织好“辐射”网	/100
五、手机等新媒体:受众细化与关注深化	/101
(一)短信:拉近最后一米	/101
(二)微博:“碎片”与“围观”	/103
(三)博客(及播客、拍客等):集市中的吆喝艺术	/104
(四)网络电视、移动电视等新媒体——“移动橱窗”	/106
六、在媒体融合中发展自己	/107
(一)“人人都有麦克风”——封堵得不偿失,要学大禹治水	/108
(二)“信息对流”——融入而不是隔离	/109
(三)“整合传播”——整合五种传播力量,合众力为己力	/110

第六章 如何与记者打交道

一、记者,永远是你的挑战者	/113
二、与记者打交道中存在的问题及原因	/115
(一)“害怕”记者	/115
(二)“对付”记者	/115
(三)“忽视”记者	/115
(四)“打压”记者	/116

(五)“怀疑”记者	/116
三、与记者打交道需要把握五个原则	/117
(一)敢于面对记者	/118
(二)坦诚对待记者	/119
(三)尊重理解记者	/120
(四)认真回应记者	/120
(五)不要得罪记者	/121
四、要主动给记者“喂料”	/123
(一)了解记者的需求	/123
(二)多供正面的素材	/126
(三)引导记者的采访	/126
(四)把握沟通的尺度	/128
五、少说官话	/131
(一)会用网络语言	/132
(二)多说大众语言	/133
(三)翻译专业语言	/134

第七章 如何开展危机公关

一、处理突发事件——从危机中赢得转机	/136
(一)第一时间介入,防止事件升级	/137
(二)动态发布权威信息,占领舆论制高点	/139
(三)投其所好,选择媒体愿意发、百姓愿意听的表达方式	/141
二、应对批评性报道——反败为胜的技巧	/142
(一)勇于道歉,打造负责任的公众形象	/143
(二)抓住媒体采访需求,主动把握舆论导向	/144
(三)主动参与媒体议程设置,树立正面形象	/146
三、化解网络谣言——流言止于公开	/147
(一)用事实说话,和谣言“赛跑”	/148
(二)得理要饶人,邀请媒体共同发现真相	/150
(三)及时监控网络舆情动向,变被动应付为主动掌控	/151
四、直面媒体审判——两手都要硬	/153

(一)媒体审判:名义不正,影响不小	/153
(二)坚守司法公正,让外界无可指责	/155
(三)确保司法公开,引导公众理性认知	/157

第八章 政法新闻宣传与政法业务工作要同部署

一、新闻和宣传是一回事吗	/160
(一)新闻和宣传的异同	/160
(二)为什么很多宣传达不到预期效果	/163
(三)寓宣传于新闻之中	/166
二、政法工作规律和新闻传播规律,一个也不能少	/169
(一)政法工作规律有哪些	/169
(二)新闻传播规律有哪些	/171
(三)政法工作和新闻传播有哪些共同追求	/173
(四)政法工作和新闻传播有哪些冲突	/175
三、新闻宣传与政法业务同部署同落实创双赢	/178
(一)“刀把子”和“笔杆子”都要重视	/178
(二)政法干警要“既会做又会说”	/181
(三)司法与传媒应成为亲密战友,构建融洽和谐的关系	/183

第九章 提升媒介素养给力政法工作

一、每个政法干警都是一个信息源	/186
(一)政法干警的角色定位	/187
(二)在媒体面前,每个政法干警都代表一个群体	/189
(三)政法干警的“自媒体意识”需要平时练就	/191
二、运用媒介素养提升政法机关公信力	/192
(一)信息公开:让老百姓不再陌生	/192
(二)新闻发言:主动沟通,有规有矩	/196
(三)信息收集:既有千里眼,又有顺风耳	/199
(四)信息反馈:抓住时机应对有方	/200
(五)信息弥补:与媒体沟通,主动纠偏	/202

三、媒介素养在公检法司重点环节的应用提示	/203
(一)重点环节有哪些	/203
(二)应用提示	/204

第十章 如何开展政法干警媒介素养教育

一、开展政法干警媒介素养教育势在必行	/211
(一)开展媒介素养教育是国际潮流	/211
(二)我国政法干警媒介素养不容乐观	/213
(三)开展政法干警媒介素养教育是现实的要求	/214
二、政法干警媒介素养教育的主要内容	/215
(一)认知媒介功能与运行机制	/215
(二)评价媒介信息	/217
(三)学会运用媒介宣传和推动政法工作	/219
三、与媒介素养教育相关的法律法规知识	/222
(一)政法信息公开法律法规知识	/222
(二)新闻传播法律法规知识	/226
四、开展政法干警媒介素养教育的途径和方法	/229
(一)实施政法干警媒介素养教育的主体	/229
(二)实施政法干警媒介素养教育的基本方法	/231

第十一章 建构适应全媒体时代的政法新闻宣传观

一、政法新闻宣传工作不适应全媒体时代的主要表现	/233
二、政法新闻宣传工作不适应全媒体时代的现实后果	/235
三、政法新闻宣传工作不适应全媒体时代的观念因素	/236
四、与时俱进,自觉提升媒介素养,建构全媒体时代的政法新闻宣传观	/238

第一章 什么是媒介素养

“上网看到 QQ 中奖的你很兴奋啊!很听话地将钱转到‘安全账户’的有木有!神马‘非诚勿扰’、要开张送花篮的有木有!收到电话‘你孩子在我这里’很无助的有木有!遇到此类情况,你报警了有木有!”

这是上海市静安区检察院官方微博上的一条微博。针对年底诈骗、盗窃案件多发的情况,女检察官蔡盛和同事们总结梳理出一些新的犯罪手法,发布形象生动的防骗、防偷小贴士,提醒网友加强防范和自我保护。“咆哮体”、“凡客体”、“见与不见体”、“蓝精灵体”等网络语言,拉近了与网民的距离。

上海有 2300 万常住人口,1200 万网民,40%外来人口,每 50 个常住人口中有 1 名研究生,每千人中有 9 人来自海外,平等、法治、维权等意识不断增强。运用新媒体开展政法工作成为包括检察官在内的政法人员创新这个特大型城市社会管理的思考和行动。开通于 2011 年 3 月、现有粉丝 1.8 万多名的“静安检察”微博,作为其中一个缩影,展现着新时期政法人员的媒介素养。

一、什么是媒介素养

说媒介素养,自然要先说媒介。

说到媒介,我们一般会想到报纸、广播、电视、网络、手机等大众传播媒介。现代汉语词典对媒介的解释是“使双方(人或事物)发生关系的人或事物”。加拿大著名传播学家马歇尔·麦克卢汉认为,媒介是人体和人脑的延伸,媒介即讯息。

(一) 媒介无处不在

今天,手机可以说是很多人与世界联系的重要媒介之一。2012 年 3 月,中国电信和中国移动在官网公布的 2 月末的用户数据显示:中国电信手机用户数量在 2 月升至 1.323 亿户,包括 4115 万的 3G 用户;中国移动用户规模达到 6.614 亿户,包括 5658 万 3G 用户。而中国联通在 3 月 15 日提交给港交



所的文件中称,公司拥有 1.601 亿的 2G 手机用户以及 4590 万的 3G 用户。三者相加,中国手机用户已达 9.997 亿。*

想想看,数亿人以手机为媒介获取信息、互相交流,说媒介无处不在并不夸张。按照著名的思想家和新闻记者李普曼的观点,在环境越来越巨大化的现代社会,我们对周围世界的认识和行为越来越依赖于媒介。媒介为我们提供信息、提供知识、提供观念、提供娱乐、提供时尚和生活方式。

实际上,从人作为社会人的属性来说,为了生存发展,人要从事生产劳动,要同他人产生联系。信息交流活动是人类社会的基本活动,是实现人的社会化的基本途径。近年出现一个英语新词“infosphere”,由 information(信息)和 atmosphere(空气)组成,似乎可以翻译为“信息氛围”或“信息环境”,由此可以理解为信息如同空气一样重要。每个人每天都通过各种媒介与社会发生联系,交流信息,人类历史的发展无时、无处没有媒介的身影。

空气可以说是最普遍的媒介了。因为声音借助空气传播出去,口头传播才能作为人类最原始、最古老、直到今天也是最普遍的一种传播方式。文字和书写工具发明以后,人类通过手抄文字这种媒介进行交流,进一步促进了人类社会化进程,促进了文明发展,催生了大众传播媒介的雏形。随着印刷术的发明、产业革命和技术革命造就的交通运输的发达、邮电事业的发达、纸张产量的增加和成本的降低,书籍和报刊成为新的媒介,将人类带入大众传播时代。电报、电话、广播、电视、电影等电子媒介出现后,受到广泛欢迎,声音和图像的远距离传播使广播、电视成为今天人们最常使用的传播媒介。作为最新的传播媒介,互联网在 21 世纪得到空前迅猛的发展,将偌大的世界变成了一个鸡犬相闻的地球村。根据互联网应用统计网站 Internetworld-stats.com 的数据,截至 2011 年 12 月 31 日为止,全球互联网用户总数大约为 22.67 亿人,在全球 70 多亿人口中所占比例达 32.7%。

因此,从某种意义上说,人类社会发展史就是一部媒介发展变化的历史。在史前农业社会,大多数人作为狩猎者或采集者生活在一起,主要靠口头语言交流、传播信息。到了农业社会,除了口头传播外,主要媒介是手抄书,但流通有限。到了工业社会,真正的大众媒介报纸产生,电影、广播、电视成为民众新的交流、传播、娱乐方式。进入信息社会,主导媒介是计算机、

*周玲:《中国手机用户数量已达 10 亿》,《东方早报》2012 年 3 月 21 日。