

主编 ● 茅渝锋

探索与超越

实践视野下的学术创新



上海三联书店

主编 ● 茅渝锋

探索与超越

实践视野下的学术创新

上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

探索与超越:实践视野下的学术创新/茅渝锋主编. —上海:
上海三联书店, 2013. 5

ISBN 978 - 7 - 5426 - 4166 - 3

I. ①探… II. ①茅… III. ①社会科学—文集②自然科学—
文集 IV. ①Z427

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 077890 号

探索与超越:实践视野下的学术创新

主 编 / 茅渝锋

责任编辑 / 姚望星

装帧设计 / 鲁继德

监 制 / 李 敏

责任校对 / 张大伟

出版发行 / 上海三联书店

(201199)中国上海市都市路 4855 号 2 座 10 楼

网 址 / www.sjpc1932.com

邮购电话 / 24175971

印 刷 / 上海肖华印务有限公司

版 次 / 2013 年 5 月第 1 版

印 次 / 2013 年 5 月第 1 次印刷

开 本 / 890 × 1240 1/32

字 数 / 402 千字

印 张 / 15.5

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5426 - 4166 - 3/C · 469

定 价 / 52.00 元

敬启读者,如发现本书有印装质量问题,请与印刷厂联系 021 - 66012351

目 录

硕士学位论文

试论新媒体环境下地方党政领导干部媒介
素养的提升 / 茅渝锋 3

在华德资企业中德员工沟通问题 / 赵敏华 61

管理学视野

新媒体时代社会化营销在电子商务领域的
运用及策略探讨 / 毛少卿 129

浅论电子地图广泛应用给地图厂商带来的
机会与挑战 / 邓 亮 137

小议社会文化对组织创新的影响 / 张 鑫 147

浅议企业创新 / 王慧峰 156

论低迷市场行情中国内船配业的发展方向
和重点 / 许笑语 161

我国政府会计体系的重构及现状 / 瞿丽俊 170

浅析企业集团财务管理 / 王建华 176

为上海航运的“发动机”加油——关于上海中燃公司
船用保税燃油的供应情况调查 / 黄 立 184

由产品的先期策划引发产品实现过程控制的
要点分析 / 曲 虹 189

心理规律在国企人员管理中的应用 / 徐 赞 194

人力资源研究

浅谈我国珠宝企业文化建设 / 施 雯 205

- 医院后勤人力资源管理现状与实施对策 / 秦雪凤 218
- 浅谈企业培训从学习地图到发展地图 / 王 超 224
- 从内外部环境看 4A 公司人员流动性大的
多重原因 / 褚晓燕 228
- 浅谈中小企业的绩效管理 / 莫艳琼 233
- 管理培训生的招聘及培养 / 娄春燕 238
- 浅析大型建筑施工企业入职培训 / 梁薇薇 243
- 企业离职分析和人才挽留策略 / 张洁骅 248
- 从技术到管理 / 姚海英 256
- 公平理论在薪酬管理实践中的应用 / 陈佳鸣 262
- 管理培训公司的课程管理 / 沈 岑 271

金融观察

- 浅析钢贸行业现状及出路 / 陆韵浩 281
- 从内部控制浅论信用卡操作风险的管理 / 彭松如 287
- 2013 年中国货币市场前景分析 / 吴 乐 297
- 浅谈中小企业融资困局与解决方案 / 王 刚 306
- 基于物流供应链的绩效评估设计 / 迟少琳 315
- 创业板退市新政的思考 / 黄星渝 323
- 浅析美国爆发金融危机的原因及对我国的
政策启示 / 伊硅尧 332
- 电子银行业务现状及存在的问题 / 何 洋 340

新闻传播与法学

- 中国手机广告发展现状及对策 / 朱 鑫 353
- 社会化媒体的营销与发展 / 扈 玮 366
- 浅谈时尚杂志与新媒体的媒介融合之道 / 于 照 378
- 从格伯纳的传播模式分析如何提高自身
在人际交往中的能力 / 刘宇锋 387

在社交媒体影响下的中国大型国有企业的 品牌推广探究 / 陈 洁	394
微博环境下的公民参与困境与对策 / 金 寅	400
网络谣言与大众传媒的社会责任 / 屠 瑜	405
跨国药械企业公关营销中社交媒体新尝试 / 金启明	411
微博构建新时代企业文化建设 / 陈 旭	418
刍议少儿传媒产品的校园营销 / 柳 咏	424
植入广告之浅析 / 丁文渊	430
浅谈微博是否构成公共领域 / 张雯静	440
浅析传统期刊杂志涉猎 App 的尝试与探索 / 张 雨	446
网络时代企业危机公关面临的两大挑战 及原因分析 / 秦 莹	452
浅论微博新闻传播模式及影响 / 潘学博	460
从传播学受众视角探究韩剧在中国的传播 / 刘 丹	466
浅谈大众文化传播的社会意义 / 吕 品	471
试论网络传播对舆论的影响 / 秦媛媛	479
从亮菌口服液专利纠纷看专利侵权判定的原则 / 吴瑾瑜	486

硕士学位论文

SHUOSHIXUEWEI
LUNWEN

试论新媒体环境下地方党政 领导干部媒介素养的提升

茅渝锋

摘 要

本文以新媒体环境下地方党政领导干部的媒介素养为研究对象,理论和实际案例相结合,着重为提升领导干部的媒介素养,为地方党政领导干部通过媒体获取信息、有效应对媒体和引导舆论,以及进行媒介管理提供思路和方法。

所谓媒介素养,是指在人类社会媒介发展到一定的水平后,人们在与媒体发生接触和联系的过程中,所体现出来的一种素质和涵养。媒介素养是一种公民素养,体现现代人的基本素质水平状况,它包括人们通过媒体获得有价值信息,并对信息分析、批判、选择性接受从而享用媒介传播资源、提升和完善自我的能力,和发挥主观能动性参与媒体的制作和创造,使用媒体创造性地参与文化传播与意见表达等。媒介素养对于个体而言,包含着输入和输出两个方面的含义。概括地说,媒介素养是公众使用、分析、评价和创造媒体内容的能力。

本文作者就职于中国浦东干部学院,2009年担任市长发展研究班指导老师,自此开始深入研究地方党政领导干部的媒介素养问题。中国浦东干部学院作为一所国家级干部培训机构,自创建以来就十分重视领导干部的媒介素养教育和媒体培训,目前已经取得了良好的效果。地方党政领导干部是一个特殊的受众群体,他既具备一般受众的普遍属性,同时又具有鲜明的身份特点,既是受众,又是

媒介重要的报道对象、信息来源和管理者。他们在国家和社会中有着重要的地位和作用,其媒介素养的高低对于社会文化和政治文明的发展进步有着深远的影响。

在当前信息传播高度发达、网络无处不在的形势下,新媒体以其巨大的影响力和迅速的渗透速度成为我们所处社会的一道新的媒介景观,成为最热门的一个词汇。迅猛的发展势头使新媒体处于日新月异的风口浪尖。新媒体的发展极大地促进了广大民众参与政治和对公共管理发表意见的积极性,网络参政近年来开始成为一个新现象并不断地向深入发展。在新媒体的环境下,人们可以通过门户网站、通过微博等各种媒介,随时了解党政机关的工作情况和重大公共事件的发生、发展。由于新媒体互动性强的特点,公众可以自由地对政府政策的制定、重大事件的处置,以及各项举措安排进行公开广泛地发表意见,乃至引发舆论高潮从而给党政机关施加影响。同时,公众还可以通过新媒体发起对突发公共事件或重大新闻等的报道,在互联网上进行广泛传播。新媒体时代,如何推进民主政治建设,如何通过网络获得有价值的信息,如何应对媒体、引导舆论、化解舆论危机,这些对领导干部的媒介素养提出了新的挑战。随着媒介的发展,随着新媒体的异军突起并迅速渗透到生产生活中发挥着巨大的影响,领导干部的媒介素养也需要在新的环境中赋予新的内涵。

关键词:媒介素养;领导干部;新媒体

Abstract

The research object of the thesis is the local Party and government leaders's media literacy in the new media environment. Thesis combines the theoretical and practical cases together, focus to enhance the leadership cadres' media literacy, provide suggestion to the following 3 problems:

1. How to get information through media side,
2. How to respond media effectively and guide public opinion,
3. How to manage media.

Media literacy means quality and conservation. After human society media development achieved a certain level, people contact with media, they show their media literacy.

Media literacy is a civic duty, embodies the basic quality level of the modern condition. Media literacy includes the following parts: getting valuable information through the media; analyzing, filtering, accepting selectively, and using communication resource; enhancing and improving self-ability; participating in the process of media production and creation; using media creatively to express cultural and their opinions. For individuals, media literacy contains the meaning of both input and output. In a nutshell, media literacy is the public ability to use, analyze, evaluate and create media content.

The author is working for China Executive Leadership Academy Pudong (CELAP). In 2009, he served as “Mayor Development Research” class instructor, studied deeply on the media literacy of local party and government leaders from that time. CELAP attaches great importance to the media literacy education and media training as a national cadre training institutions, and we have already achieved good results. Local Party and government leading cadres are special audiences; they not only have the universal property of the general audience, but also have distinctive characteristics of identity. They are audiences, media reported objects, information source, and information managers. They play important position and key role in the state and society, their level of media literacy have profound

impact on the socio-cultural, political development and progress of civilization.

We live in a new age with highly developed information dissemination and ubiquitous network situation. "New Media" has become a new social media landscape and one of the most popular vocabularies, with its huge influence and rapid penetration rate.

The rapid development momentum of new media has made it as new cusp. Development of new media contributed greatly to the enthusiasm of the majority to comment on politics and public administration. In recent years, "comment on line" has started to become a new phenomenon and keep the in-depth development. In the new media environment, people can keep abreast on the work of the party and government organs, major public events via website and microblog.

Due to the interactive new media, the public free of government policy making, the disposal of major events, as well as the various initiatives arrangements for the public to comment on a wide range, and even led to a public climax to the party and government organs to exert influence. At the same time, the public can also be initiated by the new media, public emergencies or major news coverage, widely disseminated on the Internet. New media age, how to promote the building of democratic politics, and how to obtain valuable information through the network, and how to deal with the media to guide public opinion, to resolve the crisis of public opinion, these proposed new challenges for the leading cadres media literacy. With the development of the media, with the sudden emergence of new media and quickly penetrate into the production life plays a huge

impact, the leading cadres media literacy also given new meaning in the new environment.

Keywords: media literacy; local party and government leaders; new media

第1章 绪论

- 1.1 领导干部媒介素养的重要性以及存在问题
- 1.2 研究的背景和意义
- 1.3 研究思路和创新之处
- 1.4 论文框架和主要内容

第2章 新媒体环境下媒介素养概述

- 2.1 对媒介素养的认识
 - 2.1.1 对媒介素养定义的理解
 - 2.1.2 媒介素养的内涵分析
 - 2.1.3 西方媒介素养研究与范式转移简述
 - 2.1.4 中国媒介素养研究概况
- 2.2 相关理论
 - 2.2.1 使用与满足理论
 - 2.2.2 媒体社会生态环境理论
 - 2.2.3 议程设置理论
- 2.3 新媒体环境的特征
 - 2.3.1 新媒体的“狭义”与“广义”
 - 2.3.2 新媒体环境下的传播特点
- 2.4 新媒体环境下媒介素养新要求
 - 2.4.1 新媒体环境下提升媒介素养的必要性
 - 2.4.2 作为传播对象的要求
 - 2.4.3 作为传播主体的要求

第3章 领导干部对媒介的使用及其媒介素养内涵

- 3.1 地方党政领导干部的角色担当及特点

- 3.2 领导干部媒介素养的构成要素
 - 3.2.1 政治要素
 - 3.2.2 观念要素
 - 3.2.3 知识要素
 - 3.2.4 方法要素
- 3.3 学习、应对、运用与管理:地方党政领导干部对媒体的使用
 - 3.3.1 获取信息
 - 3.3.2 舆论应对和媒体运用
 - 3.3.3 议程设置管理
- 3.4 领导干部面对媒体的各种角色分析及各自媒介素养内涵
 - 3.4.1 受众角色
 - 3.4.2 报道对象
 - 3.4.3 信息源角色
 - 3.4.4 管理者角色
- 3.5 新媒体环境下领导干部媒介素养内涵的拓展

第4章 地方党政领导干部媒介素养现状及其原因分析

- 4.1 新时期领导干部身处的背景与挑战
 - 4.1.1 舆论环境的深刻变化
 - 4.1.2 我国媒体发生的转变
 - 4.1.3 舆论引导和媒介管理的新挑战
- 4.2 领导干部媒介素养呈现的特点
 - 4.2.1 整体方面
 - 4.2.2 个体方面
- 4.3 媒介素养不足的具体表现方面
 - 4.3.1 媒介获知水平低
 - 4.3.2 忽视媒介公共属性

4.3.3 回避舆论监督

4.3.4 缺乏媒体沟通能力

4.3.5 不善管理

4.4 媒介素养缺失的原因

4.4.1 知识结构不完善

4.4.2 不正确的媒体观

4.4.3 官僚主义作风

4.4.4 低估受众

第5章 新媒体环境下地方党政领导干部媒介素养提升的具体途径

5.1 教育与培训

5.2 制度化建设

5.3 与媒体互动

5.4 建立智库

第6章 结语

6.1 结论

6.2 研究的不足之处

参考文献

致 谢

第1章 绪论

1.1 领导干部媒介素养的重要性以及存在问题

顺应社会和时代发展的大趋势,尊重广大群众的民意,在领导工作中积极实现政府工作与众呼声相符合,这是新时期对地方党政领导干部的一个基本要求,这一要求体现在舆论和媒介管理上就是需要领导干部具有较高的媒介素养。但是近年来,特别是在媒介环境发生巨大变化,主要是新媒体的迅速崛起和发展的背景下,领导干部在与媒体的互动中暴露出了相当大的问题,这些极不利于改善干部与广大民众的关系,对于执政建设也是一种不良因素。这些问题归纳起来主要有如下几个方面。

一、媒介知识缺乏,不善于使用媒介。在信息时代,“信息日益取代黄金、货币之类有形的东西,成为更灵活、更有效的无形的财富和权力基础。”^①信息同时也是地方党政领导干部进行管理工作的一个重要资源,对信息的掌握和获取能力是执政能力的一个重要方面。但是,很多地方党政领导干部对媒体特别是新媒体还不够了解,还不能够很好地从媒体获取信息、倾听民声民意、掌握舆论动向。

二、缺乏正确的对待舆论和媒介的态度。媒体环境的变化,导致媒体属性、功能和作用都发生的巨大的改变,一些地方党政领导干部对待舆论和媒体的态度还来不及跟上形势的变化,有的习惯用行政手段去控制媒体,有的轻视甚至忽视舆论的作用,有的认为媒体是给行政工作添麻烦而躲避记者。这些态度在很大范围内存在,

^① 沈远新:《中国转型期的政治治理若干问题与趋势》,中央编译出版社,2007版,第167页。