

国家社会科学基金重大项目 (08&ZD060)

舆论 引导 中国

新形势下舆论引导力提升方略研究

蒋晓丽 侯雄飞 等著

中国社会科学出版社

国家社会科学基金重大项目 (08&ZD060)

舆论 中国

新形势下舆论引导力提升方略研究

蒋晓丽 侯雄飞 等著



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

舆擎中国：新形势下舆论引导力提升方略研究 / 蒋晓丽，侯雄飞等著. —北京：中国社会科学出版社，2013. 12

ISBN 978 - 7 - 5161 - 3971 - 4

I. ①舆… II. ①蒋…②侯… III. ①舆论 - 社会影响 - 研究 - 中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 040467 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 孔继萍
责任校对 林福国
责任印制 李 建

出 版 **中国社会科学出版社**
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名：中国社科网 010 - 64070619
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京市兴怀印刷厂
版 次 2013 年 12 月第 1 版
印 次 2013 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 41
插 页 2
字 数 733 千字
定 价 98.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社联系调换

电话：010 - 64009791

版权所有 侵权必究

前 言

当今中国社会，正处在国际局势的变幻与综合国力的竞争、政治理念的更新与治国方式的变革、经济体制的转轨与利益结构的分化、思想观念的解放与主体意识的觉醒、新兴媒体的发展与虚拟社会的形成等重大变化之中。在“世情、国情、党情继续发生深刻变化，我们面临的发展机遇和风险挑战前所未有”的新形势下，舆论引导作为一项既深入社会内层又涉及国家形象的复杂系统工程，需要在实践的检验和理论的滋养下，逐步担负起提升国家软实力、坚守社会责任和促进社会和谐的历史使命。习近平在全国宣传工作会议上强调：意识形态工作是党的一项极端重要的工作。宣传思想工作一定要把围绕中心、服务大局作为基本职责，胸怀大局、把握大势、着眼大事，找准工作切入点和着力点，做到因势而谋、应势而动、顺势而为。

舆论作为感知社会情绪态度和价值观念倾向的温度计，在社会信息的流通中映照了社会运行与社会管理的困境和挑战。因此，需要一种力量来维持、协调和促进舆论的良性表达，以实现共同精神和共同利益的追求；在持续激发社会活力的同时，不断夯实社会稳定的基石；为建设富强民主、可持续发展的和谐社会赢得多方的支持、争取更大的空间。这种力量我们称为“舆论引导力”。

因此，深入系统研究“提升舆论引导力”的理论基础，解析“提升舆论引导力”的新形势，把握重大公共事件的舆论引导规律，剖析中国西部舆论引导的特殊性与复杂性，构建舆论引导力的评估体系，努力探索舆论引导的创新机制和实现路径，具有重要的现实意义和深远的历史意义。

首先，在新形势下，国内舆论环境与国际舆论环境的关联度不断增强，提升舆论引导力，强化国内舆论的对外辐射力，有助于塑造良好的国际舆论

环境、提升中国国际形象。信息的全球流动与传播推进了全球政治、经济的多极化发展,在全球化竞争中,中华民族的复兴与中国的和平崛起要求在国际上获得与国家地位相一致的传播话语权和舆论主导权。作为发展中的大国,中国在现代化进程和参与国际事务中,如何调适其对内对外的舆论生态并寻找到符合自身发展的机遇空间,这不仅是谋求和平发展的切实需要,也是深度推进改革开放的现实需求。构建与国际国内相统筹的提升舆论引导力创新体系,需要我们立足于国内舆论引导在信息传播领域中的作为,将改革、发展、稳定的战略选择内化与外显于国内外的舆论营建中,这样更有利于提升国家形象的影响力和增强国内文化的吸引力,从而使中国的声音和积极舆论在世界舆论场域中占据重要地位。

其次,在新形势下,国内舆论环境复杂多变,深入研究提升舆论引导力的对策,转变舆论引导的方式方法,有助于化解矛盾,促进社会有序发展。由于处在重大转型期的中国其各种社会问题、社会矛盾的凸显、叠加、积累和发酵,导致舆论生成演进的多因化、功能发挥的日常化和社会影响的规模化,其敏感性和爆发力不断增强,尤其是在面临重大突发事件、社会矛盾激化与非直接利益冲突时,提升舆论引导力的现实需求更为迫切;随着社会结构的深层变化,利益格局的深刻调整,“大政府、小社会”的传统管理模式在信息化、网络化发展的助推下,正向着“小政府、大社会”以及政府与社会协调分工并重的新型管理模式转变;公众知情权、表达权、监督权的权利意识觉醒和参与行为的积极实施,也在召唤着舆论引导的新思路。而体制改革的内在要求与信息革命外在推动的双重作用,又使社会治理难度不断加大,公众对行政效率和公共服务水平的要求也与日俱增,这就要求党和政府对长期以来形成的体制机制、工作方法以及自身运作方式进行改革创新,探索优化路径。因此,加强舆论引导研究,更新和完善社会信息管理系统特别是虚拟社会信息管理,有助于与时俱进地提升执政效率与执政能力的现代化水平。

最后,价值观念的多元化带来思想认知的多元化,着力于提升舆论引导力研究,以社会主义核心价值体系引领社会思潮,有助于形成广泛的社会共识。伴随着全球化文化传播而来的各种价值观念和亚文化,中国传统的社会价值和文化形态受到了巨大冲击,而新的主流文化还处在发展、定型之中,公众思想观念的差异性、独立性、多变性在不断增大。因此,面对利益群体、话语体系和价值取向的多维度,需要对舆论的导向进行广泛而深入的思考和定位,强化以主流价值观为核心的思想文化道德基础,进而使公众信息

认同、利益认同，最后实现其价值认同。

新形势下舆论引导力的提升，需要在当前中国社会的总情势中予以正确定位和系统认知。舆论引导，小而言之，关系每一社会化事件，尤其是重大突发事件的有效处置；中而言之，关系社会各阶层的对话、沟通和共识达成，关系社会黏合剂的扩大再生产以及全民族理性的养成；大而言之，关系社会主义核心价值体系与时俱进地再生产，关系未来相当长一段时间内国家软实力的国际化提升。

二

舆论引导这一具有中国特色的社会实践，已成为当下新闻传播和社会管理领域的研究重点。经历了六十余年的实践与洗礼，我国的舆论引导和新闻宣传工作既积累了丰富的经验，也存在着许多深层次问题。新形势下舆论引导力的提升，既涉及信息传播方式方法的革新、媒介管理体制的改革和舆论分布格局的变化，更涉及基于利益分配和价值观念立场的政府公信力的重塑和以社会主义核心价值体系为整体框架的主流意识形态的时代重构。欲解决这些新问题，最迫切的任务是创新中国特色的舆论引导理论体系，探索凝聚共识的新机制，以理念和机制的更新与提升，支撑国家软实力和新闻执政能力的科学建设和发展。

首先，将提升舆论引导力作为综合科学来研究。探索新形势下提升舆论引导力的实践道路，是将学理性与操作性、合目的性与合规律性统一起来的科学研究。科学研究需要强有力的理论支撑，而理论来自于实践并高于实践，与我国如火如荼的新闻宣传工作和舆论引导的对策研究相比，舆论引导的理论创新和体系构建显然相对滞后。尽管舆论引导对促进中国社会的发展成就卓著，已成为社会管理者和新闻工作者的共识，但几乎每个从事舆论引导研究与实践的专家学者仍然感受到“未能走出合理与正当性困境”的挑战。为了寻求学理上更深刻的阐述和经验上更广阔的超越，提升舆论引导力的研究亟须从本质入手，立足当前舆论引导的新形势，以对新闻传播规律和公众主体性的认知与尊重为出发点，聚焦新闻传播与社会管理的耦合点，汲取多学科、多领域的研究成果；在深入研究提升舆论引导力的核心要素、科学方法和创新策略的同时；致力于系统阐释和建构公认而又专属的舆论引导学科框架和理论范式；全面整合、丰富拓展舆论学的研究领域，注重经典理论的现代阐释和本土化解读，开展科学扎实的舆论调查工作。在此基础上不

断进行思想方法的新探索和理论观点的突破创新，建立舆论引导的理论体系，为丰富和发展有中国特色的马克思主义新闻观、构建舆论传播学的中国学派奠定坚实的科学基础。

其次，将提升舆论引导力作为系统工程来设计。舆论引导力作为国家重要的执政资源，对它的研究不能仅仅局限于理论、经验的阐述，而应该把它作为一个体大虑周的系统工程来考量、设计，在全面系统地对提升舆论引导力的理论范式、经验规律、机制路径、运行轨迹和指标体系进行条分缕析般研究的基础上，对之进行整合创新，进而提出具有可操作性的对策建议。新形势下提升舆论引导力的对策研究，作为从战略上动态、发展地指导新闻传播工作和社会管理实践的重要依据与逻辑框架，是一项范围深广、层级庞杂、主体多元的系统工程。需要在宏观层面，持续关注国家—社会关系的深入调整，以社会主义核心价值观构建“新发展共识”，以主流意识形态引领中国社会的结构性改革方向；在中观层面，统筹建立并不断更新完善社会信息管理体系和舆论引导运行机制；在微观层面，深入探索各级各类引导主体对信息、媒介和舆论各环节进行全局性掌控和适时、适当、适度地修辞性干预的现实路径。由于以往我们的一些研究要么聚焦于局部治标，要么着重于宏大叙事，欠缺的正是在全局视阙下的中观层面的持续性考察和结构性设计。而探寻提升舆论引导力的范式和路径，解析舆论引导的运行规律和创新机制，由此形成具体的实践举措，正是从中观上纵向把握舆论引导的定位，在舆论引导的流程再造中发现问题的症结和突破点，统筹设计并实施舆论的全程精细化管理，以宏观的原则和思路，综合调控微观的操作细节，从而制度化地提高社会管理效率，科学系统地提升新形势下壮大主流思想舆论、聚集推动社会发展正能量的能力和水平。

再次，将提升舆论引导力作为重大战役来攻关。舆论引导的问题是一个极其复杂的问题，关涉整个中国稳定和发展大局，并且在不同时空都会表现出不同的特性及规律，舆论引导没有演习，每一场都是实战。近年来，随着中国进入经济调整期、社会转型期、价值多元期和矛盾凸显期，自然灾害、事故灾难、公共卫生、社会安全等重大公共事件频发，而在新媒体迅猛发展下发生重大变化的传媒格局，使任何微小的信息碎片都可能被迅速放大而席卷全社会，重大公共事件无疑成为全社会关注的焦点。而对重大公共事件的处置乃至进行的舆论引导同样处在舆论的风口浪尖，致使每一场舆论引导的攻坚战都必须要高度重视，超前谋划，周密部署，反应迅速，通过高质量的议程设置占领舆论制高点，不断在实战的检验中提升对重大公共事件的处

置、引导和调控能力。更重要的是,在全球信息舆论场中,中国西部已成为中国发展与中国问题的重要组成部分,是西方舆论反映中国形象的信息聚合地。“西部问题中国化、中国问题全球化”的国际舆论镜像,给我国舆论引导力建设提供了新的警示:西部一旦发生危机事件就会迅速酿成全国性的舆论事件,形成西部问题全国化乃至全球化的舆论生成扩展流向。面对东西部发展不平衡的重要国情,特别是中国西部边疆的外部渗透、社会安全、文化多样、生态脆弱、民族宗教等问题叠加交织的复杂情势,深入研究更具特殊性和典型性的西部地区重大公共事件的舆论引导已成为国际舆论场上重大战役的战略主攻方向。因此,以西部区域经验和个案教训为切入点进行重点攻关,总结探讨舆论引导实践的基础条件、难点重点和操作性策略就显得异常必要,既可以为整体提升舆论引导力提供现实依据,又能为统筹国际国内的舆论引导全局提供切实可行的路径。

最后,将提升舆论引导力用严格标准来检验。在当前亟待贯彻社会管理思维的大背景下,基于精细化管理的思路构建一套针对执政者和意识形态主管部门的完整的舆论引导力评价指标体系是准确把握舆论引导力现状和制定舆论引导力提升目标的当务之急。舆论引导力水平如何、提升与否,需要有科学合理、深入全面的量化评估指标来测定,只有在开展大量由区域到全国范围的实地调研、数据采集和案例搜集,逐步建立起重大事件和舆论引导的区域资料库、专题数据库和案例库的基础上,对舆论引导效果和舆论引导力水平进行科学规范、实事求是的评价,才能准确把握现状并据此制定或调整相关的引导策略,确保舆论引导有效有力地服务于社会发展方略。新形势下的舆论引导力,不仅体现在异态状况下对“真相、真理和公民理性涌现机制”的塑造能力,也体现在常态状况下通过制度化地倾听打捞、容纳整合、平衡协调各种异质舆论和多元舆论的兼融能力。政府及其意识形态主管部门作为引导舆论的主体,亟须对自身以及下属部门的舆论引导力现状水平与提升效果进行相对客观的评估和检验,通过文献整理、分析统计以及对一线宣传部门的访谈与调研等方法,基于科学和权威的合一建立起一套完整的由评估主体、评估对象、评估方法、评估标准构成的评价指标体系,从舆论引导力的储备状况和运行情况两个主要维度,构建“舆论引导主体能力建设指标体系”和“舆论引导力作用效果指标体系”,为提升舆论引导力提供较为系统、完备的理论依据和兼具针对性、有效性的操作化工具。

三

当前的舆论引导工作，正值国家—社会关系稳步调整，党委领导、政府负责、社会协同、公众参与、法治保障的社会管理体系逐步形成的新阶段。本课题根据这一新形势的新特点，以科学发展观为指导，在新闻传播的理论范畴和社会管理的整体框架中，借鉴运用多学科的理论资源，采用文献分析与调查研究相结合、定性研究与定量研究相结合、整体研究与重点研究相结合以及比较研究等方法，对新形势下提升舆论引导力的一系列重大问题进行了跨学科、多维度、全方位的研究。在系统论和功能主义的理论视野下，论证舆论引导力的科学内涵和理论体系，辨析当前重大突发公共事件中舆论引导所面临的复杂环境和突出问题，通过科学实证的研究，探索舆论引导在西部实践的经验、规律以及这些经验、规律的普遍意义和典范价值，探讨在新的时代目标下和新的现实环境中，提升舆论引导力的创新策略。

【上篇：理论与形势】“提升舆论引导力的新形势”是从信息传播的社会化、媒体参与的深入化和世情、国情、舆情三者的互动发展出发来定位提升舆论引导力的新形势：全球化、信息化、网络化。以全球信息传播中的媒介生态变迁为提升舆论引导力的现实语境，并针对中国和平崛起的舆论变局与困境，聚焦西部舆论镜像的构建。“提升舆论引导力的理论基础”是根据国际国内社会情势和媒介生态的新变化，从舆论引导的基本原理入手，全面剖析其深层含义，探讨我国新时期舆论引导力的特殊意义和定位，论证提升舆论引导力的合理性，形成一个相对完整的舆论引导力研究理论框架，进而动态、发展地指导社会管理创新实践。

【下篇：实践与对策】“新形势下我国重大公共事件的舆论引导”和“新形势下西部典型公共事件的舆论引导”是研究国内舆论引导的历史和现状，分析国内舆论引导具有的优势和问题，针对西部地区舆论引导的典型案列，探索舆论引导在特殊区域的典范性和全社会层面的共同规律。结合国情的区域特性，注重微观事件剖析，针对重大突发公共事件的危机传播，为国家如何提升舆论引导力提供可资借鉴的现实参照。“提升舆论引导力的策略创新”深入国家—社会关系结构中的舆论运行，针对舆论分布的结构性和空间性和媒介性，在党通过媒体管社会转变为党代表社会管媒体的理念指导下，把提升舆论引导力的策略创新置于社会管理创新的大视野下，研究在国家形象战略层面统筹国际国内舆论场，在国家软实力层面运用舆论引导力，

在国家综合实力层面更自觉更自信地维护中国利益、传播中国价值的机制与对策。

时代车轮运转愈是急速，融合的向心力与多元的离心力愈是显著和加剧，正是两者之间的张力推动着中国现代社会的转型。中国的深化改革与未来发展，需要更多结合着批判性精神与建构性思路的舆论引导者为核心价值的重建和社会管理的创新提供思想的突破与超越。我们将为此而作出不懈的探索和努力。

目 录

上篇 理论与形势

【上篇一】提升舆论引导力的新形势	(3)
第一章 全球信息传播中的媒介生态变迁	(8)
第一节 新媒体崛起重构舆论空间	(8)
一、“脱域”机制加速信息传播全球化	(9)
二、网络民意催生舆论引导新语境	(11)
三、社会化媒体聚合舆论引导新力量	(13)
第二节 多元话语冲击传统媒体舆论引导权威	(16)
一、舆论倒逼效应考问媒体公信力	(17)
二、受众分化挑战传统媒体舆论引导定式	(18)
第三节 媒介融合重组舆论引导的合意与合力	(21)
一、大众传播网络化深度推进媒介融合	(22)
二、媒介融合的本位嬗变亟待与舆论引导相适	(25)
第二章 利益与价值离合的国际舆论格局	(31)
第一节 全球信息传播中的国家舆论场角力	(31)
一、以软实力观念构建国家舆论场渐成共识	(31)
二、全球信息主义发展深刻影响国家舆论场	(34)
第二节 全球信息传播中国家形象的建构与输出	(48)
一、全球信息传播中国家形象与舆论的同构	(48)
二、舆论编码机制植入国家形象建构	(50)
第三节 全球信息传播中的中国舆论与中国形象	(59)
一、中国和平崛起的舆论自建与他国镜像	(59)
二、中国和平崛起中权益—责任—价值的话语失调	(68)

第三章 分化与认同内抗的中国转型社会	(77)
第一节 利益格局激变对提升舆论引导力的影响	(77)
一、中国社会转型中的利益分化格局	(77)
二、中国社会转型中的舆论引导变局	(84)
第二节 政治世俗化与媒介政治化考验新闻执政力	(91)
一、政治世俗化：网络新环境下的执政安全新考验	(92)
二、媒介政治化：党管媒体探求观念互动与实践创新	(97)
第三节 社会主义核心价值观的认同困境	(101)
一、转型期社会主义核心价值观的认同断裂	(101)
二、转型期社会主义核心价值观的整合乏力	(105)
第四章 现实与舆论纠合的中国西部镜像	(112)
第一节 中国西部舆论镜像：西部问题中国化	(113)
一、西部舆论镜像的国内建构	(114)
二、西部舆论镜像的国际建构	(119)
第二节 中国西部舆论引导之急：西部问题的国际聚焦	(122)
一、社会发展的结构性失衡凸显中国西部舆论引导力提升之困	(122)
二、西部少数民族现代化进程的战略调适凸显舆论引导力提升之重	(123)
三、西部生态文化观的回向孕育舆论引导力提升之机	(126)
结语	(129)
【上篇二】提升舆论引导力的理论基础	(131)
第一章 舆论	(132)
第一节 定义舆论	(132)
一、舆论的内涵	(132)
二、舆论的表现形态	(133)
三、舆论的系统属性	(135)
第二节 舆论的社会运行	(139)
一、舆论要素的渐变与突变	(139)
二、舆论系统的分化与重组	(146)
三、舆论能量的聚合与耗散	(150)
第三节 舆论的体用变迁	(154)
一、多元：转型社会的观念衍变	(155)

二、多发：风险社会的危机异变	(158)
三、多变：网络社会的传播跃变	(159)
第二章 舆论引导	(162)
第一节 理解舆论引导	(162)
一、舆论引导的内涵和要素	(163)
二、舆论引导与其他相关概念的关系	(166)
第二节 研究舆论引导	(167)
一、现代西方的类舆论引导研究	(167)
二、中国社会的舆论引导研究	(170)
第三节 舆论引导的元理由	(179)
一、舆论引导的合理性论争——基于对舆论本体的肯定与 质疑	(179)
二、舆论引导的正当性论争——基于价值观下媒介体制的 差异	(184)
三、舆论引导的根本依据——基于公共利益的必要性	(187)
第四节 舆论引导的基本原则	(188)
一、舆论引导以“法治”为前提	(189)
二、舆论引导以“德治”为基础	(191)
三、舆论引导以“自治”为归宿	(192)
第三章 舆论引导力	(194)
第一节 舆论引导力的构成	(194)
一、舆情监控力	(194)
二、议程设置力	(195)
三、传播演化力	(197)
四、效果影响力	(198)
第二节 舆论引导力的向度	(199)
一、方向决定舆论引导的性质	(199)
二、大小体现舆论引导的强度	(200)
三、作用点反映舆论引导的敏度	(201)
第三节 舆论引导力的整合	(202)
一、权威力量：政府的舆论引导力	(202)
二、主导力量：大众媒介的舆论引导力	(205)
三、新锐力量：新媒体意见领袖的舆论引导力	(210)

四、舆论引导力的多维整合	(213)
第四节 舆论引导力的呈现	(215)
一、微观呈现——影响个体意见	(216)
二、中观呈现——影响群体行为与组织决策	(217)
三、宏观呈现——影响话语格局	(218)
第四章 提升舆论引导力	(222)
第一节 舆情观察 提升舆论引导的监控力	(222)
一、常态舆情观测调查	(223)
二、异态舆情监测研判	(224)
第二节 协商对话 提升舆论引导的公信力	(228)
一、充分客观的信息输入	(228)
二、审时度势的话语对接	(230)
三、多元共生的共识建设	(231)
第三节 多维导向 提升舆论引导的说服力	(233)
一、权威导向：理智型与责任型引导	(233)
二、价值导向：创新型与贴近型引导	(235)
三、利益导向：求同型与存异型引导	(237)
第四节 实现效能 提升舆论引导的影响力	(239)
一、引导舆论的话语结晶	(240)
二、政治文明的智慧结晶	(241)
结语	(243)

下篇 实践与对策

【下篇一】新形势下我国重大公共事件的舆论引导	(247)
第一章 重大公共事件的内涵与舆论传播	(249)
第一节 重大公共事件的内涵与类型	(249)
一、重大突发事件的三维划分	(250)
二、重大媒介事件的二维划分	(252)
三、重大公共事件的传媒化生存与关联	(254)
第二节 重大公共事件的演化及其舆论流变	(256)
一、重大突发事件转化为媒介事件的舆论流变	(258)
二、媒介事件演化为次生灾害事件的舆论流变	(259)

三、单一事件转变为复合事件的舆论流变	(261)
第二章 重大灾害性突发事件的舆论引导	(263)
第一节 重大自然灾害事件的舆论引导	(263)
一、重大自然灾害事件的舆情演变	(264)
二、重大自然灾害舆论引导的经验	(269)
三、重大自然灾害事件舆论引导反思	(273)
第二节 重大公共卫生事件的舆论引导	(277)
一、重大公共卫生事件的舆情演变	(278)
二、重大公共卫生事件舆论引导的主要经验	(281)
三、重大公共卫生事件舆论引导反思	(288)
第三章 重大事故类突发事件的舆论引导	(293)
第一节 食品安全事故的舆论引导	(293)
一、类型描述及个案选择	(294)
二、案例分析	(297)
三、食品安全事故舆论引导反思	(304)
第二节 生产安全事故的舆论引导	(308)
一、类型描述及个案选择	(308)
二、生产安全事故的舆论演变	(313)
三、生产安全事故舆论引导的经验和反思	(317)
第四章 重大冲突型事件的舆论引导	(325)
第一节 重大群体性事件的舆论引导	(326)
一、类型描述及个案选择	(326)
二、重大群体性事件的舆论演变	(327)
三、重大群体性事件舆论引导反思	(330)
第二节 重大恶性案件的舆论引导	(334)
一、类型描述及个案选择	(334)
二、恶性案件的舆论演变	(335)
三、恶性案件舆论引导的经验和反思	(339)
第五章 重大媒介事件的舆论引导	(345)
第一节 重大媒介事件的新媒体语境和类型划分	(345)
一、媒介事件的新媒体语境	(346)
二、媒介事件的类型	(348)
第二节 社会信任类媒介事件的舆论引导	(351)

一、社会信任类媒介事件的舆论流变	(352)
二、社会信任类媒介事件舆论引导的经验和反思	(355)
第三节 伦理道德类媒介事件的舆论引导	(358)
一、伦理道德类媒介事件的舆论流变	(358)
二、伦理道德危机类媒介事件舆论引导的经验和反思	(360)
结语	(363)
【下篇二】新形势下西部典型公共事件的舆论引导	(365)
第一章 西部环境资源类公共事件的舆论引导	(367)
第一节 西部环境资源类公共事件内涵和生成表征	(369)
一、公私杂糅的博弈与抗争：环境资源类公共事件的内涵 ...	(369)
二、观念建构的共识与共鸣：环境资源类公共事件生成的可能性	(370)
三、现象体认的泛化与转化：环境资源类公共事件生成的现实性	(373)
第二节 西部环境资源类公共事件舆论引导的困境	(375)
一、媒介到达的一与零：失衡的媒介生态	(376)
二、信息供给的质与量：失序的信息结构	(377)
三、意见分布的纵与横：离散的舆论源流	(378)
第三节 西部环境资源类公共事件舆论引导经验和反思	(380)
一、重视舆论场域的重心协调：什邡事件舆情演化的网络力量	(380)
二、把握舆论脉动的阶段准心：什邡事件舆论引导的经验启示	(383)
三、统筹舆论能量的社会转换：环境资源类公共事件舆情管理的重点	(385)
第二章 西部民族关系类公共事件的舆论引导	(389)
第一节 西部民族关系类公共事件的内涵和易爆点	(390)
一、拟态异构现实：媒介环境中的西部民族关系	(390)
二、群际共生节点的断裂与冲突：西部民族关系类公共事件的内涵	(394)
三、族群情感与利益的社会化合：西部民族关系类公共事件的易爆点	(396)
第二节 西部涉藏涉疆类公共事件的媒介表达	(400)

一、点与面的选择性呈现：中美新三国媒体在涉藏公共事件中的表达	(401)
二、正与反的方向性角力：中美新三国媒体在涉疆公共事件中的表达	(414)
第三节 西部民族关系类公共事件舆论引导的经验和反思	(426)
一、渠道、结构、修辞的多维并进：西部族群信息传播经验和反思	(427)
二、速度、广度、深度的动态叠合：民族关系类公共事件舆情传播经验和反思	(429)
第三章 西部区域舆论场社会思潮的舆论引导	(434)
第一节 区域舆论场及其社会思潮的内涵和表征	(435)
一、空间相对化与时间模糊化的意义互构：区域舆论场及其社会思潮的内涵	(435)
二、全域思想色谱的选择性放大：区域舆论场社会思潮的表征	(437)
第二节 西部区域场社会思潮舆论引导的困境和反思	(439)
一、党管媒体的路径警示：一把手对党管媒体的异化	(439)
二、全域统筹社会思潮活力的规导预见：消除区域舆论场社会思潮单极化的隐患	(441)
结语	(443)
【下篇三】提升舆论引导力的策略创新	(445)
第一章 提升舆论引导力的结构之基	(446)
第一节 运行起点：国家—社会关系变迁下的舆论和舆论引导	(446)
一、国家—社会关系勾勒舆论场域的运行边界	(447)
二、国家—社会关系框定舆论的运行方向	(450)
三、国家—社会关系型构舆论的引导支点	(452)
第二节 分布起点：媒介生态变迁下的舆论和舆论引导	(456)
一、舆论分布的结构性	(457)
二、舆论分布的空间性	(464)
三、舆论分布的媒介性	(467)
第二章 提升舆论引导力的范式之导	(471)
第一节 提升舆论引导力的单向支配范式——宣传	(471)