

人民日报学术文库

大众传媒回应与 引领当代社会思潮研究

宫京成◎著

人民日报学术文库

大众传媒回应与 引领当代社会思潮研究

宫京成◎著

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

大众传媒回应与引领当代社会思潮研究 / 宫京成著.

—北京: 人民日报出版社, 2015. 10

ISBN 978-7-5115-3411-8

I. ①大… II. ①宫… III. ①大众传播—传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 253334 号

书 名: 大众传媒回应与引领当代社会思潮研究

著 者: 宫京成

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 梁雪云

封面设计: 中联学林

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路2号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: [www. peopledaily. press. com](http://www.peopledaily.press.com)

经 销: 新华书店

印 刷: 北京天正元印务有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

字 数: 251 千字

印 张: 16

印 次: 2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-3411-8

定 价: 68.00 元

作者简介

宫京成 1977年8月出生，祖籍山东即墨市，宁夏大学新闻传播学院副院长、副教授，硕士研究生导师。2007年、2010年分别受国家留学基金委资助赴英国高校做访问学者。主持国家社科基金项目、教育部人文社会科学研究基金项目各1项，宁夏高校重点建设本科专业（新闻学）主持人，主持完成宁夏高校科研基金项目等科研项目4项，发表学术论文20余篇，曾获得宁夏大学青年教师教学基本功比赛（文科组）一等奖。

教育部人文社会科学研究基金青年项目“大众传媒
回应与引领当代社会思潮问题研究”（11YJC860012）

目 录

CONTENTS

导 论	1
一、研究现状 2	
二、研究意义 4	
三、研究内容与主要观点 5	
第一章 大众传媒与社会思潮	9
一、社会思潮的内涵与特征 9	
(一) 社会思潮的内涵 9	
(二) 社会思潮的特征 11	
二、大众传媒与社会思潮的互动关系 17	
(一) 大众传媒在社会思潮传播中的功能 17	
(二) 社会思潮传播对大众传媒的影响 27	
三、中国近现代史中大众传媒对社会思潮的传播与影响 34	
第二章 当代中国社会思潮流变与大众传媒变革	43
一、当代中国社会思潮的主要特点 43	
二、当代中国社会思潮的流变与影响 48	
(一) “一个主流” 48	
(二) “三个阶段” 49	

三、新闻传播学领域对当代社会思潮的研究及影响 53

四、当代社会思潮与新闻改革 57

第三章 大众传媒回应与引领当代社会思潮的路径 70

一、大众传媒回应与引领社会思潮的必要性 70

二、社会思潮与舆论 77

(一) 舆论及与其相关的几个概念 77

(二) 舆论的生成规律 85

(三) 社会思潮与舆论的关系 86

三、社会思潮向社会舆论转化的机制及大众传媒的作用 89

(一) 议程设置转化机制 90

(二) 媒体特性调适机制 92

(三) 助推渲染讲述机制 93

四、大众传媒对当代社会思潮理论形态的回应与引领 95

五、大众传媒对当代社会思潮心理形态的回应与引领 99

六、知识分子以大众传媒为中介对当代社会思潮的传播 103

第四章 大众传媒回应与引领社会思潮的载体与体裁 111

一、理论著作与理论文章 111

二、新闻 112

三、言论 113

四、文学作品 115

五、影视剧 119

六、电视娱乐节目 122

七、纪录片 128

八、摄影、广告、动漫等视觉作品 134

九、流行音乐 138

- 十、慕课及类课程节目 140
- 十一、社会化媒体的用户生成内容 142

第五章 新媒体对社会思潮的传播与影响 144

- 一、新媒体的发展历程 145
 - (一) WEB1.0 时代 145
 - (二) WEB2.0 时代 147
 - (三) WEB3.0 时代 148
- 二、新媒体传播产生的社会影响 152
- 三、新媒体与社会思潮传播 156
 - (一) 移动互联网与社会思潮传播 157
 - (二) 社会化媒体与社会思潮传播 162
 - (三) 大数据与社会思潮传播 170

第六章 大众传媒对当代社会思潮的传播、回应与引领 178

- 一、现代化思潮 178
 - (一) 现代化思潮的理论观念 179
 - (二) 大众传媒对现代化思潮的回应与引领 183
- 二、民族主义思潮 186
 - (一) 民族主义思潮的理论观念 187
 - (二) 大众传媒对民族主义思潮的回应与引领 189
- 三、历史虚无主义思潮 194
 - (一) 历史虚无主义思潮的理论观念及表现 194
 - (二) 大众传媒对历史虚无主义思潮的回应 198
- 四、新自由主义思潮 203
 - (一) 新自由主义思潮的理论观念 203
 - (二) 大众传媒对新自由主义的回应与引领 208

五、消费主义思潮 213

(一) 消费主义思潮的理论观念 213

(二) 大众传媒对消费主义思潮的回应与引领 218

六、网络民粹主义思潮 223

(一) 网络民粹主义思潮的内涵及表现 223

(二) 大众传媒对网络民粹主义思潮的回应与引领 228

参考文献 232

后 记 244

导 论

社会思潮，是在特定历史与文化环境中，以一定的学说和信念为主体，反映一定阶级、阶层或社会群体的思想、愿望、利益、要求并在社会产生较大影响的思想潮流。在新闻传播学学术领域中，对社会思潮与大众传媒互动关系的研究一直未能引起学界的重视，但是，大众传媒的传播内容又无时不在反映着社会思潮，它们共同建构着我们这个变革的时代的思想图景。特别是在当下新媒体传播“人人都有麦克风”的背景下，研究大众传媒如何回应与引领社会思潮，对于建构社会主义核心价值观在社会思想领域的主体地位和维护党和国家的文化领导权，具有很重要的现实意义。

需要特别指出，对社会思潮的回应与引领，是一个国家在意识形态领域掌控文化领导权的重要表现之一，不管是社会思潮的理论形态还是心理形态，都深刻地影响着民众“自愿的赞同”，影响着民众对社会主流价值观的认同，影响着国家意识形态安全。新时期以来，在改革开放的时代大潮中，社会思潮百花齐放、百家争鸣，这其中既有反映民众合理的愿望与诉求，推动社会发展与实现公平正义的思潮，也有哗众取宠、落后和腐朽的思潮，大众传媒有责任、有义务回应与引领社会思潮，强化对社会热点难点问题的正面引导，在尊重差异中扩大社会认同，在包容多样中形成思想共识。当前，以社会化媒体、移动传播、大数据为代表的新媒体正在深刻地改变着传播格局、舆论格局，其影响之大、之深，出乎人们的预料，这也使得社会思潮的传播发生了显著的变化，社会思潮不再主要集中于社会精英群体特别是知识分子群体的“争鸣”，它正在通过互联网、手机等媒介传向几乎所有的可以接入互联网的人群，并开始直接影响社会的政治、经济以及人们的日常生活。在这样的背景下，大众传媒从业人

员学习社会思潮的相关理论,掌握回应与引领当代社会思潮的本领就显得尤为紧迫和重要了。

一、研究现状

学界关于当代社会思潮的研究,主要有三个方向:一是从坚持社会主义核心价值观的角度,研究回应和引领当代社会思潮的方法与路径,以《人民日报》“划清四个重大界限”系列专论为代表,这类研究多以近年来党的相关文件为依据,探究在意识形态领域各类社会思潮对马克思主义价值体系的冲击与影响并提出应对措施;二是历史学、哲学、文学等人文学科学者的研究,他们把当代社会思潮与社会变迁、文化变迁、当代中国社会思想征候等问题相结合进行研究,以汪晖、萧功秦、秦晖、许纪霖、张旭东等学者著述为代表,他们的研究强调超越学科背景的表述,将思想史、观念史与知识分子话语研究融为一体;三是对当代西方社会思潮的理论梳理性研究,主要成果多为教材,代表性成果有邢贲思主编《当代世界思潮》等。此外,还有两个领域的研究值得重视:一是文化研究领域对当代中国大众文化征候及流行文化的研究,以及各人文学科领域对“全球化”问题的研究,都直接或者间接地涉及了各种社会思潮对当代中国文化表征的建构与影响问题,前者以王岳川著《中国镜像:90年代文化研究》为代表,后者以欧阳康主编《文化反思与价值重建——全球化与民族精神》为代表;二是对改革开放以来中国社会转型与文化变迁的反思性研究,如查建英著《八十年代访谈录》、甘阳主编《八十年代文化意识》等。

从近年来出版的关于社会思潮的研究专著看,比较有代表性主要有朱汉国等著《当代中国社会思潮研究》、孙正聿著《哲学修养十五讲》、高瑞泉等著《转折时期的精神转折:“新时期”以来中国社会思潮及其走向》、邓卓明主编《社会思潮专题研究》、邹诗鹏著《三十年社会与文化思潮》、马立诚著《当代中国八种社会思潮》、陈立思主编《社会思潮与青年教育》等,此外,陆贵山主编《唯物史观与文艺思潮》、陈晓云主编《中国当代电影思潮与现象研究》、鞠裴著《喧哗与嬗变:世纪之交的中国电视剧与当代思潮研究》等著作中对当代中国文学传播、影视传播与当代社会思潮的关系也进行了充分的研究。当代社会思潮在内容上多样并存,在性质上多元共生,影响较大的有现代化思潮、民族主义思潮、历史虚无主义思潮、新自由主义思潮、消费主义思潮、网络民粹

主义思潮等,关于这些思潮,学者们发表了较多的论文和研究文章,出版了专著,本书第六章会详述。

在国内新闻传播学的学术话语体系中,“社会思潮”是一个在某种意义上遭到“避讳”的概念,截至2015年9月,在中国知网以“篇名”为检索单位,可以检索出文章2507篇,而“新闻与传媒”领域文章只有50篇,笔者认为,其原因一是社会思潮的话语表述“敏感”,难与强调政治性的主流新闻学对话;二是新闻传播学总体上属于应用性学科,研究焦点多集中于传媒现实问题,而社会思潮的研究“形而上”的色彩较为浓厚;三是新闻传播学缺乏跨学科研究,对社会思潮的研究主要集中于哲学、思想政治教育学科以及思想史、文化史领域,而这些学科及领域与注重实务研究、对策研究、效果研究的新闻传播学难有交叉。

翻检改革开放以来我国新闻传播学领域探究社会思潮对大众传媒传播活动影响的研究文献,笔者认为主要集中于以下五个方面:一是在传播政治经济学领域,赵月枝、吕新雨等学者从国家意识形态建构的角度论述了自由主义、民族主义、全球化、现代化思潮对传媒的影响,代表性成果有赵月枝的专著《传播与社会:政治经济与文化分析》、吕新雨的论文《仪式、电视与国家意识形态——再读2006年“春节联欢晚会”》等;二是在人文纪录片研究领域,学者在针对人文纪录片的文化意蕴及对90年代在中国大陆兴起的电视纪录片运动进行研究时,将社会思潮作为一个重要的参照系展开了研究,代表性成果有吕新雨的论文《当代中国的电视纪录片运动》等;三是20世纪90年代至新世纪初,新闻学界对“新闻传播中的人文关怀理念”开展了多领域的研究,涉及传播观念、新闻采编伦理等方面,这些研究受到了当时中国知识界“人文精神大讨论”的影响,对以人为本思潮对大众传媒的影响以及媒介产业化背景下消费主义思潮对传媒的影响进行了较为深入的反思及研究;四是新闻改革研究领域,针对新闻传播观念变迁及“改革开放30年新闻界反思与展望”等问题,有学者从“思想解放”的角度论及了社会思潮与传媒改革问题;五是关于媒介知识分子的研究,知识分子群体对社会思潮的传播有特殊的作用,大众传媒为知识分子、社会精英提供了传播社会思潮的“通俗讲台”,以至于出现了饱受争议的媒介知识分子群体,新世纪以来,大众传媒中的精英类节目日渐增多,同时国内也出现了一些经常通过媒体“亮相”表达思想并影响公共舆论的知识分子,新闻传

播学术界对媒介知识分子现象展开了较为充分的研究,代表性研究成果有论文《“公共知识分子”、“传媒知识分子”与“节目专家”——传媒时代知识分子与大众传媒关系探析》《媒介知识分子:关系、角色特征及身份重建》等。

以上是本书研究者对改革开放以来我国新闻传播学领域探究社会思潮对大众传媒传播活动影响的研究文献进行的初步梳理,可以看出,这一课题在国内学术界的研究还处于初始阶段,但是,笔者认为,这些研究对于新闻传播学开拓学术视野、增强研究的深度与厚度发挥了重要作用,之所以这样说,是因为新闻学曾饱受“新闻无学”之困,虽然现在这个“恶名”已经在新闻学术界的共同努力之下被“正名”,但是我们要看到新闻传播学领域研究的浅表化、好追逐所谓热点而缺乏深度、学术争鸣偏少等现象依然存在,学术论文的生命力、影响力普遍较短,而上述研究在一定程度上远离了这些问题,相对而言具有一定的深度与厚度。此外,笔者还需要提及四篇文章,清华大学李彬教授的《试谈新中国新闻业的“十大关系”》和《新时期:社会变迁与新闻变革札记》、复旦大学陆晔教授的《媒介使用、媒介评价、社会交往与中国社会思潮的三种意见趋势》和复旦大学赵慧的《思想张力中的人文寻求》,这四篇文章可以说是新闻传播学者针对社会思潮问题的专论性论文,对这个领域的研究有很强的示范与借鉴意义。

二、研究意义

第一,为大众传媒履行“维护国家文化领导权”、“引领社会主义核心价值观”职责提供参考。社会思潮具有鲜明的意识形态属性,对社会思潮的回应与引领,是一个国家在意识形态领域掌控文化领导权的重要表现之一,影响着国家意识形态安全。党的十七大提出,“积极探索用社会主义核心价值体系引领社会思潮的有效途径,既尊重差异、包容多样,又有力抵制各种错误和腐朽思想的影响”;党的十八大再次提出,“社会主义核心价值体系是兴国之魂,决定着中国特色社会主义发展方向。要深入开展社会主义核心价值体系学习教育,用社会主义核心价值体系引领社会思潮、凝聚社会共识”;2013年12月23日,中共中央办公厅印发了《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》,《意见》提出,“要用社会主义核心价值观引领社会思潮、凝聚社会共识,要加强对社会思潮的动态分析,强化社会热点难点问题的正面引导,在尊重差异中扩大社会

认同,在包容多样中形成思想共识”。因此,大众传媒只有科学地分析和研究当代中国社会思潮,敢于和善于回应社会思潮,才能实现社会主义核心价值观对当代社会思潮的有效引领,维护国家文化领导权。

第二,丰富新闻传播理论研究“想象力”的现实需要。当前,新闻传播学界热衷于从市场和技术的角度讨论媒介产业、新媒体、媒介融合,这是传媒实践的现实课题,是无可厚非的,但与此同时,新闻传播学有必要从传统的单纯以发展为核心的“技术决定论”,转向以“媒介话语生产”为核心的“社会意义构建论”研究,新闻传播学的研究需要回归历史与社会,需要探寻主体与价值,将人的主体、人的生活经验、传播实践、社会想象纳入分析的视野。社会思潮具有意识形态属性,也具有鲜明的人文性、思想性,从新闻传播学的视域开展对社会思潮传播的研究,可以在一定程度上使本学科的研究具有更为丰富的“想象力”。

三、研究内容与主要观点

本书在新闻传播学视域下,坚持以社会主义核心价值观为理论指导,以辩证唯物主义和历史唯物主义为基础分析工具,在分析大众传媒与社会思潮互动关系、当代中国社会思潮流变与大众传媒变革的基础上,对大众传媒回应与引领当代社会思潮的路径、载体与体裁、互联网思维影响下的新媒体对社会思潮的传播与影响等问题进行深入研究,并对大众传媒对当代中国几种主要社会思潮的传播与影响进行了研究与反思。

第一章 主要探究大众传媒与社会思潮的互动关系。在分析社会思潮的内涵与特征的基础上,认为在当代社会,大众传媒是传播效果最强而成本最低的媒介,当代社会思潮主要是通过大众传媒来传播的,大众传媒与社会思潮的传播联系紧密,二者有着很强的互动关系。大众传媒在社会思潮传播中的功能表现为:大众传媒为社会思潮的传播提供了公共空间;大众传媒通过制造社会共识赋予主流社会思潮社会地位;大众传媒为知识分子提供了传播社会思潮的“通俗讲台”;大众传媒传播技术的变迁深刻影响了社会思潮的传播方式;大众传媒通过传播娱乐性内容为社会思潮传播提供了“第二空间”。社会思潮传播对大众传媒的影响表现为:社会思潮影响大众传媒的传播观念;社会思潮是大众传媒新闻报道的“隐形”框架;社会思潮通过反映社会热点影响大众传媒的议

程设置；社会思潮通过反映社会情感影响大众传媒的道德情感。中国近现代史中大众传媒对社会思潮的传播与影响主要表现为：中国近现代史上的三次办报高潮与中国近现代社会思潮传播的高潮叠加涌现；中国近现代报刊造就了中国近代最早的公共领域，为社会思潮的传播提供了公共空间；中国近现代报刊促进了中国传统知识分子的身份转型，客观上为近现代社会思潮的传播扩充了新型传播主体；中国近现代报刊的副刊对通俗文艺作品的传播为社会思潮的传播提供了“第二空间”。

第二章 主要探究当代中国社会思潮流变与大众传媒变革。在分析当代中国社会思潮的主要特点、“一个主流，三个阶段”的流变与影响基础上，指出新闻传播学领域对当代社会思潮的研究及影响主要表现为：探究大众传媒如何发挥引导舆论的社会功能以引领社会思潮，是新闻传播学领域针对社会思潮研究的重点；探究社会思潮对大众传媒传播活动影响的研究散见于新闻传播学诸多领域，其研究成果对新闻传播学开拓学术视野、增强研究的深度与厚度发挥了重要作用；现代化思潮、民族主义思潮、历史虚无主义思潮、新自由主义思潮、消费主义思潮、网络民粹主义思潮等思潮是新闻传播学术研究较为关注的思潮；互联网思维影响下的新媒体对社会思潮的传播与影响成为新闻传播学领域研究的新课题。当代社会思潮与新闻改革的关系主要表现为：现代化思潮“如何实现现代化”和“实现什么样的现代化”两个命题深刻影响新闻改革的基本原则；人本主义思潮的主旨与党和国家“以人为本”执政理念的契合影响了新闻改革的大众化、民生化方向；消费主义思潮从正反两方面为新闻改革沿着正确路径推进提供了启示；网络民粹主义思潮的兴起影响了新闻改革对新媒体传播建设的重视。

第三章 主要探究大众传媒回应与引领当代社会思潮的路径。本书指出，大众传媒回应与引领社会思潮的必要性表现在是维护国家意识形态安全的需要、壮大社会主义核心价值观影响力的需要、提升主流媒体影响力的需要三个方面。在分析舆论及与其相关的几个概念的基础上，提出社会思潮与舆论的关系是：社会思潮与舆论都是社会群体意识的表达、社会热点问题的反映；社会思潮与舆论都有较强的传播性，大众传媒是它们最重要的传播平台；社会思潮与舆论都有鲜明的倾向性，直接影响到国家意识形态安全，国家政权需要合理有效地掌控社会思潮与舆论的导向；社会思潮是舆情的重要表现方式，当它转化为舆

论后,会直接影响社会主流价值观;社会精英作为意见领袖,对社会思潮与舆论的形成流变有较强的影响力;社会思潮在不同的舆论场内,会形成意见的分化。社会思潮向社会舆论转化的过程存在议程设置转化、媒体特性调适、助推渲染讲述三个机制。大众传媒对当代社会思潮理论形态的回应与引领体现在:书籍出版物、理论学术刊物、报纸理论专版、理论性专业网站、理论思想类微信公众号及客户端是当前社会思潮理论形态传播的五大大众传媒载体;大众传媒通过新闻、言论报道学术界学术活动、反映学术观点,对社会思潮理论形态进行传播;新闻报道对知识分子中的社会公众人物的采访报道是社会思潮理论形态传播的又一途径;在新媒体环境下,社会思潮理论形态通过大众传媒的传播日益呈现出碎片化、大众化的趋向,其阅读者和参与讨论者实际上是在扩大,大众传媒需要在新媒体转型中不断增强回应与引领社会思潮理论形态的能力。大众传媒对当代社会思潮心理形态的回应与引领主要体现在:大众传媒聚焦社会热点问题,迅速及时地向公众传播新闻信息,回应公众社会关切,引导社会舆论,促进社会合意的形成;大众传媒要善于把握特定时期社会心态的基本特征,实现对社会思潮回应与引领的针对性、有效性;大众传媒要重视并不断加强舆情研判工作,关注社会心理突变与异动,及时有效地做好舆论引导工作;大众传媒要重视对娱乐性内容的格调及导向的调控,不能使之成为传播错误社会思潮的隐形阵地。知识分子群体在社会思潮的传播中发挥着重要而特殊的作用,当代中国知识分子以大众传媒为中介传播社会思潮呈现出渠道多样、思想活跃、成果丰富的景象,但是,在繁荣的背后,也存在一些问题,需要反思和改进,需要“补钙”,主要表现在:当代中国知识分子要补“关照中国现实,力戒食洋不化”之“钙”;当代中国知识分子要补“增强家国情怀,力戒虚无主义”之“钙”。

第四章 主要探究大众传媒回应与引领社会思潮的载体与体裁。本书在分析大众传媒传播社会思潮的载体与体裁这个问题时,采用的思维方法是“以体裁作为切入点,着重分析同一体裁通过不同媒体传播社会思潮所体现出的特定传播效果”。本书认为,从传播效果的影响力上看,以下十一种体裁是影响力较大的体裁:理论著作与理论文章;新闻;言论;文学作品;影视剧;电视娱乐节目;纪录片;摄影、广告、动漫等视觉作品;流行音乐;慕课及类在线课程节目;社会化媒体的用户生成内容。本书对近年来以上十一种体裁的大众传媒

产品对当代社会思潮传播的现状、存在的问题进行了探讨。

第五章 主要探究新媒体对社会思潮的传播与影响。本书在回顾新媒体发展经历的三个时代即 WEB1.0 到 WEB3.0 时代的基础上,指出新媒体传播产生的社会影响表现为:新媒体传播使当代社会进入到了“微时代”,以“微”为特征的信息传播与话语表达成为社会话语建构的主体性力量;新媒体传播促使大众传媒的运作理念、传播观念发生变革,互联网思维成为当代大众传媒实现媒介融合,重塑影响力的主导性思维;新媒体传播使当代社会媒介生态、舆论格局发生了重大变化,宣传思想领域需要以全新思维建构并引领社会主流价值观,维护国家文化安全。本章的核心内容是针对移动互联网、社会化媒体、大数据对社会思潮传播带来的影响与变化分别进行了探讨。

第六章 主要探究大众传媒对当代社会思潮的传播、回应与引领。本书认为,现代化思潮、民族主义思潮、历史虚无主义思潮、新自由主义思潮、消费主义思潮、网络民粹主义思潮六种思潮是对当代中国社会产生较大影响的思潮,本书在分析每一种思潮理论观点(或表现)、对中国社会产生的影响的基础上,提出了大众传媒回应与引领思潮应该坚守的原则和注意的问题,特别是针对这些思潮体现出的意识形态倾向性之隐蔽性进行了反思。