

新媒体
公共传播

王一岚 著

The Ideology Construction
in the Context of
New Media

新媒介情境下的 意识形态构建



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (C)

新媒体
公共传播

王一岚 著

The Ideology Construction
in the Context of
New Media

新媒介情境下的
意识形态构建



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

新媒体情境下的意识形态构建 / 王一岚著. -- 北京:
社会科学文献出版社, 2016. 12
(新媒体公共传播)
ISBN 978 - 7 - 5097 - 9925 - 3

I. ①新… II. ①王… III. ①传播媒介 - 意识形态 -
研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 261186 号

新媒体公共传播

新媒体情境下的意识形态构建

著 者 / 王一岚

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 绯

责任编辑 / 孙燕生

出 版 / 社会科学文献出版社·社会政法分社 (010) 59367156

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 12.75 字 数: 200 千字

版 次 / 2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 9925 - 3

定 价 / 58.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

摘 要

大众媒介是意识形态运作的主要载体和场域，构建意识形态是大众媒介的重要功能。每一种媒介技术的诞生和运用，开拓了信息传播新空间、带来了人的能力延伸，改变了人类生产生活方式、思维习惯和观念价值，这必然使意识形态构建发生变革。

媒介事件是社会矛盾激化的生动表现，舆论则是公众利益诉求和权利意识的一种表达。随着新媒介事件通过新媒介这一信息传播平台，不断发掘和扩大事件的信息附加值，现实中的各种社会矛盾和问题在相互叠加中集中呈现，人们思想活动的独立性、选择性、多变性和差异性显著增强，各种社会思潮有了宣示的载体，“官方舆论场”和“民间舆论场”并行对立……这一切无形中制造和加剧了意识形态构建的困境，威胁意识形态安全，考验国家治理能力。

“围观改变中国。”当多起新媒介事件的最终结果，让社会大众越来越相信“自己就是书写自己历史的行动者”，从而赋予更多的公民个人行动力量时，新媒介成为公民参与政治和社会管理的重要手段，网络群体成为国家社会政治生活中的重要力量。

然而，作为意识形态构建的直接执行者和第一责任人，相关机构至今仍未彻底解决新媒介运用的“本领恐慌”问题。目前从中央到地方，虽然对新媒介的认识越来越深，对新媒介的运用越来越普遍，但是建立在传统媒介基础上的宣传管理体制机制，一方面无法控制新媒介的信息自由传播；另一方面依然沿袭对主流传统媒介的宣传管控，因此使某些重要信息未能及时公开，各种谣言在新媒介上不断发散。主流传统媒介因为宣传行

政管控而在公共事件发生过程中的失语，既损害了媒介和政府的公信力，更让新媒体事件裂变式传播，引发“从众心理”，致使意识形态领域杂音四起。

意识形态安全，事关党的前途命运，事关国家长治久安，事关民族凝聚力和向心力。“推进国家治理体系和治理能力现代化，完善和发展中国特色社会主义”，“推动传统媒体和新兴媒体融合发展，形成立体多样、融合发展的现代传播体系”，党的十八届三中全会把国家治理现代化和媒介融合，上升为国家战略，意义深远重大。

随着人类社会从工业文明时代步入信息文明时代，网络社会如影随形。依托信息技术的新媒介，是网络社会的基因，是推进国家现代化的战略制高点，更是民主政治进程的加速器。处在社会转型时期的中国，无疑正处在意识形态构建的拐点。本书正是遵循这一思路，立足于世情、国情、党情，在新媒介情境下探究意识形态构建的学术意义和现实价值。

具体地说，本书分六章研究新媒体与意识形态构建的理论及实践问题。

第1章导论。本章阐述的内容包括：选题的背景和意义，研究解决的问题及难点所在，国内外相关问题的研究溯源和现状。

第2章阐述新媒体与意识形态构建的理论基础。本章以认同理论为基础，通过论述媒介与认同、意识形态与认同的关系，阐明认同是媒介与意识形态构建的理论基础。

第3章论述媒介与意识形态构建的关系。通过对意识形态构建的媒介实现方式、媒介的意识形态属性、媒介事件、媒介权力等相关理论的归纳总结，借助对媒介与意识形态构建方式的东西方考察，明晰新媒体情境下意识形态构建的变革，乃是规律性作用下的必然。

第4章探讨新媒体与意识形态构建的关联。以新媒体事件为分析样本，通过对新媒体事件的信息源、议程设置和延伸功能的研究，研判新媒体在意识形态构建中的作用和地位，探讨新媒体对传统媒介的传播功能的变革，对意识形态构建带来何种影响。

第5章审视新媒体情境下意识形态构建的困境。借助新媒体情境下我国意识形态构建的境况，审视困境出现的根源，及对意识形态构建产生的

阻碍。

第6章运用新媒介思维对意识形态构建再思考。从意识形态安全 and 国家治理现代化的宏观背景考量,从媒介的微观视角入手,为我国意识形态构建提出可行性建议。

需要着重指出的是,新媒介情境下意识形态的构建,实质是社会各阶层共同利益的构建,反映中国民主进程的步伐。“互联网的未知远远大于已知”,新媒介对于人类社会发展的最大意义和价值在于,既让公民个人权利的行使更有保证、更加有效,又拓宽了主流意识形态的传播空间。这对于和谐社会的构建,无疑起到强力助推作用。

关键词: 新媒介, 新媒介事件, 意识形态, 国家治理现代化

Abstract

Mass media serve as the main carrier and place for the operation of ideology and its major function is ideology construction. The birth and application of every media technology can extend the space for information spreading and improve people's capability. They can also change people's living style, thinking habit and values, inevitably leading to the evolution of ideology construction.

Media event is a vivid reflection of intensified social conflict, and public opinion is an express of public towards interest demand and rights awareness. New media event is being dig and its added value of information is increasing. The independence, selectivity, variation and difference of people's thought are becoming more and more obvious. All kinds of social ideological trend have the platform for spreading. The official public opinions and popular public opinions are opposite and network ideology is coexists with real ideology. All those factors imperceptibly make and intensify the dilemma of ideology construction, threaten ideology security and test national governance capacity.

"Circusee changes China." When the final result of new media events authorizes the public more power of individual action by convincing them that "I am the actor picturing my own history", new media would become an essential tool for political participation and social management, and cyber group would become an important force in national social and political affairs.

However, as the direct executors and main responsible organs of ideology construction, the Party and government still have not yet completely solved

“Capability Panic” of employing new media. Currently, from the central government to the local ones, they have a deeper and deeper understanding of new media and gradually make use of it widely. But publicity management system and mechanism built on traditional media can't keep the free information dissemination of new media into control, and also follow the rule of publicity control over traditional mainstream media. As a result, information is not open to the public timely, so that rumors in new media are widely spread. Due to administration control over publicity, traditional mainstream media have no say in public events. It not only compromises the credibility of media and government, but also brings about “one to in to n” in new media events, triggering conformist mentality and different voice about ideology.

Ideology security concerns the future of the party, lasting stability of the state and the cohesion of the people. We would “step up modernization of national governance system and capability”, and promote the integrative development of traditional media and new media”. The Third Plenary Session of the 18th Central Committee of the Communist makes the integration between modernization of national governance and media a national strategy, which is of far-reaching significance.

As human society enters into an age of information civilization from industrialized age, network society is closely associated with each of us. New media relying on information technology is the gene of network society, is the strategic commanding height of advancing national modernization, and is also the accelerator of improving democracy. There is no doubt that China, in the stage of social transformation, is at the turning point in terms of ideology construction. Following the idea, this paper explores the academic significance and real value of ideology construction in the context of new media, based on the global, national and intra-Party conditions.

Specifically, the paper is divided into 6 chapters to study the theoretical and practical issues of new media and ideology construction.

The first chapter is an introduction. It includes the background and

significance of this topic, the problem concerned and difficulties, related research history and status at home and abroad.

The second chapter elaborates the theoretical basis of new media and ideology construction. Based on identity theory, this chapter illustrates that identity is the theoretical basis of media and ideology construction, by means of expounding the relationship between media and identity, and that between ideology and identity.

The next chapter analyzes the relation between media and ideology. Relevant theories, concerning implementation of media, ideological attribute of media, media events and media power in ideology construction are summarized, and the modes of media and ideology construction in both Eastern and Western countries are investigated. By virtue of these, it is inevitable to be fully aware of the evolution of ideology construction in new media, owing to the role of law.

The fourth one explores the correlation between new media and ideology construction. New media events serve as analytical samples, and their information source, agenda setting and extended function are studied. In so doing, the paper does research on the role and standing of new media in ideology construction, and explores the influence of new media on traditional media concerning revolution of communication function and that on ideology construction.

The fifth chapter examines the difficulties of ideology construction in new media. It is possible to clarify the achievements and troubles of ideology construction, analyze the reason of its accomplishment, and find out the cause of difficulty and obstacle to it.

The final part rethinks ideology construction with a new media mindset. Considering the macro background of ideology security and national governance modernization, and starting with microcosmic perspective, it would put forward feasible proposals for Chinese ideology construction.

It must be emphatically pointed out that ideology construction in the context of new media is the one with common interest among all social quarters in nature, reflecting the process of Chinese democracy. "The unknown of network is far

more than what people have known. " New media not only helps citizens execute their individual rights more securely and effectively, but also enlarges room for communication of mainstream ideology, which is the greatest significance and value of new media to human society. It is undoubtedly a strong booster in building a harmonious society.

Keywords: new media, new media event, ideology, modernization of national governance

序 言

王一岚的第一本学术著作要出版了，作为她的大学老师，我由衷地感到高兴。

一岚是 2015 年获得博士学位后，进入郑州大学新闻与传播学院，从事教学工作。在这么短的时间内就能有学术著作出版，确实值得祝贺。

作为一个从事传播学研究不到两年的学界新人，从传播学的视阈研究意识形态构建问题，这既需要勇气，更需要专业积淀。毕竟，意识形态是一个政治敏感词条，又是一个关乎国家治理的重大话题，且相关研究汗牛充栋；以新媒介事件为分析样本来探究中国意识形态构建的过往，探讨新媒介情境下中国意识形态构建路径，是一个涉及政治学、社会学和传播学的跨学科研究课题，难度之大可想而知。

长期以来，意识形态都和政治实践有着密切的关系，在讨论意识形态的时候往往都夹杂着价值判断、主观臆测、情感因素等预设的前提。因此，对意识形态的理性分析显得尤为重要。

在意识形态研究语境中，明显分为两种截然相反的阵营。自从法国哲学家、经济学家特拉西于 1796 年最早提出“意识形态”概念，用以说明观念学说以及关于人意识、心灵和认识的理论后，这一本属哲学范畴的概念，为西方很多学者使用，有的对其进行相关论述，有的改变其本来含义，有的赋予其新含义。“意识形态”逐渐从哲学认识论范畴扩散至政治学和其他相关学科，最终成为社会科学诸多学科共同关注和研究的概念。

西方的意识形态研究，尽管流派很多，但是随着资本主义社会发展进程中出现的政治、经济危机，以及社会主义革命在俄国的成功，意识形态

的功能最终被各个流派怀疑甚至否定,自20世纪50年代,西方学者多次提出了各种形态的“意识形态终结论”。然而,随着全球化的持续推进,东西方在政治制度和文化传统等多个领域的碰撞,使西方学界不得不从意识形态领域来解读这些碰撞,意识形态研究热度再起。

对中国来说,“意识形态”是个“舶来词”。在改革开放前,由于意识形态在中国是一个严肃敏感的政治话语,几乎成为研究的禁区。随着改革开放,中国的政治环境趋向宽松,国内对意识形态问题的研究在20世纪80年代兴起,这个时期的研究重点主要是引进和消化西方意识形态理论,没有形成独立的学术研究。

20世纪90年代后,随着苏联的解体和东欧剧变,以及改革开放进一步深化,国内学者的思想进一步开放,开始从意识形态角度思考苏联解体的原因,思想界和学术界掀起了一股意识形态研究热潮,出现了一批较有影响学术成果,其中一些成果已经成为国内该领域研究中广为引用的名著。

进入21世纪后,西方发达国家对中国意识形态领域的渗透日益加强,随着改革开放的不断深入,国内学者在全球化背景下重新探究意识形态问题,研究再度升温,大致分为两个研究方向:诠释西方意识形态理论学说;解析社会主义意识形态和中国主流意识形态。对西方意识形态的研究,国内主要集中在理论、学说的解读上,且致力于运用西方的理论与方法,理解处理当今中国的意识形态问题。

大众媒介是意识形态运作的主要载体和场域,构建意识形态是大众媒介的重要功能。每一种媒介技术的诞生和运用,开拓信息传播新空间、带来人的能力延伸,改变人类生产生活方式、思维习惯和观念价值,必然使意识形态构建发生变革。随着中国成为新媒介运用世界第一大国,在新媒介情境下如何构建意识形态,关系国家的前途命运,是中国最重要的战略任务之一。

当前,国际各种思想文化交流、交融、交锋日趋激烈,社会思想舆论日益多元、多样、多变,意识形态领域杂音、噪声明显增多。西方世界依托信息技术上的“不对称”优势,把新媒介作为渗透和攻击中国意识形态的最重要工具,严重威胁中国主流意识形态的认同和安全;新媒介的去中

心化和多样化内容传播,导致网络意识形态和现实意识形态的“二元化”存在,对社会主义核心价值观体系的主导地位产生冲击;新媒介的开放共享性,使意识形态的构建方式、传播体制和传播手段遭遇解构,统一思想凝聚共识的难度进一步加大,马克思主义在意识形态中的凝聚力和吸引力被分化;打破时空界限后构建一个全球化信息交互平台的新媒介,导致媒体格局和舆论生态重塑调整,其所构建的新兴舆论平台,成为意识形态领域斗争的最前沿,意识形态形势因此变得更加错综复杂,社会主义主流意识形态安全遭受严重威胁,意识形态构建刻不容缓。

一岚的研究,采用传播学的视角,运用新媒介事件来解析意识形态,引入国家治理现代化这一最新执政方略,从而将意识形态这一抽象的概念变得可以触手可及。和国内相关研究比照,一岚的研究有自己的鲜明特点。

如今,意识形态早已不再是哲学命题,对它的研究愈发驳杂而艰难。对国内的意识形态进行研究,这是学术的一个敏感地带,往往吃力不讨好,甚至还会引起一些人反感。一岚选择意识形态作为自己的研究对象,显示了她的学术勇气,毕竟研究意识形态是需要承担一定的风险。

一岚的本科、硕士和博士都是新闻学专业,其间在省级党报做了近10年的记者,无论是理论功底还是业务经验,已经有了相当的积累。一岚是一个办事认真的人,到郑州大学教书之后,对于自己在科研上的短板,有过很苦恼的时期;苦恼过后,是她的钻研和努力,这是每一个青年学者的必修之路。好在一岚经过了博士阶段比较严格的专业训练,对学术有了自己的体悟,希望一岚能够通过刻苦努力,厚积薄发,以心血、智慧而凝练的文笔,写出更多有分量的学术论著。

作为一名年轻学者的研究成果,本书也难免会存在这样那样的不足,但是在这本书中展现出来的独特视角、系统分析能力和探索勇气是值得肯定的,作为一岚的老师,我非常乐意向大家推荐这本书。

董广安

2016年3月于郑州大学盛和苑

目 录

1 导论	1
1.1 研究问题	3
1.2 研究价值	5
1.3 研究的思路框架、方法	6
1.4 文献综述	7
2 认同：意识形态构建的理论基础	21
2.1 认同	22
2.2 传播学视阈下的媒介与认同	26
2.3 意识形态的构建与认同	44
2.4 建立于认同理论上的媒介与意识形态构建	47
3 媒介与意识形态构建	49
3.1 大众媒介与意识形态构建	49
3.2 意识形态构建的媒介实现方式	57
3.3 媒介与意识形态构建的中西方考察	65
4 从新媒介事件透视意识形态构建	79
4.1 媒介事件与意识形态构建	80
4.2 意识形态构建的新媒介事件样本分析	86
4.3 新媒介与意识形态构建	97

4.4	新媒介情境下意识形态构建新趋势·····	103
5	意识形态构建困境及审视·····	106
5.1	意识形态构建的执行力困境·····	106
5.2	意识形态构建的公信力困境·····	108
5.3	意识形态构建的整合力困境·····	110
5.4	意识形态构建困境审视·····	111
6	意识形态构建与国家治理现代化·····	119
6.1	意识形态安全与意识形态构建·····	121
6.2	国家治理现代化与意识形态构建·····	129
6.3	新媒介情境下的国家治理现代化·····	136
6.4	新媒介情境下的意识形态镜像表征·····	147
6.5	新媒介情境下意识形态构建的实现路径·····	158
结 语	·····	168
参考文献	·····	170

1 导论

“党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事。”在2016年2月19日召开的党的新闻舆论工作座谈会上，习近平总书记着眼党的工作全局、着眼新闻传播规律、着眼国内外形势发展，提出了党的新闻舆论工作的职责和使命：高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，连接中外、沟通世界。这48字，凸显着媒介在意识形态构建中的重要性。

“媒介即意识形态”。回顾历史，从革命年代的“一支笔”唤醒工农千百万，到20世纪70年代末的“真理标准问题大讨论”为改革开放扫除思想障碍，无不有力地证明：做好新闻舆论工作，事关旗帜和道路，事关贯彻落实党的理论和路线方针政策，事关顺利推进党和国家各项事业，事关全党全国各族人民的凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。审视当下，自媒体“野蛮生长”，微博、微信、客户端等新兴媒体“强势崛起”，传播进入“人人都有麦克风”的媒体新时代，对媒体格局的变革深度审视……由此可以理解，为何习近平总书记会将这48字作为党的新闻舆论工作的职责和使命；为何党中央多次强调，“意识形态工作是党的一项极端重要的工作”。

2013年8月19日，习近平总书记在全国宣传思想工作会议上重申：“经济建设是党的重心工作，意识形态工作是党的一项极端重要的工作，如何在实践中正确把握这两项工作，在一些地方和部门就明显存在着说起来清楚、做出来不清楚的现象，做好宣传工作，首先要解决好这个问题。”

“一个政权的瓦解往往是从思想领域开始的，政治动荡、政权更迭可能在一夜之间发生，但思想演化是个长期过程。思想防线被攻破了，其他防线就很难守住。我们必须把意识形态工作的领导权、管理权、话语权牢牢掌握在手中，任何时候都不能旁落，否则就要犯无可挽回的历史性错误。”“互联网已经成为舆论斗争的主战场……在互联网这个战场上，我们能否顶得住、打得赢，直接关系我国意识形态和政权安全。”^①

2016年8月3日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布第38次《中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至2016年6月，中国网民规模达7.10亿，互联网普及率达51.7%，超过全球平均水平3.1个百分点。同时，移动互联网塑造的社会生活形态进一步加强，“互联网+”行动计划推动政企服务向多元化、移动化发展。我国域名总数增至3698万个。中国国家域名“.CN"注册量达1950万个（占中国域名总数的52.7%），半年增长率达19.2%，持续保持国内注册量最大的顶级域名，随着我国互联网文化、经济影响力的增强，中国网民更加热衷注册和使用“.CN"域名。我国手机网民规模达6.56亿，网民中使用手机上网的人群占比由2015年底的90.1%提升至92.5%，仅通过手机上网的网民占比就达24.5%，网民上网设备进一步向移动端集中。我国在线政务服务用户规模达1.76亿，占总体网民的24.8%，发展空间广阔。其中，通过政府微信公众号获得政务服务的使用率为14.6%，为网民使用最多的在线政务服务方式；政府微博为6.7%，政府手机端应用以及微信政务办事的使用率均为5.8%。

美国学者曼纽尔·卡特瑞斯说：“作为一种历史趋势，信息时代的支配性功能与过程日益由网络组织起来。网络构建了我们社会的新社会形态，而网络化逻辑的扩散实质地改变了生产、经验、权力与文化过程中的操作与结果。”^②

今天的中国，拥有世界上数量最庞大的新媒介用户，是新媒介应

① 习近平：《胸怀大局把握大势着眼大事 努力把宣传思想工作做得更好》，《人民日报》2013年8月21日，第一版。

② [美]曼纽尔·卡特瑞斯：《网络社会的崛起》，夏铸久等译，社会科学文献出版社，2006，第434页。