

治理现代性视角下 高校宣传思想工作

创新研究

王立娟◎著



東北大學出版社
Northeastern University Press

治理现代性视角下高校宣传 思想工作创新研究

王立娟 著

东北大学出版社

© 王立娟 2017

图书在版编目 (CIP) 数据

治理现代性视角下高校宣传思想工作创新研究 / 王立娟著. — 沈阳: 东北大学出版社, 2017.9

ISBN 978-7-5517-1692-5

I. ①治… II. ①王… III. ①高等学校—宣传工作—研究—中国 IV. ①G641

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 240748 号

出 版 者: 东北大学出版社

地址: 沈阳市和平区文化路三号巷 11 号

邮编: 110819

电话: 024-83683655(总编室) 83687331(营销部)

传真: 024-83687332(总编室) 83680180(营销部)

网址: <http://www.neupress.com>

E-mail: neuph@neupress.com

印 刷 者: 沈阳航空发动机研究所印刷厂

发 行 者: 东北大学出版社

幅面尺寸: 170mm × 240mm

印 张: 13.25

字 数: 245 千字

出版时间: 2017 年 9 月第 1 版

印刷时间: 2017 年 9 月第 1 次印刷

责任编辑: 牛连功 吕 翀

封面设计: 潘正一

责任校对: 杨世剑

责任出版: 唐敏志

ISBN 978-7-5517-1692-5

定 价: 30.00 元

前言

“一个幽灵，共产主义的幽灵，在欧洲游荡。……现在是共产党人向全世界公开说明自己的观点、自己的目的、自己的意图并且拿党自己的宣言来反驳关于共产主义幽灵的神话的时候了。”^①“在1847年马克思和恩格斯为共产主义者同盟起草的（共产主义者同盟章程）中第一次明确提出了‘宣传工作’这一概念，明确要求无产阶级的党员要具有革命毅力并努力进行宣传工作，”^②这表明共产主义自诞生之日，宣传工作就是共产党婴啼的第一声。

随着共产党的成长，这声音日益发展成为革命的呐喊声、胜利的欢呼声与奋进的号角声，宣传工作是共产党成长、成熟的重要标志与体现。回眸而视，在历史长河中从恩格斯在马克思墓前的深沉演讲，到列宁在冬宫激昂的革命宣言，到李大钊等中国革命先驱对共产主义的传播，到作为播种机、宣传队的红军长征之行为宣传，到新中国宣传网制度的形成，直到今天为共产主义奋斗，建设伟大“中国梦”的社会主义中国价值观宣传，宣传工作一直是共产党重要的工作任务内容与价值思想载体。因为宣传工作对共产主义与共产党的发展具有重要作用，所以宣传工作成为中国共产党的基本工作范畴，在工作内容、形式与模式上不断得到强化、优化，使宣传思想工作从最初单一的主义思想传播模式，发展出口号宣传、行为宣传、组织宣传路径，形成宣传网等宣传思想工作制度，衍生出军队、教育、工业、农业与社会等不同的宣传思想工作领域；在功能上由革命宣传鼓动，到服务中国社会主义中心任务，再到引领中国社会思想价值风尚，保障中国共产主义前进方向，促进中国各族人民价值共识凝聚的作用。在共产党历史上，特别是近百年的中国共产党发展实践基础上，党的宣传工作积累了宝贵的经验，取得了伟大成绩，前进的方向与趋势更具主义性、科学性与制度性。

^① 马克思，恩格斯. 共产党宣言 [M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局，译. 北京：中央编译出版社，1998：1.

^② 马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集：第42卷 [M]. 北京：人民出版社，1958：25.

歌德曾说：“历史之所以必须不断被重写，不是因为发现了许多新的事实，而是因为新的面貌不断呈现出来，因为一个时代进步的参与者被引向一些观点，根据它们可用一种新方式来看待和判断过去。”对于宣传思想工作，我们要立足于成绩，更要面对现实，不断发展。进入新世纪，宣传思想工作的内容、任务、方法以及所处的内外环境都发生了巨大的变化，进入了反思与创新发展阶段，宣传思想工作肩负着巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础的任务，面临着中国社会转型发展所带来的诸多挑战与机遇，特别是针对高校大学生的宣传思想工作呈现出新的特点、新的趋势与新任务，需要从战略高度，以科学、创新的精神深入开展高校宣传思想工作的研究。

习近平总书记2016年8月19日在全国宣传思想工作会议上的重要讲话与中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于进一步加强和改进新形势下高校宣传思想工作的意见》，对新时期宣传思想工作的内容、任务、方法以及所处的内外环境作出了准确把握，提出了明确要求。本书从理论与实践相结合的层面，结合当前高校宣传思想工作实际，在深刻认识当前高校宣传思想工作新使命的基础上，进一步对其理论内涵、经验模式、发展变迁及创新实践进行细致的探讨，以期为高校宣传思想工作的开展提供有益的借鉴。

本书是2014年辽宁省高等学校人文社科一般项目“地方大学校院两级管理体制及运行机制优化创新研究”（W2014183）成果之一；是2015年辽宁省高等学校人文社科一般项目“辽宁地方本科院校向应用技术型大学转型发展的路径与策略研究”（w2015005）研究成果之一。在写作过程中，借鉴了一些国内外相关研究成果，在此对相关学者、作者表示诚挚的感谢。

由于编者水平所限，书中可能还存在一些不足及需要改进和论证的地方，恳请广大读者批评指正。

著者

2017年5月26日

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 高校宣传思想工作的时代新使命	1
一、网络全球化时代高校宣传思想工作的新形势	1
二、意识形态新语境下高校宣传思想工作的时代价值	5
第二节 高校宣传思想工作研究新动态	8
一、宣传思想工作国内研究现状及发展动态分析	8
二、宣传思想工作国外研究现状及发展动态分析	24
三、宣传思想工作创新研究：意识形态的宣传、传播到交往	28
第二章 高校思想政治宣传工作的内涵新解与理论新意	30
第一节 高校思想政治宣传工作的内涵新解	30
一、宣传思想工作与思想政治工作、思想政治教育概念的历史演化 ...	31
二、宣传思想工作与思想政治工作、思想政治教育概念的科学界定 ...	33
三、宣传思想工作与思想政治工作、思想政治教育概念的内涵辨析 ...	38
第二节 高校思想政治宣传工作的理论新意	41
一、意识形态理论：多元—多样交往理论	41
二、宣传传播理论：网络化大众交往传播	48
三、科学交往理论：马克思主义交往理论	54
四、治理创新理论：治理体系与治理能力	65
第三节 高校宣传思想工作新形态的实践场域	68
一、宣传思想工作转型场域：意识形态新常态	68
二、党的执政方式转变场域：治理创新	69
三、宣传思想工作活动场域：日常交往	70
四、宣传思想工作交往传播场域：网络化社会	70

第三章 高校宣传思想工作发展经验与模式特点	81
第一节 宣传思想工作发展历程	81
一、新中国成立以前：主义传播与革命鼓动	81
二、新中国成立至改革开放前：价值塑造	84
三、改革开放至十八大：服务改革	86
四、党的十八大至今：凝聚共识	87
第二节 高校宣传思想工作的特点研究	88
一、高校宣传思想工作的哲学伦理指向	88
二、高校宣传思想工作的原则功能设定	89
三、高校宣传思想工作的方式方法研究	90
四、高校宣传思想工作的制度模式选择	93
第三节 高校宣传思想工作制度的有效性经验	97
一、宣传思想工作的主客体性与工具理性是认知模式与理性选择的基础	97
二、宣传思想工作的主义性与意识形态化是价值判断与功能定位的前提	97
三、宣传思想工作的本土性与中国化是事实判断与路径选择的依据	98
四、宣传思想工作的人民性与群众观是伦理原则与工作标准的来源	99
五、宣传思想工作的组织性与制度化是行为规范与治管载体的形式	100
六、宣传思想工作的现代性与创新化是先进代表与发展转型的路径	101
七、宣传思想工作的理论性与实践化是学习发展与检验判断的模式	102
八、宣传思想工作的原则性与规范化是贯彻执行与取得成效的保障	104
第四章 高校宣传思想工作变迁的诱因、阻碍与创新发展	105
第一节 高校宣传思想工作变迁诱因	105
一、意识形态诱因（目的）——马克思社会主义意识形态主导地位的巩固	106

二、政党国家诱因（权力）——执政治理合法性与建设发展合理性的需要·····	109
三、思政工作诱因（本体）——高校思政工作创新有效性问题的解决·····	115
四、宣传主体诱因（主体）——大学宣传主体关系性质与偏好形态的转变·····	121
第二节 高校宣传思想工作变迁中现存问题·····	125
一、理念意识形态感性僵化与政治化取向·····	126
二、实施基础的行政异化与制度摩擦·····	129
三、组织的科层组织模式自我强化机制·····	130
四、认知关系主客体认知思维模式僵化·····	132
五、理性选择的工具理性扩展异化问题·····	134
第三节 高校宣传思想工作变迁新模式——治理创新·····	137
一、高校宣传思想工作治理创新的内涵、指导思想与原则·····	138
二、高校宣传思想工作的理念、理论创新·····	141
三、高校宣传思想工作的制度机制创新·····	145
四、高校宣传思想工作的内容形式创新·····	148
五、高校宣传思想工作的路径策略创新·····	149
第四节 高校宣传思想工作治理创新的实践新生面——高校宣传思想工作中“中国梦”与“雷锋精神”的宣传契合：现代性、民族性、主体性·····	152
一、“中国梦”与“雷锋精神”的内涵契合：马克思主义价值观共识·····	153
二、“中国梦”与“雷锋精神”契合目标：中国特色社会主义现代性·····	155
三、“中国梦”与“雷锋精神”契合的纽带：发展主题与主体民族性·····	156
四、“中国梦”与“雷锋精神”契合的实践：共产主义精神交往主体性·····	157
第五章 高校宣传思想工作创新实践——案例分析与实证考察·····	160
第一节 高校宣传思想工作创新治理实践趋势研究·····	160
一、高校宣传思想工作基层工作组织形式创新实践·····	160
二、高校宣传思想工作基层工作运作形态创新实践·····	160

三、高校宣传思想工作基层工作效用评估创新实践	161
四、高校宣传思想工作创新实践展望	162
第二节 高校宣传思想工作创新实证研究：宣传思想工作视角下和谐校园 建设中女大学生发展研究报告	163
一、和谐校园建设中的女大学生发展存在的问题	164
二、和谐校园建设中的女大学生发展存在问题的成因	176
三、和谐校园建设中促进女大学生发展的建议与展望	183
第三节 高校宣传思想工作创新实证研究：高职院校学生思想政治教育 工作的对策研究	188
一、高职院校学生思想政治教育工作的现状	188
二、高职院校学生思想政治教育工作的对策	189
第四节 高校宣传思想工作创新实证研究：论大学生思想政治教育主体 间沟通机制的完善	192
一、完善主体间沟通机制的必要性	193
二、完善主体间沟通机制的原则	194
三、完善主体间沟通机制的途径	195
参考文献	198

第一章 绪 论

第一节 高校宣传思想工作的时代新使命

一、网络全球化时代高校宣传思想工作的新形势

我国新时期宣传思想工作围绕“两个巩固”，以社会主义核心价值体系为基本内涵的，在实践中不断传承、创新和发展的意识形态工作。宣传思想工作自形成以来，积极拓展中华民族新的精神内涵，科学代表先进价值文化符号，切实引领社会行为风尚，成为社会行为价值时代性的风向标。宣传思想工作因其内生的时代性、发展性与兼容性，能够随着时代的发展，不断丰富其内涵，通过新的载体，以多元的表现形式，创新地践行社会主义与共产主义价值观，在其产生后的各个时代一直被人们广泛接受和认同，并在各个时代以各种不同的方式将宣传思想工作薪火相传。宣传思想工作最初的表现形式具有典型传统社会的特点，政治道德形式的表现张力突出，体制动员引导的路径依赖性强，民众学习参与的同质效应显著，这些都反映了那个时代的特点，形成了具有时代特色的宣传思想工作传承脉络。随着社会转型，由传统社会转向现代社会，宣传思想工作的实践场域发生了转变，特别是进入21世纪以来，全球化尤其是互联网技术的不断发展，改变着社会参与结构、行为模式选择、社会交往形式等方面，时代的发展解构了传统社会，进入了网络时代。在网络时代如何科学传承、创新与丰富发展宣传思想工作，做到一方面吸收时代发展的先进理念，另一方面引领时代前行的方向，成为宣传思想工作传承、发展与研究的时代主题与主体。

（一）宣传思想工作发展的网络全球化时代背景

20世纪后期，互联网诞生，并以其超强的适应性和广阔的发展空间，给社会生活带来了巨大的变革，使社会的各个领域都处在新旧范式的转换过程之中，从而使人类历史跨入了一个新的时代——网络时代。网络时代以互联网为

物质基础和技术支撑,以信息的全球流动为人与人之间相互联系的脉络,以分布式模型为基本的社会组织结构形式,整个社会和人由于互联网的运用而逐渐获得了网络化的生存逻辑,即适应日益复杂的互动,以及源自这种互动的创造性力量的不可预料的拓展;适应不断变化与流动的弹性,以及源自这种弹性的重新构造的能力;适应开放性和复杂性的聚散整合系统,以及源自这种聚散整合系统的无限的可能性。我国自新世纪以来快步进入网络时代。

首先,网络技术普及,网络化社会基础形成。据2016年8月3日中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第38次《中国互联网络发展状况统计报告》:“截至2016年6月,我国网民规模达7.1亿,互联网普及率达到51.7%,超过全球平均水平3.1个百分点,超过亚洲平均水平8.1个百分点;我国手机网民规模达6.56亿,2016年上半年,中国网民的人均周上网时长为26.5小时,这相当于7.1亿网民,平均每人每天上3.8小时的网;我国网民以10—39岁群体为主,占整体的74.7%。”网络技术的普及,为新时代宣传思想工作的传承提供了新的更广阔的窗口。

其次,网络化的媒介载体多元,社会功能平台开放。不同于传统的传播媒介,网络时代的媒介载体具有社会性、交互性、参与性与公共性等突出特点,除了论坛、QQ、聊天室、博客等形式之外,利益聚合性突出的社交网站与以个体化即时参与为特点的微博更是方兴未艾。特别是以智能手机为代表的媒介终端,使得这种网络化的即时性、参与性与公共性功能更为凸显,深刻影响人们的社会行为,使得公众行为的公共意识与公共性增强。这就要求网络参与者在行为时注意外部效益,注意网络行为的诚信度和道德感,这一要求与宣传思想工作效用目标是一脉相承的,能够发挥宣传思想工作与社会养成互动效应。

再次,改变社会交往模式,实现陌生社会同质参与。中国社会在传统上是熟人社会,但随着单位制的消解,社会流动的增加,陌生社会特质日益凸显,陌生社会的社会协同、参与问题成为发展性问题,各种社会公德性问题浮出水面,促使人们思考如何在陌生社会传承宣传思想工作。网络技术与网络化力量日益凸显了陌生社会同质性参与的作用,如2012年7月21日北京大雨,“双闪车队”就是通过网络自发组织、无偿帮助雨夜受困者,此举借由网络媒体传播,一夜之间在全国各地引起响应,类似的车队广泛涌现,给予了陌生人真情互助的渠道与载体,实现了“雷锋式”的社会参与。

最后,个体参与分享式行为介入。有人说网络化时代的一个特点就是“平凡中见伟大,平民皆是英雄”,这是因为在网络时代,依靠网络技术、遵循网络化思维,个性化抽离得以显性化,以某种形态返回,功能性地聚合价值观相

同者。从宣传思想工作的传承与创新视角来看,人人都可以是宣传思想工作的传承者,不分职业身份、超越时空疆域、跨越物质精神分野,只要能够分享宣传思想工作或表达符合宣传思想工作内涵的行为,也就是在传承发展宣传思想工作,正如网上所说,“围观也是力量,关注也是奉献”,宣传思想工作在网络时代具有了参与分享的精神特质,由义务导向转为权利导向,使得宣传思想工作的传承与发展在形式与途径上充分体现出自主性与主动性。

(二) 网络化时代宣传思想工作传承发展的特点

网络时代宣传思想工作在内涵拓展、表现形式与传承载体上,呈现出不同于传统社会的特点,使得宣传思想工作的传承发展出现了一些杂音,新的网络表现行为、个体多元的参与形态、分享关注的价值诉求、虚拟时空的非现实性,都深刻地影响着人们对宣传思想工作的解读与认同,这是人们在新时代到来本能而正常的反应。只有透过迷雾,看清本质,才能更深刻地理解宣传思想工作,做好与时代发展的衔接,科学创新地传承宣传思想工作。宣传思想工作历经时代的变迁,内涵日益丰富,外延兼容性强。

在当今的网络时代,宣传思想工作的传承与发展,一方面面临挑战,需要坚持社会主义与共产主义价值观的主导,继续不断提炼新的精神内涵,发掘多元的表现形式,满足民众多层次的价值诉求;另一方面,又要把握住网络时代的技术力量与社会网络化优势,创新宣传思想工作的传承途径,拓展宣传思想工作的覆盖面,使宣传思想工作的传承发展更具时代性。网络化时代宣传思想工作的传承发展具有以下特点。

首先,价值引导的全面性。网络时代人们借由网络技术,以社会网络的形式进行社会交往,其行为准则呈现出法律性和道德性相互融合的特点。一个社会主体的行为通过网络,其行为效果会被放大,其影响的速度与力度是非线性的,所以任何信息的发布都必须坚持正确的政治方向,诚信负责的行为准则,创新敬业的工作态度,健康积极的情感操守与道德水准,才能够有效地运用网络技术与力量服务社会、体现个体价值,否则就会违背社会行为准则,受到法律或道德的惩罚。因此,在网络时代,良性的社会行为的形成,需要具有丰富价值内涵的宣传思想工作的积极引导。

其次,传承主体的个体性和分享性。网络时代宣传思想工作传承具有突出的个体性与分享性。在传统社会中,宣传思想工作的学习与传承往往是群体行为。行为模式统一化,缺乏主体与自觉意识,更多的是一种“羊群行为”,不能自觉自省地传承宣传思想工作,具有形式化特点,正所谓“雷锋是春风,三

月来了，四月走”。而在网络化时代，由于个体可以通过网络技术，摆脱时空对个体的行为限制，可以通过价值诉求共鸣，汇聚相同价值观念的主体，整合配置资源，开展相应的社会活动，践行体现个体化的宣传思想工作。分享性是指人们对宣传思想工作的传承与发展在不求功利的同时，更注重分享宣传思想工作的乐趣与传播经验，这种内发的积极的主体体验激励更多的主体参与宣传思想工作的传承与发展中，丰富了宣传思想工作内涵，增强了宣传思想工作的影响力。

最后，传承的低成本可持续性。相对于传统社会，网络时代宣传思想工作的传承具有成本低、可持续性强的特点。宣传思想工作的传承发展的程度是与行为成本相关的，随着网络技术的发展，社会网络化的日益成熟，人们的社会网络行为模式成熟，行为成本在降低。其突出的表现在三方面：一是网络技术化解时空限制，使得社会主体能够摆脱时空限制开展社会活动，甚至可以摆脱现实空间的要求，在虚拟空间学习、传承与践行宣传思想工作，解放和拓展了实践空间；二是实现行为的信息对称，提高行为效益，只有信息及时、对称，学雷锋主体的社会功效才能实现最大化，减少社会成本与个体成本，产生正向激励作用，而网络技术与网络渠道的成熟，促使了信息沟通的及时、对称与对位，使得宣传思想工作的践行与传承信息成本降低；三是交往的交互性，宣传思想工作的传承发展与践行不再是单向行为，在网络技术与力量的活络下，体现出交互性，需求与供给动态平衡，给予各方主体自我调节、选择与沟通的渠道，发挥合力效应。同时，宣传思想工作传承发展的成本降低，在一定程度上激发了民众参与的热情，增加了社会参与频度，起到了行为养成、价值认同的作用，推动宣传思想工作的可持续传承发展。

（三）网络化时代宣传思想工作传承发展新趋势

在厘清宣传思想工作的内涵、宣传思想工作传承发展与网络时代的联系及其所体现出的时代特点基础上，要坚持宣传思想工作内核，运用时代技术，回应时代召唤，注重以科学、创新与可持续的策略，推动网络时代宣传思想工作的传承发展。

首先，宣传思想工作传承发展载体与途径的网络化。若要将宣传思想工作更好地传承，必须要有畅通的传承渠道，而互联网使人们参与宣传思想工作传承的渠道更加畅通和完备。过去，宣传思想工作的传承仅限于个别行为、媒体宣传和各种学习活动等方式，有时间和空间的限制性。互联网则大大改善了公众参与宣传思想工作传承的状况。网络技术使得传播内容不受印刷、运输、发

行等因素的限制,信息发布和信息接收几乎可以做到同步,传播效率高、更新速度快。网络作为宣传思想工作的一种传承方式比起其他媒体更快捷、灵活,成本也要低许多。另外,人们可以通过搜索引擎等工具寻找到各种宣传思想工作的相关信息,网络承载了更多的信息并通过图、文、视频等形式使传播内容得到更好的表达,增强人们的直观认识和感受。因此,在传承宣传思想工作的载体上,应该建设有不同特色的宣传思想工作网站和网络论坛,如“宣传思想工作在线”网站就是很好的例证。

其次,宣传思想工作传承发展主体的个体网络化。宣传思想工作传承发展的主体结构是多元的、多层次的,既有政府的职能部门、党群组织,也有企事业单位与社会个体,但网络时代对宣传思想工作的讨论与践行,不再是哪一个主体具有绝对的话语权,讨论与践行公共化的同时,又具有典型的个体性色彩,通过个体性的抽离表达,号召一聚集一再介入社会。面对这样的运作机制与特点,在传承路径与形式上,不能千篇一律,追求同一性,而应在坚持价值内核的基础上,多元个性化传承表达。如青年群体注重微博等社交网络形式的影响,中年群体运用QQ信息平台,老年群体运用传统媒介平台。应尊重个体的行为选择,多鼓励创新,不偏颇小众行为(如解读具有公益性的快闪行为),只要反映、表达宣传思想工作,就给予正确的解读。通过网络技术与力量,将单个的个体,通过宣传思想工作这样一个社会网络节点动态链接,形成社会运行网络。

最后,宣传思想工作传承发展参与模式的社会网络化。网络时代突出参与分享,宣传思想工作的传承发展在这个时代的生长点就是参与分享。而参与核心在于宣传思想工作的话语权、形式的选择权与评判权日益网络化、去精英化和平民化,人人都可以利用网络资源了解、学习、解读、评判、参与,甚至发起宣传思想工作的传承,人人都可以即时参与传承发展宣传思想工作。而巩固与正确传承宣传思想工作,需要健康的社会网络环境,养成成熟的社会网络行为,提供及时准确的网络信息渠道,构成成熟的社会网络体系,增强放大宣传思想工作的社会功能,实现宣传思想工作的科学传承与创新发展。

二、意识形态新语境下高校宣传思想工作的时代价值

宣传思想工作的核心功能是意识形态功能,因此当意识形态发生转变时,宣传思想工作也就需要随之转型。随着冷战格局的结束,全球化、网络化与公民社会的发展,传统的阶级性政治化的意识形态形式发生了巨大的变化,呈现出意识形态领域的新常态。

首先,意识形态构成的多元—多样性形成,这种多元—多样性体现在意识形态的分层化与领域化。在分层方面呈现出阶级性的政党意识形态、民族性的国家意识形态与公共性的社会意识形态多层级格局;在领域化方面主要是在传统政治意识形态的基础上,在社会发展推动下,拓展出了科技意识形态、制度意识形态等拓展领域性意识形态,这就从分层与领域方面构成了立体的意识形态多元—多样性,并且演化为主导意识形态、主流意识形态与边缘意识形态的动态势力格局。争取主导意识形态的领导权,获得主流意识形态的话语权与管控边缘意识形态成为各国政党与政府的共识。由于大学的学术共同体和准公共组织特性与大学生青年群体的认知实践特点,特别是对意识形态结构要素的知识科学性、价值信仰性、实施策略性的要求更高,使得意识形态的多元性在大学生群体中得到放大,在增加意识形态活跃度的同时,也存在意识形态分导弱化与分流异化的问题,因此有效引控大学生的意识形态成为宣传思想工作研究的热点。

其次,意识形态性质的主体间性转变。传统意识形态的认知及实践开展,是建立在主客体认知基础上的。在意识形态活动特别是以宣传思想工作为载体的实践中,往往将大学生作为意识形态教育的客体,而宣传思想工作者作为主体,以权威姿态掌握着意识形态的话语权,通过灌输的方式教化客体。但随着互联网多媒体技术的发展,公民权利意识的形成及社会伦理关系的转变,特别是大众传播模式的助推,使大学生更寻求本体论上的存在主体性,与认知论上摆脱客体定位,拓展对象性主体的认知,进而通过行使自主主体的选择权与对象主体的交互权,使传统意识形态的受教者产生了交互主体的新性质;同时传统意识形态的教育者从意识形态生存有效性的认知层面,也呈现将大学生作为意识形态对象性主体的发展趋势。如大学生意见领袖的培养与介入,对于大学生宣传思想工作的主体拓展到包括大学生在内的以知情权、参与权、监督权、表达权为保障的全员参与。在这里大学生具有了意识形态对象主体性的定位,不再作为认知论上的客体存在,由此意识形态的宣传思想工作从僵化的主客体关系,转型成为体现自我主体与对象主体间的交往、对话性质的主体间性,进而寻求将意识形态的单向教育灌输活动转变为互动、互信与参与的交往活动,并在意识形态交往中实现主体自觉,且以主体形态从下方影响意识形态的阐释与传播。这一转变直接影响了传统意识形态承载者——宣传思想工作的开展成效,使得大学生宣传思想工作产生了转型的动力。

再次,意识形态运作的传播性拓展。意识形态特别是主导、主流意识形态的辩护、凝聚和导向功能发挥,主要是通过宣传思想工作方式实现的。传统的

宣传思想工作宣传方式上还是单向度的理论灌输为主,对于意识形态的认知解释、价值信仰和实施策略三要素简单化处理,强调意识形态的先验性、理论性与灌输性。而现在传播学的发展强调体验性认知、场域性感知等现象知觉,以受众主体间性的获得,促成受众对传播内容与形式的认同、认可、追寻及互塑,特别是大学生群体具有知识性、反思性与判断逻辑能力。这就要求在大学生群体中进行意识形态传播时,应在具有科学合理的认知解释力,先进价值信仰的吸引力,实施策略的执行力的主导传播模式基础上,针对大学生群体中大众消费传播模式的主流影响,因势利导,形成主导传播模式与主流传播模式的融合构建,这在实践上就需要对高校大学生宣传思想工作创新研究。

最后,意识形态理性模式的交往理性选择。传统意识形态的认知是基于固化的主客体,而主体对于客体改造的合理尺度就是理性。理性包括价值理性与工具理性,在现代社会工具理性的应用占主导地位。工具理性强调方式、方法的效率性、经济性,但在实践中出现了工具理性的异化问题,反映到意识形态工作中就是形式感大于价值感,忽视大学生的主体性与价值性。随着社会的发展,特别是主体间性的转型发展,人的存在由物质关联更转向人与人的交往关联,因此交往理性呈现取代工具理性的趋势,在意识形态的宣传思想工作领域这一理性模式的转变更是突出,国内外大学生意识形态宣传思想工作的挑战与机遇,就在于如何就意识形态内容实现有效的理解、沟通、互信与互塑,形成和谐的交往局面,这成为意识形态理性转型的新常态。

正是以上意识形态领域出现的新常态转变,使得世界各国青年群体的意识形态宣传思想工作充满了挑战与机遇,如“伊斯兰国”组织(IS)对欧洲青年群体开展的网络化意识形态工作所带来的危害,促使西欧各国加大意识形态宣传思想工作的力度与转型。我国大学生群体的意识形态宣传思想工作面临着意识形态内涵性质、任务功能、内容载体、表现形式等方面的现代转型所带来的发展问题,同时存在敌对意识形态、非主流意识形态、自由主义意识形态等多方面的安全挑战,而传统宣传思想工作模式在性质、功能、载体等方面存在转型滞后的阻碍,不能有效引控大学生的意识形态。对此,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在2013年8月19日召开的全国宣传思想工作会议上强调:“经济建设是党的中心工作,意识形态工作是党的一项极端重要的工作。”习近平指出:“宣传思想工作就是要巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位,巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。”为深入贯彻落实这一精神,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步加强和改进新形势下高校宣传思想工作的意见》,其强调指出:“意识形态工作是党和国家

一项极端重要的工作，高校作为意识形态工作前沿阵地，肩负着学习研究宣传马克思主义，培育和弘扬社会主义核心价值观，为实现中华民族伟大复兴的中国梦提供人才保障和智力支持的重要任务。做好高校宣传思想工作，加强高校意识形态阵地建设，是一项战略工程、固本工程、铸魂工程，事关党对高校的领导，事关全面贯彻党的教育方针，事关中国特色社会主义事业后继有人，对于巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础，具有十分重要而深远的意义。”因此，根据意识形态新常态的变化，以创新、科学、主义的精神进行高校大学生宣传思想工作的研究意义深远。

第二节 高校宣传思想工作研究新动态

一、宣传思想工作国内研究现状及发展动态分析

当前，国内对于高校大学生宣传思想工作创新研究，是建立在两个研究基础之上的。一是对于党的宣传思想工作研究，这是根源性与中心性的基础研究。因为，高校宣传思想工作是党的宣传思想工作的一个界别与领域，根本上是党的宣传思想工作发展趋势与具体实践的一种体现，是纲目关系；另一个是高校宣传思想工作的理论与实证研究，主要是针对新时期、新常态下，高校宣传思想工作的创新性、效用性的发展研究，以及实现高校宣传思想工作和关联制度、机制与方法融合衔接的制度化与治理化的构建路径研究，呈现出一种全学科研究发展态势。因此，对于高校宣传思想工作研究的考察，应建立在宣传思想工作研究的基本范畴、宣传思想工作关联基础研究的情况与融合、大学宣传思想工作制度与创新研究的现状三个层面。

对于宣传思想工作的研究，自共产主义形成阶段就为共产主义者所重视，他们在科学阐释社会主义与共产主义理念内容的基础上，深入研究宣传思想工作的内容、对象、载体、形式与方法，以增强宣传思想工作的主义性、科学性与传播性，如马克思、恩格斯就注重现代报刊在宣传思想工作中的作用，选择了通过现代信息化宣传路径进行共产主义宣传的尝试与实践，创建了党报这一政治宣传形式载体，明确了共产党运用公共媒体的宣传定位、原则、形式与技巧；而列宁则系统完善与阐释了灌输理论，以及在宣传思想工作中运用的原则与实践方式，并依托俄国共产党组织与苏联国家框架，进行了宣传思想工作组织化、制度化、体系化的理论与实践研究，奠定了社会主义阵营宣传思想工作