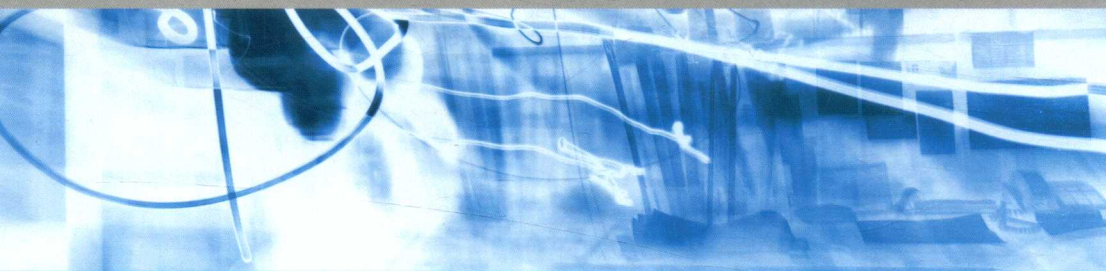




明伦新闻传播学研究书系

*Study on the mainstream
media in China's construction of socialist
core values of public opinion field*

我国主流媒体社会主义 核心价值观舆论场建设研究

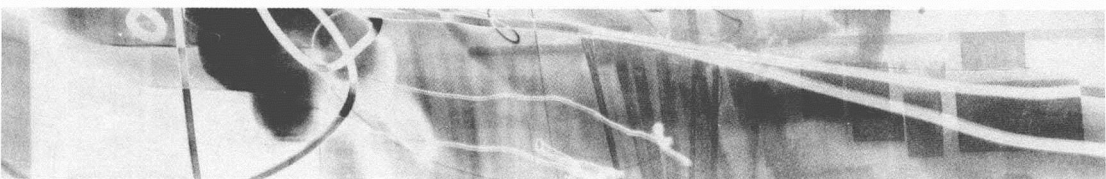


王慧 著



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

*Study on the mainstream
media in China's construction of socialist
core values of public opinion field*



我国主流媒体社会主义 核心价值观舆论场建设研究

王慧 著



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

图书在版编目(CIP)数据

我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设研究 / 王慧著.
—北京: 社会科学文献出版社, 2016. 4
(明伦新闻传播学研究书系)
ISBN 978 - 7 - 5097 - 8832 - 5

I. ①我… II. ①王… III. ①传播媒介 - 舆论 - 研究 - 中国
②社会主义建设 - 价值论 - 研究 - 中国 IV. ①G219. 2②D616
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 043013 号

明伦新闻传播学研究书系

我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设研究

著 者 / 王 慧

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 绯

责任编辑 / 刘晶晶 单远举

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: 14 字 数: 233 千字

版 次 / 2016 年 4 月第 1 版 2016 年 4 月第 1 次印刷
书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 8832 - 5
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

此著作为河南省教育厅人文社会科学
研究规划项目“社会主义核心价值观舆论
场建设研究”（2015 - GH - 461）的研究
成果

序

倡导和践行社会主义核心价值观，其根本目的就是要在当下的社会中重建价值观，树立人们正确的信仰。信仰既抽象又具体，从哲学层面看，它表现为一种世界观，从日常生活层面看，它渗透在衣、食、住、行中，具象化为一种世道人心。信仰既是观念，更是力量，它给人以前行的方向，更给人以前行的力量。

然而当前我国进入社会转型期，随着利益分配的分层、价值取向的多元、社会矛盾的增加，我国社会发展也进入高风险时期。这期间，一些非主流的意识形态通过网络、手机等不断扩大其影响。尤其是微博、微信等社交网络的兴起，正在改变舆论场中力量角逐的格局。面对当前社会转型期各种利益格局调整所引起的社会矛盾和问题，互联网已成为网民发表意见、关注社会现象、参与公共事务的重要渠道。反观我们的以党报为核心的主流媒体，在开展主流意识形态的传播中，尤其在传播社会主义核心价值观的新闻实践中，在相当长一段时间里，有的媒体存在故步自封、脱离实际、脱离群众的问题，导致主流意识形态存在被弱化甚至被边缘化的危险。

此外，商业资本的无孔不入，境外意识形态的渗透，都对公众的思想状态产生深刻影响，大量使用社交媒体的青年一代尤其如此。公众一方面承受着各种舆论有意无意的牵引和控制，另一方面也以传播主体的身份介入传播活动，参与舆论格局的重构。因此，在这一复杂的背景下，主流媒体必须承担起引领导向，凝心聚力，澄清谬误、明辨是非的社会责任，坚持正确的政治方向，牢牢坚持党性原则，积极寻找变革之路，尊重新闻传播规律，丰富媒体传播形态，提高舆论传播力、引导力、影响力、公信力。近年来，主流媒体的一些努力已经初见成效。从2015年的“人贩子一律死刑”转发事件中不难看到，传统主流媒体依然以其专业性和权威性对用户产生强大影响力。在媒体融合的背景下，传统主流媒体议程设置者



和把关人的身份并未消解，其通过积极投入融媒体传播，开办官方微博和微信公众号，议程设置和引导舆论的能力在一定程度上得到了增强。

在这样的大背景下，探讨我国主流媒体建构社会主义核心价值观舆论场，弘扬社会主义核心价值观，让更多受众认知与认同社会主义核心价值观，让我国主流媒体能够重新建构适应现实的、灵活运作的舆论引导机制，显得尤为重要。

本著作以中国特色社会主义理论为指导，借鉴国外有关场域的理论，探讨了我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设的内容、途径和方法，为我国主流媒体改善社会主义核心价值观传播提供了可资借鉴的参考意见，具有较高的学术价值和重要的现实意义。作者尽自己最大所能，到媒体调研采访，获取了主流媒体在构建社会主义核心价值观舆论场过程中的一手资料，这些来自实践的丰富资料，为本著作奠定了扎实的材料基础，也为该项理论研究增添了来自实践的生动和活力。

弘扬社会主义核心价值观，这是建设中国特色社会主义事业的重大主题之一，是需要传媒长期承担的一项重大主题宣传任务。作者作为一名“80后”的青年教师，勇于探索当前重大理论问题与实践问题，表现了一名博士应有的学术研究勇气和理论研究的时代担当。

中国传媒大学传播研究院院长、教授、博士生导师
中央马克思主义理论研究和建设工程新闻学科首席专家
全国新闻学研究会副会长
雷跃捷

目 录

绪 论	1
第一节 研究背景与现状	1
第二节 研究思路与方法	4
第三节 研究框架与创新	6
第一章 我国主流媒体与社会主义核心价值观舆论场的基本内涵	9
第一节 理论框架	9
第二节 我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场的内涵	17
第三节 我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场的特点	30
第二章 我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设的战略意义	35
第一节 巩固我国社会主义意识形态领导地位的迫切需求	35
第二节 新媒体背景下提升我国主流媒体舆论引导能力的迫切需要	39
第三章 我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设现状分析	45
第一节 我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设面临的复杂局势	45
第二节 我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设存在的问题	54

第四章 我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场的平台建设	64
第一节 以“大媒体”战略建构传播社会主义核心价值观的舆论阵地	64
第二节 构建社会主义核心价值观的网上传播舆论阵地	75
第五章 我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场的内容建设	85
第一节 以人为本的价值传播	85
第二节 讲故事的价值传播	98
第三节 以情动人的价值传播	110
第六章 我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场的方式建设	122
第一节 从独白式宣传到对话式传播	122
第二节 从高语境传播方式到低语境传播方式	131
第七章 我国主流媒体社会主义核心价值观传播有效性案例研究	143
第一节 渠道·技术·内容：三轮驱动，弘扬社会主义核心价值观——新华社传播社会主义核心价值观的实践	143
第二节 传递正能量，恪守国家电台的责任和品格——中央人民广播电台“中国之声”传播社会主义核心价值观的实践	159
第三节 中国特色传播道路之彰显——中宣部《党建》杂志传播社会主义核心价值观的实践特色	175
结 论	199
参考文献	202
后 记	211

绪 论

第一节 研究背景与现状

当前“中国模式”正在改变国际发展的整个格局，引起了世界的关注，越来越多的西方学者研究“中国模式”的成功之处，但更多的是对“中国模式”的担忧。美国某著名的智库人物就曾明确说，中国若是硬实力崛起，美国十分欢迎，但中国若是软实力崛起，中美两国之间将可能发生直接的、全面的冲突。还有“中国崩溃论”“中国威胁论”“中国发展不确定论”等言论，其实质就是对社会主义核心价值体系的否定，对中国发展道路的否定。

而社会主义核心价值观是社会主义核心价值体系的内核，引领着社会主义核心价值体系的构建。构建、传播和弘扬社会主义核心价值观是我国现阶段意识形态工作的重中之重，与我国坚持走中国特色社会主义文化发展道路，以及与社会主义事业的发展息息相关。然而传播社会主义核心价值观，是一个庞大、持久的系统工程。大众传媒在这个过程中应当发挥自己的独特作用。主流媒体有责任、有义务向受众传播社会主义核心价值观，因此探讨我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设，是我国社会主义核心价值体系建设研究的重要内容，具有重要的理论意义和实践意义以及极强的现实针对性。

古人云：“从善如登，从恶如崩。”社会主义核心价值观建设是一项持久的思想和精神领域的浩大工程，需要遵循科学规律去研究它，不是短期内就可以完成的。我国主流媒体如何传播社会主义核心价值观更需要深入研究与实践，要遵循新闻传播规律。目前我国主流媒体在传播社会主义核心价值观方面还存在许多问题。探讨我国主流媒体社会主义核心价值观舆



论场建设，是提升社会主义核心价值观综合传播能力的有益尝试，有利于探索社会主义核心价值观传播的新途径、新办法，不断提高我国新闻宣传工作的科学化水平。

然而以大众传媒为视角来探讨社会主义核心价值观舆论场建设的研究成果不多。

其一，以媒介为载体探讨传播社会主义核心价值观的研究。郑洁的专著《网络媒体传播社会主义核心价值观研究》（中国社会科学出版社，2012年）对网络媒体与社会主义核心价值观传播的内在关联、现状调查，网络媒体传播社会主义核心价值观的基本原则、方式和机制，以及网络媒体对社会主义核心价值观的有效传播都做了系统论述。还有郭明飞等的《以社会主义核心价值观引导网络舆论简析》（《学校党建与思想教育》2013年第4期）等文章。学界对网络媒体与社会主义核心价值观关注比较多，对网络文化与社会主义核心价值观、网络时代的社会主义意识形态建设等方面都做了全面阐述。还有徐帅等的《浅谈主流媒体社会主义核心价值观输出的心理学策略》（《今日中国论坛》2013年第7期），通过列举以往传统输出方式在人民群众心理上产生的不良影响和国外意识形态宣传领域成功的做法，探讨如何在社会主义现代化建设的攻坚时期运用传播心理学、新闻心理学等来输出社会主义核心价值观，以巩固我党宣传战线的主阵地。还有宋振文的《论电视传播与核心价值体系建设》（《新闻爱好者》2009年第12期）、郑继业的《论电视媒体在建设社会主义核心价值体系中的作用》（《当代电视》2009年第10期）等文章。值得提出的是欧阳宏生的专著《电视传播核心价值论》（北京大学出版社，2010年），该研究阐明了电视传播与社会主义核心价值体系的关系，借鉴西方关于社会核心价值的理论与实践，阐释了电视传播对中国社会、经济、文化的发展所起到的积极作用。在此基础上，该书以电视科学发展观为指导，全面阐述了电视新闻、社会教育、文化娱乐、信息服务在实现社会主义核心价值体系中的重要地位、作用和途径，并提出要以电视体制改革创新实现当代电视文化的转型，构建新型的电视和谐文化，促进社会主义核心价值的实现。

其二，探讨社会主义核心价值观与传媒关系的研究。姜春涌、谭辉的《宣传社会主义核心价值体系与传媒的责任》（《新闻导刊》2007年第1期）以中共十六届六中全会提出的社会主义核心价值体系的四个方面为理论基础，指出，“体现和落实社会主义核心价值体系，贯穿于新闻实践的

方方面面，而核心是对舆论引导方向的把握，重点是新闻作品生产的各个环节。要正确处理好‘一主’与‘多元’的关系，明确指导原则，处理好‘适应’与‘引导’的关系，理性对待读者需求，处理好‘义’与‘利’的关系，摆正媒体自身利益诉求”。

其三，探讨社会主义核心价值观宣传机制建设的研究。张运泉的《社会主义核心价值观体系宣传机制构建探析》（《广西社会科学》2012年第1期）从提高宣传主体素质、贴近宣传客体需要、找准宣传介体、优化宣传环体四个方面，从宏观上阐述了社会主义核心价值观体系宣传机制的构建。

其四，探讨社会主义核心价值观传播效果的研究。薛洪娟在《社会主义核心价值观体系的有效传播研究——基于受众角度》（福建师范大学，2012）中指出，“受众在社会主义核心价值观体系传播过程中的角色定位，决定了受众认同是社会主义核心价值观体系有效传播的重要标志，而传播过程中传播队伍、传播内容、传播媒介等因素存在的问题，使受众难以在思想上和行为上认同社会主义核心价值观体系”，并提出“提升传播者的素质，精心设计传播内容，强化媒介引导”三个方面是社会主义核心价值观体系有效传播的途径。廖志诚在《论社会主义核心价值观体系的有效传播》（《福建师范大学学报》2008年第1期）中指出，“社会主义核心价值观体系的传播效果存在有效和无效两种可能，其有效传播是传播者、受众和传播渠道诸因素相互作用、相互协调的结果，采取积极的措施提高传播者的素质、准确把握受众的价值需要、拓宽传播渠道是提高社会主义核心价值观体系传播有效性的必然要求。在社会主义核心价值观体系传播过程中还应当把树立正确的观念置于十分重要的地位”。

综上，我国对社会主义核心价值观、中国共产党主流意识形态建设等方面的研究经历了由冷到热、由隐到显的过程。目前与之相关的研究成果颇丰。这说明了我国学者对社会主义核心价值观研究的高度关注与重视，但目前的研究仍然存在不足：时政性强，学理性弱；零散性、附和性的研究多，系统性、学术性的研究少；理论层面的宏观研究多，实证层面的微观研究少；内容大同小异的多，真正有独到创新的少。学术界对提炼社会主义核心价值观内涵的研究一直存在不同的观点，无法达成共识，从而导致媒体对如何传播社会主义核心价值观、建设社会主义核心价值观舆论场等问题的看法长期模糊不清。

当前，虽然关于社会主义核心价值观的研究成果较为丰富，尤其从马



克思主义哲学、政治学角度切入的研究成果较多,但是从新闻传播学、舆论学视角研究社会主义核心价值观传播的成果较少。目前,我国学界与业界对社会主义核心价值观舆论场的研究还停留在口号上,不少研究浮在表面的多,深入的少,在现实指导性和针对性上都显得薄弱,没有明晰的“靶子”。学界对我国的“两个舆论场”关注较多,在新闻实践方面阐述较多,但是探讨主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设的研究,就目前笔者掌握的资料来看,仍然比较少。

社会主义核心价值观传播实质上是一个文化浸润、文化认同的过程,是一个长久的过程。需要大众传媒进行议程设置引导,讲究引导的艺术,“不显山不露水”地向受众传播社会主义核心价值观,需要结合媒介现实,进行社会主义核心价值观有效传播,深化受众对社会主义核心价值观的认同,真正内化到每个个体行为规范中,形成一种社会行为模式。因此,我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设研究,既是一个重大的理论课题,又是一个重大的实践课题。除了开展学理性研究之外,更要结合我国媒介现实,注重分析我国主流媒体构建社会主义核心价值观舆论场所面临的国际国内大环境下的严峻挑战,更要从我国主流媒体传播社会主义核心价值观的现状等问题的系统性研究入手,从舆论学、新闻学、语言学等多学科视角,结合大量的典型新闻案例,来阐述主流媒体如何构建社会主义核心价值观舆论场,从理论和实践的结合中,有针对性地深入开展。

第二节 研究思路与方法

一 研究思路

本研究以布迪厄的场域理论为理论依据来分析社会主义核心价值观舆论场,以此来提高社会主义核心价值观传播的有效性,以及主流媒体的影响力、传播力。

主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设问题,以场域理论来思考,即从关系角度来思考,从宏观上阐释主流媒体在一定的场域中传播社会主义核心价值观,结合刘建明在《舆论传播》中提出的舆论场构成的三个因素——人群密度与交往频率、舆论场的开放度、渲染物(渲染气氛),作

为主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设的理论依据。

本研究以此为出发点,人群密度与交往频率是通过一定的空间或平台来体现。那么,社会主义核心价值观舆论场的构建,对于舆论引导所起的作用,首先是要搭建一个平台,让受众进行交流、对话,从而扩大场域的空间。而舆论场的开放度实质上是与社会环境紧密联系在一起的,这种紧密联系的交叉点主要反映在以大众媒体为载体的舆论场,通过主流媒体新闻报道的议题,即舆论场的内容来体现,从而丰富场域的内容,增强场域的吸引力。舆论场的渲染物或渲染气氛也是舆论场构成的重要因素。渲染物(渲染气氛)可由各种话语构成,通过从独白式宣传到对话式传播,从高语境传播方式到低语境传播方式的转变,营造参与、交流、互动的氛围,从而增强场域的渲染力。

本研究在分析我国主流媒体构建社会主义核心价值观舆论场的现状基础上,结合大量的典型新闻案例,从平台建设、内容建设、方式建设三个维度进行探讨。

在研究思路,本研究试图倾注五种观念。一是国际观,即国际意识,在新媒体时代,国际问题国内化,国内问题国际化。本研究站在国际舆论传播的大环境下,研究国际涉华舆论,尤其是负面涉华舆论,探讨构建社会主义核心价值观舆论场的国际传播问题与挑战。二是文化观,详细阐述社会主义核心价值观的“24个字”与我国传统文化的内在联系,与西方所倡导的核心价值观的本质不同。三是历史观,从对中国共产党主流媒体构建核心价值观舆论场的历史考察入手,阐述主流媒体社会主义核心价值观舆论场的特征。四是实证观,以实证为基础去验证理论、考察实践、启迪趋势是本研究试图弥补以往研究欠缺的重要方面。五是系统观,从新闻传播学的视角探讨社会主义核心价值观传播的研究多为期刊论文,论著较少,论述零散,未形成统一体系,本研究将树立系统意识,最终呈现关于“我国主流媒体社会主义价值观舆论场建设”的较成体系的理论与应用综合研究。

二 研究方法

定性分析法:运用相关理论对相关典型的新闻性与非新闻性文本、视觉性与非视觉性文本进行细致考察和阐释。

案例分析法:分析我国主流媒体传播社会主义核心价值观的现状,以及主流媒体构建社会主义核心价值观舆论场策略,列举近年来发生的一些



重大社会热点事件以及典型新闻报道并进行分析说明。

实地调研和访谈：对一些主流新闻媒体进行实地调研，最大限度地掌握内部第一手资料，对新闻从业人员、政府官员进行访谈，扩充研究资料。

第三节 研究框架与创新

本研究运用布迪厄“场域—惯习”理论分析框架，阐释了社会主义核心价值观传播要在一定的场域中进行，这一场域是培育社会主义核心价值观的实践空间，是国家价值目标场域、社会价值取向场域、公民个人价值场域三个不同场域相互关联、相互交融下的生态舆论环境，并结合以往“舆论场”理论，以主流媒体为研究对象，探讨主流媒体构建社会主义核心价值观舆论场的理论框架，并针对我国主流媒体传播社会主义核心价值观的现状，从平台建设、内容建设、方式建设三个维度提出主流媒体构建社会主义核心价值观舆论场的策略：以“大媒体”战略构建传播社会主义核心价值观的舆论阵地，以及构建社会主义核心价值观的网上传播舆论阵地的社会主义核心价值观舆论场平台建设；坚持“人·事·情融合——以人为本、讲故事、以情动人”的价值传播的社会主义核心价值观舆论场的内容建设；从独白式宣传向对话式传播的转变以及从高语境传播方式向低语境传播方式转变的社会主义核心价值观舆论场的方式建设。

本研究共分八部分。

第一部分是我国主流媒体与社会主义核心价值观舆论场的基本内涵。

首先，以我国主流媒体为研究对象，从布迪厄的场域理论、刘建明提出的舆论场相关理论入手，探讨主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设的理论框架。其次，对主流媒体的内涵和社会主义核心价值观的内涵进行界定。最后，从中国共产党主流媒体构建核心价值观舆论场的历史过程进行考察，分析社会主义核心价值观舆论场的内涵及特征。

第二部分是我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设的战略意义。

从巩固我国社会主义意识形态领导地位的迫切需求和新媒体背景下提升我国主流媒体舆论引导能力的迫切需要两个方面阐释本研究的重要

意义。

第三部分是我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设现状分析。

首先，分析我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设面临的复杂局势，分别从负面社会现象增多、意识形态因素的多元化、互联网技术三个方面分析其对我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设的挑战。其次，重点分析我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设存在的问题。

第四部分是阐释主流媒体社会主义核心价值观舆论场的平台建设。

平台建设，实质上就是指我们舆论阵地的建设。本部分从以“大媒体”战略构建传播社会主义核心价值观的舆论阵地以及构建社会主义核心价值观的网上传播舆论阵地两个方面阐释主流媒体社会主义核心价值观舆论场的平台建设。

第五部分是阐释主流媒体社会主义核心价值观舆论场的内容建设。

社会主义核心价值观作为一个核心理念，它能够有效制约和引导非核心、非主导的核心价值观，它应该具有开放、包容的品质。只有开放的才是包容的，也是长久的。它需要进一步凝练，避免封闭性，才能吸引受众。只有贴近受众需求，丰富场域内容，才能达到社会主义核心价值观社会认可度高的效果。主流媒体对社会主义核心价值观进行宣传报道，要注重“人·事·情”的融合。本部分以“以人为本、讲故事、以情动人”的价值传播三个方面阐释主流媒体社会主义核心价值观舆论场的内容建设。

第六部分是阐释主流媒体社会主义核心价值观舆论场的方式建设。

创新话语表达，营造“参与·对话·互动”的舆论环境，增强场域的渲染力。本部分以从独白式宣传向对话式传播的转变以及从高语境传播方式向低语境传播方式的转变两个转变阐释主流媒体社会主义核心价值观舆论场的方式建设，使受众易于理解社会主义核心价值观，增强社会主义核心价值观传播效果，加强其有效传播的强度。

第七部分是我国主流媒体社会主义核心价值观传播有效性案例研究。

以新华社、中央人民广播电台“中国之声”、中宣部《党建》杂志三家主流媒体为代表，从媒体布局、传播内容、传播方式三个方面考察分析这三家主流媒体如何有效传播社会主义核心价值观，为我国主流媒体构建社会主义核心价值观舆论场提供现实参考。

第八部分为结论。

本研究创新之处在于以下两方面。

第一，选题新。

从舆论学、新闻传播学、语言学层面探讨社会主义核心价值观传播，是本书的创新之处。

第二，视角新。

在分析论证我国主流媒体传播社会主义核心价值观的现状基础之上，依据布迪厄的场域理论、舆论学的相关理论，从三个维度来探讨我国主流媒体社会主义核心价值观舆论场建设。

其一，平台建设。注重全媒体传播，建设传播社会主义核心价值观的多种媒体互动的舆论阵地和社会主义核心价值观的网上传播舆论阵地，扩大场域的空间，与互联网的民间舆论场从分离走向融合，与境外舆论场充分沟通与协调。

其二，内容建设。注重“人·事·情”融合，传播社会主义核心价值观内容，丰富场域的内容，增强场域的吸引力。人：“我思故我在。”在哲学中，“我”指的是“人类”，而在新闻传播学中，“我”指的是“具体的人”，人是价值的主体，是先进价值观的承载者和体现者。“人”作为主体，做主角，是传播价值的最佳载体，即坚持以人为本的价值传播。事：讲故事。“讲故事也是生产力。”一个国家的记忆，可以通过“故事”来呈现，这是传播价值的最佳方式，即坚持讲故事的价值传播。情：“情感”，“非理性因素”。传播学大师施拉姆说：“大量的实践表明，动感情的呼吁之逻辑的呼吁，更能导致态度的改变。然而，在实际上是很少能把这两者分开的……”^①我们通常所说的“动之以情，晓之以理”，就是找到情感和公理的契合点，即坚持以情动人的价值传播。

其三，方式建设。创新话语表达，营造“参与·对话·互动”的舆论渲染气氛，增强场域的渲染力。做到两个转变，一是从独白式宣传到对话式传播的转变。强调对话式的话语修辞。“沟通是使双方能通连。”注重受众的主体地位，注重对媒体分众化研究，强调传受双方交互的传播模式。二是从高语境传播方式到低语境传播方式的转变。低语境是新闻传播的根本特征，降低受众理解社会主义核心价值观的费力程度，增强社会主义核心价值观传播效果，增强其传播的有效性。

^① 转引李彬：《传播学引论（增补版）》[M]，北京：新华出版社，2003：252

第一章 我国主流媒体与社会主义核心价值观舆论场的基本内涵

第一节 理论框架

一 “场域”理论解读

“场域”理论由法国学者皮埃尔·布迪厄提出，是用来分析社会实践的重要理论工具。场域是布迪厄在1966年的《论知识分子场及创造性规划》中最初使用的一个术语，到了70年代后，场域概念在他的著作中显示出重要性。布迪厄认为，“场域才是首要性的，必须作为研究操作的焦点”。^① 布迪厄认为，社会世界是由相对自主的社会小世界构成的，所谓社会小世界，就是客观关系的空间，也就是场域。他是这样对“场域”下定义的，“从分析的意义上来讲，场域可以定义为位置之间的客观关系的网络或构型。就这些位置的存在及其强加于它们的占据者（无论是行动者还是机构）的种种限制而言，这些位置在客观上是由它们不同类型权力（或资本）的分配结构中实际或潜在处境以及它们与其他位置的客观关系（支配、服从、类似等）所决定的，而拥有权力和资本，则意味着可以获取场域中利害攸关的各种特定利润”。^② 这一概念体现为三个方面。

第一，场域是一个具有相对独立性的社会空间。布迪厄说，我们可以把场域设想为一个空间，在这个空间里，场域的作用得以发挥，并且，由

① 布迪厄，华康德．实践与反思：反思社会学导引 [M]．李猛，李康，译．北京：中央编译出版社，1998：13

② 皮埃尔·布迪厄．科学的社会用途——写给科学场的临床社会学 [M]．刘成富，张艳，译．南京：南京大学出版社，2005：13-14