

MEIJIEHUA SHIDAI DANG DE
ZHIZHENG NENGLI YANJIU

黄丽萍 著

媒介化时代党的执政能力研究



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

MEIJIEHUA SHIDAI DANG DE
ZHIZHENG NENGLI YANJIU

黄丽萍 著

媒介化时代党的执政能力研究



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介化时代党的执政能力研究 / 黄丽萍著. — 北京:
中央编译出版社, 2014. 6
ISBN 978-7-5117-2177-8

I. ①媒… II. ①黄… III. ①传播媒介—应用—中国
共产党—执政—党的建设—研究 IV. ①D25

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 105319 号

媒介化时代党的执政能力研究

出版人: 刘明涛

出版统筹: 曹巍

责任编辑: 张树相

责任印制: 尹璐

出版发行: 中央编译出版社

地址: 北京市西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座 (100044)

电话: (010) 52612345 (总编室) (010) 52612363 (编辑室)
(010) 52612316 (发行部) (010) 52612315 (网络销售)
(010) 52612346 (馆配部) (010) 66509618 (读者服务部)

传真: (010) 66515838

经销: 全国新华书店

印刷: 三河市天润建兴印务有限公司

开本: 710 毫米×1000 毫米 1/16

字数: 194 千字

印张: 13.5

版次: 2014 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

定价: 40.00 元

网 址: www.cctphome.com

邮 箱: cctp@cctphome.com

新浪微博: @中央编译出版社

微 信: 中央编译出版社 (ID:cctphome)

本社常年法律顾问: 北京市吴栾赵阎律师事务所律师 闫军 梁勤

凡有印装质量问题, 本社负责调换。电话: 010-66509618

目 录

导言	1
第一章 媒介化时代与政党政治发展	12
一、一个凸显“治理媒介化”的时代降临	13
二、“媒介化”与执政生态的变迁	15
三、媒介执政的内涵	22
四、媒介场域转换中要高度重视政党的媒介执政能力	28
第二章 媒介化时代的“全民围观”现象	32
一、一种“围观”的政治样态呈现	32
二、“湘潭神女”与“口罩实名制”等事件的围观效应	34
三、围观带来的问题思考	38
第三章 媒介风险与政党执政的策略调整	51
一、媒介化风险社会的来临	51
二、网络群体极化：媒介化时代的一种新型危机	57
三、网络集群的表现特征	59
四、网络群体极化造成的风险性危机	68

五、政党化解网络群体极化的策略应对	72
第四章 媒介化时代执政党话语能力建设	76
一、话语权与政党	77
二、执政党“革命”式话语的出场及特质	83
三、时代的变迁与主题的呼唤：媒介化时代的话语发展趋势	86
四、时代主题的诉求——中国政党“新话语”体系的建构	90
五、中国执政党话语变迁余留的思索	98
第五章 媒介化时代执政党政治表达的调整	101
一、“媒介化”发展凸显话语表达的重要性	101
二、媒介化发展凸显“公共话语空间”的成长	104
三、媒介化时代民意表达的样态与特征	110
四、媒介化时代政党加强政治表达的策略调整	115
五、中国共产党政治表达的中国气派与中国作风	120
第六章 传媒政治中的政党形塑	122
一、媒介化发展与景观政治的突显	122
二、“政党形塑”：媒介化时代政党研究的一个重要维度	125
三、媒介化发展对政党形塑带来的影响与挑战	127
四、媒介化时代中政党形象的调整与转向	134
第七章 西方政党运用新媒体的现状及启示	141
一、媒介化时代西方政党的现代性征候	141
二、西方政党的理论创新及应用	146
三、媒介化时代西方政党的现代性纠错	157
四、对中国执政党的借鉴及启示	160
第八章 中国执政党的“适应性”变革与转型	163
一、网络发展进一步促进社会的转型与发展	163

二、社会功能转型的一种视角分析.....	164
三、中国执政党的结构功能特点及状况.....	166
四、中国执政党的适应性变迁与调整.....	167
五、社会发展与政党自身变革的内在逻辑及前瞻.....	176
参考文献.....	180
后记.....	202

导 言

人类社会从第一次的语言使用、第二次的文字创造，到第三次的印刷术发明、第四次的电报、电话、广播、电视的发明及应用，再到当前第五次的计算机与现代信息网络技术的结合与应用。可以说人类社会的传播交流方式从最早的语言与文字，到后来的纸张与印刷，再到当前的电视电话与网络媒介，一直不停地进步着。尤其是到了互联网数字时代，随着各种新媒体的崛起，人类社会的传播交流渠道与方式发生了革命性的变革，各种新媒介对人们的工作方式、生活方式，甚至思维方式产生了深刻的影响。媒介作为现代社会的重要表征和结构功能要素，与现代人的工作、生活与休闲产生了密切的关联。媒介技术逐渐实现了与人的现代性高度互动。因为媒介与现代技术实现了联姻，并通过各种声音、图像与文字为人们提供了多元性选择与多元性解读和了解，并对人们产生了潜移默化的深刻影响。由于现代信息的传播是一种高速的多媒体传播与交流的系统，它能在全球甚至更大的范围内传输图文声像并茂的多媒体信息。这种多媒体信息越来越呈现出“大影像”文化传播变迁的趋势。这种“大影像”媒介传播技术对现代人工作、生活和娱乐休闲方式的高度介入，必将影响甚至取代传统权力的一些功能。尤其是信息资源无疑会成为现代性权力结构的核心要素；传统意义上的以资源、地位、金钱等明显的物质化特征为核心的传统权力结构为了更好地适应现代社会发展也必将得以改变和调整。社会各个群体、各个层次与组织和团体的自下而上的呼吁、批判、抗争甚至冲击的频率必然随着媒介技术的发展与信息的高

度开放而大大增加，世界各地的政治、文化必然会表现出一些新的发展趋势与特点。

媒介全球化，超越时空限制是当今社会发展的必然趋势。在这一时代，各个国家、地区与民族的文化和传播内容将突破地方性知识的约束，走向世界，并在全球范围内接受检验与评价。媒介随着信息技术的日益复杂化，已经摆脱了传统意义上承担简单的劝服、宣传与教育的政治功能，相反媒介的发展使政治事务更加社会化与世俗化；国内事务超越了区域性影响变得更加国际化、普遍化。无论是政治、经济，还是文化上的发展几乎都需要借助于媒介才能够顺利实现。从某种角度上来看，媒介技术的发展对政治、经济与文化的权力形态产生了一些异化，使其有可能受某些新型媒介的影响越来越大，产生新的权力结构与体系。在这个时代，人们真正可以利用网络技术来控制政治、经济权力的过度侵入，并且利用网络媒介实体化的倾向，影响政治、经济、社会与文化。

由于各种新媒体在信息全球化中扮演着一个至关重要的角色。世界各个国家中的一些政党与组织，都已经认识到大众媒体的重要性，衡量成败和力量强弱的将是获取和运用通过大众传媒得到的知识和其他资源的能力。各国政党都将媒介看作是政党和政党之间增强经济、政治和社会实力的必不可少的工具，开始有意识地利用大众媒体，加强各种议程设置，使其更好地服务于政党与民众。尤其是一些西方发达国家中的政党，充分利用信息技术优势进一步扩大自己的新闻信息控制权，无限制地“跨国界”展示与宣传自己；而信息技术力量薄弱的一些政党很难让世界听到自己的声音，在世界政党交往中处于弱势地位。

世界管理思想大师彼德·德鲁克在《21 世纪的管理挑战》一书中提出，人类社会正经历着一场信息革命。这场革命并不是仅仅表现在机器设备、软件或速度上的一场物化革命，更重要的是一场“概念”或“观念”上的革命。这场革命随着媒介的应用、新闻传播变革与视觉文化的到来已演变为“媒介化社会”的“新交往革命”。在这场“新交往革命”浪潮冲击下，各种新媒体技术方兴未艾、各类媒体



高度融合、各层面的官媒自媒交织博弈，这些都对当前整个新闻传播体系，特别是意识形态的传播提出了极为严峻的挑战。接触媒介和使用媒介成为政党、个人与各种社会群体社会交往的重要方式。而在这其间，由现代科技直接推动的影像符号环境的构造，尤其值得我们关注。电子时代终于使影像的生产拥有了传统机器大工业生产的规模。影像产品的产量如此之大，影像产品的类别如此丰盛，以至于人们时时在与影像共同生活。这是一种带给人类前所未有生活方式的显现和生活经验的累积；对大众传播及其传播信息的控制越来越成为政党之间意识形态竞争的焦点，以信息全球化和传播全球化为战略口号的一些西方政党，将进一步通过信息网络技术对发展中国家和政党进行渗透和控制，尤其是信息和文化方面的渗透。即时通讯、维基百科、微博等社交媒体，无疑成了重新建构、积聚与整合个人影响他人的权力的有效工具。在网络时代社会大众参与政治越来越便利，参与性也越来越强烈，这无疑加强了政党与社会和民众之间的互动。传统的由政治团体或市民团体层层书面呼吁组织参加集会方式正在被放弃，取而代之的是，互不认识、没有任何政治组织形态的“同志式”的推特传播组织形式。但社交媒体在其特有的权力空间内，对民众上街中起到的情绪串联、群体协商、网络鼓动、政治发起等助推甚至源起作用是不容小觑的。

特别是 Web 2.0 时代 Facebook、Twitter 技术的应用对政党政治的运作产生了很大的影响。例如 2008 年美国民主党派与各党派对决进行总统大选的时候，民主党派的奥巴马团队在竞选过程中，成功利用了 Facebook、Twitter 等社交媒体推动选举，使奥巴马成功竞选，他因此也被称为第一位“互联网总统”或“Web 2.0 总统”。在 2010 年美国中期选举，高达 22% 的美国成年人使用社交媒体参与并影响中期选举。在 2011 年初所发生的“阿拉伯之春”的骚乱中，很多参与者就是社交媒体的用户，他们用互联网新技术相互鼓动、号召、联络、沟通和协调运动，使这场政治运动轰动一时，对这些国家的政治产生了深远的影响。2011 年夏季，西方发达国家的民众纷纷在伦敦、巴黎、柏林、费城和旧金山等进行了示威游行大运动，其中 Face-

book、Twitter 等社交媒体在组织活动与联系各团体与组织方面起了很大的作用。再如，2012 年 6 月 22 日晚，日本发生“包围首相官邸”的行动，大约 4.5 万名参与者基本上是通过推特进行组织起来的。利用推特加强信息传播力、活动号召力和政治运作力，对本国的政治议程施加影响。通过这些社交媒体发动政治运动对当代政党政治发展无疑会产生了重大影响。政党内部的等级化、秩序化、中心化等特征受到根本的动摇，政党的权威影响与合法性也受到社会大众力量的实质性怀疑与指责，政党原有的、自上而下的治理权力受到了削弱、再配置甚至异化。从社会层面看，民众与机器、群体与国家、信息与权力、数字流与世界政治等诸多关系之间构成了一些对抗或共谋，出现了新的博弈空间，政治、经济、科学、文化、商业、军事随着信息进行反复的交汇与转移，形成更广维度中的新权力结构。政党在高度媒介化时代的纲领、理念、结构及其治理策略无疑要发生重大调整与变革，政党政治出现的一些新情况、新特点与新趋势，无疑也引起国内外学界的高度重视，学界开始尝试从政党生存的环境、政党自身的结构、政党与媒介和民众等诸多复杂多变的关系中展开了研究。

随着新媒体对政治、文化和社会影响越来越深刻，媒介与政党关系也逐渐成为西方学界关注的一个重要维度。国外学界通常把政党与媒介关系放在社会大变动的纵深宏大开阔的视野之中理解与研究。其研究主要分为两大阶段：第一阶段（20 世纪 60 年代—90 年代）充分利用电视提升政党治理能力与各项制度的创新（S. 亨廷顿、A. 兰内、N. 波斯特曼、R. 哈特和 N. 加布勒等学者为代表）；第二阶段（20 世纪 90 年代至今）加强新媒体与政党创新关系研究（克里斯托弗·皮尔森、理查德·K. 斯克尔、约翰·基恩和尼古拉·尼葛洛庞帝等学者为代表）。比较有代表性的理论研究模式与观点是：一是哈切登的“五种理论”模式。哈切登认为所有媒介受到执政党的控制，政党应利用媒介加强其观点和政策传播，同时利用媒介加强社会动员，并以支持国家社会发展进步（1981）；二是赫伯特·阿特修尔的批判模式。该模式提出媒介同样适用于政党与社会民众和组织的双向

交流,以及政党自身变革(1984;1989);三是罗伯特·毕加德的综合模式。毕加德在综合上述理论模式的基础上提出一个带综合性质的模式,旨在推进政党利用新闻媒介进行社会发展,提升社会责任意识(1985);四是贝克的媒介化风险模式。随着新媒体发展,社会存在媒介化风险与危机,政党要善于利用新媒体提升执政能力,化解执政风险与危机(1986);五是约翰·基恩的民主参与模式。政党要适应大众传播时代的参与式民主发展要求,创新民主参与模式(1999);六是安东尼·唐斯的政党组织结构创新模式。新媒体时代要变政党组织等级金字塔模式,建设扁平结构,以更好地促进水平沟通(2006)。

从上述来看,西方学界对政党与媒介的研究主要从以下几个方面得以体现:一是从传媒与政治的关系演进角度阐明政党与媒体关系的历史由来及其发展,关注媒体对政党政治的影响及政党自身适应性变化;二是西方学界研究发现新媒体发展可能削弱政党功能,政党如何加强创新适应新媒体发展是亟待解决的问题;三是政党实施应对新媒体的影响和控制策略,及时化解消除其对政党的负面影响;四是国外学界侧重于探讨政党与媒体一般性的关联文献较多,对于如何利用新媒体推进政党系统性建设论述较少。

国内学界的研究主要集中在政党如何充分利用媒体技术优势,探索新思路、新方法以加强创新。其中比较具有代表性的观点:一是媒介化时代党的舆论引导机制创新研究,重视媒介发展与舆论的变化(范银红 2010;任贤良 2011;葛娅娜、张衍前 2005;魏伟 2011);二是从政治流通的视角分析媒介与政党的关系,提出政党与媒体共处与互动机制研究(孙朝晖,谢仁成 2005;王长江 2009);三是加强网络党建工作创新模式研究(王守光、孙朝晖 2005;邓国峰 2006;马晶 2008;顾育豹 2009;朱林婷 2011);四是利用现代传媒创新党内民主机制,推动党内生活民主化发展(王瑜 2005;齐先朴 2007);五是加强传媒时代党的干部媒介素养培育,提升领导艺术和领导水平(骆正林 2009;袁军、王宇、陈柏君 2000;张丹、李安 2010)。六是利用大众传媒提升党的执政能力(龙潭 2009;李安 2010;童兵 2011)。

上述研究主要特色:一是学界主要从互联网、手机网络、信息网

党的执政能力建设是党的一项根本建设。十八大报告提出全面提高党的建设科学化水平，把建设创新型的马克思主义执政党放在突出地位。十八届三中全会强调，紧紧围绕提高科学执政、民主执政、依法执政水平深化党的建设制度改革。随着新媒体对党的结构、功能、机制以及执政与治理的影响越来越大，我党如何针对媒介化时代特征加强执政能力建设，必将引起广大理论工作者的广泛关注。在媒介化时代以我党如何创新执政、如何创新执政为切入点来研究党的执政能力建设，将会开启一个新的理论研究视野，并有助于提高党的建设科学化水平。

首先,从执政理念、组织模式、治理手段、执政方式和形象塑造等方面建构媒介化时代党的执政能力建设理论框架;其次,选取党与

新媒体互动的一些代表性案例进行实证研究，分析党在应对新媒体的过程中为何创新执政、如何创新执政，同时以实证和案例验证完善理论分析框架。媒介化时代党的执政环境面临一些新的机遇与挑战。媒介化时代政治发展表现出威权政治去魅化、政治空间透明化、权力运行弥散化和个体政治能力增殖化等特性，这必将对党的执政能力建设产生全方位的影响。这为党善于学习、运用和借鉴各种现代管理方法和手段提高执政能力提供了诸多机遇，使党的执政内容、执政手段与方式等更加丰富多样，同时使党的组织运作方式、党的表达功能、舆情引导方式等也面临全新的挑战。

本书研究的主题是紧紧围绕党的十八大报告提出的全面提高党的建设科学化水平，把建设创新型的马克思主义执政党放在突出地位，纳入马克思主义的新闻传播学理论视域中来阐述在媒介化时代如何加强创新型政党的执政能力建设。

从本书的结构安排及其框架体系来看，按照媒介化时代政党如何适应媒介发展的要求，进行系统归纳、分析、解释、说明进而得出结论，为考察政党的适应性建设提供一个具有较强解释力的整体结构与分析框架。指出政党的执政环境发生了深刻变化，要主动适应媒介化时代如何创新各种制度与治理机制，如何加强对执政方式、治理模式、组织结构与运作机制、舆情导向机制等的创新。

本书的研究方法主要采用结构功能主义研究方法，从政党的结构—功能的理论视角，分析传统媒体时代与新媒体时代党的结构功能的差异，为政党政治研究提供了新的框架，尝试开辟一条从部分与整体、结构与功能的相互关系上进行政治分析的新途径以丰富政党政治研究的内容。首先，根据新媒体发展以及与政党的内在关联，运用相关传播理论、风险治理等理论，提出切实创新策略；其次，把媒介化时代党的执政能力建设与传统媒体时代相比较，凸显党的发展要与时俱进。从物质技术层面，加快党的信息化、电子化的发展；从制度层面，推进党的民主化、法制化建设；从文化价值层面，彰显党的自由、民主、平等和公正，以改革创新精神全面推进党的建设新的伟大工程。

第二章：媒介化时代的“全民围观”现象。“关注就是力量，围观改变中国”。诸多舆情、焦点和痛点事件，经过人们的网络围观，夹杂着各式各样的观点、看法和意见等，在当前的社会中掀起了一轮又一轮的舆论风潮。任何地区性、局部性或偶然性的问题，都可能变成全民“围观”的公共话题，“围观”的背后彰显出一系列的深层社会问题。在前网络时代，公民围观受到交通、通讯、媒体覆盖等方面的限制，速度与规模都上不去。在网络时代，一次次网络围观构成了一幅别样的政治景观，让人过足了眼瘾。可以说网络时代是民权舒展的时代，更是民意伸张的时代。我们党一定要珍惜网络民意，把民意纳入制度化建设之中，让民意得以畅通表达和圆满解决，促进社会和谐发展。

8



中的“网络哄客”行为和参与“显性化”等明显特征。这种风险性危机会对社会秩序造成稳定危机，对政党组织运作造成管理危机，对执政舆情造成引导危机，对执政合法性造成认同危机。由于在媒介化时代中民众政治参与的广度和深度都在拓展，作为执政党，必须及时调整策略，创新社会治理模式，创新治理思维，发挥主导功能，加强网络舆情引导，实施适度的社会控制，促进多元理性交流，增强共同互信。只有这样才能保持社会的和谐稳定。

第四章：媒介化时代执政党话语能力建设。媒介化时代的话语发展新趋势需要政党加强话语能力建设，在媒介化时代，大众话语表达与传统相比较主要体现以下几个特征：一是话语表达主体的多元性与异质性；二是民间话语表达的场域与路径的转向；三是大众话语表达呈现“去中心化”与“群体偏好”特征。尤其是网络舆论作为后现代社会中民众情绪的一种真实、广泛的表达与流露，对中国的政治讨论和决策的影响力正在持续增加。中国政党“新话语”体系主要从以下几个方面建构：一是实现“一元主导”与“多元辅补”。一方面是始终牢牢确立马克思主义作为中国特色社会主义话语权的主导地位；另一方面要承认话语在中国现实社会中的多元存在，同时马克思主义主流话语要吸取多元话语的精华，发挥其对主流话语的辅助补充作用；二是积极营造与完善公共话语场，提升话语的公共性效应，并确保社会主义核心价值观要成为真正引领我国舆论的核心和主流；三是实现“官方话语”与“民间话语”的有序互动；四是掌握话语主导权，积极引领网络话语；五是实现话语与合法性的融通；六是倡导以人为本，建构和谐社会。进一步促进中国梦、和谐社会与价值共识逐渐成为当今的话语主流，坚持以政党话语推进现代多元共存与共进的社会和谐话语发展。

第五章：媒介化时代中执政党政治表达的调整。在媒介化时代中随着新媒体的开放性、自主性和超越时空性促进了新意见阶层的崛起、民意表达路径的转型，以及民意表达的多元、差异、互动以及群体偏好等一下子汇聚在一起，网络民意表达不仅占据了很多中国政党传统政治表达的资源与空间，甚至改变其政治表达的结构与功能，而

且呈现出许多独特样态与特征。媒介化时代中的新闻、舆情与网络话语已经成为现代社会公众展示自己表达权的最重要方式与渠道，这既给中国执政党的政治表达带来一定的机遇，同时也增加了诸多的风险与挑战。执政党的表达范式也应随着新媒体的发展进行调整与创新。中国执政党在调整与改进传统政治表达的同时，要积极拓展政治表达的路径与渠道，更要提升视觉表达与形象表达等富有特色的政治表达，并加强对网络舆论管理与引导以增强有效的治理，巩固执政的合法性基础。

第六章：传媒政治中的政党形塑。媒介化进一步促进了当代景观社会的发展，景观形象在人们日常生活中的作用越来越明显。任何政党与组织都十分清醒地认知景观社会中形塑的重要性与意义。网络空间的传媒很可能成为“形象政治”的最佳传递者和塑造者，人类社会也将逐渐步入一个“形象主导”的时代。但是在网络空间中，政党的形象发展同样遭遇到前所未有的危机与挑战。面对危机与挑战，政党必须加强从威权和神秘转向亲民与务实；从单纯的依靠意识形态转向适应新媒体；坚持以民心为坐标，提升政党形象；注意提升党的形象评估与修复能力。特别是要在意识形态、执政理念以及价值诉求等方面进一步拓展和完善，积极开辟多种路径，以提升政党形象。

第七章：西方政党运用新媒体的现状及启示。信息化时代中人类社会的组织形态也随之发生了革命性的变革。这种组织形态的变革对政党政治的发展造成了很大影响。传统政党的政治功能、阶级观、价值观以及合法性的依据，已经无法适应新媒体时代飞速发展变化的客观要求，传统政党生存与发展的境域面临很大的风险与危机，显示出一些现代性症候，政党的政治功能、政治行为与政治过程都表现出与新媒体的时代难于融合的症状。这些症状主要表现为：一是“阶级政党”模式的衰落；二是意识形态的模糊性；三是传统“左”与“右”区分的衰落；四是传统意义上的西方政党发展模式选择陷入困境；五是政党传统政治沟通功能的退化等等。西方发达国家中的主要政党为迅速适应这个时代的发展，根据时代的现实状况提出一些现代性纠错方案，作为规避风险与解决危机的一些尝试与探索。首先是加强理论

创新，西方政党纷纷提出了“网络党”理论、“媒体党”理论、“新闻执政”理论和“政党软实力”理论；其次在实践操作中：一是倡导中性政治；二是反对结构性权力；三是倡导基层民主；四是积极应对新媒体。

第八章：中国执政党的“适应性”变革与转型。中国执政党在社会转型与变迁的现实境遇中，为更好地适应媒介化时代的发展要求，逐渐实现了自身结构功能的适应性变革与调整；在治理有效性中逐渐增进合法性功能，使政党结构一功能的现代性得以转换与提升，以实现自身良性建设、国家功能健全、公民权利进步和社会和谐发展。

本书提出的主要观点：媒介化时代政党在组织层面坚持由垂直转向扁平化；在治理层面，由动员型、效能型转向适应型与民主型；在执政层面由控制型转向引导型与协商型；在形象塑造层面，由威权型转向亲民型、公共型与媒介型。要正确处理好政党、媒体和民众三者之间的关系，促进党自身结构、机制、功能和执政方式不断科学化、规范化和现代化。注意发展与丰富党的媒体战略理论与思想：一是加强党的媒介执政的理念与党的媒体战略策划；二是处理好党的领导、执政理念与媒体战略思想的关系；三是通过科学的方法制订媒体策划，同时加强媒体战略策划的反馈和调整。为建立和完善媒介化时代中党的建设“创新系统工程”，提供一个全新的理论诠释与视角。