

## 新媒体时代主流意识形态新闻学“型塑力”弱化及建构<sup>〔\*〕</sup>

○ 刘文辉

(华侨大学 新闻与传播学院, 福建 厦门 361021)

〔摘要〕新媒体所催生的“众声喧哗”新闻景观以及市场经济、全球化所引发的多元意识形态“众神狂欢”,导致主流意识形态新闻学“型塑力”式微,主要表征为官方舆论场在权威信息发布的缺席或犹疑、新闻话语的“老化”“僵化”和“分化”以及公信力匮乏。仅从主流意识形态的外视角也即“传播学偏向”而言,新媒体的颠覆性建构与解构、新闻体制的滞后性以及社会语境的复杂性看似主因。然而,主流意识形态的内视角,也即“政治学偏向”的社会建构却被漠视了。其实,政治过硬就是最好的传播。否则,一个糟糕的社会生态与政治治理现实,无论主流媒体怎样巧舌如簧,都不可能造成一个令人称心如意的政治传播舆论场。

〔关键词〕新媒体时代;主流意识形态新闻学;型塑力;弱化;建构

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2018.05.008

主流意识形态新闻学的“型塑力”是指主流媒体通过意识形态新闻叙事,对受众的意识主体性、思想导向性以及价值倾向性进行询唤、塑造和改造的能力。众所周知,大众传播时代主流意识形态新闻学对受众的意识、思想和价值观的“型塑力”始终处在随心所欲的“霸权话语”状态。然而,新世纪以来,新媒体所催生的“众声喧哗”新闻景观以及市场经济、全球化所引发的多元意识形态“众神狂欢”,已经从根本上动摇了这种“霸权”性。主流意识形态新闻学“型塑力”式微,风光不再。

作者简介:刘文辉,博士,华侨大学新闻与传播学院教授,华侨大学海峡传媒研究中心主任。

〔\*〕本文系国家社会科学基金一般项目“新媒体时代主流媒体新闻学提升影响力研究”(项目编号:15BXW004)的阶段性成果。

那么,如何拯救其渐已疲软的“型塑力”?愈来愈成为政治场域与新闻场域的重点难题。为此,必须首先弄清主流意识形态新闻学“型塑力”是如何被弱化的?然后才能寻找路径建构。

### 一、主流意识形态新闻学“型塑力”弱化的表征

无论你愿意与否,新媒体都以其交互、即时、便捷等前所未有的解构力与建构力,颠覆了大众传播时代的基本传播范式,使自身成为“思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器”,改写了“舆论引导的新格局”。新华社原总编辑南振中认为,当下的中国客观上存在两个舆论场:一个是党报、国家电视台、国家通讯社等“主流媒体新闻场”,即官方舆论场,它忠实地宣传党和政府的方针政策,传播社会主义核心价值观;一个是依托于口口相传特别是互联网的“民间舆论场”,人们在微博、BBS、QQ、博客上议论时事,针砭社会,品评政府的公共管理。<sup>[1]</sup>客观而言,新媒体时代官方舆论场在生成主导舆论、通过主流意识形态型塑社会主义核心价值观上,虽然仍发挥着不容替代的积极影响,可是也毋庸讳言,官方舆论场处在民间舆论场的话语喧嚣中,主流声音已再难以形成主流影响。人民日报社原社长张研农曾说:“我听过年轻人的调侃,看半天微博,要看七天新闻联播才能治愈。这个调侃说明,中国目前确实存在两个舆论场,如果我们只关注了一个而忽略另一个,对中国国情的认识会失之偏颇。”<sup>[2]</sup>

两个舆论场存在对峙的情势说明,官方舆论场中常态的“主流媒体引导主流舆论,主流舆论引导社会舆论”的传统格局,往往异变成“网络舆论影响社会舆论,社会舆论影响主流舆论”的新格局。比如在诸多社会热点问题上,官方媒体不仅屡屡“失明”“失语”,陷入新一轮思想僵滞,而且面对群众焦虑的问题也是关注不够,正面宣传流于“自话自说”,甚至“自娱自乐”。<sup>[3]</sup>概而言之,主流意识形态新闻学“型塑力”弱化主要表现为以下几个方面:

首先,主流意识形态新闻学的官方舆论场在权威信息发布的缺席或犹疑。主流媒体尽管是党和政府的喉舌,也是人民的喉舌,但在现行的媒体管理体制下,媒体进行新闻生产的现实逻辑还是以党和政府的喉舌为最高原则,人民的喉舌往往成为一种好看不好用的媒体修辞学。中国正处在社会转型期,社会矛盾突出,突发事件频发,每当遇到突发性事件或者公共危机事件时,主流媒体往往因为严格的内部规定经常处于无动于衷的无视状态。有的消息即使能够播发,也要经过特别的请示报告程序,进入新闻生产流程也要层层把关。而网络新媒体不仅没有主流媒体的新闻禁区,也没有严厉的把关人。有事就上,有话就说,程序简单,报道快捷,先声夺人。尤其是2010年微博元年及其2012年微信面世以来,中国进入了“微时代”。“无论是‘7·23’温州动车事故,还是‘让领导先飞’的宁波机场风波;无论是徒手接住高空坠落女孩的‘最美妈妈’,还是饿死九旬老母的‘武平公务员’;无论是炫富的‘郭美美’,还是直播开放的‘蠢局长’,都是由微博最早播报,迅速引起全国普遍关注,并形成强大的舆论飓风的。”<sup>[4]</sup>在这些网

络事件中,“第三力量”的微博“意见领袖”发挥着巨大的影响力。他们将微博变成“舆论厨房”,通过微博转发和评论,可以将某一件事情迅速推向舆论高潮,甚至还可以设置议题,改变公共舆论议题的走向。

以“7·23”温州动车事件为例,当事故发生4分钟后就有乘客通过微博发出第一条消息;事故发生13分钟过后,又有乘客发出微博求救,该微博的转发量突破了10万;事故发生12小时后微博上相关讨论已经突破200万条。比如新浪微博,截止7月24日12时,已有320万条关于这起事故的微博。在这起网络事件中,“意见领袖”功不可没。事故发生的当天,转发量较大的微博意见领袖包括当事者“羊圈圈”、主持人黄健翔、作家郑渊洁、互联网高管老榕、新浪名博“作业本”、记者“稻草云”等。在这些意见领袖的助推下,温州动车事故引起广泛关注,为舆论兴起奠定了基础。<sup>[5]</sup>

与网络新媒体的迅速全方位报道相比,主流媒体表现尴尬。一些全国性报纸,7月24日,对前一天的3个热点新闻(“7·23”温州动车事件、赖昌星引渡回国、挪威暴力事件)在首页全部付诸阙如。<sup>[6]</sup>一些主流媒体虽然进行了报道,比如《高铁是中国必须经历的自我折磨》(《环球时报》2011年7月25日)、《从温州动车追尾事件看中国社会主义体制优越性》(《公益时报》2011年7月26日),但却站在主流意识形态高位上进行宏大话语的新闻叙事,同人民对事实真相的渴望背道而驰。

人民网的评论说的极是,在舆论的战场上,官方媒体确实往往反应迟钝,在与新媒体的竞争中处于劣势。舆论阵地,官方媒体不去占领,新媒体就必然会占领。新媒体“光脚”的网民“草根气”十足,光脚接地气,草根接民气,像《人民日报》评论里说的“民心可敬,民意可畏,民气可用”。官方舆论场太过“自律”了,这种“自律”说白了就是自我设限、自我封闭、不敢说话,久而久之不会说话了。<sup>[7]</sup>

其次,主流意识形态新闻学话语的“老化”“僵化”和“分化”。所谓“老化”就是官方舆论场在进行主流意识形态新闻叙事时,观念“老化”、八股文风的话语表达“老化”,被戏称为“常说的老话多、正确的废话多、漂亮的空话多、严谨的套话多、违心的假话多”。一味大讲官话套话废话假话空话,把官方舆论场当成了宣传场,没有真正地表达群众的呼声。这就形成了“与新社会群体说话,说不上去;与困难群众说话,说不下去;与青年学生说话,说不进去”的局面,由此必然造成官方舆论场人气冷清。<sup>[8]</sup>

所谓“僵化”就是主流意识形态新闻学面对不断变化的社会舆论环境,主流媒体新闻管理体制的呆板,新闻反应能力的迟钝以及新闻表达方式的陈腐。社会转型期突发事件、危机事件频发,微时代网络舆论发动迅疾,众声喧哗,鱼目混珠。复杂变幻的网络舆情亟需官方舆论场积极引导社会舆论的流向,快速澄清真相与谣言。然而,由于官方舆论场传统的管理体制,导致主流媒体面对社会热点问题天然“防火”、自动“杀毒”与“消声”的新闻报道惯式,不是三缄其口、默不作声,就是隔靴搔痒、避重就轻,或者“背书”式自我矮化。“拿党报来说,作为党

的喉舌,什么可以报道,什么不可以报道,除了有明确的规定,有时还要特别请示报告。这样,势必在时效性、客观性甚至真实性等方面给报道带来损害。”<sup>[9]</sup>而“微时代”的民间舆论场,“人人都是通讯社”“手机就是编辑部”,民意聚集迅捷,信息传播呈病毒式扩散。海量信息和意见论坛淹没了反应迟缓、谨言慎行的官方舆论场。

所谓“分化”就是主流意识形态新闻学存在着“中央集权”与“地方分治”的“舆论割据”态势。总体上看,官方舆论场是一体化的,具体而言,又可以分为中央、地方和一些部门的多样性生态。在传播主流意识形态的原则问题上,地方和部门要与中央保持高度一致,上下一心,一个声音。但在具体问题和具有地方部门特色的舆论问题上,不同地方、不同部门又有自身利益,形成了地方或部门的特色。<sup>[10]</sup>于是,在此基础上,官方舆论场内部形成了中央级媒体引导的全国舆论场,各地方党委政府及部门隶属媒体形成的地方舆论场,以及个别领导干部公务员因其职务身份所形成的个人舆论场。在官方舆论场内部的三个舆论场中,在宣传党的路线、方针、政策等主流意识形态方面,三个舆论场舆论一律,高度统一,只有一个主旋律、一个主流意识形态、一个主导价值观。但是地方与部门在涉及自身利益时,在舆论走向上,地方舆论场与全国舆论场之间、各地方舆论场之间又形成了一定程度的分离,出现了一定程度的“舆论割据”状态。这样归属于地方和部门的地方舆论场,其主流媒体过于强调地方部门利益,则成为地方部门保护主义的舆论场,不仅报喜不报忧,而且还上悖于全局舆论,下悖于民间舆论,加重了官方舆论场与民间舆论场的分离。

同时,置身在“微时代”的官员们借助微博、微信等多种多样的自媒体平台,发表具有个性化的言论,有意无意地起到了官方代言人的作用,官方舆论被一个个“代言人”形象化、鲜活化、榜样化。这些形形色色的个人又被整合成整体的官方舆论。很多时候,有些官员个人化的言论和整个官方舆论形成了通约性。这样,当一些个性的官员言论呈现为正面时,对官方舆论会起到积极建构作用;一旦出现负面效应,“一粒老鼠屎坏了一锅汤”,其对官方舆论便会构成严重的削弱。

再之,主流意识形态新闻学公信力的匮乏。官方舆论场公信力指主流媒体在长期新闻传播实践中形成的具有公众信赖的新闻品质和专业能力。一直以来,由于官方舆论场的垄断性导致其公信力的绝对性。可是,随着新世纪以来新媒体全面覆盖所导致舆论的形成规模与机制都在发生深刻变化,而官方舆论场依然故我的传播机制,导致其公信力的匮乏却是不争的事实。

北京师范大学传播效果实验室曾分别对北京、上海、南京、武汉、广州、重庆、沈阳、西安、深圳、成都、天津、杭州 12 个城市的电视、报纸、广播、杂志、网络、手机等六种传媒公信力进行调查。调查发现六种传媒相对公信力分层明显,电视、报纸、网络明显居于前三位,占据主要份额,网络对报纸的相对公信力冲击明显。都市类报纸的公信力地位明显提升。虽然中央电视台的相对公信力在 12 个城

市中均排名第一,但相对公信力正面临严峻挑战。在多数城市,中央电视台的公信力呈下降趋势,同时公信力由北向南呈现地域递减趋势。<sup>[11]</sup>

的确,我国主流媒体作为党和政府的“喉舌”,“政治正确性”使相当一部分主流媒体把新闻完全等同于或相当程度上等同于宣传,主流媒体很多时候片面强调宣传与舆论引导的政治功能,公信力下降势在必行。正如童兵所言:“有时片面地以宣传价值代替新闻价值,有时以新闻人物的地位和影响力误判新闻价值。这种情况下,发表的新闻也不会引起受众的兴趣。久而久之,媒介和官方舆论场的公信力自然大打折扣。”<sup>[12]</sup>新闻学的常识告诉我们,真实性是新闻的生命。可是主流媒体新闻报道经常根据宣传需要,或者以整体向好的真实遮蔽具体问题的真实,或者以具体进步的真实掩饰整体滞后的真实。虽然2008年国务院颁布了《政府信息公开条例》,但是面对频发的公共危机事件,一些地方政府部门仍然采取简单粗暴的形式封锁消息,“掩、堵、盖”依然是部分官员应对危机事件的基本做法。试图大事化小,小事化了,千方百计阻止广大民众对事实真相的获取。其结果,必然驱动广大受众纷纷转向众声喧哗的新媒体。

主流媒体的官方舆论场之所以面对新媒体的民间舆论场的竞争,其公信力日渐衰微,主要是没有处理好主流媒体作为党和政府“喉舌”与作为人民“喉舌”的关系。只是一味强调了党和政府“喉舌”的功能,而忽视了人民“喉舌”的功能。虽然党的新闻政策已经把媒体的“喉舌”功能,从党和政府扩展到了人民,但“人民的喉舌”一直没有得到切实的贯彻,多数时候还是一种话语修辞行为。在许多时候,主流媒体在发生重大危机事件或突发事件时,出于非人民利益和实事求是立场,遵从“上面”旨意不及时公开信息或发布虚假信息,甚至是颠倒黑白的信息,此类现象不胜枚举。曾任上海市委书记的韩正告诫当地主流媒体说,“公信力产生影响力,影响力决定引导力。面对新技术新媒体快速发展态势,传播格局正发生深刻变化,主流媒体要增强紧迫感,在转型发展上取得进展,在新形势下进一步传播好党和政府的声音,反映好人民群众的心声,加强舆论监督工作。”<sup>[13]</sup>

可见,主流媒体打造舆论的公信力,必须坚持党性和人民性的统一,既要坚持正确的舆论导向,保证主流意识形态的传播安全,又要实现“三贴近”,体现人民的意志,反映人民内心的真切诉求。马克思说:“民众的承认是报刊赖以生存的条件,没有这种条件,报刊就会陷入绝境。”<sup>[14]</sup>

## 二、主流意识形态新闻学“型塑力”弱化的外视角透视

面对上述问题,人们急切想知道,问题的症结究竟在哪里?对此有人认为主要源于主流意识形态原初的内涵“老化”了、“过时”了,其与时代的发展格格不入,已经无法引领时代的思想和塑造人们的价值观。事实上,中国革命的苦难辉煌与建设实践的曲折磨砺,最终走出一条具有中国特色的发展道路本身说明,主流意识形态具有不断吐旧纳新、与时俱进的生命力。中国只用短短三十多年的

时间,就一跃成为世界第二大经济体,综合国力快速提升,人民生活水平显著改善,社会公正、人民民主和依法治国的进程稳步推进。如果没有一个科学的、符合历史发展规律的主流意识形态的引领,这些举世瞩目成就的取得就难以想象。可见,把主流意识形态新闻学“型塑力”的弱化简单归因于主流意识形态的“老化”“过时”,不是误读,就是别有用心。当然,这并不能说主流意识形态其他方面没有问题。主流意识形态新闻学“型塑力”弱化的事实本身就已充分表明,无论在新闻学维度上,还是在政治学维度上,两者都不同程度存在急需清理的复杂难题。这里先从主流意识形态的外视角,也即新闻学和社会学视角对其“型塑力”弱化问题进行透视。

首先是新媒体的颠覆性。众所周知,传统主流媒体的公信力、传播力和影响力是构铸在主流媒体强大垄断性上的。然而,新媒体时代的到来,传统媒体一家独大的局面被打破,舆论格局由过去的“一言堂”变成了现今的“众声喧哗”。尤其是社交媒体的应用和“新意见领袖”的崛起,不仅改变了社会交往关系,也引发了舆论主导权、社会话语权的位移。<sup>[15]</sup>主要表现为:

一是颠覆了主流媒体对新闻的垄断。传统大众传播时代,什么信息可以发布或不能发布,信息中哪些部分该遮蔽或该放大,以及信息发布的时机、追踪报道的周期与力度,都有严格的宣传指令及制度规约。尽管不时有少数胆大妄为的媒体间或发出与主流价值相左的杂音,却无法形成具有影响力的舆论场,难以撼动主流意识形态新闻学的主导地位。可是,新媒体的技术赋权,不仅解放了世俗权力对个体言说的看管,而且无数网络客户端以其即时、交互、开放的自由喧哗,使太阳底下的任何消息都会不胫而走。即使是政府和主流媒体严厉看管的信息,但只要是涉及公共利益的根本关切,政府和主流媒体企图一手遮天的垄断与封锁,势必会被网络舆论场的沸腾声浪所冲垮。

二是颠覆了主流媒体的中心地位。微博、微信等自媒体不仅使主流媒体“去中心化”,同时又“再中心化”。不过,“再中心化”的舆论主体已经被置换为网络舆论场。面对主流媒体中心地位的丧失,有研究者慨叹:“以前是包括党报在内的主流媒体,说话有分量,话语有市场;而党报现在的境况是,在一般情况下的一般性话语不受关注,无人喝彩。”<sup>[16]</sup>当然,主流媒体“去中心化”并不是主流媒体已经边缘化了,其在主流意识形态上的主导地位依然没有动摇,依然是正面报道、成就报道、典型报道的主力军。然而,在社会舆论场中已经失去了人人心之向往的人气却是不争的事实。有传媒观察者尖锐地指出:“不得不说,在议程设置上,传统媒体是失职的;在创造社会流行语方面,传统媒体得分基本为零;在设置讨论话题上,传统媒体基本没有贡献;在引领公众讨论和引导舆论上,传统媒体也非常乏力。”<sup>[17]</sup>

三是颠覆了社会舆论的单一流向。传统大众媒体时代,主流媒体建构的官方舆论场“独步天下”,主流意识形态“一元独奏”。虽然坊间时有异质的声音对主流意识形态进行对抗性解读,然则多是碎片化的“私语”,处在潜伏状态,根本

无法聚合成具有影响力的显性社会舆论。同时,尽管有西方媒体不断从海外“隔空喊话”,或者通过无线电波,对中国进行意识形态的颠覆活动,可是,渗透的范围以及影响的人群毕竟有限。这样,社会舆论场就只有一个舆论场——官方舆论场;社会舆论也只有一种流向——主流意识形态流向。

然而,新媒体时代,现代社会转型裂变出了多元利益主体,他们通过博客、微博、微信等“微媒体”,不仅可以让自己的声音变得无远弗届,而且发声的能动性也获得了空前的自由度。与主流媒体的官方舆论场所坚守的“围绕中心,服务大局,坚持正面报道、成就报道、典型报道”原则不同,新媒体的民间舆论场主要聚焦于社会热点与负面话题,涉及的是公务员管理、官员贪腐、贫富差距、公共安全、司法公正、城乡差距、弱势群体、社会公平正义等问题。童兵认为,“海量信息和意见论坛成为最厉害的同官方舆论场竞争的武器,并由此而获得了远比官方舆论多得多的受众和支持者。”<sup>[18]</sup>

其二是主流媒体新闻体制的滞后性。面对复杂的舆论传播格局,主流意识形态新闻学相继进行了一系列的变革。比如强调新闻工作要坚持“三贴近”原则,要体现“以人为本”;提出进一步改进会议和领导同志活动新闻报道,以及国内重大突发事件新闻报道;实行政务、党务和社会公共信息公开,建立新闻发言人制度;把提升舆论引导能力列入党的执政能力建设的重要内容,提出要构建定位明确、特色鲜明、功能互补、覆盖广泛的舆论引导新格局;要求新闻报道增强亲和力、吸引力、感染力;强调新闻工作要富于创造性等等。<sup>[19]</sup>应当说这些变革为主流意识形态新闻学注入了新鲜的血液,一定程度上挽回了主流媒体在舆论引导上的颓势。然而,不能不说这些变化是局部的,很多改革举措与新闻观念还只是停留在口头上和文件里,没有具化成切实的新闻行为。

人们感到困惑,主流媒体汇聚着中国新闻界最为优秀的一群新闻人才,其能力与智慧不可谓不卓越,为何仍难以改变主流意识形态新闻学日渐弱化的困局呢?笔者认为,最为根本的原因不能不是新闻管理体制改革的迟滞性所致。“党管媒体”这在理论上没有问题,因为“作为工具理性意义上的舆论工具、政党工具、喉舌工具,这是所有媒体的共有本质,不管是在西方还是我国都是一样,只不过服务的政党对象不同,服务的形式有区别”。<sup>[20]</sup>然而,“党管媒体”坐实到每一个媒体的具体管理者身上,由于中国现行的政治和行政体制的特点,这些具体的管理者又分别隶属于各级党委领导并对主要领导负责。这样一来在新闻业界就形成了“主流媒体抓导向,非主流媒体闯市场”的新闻实践格局。在具体新闻报道上,“主流媒体抓导向”到底抓得准不准?主要领导满不满意是其衡量的主要标准。主要领导为了政绩和仕途,只满意正面报道、成就报道、典型报道,而对负面问题、热点问题、敏感问题的报道一触即跳。上有好之,下必甚焉。这就是党的一系列新闻改革举措与新闻观念难以在各级主流媒体中切实得以贯彻的根本原因所在。“注意力决定影响力”,“主流媒体抓导向”充满着“官气”和“官话”,远离了“民气”和“人话”,必然得不到普通民众的亲近与注意,必然导致影响力的衰

微!

有研究者指出:“今天的大众传媒既是权力的工具,又是权力的源泉。”<sup>[21]</sup>笔者认为只有改革现行的新闻管理体制,才能从制度上切实保障主流媒体不仅是党和政府的“喉舌”,也是人民的“喉舌”。否则党和政府与人民之间的关系,虽然在理论上说的好听,党性和人民性是相统一的,坚持党性就是坚持人民性,坚持人民性就是坚持党性,党性寓于人民性之中,没有脱离人民性的党性,也没有脱离党性的人民性。但在具体新闻传播上则往往表现为对立的关系。这主要由于新闻管理体制的僵化导致媒体管理者和一些领导者思想的僵化,担心主流媒体一旦增加了反映人民关注的热点、难点和敏感问题,就会导致主流媒体的导向错误,割裂党性与人民性的辩证关系。亚伯拉罕·林肯曾在评价报纸影响力时指出,“有公众意愿的支持,没有什么会被击败;没有公众的支持,没有什么能成功。”<sup>[22]</sup>可见,主流意识形态新闻学欲求改变“型塑力”弱化的被动局面,必须要在“人民性”上从管理体制到传播策略整体做好文章,只要赢得了广大民众的热心支持,任何事业都不会被轻易击败!

其三是社会语境的复杂性。一度主流媒体说什么,社会民众基本就会相信什么,具有无所不能的“型塑力”,社会舆论与官方舆论呈现高度一致性。可是,为何面向网络新媒体,一切都发生了逆转呢?设想在改革开放以前,即使人人拥有今天的自媒体,舆论上可能会出现一些杂音,但会形成与主流意识形态进行对峙的强大民间舆论场吗?显然只是小概率事件。笔者认为,当今官与民两个舆论场对峙,不仅是因为新媒体的技术赋权,还因为社会语境发生了复杂的迁徙。

人是社会关系的总和,不仅受自然环境的影响,也受社会环境的影响。马克思说过,“人创造环境,同样环境也创造人。”改革开放前,中国是一个计划经济一体化、思想意识一元化的“总体性”封闭社会,总体性社会的思维方式相对单一固化,面对主流意识形态新闻学的思想教化,必然表现出“照单全收”的肯定式解读。然而改革开放导致总体性社会逐渐分化,表现为循序渐进的三个层次:个体分化、群体分化和阶层分化。由此,中国社会进入了现代性转型期。<sup>[23]</sup>转型期社会的三次分化,无论是从吃“大锅饭”到“一部分人先富起来”的个体之间的贫富分化,还是以国有企业改革为主线所形成的以垄断企业干部职工等社会类属主体的既得利益者与下岗工人、低保人群为主体的群体分化,以及最终形成的相对固化的阶层分化,社会分化的内驱力不是依托艰苦创业、奋发有为的勤劳致富,而是赖以官商勾结、以权谋私的贪婪运作。财富与资本积累的起点不公正、不公平为社会矛盾种下了病根。渐进升级的三次社会分化导致贫富差距的日益加剧。虽然得益于改革开放,大多数人的生活都有了很大的改善,但因为贫富差异过大,社会成员并没有因为生活的改善而感到满意,反而普遍具有受挫感和被剥夺感。市场经济曾经让众多有生活梦想的底层人们期冀通过个人奋斗与公平竞争摆脱“穷人”成为“富人”,然而,市场经济竞争的不公平、不公正使“为官者”和“为富者”掌控了游戏规则,市场变成了“赢者通吃”的围猎场。“官”与“富”这两



个阶层的垄断性,让底层的“穷人”绝望。

正如有研究者所描述的那样:从社会阶层流动性来说,中国已经出现“城堡”现象,也就是社会阶层的固化。为官者,为富者,住在“城堡”之内,而无权无势者则住在“城堡”之外。“城堡”内外的社会群体之间城墙林立。<sup>[24]</sup>加之为官者腐败,为富者不仁,“仇富仇官”成为中国社会广大民众的集体共识。进入新千年以来,被称为“无组织、无直接利益诉求”群体性事件频发,<sup>[25]</sup>诸如“瓮安事件”“孟连事件”“石首事件”“潮州事件”“万州事件”“池州事件”“增城事件”等,都是社会矛盾激化的表征。

总之,不公正、不公平现已变成了中国社会的毒瘤,成为一切问题的源头。无论是社会道德的衰落、信仰的迷失、主流意识形态教化的弱化,还是社会群体之间的互相不信任,都与此有密切的关联。可见,新媒体时代社会语境的复杂性,远非之前任何一个时期所能比照。主流媒体置身于这样复杂的社会矛盾场域中,其所进行的主流意识形态新闻叙事,因同社会现实的严重疏离,必然遭受社会民众的广泛质疑。由是,协商式解读与对抗式解读取代了既往的肯定式解读,并且成为新常态。同时,新媒体的出现,赋予和增强了普通民众的话语权,使其对主流媒体所进行的协商式解读与对抗式解读的声音得以放大。尤其以微博、微信为代表的新型社交媒体的“拼图”功能,使得主流媒体精心打造的传统“高大上”光辉形象被拉下神坛。

不仅如此,以美国为首的西方社会一直也没有停止对中国进行意识形态的颠覆活动,互联网任意跨越地理疆界的传播特性,使西方社会针对中国国内矛盾所进行的丑化宣传更加便利,并与中国的自由主义思潮遥相呼应,更是加剧了基层民众对主流意识形态的误读与疏离。

### 三、结 语

综上所述,可以得出主流意识形态新闻学“型塑力”弱化的根源在于不公正、不公平所导致的日益加剧的社会矛盾。在社会矛盾未得到根本解决的情况下,主流媒体在传播策略上的任何调整,只能对主流意识形态新闻学的式微起到微观调节的作用。因此,针对“如何提升主流意识形态新闻学‘型塑力’”这一问题范畴,仅就“传播学偏向”也即主流意识形态的外视角而言,围绕诸如新闻实效、传播内容、策略调整、媒体融合等改革,也只是附于“里”与“肉”的“皮”与“毛”。

在笔者看来,主流意识形态的内视角,也即“政治学偏向”的社会建构才是根本性的“里”与“肉”。所谓的“里”与“肉”主要指称“增强主流意识形态的对话性”(就是改变主流意识形态长期以来自以为是的僵化叙事语法以及居高临下的话语训诫姿态,代之以平等的身段、共通的语言、尊重的态度、推己及人的情怀,真诚地面向社会广大民众,针对一些重大政治、思想、原则等问题,进行建设性、开放性的交流与协商,从而通过理性交流达成相互谅解与支持)、“党和政府形象的提升”、“党群关系的根本扭转”以及“党的干部工作本领的增强”等政治过硬质

素。实事求是地说,社会转型期因为不公平、不公正所导致的社会矛盾累积与冲突,与主流意识形态对话性不足、党和政府形象被严重扭曲、党群关系恶化以及党的干部出现本领恐慌等密切相关。习近平总书记提出的“党要管党,从严治党”,强调在解决一些党员干部中发生的贪污腐败、脱离群众、形式主义、官僚主义等问题时,要做到“踏石留印,抓铁有痕”,就是在努力解决“政治学偏向”的“里”与“肉”问题。

实质上,政治过硬就是最好的传播。作为“政治学偏向”的社会建构而言,一个不断走向清廉善治的政治治理与公平公正的社会生态,就是最好的新闻传播学建构。确实,一个糟糕的社会生态与政治治理现实,无论主流意识形态新闻学怎样巧舌如簧地进行美化传播,都不可能构造一个令人称心如意的政治传播舆论场。

### 注释:

- [1]南振中:《把密切联系群众作为改进新闻报道的着力点》,《中国记者》2003年第3期。
- [2]赵向南:《政府媒体合力打通两个舆论场》,《山西日报》2014年10月28日。
- [3]人民网舆情监测室:《打通“两个舆论场”》, <http://opinion.people.com.cn/GB/15119932.html>, 2011年7月11日。
- [4][9][12][18]童兵:《官方民间舆论场异同剖析》,《人民论坛》2012年第13期。
- [5]王平、谢耘耕:《突发公共事件中微博意见领袖的实证研究——以“温州动车事故”为例》,《现代传播》2012年第3期。
- [6]祝华新:《到了用网络倒逼改革的时候了》,《中国青年报》2011年7月25日。
- [7]观其:《官方舆论场的尴尬》,《青年记者》2011年第22期。
- [8]丁柏铨:《论主流媒体在舆论格局中的话语权》,《今传媒》2013年第11期。
- [10]酃正:《追求多样化舆论场的有机统一》,《中国记者》2013年第1期。
- [11]张洪忠等:《转型期中国传媒公信力的结构性转变》,《中国社会科学报》2013年6月19日。
- [13]韩正:《主流媒体必须转型发展》,《东方早报》2013年1月20日。
- [14]《马克思恩格斯全集》第一卷,北京:人民出版社,1995年,第381页。
- [15]李良荣、仇逸:《不失真、不失语、不失调、不失品——守住主流媒体的底线》,《新闻记者》2013年第11期。
- [16]丁柏铨:《新的舆论格局呼唤新闻创新》,《新闻与写作》2014年第3期。
- [17]曹林:《当网媒跟昆虫,传统媒体只有死路一条》,《中国青年报》2012年10月24日。
- [19]郑保卫:《简论中国共产党90年新闻思想的形成与发展》,《现代传播》2011年第5期。
- [20]方延明:《新闻文化研究》,杭州:浙江大学出版社,2011年,第143页。
- [21]吴飞、王学成:《传媒·文化·社会》,济南:山东人民出版社,2006年,第165页。
- [22][美]利昂·纳尔逊·弗林特:《报纸的良知》,萧严译,李青黎、展江校,北京:中国人民大学出版社,2005年,第288页。
- [23]张海波、童星:《当前中国社会矛盾的内涵、结构与形式——一种跨学科的分析视野》,《中州学刊》2012年第5期。
- [24]申浩民:《当下中国社会矛盾分析》,《青年与社会》2014年第20期。
- [25]童星、张海波:《群体性突发事件及其治理》,《中国社会科学内刊》2007年第5期。

[责任编辑:李本红]