

论加强党的舆论引导力建设

王伟华

摘要：舆论引导工作是党治国理政、定国安邦的大事，党的舆论引导力是党的新媒体领导力的核心组成部分。本文强调当今舆论规模空前浩大、舆论生成模式多元叠加、情感价值立体交织等重要变迁给党的舆论引导工作带来了诸多新挑战；强调党的舆论引导工作必须以坚持党性与人民性相统一为工作原则；强调应从加强舆论阵地建设、建设全媒体传播体系、构建广泛爱国统一战线、着力提高领导干部媒介素养四个维度加强党的舆论引导力建设，大力强化主流思想舆论的凝聚力和引导力，增强推进中国式现代化伟大事业的精神力量。

关键词：舆论阵地变迁；舆论引导；党的舆论引导力

中图分类号：G206；D261.5 **文献标识码：**A **文章编号：**1673-5706（2023）02-0028-06

党的二十大提出要“巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论”，这是对舆论引导工作提出的光荣使命任务，也是新时代新征程应对各种风险挑战必然的战略决策。习近平总书记指出：“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。做好党的新闻舆论工作，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凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。”^[1]这是从政治哲学层面深刻阐述了舆论在国家治理中的作用与地位，舆论引导是党的执政能力的重要内容，舆论引导力是党的执政效果的重要体现，加强党的舆论引导力建设对推

进国家治理体系和治理能力现代化，对实现中华民族伟大复兴皆具深远意义。

一、党的舆论引导工作面临的新课题

中国传统媒体时代的舆论阵地就是由党和政府直接领导下的主流媒体，把党和政府的声音传达给公众。由于传统媒体技术和传播特点加之媒体所有制形式的单一，传统舆论阵地相对垂直、封闭、单向、沉默，也由此形成了分级管理、分类管理、内容管理和属地管理的传统媒体治理体系，从而充分保障了传统舆论阵地的统一有序。当下，由舆论规模空前浩大、媒介平台多元叠加、情感价值立体交织等多重复杂因素带来的当今中国舆论阵地的重要变迁给中国共产党的舆论引导

工作带来诸多新课题。

(一)舆论规模空前浩大,应习惯并学习在“玻璃房子”中执政

互联网普及、媒体迭代、传播模式变化的交互作用是规模空前浩大舆论阵地产生的重要基础和条件。中国互联网络信息中心(CNNIC)2023年3月2日发布的第五十一次《中国互联网络发展状况统计报告》显示:截至2022年12月,我国网民规模为10.67亿,互联网普及率达75.6%,这庞大的网民数量和媒介技术的不断发展使信息获取和交流的门槛越来越低,奠定了当今规模空前舆论阵地的物质基础。同时,媒介自身使用也在不断发生迭代。公众通过微博、微信、抖音、直播、弹幕、VR可以随时随地表达与倾诉,泛社交化和泛娱乐化已经成为媒体发展的主要趋势。

“泛”即无所不在,无论娱乐、服务还是教育,由于具有社交媒体的功能都有可能瞬间被切换成舆论平台。媒体的迭代也使传播模式从广播电视报纸时代的“大众传播”发展到当今的“大众自我传播”。曼纽尔·卡斯特在其《传播权力》中提出“大众自我传播”概念:“‘大众自我传播’首先是一种大众传播,因为这种传播形式能将信息扩散到全球的受众,就像我们通过You Tube上传一节视频,或者通过博客链接许多网站资源。同时,这种传播又是一种自我传播,因为信息是由自己生产出来的,那些潜在的信息接收者也是自主确定的,而在传播网络中检索特定的信息和内容自我选择的。”^[2]“大众自我传播”中蕴含着自我生产内容、自我定向传播并自我选择接受的三个“自我”,最终形成多数人对多数人的交流,在这个“多数人对多数人的交流”中新闻与舆论又相互塑造交替升级形成自我循环的信息流,主流媒体发布的新闻只是舆论阵地话题的一颗种子,经过公众对新闻的解读会形成舆论,反过来舆论又会形成更大的新闻,更大的新闻又催生更热的舆论。因此,较传统主流媒体生产新闻就等于把握住了舆论阵地的那个时代,当今真正意义上充分且活跃的舆论阵地才生成。除此,人的情感需求也需要通过媒介宣泄,因此与其说是互联网自身的技术发展到了社交媒体的阶段,不如说是技

术的发展迎合并顺应了人的情感需求。习近平总书记在武汉考察疫情的时候特别指出“对群众出现了一些情绪宣泄,我们要多理解、多宽容、多包容,要做深入细致的工作,包括心理疏导和解决实际困难”^[3]。笔者认为没有任何一个国家的互联网像当今的中国承担了如此大的舆论功能。而这个不可小觑的规模本身对执政而言就是巨大挑战,因此必须习惯并且学习在一个透明的“玻璃房子”也就是在高浓度舆论环境当中执政。

(二)舆论生成模式多元叠加,应提高主流媒体传播力、引导力、影响力和公信力

首先,媒体所有制从一元到多元是舆论生成的起点。传统媒体时代“由于传播媒介、传播产品及其传播渠道的相对集中和垄断,受众自主选择的权利和余地较小,主流媒体的传播力还是呈现出相当精准、强劲和显著的形态与状态”^[4]。当今媒体所有制形式除主流媒体外还有商业媒体、商业网络平台,多元的媒体所有制状况增加了实现党媒姓党、党管媒体统一要求和标准的难度。更重要的是公众的信息来源也变得多样化,主流媒体无法完全充分地设置舆论议程。因此,多元媒体所有制带来的结果是使党和政府从影响舆论阵地的唯一力量变成诸多力量之一;其次,不同平台对接产生接力从而形成聚变是舆论生成的过程。当前传统媒体和互联网并非竞争关系,更是互补关系,表现在舆论阵地中很多时候是相互接力关系。一个热点事件首先在社交媒体上发端预热后随即会在微博场中形成话题扩散,然后会被传统的专业媒体报道完成主流化、仪式化过程,最后是新闻客户端或者媒体公众号的报道完成信息传播“最后一公里”。经过这一系列接力的过程大规模的舆情迅速生成;最后,力量联动从而产生蝴蝶效应是舆论发酵和放大的推动力。因此,一个新闻事件会在各种力量的联动之下被助推为现象级的舆情事件。产生联动的助推力量大体有四对:一是官方媒体和自媒体网络平台相互接力助推,形成平台融合;二是专家、意见领袖和普通网民形成人群融合;三是线上舆论与线下行动,虚拟空间和现实空间两者相互作用不断升级形成空间融合;四是跨地域和国界形成舆论海啸的地

域融合。因此,舆论在生成、流动、传播、聚变、发酵、放大的过程中形成当今如此动态的、流动不拘的舆论阵地使得党的舆论引导工作遇到前所未有的挑战。因此在党的十九届六中全会决议明确提出:“高度重视传播手段建设和创新,推动媒体融合发展,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。”^[5]

(三) 公众价值多元情感交织,可通过互联网了解和疏导民意

公众价值取向和情绪情感也是影响舆论阵地的重要因素。首先,“情感对舆论的影响超过事实”。“在后真相时代,网民的情绪与取向对事件传播所起的作用远远超出事件真相的影响”^[6]。因此,2016年的新闻舆论工作座谈会上被沿用数十年的“新闻宣传工作”的表述改为“新闻舆论工作”,这一重大变化正是党的宣传工作面对新时代新环境新变化及时调整的工作思路,新闻舆论工作要在新闻宣传工作的“用事实说话”的基础上更进一步,通过舆论引导传递有立场有温度和有价值的事实;通过影响公众的情感而去影响公众的认知和行动。其次,算法推送让公众信息获取有结构性缺陷形成信息茧房。在大数据技术的应用下,一方面收集公众新闻转发评论点赞等数据并对新闻进行评分从而决定何种新闻是值得向公众推送的重点新闻;另一方面,通过对公众点击数据的记录评估用户的爱好从而帮助公众“挑选”信息。这种“算法为王”的推送很容易将不同观点“过滤”形成信息茧房,从信息茧房慢慢发展成为情感茧房和价值茧房,最终导致不同立场和价值的人群之间越来越难以沟通,所以,当今舆论阵地的分众引导和精准引导尤为重要。因此,习近平总书记强调要对网民五花八门的观点想法宽容包容,要关注公众思想动态跟踪决策部署的舆情反响。既然舆论背后所折射的是公众的情绪情感和价值取向,那么党的舆论引导工作本质乃是通过互联网了解和疏导民意,关注化解群众心理和情感从而做好群众工作。

二、党性与人民性的统一是党的舆论引导工作的原则遵循

“过不了互联网这一关,就过不了长期执政

这一关。”^[7]互联网技术的兴起给当今舆论阵地带来了新特点,也因此给中国共产党的执政带来新挑战,但是这些“新”的出现又恰恰是技术的发展与人作为社会人的本质特征相互作用而形成的。因此,对于党的舆论引导工作而言,最重要的是深刻把握舆论的本质特征,并始终坚持以人民为中心的舆论观,才能在舆论阵地中引导主流舆论,传递主流价值观念,把最大变量变成党的事业发展的最大增量。

(一) 深刻把握舆论的本质属性

历代中西哲学家与政治家都非常重视舆论力量。英国哲学家约翰·洛克把法律分为三种:第一种是神授的法律,第二种是世俗的法律,第三种就是舆论和声望。后来大卫·休谟进一步认为,唯有在舆论的基础上政府才能建立。法国启蒙思想家卢梭则在《社会契约论》中谈到,习俗、风尚,尤其是舆论,是一种不成文的法律,是铭刻在公民心里真正的宪法。中国共产党历来重视舆论的作用,习近平总书记多次引用毛泽东同志的话:知政失者在草野。任何政党的前途和命运最终都取决于人心向背,人心就是力量。从这个方面看,舆论非常重要,它拥有强大的力量,是整合、建立和维系社会秩序的重要纽带和桥梁。同时,现代政治显著特征之一就是群体的力量被释放出来形成一股新的力量,并且非常强大。正如勒庞所说,“我们就要进入的时代,千真万确将是一个群体的时代”^[8]。这一特征进一步强调了舆论在执政和国家治理中的重要作用。

(二) 用“倾听赋权”与“引导引领”实现党性与人民性的统一

党的舆论引导工作一定要搞清楚“为了谁、依靠谁、我是谁”^[9]这三个最根本的问题。习近平总书记提出党的新闻舆论工作必须坚持党性与人民性相统一的基本工作原则。把党性与人民性相统一的工作原则付诸于党的舆论引导工作中,必须打通一个理论节点,即为什么有的时候舆论明明反映的就是公众的意见和意愿,却又会违背人民的根本利益呢?这就需要卢梭的“公意”和“众意”这两个概念进行阐释。“公意是永远公正的,而且永远以公共利益为依归。”^[10]就是人民群众

最根本的利益，而党代表的正是人民群众根本的利益，“这里的‘人民’既是一个政治概念，又是历史文化共同体概念，是整体意义上的概念”^[11]。所以党性与人民性是统一的，且必须要统一起来。与此同时，党在执政中面对的是一个鲜活具体的个体，这些个体由于他们的实践目的、价值模式、情感偏好、知识储备和利益诉求的不同导致看待客观世界的角度和得到的认知结论不同，这些具体而又不尽相同的看法和结论则是“舆论”，即卢梭所讲的“众意”。也就是说舆论反映的其实是“众意”。这样的“众意”仅代表个体诉求且有可能违背了人民群众的根本利益。正如习近平总书记在“4·19”讲话中所强调“网民大多数是普通群众，来自四面八方，各自经历不同，观点和想法肯定是五花八门的，不能要求他们对所有问题都看得那么准，说得那么对”^[12]。我们党代表人民群众的根本利益就有责任和义务对存在偏颇甚至错误的意见进行引导。所以党的舆论引导工作既要“倾听赋权”又要“引导引领”：第一，人民作为历史的创造者和国家的主人，要尊重人民的创造力并激发人民的内生活力。借助各种不断发展的媒介技术平台，借由不断发展的电信事业让人民群众通过参与创造拥有更强获得感和幸福感，同时创新人民民主参与的平台与形式，提供便利让人民更加充分行使舆论监督的权利。第二，人民群众的利益就是党的根本利益，要照顾好人民群众的利益与安危，就有责任纠正舆论阵地中那些损害人民根本利益的有害言论，甚至通过斗争引导到符合人民根本利益的方向上来，同时通过互联网文化建设，“以社会主义核心价值观为引领，发展社会主义先进文化，弘扬革命文化，传承中华优秀传统文化，满足人民日益增长的精神文化需求，巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础，不断提升国家文化软实力和中华文化影响力”^[13]。

三、加强党的舆论引导力建设的四个维度

（一）加强舆论阵地建设，巩固壮大主流思想舆论

10.67亿庞大的网民规模已经将党的意识形态的主战场从线下转移到与线上线下相结合，加之

当前世界格局变动，影响我国发展的诸因素增加，一方面，网络媒体中出现一些无视社会主义核心价值观等不健康的文化现象；另一方面，西方敌势力对通过互联网对我国进行意识形态渗透，对主流意识形态阵地造成巨大威胁，凝聚思想共识的任务加大、坚定发展信心的任务加重、维护社会和谐稳定的任务更加复杂。而习近平总书记反复强调意识形态工作对于党来说“极端重要”，意识形态工作是党的工作的“重要组成部分”。党的二十大报告提出“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”的中心任务，明确要求“牢牢掌握党对意识形态工作领导权，全面落实意识形态工作责任制，巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论”^[14]。3月19日，中共中央办公厅发布的《关于在全党大兴调查研究的工作方案》中调研内容中也着重强调要调研“意识形态领域面临的挑战，推进文化自信自强、建设社会主义文化强国和新闻舆论引导、网络综合治理中的主要情况和重点问题。”因此加强舆论阵地建设，巩固和壮大主流思想舆论是加强党的舆论引导力建设的重要抓手。

首先，党媒姓党、党管媒体，要坚持党性原则不动摇的总方针，始终把爱党、护党作为意识形态工作的核心内容，把握正确的舆论导向，积极弘扬正能量。一方面，要在导向正确的基础上及时准确地传递党和政府的路线方针政策；另一方面要敢于同有悖于主流价值观的言论作斗争。其次，要从顶层设计不断创新意识形态工作引导机制，实现体制机制变革升级，运用好新媒体传播技术，讲好中国特色社会主义的故事，讲好中国人的故事，讲好中华优秀传统文化的故事，讲好中国和平发展的故事，将中国故事以群众喜闻乐见的方式传播，宣传好中国特色社会主义的生动实践。此外，还必须加强对重大舆论热点事件尤其是突发事件的监测和引导，做到主动、及时、准确地将事件的动态和进展情况向社会公众发布并传递党的立场观点和政策主张，满足广大社会公众的知情权，以此引导广大人民群众在重大突发事件和舆情事件中接受主流观点、传播主流价值、推崇主流文化，不断提升党和政府的影响力和公信力，赢得公众的信任和依赖，进而巩固壮大主

流思想舆论。

(二) 建设全媒体传播体系, 塑造主流舆论新格局

2020年6月30日, 习近平总书记在中央全面深化改革委员会第十四次会议上主持通过的《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》中指出要建立“以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系”。党的二十大报告又强调要“加强全媒体传播体系建设, 塑造主流舆论新格局”, 这为“全媒体传播体系建设”再次吹响了进军号。加强全媒体传播体系建设是对主流媒体实现深度融合的必然要求。只此, 才能打造出具有竞争力影响力的新型主流媒体; 才能牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。

首先, 从内容品质角度看, 在互联网时代, 一般信息不再稀缺, 但稀缺的是思想深刻、见解独到、能为社会公众提供独特价值的专业内容。传统主流媒体拥有专业化采编人才、权威的信息渠道和规范的采编流程等优势, 通过与新媒体相融合进行专业化的新闻生产, 着力实现从内容供给到产品供给的转变, 打造思想性强符合年轻人和读图时代受众的审美情趣和媒介使用习惯的优质新闻产品。其次, 从体制机制视角看, 要充分认识到原有传播体制机制中存在的问题, 把改革着力点放在面向受众和市场上, 着力破解不利于提升媒体传播力、引导力、影响力和公信力的体制机制障碍, 创新管理体制, 推动传统媒体通过重组组织结构等方式实现纵深融合。再次, 以新技术引领媒体融合新发展。《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》明确指出, “推动媒体融合发展, 要将技术建设和内容建设摆在同等重要的位置”, 要“不断提高技术研发水平, 以新技术引领媒体融合发展、驱动媒体转型升级”^[15]。互联网传播呈现社交化、移动化、视频化的发展态势, 使得建立新的技术支撑体系已迫在眉睫。主流媒体要加强新的技术应用, 建设拥有多媒体技术的采编平台及其支持系统, 并运用大数据技术积极进行用户偏好分析, 倾听用户声音, 把握群众需求, 注重新闻产品的互动性和分享性。

(三) 运用网络统战构建海内外最广泛的爱国统一战线

我党的优良传统就是建立广泛的爱国统一战线, 这个思路在网络舆论阵地中同样适用, 即通过网络统战构建海内外最广泛的爱国统一战线。习近平总书记在统战工作会议上的讲话强调“随着互联网快速发展, 包括新媒体从业人员和网络‘意见领袖’在内的网络人士大量涌现。在这两个群体中, 有些经营网络、是‘搭台’的, 有些网上发声、是‘唱戏’的, 往往能左右互联网的议题, 能量不可小觑, ……互联网是当前宣传思想工作的主阵地。这个阵地我们不去占领, 人家就会去占领; 这部分人我们不去团结, 人家就会去拉拢”^[16]。因此, 团结一切可以团结的力量, 将群众创造力和正能量纳入党的舆论引导工作中, 除主流媒体作为宣传主流思想和主流价值专业队伍外, 还应关注和加强三个宣传梯队的建设。

第一, 各行各业各个部门应该通过各级电子党务、政务平台坚守自身责任义务, 担当起舆论的常态化引导、重大政治节点发声和舆情事件处置多重任务。第二, 各级领导干部, 普通党员的每一次转发每一次评论都非常有意义和价值。第三, 网络中所有正面健康的声音都是应该团结的力量。

(四) 抓住“关键少数”, 着力提高各级领导干部的媒介素养

加强党的舆论引导力建设关键在人。在这要打造一支既深谙新媒体传播规律, 又能够为党和人民服务的新闻工作者队伍, 还要提高各级领导干部这一“关键少数”的媒介素养。广义的媒介素养是指领导干部所具备的对于各种媒体和媒体信息能够科学地认知解读应对与运用的能力。狭义的媒介素养就是指与媒体打交道的能力。2016年2月19日, 在党的新闻舆论工作座谈会上习近平总书记明确提出: “领导干部要增强同媒体打交道的能力, 善于运用媒体宣讲政策主张、了解社情民意、发现矛盾问题、引导社会情绪、动员人民群众、推动实际工作。”^[17]

首先, 领导干部要掌握新闻传播的基本规律, 从媒体生态的多样性到媒体间竞争的激烈性, 以及

媒体的主要职能与功能；从新闻采编的流程到不同媒体的定位与特点，从记者的个人偏好到编辑的重重把关，领导干部只有深入掌握新闻传播基本理论，才能够保证与媒体实现良好互动。同时还要理解媒体兼顾社会和商品的双重属性，既要履行社会公器的职责监督政府，也要吸引获取更多的关注。其次，要调整好与媒体的关系。最大程度地服务好媒体及记者，为他们的采访报道创造便利的条件。同时还要正确地对待舆论监督，清醒地认识到，媒体（公众）对于政府的监督与批评、对于权力的质疑与挑战都有利于“把权力关进笼子里”。第三，要树立“新闻执政”理念。“新闻执政”即通过媒体来完成政府与公众之间的信息交流与沟通，倾听民声，吸纳民意民智并有效传播与强化政府声音，使政令畅达，法规普及。领导干部要善于通过媒体联系群众、服务群众、参与社会治理、回应公共危机与重大舆情的社会关切等使命，不能只是停留在不回避、不排斥的层面，要善于从被动的应对变为主动掌控媒体议程。

参考文献：

- [1] 习近平新闻思想讲义 [M]. 北京：人民出版社，2018：25.
- [2] 曼纽尔·卡斯特著. 传播力（新版）[M]. 汤景泰，星辰，译. 北京：社会科学文献出版社，2018：123.
- [3] 习近平. 在湖北省考察新冠肺炎疫情疫情防控工作时的讲话 [J]. 求是，2020，（7）：4-8.
- [4] 沈正赋. 论新闻舆论“四力”发展的动力建构 [J]. 现代传播，2022，（1）：9-18.
- [5] 中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议 [M]. 北京：人民出版社，2021：37.
- [6] 宋湘琴. 后真相时代网络舆情演变特点及其引导策略研究 [J]. 重庆理工大学学报（社会科学），2018，（8）：139.
- [7][12] 习近平. 在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话 [N]. 人民日报，2016-04-26.
- [8] 古斯塔夫·勒庞. 乌合之众：大众心理研究 [M]. 冯克利，译. 北京：中央编译出版社，2018.
- [9] 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的更好 [N]. 人民日报，2013-08-21.

[10][法] 卢梭. 社会契约论 [M]. 何兆武，译. 北京：商务印书馆，1997：39.

[11] 秦露. 中国媒体融合进程中的技术范式与政治逻辑 [J]. 行政管理改革，2020，（1）：53-60.

[13][14] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告（2022年10月16日）[M]. 北京：人民出版社，2022：43.

[15] 推动主流媒体在融合发展之路上走稳走快走好 [N]. 人民日报，2014-08-21.

[16] 习近平. 巩固发展最广泛的爱国统一战线为实现中国梦提广泛力量支持 [N]. 光明日报，2015-05-21.

[17] 《习近平谈治国理政》第二卷 [M]. 北京：外文出版社，2017：334.

作者：王伟华，中共天津市委党校社会学教研部副教授，天津市中国特色社会主义理论体系研究中心研究员

责任编辑：毛军吉