

新媒体时代中国共产党 强化意识形态话语权的多维路径

张 振 郝 凤

内容提要 执政党能否牢牢掌握主流意识形态话语权,直接关系到党和国家的生死存亡,关系到执政党执政地位的巩固和中国特色社会主义伟大事业的兴衰成败。新媒体的迅速发展带来的意识形态领域重大变化,使中国共产党意识形态话语权有逐渐“弱化”,甚至面临着“边缘化”的危险。本文试图从中国共产党意识形态话语体系、话语表达形式、话语传播途径、受众对象等维度探寻新媒体时代进一步强化执政党意识形态话语权的途径,力求为我党加强和巩固意识形态话语权工作提供对策和建议。

关键词 习近平讲话 中国共产党 意识形态话语权

张 振,南京师范大学社会主义意识形态研究中心暨公共管理学院副教授 210023

郝 凤,上海师范大学人文与传播学院助教 200234

近年来,新媒体的蓬勃发展正在迅速改变甚至颠覆人们传统的学习方式、工作方式、生活方式和交往方式。新媒体的话题设置、舆论宰制能力日渐增强,大量社会热点在网络上闪速生成与蔓延。面对文化多元、思想多元、利益多元的社会舆论环境,执政党所代表的主流意识形态与当今中国各种社会思潮之间交锋愈加激烈,价值观分化趋势愈加严重,西方国家利用现代传播技术和话语霸权不断强化对我国的意识形态的渗透,上述情况表明,中国共产党意识形态话语权面临着诸多威胁和挑战。因此,强化执政党意识形态话语权的研究和建设,不仅是当前我国意识形态建设领域亟待破解的重大理论问题,更是重大的实践课题。

一、马克思、恩格斯、列宁关于执政党意识形态话语权建设的基本思想

马克思、恩格斯、列宁等经典作家虽然在其著作中没有明确提出意识形态话语权的概念和范畴,但在其有关意识形态的诸多论述中,蕴涵着丰富的关于执政党意识形态话语权的建设思想,这些思想无疑是当今中国共产党意识形态话语权建设的重要思想来源和理论依据。

本文为2015年国家社科基金重大招标项目《习近平意识形态建设系列重要讲话的理论贡献和实践要求研究》(15ZDA002)和江苏省社科基金重点项目《社会主义核心价值观引领网络文化方略研究》(15WTA026)阶段性成果。

1. 执政党意识形态话语权具有一定阶级性,同时应带有“普遍性”。马克思恩格斯在《德意志意识形态》指出:“统治阶级的思想在每一时代都是占统治地位的思想。这就是说,一个阶级是社会上占统治地位的物质力量,同时也是社会上占统治地位的精神力量。”^[1]马克思还指出:“占统治地位的将是越来越抽象的思想,即越来越具有普遍性形式的思想。”^[2]这里,马克思恩格斯不仅指出了意识形态具有阶级性,总是代表着一定阶级、阶层或一些社会集团的利益,还明确告诉我们,政党一旦掌握国家政权,它要牢牢掌握意识形态话语的领导权,成为社会上占统治地位的精神力量,其意识形态话语权不仅要代表本阶级或阶层的利益,而且一定要在表现形式上体现出普遍性。因此,马克思主义执政党在革命年代旗帜鲜明地说出自己是无产阶级和广大人民群众利益的代表,成为执政党后,更应该明确表达此意,以使自己源源不断获得长期执政的合法性。

2. 执政党意识形态话语权会一直面临其它意识形态的渗透和挑战。马克思在《哥达纲领批判》谈论共产主义的初级阶段时,进一步强调指出:“它不是在它自身基础上已经发展了的,恰好相反,是刚刚从资本主义社会产生出来的,因此它在各方面,在经济、道德和精神方面都还带着它脱胎出来的那个旧社会的痕迹。”^[3]这就告诉我们,虽然经济基础决定上层建筑,但作为上层建筑的意识形态具有相对独立性,意识形态的发展变化常常与社会经济发展具有不一致性;在社会主义阶段,各种社会意识形态相互激荡,在社会生活中都会作为一个相对独立的精神力量而存在,并不断向周围的人们渗透。马克思主义执政党要不断强化执政党意识形态的解释能力和整合能力,努力引领人们的思想,占领意识形态领域的制高点,才能确保党和国家的长治久安。

3. 执政党意识形态话语权要旗帜鲜明地“灌输”科学意识形态。列宁在继承马克思恩格斯的意识形态理论的基础上,发展了马克思主义意识形态的“灌输”理论,进一步丰富了执政党意识形态话语权的内容。列宁指出:“工人本来也不可能有社会民主主义的意识。这种意识只能从外面灌输进去,各国的历史都证明:工人阶级单靠自己本身的力量,只能形成工联主义的意识……而社会主义学说则是从有产阶级的有教养的人即知识分子创造的哲学理论、历史理论和经济理论中发展起来的。现代科学社会主义的创始人马克思和恩格斯本人,按他们的社会地位来说,也是资产阶级知识分子。俄国的情况也是一样……”^[4]从列宁的论述可知,作为指导马克思主义政党的科学意识形态不可能在广大人民群众中自发产生,必须由无产阶级先进文化方向的知识分子代表——无产阶级政党创造出来,然后灌输到工人阶级和广大人民群众中去。列宁还指出,资产阶级思想体系的渊源比社会主义思想体系久远得多,并且经过了全面加工,还拥有社会主义思想体系不能相比的传播工具,因此马克思主义意识形态及其宣传教育必须旗帜鲜明。“对社会主义思想体系的任何轻视和任何脱离,都意味着资产阶级体系的加强。”^[5]

4. 执政党意识形态话语权建设应与时俱进,保持必要的解释力和凝聚力。马克思主义经典作家还特别强调:实践观点是马克思主义唯物论的首要的基本的观点,实践性是马克思主义意识形态的固有特色,马克思主义意识形态在实践中产生,在实践中发展。“因为马克思主义不是死的教条,不是什么一成不变的学说,而是活的行动指南,所以它就不能不反映社会生活条件的异常剧烈的变化。”^[6]因此,马克思主义执政党加强意识形态话语权建设必须以马克思主义为指导,与时俱进,不断吸收和创新执政党意识形态的话语内容,借鉴和吸收社会文明成果,增强执政党意识形态话语的说服力和凝聚力。

[1][2]《马克思恩格斯选集》第1卷,〔北京〕人民出版社1995年版,第98页,第100页。

[3]《马克思恩格斯选集》第3卷,〔北京〕人民出版社1995年版,第10页。

[4]《列宁专题文集 论无产阶级政党》,〔北京〕人民出版社2009年版,第76-77页。

[5]《列宁选集》第1卷,〔北京〕人民出版社1995年版,第326页。

[6]《列宁全集》第20卷,〔北京〕人民出版社1989年版,第87-88页。

二、新媒体时代中国共产党意识形态话语权“弱化”原因分析

新媒体发展迅猛,大数据和云计算发展势不可挡,海量信息无疑能够更好地满足不同群体的个性化信息服务需求。但“网络就像打开的‘潘多拉盒子’,它诱使我们将人类本性中最邪恶、最不正常的一面暴露出来,让我们屈服于社会中最具毁灭性的恶习;它腐蚀和破坏整个民族赖以生存的文化和价值观”^[1]。执政党原先依靠信息的掌控而衍生出来的话语权力,被互联网大数据所破解,主流意识形态话语的权威性在新媒体时代碰到诸多挑战,执政党意识形态话语权不断“弱化”,甚至面临着“边缘化”的危险,这些危险已足以令人担忧。当今中国共产党意识形态话语权的弱化是新兴媒体的快速发展带来的意识形态变化导致,因此我们试图借助传播学的理论,从执政党意识形态话语体系、话语表达形式、话语传播途径、受众对象等几个方面探究新媒体时代中国共产党意识形态话语权“弱化”原因。

1. 执政党意识形态话语体系建设滞后,缺乏解释力。信息化时代,开放的网络世界为各种意识形态的交流和碰撞提供了宽广的平台,这也为西方国家对外意识形态渗透工作提供了便利,他们通过先进的传播技术,向世界各国人民传播其精心包装过的价值理念和话语体系。新媒体的便捷性和隐蔽性,使得西方的意识形态和话语影响到网民特别是广大青少年。当前,我国社会正进入一个空前变革的时期,社会结构深刻变革,利益格局深刻调整,思想观念发生深刻变化。虽然,改革开放后,执政党意识形态话语体系在不断调整和重构,但当今的主流意识形态话语体系建设仍显滞后,旧有的一些话语逐步被固化,导致理论缺少说服力和解释力。意识形态宣传教育工作无针对性,实效性差;一些领导干部讲话“假大空长”,理论和实践相脱节。这些不仅消解了执政党意识形态话语的解释力,一定程度上还强化了广大人民群众对马克思主义意识形态话语的排斥感和不信任感,造成执政党与人民群众之间的紧张和冲突,严重削弱了执政党意识形态话语的吸引力和影响力。

2. 执政党意识形态话语表达形式过于高大上,缺少凝聚力。任何时代都有其特殊的时代特征和语境,实践在不断发展,理论也需不断创新。现如今,意识形态理论宣传工作仍然缺乏新意,虽强调正面的灌输,但一直维稳怕变,存在空泛化倾向。一种意识形态话语如果不能吸引人民群众,不能说服人民群众,就会成为自说自话的“独白”,即便是强硬灌输,也无法入脑入心,无法形成真正意义上的话语权。主流意识形态话语表达形式过于高大上,没有充分考虑人民群众现有的思维习惯和语言习惯,与老百姓的日常表达相去甚远,未能采取人民群众喜闻乐见的日常话语表达方式,未能将深邃的理论转化为通俗易懂的语言,一味“官腔官调”,话语表述僵硬。这种表达形式不接地气,导致广大人民群众对传统意识形态宣传教育的冷漠、回避甚至抵触,造成理论宣传的实际效果与预期目标之间的距离越来越远,理论宣传影响的范围和力度越来越小。

3. 执政党意识形态话语传播途径单一,传播广度和范围不够。当前,现代信息技术突飞猛进,直接催生了移动互联网、手机媒体、网络电视、电子报刊等一批新的媒体形态、媒介终端和信息传播平台,使得新闻信息传播内容更加丰富、主体更加多元、渠道更加多样、速度更加快捷,单一传播媒介已然不能满足受众需求,仅仅依靠报纸、广播、电视等传统媒体也难以实现对社会舆论的有效引导。随着互联网技术的迅速发展,自媒体时代的到来,执政党意识形态话语传播广度和范围都还远远不够,如今的党报党刊,在舆论场中的“喉舌”、“重要阵地”作用正越来越明显地受到个人电脑、平板电脑、智能手机的严峻挑战和强大冲击,社会影响力式微,舆论引导力弱化,意识形态“一网两微一端”的立体传播形态没有及时构建,主流意识形态阵地受到挤压和蚕食,完全的媒介融合还有很长的路要走。

4. 执政党意识形态话语受众对象大幅度减少。新媒体时代,以前较为集中的话语权逐渐为多元

[1][美]安德鲁·基恩:《网民的狂欢——关于互联网弊端的反思》,丁德良译,[海口]南海出版公司2010年版,第159页。

的话语主体所共享,新媒体传播更是呈现出高度分散的、多中心的话语趋势。多种新兴媒介竞相发展,微信公账号数量急剧增长,播客、微博吸引了大批粉丝,各种不同的社群、不同的组织都衍生出一套相对偏离中心的话语体系,呈现出去权威去中心化倾向。随着媒介的不断变化与发展,人们的阅读方式也在发生变化,受众不再单纯依靠传统媒介,如图书、报刊和电视等接受信息。同时,西方话语也在极力争夺受众对象,这些大大挤压执政党主流意识形态话语权的空间。信息爆炸背景下,网络传播话语遮蔽了意识形态性,人们从“受众”转变为“用户”,他们不一定能够主动去了解主流意识形态话语,即便了解也未必认可和接受,久而久之,广大人民群众逐渐远离政治生活,比较多的关注生活中的“小确幸”。总之,受众市场是有限的,相同或相似的媒介产品,只能分割受众市场,执政党意识形态话语的受众对象则大幅度减少,执政党意识形态话语有着被“边缘化”的危险。

三、强化执政党意识形态话语权的途径选择

十八大以来,党中央高度重视意识形态的宣传工作,习近平总书记作出一系列重要指示,他强调意识形态工作是党的一项极端重要的工作,执政党要牢牢掌握意识形态工作的领导权管理权话语权。为此,执政党必须重视建构新形势下意识形态话语体系、完善话语表达方式、充分利用多种话语传播途径、不断扩大执政党意识形态话语受众对象,增强意识形态话语的解释力和凝聚力,不断强化执政党意识形态话语权。

1. 创新执政党意识形态话语体系,增强主流意识形态的吸引力。话语体系是执政党意识形态话语权的外在形式,创新执政党意识形态话语体系是执政党牢牢掌握意识形态话语权的关键所在。习近平总书记指出:“要加强话语体系建设,着力打造融通中外的新概念新范畴新表述,增强在国际上的话语权。”^[1]

(1)坚持马克思主义理论的指导地位,不断推进马克思主义中国化、时代化、大众化。第一,不断推进马克思主义中国化。在当前世情、国情、党情、社情、民情、舆情复杂多变的背景下,必须确保马克思主义在我国意识形态领域的主导地位,坚持马克思主义指导思想的一元化,同时不断推进马克思主义中国化,探索符合中国国情的发展模式,把最新的理论成果放到实践中去检验,使人民群众在实践中不断提高对马克思主义意识形态的认同感。第二,不断推进马克思主义时代化。为了适应新技术的发展带来的新情况、新问题,执政党必须与时俱进,不断推进马克思主义时代化,掌握在意识形态领域的话语权,始终发挥思想政治教育“生命线”的作用,不断夯实和巩固党的群众基础,维护社会和谐稳定。第三,不断推进马克思主义大众化。新媒体时代,执政党必须要善于结合实际情况,有效转换话语体系,用受众习惯的语言方式,善用“一把钥匙开一把锁”的方法,针对不同层次对象,采用不同话语,切忌“眉毛胡子一把抓”。除此之外,还需不断学习说话的艺术,善用高度凝炼概括的话语提纲挈领,用讲故事、列数字的方式叙事明理,用带着泥土芬芳、充满浓郁生活气息的话语让人民群众更好地理解和掌握马克思主义。

(2)积极吸收借鉴人类优秀文明成果,提高执政党意识形态话语的可接受度。新媒体时代,执政党必须创新意识形态宣传工作,开拓意识形态建设的全球性视野,积极吸收借鉴人类优秀文明成果,在民族性与世界性之间寻找平衡点,提高执政党意识形态话语的可接受度。首先,摒弃“单向度”思维,吸收借鉴有益成果。执政党应积极吸收借鉴吸引受众注意力相关研究的有益成果,推进社会主义意识形态的网络传播能力和影响力,不断丰富和拓展传播方式、途径与手段。其次,顺应全球化和世界交往潮流,提升国际对话能力。中国共产党需要深入研究和借鉴国际话语表达习惯,要与全球思维

[1]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得更好》,人民网,2013-08-21.

与国际习惯的话语表达和传播体系、表述方式相吻合,提升中国与国际对话的能力,使之能被国际社会更好地理解和接受。

(3)整合传统的意识形态资源,构建具有中国特色的话语体系。首先,充分挖掘中华优秀传统文化,并赋予其新的时代意义。对于传统的意识形态资源的挖掘和转化决不是简单的拼凑,“要创新新时期意识形态工作话语体系,提高马克思主义意识形态的说服力和感召力、传播力和影响力。要注重用中国的理论、中国的学术、中国的文化解读马克思主义中国化最新成果,形成中国特色、中国风格、中国气派的话语体系”^[1]。执政党意识形态话语体系的创新既要坚持党的优良传统,又要彰显与时俱进的执政智慧。因此,执政党应致力于优秀传统文化的当代解读,最大限度地挖掘尚未开垦的意识形态资源,以构建符合时代所需的意识形态话语权。其次,执政党要善于因势利导,摒弃腐朽落后的话语。党必须在尊重媒介话语个性化的同时,善于因势利导,严厉打击腐朽落后文化,寻求传统与当代、理论与现实的有效对接,大力弘扬我国传统意识形态话语中的真知灼见,抛弃消极、腐朽、落后的话语内容,取其精华,去其糟粕,逐步焕发我国主流意识形态话语体系的生命活力。

2. 有效转换意识形态话语表达形式,增强主流意识形态的凝聚力。新媒体时代,执政党需有效转换话语表达形式,打通“主流媒体舆论场”和“民间网络舆论场”,努力寻求党心和民意间的“最大公约数”。在意识形态话语内容上始终保持马克思主义的领导地位,采取生动活泼的话语表达形式,用好用管好新媒体,维护执政党在人民群众心目中的伟大形象,增强当代中国主流意识形态的话语自信。

(1)转换话语表达方式,抢占话语先机。第一,积极利用微传播培育和践行社会主义核心价值观。新媒体时代,微传播迎合了人们快节奏的生活方式,随着手机终端的普及,微传播影响力越来越大。微信、微博、微公益、微课堂等内容都立足小微,表达简洁,采用微小生活化叙事,直接指向具体的问题,关注“小人物、小现象、小事件、小故事”。此外,意识形态工作者需努力开发“微产品”,精心设计好“微内容”,将更多意识形态教育内容通过融入微博、微信、微电影、微小说、微课堂、微活动等来体现。

第二,始终保持意识形态话语的“张力”和“合力”,做到重大问题面前不“缺位”、不“失声”。新媒体时代,一些不法分子习惯于在网络上将社会的阴暗面无限放大、炒作,攻击抹黑社会主义制度,诋毁党的领导,对这类“噪音”,必须严格监管和清除。但如果一味言禁,社会上只有一种声音,传播的只是官方意识形态,民意就可能退缩为民间非法的地下舆论暗流。因此,执政党需真心与民交流,坦诚相待、耐心解释、舒张民意,坚持“只疏不堵”的原则,坚定保障言论自由,坚持正确的话语导向,必须清醒地认识到,“传统马克思主义的标志性话语决不可随意弃用,流行的西方主导性话语决不可盲目套用,面对各种敌对的意识形态话语决不可‘沉默失语’”^[2]。

第三,积极培育网络意见领袖。培育网络意见领袖“公共知识分子”,是适应新媒体时代意识形态教育的需要。如今,微博依然延续精英意见领袖的模式,精英言论不同于大众化评论的地方在于,精英言论追求个性化、品牌化,而公众评论追求个人情感表达。前者突出评论的信息解读功能,后者则是突出评论的意见表达功能,一个是理性的深刻,一个是生活的深刻。新媒体时代,执政党必须积极培育网络意见领袖,通过设置网络议程、设定议题框架、不断提高网络意见领袖舆论引导水平。

(2)优化语言环境,用好用管好新媒体。第一,打造线上线下互动一体的联运平台,加强政治网络宣传。执政党在集中力量发展经济时,不能漠视意识形态话语权建设,一旦社会主义意识形态领域缺口被打开,思想防线被攻破,必然不战而溃,这方面前苏联给我们提供了历史鉴戒。因此,要加大政治网络宣传,打造线上线下互动一体的联运平台,并根据产品发展需要,不断地更新网络信息安全技术,对

[1]靳诺:《牢牢把握高校意识形态工作话语权》,〔北京〕《中国教育报》,2015-02-25。

[2]侯惠勤:《意识形态的变革与话语权——再论马克思主义在当代的话语权》,〔北京〕《马克思主义研究》2006第1期。

各类不良网络信息及时进行筛选过滤,阻止广大网民访问有害信息网站,逐步规范网上行为,提高人们对非主流意识的抵抗力和免疫力。

第二,创新网络意识形态教育,寓教于乐。执政党在创新网络意识形态教育时,要致力于将意识形态话语权构建的终极目标置于社会和谐和人的全面发展上面,集意识形态教育于知识性和趣味性为一体,潜移默化地达到意识形态教育的目的,把意识形态宣传教育主题内容转换成生动形象的动画和游戏等,做到情景交融,寓教于乐。此外,运用“互联网+意识形态”模式,增强吸引力。“大众传播媒介表面上是一种传播信息和提供娱乐的工具,但实质上不发挥思想引导、政治控制等功能的大众媒介在现代社会是不存在的。”^[1]“新媒体时代,执政党意识形态话语的权威性遭到消解,面对网络话语对意识形态话语的解构倾向,马克思主义意识形态话语体系必须与时俱进,通过“互联网+意识形态”,积极吸纳“网络流行话语”,借鉴网络话语生活化、多样化、创造性强的特点,主动设置议题、话题,多讲能够让人引起情感共鸣的话语,做到以理服人、以情感人,真正让意识形态教育入耳、入脑、入心。

3. 推进媒介融合,充分利用多种传播途径,构建立体的主流意识形态话语宣传网。新媒体发展之快、覆盖面之广超乎想象,越来越多的人通过新媒体获取信息,与之相对应的是传统媒体的舆论引导能力逐渐弱化,甚至面临着被“边缘化”的危险。互联网已经成为意识形态之争的主战场,直接关系到中国共产党执政地位和国家安全。可见,推进媒介融合,充分利用多种传播途径,努力增强主流意识形态的影响力是执政党牢牢掌握意识形态话语权的关键所在。

(1)借助大数据技术,管好用好互联网。首先,提升大数据处理能力,加强意识形态话语的引导管理。新媒体时代,大数据已经融入并改变了人们的日常生活,任何大数据处理能力不足的政府,其执政水平与能力必然招致民众的诟病,其执政合法性与合理性也必然招致世人的质疑。互联网是今天中国面临的“最大变量”,必须坚持按照网络生态运行的规律,借助大数据,综合运用法律手段、技术手段管好用好互联网,壮大主流意识形态话语,使互联网这个“最大变量”成为最大机遇。其次,推动媒介融合,打造新型主流媒体。互联网、手机等新媒体与报纸、广播、电视等传统媒体形成一种交融互渗的媒介生态,自媒体纷纷介入,媒介深度融合成为一种必然的趋势。在这种媒介生态环境下,媒介融合不是简单相加,而是相互依赖、相互促进,主流媒体在向新媒体融合拓展的过程中,必须依托多年积累造就的权威品牌的强大号召力,坚持正面宣传为主,壮大主流思想舆论,努力提高科技研发能力,强化民生服务优势,借助先进的技术平台,如微博、微信客户端等,针对不同客户推送不同类型的新闻,实现“私人定制”,满足受众的不同需求,从而实现优质传播效果的媒体变革。

(2)充分利用多种途径,构建立体的主流意识形态话语宣传网。一是要树立大宣传理念,发挥多主体联动力量。习近平强调:“做好宣传思想工作必须全党动手,要树立大宣传的工作理念,动员各条战线各个部门一起来做。”^[2]执政党要善于运用互联网、手机等新兴媒体构建话语权,充分利用党、政府、媒体、公众、智库等多主体,调动各方面力量,发挥各方面联动优势,有效整合资源,建立由正式渠道、大众媒体和民间交往构成的全介质、全平台、全方位传播通道,搭建多种宣传平台,形成上下互通、齐抓共管的大宣传工作格局,促使中国话语与新生代、新型受众无缝对接,从而形成意识形态宣传的合力。二是要充分利用社会智库智慧,提升意识形态话语的影响力。社会智库植根于社会,比较接地气,研究相对具有独立客观性,能全面地反映社会诉求,所提的学术观点和政策建议能够超越个人和集团利益,有利于推进科学民主决策。在国家软实力竞争日益激烈的趋势下,必须提升智库影响力,把社会智库作为政府重大方针政策第三方评估参与者,完善科研成果的“上达”机制,将社会智库“建言献策”

[1][美]赫伯特·马尔库塞:《单向度的人:发达工业社会意识形态研究》,张峰、吕世平译,重庆出版社1993年版,第9页。

[2]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得更好》,人民网,2013-08-21。

经常化、规范化、制度化,实现社会智库与政策决策层沟通的常态化。同时引导中国新型智库发挥意识形态功能,通过“旋转门”机制构筑决策层与社会智库紧密的思想联盟,借助各类媒介平台和国际学术会议传播主流意识形态话语。

4. 有针对性地对重点群体开展意识形态教育工作,增强主流意识形态的影响力。当今人们的道德意识、价值取向、思维方式呈现多样化趋势,如果只有分歧与对立,没有合作与共识,那么整个社会就会从思想层面的多元多样演变为一盘散沙。面对思想层面多样化的挑战,习近平总书记在全国宣传思想工作会议上进一步指示:“根据形势发展需要,我看要把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重来抓。宣传思想工作是要做人的工作,人在哪儿重点就在哪儿。”^[1]

(1)区分不同性质的问题,有针对性地开展意识形态宣传教育工作。理论工作经常遇到这样的尴尬情况: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;与老同志说话,给顶了回去^[2]。之所以出现这种“不会说话”的现象,根本原因在于没有细分话语语言说的对象,对话根本不在一个话语体系内。为此,必须区分话语对象,用不同的话语进行意识形态教育,融合话语资源,正确对待不同性质的问题。“对于学术问题,要充分给予讨论空间,正确处理好学术研究禁区与理论宣传有纪律之间的关系,并积极推进学术成果向意识形态话语及时转化,增进马克思主义说服力;对于思想认识问题,要摆事实、讲道理,加强正面引导教育,积极地解疑释惑,及时疏导社会不良情绪;对重大政治原则和是大非问题,必须敢于旗帜鲜明地发声。对挑战我们根本政治原则、政治制度、政治底线的思想观点,要有正确的立场、鲜明的观点、坚定的态度。”^[3]

(2)抓住重点人群,强化对青少年和党员领导干部的意识形态教育。第一,利用互联网和手机等新媒体引导和培育青少年的社会责任感。平等对话、自由发声是青少年日常生活基本的交往方式。然而,目前青少年意识形态教育普遍存在的“无趣”、“无用”和“无效”现象。为此,必须凝聚各方力量,走进青少年,倾听青少年心声,引导青少年主动参加各种公益活动或者社会实践活动,营造一种健康、良好的社会环境,培养其社会责任感,使意识形态教育真正变成对青少年健康成长“有趣”、“有用”和“有效”的教育。

第二,不断提高党员领导干部的媒介素养。新媒体环境下,行政工作对媒体的依赖性越来越强,政府官员与媒介的接触频率也随之上升。政府官员与新媒体打交道逐渐成了一门技巧,这也是一场话语权的博弈。新媒体技术更新快,部分党员干部不熟悉网络操作或置身新媒体之外,导致对新媒体的运用能力相对较弱,常表现出防范、消极和被动的态度。如果党员干部不能灵活运用新媒体,那么借助新媒体掌握意识形态话语权就无从谈起。为此,党员领导干部必须与时俱进,尽快了解大众传媒内容的生产流程和传播特点,熟悉常用的网络技术和网络知识,不断提升自身的媒介素养,增强对媒介信息的判断和评估能力。

新媒体时代,党的执政环境发生了重大的变化,意识形态话语权建构是党的意识形态建设理论和实践的重大问题,在党内关系着党组织的凝聚力,党外关系着人心向背,执政党必须根据新的实践不断进行新的探索,使党的意识形态话语权建构更加符合时代发展的要求,在话语体系、表达形式、传播途径、受众对象等方面促进执政党意识形态话语的大众化、时代化、科学化,使执政党意识形态话语为广大人民群众理解、接受、认同和支持,逐步内化为自身信仰并付诸实践,从而永葆执政党马克思主义意识形态话语的吸引力、凝聚力和影响力。

[责任编辑:史拴拴]

[1]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得更好》,人民网,2013-08-21。

[2]双传学:《把发展优势转化为理论优势和话语优势》,[北京]《红旗文稿》2015年第4期。

[3]雒树刚:《学习习近平总书记关于意识形态工作重要讲话精神的体会》,[北京]《党建研究》2014年第10期。