

舆论宣传·舆论监督·舆论引导： 中国共产党舆论思想发展进路研究

沈正赋

摘要:马克思和恩格斯关于舆论的思想认为,舆论是“一般关系的实际的体现和鲜明的表现”、报刊是“社会舆论的纸币”、报刊是“针对当权者的孜孜不倦的揭露者”、舆论是“批判的法庭”、舆论是“晴雨表”。这些观点中包含着“舆论载体”“舆论宣传”“舆论监督”和“舆论引导”的价值判断和理性认知。中国共产党舆论思想在发展过程中,既有对马克思主义舆论思想的继承与发展,也有立足中国语境的自我演进与发展创新。考察中国共产党舆论思想发展的进路,尤其是观照习近平总书记关于新闻舆论工作的重要论述,不难发现,“舆论宣传”“舆论监督”与“舆论引导”是贯穿中国共产党舆论思想发展始终的一条主线。新时代,中国共产党舆论思想发展的新论述与新理念主要体现为:“两个舆论场”的划分和判断缺乏依据;新闻媒体是社会舆论的“发射器”和“放大器”;发挥舆论监督包括互联网监督作用;加快构建舆论引导新格局。

关键词:中国共产党;舆论思想;舆论宣传;舆论监督;舆论引导

中图分类号:G206 **文献标识码:**A **文章编号:**2096-5443(2019)02-0011-13

项目基金:国家社会科学基金重大项目(16ZDA215)

舆论,作为一种社会介入因素和干预力量,在人类社会交往活动和信息传播实践中,为推动社会的进步和发展,曾经发挥过和正在发生着十分重要且不可替代的促进作用。从上古时期我国朝廷派遣采诗官深入民间,进行田野歌谣、街谈巷议、坊间传闻一类的采风活动,到资本主义萌芽时期意大利威尼斯商人,摇着贡多拉小船,到处打探出海的商品交换信息等情报搜集工作;从传统媒体时代报纸、广播、电视、通讯社遍布全球,将新闻的触角延伸到世界的每一个角落,到新媒体时代互联网、人工智能传播打破时空界限,无远弗届,实现人机一体化,中外古今,无论是何种朝代何种国家或政党组织,都无不高度重视舆论信息的现实存在以及舆论载体的传播力、辐射力、渗透力与影响力。舆论在形成和发展过程中经历了从民间自发、自觉的自为状态,到政府或政党有组织、有意识地搜集、干预和引导的演变,并且在传播实践中不断进行总结和反思,逐步形成了舆论思想的价值体系和理论体系。中国共产党舆论思想就是立足中国社会的基本国情,以中华五千年传统文化和道德理念为基石,坚持以马克思主义舆论思想为核心理念和理论精髓,广泛借鉴并吸取西方舆论思想中契合人类社会共同价值观的有益成分,在长期的舆论传播实践中通过不断地总结、涵化、修正和升华,而确立起来并将继续发展和完善的一种先进思想。在中国共产党舆论思想的发展中,“舆论宣传”“舆论监督”和“舆论引导”是其中最重要、最核心的三个理念和要素,也是在舆论传播实践中最讲究艺术、最有效果的三种手段和方法。笔者试图以“舆论宣传”“舆论监督”和“舆论引导”为概念因子和引线,着重从思想之源、演进之迹和发展之维等三个方面对中国共产党舆论思想发展进路作简要的回溯和探讨,以期找寻蕴涵在其中的规律性和价值性的本质所在。

一、思想之源：马克思主义舆论思想的基本内涵

马克思和恩格斯关于舆论的思想对于中国共产党舆论思想的形成和发展起到了十分重要的奠基作用,中国共产党舆论思想就是马克思主义舆论思想中国化的产物和结晶。

据陈力丹先生考证,在马克思和恩格斯的著作里,“舆论”一词出现的频率高达300多次。^[1]此现象说明两点:一是舆论作为一种社会力量在社会交往中所起作用受到马克思和恩格斯的高度关注;二是舆论作为一种观念在马克思主义的理论学说中占有一定的地位和分量。马克思和恩格斯关于舆论的思想主要体现在这样五个方面:

(一)舆论是“一般关系的实际的体现和鲜明的表现”

德国哲学家黑格尔曾经对公共舆论思想进行了原发性的阐述,他在《法哲学原理》中对“公共舆论”做过明确的界定:“个人所享有的形式的主观自由在于,对普遍事务具有他特有的判断、意见和建议,并予以表达。这种自由,集合地表现为我们所称的公共舆论”。他认为,公共舆论是公民个人自由言论的集合性表达,是“人民表达他们意志和意见的无机方式”^[2]。黑格尔强调了“伟大人物”对于公共舆论的特殊影响和效应,在主观意义上肯定了影响时代和历史的精英人物或者是公众人物,论证了人对于公共舆论本质上具有主观能动性的控制作用。16世纪,一些空想社会主义者对舆论进行了关注并研究,相继提出了关于舆论的观点和主张。到了18世纪之后,他们已经开始把报刊作为无产阶级进行舆论宣传的工具。19世纪初,以圣西门、欧文和傅立叶为代表的空想社会主义者甚至把报刊的功能提升到舆论引导和政治教化的重要高度,认为“在任何国家都有一种力量高于政府,这就是舆论的力量”^[3]。马克思和恩格斯在批判性继承的基础上,结合自己的报刊实践提出并阐述了舆论在社会交往中的重要作用。马克思把舆论视为“一般关系的实际的体现和鲜明的表现”^[4];恩格斯认为,“世界历史——我们不再怀疑——就在于公众舆论”^[5]。他们认为“当报刊是匿名的时候,它是广泛的无名的社会舆论的工具”^[6],反映了“公众心理的一般状态”^[7],是“自然的、普遍存在的一种交往形态”^[1]。可见,无论是黑格尔还是空想社会主义者虽然都对舆论的社会价值和功能做了较为明晰的界定,但是仅仅停留在个人和国家的层面,目光和视野难免显得较为短视和狭窄,尚未上升到人类社会交往的一般性和普遍性层面上。显然,马克思和恩格斯对舆论的阐述则超越了个人和国家的局限性,是站到人类社会的高度科学地观照舆论的应有之义的。

(二)报刊是“社会舆论的纸币”

在马克思和恩格斯所处的时代,报刊是最主要、最重要的大众传播媒介,报刊是当时社会舆论的承载物和传播工具。报刊除了信息传递、社会沟通外,它的主要职责就是反映社会舆论和引导社会舆论。马克思和恩格斯据此做出“报纸是作为社会舆论的纸币流通的”^[6]著名论断。在论及报刊与舆论之间的关系时,马克思曾借助德国的一则谚语对此做了较为生动的比喻。他将“社会舆论比作袋子,把报刊比作驮袋子的驴,也就是说,报刊是驮袋子——‘驮’社会舆论——的‘驴子’,即报刊是表达、反映、体现、复述社会舆论的一种载体。社会舆论和报刊的关系——‘袋子’和‘驴子’的关系”^[8]，“为了打驴背上的袋子——即公众舆论——而去打驴子”^[7]。一定范围内的社会舆论虽然对报刊力量的形成和发展起到一定的限制作用,但是报刊又是一种有机的运动,它不仅仅是被动地接受舆论,而且还能够影响舆论、干预舆论和控制舆论,甚至制造舆论。马克思在担任《莱茵报》主编时就主张按照报刊自有的工作规律办事,通过表达舆论的方式来达到影响舆论的目的。他认为,“‘自由报刊’是社会舆论的产物,同样地,它也制造这种社会舆论”,^[4]而且要“持续不断地影响舆论”^[9]。1848年,马克思和恩格斯在创办《新莱茵报》时指出:“报刊最适当的使命就是向公众介绍当前形势、研究变革的条件、讨论改良的方法、形成舆论、给共同的意志指出一个正确的方向。”^[10]马克思和恩格斯关于“报纸是作为社会舆论的纸币流通的”论断,阐述了两者之间存在着这样的逻辑关系或辩证关系,即报刊作为舆论的载体,只有通过连续不断地反映舆论和表达舆论才能形成更广泛、更深刻的

社会舆论;舆论之于报刊也具有一定的反作用,它迫使报刊在“反映舆论”和“歪曲舆论”之间必须做出明智或不明智的选择,并以此作为判断的标准进一步确认和体现报刊的性质。“报刊虽不能强迫人们接受任何思想,但它又无处不在,无所不及。报刊的生命表现就在于它与舆论间的不断作用。”^[1]

(三)报刊是“针对当权者的孜孜不倦的揭露者”

报刊不仅是社会舆论的载体,起着承载舆论、反映舆情的作用,而且还具有社会监督的特点。报刊被赋予社会监督的职责,既是社会大众对报刊寄予的道德厚望,又是报刊特有的一种权利或义务。马克思在主持《新莱茵报》工作期间,就曾对报刊的舆论监督职能做过精辟的分析、深入的阐述和形象的比喻,他认为:“报刊按其使命来说,是社会的捍卫者,是针对当权者的孜孜不倦的揭露者,是无处不在的耳目。”^[1]这是其“人民报刊”思想的重要组成部分,大众媒体就应当站在大众的立场真正代表大众的利益。报刊是当时最广泛、最具有代表性的传播媒介,它以其特有的方式介入到社会生活和人们的交往之中,无处不在、无时无刻地监督着社会机制的运行。马克思、恩格斯将报刊的社会监督职能归纳为两种基本表现,一是再现社会状况,尤其是令人不满意的部分。为此,马克思指出:“报刊不仅要撇开个别人的特殊意见来表达人民的信念,而且要说明这种信念的实质是合理的,难道这不是报界对政府的职责吗?”^[4]不仅如此,他还进一步阐明,“报刊的义务正是在于为它周围左近的被压迫者辩护。”^[1]二是批评和揭露权力组织、当权政治家的言行。马克思指出:“报刊不仅有权利而且有义务严密地监督人民代表先生的活动。”“难道有人想剥夺报刊评论人民代表的议会活动的权利吗?”^[12]“据我看来,报刊有权冒犯作家、政治家、演员以及其他从事社会活动的人。”^[13]陈力丹在分析中认为,报刊“再现社会状况”和“揭露违法行为”是它们职业范围内的事情,因而报刊职业和监督职责基本上是一个问题的两种表述。如果报刊在这方面所提供的材料丰富及时,不仅读者欢迎,对报刊也有利。所以在不涉及根本利益的前提下,不论出于何种具体的动机,报刊都在积极地、自觉不自觉地履行着社会监督的职责。^[1]马克思和恩格斯认为,无产阶级报刊应当在履行社会监督职责上表现出大公无私和无所顾虑,因为“在这里,对职位、牟利,对上帝的恩典,没有任何考虑”^[14]。他们主持的《新莱茵报》在履行社会监督职责时无论对敌人还是对中间派、同盟者或工人运动中的各种缺陷,均进行毫不留情的揭露,他们认为这样做是在尽一个公众报刊的义务,一个公众报刊对社会活动家是应该表现出高度警觉的。

马克思坦陈,报刊的社会监督并不能直接解决任何问题,它的力量在于广泛和公开的传播,公开本身会带来一种巨大的精神力量,或鼓舞或压力,报刊的社会监督实际上会形成一种社会制衡力量,对于抑制违法和侵权是有效的,通过公开事实而使当事人的人民减轻精神上的压力和痛楚。马克思虽然发现了报刊在进行批评监督时也容易滋生攻讦、诽谤等一些问题,为此他多次斥责过这种“不负责任的报刊”,但是他把自由报刊比作玫瑰花,对报刊的社会监督作用在权衡利弊的前提下予以充分肯定,他指出:“请想一想,不容忍自由报刊上那些令人不快的东西,也就不可能利用它的长处。不要玫瑰的刺,就采不到玫瑰花!”^[4]

(四)舆论是“批判的法庭”

“批判”包含着社会监督之意,“法庭”意味着肩负公平与正义地进行审判之意。舆论是一种社会可资利用的工具,也是一种社会稀缺的监督资源,它是公众对社会政治、经济和文化活动的一种评价尺度和衡量标准。在商品经济社会,舆论又发展成为一种自然的、普遍的社会监督权力。马克思和恩格斯曾经将政府的行政权力、国民议会的立法权力和报纸的监督权力统称为“国家中的三种权力”,其中“报纸的权力”具有“占有他人的意志”的作用,是“统治关系的前提”,^[15]舆论的力量不容小觑,它是社会中一种“普遍的、隐蔽的和强制的力量”^[4]。舆论具有实现社会监督的功能,它是一只无形之手会使当事者感受到一种被监督的无形精神压力。1845年,恩格斯在参与创办《社会明镜》时曾把舆论监督比喻为“明镜”,他指出:“我们将无情地把每一个压迫工人的事件提交舆论谴

责。”^[16]1850年,不列颠政府允许普鲁士的密探在英国跟踪普国的流亡者,马克思和恩格斯便在报纸上大声疾呼:“我们能够用来对付不列颠政府这种步骤的最好办法莫过于公开地诉诸社会舆论。”^[17]在对舆论的监督功能和作用进行阐述时,马克思多次使用过“舆论陪审团”“名誉审判席”“批判的法庭”等表述,恩格斯也使用过“舆论的权力”“诉诸公众”“诉诸公论”等用语。当然,马克思也认为,舆论除了本身具有“法庭”的作用外,它还能够推动立法,舆论是“可以为国家立法提供最丰富、最可靠和最生动的资料。”^[4]不过,“能够影响立法的舆论,通常不是某一方面的舆论,而是综合性的普遍的舆论。”^[1]可见,舆论的监督作用并非单一性的而是多重性的。

(五)舆论是“晴雨表”

德国政治学家、传播学者诺依曼认为,“舆论是我们的社会皮肤”。一般意义而言,舆论是指对社会意见的表征和对社会问题的反映,舆论被誉为社会状况变动的“晴雨表”。作为一种意见的表达,舆论与表达主体所处的社会地位和涉及的利益阶层息息相关。在阶级社会中,舆论的形成还不可避免地具有一定的阶级性,“是经济地位和社会地位相同或相近的人们对一件事情的一致态度”^[18],代表和反映了一定阶级或阶层的利益诉求。不仅如此,马克思、恩格斯还认为,随着人类社会经济和文化的不断发展,以及人类社会交往的更加频繁,先进阶层和发达地区在舆论的发展和演进中自然扮演起“领头羊”的角色,他们的舆论便成为整个国家或社会欠先进地区舆论的“晴雨表”。^[1]显然,在这里,马克思和恩格斯对舆论的“晴雨表”功能赋予了新的内涵,做出了另一番解读。在中古时期,由于各个国家和地区生产力发展水平普遍落后,社会处于相对封闭的运行状态中,相互之间缺乏互动和交往,社会舆论也只是在各自的圈层内部实现着“体内自我循环”,差别虽有,但不是非常明显。然而,现代社会的迅速发展打破了这种自然和空间的阻隔,人类社会的交往出现了革命性变化,在这种相互联系和交往日趋频繁和密切的社会环境下,舆论也随之走出狭小的社会圈层,并且发生着相互的碰撞,尤其是生产力发展水平差异化的出现,“在各方面和各地的舆论中,自然出现了‘领头羊’。这种舆论的‘位差’成为现代舆论演进的动力之一。”^[1]马克思和恩格斯认为,先进思想群的舆论在推动历史进程中发挥了至关重要的作用。恩格斯曾经注意到,“当时在欧洲已经存在着一种文明的‘舆论’。……一种在狄德罗、伏尔泰、卢梭以及18世纪法国其他作家的巨大影响下形成的舆论。”^[19]法国大革命时期,作为“公众舆论的晴雨表”,雅各宾俱乐部受巴黎公社的积极影响,吸引并聚集了一大批具有刚毅品质和爱国精神的先进代表,正是这个先进思想群在民众的推举中赢得了公众舆论和行动的支持,从而建立了雅各宾专政政权。而吉伦特派虽然“控制着雅各宾俱乐部,也就是说,左右着公众舆论”,但是正如马克思在《〈勒·勒瓦瑟尔回忆录〉摘要》中所分析的那样,他们“蔑视公众舆论,无力制止混乱,他们‘使自己失去了可以支配的对事件因势利导的手段’”^[20]。因此,吉伦特派在议会选举中落败便不难理解。由此可见,舆论的“晴雨表”对于民意而言是具有导向性和决定性的作用。

综上所述,马克思和恩格斯关于舆论的思想认为,舆论是“一般关系的实际的体现和鲜明的表现”、报刊是“社会舆论的纸币”、报刊是“针对当权者的孜孜不倦的揭露者”、舆论是“批判的法庭”、舆论是“晴雨表”。显而易见,这些观点中就基本包含着“舆论载体”“舆论宣传”“舆论监督”和“舆论引导”的价值判断和理性认知,而且几乎呈现出——对应的关系。

二、演进之迹:中国共产党舆论思想的理论建构

中国共产党的舆论思想拥有两大基本来源:一是中国传统文化中关于舆论的认知、态度和理念;二是马克思主义舆论思想在中国的传播及其直接影响。中国共产党自成立以来,在尊重舆论反映民意的基础上,逐步强化舆论的宣传、监督和引导的功能与功效。

(一)舆论概念的提出与初始形态:中国共产党舆论观的早期萌发与生成

在中国共产党早期的新闻思想中,最先把“舆论”作为一个固定名词或概念提出出来的是陈独秀和

毛泽东。五四新文化运动期间,中国共产党创立者之一的陈独秀在其主办的《新青年》杂志中曾开宗明义地指出:“本志宗旨,重在反抗舆论。”^[21]他在这里所说的舆论显然不是指民意,而是指党见,他认为报刊应担负起“传达社会正义、引导正确舆论的作用”^[22]。陈独秀在《反抗舆论的勇气》一文中还指出:“舆论就是群众心理底表现,群众心理是盲目的,所以舆论也是盲目的,古今来这种盲目的舆论,合理的固然成就过事功,不合理的也造过许多罪恶。反抗舆论比造成舆论更重要而却更难,投合群众心理或激起群众恐慌的几句话往往可以造成力量强大的舆论,至于公然反抗舆论便不是一件容易的事了。然而社会底进步或救出社会底危险,都需要有大胆反抗舆论的人,因为盲目的舆论大半是不合理的。此时中国底社会里正缺乏有公然大胆反抗舆论的勇气之人!”^[23]几乎在同一时期,尚在湖南领导农民运动的毛泽东也对报刊的任务和使命作出了积极的倡导,要求报刊善于“立在社会之前,创造正当之舆论,而纳人事于轨物”^[24]。在领导湖南自治运动中,毛泽东充分肯定了报纸“造成舆论”的先导作用。此后较长一段时期,在中共领导层中的讲话和文件或各种正式场合中,就很少能听到和看到“舆论”一词再次被使用。1949年新中国成立,当时美国政府发表了《白皮书》,表达了坚决反共反华的态度,他们认为自己的态度是采纳了中国和世界的舆论,而中国共产党却无视中外舆论一意孤行。为此,毛泽东在《为什么要讨论白皮书》一文中据理力争,严正反驳道:“艾奇逊们对于舆论的看法,混淆了反动派的舆论和人民的舆论。对于人民的舆论,艾奇逊们什么也不能‘感应’,他们都是瞎子和聋子。”^[25]这里他将舆论分为“人民的舆论”和“反动派的舆论”。到了1955年5月,毛泽东又在《驳“舆论一律”》中提出“舆论一律”和“舆论不一律”的观点,即“在人民内部是允许舆论不一律的”,但在对待敌人时则“不但舆论一律,而且法律也一律”^[26]。对于毛泽东这段论述,胡耀邦曾在1985年做过评价:“我认为,毛泽东在这篇文章《驳‘舆论一律’》中指出我们社会的舆论是一律、又是不一律的那些道理,还是讲得好的,至今仍然值得认真研究和领会。”^[27]此后,在论及舆论与夺取政权的关系时,毛泽东又曾经论述了舆论的地位和作用,他在1959至1960年间学习苏联《政治经济学》教科书小组上指出:“首先制造舆论,夺取政权,然后解决所有制问题,再大大发展生产力,这是一般规律。”^[28]由此可见,作为中国共产党第一代领导人,毛泽东结合中国社会主义革命和建设的实际,继承和发展了马克思主义舆论思想的精髓,为中国共产党舆论思想的建构作了开创性和历史性的贡献。

(二)从舆论机构、舆论工具到舆论宣传:舆论的新闻属性逐步得到确认和巩固

改革开放之前,舆论在中国共产党人的认知中尚属民意的范畴,属于大众意见的代名词,它与新闻媒体似乎没有必然的联系。然而到了20世纪80年代,舆论开始与新闻传播工作发生一定程度的勾连,在这个时期的领导人讲话和相关文件中频繁、密集地出现了“舆论”一词,而且用它来表述新闻宣传事业或机构、媒介或工作本身等,此举表明随着改革开放政策的实行,国人在思想解放和观念变革上出现了新的变化。

1. 作为机构的表述,一般有“舆论机关”“舆论部门”之说

1981年1月29日,中共中央出台了《关于当前报刊新闻广播宣传方针的决定》,文中明确提出:“报刊、新闻、广播、电视是党的舆论机关。”^[29]1985年2月8日,胡耀邦在《关于党的新闻工作》中指出:“党的新闻机关就经营来说也是一种企业,但它们首先是舆论机关。”^[27]1987年1月28日,中共中央在《关于当前反对资产阶级自由化若干问题的通知》中强调:“今后,舆论部门都要严守党纪国法和工作纪律,严格实行责任制,建立必要的检查和审查制度。”^[30]很显然,从这几个文件中不难看出,无论是舆论机关还是舆论部门,都是把它作为新闻机构来看待和指称的,相当于我们后来所指的“新闻媒体”和“新闻单位”。

2. 作为新闻媒介的表述,一般有“舆论工具”之说

虽然经常有学者把新闻媒体与新闻媒介混为一谈,实际上两者是有显著区别的,媒体一般指的是机构,而媒介往往指的是介质与载体。1987年3月29日,中共中央在《关于坚决妥善地做好报纸

刊物整顿工作的通知》中要求,“有关报刊的工作人员必须无条件地宣传党和政府的路线、方针、政策,……不允许利用所掌握的舆论工具宣传反对党的政治主张。”^[31]这里所说的舆论工具就是指诸如报刊、广播、电视等新闻媒介。相对于一个时期曾经把媒介作为“阶级斗争工具”的提法,“舆论工具”这种新表述及其所包孕的新思想和新内涵,其内在意义非同寻常,不仅在理念上有所创新,在思想上有所进步,而且还是时代发展的一大表征。

3. 作为宣传工作本身的表述,一般有“舆论宣传”之说

如果说“舆论机构”是指从事舆论工作的单位,“舆论工具”是指开展舆论工作的媒介,那么“舆论宣传”就是指从事舆论宣传工作本身。1987年5月13日,时任中共中央总书记的赵紫阳在宣传、理论、新闻、党校干部会议上发表讲话,讲话的主题就是“部署舆论宣传工作”^[30]。1988年2月29日,中共中央政治体制改革研究室、中宣部、广电部、新闻出版署和中央主要党报等联合举办新闻改革座谈会,该座谈会纪要指出:“我们的新闻工作在党的领导下,一方面要大力推进改革、开放、搞活,一方面又要在重大问题上坚持舆论宣传必要的集中统一。”^[32]由此可见,这一时期即改革开放时期在党内文件的表述或领导人讲话中已将“舆论宣传”提到了重要的位置,虽然尚未完全替代原有的“新闻宣传”概念,但起码已把它置于同等重要的位置,说明中国共产党新闻思想与舆论思想的发展由先前的“二水分流”进入到“异源合流”“异质同构”的新境界,党的新闻舆论思想初露端倪,渐入佳境。

(三)从批评报道到舆论监督:中国共产党舆论监督思想的历史性嬗变

在中国,舆论监督这个词最初出现在20世纪80年代中后期,此前一直沿用的是“批评与自我批评”或“批评报道”。中国共产党在建党初期就明确提出并倡导开展报刊批评与监督,1931年创刊的《红色中华》,其职能就是要“引导工农群众对于自己的政权尽了批评、监督的责任”^[33]。1942年4月,《解放日报》在“致读者”中提出:“报纸应该是我们党手中的有力的自我批评的武器,对于自己队伍中的错误和弱点,党报应该以实事求是的同志的态度加以批评和指责,帮助其克服和改正。”^[34]新中国建立之初,报刊的批评职责通过党的一系列文件进一步得到强化。1950年4月19日,中共中央作出《关于在报纸刊物上展开批评和自我批评的决定》明确指出:“吸引人民群众在报纸刊物上公开地批评我们工作中的缺点和错误,并教育党员,特别是党的干部在报纸刊物上作关于这些缺点和错误的自我批评……特别在报纸刊物上展开对于我们工作中一切错误和缺点的批评与自我批评。”“使得人民群众能够自由地在报纸刊物上发表他们对于党和人民政府的批评和建议。”^[35]这一决定强调开展自下而上的新闻批评,赋予报刊在批评上以更多的自主空间与权利。1954年4月,毛泽东在对宣传工作负责同志的谈话中要求,“报纸上的批评,要是实行‘开、好、管’三字方针。”“开,就是要开展批评。不要怕批评。不开展批评,害怕批评、压制批评,是不对的。好,就是开展得好。批评要正确,要对人民有利,不能乱批一阵。什么事应指名批评,什么事不应指名,要经过研究。管,就是把这件事管起来。这是根本的关键。”^[36]根据毛泽东这一指示精神,中共中央作出《关于改进报纸工作的决议》,《决议》指出:“为了切实保障在报纸上正确地健全地开展批评和自我批评,报纸编辑部要在党委领导下积极地负责……做到实事求是。”同时要求“党委要对报纸编辑部经常给以关于开展批评的具体指示”^[37]。1956年,中共中央又颁布了《进一步开展报纸上的批评与自我批评的决定》,对于报刊批评的政策作了局部的调整,要求“报纸批评的主要对象应当是党和国家工作中的缺点,而不是一般劳动人民,同时报纸除了不得批评它所隶属的党委和上级党委外,它的批评范围不应加以限制”^[37]。至此,我们可以发现,一直到这个时期,中国共产党都是在不断强化报纸的“批评与自我批评”功能,尚未把“舆论”与“监督”联结起来而提出“舆论监督”的概念。

有学者经过一番考察后发现,党的十一届三中全会以后,“批评与自我批评”这一提法在我国新闻媒体上的使用频率逐步降低,其内涵开始收缩,专指党内监督。最先由“批评与自我批评”所指代的党外监督被一个更具时代感和概括力的概念——“舆论监督”代替。^[38]特别具有划时代意义的事

件是,中国共产党第十三次全国代表大会首次将“舆论监督”写入报告之中,报告指出:“要通过各种现代化的新闻和宣传工具,增加对政务和党务活动的报道,发挥舆论监督的作用,支持群众批评工作中的缺点错误,反对官僚主义,同各种不正之风作斗争。”从此,“舆论监督”正式成为中共的政治理论话语,进入中国的政治生活层面,并开始融入中国的民主政治生活,在中国共产党舆论监督的发展史上具有里程碑意义。^[39]此后的中共十四大到十九大报告均毫无例外地使用了“舆论监督”这一概念,尤其是党的十九大报告更是把舆论监督纳入党和国家监督体系之中,给予高度重视。习近平在十九大报告中指出:“构建党统一指挥、全面覆盖、权威高效的监督体系,把党内监督同国家机关监督、民主监督、司法监督、群众监督、舆论监督贯通起来,增强监督合力。”^[40]在这里,习近平作出了两个全新的重要论述和论断:一是贯通包括舆论监督在内的6种监督资源,二是健全党和国家监督体系。可见,舆论监督在其中的地位和作用不可小觑。

(四) 正视舆论导向的价值属性:党对舆论潜在价值和作用的发现与阐发

从语言学上来看,“舆论导向”是一个偏正词组,它强调“导向”是舆论本身所带有的一种自然属性和功能,而且这种属性和功能是潜在的,是舆论天然的客观属性。当然,对于主体的人来说,这种与生俱来的导向虽然不是人能够创造和建构的,但是它的存在是可以被发现、被合理和有效利用的。也就是说人可以因势利导,发挥人的主观能动性对此进行适当的干预,使其朝着有利于自己的方向发展,而不是任其肆意疯长,蔓延扩散。承认舆论具有导向的属性正是马克思辩证唯物主义思想的具体体现。既然是导向就有其所指,就像呈现在人们面前的十字路口,它到底通向何方?合目的性、合规律性的方向就是正确的方向,反之则是错误的方向。舆论导向亦是如此,根据不同的价值判断标准,舆论导向也存在正确和错误之分。概而言之,舆论导向是指显性或隐性存在于舆论中的引导方向。

在中国共产党舆论思想的发展历程中,开始重视舆论导向是在1989年“政治风波”发生之后。1989年11月28日,江泽民在中宣部新闻工作研讨班上讲到政治风波教训时说,这次风波中最大的问题是不少新闻单位“在舆论导向上发生了严重的错误”^[41]。江泽民在1994年1月24日全国宣传思想工作会议上指出:“正确引导舆论,是党的宣传思想战线非常重要的工作……舆论导向正确,人心凝聚,精神振奋;舆论导向失误,后果严重。”^[42]1996年9月26日,江泽民在视察人民日报社时再次强调“舆论导向”的重要性,他指出:“舆论导向正确,是党和人民之福;舆论导向错误,是党和人民之祸。”^[43]这就是舆论导向“福祸论”的著名论断。

2002年1月11日,胡锦涛在全国宣传部长会议上强调:“一定要坚持新闻工作的党性原则,坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主的方针,牢牢把握正确的舆论导向,努力营造昂扬向上、团结奋进、开拓创新的良好氛围。”^[44]这是中国共产党新一代领导人胡锦涛对江泽民新闻舆论思想的继承,也是对舆论导向作用和功能的强调。

(五) 讲究舆论引导的艺术和效果:中国共产党新闻执政理念的调适与提升

“舆论导向”潜在价值与功能的发现与阐发,为“舆论引导”思想的生成提供了前提和基础,这种过渡意味着以客观性为主要特征的“舆论导向”,逐渐被以主观性为能动因素的“舆论引导”所牵引和驱动,其结果便是主观性与客观性的有机整合与统一,标志着中国共产党新闻执政理念的一次新的调适、拓展与飞跃,为党的舆论思想开辟了新的腾挪空间与发展境界。

虽然早在1994年全国宣传思想工作会议上江泽民就提出过“以正确的舆论引导人”和“正确引导舆论”的观点,但当时“舆论”和“引导”只是两个相邻的词语组合,还不是以一个独立的概念出现。真正将“舆论引导”作为一个特有的、固定的新词推向社会、推向大众的是以胡锦涛为总书记的中央领导集体。2002年1月11日,胡锦涛在全国宣传部长会议上指出:“要尊重舆论宣传的规律,讲究舆论宣传的艺术,不断提高舆论引导的水平和效果。”^[44]这是“舆论引导”首次被提出,这一概念的提出绝不仅仅是一个新概念代替旧概念,其内涵和外延得到了进一步拓展和丰富,舆论引导起码包含着

主动作为、顺势而为等意蕴。过去遇到舆情习惯采取“堵”与“灌”、面对社会舆论简单采取消极回避甚至漠视的做法与态度,显然都不符合新形势发展的要求。新时期,面对舆论之势既要敢于和善于进行适时“疏”与“导”式的化解,也要能够积极而有效地进行干预式的引导。2008年6月20日,胡锦涛在视察人民日报社发表重要讲话时就舆论引导作出明确的指示和要求:“不断改革创新,增强舆论引导的针对性和实效性。”“加强主流媒体建设和新兴媒体建设,形成舆论引导新格局。”“要把提高舆论引导能力放在突出位置,进行深入研究,拿出切实措施,取得新的成效。”特别是在强调舆论引导的针对性和必要性时强调:“舆论引导正确,利党利民;舆论引导错误,误党误国误民。”^[45]此即著名的舆论导向“利误论”思想。

正如一位学者所阐述的,“福祸论”强调的新闻舆论问题是“舆论导向”,“利误论”强调的新闻舆论问题是“舆论引导”,两者的侧重点显然是有所区别的。^[46]胡锦涛对舆论引导工作作出的一系列论述,已经形成了较为完整的思想理论体系和方法体系。由此可见,中国共产党舆论思想进入了一个新的发展时期和新的理论发展水平。

(六) 舆论引导力构建:新时代中国共产党舆论思想的崭新命题与新境界

如果说舆论引导是一种手段,也是一种方法,更是一种艺术,那么如何增强舆论引导能力就显得至关重要。舆论引导力为舆论引导工作提供理论和实践上的指导与支持。胡锦涛在执政期间就曾多次提出过加强舆论引导能力建设的思想和观点,比如在人民日报社考察时就要求新闻媒体“高举旗帜、围绕大局、服务人民、改革创新,坚持正确舆论导向,提高舆论引导能力”“把提高舆论引导能力放在突出位置,进行深入研究,拿出切实措施,取得新的成效”。^[45]

然而,“舆论引导力”作为一个概念却是习近平总书记首先提出来的。2016年2月19日,习近平在党的新闻舆论工作座谈会上强调:“尊重新闻传播规律,创新方法手段,切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。”^[47]此时,“引导力”是第一次被正式提出。在党的十九大报告中,习近平再次强调:“要牢牢掌握意识形态工作领导权”“建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态”“高度重视传播手段建设和创新,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力”^[48]。

所谓引导力,一般是指新闻媒体根据自己设置的议程或议题,引导受众进行思考,或者是引导他们朝着预设的方向去认识和理解新闻的一种能力。^[49]对于中国共产党来说,新时代的舆论工作所面临的国内外形势已经发生了巨大的变化,舆论思想的内涵必然随之发生改变,仅仅强调舆论引导显然是不够的,如何加强舆论引导力建设显得更加重要和迫切,传播手段的建设和创新是增强引导力的重要抓手和保障。舆论引导力建构是新时代中国共产党舆论思想建设的崭新命题,引导力和传播力、影响力、公信力一起构成新时代中国共产党新闻舆论工作建设和创新的四大生产力要素,它们已经成为习近平新时代中国特色社会主义思想中重要的、核心的概念,是我们进一步推进新时代中国共产党新闻舆论思想理论创新和实践创新的根本遵循和行动指南。

三、发展之维:新时代中国共产党舆论思想发展的新论述新理念

中国共产党舆论思想既是对马克思主义舆论思想的继承,也是紧密结合中国特色社会主义实践与时俱进的发展,虽然它依然处在不断丰富、发展和完善之中,但作为历史阶段性的理论成果在特定时期一定具有所处时代的鲜明特征。新时代,中国共产党舆论思想的发展,尤其是习近平关于新闻舆论工作的重要论述就体现为一系列的新论述与新理念。

(一) “两个舆论场”的划分和判断缺乏现实依据

任何舆论的生发总是离不开一定的时间和空间条件,而时间和空间所构成的场域就是舆论发生的社会环境及其生态环境,因此舆论场的存在是毋庸置疑的。刘建明认为,舆论场是指:“包含若干相互刺激因素,使许多人形成共同意见的时空环境。无数个人的要求、愿望、主张、态度,只有在一定场的制约下,经过多方位的交错、协调、组合,才能形成一致意见。舆论是场的产物。”“环境是舆论场

的空间,人们所形成的各种舆论圈只有在共同空间的刺激、容纳下才能形成大规模的“共同意见。”^[50]然而问题在于,新媒体时代是否就一定存在所谓的“两个舆论场”?从20世纪90年代末就有人提出“两个舆论场”的概念,认为在当下中国客观存在“两个舆论场”:一个是党报、国家电视台、国家通讯社等“主流媒体舆论场”,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”,人们在微信、BBS、QQ、博客上议论时事,针砭时弊,品评政府的公共管理。此观点认为,“传统媒体所营造的意见环境,与草根民意经常相互冲突,甚至分歧巨大。”^[51]甚至有观点认为,如果两个舆论场根本不能重叠,主流媒体就有丧失舆论影响力的危险。显而易见,这些结论大多属于假设和猜想,并且把“两个舆论场”割裂开来、对立起来进行看待和分析,实际上其划分的前提是不存在的,这种假设也是缺乏事实依据的。在当今中国社会,其实只存在一个大的社会舆论场,即使在形式上硬要划分两个舆论场的话,那么两者在认知和观点上也是基本一致的,任何时候都不会出现相左、不协调或相互矛盾冲突的现象和局面。如果在网络上偶尔出现此类情况,那也只是网上个别人、少数人的意见和看法,尚不构成舆论,更未形成舆情,因而无法上升到舆论场的高度。新媒体时代过分夸大舆论的负面功能和影响是片面的和有害的。因此,习近平在党的新闻舆论工作座谈会上严肃指出:“坚持党管媒体原则,还有一些重要问题要深入研究,还有许多工作要做。有人说,当下中国存在‘两个舆论场’,一个是以党报党刊党台、通讯社为主体的传统媒体舆论场,一个是以互联网为基础的新媒体舆论场。……这些看法是错误的。”^[52]习近平总书记这个判断是基于互联网背景下的中国社会现实和中国共产党领导下的媒体格局、媒体生态及其媒体管理方式,对此我们必须保持清醒的头脑和理性的认知。

(二)新闻媒体是社会舆论的“发射器”和“放大器”

习近平强调:“我们这么大一个国家,十三亿多人口,每天发生着大量事件,也存在着大量问题。新闻媒体是社会舆论的发射器,也是社会舆论的放大器。如果只看到黑暗、负面,看不到光明、正面,虽然报道的事情是真实发生的,但这是一种不完全的真实。”^[52]“有些事情特别是一些没有什么意义的事情,不报道不会产生什么社会影响,而一旦经过媒体传播和放大就会造成相当大的社会影响。”^[52]无论是社会舆论的发射器还是社会舆论的放大器,无疑都是在强调舆论宣传的独特价值和功能。对于社会舆论来说,“发射器”是指报道还是不报道的问题,“放大器”是指如何报道的问题,这显然是两个层面的问题。社会舆论就像是“活报剧”,每天都在上演着,已经成为社会发展的新常态,社会舆论不一定都具有新闻价值,也不需要一一进入新闻媒体关注和报道的视野。对于新闻媒体而言,“报道什么,不报道什么,多宣传什么,少宣传什么,都要从大局出发,体现大局要求”^[53]。新闻媒体在报道和传播社会舆论时要基于这样三个基本认知和判断:一是社会舆论要具有传播价值,符合新闻传播规律。新闻的真实性是新闻媒体第一要求,反映社会本质而不仅仅是社会现象是其选择的重要标准和条件。本不该报道的事情如果报道和传播出去,就像战场上发射了不该发射的子弹或者导弹,其杀伤力所造成的不良影响和后果是非常严重的。社会舆论即使生成了,如果不具备传播的价值和条件,那么其销声匿迹是早晚的事情;如果传播出去,就可能成为大众关注的对象和议论的焦点。二是社会舆论的传播要富有正能量和建设性。新闻媒体向来被党和人民赋予一定的社会责任,因此它要对其传播的社会舆论承担责任,只有那些与社会发展和时代进步同频共振的社会舆论才能成为主流媒体聚焦的目标,这样报道出来的舆论所激发起来的往往是社会正能量,给人以鼓励与鼓舞的力量,给国家的稳定发展和社会秩序的维护提供“压舱石”和“推进器”,是推动时代进步的一支不可或缺的精神力量和建设性力量。三是社会舆论的传播要满足社会大众的利益诉求和理性诉求。新媒体时代,人们的诉求虽然获得了前所未有的满足,但诉求的合理性也应当成为新闻媒体拷问的对象,有些人为了实现自己的一己之私,罔顾传播的社会效果,恶意在网络上散布一些负面信息,通过炒作形成舆论,这样的社会舆论理应受到新闻媒体的冷落。换言之,新闻媒体不能迎合少数人的不合理诉求或低级趣味,而是要尽量满足社会大众的知情权、合理的利益诉求和高尚的审美

追求。总之,对于社会舆论来说,新闻媒体报道与不报道涉及传播的价值问题,需要传播者权衡利弊做出准确和理性的判断;至于如何报道、怎么报道,那就关系到传播的规律性和目的性问题,需要传播者具有社会责任意识和政治大局意识,对舆论传播做出科学的、合目的性和合规律性的审慎抉择。

(三)有效发挥舆论监督包括互联网监督的作用

习近平强调:“舆论监督和正面宣传是统一的,而不是对立的。新闻媒体要直面我们工作中存在的问题,直面社会丑恶现象和阴暗面,激浊扬清,针砭时弊。对人民群众关心的问题、意见大反映多的问题,要积极关注报道,及时解惑释疑,引导心理预期,推动改进工作。”^[52]习近平关于新闻舆论监督工作的重要论述主要体现在三个方面:一是新闻舆论工作应在坚持正面宣传为主的原则下发挥舆论监督的独特作用。“舆论监督的出发点应该是积极的、建设性的。”^[54]舆论监督工作与正面宣传工作虽然侧重点不同,但它们的出发点和落脚点在总体上是一致的、并行不悖的。人民群众通过媒体监督党和政府工作、反映意见呼声,有利于改进党和政府工作,疏导社会情绪,化解社会矛盾,促进问题解决,推动社会和谐稳定发展。问题的关键在于,把握好舆论监督与正面宣传的有机关系,协调好两者的合理布局 and 统一部署,让舆论监督成为正面宣传的重要辅助工具和补充力量。二是把新闻舆论监督与其他形式的监督贯通起来,形成监督合力。习近平在党的十九大报告中强调,要将包括舆论监督在内的多种形式监督与党内监督结合起来,增强监督合力。在各种监督形式中,舆论监督是加强党的建设和民主政治建设的一项重要内容,新闻媒体的舆论监督是最经常、公开、广泛的一种监督方式。当前,在强调加强党的建设、反对腐败的时候,特别要发挥新闻的舆论监督功能,让腐败现象暴露在光天化日之下。新闻媒体应立足自身的优势,肩负起舆论监督的重任,对工作中出现的问题和各种腐败现象进行大胆的批评和揭露,从而保证各级党组织的纯洁性和先进性。三是在新技术、新媒体的条件下加强互联网的监督作用。习近平在2016年4月19日召开的网络安全和信息化工作座谈会上指出:“互联网是一个社会信息大平台,亿万网民在上面获得信息、交流信息,这会对他们的求知途径、思维方式、价值观念产生重要影响。”“要把权力关进制度的笼子里,一个重要手段就是发挥舆论监督包括互联网监督作用。”^[55]习近平高度重视以互联网为代表的新媒体建设,高度重视发挥新媒体在舆论监督中的独特功能和价值。古人云:“知屋漏者在宇下,知政失者在草野。”很多网民自称为“草根”,网络就是现实中的“草野”。网民来自老百姓,老百姓上了网,民意也就上了网。互联网既是大众参政议政的重要渠道,也是反映社会问题和民间舆论集聚的重要平台。新闻媒体要善于在互联网上发现舆情动向,把新媒体作为及时广泛收集社情民意的信息窗口。习近平要求各级党政机关和领导干部,“对网上那些出于善意的批评,对互联网监督,不论是对党和政府工作提的还是对领导干部个人提的,不论是和风细雨的还是忠言逆耳的,我们不仅要欢迎,而且要认真研究和吸取。”^[55]互联网不再是“舆论飞地”和“虚拟空间”,它已成为信息传播的集散地和舆论斗争的前沿阵地,舆论监督的触角要及时延伸到这里,充分发挥它对现实社会的积极干预作用。

(四)加快构建网络舆论引导新格局

习近平强调:“互联网新技术新应用不断发展,使互联网的社会动员功能日益增强。要传播正能量,提升传播力和引导力。”^[56]“要适应分众化、差异化传播趋势,加快构建舆论引导新格局。”^[57]互联网作为社会舆论新的载体和传播场域,已经打破了时间和空间的概念,其影响范围和阈值已经完全超越了人们的一般性认知和预期,成为新闻舆论工作的主阵地、舆论斗争的主战场,成为可能影响当代中国社会发展的最大变量。在互联网日益普及并成为人们信息交流的重要资讯平台之时,要把网络舆论引导作为重中之重来抓,牢牢把握网上舆论引导的主动权。新时代,党的新闻舆论工作必须适应已经变化了的新形势新局面,增强针对性,实施分众传播和舆论引导,追求成风化人的社会效果。因此,构建网络舆论引导新格局,做好网上新闻舆论的引导工作,已成为摆在新闻舆论工作者面前的一项重要而迫切的任务。新媒体时代,构建网络舆论引导新格局主要从以下几个方面着手:一要把握网络舆论的传播规律。习近平指出:“做好网上舆论工作是一项长期任务,要创新改进网上宣

传,运用网络传播规律,弘扬主旋律,激发正能量。”^[58]互联网时代,舆论生态发生了深刻的变化,无论是舆论的传播格局、传播方式,还是舆论环境、媒体格局;无论是传播主体、传播渠道,还是传播对象、传播效果等,均呈现出前所未有的发展态势,我们必须顺应并把握这种传播规律,积极引导网络舆论的走向,主动设置议题,因势利导,做到网上网下同频共振,相辅相成,形成合力。二要加强网上正面宣传。习近平指出:“要加强网上正面宣传,旗帜鲜明坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向。”“推进网上宣传理念、内容、形式、方法、手段等创新,把握好时度效,构建网上网下同心圆,更好凝聚社会共识。”^[59]相对于传统主流媒体,网络等新媒体上的负面信息较多,批评声、谩骂声俯拾皆是,不绝于耳,如果任凭这种现象滋生和蔓延,那么社会风气会受到毒化,社会秩序会受到破坏,导致舆论空间的一片混乱和浑浊。因此,加强网络内容建设,创新重大主题网络宣传,增强网上信息内容的吸引力、感染力和传播力就显得尤为必要和重要。三要营造清朗的网络空间。习近平强调:“网络空间是亿万民众共同的精神家园。网络空间天朗气清、生态良好,符合人民利益。网络空间乌烟瘴气、生态恶化,不符合人民利益。”^[55]在新媒体时代,网络空间容易滋生谣言,容易诱发低俗、庸俗和媚俗等现象,容易助长享乐主义、奢靡之风,影响人们正确世界观、人生观和价值观的培育和养成。因此,我们要“大力培育和践行社会主义核心价值观,把握好网上舆论引导的时、度、效,使网络空间清朗起来”^[58]。

四、结语

考察中国共产党舆论思想发展的进阶,尤其是观照习近平关于新闻舆论工作的重要论述,不难发现,从舆论宣传到舆论监督、舆论引导,其发展脉络非常清晰,发展的核心理念十分精确。从发展动力学角度来看,“舆论宣传”“舆论监督”与“舆论引导”是贯穿中国共产党舆论思想发展始终的一条主线。中国共产党舆论思想的核心观点及其理论特色主要体现为:在舆论载体的建设上,“喉舌论”“党媒姓党”“媒体融合”等思想一以贯之,且不断得到强化;在舆论宣传工作上,坚持党性原则,坚持政治家办报等理念,成为维系新闻传播工作的生命线,提倡尊重新闻传播规律,提高新闻舆论的传播力、引导力、影响力和公信力;在舆论监督和舆论引导关系上,强调正面宣传和舆论监督的一致性,强调党性和人民性相统一,树立以人民为中心的工作导向;在舆论工作者队伍建设上,要求坚持正确政治方向、舆论导向、新闻志向和工作取向,做党和人民信赖的新闻工作者。概而言之,在中国共产党舆论思想的建设和发展中,马克思主义新闻观的中国化、时代化、大众化,以及中国特色新闻传播学的话语方式和话语体系建构,由此得到进一步的巩固和深化。

参考文献:

- [1] 陈力丹. 精神交往论——马克思恩格斯的传播观. 北京:开明出版社,1993:165;165;202;354;183;173;173.
- [2] 黑格尔. 法哲学原理. 范扬,张启泰译. 北京:商务印书馆,1961:331.
- [3] 昂利·圣西门. 论蜜蜂与胡蜂的不和或生产者与不事生产的消费者的彼此地位//圣西门选集(第3卷). 董果良,赵鸣远译. 北京:商务印书馆,1985:148.
- [4] 马克思恩格斯全集(第1卷)第2版. 北京:人民出版社,2002:384;313;179;385;949.
- [5] 马克思恩格斯全集(第41卷). 北京:人民出版社,1982:515.
- [6] 马克思恩格斯选集(第1卷). 北京:人民出版社,2012:544.
- [7] 马克思恩格斯全集(第12卷). 北京:人民出版社,1962:658.
- [8] 童兵. 舆论与舆论载体——报刊. 新闻与写作,1991,7:13-14.
- [9] 马克思恩格斯全集(第10卷)第2版. 北京:人民出版社,1998:708.
- [10] 马克思恩格斯全集(第43卷). 北京:人民出版社,1982:489.
- [11] 马克思恩格斯全集(第6卷). 北京:人民出版社,1965:275;277.
- [12] 马克思恩格斯全集(第5卷). 北京:人民出版社,1958:203.

- [13] 马克思恩格斯全集(第19卷)第2版.北京:人民出版社,2006:348.
- [14] 马克思恩格斯选集(第4卷).北京:人民出版社,2012:265.
- [15] 马克思恩格斯全集(第46卷).北京:人民出版社,1979:503.
- [16] 马克思恩格斯全集(第42卷).北京:人民出版社,1979:415.
- [17] 马克思恩格斯全集(第7卷).北京:人民出版社,1959:370.
- [18] 童兵.理论新闻传播学导论.北京:中国人民大学出版社,2000:125.
- [19] 马克思恩格斯全集(第16卷).北京:人民出版社,1964:181.
- [20] 马克思恩格斯全集(第40卷).北京:人民出版社,1982:374.
- [21] 陈独秀文章选编(上).郑州:河南人民出版社,1982:127.
- [22] 马艺.中国新闻传播史论.北京:新华出版社,2007:152.
- [23] 陈独秀.独秀文存.合肥:安徽人民出版社,1987:616.
- [24] 毛泽东.新闻文存.北京:中国新闻出版社,1987:286.
- [25] 毛泽东选集(第4卷).北京:人民出版社,1991:1391.
- [26] 毛泽东选集(第5卷).北京:人民出版社,1977:157-158.
- [27] 胡耀邦.关于党的新闻工作//中国新闻年鉴(1985).北京:中国新闻出版社,1985:4.
- [28] 毛泽东文集(第8卷).北京:人民出版社,1999:132.
- [29] 三中全会以来重要文献选编(下).北京:人民出版社,1982:688.
- [30] 十二大以来重要文献选编(下).北京:人民出版社,1988:1257;1397.
- [31] 中共中央关于坚决妥善地做好报纸刊物整顿工作的通知.新华网,2005-02-05. [2018-12-16] <http://news.xinhuanet.com/ziliao/2005-02/05/content-2550872.htm>.
- [32] 郑保卫.中国共产党新闻思想史.福州:福建人民出版社,2005:419.
- [33] 本报编辑部.发刊词.红色中华,1931-12-11.
- [34] 本报编辑部.致读者.解放日报,1942-04-01.
- [35] 王强华,魏永征.舆论监督与新闻纠纷.上海:复旦大学出版社,2000:4.
- [36] 毛泽东论新闻宣传.北京:新华出版社,2000:130.
- [37] 中国社会科学院新闻研究所.中国共产党新闻工作文件汇编(中).北京:新华出版社,1980:115;117.
- [38] 丁柏铨,双传学.马克思主义新闻观:理论与实践.南京:江苏人民出版社,2015:104.
- [39] 邓绍根.“舆论监督”的历史解读.新闻与写作,2009,3:70-72.
- [40] 决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——习近平代表第十八届中央委员会向大会作的报告摘要.人民日报,2017-10-19.
- [41] 中国新闻年鉴(1989).北京:中国社会科学出版社,1990:3.
- [42] 中国新闻年鉴(1995).北京:中国新闻年鉴社,1996:4.
- [43] 江泽民总书记视察人民日报社.人民日报,1996-09-27.
- [44] 胡锦涛在全国宣传部长会议上发表重要讲话围绕中心服务大局高度重视并切实做好统一思想工作.人民日报,2002-01-12.
- [45] 胡锦涛.在人民日报社考察工作时的讲话.人民日报,2008-06-21.
- [46] 樊亚平,刘静.舆论宣传·舆论导向·舆论引导——新时期中共新闻舆论思想的历史演进.兰州大学学报(社会科学版),2011,4:6-13.
- [47] 习近平在党的新闻舆论工作座谈会上强调 坚持正确方向创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力.人民日报,2016-02-20.
- [48] 决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——习近平代表第十八届中央委员会向大会作的报告摘要.人民日报,2017-10-19.
- [49] 沈正赋.新媒体时代新闻舆论传播力、引导力、影响力和公信力的重构.现代传播,2016,5:1-7.
- [50] 刘建明,王泰玄等.宣传舆论学大辞典.北京:经济日报出版社,1993:3.
- [51] 张征,陈海峰.简论“两个舆论场”的内涵与价值.当代传播,2014,3:12-14.
- [52] 中共中央文献研究室.习近平总书记重要讲话文章选编.北京:中央文献出版社,2016:421;425;426;426.

- [53] 习近平. 干在实处走在前列——推进浙江新发展的思考与实践. 北京:中共中央党校出版社,2013:309.
- [54] 习近平. 把握好新闻工作的基点,摆脱贫困. 福州:福建人民出版社,1992:87.
- [55] 习近平主持召开网络安全和信息化工作座谈会强调 在践行新发展理念上先行一步 让互联网更好造福国家和人民. 人民日报,2016-04-20.
- [56] 习近平在中共中央政治局第三十六次集体学习时强调 加快推进网络信息技术自主创新 朝着建设网络强国目标不懈努力. 人民日报,2016-10-10.
- [57] 习近平在党的新闻舆论工作座谈会上强调 坚持正确方向创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力. 人民日报,2016-02-20.
- [58] 习近平谈治国理政. 北京:外文出版社,2014:198.
- [59] 习近平在全国网络安全和信息化工作会议上强调 敏锐抓住信息化发展历史机遇 自主创新 推进网络强国建设. 人民日报,2018-04-22.

Consensus Propaganda, Supervision by Public Opinion, Public Opinion Guidance: Study on the Development Path of the Communist Party of China's Public Opinion Thought

Shen Zhengfu (Anhui Normal University)

Abstract: Marx and Engels' thoughts on public opinion are that public opinion is "the actual embodiment and distinct expression of general relations", the press is "the paper currency of public opinion", the press is "the tireless revealer against power", public opinion is "the critical court" and "the barometer". These views contain the value judgment and rational cognition of "carrier of public opinion", "consensus propaganda", "supervision by public opinion" and "public opinion guidance". In the course of development, the communist party of China's public opinion thought not only inherits and develops Marxist thought of public opinion, but also carries out self-evolution and development innovation based on the Chinese context. To review the development of the communist party of China's public opinion thought, especially according to President Xi Jinping's important discourse on the work of news public opinion, it is not difficult to find that "consensus propaganda", "supervision by public opinion" and "public opinion guidance" act as the main line running through the development process and path of the communist party of China's public opinion thought. In the new era, the new propositions and new ideas of the development of the communist party of China's public opinion thought are mainly embodied as: the division and judgment of "two fields of public opinion" lacks the basis; the news media are the "transmitter" and "amplifier" of public opinion; the supervision of public opinion should include the supervision of the Internet; the establishment of a new pattern of public opinion guidance should be accelerated.

Key Words: Communist Party of China; the thought of public opinion; consensus propaganda; supervision by public opinion; public opinion guidance

■ 收稿日期:2018-10-11

■ 作者单位:沈正赋,安徽师范大学新闻与传播学院;安徽芜湖 241002

■ 责任编辑:刘金波