

新闻媒体在社会主义核心价值体系 建设中的问题及思考

陈叙¹, 操慧²

(1. 四川省委党校 文史教研部, 成都 610071; 2. 四川大学 文学与新闻学院, 成都 610064)

摘要:新闻媒体在社会主义核心价值体系的建设中发挥着重要作用,但近年来媒体有关社会主义核心价值体系建设的传播仍存在刻板、单一等现象,传播效果不佳。当前新闻媒体在社会主义核心价值体系建设中存在的问题主要表现在:媒体对社会主义核心价值体系建设的重要性缺乏足够认识;媒体在社会主义核心价值体系建设的议程设置和传播中缺乏创新动力和创新机制;媒体作为社会主义核心价值体系的践行者,自身也尚处于价值分裂状态。要更好地发挥新闻媒体在社会主义核心价值体系建设中的作用,需要主流意识形态管理部门的引导、市场及公众力量的参与,以及媒体自身高度的责任意识和自觉意识。

关键词:新闻媒体;社会主义核心价值体系;传播

中图分类号:G210 **文献标志码:**A **文章编号:**1000-5315(2010)06-0035-06

一 问题的提出

2006年10月,党的十六届六中全会提出了建设社会主义核心价值体系的战略任务,指出:“马克思主义指导思想,中国特色社会主义共同理想,以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,社会主义荣辱观,构成社会主义核心价值体系的基本内容。”^[1]2007年底,党的十七大首次将“建设社会主义核心价值体系”纳入报告中,指出“社会主义核心价值体系是社会主义意识形态的本质体现”,提出要切实把社会主义核心价值体系融入国民教育和精神文明建设全过程,转化为人民自觉追求,积极探索用社会主义核心价值体系引领社会思潮的有效途径,增强社会主义意识形态的吸引力和凝聚力^[2]。

当前对社会主义核心价值体系的理论探讨和争论较多^①,在实践层面有从国民教育以及大学生思

想政治工作等方面探讨如何用社会主义核心价值体系引领社会思潮的路径,也有学者指出应通过创新实际传播方法、拓展实际传播载体、优化实际传播环境,来建设核心价值体系在实际传播中的有效路径^[3],但在实践应用中对传播的重视和研究依然不够,针对性和操作性不强。

基于社会主义核心价值体系内涵和外延的丰富性,社会主义核心价值体系建设正是一个在传播中不断建构,也在建构中不断传播的过程。新闻媒体作为党和人民的喉舌,理应在社会主义核心价值体系的建设中发挥重要作用。议程设置理论认为,“大众传播往往不能决定人们对某一事件或意见的具体看法,但可以通过提供给信息和安排相关的议题来有效地左右人们关注哪些事实和意见及他们谈论的先后顺序。大众传播可能无法影响人们怎么想,却可以影响人们去想什么”^{[4]246}。社会主义核心价值

收稿日期:2010-05-25

作者简介:陈叙(1975—),女,四川叙永人,文学博士,四川省委党校文史教研部副教授;

操慧(1973—),女,四川成都人,文学博士,四川大学文学与新闻学院副教授。

体系的建设是一个文化浸润的过程。一方面,有赖于媒体的大众化传播,在潜移默化中使社会主义核心价值体系成为民众的共识;另一方面,有赖于媒体提供的公共空间,通过多种思潮的交锋,通过公众的参与和辩论,在传播中丰富社会主义核心价值体系,深化对社会主义核心价值的认识。从媒介的议程设置以及受众反馈调查可以看出,当前新闻媒体在社会主义核心价值体系的传播中仍存在创新性不足、传播技巧欠缺、传播效果不佳等问题。

传媒的新闻报道和信息传达活动以赋予各种议题不同程度的显著性的方式,影响着人们对周围世界的大事及重要性的判断。对党和政府重大事件的报道往往承载着对社会主义核心价值体系的传播。依托策划来打响新闻宣传战役,这是当前以党报党刊等为代表的主流媒体在重大事件报道上的策略。如《四川日报》2007年1月到2009年6月期间,对十七大、两会、改革发放30周年、北京奥运会、5·12汶川特大地震进行相应的议程设置,以其周密的先期策划,在力争权威、深刻的报道中,不失服务与亲民风格,在重大事件新闻大战中,始终站在新闻制高点,力图在发出自己独特强音中构建舆论引导的高地。

尽管在重大事件上进行了议程设置,但当前党报党刊等主流媒体在社会主义核心价值体系的传播中仍存在着以下一些不足。

首先,议程设置不应该仅仅是宣教模式的机械化套用。媒介的议程设置并非是有内容只要上了媒介,安排在显著位置,就会对公众的议程产生决定性影响,还应该与受众本身的兴趣、接受水平,以及媒介的有效到达率等方面息息相关,否则也只是媒体的“独角戏”。正如马克思所言,只是“时代精神的单纯的传声筒”^{[5]555}。如在“两会”报道中,《四川日报》虽然有意识地将会议与民生问题结合,但是力度和深度不够,仍然停留在政策宣讲的层面,缺乏基层的声音。走进社区、走进广大农村,了解民情民意,发现真正具有新闻价值的选题仍是其薄弱环节。

其次,当前党报党刊的叙事表达较严肃刻板,这影响了广大受众的阅读兴趣,削弱了普通百姓对党报的关注度,媒介有效到达率大打折扣。《四川日报》在改革开放30周年的议程设置上,消息和特别报道比重较多,故事性稿件较少,没有能够很好地将政治话题以大众容易接受的形式进行传播。尽管设

置了《我这30年》之类的专题报道,但比重较弱。媒介议程设置应该是政府的政策工作、人民群众关注焦点的集合点,这样才能使作为舆论喉舌的党报的权威性与影响力有机结合,在受众中形成广泛的相关的讨论议题,最终实现合力效应。

此外,主流媒体对重大事件的议程设置仍停留于战役性报道模式,注重量上的累积而忽视了传播效果。媒介对单一、表面化信息的超负荷传播只会带来受众的麻木与“审美疲劳”。如《四川日报》在5·12地震后一周内刊载了760余篇地震报道,雷同的新闻报道会使读者产生厌倦情绪。

从受众的接受情况和需求来看,以四川大学在校内为总体进行抽样调查,发放问卷300份,回收有效问卷272份,有效问卷回收率为90.7%^②。受访者中了解社会主义核心价值观的人数占59.1%,不了解的占40.9%;而在了解社会主义核心价值观的人群中,半数以上表示只是大概了解,仅有7.5%的受访者称非常清楚其内涵;其中通过媒体得到了解的占31.5%,48.7%的学生是通过学校学习获知的。这说明大学生通过媒介接触,对于社会主义核心价值观的认知度偏低。

大学生对于新闻媒体社会主义核心价值观的报道的可信度给予了较大的认同,认为报道基本可信和部分可信的人数共占了81.4%。大学生对社会主义核心价值观报道所持有的质疑和半信任态度,并不是源于他们认为所报道的内容是虚假新闻,而在于认为对社会主义核心价值观的报道倾向性严重,“报好不报忧”。大学生不仅要求新闻个体真实,还要求整体的新闻场平衡、客观与必要的开放。对于报道内容的可读性和贴近性的调查则不容乐观,认为其“非常具有”可读性的受访者占5.4%,认为“具有一些”可读性的占53.0%,认为“不太具有”可读性的占28.7%,还有10.8%认为“非常不具有”可读性。大学生对现有关于社会主义核心价值体系的报道普遍抱有消极认可的态度,普遍表示其可读性不强,而偏向于喜欢以事实报道为主、辅以情感的融情于事的新闻报道方式。大学生并不满足于媒介对科学发展观的肤浅形式性报道。有超过半数的人认为这些报道与自身联系“不紧密”。大学生更为关注报道内容与自身生活的贴近性和信息的实用性,而对于媒体报道的宣传程度,普遍认为宣传面广、频率高,但是不够深入。

二 新闻媒体在社会主义核心价值体系传播中存在问题的深层次原因分析

从上述分析可以见出,主流意识形态的理论创新及其传播与广大受众的接受之间仍存在着较大的落差。媒体相关议程设置和话语模式较为刻板,尽管有了不少的改进,但单向度的灌输模式依然在惯性运作,传播效果不够理想。就其深层次原因而言,有以下三个方面。

1. 媒体对社会主义核心价值体系建设的重要性尚缺乏足够的认识。

调查表明,受众通过媒介接触,对于社会主义核心价值观的认知度偏低。受众认为有关社会主义核心价值体系建设的报道形式主要集中在时政新闻,可读性与贴近性较差。受众形成的刻板印象与媒体的刻板认识不无关系。十七大报告指出,社会主义核心价值体系是社会主义意识形态的本质体现。因而媒体相当程度上是从政治议程的角度来报道和处理这一主题,并延续了政治议程惯有的模式:单向度的宣传,频率高,覆盖面广而到达率低。但社会主义核心价值体系建设这一议程本身具有极大的特殊性。一方面,体现在紧迫性上。伴随中国社会转型的加剧,传统的儒家文化渐行渐远,原有的政治意识形态权威性受到挑战。在价值层面缺乏共识,势必影响到社会的凝聚力和整合度。另一方面,体现在价值认同很难强制性的实现,而必须来自民众自发自觉的认同。在受众自主性、自我判断力不断增强的今天,对于媒体而言,价值认同是很难通过单向度的灌输来达成。社会主义核心价值体系的建设是个动态参与的过程而不仅仅是个既成的政治命题。观念的碰撞、价值的甄选与建构是其必然经历的过程。这个过程需要媒体提供公共讨论的空间,需要意见领袖的引领,需要民众的广泛参与。同时,社会主义核心价值体现在不同的层面和领域,如政治价值层面、日常生活层面、家庭伦理层面,受众定位不同的媒体当选取不同的策略来进行传播,做到润物细无声而避免单纯刻板的政治议程形象。

从调查来看,媒体更多从政治议程的角度来理解社会主义核心价值体系建设的传播,换言之,即“规定动作”多而“自选动作”少。对价值议程的特殊性和重要性认识不足,尚缺乏对价值议程设置的敏感度。1980年5月,一封署名“潘晓”的读者来信《人生的路呵,怎么越走越窄》发表在《中国青年》杂

志上,在1980之夏引发了全国范围一场关于人生观的大讨论。从第5期到第12期,《中国青年》关于潘晓讨论一共编发了110多位读者的110多篇稿件,约十七八万字;在讨论开展的7个月时间里,编辑部共收到来信来稿六万多件,其中不少信稿是几十、上百青年联名写的,这场讨论影响了一代年轻人^[6]。从媒体传播的角度而言,这是一次十分成功的议程设置。《中国青年》杂志的编辑们敏锐的洞察力、社会责任感和勇气至今仍令人叹服。事实上,潘晓并无真人,而是编辑们对两个采访对象的一种综合,在信息技术手段不够发达的80年代,仍采用读者来信的形式提供公共讨论的空间,实属不易。

从某种意义上说,今天媒体所享有的技术手段、政治空间和舆论氛围已远远超越上世纪80年代,但在对价值和意义的关注方面却缺乏担当。2008年汶川大地震期间,四川都江堰光亚中学教师范美忠在地震发生那一刻,弃学生于不顾第一个跑出教室,所幸学生安然无事。之后,范美忠在天涯论坛上发表了《那一刻地动山摇》的帖子,在文章中写道:“我是一个追求自由和公正的人,却不是先人后己勇于牺牲自我的人!在这种生死抉择的瞬间,只有为了我的女儿我才可能考虑牺牲自我,其他的人,哪怕是母亲,在这种情况下我也不会管的。”^[7]范的博文发表后受到网友的炮轰,并被冠之以“范跑跑”的绰号。“范跑跑”事件的媒体历程也呈现出吊诡的一面。由网络进入到传统媒体又反馈到网络媒体。从都市报的最早介入到电视的跟进,尤其是凤凰卫视“一虎一席谈”的介入,邀请范美忠与自由撰稿人郭松民进行现场辩论。郭的谩骂、上纲上线,不给对手以辩驳机会等等行为反衬出范的理性和坦然,同时也使舆论呈现出戏剧化的转换而表现为对范的同情。范与郭的争执最终被定位为“真小人”与“伪君子”之间的分野。在有关“范跑跑”的媒体议程中,绝大多数严肃媒体保持了一致的缄默,穷追猛打的往往是网络媒体和都市类报刊,但此类议程多是情绪化宣泄,或猎奇色彩较重。知名媒体凤凰卫视的介入却又选取了一个与范显然不在同一层面的辩手,突出了戏剧效果,使电视台的收视率有了保证,而有关核心价值的争论则隔靴搔痒、击不到要害处。此后有关教育部门取消范美忠教师资格的假消息则进一步成就了范美忠“被迫受害者”的形象。严肃媒体似乎都不屑于掺和到“范跑跑”事件的报道中,有

人认为“范跑跑”事件影响渐大就是因为媒体的介入。事实上,价值的整合和引导往往就是在一系列社会影响较大的事件及其争辩中逐步推进的。论争往往不一定有一个标准答案,但至少应有积极和理性的舆论导向,否则就会在众声喧哗中失去价值引导的机会。在某种意义上,“范跑跑”事件正是社会主义核心价值观体系建设中的一个契机,但绝大多数主流媒体缺乏敏感度。在凤凰卫视之后,央视也对“范跑跑”事件进行了报道,但此前的舆论倾向似已定调,央视的影响甚微。

要么是铺天盖地正襟危坐的政治宣传,要么是在影响较大的社会事件中保持缄默,回避论争。这似乎已成为当下主流媒体的生存状态。在新兴网络的众声喧哗中,传统的主流媒体似乎也未找到新的话语方式。犹如一群小年轻人聊得正欢,闯入一个饱学的中年人意欲加入论战,可惜所持的八股化的语言令人索然无味,在小年轻们的窃笑中黯然退场。

2. 媒体在社会主义核心价值观体系建设的议程设置和传播中缺乏创新动力和创新机制。

从浅层次上看,价值议程存在的问题是媒体对社会主义核心价值观体系建设的认识缺乏敏感性,对重要性认识不足,在形式上缺乏创新。从深层次上看,则是缺乏创新的动力和创新机制。

搁置争议是改革开放的一大策略之一,包括在意识形态领域。尽管有海外媒体将建设社会主义核心价值观体系视为中国共产党在意识形态领域一改搁置争议的策略,开始反击的表现,但对于主流媒体而言,如何规避政治风险、不触线仍是其现实的生存策略。尤其对于社会主义核心价值观体系建设这一议程,还是选择“规定动作”多,而自找麻烦的“自选动作”少。1980年,署名“潘晓”的读者来信《人生的路呵,怎么越走越窄》引发了一场有关人生观的争论,在媒体议程设置上可圈可点。事后尽管躲过了被作为“精神污染”典型的“清理”,但“提高认识”的检查却不得不做^[6],相关责任人仍受到影响。尽管今天的政治和舆论生态已不同于30年前,但求稳仍成为主流媒体摆在第一位的需求,以规避政治风险。

对负面报道的管控也影响着媒体的议程设置。媒体的价值导向除了体现在政治议程、理论传播上,还体现在重大新闻事件的报道和舆论监督中。单向度的正面报道和灌输,其传播效果往往大打折扣。媒体既是信息传播者也是社会公正的守望者。在客

观而公正的报道中,在舆论监督中,媒体才能成为社会主义核心价值观的捍卫者和引领者。往往正是通过媒体对一些重大突发事件的报道和舆论监督,才能推动社会的进步,在论争中促进观念的更新和价值的整合。如果在一些重大新闻事件中,媒体缺席或保持缄默,只能使社会情绪缺乏必要的安抚和宣泄,导致谣言四起,也丧失价值引领的良好时机。

从传播规律而言,媒体偏好负面信息,所谓“好事不出门,坏事传千里”。对于主流意识形态管理部门而言,正面宣传和符号奖励的权威性也面临尴尬的处境。汶川大地震中人性的光辉和可歌可泣的英雄事迹令无数民众动容,但当意识形态话语进行总结和提升时,进入到抗震救灾优秀个人、优秀少年的评比中时,其间的负面信息反映出整个社会心理对于说教和崇高的逃避。从某种意义上说,处于转型期的社会,需要我们的媒体以建设性和负责任的态度来进行舆论监督,更新报道技巧。我们的意识形态管理部门也不能无视信息化时代的受众心理,寻求新的话语方式和管控模式。

3. 媒体作为社会主义核心价值观体系的践行者,自身也尚处于价值分裂状态。

媒体在有关社会主义核心价值观体系建设的议程设置方面缺乏创新机制和动力,往深层次看也在于媒体有自身的利益考虑,媒体自身的核心价值尚处于一种分裂状态。在权力与金钱间徘徊的媒体如何建立自身的核心价值,成为社会主义核心价值观体系建设中的践行者,这仍待探索和引导。

一方面,媒体是党和政府的喉舌,所有的刊号、频道、频率等资源都属于国有。另一方面,拿到刊号、频道、频率等资源的媒体又要进行市场化运作,以换取自身生存发展所需要的资金,同时完成喉舌功能,实现权力与资源之间的转换。游走在权力与金钱之间的媒体,只能凭着自身的职业良知来行事。喉舌功能是规定动作,而市场运作则是为了生存发展。媒体有着自身的利益诉求和利益空间。不触红线、不碰禁区,回避争论也就成了当前的一种实用主义取向。相当多的党报、党刊、党台也都保持着四平八稳的姿态。社会新闻的报道是市场化媒体的特长,对于市民的价值观念引导有着不容忽视的重要作用,但它们往往并不具有强烈的担当意识,考虑更多的是如何吸引眼球,获取轰动效应。因而有关人生观的讨论也就只能出现在那个理想主义时代的媒体

上,有着那个时代的真诚和那个时代的担当。

当然,市场法则并非总是朝向低俗、无序。试图在市场竞争中取胜的媒体也需要确立自身的公信力与职业伦理,确立自身的核心价值理念以赢取目标受众。媒体的核心价值建设也是社会主义核心价值观体系建设中的重要组成部分。这既包括严肃的主流媒体,也包括关注平常百姓喜怒哀乐的市场化媒体。新兴网络媒体、手机媒体的兴起改变了传媒生态和信息传播模式,在及时性、交互性方面提供着前所未有的体验,也考验着既有的媒体管控模式。如何把握新媒体的特点,使之在社会主义核心价值观体系建设中发挥重要作用也是值得进一步去思考的问题。如人民网就曾针对“什么是你认同的社会主义核心价值观理念”进行网络调查,相对于传统媒体的议程设置呈现出更为鲜活的特点。

缺乏核心价值理念的媒体是贫血的媒体。我国媒体市场化程度不高,正处于分化组合之中,也正处于自身价值理念的寻求和确立过程中。如何将媒体的诉求与主流意识形态管理部门的诉求结合起来,使媒体成为社会主义核心价值观体系建设中积极的传播者和践行者,是一个深刻的课题。如媒体对客观、公正的诉求与主流意识形态安全的诉求之间如何平衡,这既需要媒体加强责任感,也需要主管部门的智慧。

三 充分发挥媒体在社会主义核心价值观体系建设中的积极作用

社会转型期面临的多重文化矛盾以及媒体面临的多重角色,都给社会主义核心价值观体系的建设与传播带来一系列的挑战。只有将媒体核心价值的建构纳入到社会主义核心价值观体系中去,才能从根本上激发媒体活力,使其成为社会主义核心价值观体系的主动传播者和积极的践行者。而要充分发挥媒体在社会主义核心价值观体系建设中的积极作用,需要主流意识形态管理部门的引导、市场及公众力量的参与,以及媒体自身高度的责任感和自觉意识。

首先,主流意识形态管理部门需要尊重和遵循传播规律,更新意识形态话语的宣传模式,寻求新的时代条件下的媒体管控模式。传统的宣教模式往往只是从传者的视角出发,单纯考虑传播的量和频率,话语模式较为僵硬,宣教意图过于明显,忽视受众需求和传播效果。从新闻传播规律而言,新闻场缺乏一定开放、客观和平衡,难以达到预期的宣传效果。

随着受众文化素养的不断增长,随着媒体市场化程度的不断提高,来自市场化的传统媒体和新媒体通过贴近民众的议程设置正形成民间的舆论场,并对官方舆论场形成挤压,这给意识形态话语传播模式和媒体管控模式带来极大挑战。从观念层面而言,社会主义核心价值观体系具有多层次性,核心价值体系的建设并不仅仅是一个政治议程,同时也是一个社会议程,需要社会的广泛参与和关注。随着社会转型的加剧,媒体除了传统的政治角色以外,还承担着公共、市场主体角色^[8]。对于意识形态管理部门而言,需要顺应社会的变化,让媒体在党性原则下,合理延伸公共与市场定位,以达到三者适度的均衡,从而更好发挥媒体的社会功能和宣教功能。党报、党刊、电视台以及主流网站的政治属性性强,占据着政府的权威信息,更应该在社会公共服务和舆论监督方面发挥重要作用,成为党和政府密切联系群众,提供公共服务的平台。主流意识形态管理部门只有顺应社会发展趋势,营造主流媒体创新的制度环境和氛围,才能从根本上改变媒体对主流意识形态宣传话语的刻板延续,也才能在逐步开放的新闻场中赢得话语权力。社会主义核心价值观体系建设中的批评与监督应该适度加强,正面和负面的传播都是为了构建和谐社会与实现中华民族的伟大复兴而服务,对敏感问题、有争议的问题以及新鲜事物的适时、适当的传播是和谐舆论构建的前提和保障,尤其是主流媒体应该着力建设的高地。

其次,将媒体核心价值建设纳入到社会主义核心价值观体系建设中来。一方面,社会主义核心价值观体系的建设应当具有前瞻性和包容性;另一方面,只有将自身核心价值理念建构在社会主义核心价值观体系基石上的媒体才能具备应有的责任感和大局意识。传统上话语权高度集中的媒体管控模式已经不适应媒体格局的变化与社会结构的变化,也不利于媒体核心价值的培育。转型期的媒体处于政治、市场以及自身职业伦理和专业诉求的多种力量牵制中。媒体核心价值建构的中心应是自身的职业伦理和职业规范,如新闻报道的真实、客观、公正,同时延续中国媒体一直以来重视社会责任的优良传统。媒体在恪守职业规范和职业伦理的同时,应坚持基本的政治原则和政治底线;注意与政府信息公开渠道的合作与共享,建构媒体与政府的诤友关系,提高党和政府的媒体执政能力;参与市场竞争时,不因为资

本的倾轧而放弃基本的职业规范和政治原则;视公众为目标受众时,提供公共服务和公共讨论的平台,保持对价值议程的敏感,将价值引导潜入到具体的新闻报道中;对于社会反响较大的价值议题注意引导,不因为恶性炒作而违背公序良俗,维护社会基本的道德共识和伦理底线。当前,需要在媒体的政治角色下让度出一定空间以包容媒体的专业精神,只有在多种力量的制约和均衡之下,媒体核心价值建设才能嵌入到社会主义核心价值体系之中,建立在社会共识的基础上。

第三,引入社会评价体系,对媒体在社会主义核心价值体系中的传播行为进行评议和监督。当前对媒体的监督主要来自于主流意识形态主管部门。这种监督也更多从政治视角和意识形态安全的角度来考虑。由于价值议程的特殊性,其对受众的效果影响也难在短期内测定,因而意识形态主管部门的管理在很大程度上是对传统宣教模式的延续,多以禁令形式和事后追究的形式进行,如对负面新闻的管

控等,其科学性有限。宣传部领导下的阅评制度往往也因缺乏独立而影响其公正性。社会转型期,随着媒体权力的膨胀,作为媒体受众的广大公众却缺乏通道对媒介的公共角色和作为进行反馈。专业性的媒体行业组织也因为半官方色彩而缺乏独立性和约束力,未能在媒体行业自律和职业规范建立上发挥积极作用。缺乏社会评价体系,不利于媒体建立公信力,也不利于媒体在社会主义核心价值体系传播中发挥积极作用。如近期国家广电总局对相亲节目的整顿,固然有节目价值导向低俗以及有违公序良俗等原因,但由于缺乏一个社会视角客观公允的评价,使官方的管制显得较为粗暴,降低了社会说服力。因而,要让媒体在社会主义核心价值体系建设中发挥积极作用,应当重视广大公民的参与,开辟公民、媒体参与和进行媒体监督的通道,让公民参与到社会价值体系的建构与维系中来,避免媒体权力在政治和资本重压下的异化。同时培育行业自律组织,吸纳专家以及舆论领袖加入到社会评价体系中。

注释:

- ①综观目前有关社会主义核心价值体系研究,以社会主义核心价值观为研究重心,主要集中在以下几个方面:关于社会主义核心价值内涵的阐述,关于社会主义核心价值观的基本特征的探讨,关于社会主义核心价值观的必备条件,关于社会主义核心价值体系建设的重要性和必要性,关于以社会主义核心价值体系引领社会思潮的研究。
- ②本文系中央党校重点调研课题,其中子课题《新闻媒体社会主义核心价值观报道议程设置角度的大学生受众调查分析》以大学生为调查对象,原因是:首先,大学生系统接受高等教育,对新知识新技术接受主动、快速,日常媒介接触和使用频度高,具有一定的媒介素养;其次,大学生是潜在的社会主体的构成群体。鉴于此,此次研究中实证调查部分的受众研究对象即设定为大学生群体,这种实证研究具有重要的现实意义。此次样本选择存在一定局限性,但鉴于各区域大学生群体具有一定程度的同质性和可类比性,因此,这项调查的结果仍可视作具有普遍的参考价值。

参考文献:

- [1]中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定[J].求是,2006,(20).
- [2]胡锦涛.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗——在中国共产党第十七次全国代表大会上的报告[J].求是,2007,(21).
- [3]罗海英.论用社会主义核心价值体系引领社会思潮的有效途径[J].湖南工业大学学报(社会科学版),2010,(1).
- [4](美)沃纳·赛佛林,小詹姆斯·坦卡德.传播理论起源、方法与应用[M].北京:华夏出版社,2002.
- [5]马克思恩格斯选集:第四卷[M].2版.北京:人民出版社,1995.
- [6]1980年引发全国关注的“潘晓讨论”[N].北京日报,2008-12-11.
- [7]天涯专访范美忠:那一刻地动山摇[EB/OL].[2008-12-29].天涯论坛 <http://www.tianya.cn/publicforum/content/free/1/1483679.shtml>.
- [8]毛家武.全球化背景下中国媒介文化转型与新闻专业主义重构[J].电子科技大学学报(社会科学版),2009,(6).

[责任编辑:唐 普]