



新时代党的宣传工作中 议题设置的逻辑进路

张丽丝

摘要:新时代做好党的宣传工作,必须关注议题设置,特别是科学把握议题设置的本质规定和发展规律。在党的宣传工作中,虽然议题设置的理念近年来才被正式提出,但议题设置的客观历史则有近百年。党的宣传工作中议题设置经历了制造舆论议题、设置澄清性议题、导向性议题到全媒全域统筹型议题设置的发展变化。新时代新征程,做好党的宣传工作中的议题设置,既要以寻求价值共识为议题属性的主旨,也要遵循传播规律,运用多方面合力系统性地开展舆论引导。

关键词:宣传工作;议题设置;舆论引导;政治议题

DOI: 10.13734/j.cnki.1000-5315.2023.02.003

收稿日期:2022-06-18

基金项目:本文系中央党校(国家行政学院)2022年度重点项目“习近平总书记关于马克思主义基本原理的论述研究”(2022ZD001)的阶段性研究成果。

作者简介:张丽丝,女,河南平舆人,法学博士,中央党校(国家行政学院)马克思主义学院讲师,研究方向为马克思主义基本原理、当代西方政治哲学,E-mail: zhangls925@163.com。

自中国共产党成立以来,宣传工作一直是党的革命、建设和改革的伟大实践中的重要组成部分。十八大以来,习近平“把宣传思想工作摆在全局工作的重要位置,作出一系列重大决策,实施一系列重大举措”^①,并在党的第二十次全国代表大会上指出,新时代新征程,必须“建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态”,“加强全媒体传播体系建设,塑造主流舆论新格局”,“巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论”^②。这无疑又将党的宣传工作的重要性提升到了一个新的高度,也指明了宣传工作的方向。在党的宣传工作中,议题设置尤为关键,这不仅涉及舆论引导的传播规律,还直接关系到筑牢中华民族伟大复兴共同思想基础的成败。在新时代新征程中,建设传播新体系与塑造舆论新格局迫切需要增强“议程设置能力、舆论宣传能力”^③。本文将就议题设置的本质规律、历史逻辑与新征程的基本遵循进行具体探讨,以期增强和提高宣传工作的针对性与有效性,更好地引导舆论、掌握意识形态话语权和参与全球治理。

一 科学把握新时代党的宣传工作中议题设置的本质属性

把握宣传工作议题设置的科学内涵或本质规定,是新时代做好党的宣传工作的必然要求。议题设置(Agenda Setting),又称议程设置,是一种客观的传播功能,是传播者主动选择的客观过程与结果。“新闻媒

①《习近平在全国宣传思想工作会议上强调 举旗帜聚民心育新人兴文化展形象 更好完成新形势下宣传思想工作使命任务》,《党建》2018年第9期,第4页。

②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),人民出版社2022年版,第43、44页。

③习近平《提高我国参与全球治理的能力》(2016年9月27日),《习近平谈治国理政》第2卷,外文出版社2017年版,第450页。

介在告诉人们‘怎么想’这方面可能并不成功,但是它们在告诉人们‘想什么’的方面则异常成功”^①。大众传媒的议题设置功能,便是立足客观的传播条件,充分把握公众的心理诉求,最终对公众判断“该想些什么”或“什么是重要的”产生影响。在以上意义方面,我们将立足唯物史观,结合宣传工作的客观情况,来揭示新时代党的宣传工作议题设置的基本属性与本质规定。

在根本属性层面^②,以政治议题引导社会舆论是新时代党的宣传工作议题设置的本质规定。时代召唤出新技术,赋予了新时代党的宣传工作新任务新要求,这也决定了议题设置的根本属性。新旧媒介的更迭,凸显了政治议题作为党的宣传工作议题设置的本质构成和集中体现。在印刷传媒向第二传媒(网络)转变的过程中,新旧媒体文化发生迁移,“必然要发生动荡”^③。互联网时代,新媒体的碎片化特质消解着民族国家引导社会主流价值观的权威,甚至“技术已经走到了公然蔑视现代政府权力特性这一步”^④。因此,重塑公共权威成为互联网时代宣传工作的重要任务,这也“与全球对于政治传播的重视的现实相符合”^⑤。互联网背景下,政治传播也是新时代党的宣传工作的根本要求,设置政治议题是必然选择。新时代党的宣传工作政治议题设置的根本规定,是“坚持马克思主义在意识形态领域指导地位”^⑥。身处形形色色的信息流中,主流媒体要坚守马克思主义的根本方向,增强正面政治议题的引导力,加强与社会媒体、新媒体受众的对接,提升受众对政治议题的认同感,引导全社会的舆论方向。

在基本原则层面,新时代党的宣传工作议题设置必须遵循受众的主体性原则。宣传工作的首要任务是获得受众的注意,议题设置的根本目的在于引导公众的认知与价值判断,从而引导社会舆论。“引导社会舆论走向,要善于设置议题,让该热的热起来,该冷的冷下去,该说的说到位”^⑦。而议题“其热度与受众的参与度密切相关”^⑧,这就要求宣传工作者洞察社会热点,因为热点话题反映着大量受众关注的即时内容。因此,进行议题设置首先要关注受众心理,坚持受众的主体性原则,要贴近热点。热点问题是经过人们一个时期内广泛讨论的话题,设置热点的相关议题有利于实现宣传的高互动性、广覆盖与深拓展度。当然宣传工作者要主动设置热点议题,主导舆论方向。主动设置能够形成社会焦点的议题,能够迅速实现议题的发酵,拉近宣传内容与受众的距离,推动社会舆论的形成。

在宣传形式层面,新时代党的宣传工作议题设置要提升艺术性。在宣传工作中,舆论的引导不能背离传播的艺术规律,要达到内容与形式的统一、思想性与趣味性的统一。议题设置的艺术性首先体现在语言风格的选择上,优质的议题内容要匹配符合传播艺术的表现技巧与方式。提高议题设置宣传艺术,关键在于宣传工作者要发挥自己的主动性,把握宣传工作特点,在语言风格上不断创新,提升议题设置呈现方式的灵活性与活泼性。不可否认,部分宣传语言存在八股习气,过度使用官话、套话、老话,一定程度上削弱了宣传的力度。实际上,宣传工作对于文风的要求极高,议题的语言表述需要贴近生活,言之有物,生动鲜活,要“上接天线,下接地气”,使用人们“喜闻乐见”的表达。

在宣传效果层面,新时代党的宣传工作议题设置要遵从传播规律,讲究原则与方法^⑨。设置议题要运用效果导向思维,以求议题酝酿范围与传播效果的最大化。首先,党的宣传工作议题设置以统一思想为目的,

① Bernard C. Cohen. *The Press and Foreign Policy* (Princeton: Princeton University Press, 1963), 13. 转引自:〔美〕马克斯韦尔·麦库姆斯《议程设置:大众媒介与舆论》,郭镇之等译,北京大学出版社 2018 年版,第 5-6 页。

② 2018 年,郭镇之指出,20 世纪 60 年代末期之后,“议题设置的研究对象从‘议题’转向‘属性’,深入到第二层面(如候选人属性)的议程设置效果”。第一个层面的题设置是关注客体显要性转移,即获取注意;而第二个层面的议题设置则是属性显要性转移,即获取理解。参见:〔美〕马克斯韦尔·麦库姆斯《议程设置:大众媒介与舆论》,郭镇之等译,北京大学出版社 2018 年版,第 4、60 页。

③〔加〕英尼斯《传播的偏向》,何道宽译,中国人民大学出版社 2003 年版,第 119 页。

④〔美〕马克·波斯特《第二媒介时代》,范静哗译,南京大学出版社 2000 年版,第 40 页。

⑤ Lynda Lee Kaid, *Handbook of Political Communication Research* (Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2004), 507.

⑥ 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),第 43 页。

⑦ 李捷《坚持政治家办报 确保党刊始终姓党》,《人民网》2017 年 2 月 16 日发布,2022 年 6 月 8 日访问,http://media.people.com.cn/n1/2017/0216/c14677-29086052.html。

⑧ 耿雪梅《试析主动设置议题对舆论引领工作的意义》,《中国广播电视学刊》2016 年第 12 期,第 36 页。

⑨ 崔玉英《增强议题设置能力 向世界讲好中国故事》,《求是》2014 年第 23 期,第 60 页。

因为真正成功的议题设置不仅需要获得受众关注,还要达成深度的价值共识。达成深度共识需要言之有物、晓之以理、动之以情的议题设置,也就需要符合人的心理规律^①。使用强制性手段难以达成宣传目的,正如恩格斯所言,“我们不知道有任何一种力量能够强制处在健康清醒状态的每一个人接受某种思想”^②。再者,党的宣传工作要把握好议题设置的时、效、度,统揽全局,设置具有中国元素的议题,把中国故事讲好、传播开,多维度及时、有度地提升议题的感染力、穿透力与影响力。

总体上,议题设置具有一定的规律,一般包含一定的理论与现实依据,需要定期进行理性研判,凝练重大主题,并经过一定的议题讨论,最终引导社会舆论的方向。新时代党的宣传工作议题设置的整个过程是一个统筹各方面情况、综合设置议题的过程,需要根据新的现实要求不断提升设置路径,科学凝练符合社会本质要求、现实生活需要、时代发展趋势与群众话语风格的议题,将主流媒体主动设置的正向议题与新媒体自下而上设置的反向议题相结合,科学把握议题酝酿、设置、讨论的时、效、度,并关注后期评估反馈意见,进一步提升议题的统摄力、穿透力与影响力,及时有效地应对负面议题与言论,把握住中国故事的阐释权与话语权,牢牢抓住意识形态工作领导权,夯实伟大复兴的思想基础。

二 党的宣传工作中议题设置的系统性趋向

做好新时代党的宣传工作的议题设置工作不仅应该充分把握议题设置的科学内涵,还应该充分把握党的宣传工作议题设置的发展历程及蕴含的规律,这是做好新时代党的宣传工作议题设置的关键环节。在党的宣传工作历史上,进行议题设置是重要手段,相关工作呈现出鲜明的阶段性特征^③。

(一) 制造鲜活舆论议题阶段

新民主主义革命时期,毛泽东主张革命话语大众化。在这个阶段,政治宣传议题成为宣传工作的主要内容^④,并且,“毛泽东倡导对新民主主义革命理论进行更为通俗易懂的话语加工,形成为普通劳动群众所喜闻乐见的大众化革命话语”^⑤。这在1923年制定的《教育宣传问题议决案》中也有体现,比如“向工人开展宣传要‘使用口语,求其通俗化’”^⑥等。因此,党主动制定了许多传播度与认可度都很高的议题,比如“打倒列强,除军阀”、“星星之火,可以燎原”、“没有调查,就没有发言权”、“打土豪,分土地”、“三项纪律八大注意”、“枪杆子里出政权”、“一切反对派都是纸老虎”、“将革命进行到底”、“实事求是”等。以“打土豪,分土地”为例,该议题的成功设置吹响了反封建的号角,生动地概括了土地革命的核心内容,实现了广大农民在政治、经济上的翻身与解放,大大地解放了农村生产力,激发了农民的革命积极性。

建国之后,毛泽东明确提出制造舆论议题。首先,制造舆论议题符合客观规律。1950年,毛泽东提出:“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。”^⑦1962年,他再次指出:“凡是要推翻一个政权,总要先造成舆论,总要先搞意识形态方面的工作。”^⑧其次,制造议题要坚持党性

①美国传播学者哈罗德·D·拉斯韦尔指出,国际战争宣传在一战之所以“扩大到了如此令人震惊的范围,是因为战争蔓延到了如此广阔的地区,它使得动员人员情绪成为必要”。参见:〔美〕哈罗德·D·拉斯韦尔《世界大战中的宣传技巧》,张洁等译,中国人民大学出版社2003年版,第22页。

②弗·恩格斯《反杜林论》(1876年5月—1878年7月),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《马克思恩格斯文集》第9卷,人民出版社2009年版,第91页。

③议题设置在2008年胡锦涛视察人民日报社第一次被提及。党的十八大以来,习近平多次强调党的新闻舆论工作涉及到议题设置问题,因此议题设置近些年来成为我国宣传工作的热点话题。虽然我们党关于议题设置的概念提出是近年来的事情,但宣传工作中议题设置的客观历史远远早于此。

④20年代初期,毛泽东便指出政治宣传的重要性,“政治宣传和鼓动,乃是党调动群众、领导群众兼以训练党员之必需条件”(《中央通告第四号——关于宣传鼓动工作》(1928年10月1日),中国社会科学院新闻研究所编《中国共产党新闻工作文件汇编》上,新华出版社1980年版,第35页)。1927年,毛泽东在《湖南农民运动考察报告》中提到“普及政治宣传”(毛泽东《湖南农民运动考察报告》(1927年3月),中国社会科学院新闻研究所编《中国共产党新闻工作文件汇编》上,第35页)。抗日战争时期,“我们党的宣传鼓动工作的任务,是在宣传党的马列主义的理论,党的纲领与主张,党的战略与策略”(《中央宣传部关于党的宣传鼓动工作提纲》(1941年6月20日),中共中央宣传部办公厅编《中国共产党宣传工作文献选编(1937—1949)》,学习出版社1996年版,第250页)。

⑤罗永宽、蓝天《中国共产党百年革命话语的建构与拓新》,《四川师范大学学报(社会科学版)》2021年第3期,第16页。

⑥中共中央宣传部编《中国共产党宣传工作简史》上册,人民出版社2022年版,第31页。

⑦毛泽东《读苏联〈政治经济学教科书〉的谈话(节选)》(1959年12月—1960年2月),《毛泽东文集》第8卷,人民出版社1999年版,第132页。

⑧中共中央文献研究室编《毛泽东年谱》第5卷,中央文献出版社2013年版,第153页。

原则与群众路线原则相结合。毛泽东多次强调要“政治家办报”，“通过报纸加强党和群众的联系”^①。“人民民主专政”、“农业学大寨”、“工业学大庆”、“百花齐放、百家争鸣”等议题的设置凸显了党在制造议题讨论，进行研判，凝练重大主题的成功，赢得了社会各界对党对新中国政治制度与政策的高度认可。

(二)设置澄清性议题阶段

改革开放初期，面对盘根错节的复杂问题，宣传工作首要的任务是设置澄清性议题。首先，议题设置以团结稳定为核心任务。改革开放初期，稳定成了压倒一切工作的首要政治任务，邓小平提出宣传工作要“对安定团结的必要性进行更多的思想理论上的解释”^②。其次，党的舆论宣传议题设置要实事求是，用事实消除人们对改革方针的思想顾虑。邓小平认为，“我们不能拿空话而是要拿事实来解除他们的这个忧虑，并且回答那些希望我们变成资本主义的人。我们的报刊、电视和所有的宣传工作都要注意这个问题”^③。基于以上认识，宣传工作善抓典型，制造出不少对比议题，比如“贫穷不是社会主义”。邓小平早就指出，“报纸搞批评，要抓住典型，有头有尾，向积极方面诱导，有时还要有意识地作好坏对比”^④。

在这个阶段，宣传工作者设置了诸多澄清性质的议题。具体而言，“解放思想”议题便是破除“两个凡是”的有力武器，“实践是检验真理的唯一标准”议题实际上起到了对真理标准问题讨论的引导作用，在全党进行了一场思想大解放，给社会政治、经济和文化带来了新发展。“三个有利于”、“中国特色社会主义”等议题消除了一些人对中国是否坚持社会主义的怀疑，“社会主义初级阶段”、“社会主义市场经济”、“为人民服务、为社会主义服务”、“摸着石头过河”、“科学技术是第一生产力”、“黑猫白猫论”与“让一部分人先富起来”等议题解决了思想僵化等问题，推动社会工作中心转移到经济发展上，切实地推进现代化建设。

(三)设置对内导向性议题阶段

20世纪90年代，为了有效应对复杂的国际国内政治思想生态，以江泽民同志为核心的第三代中央领导集体主抓“舆论导向”议题设置问题。首先，“祸福论”议题的设置是对党的宣传工作正确舆论导向重要性的基本认识与判断。1989年，江泽民指出，一些“新闻单位在舆论导向上发生了严重的错误”^⑤。1996年，江泽民在考察人民日报社工作时指出：“历史经验反复证明……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。”^⑥其次，设置正确舆论导向的议题要提升舆论工作者引导艺术创新的能力。“在坚持正确的舆论导向的前提下，要讲求宣传艺术，提高引导水平”，建立一种政治强、业务精、纪律严、作风正的舆论工作队伍^⑦。具体而言，“三个代表”议题，在世纪之交有力地应对了西方和平演变策略，回答了“建设一个什么样的党，怎么建设党”的问题，对内引导社会舆论，稳定民心，打赢了舆论战。“科教兴国”战略性议题，指明了国家的繁荣强盛在于科技与教育，提高全民族的科技文化素质，引导全社会服务于现代化建设。

党的十六大以来，以胡锦涛同志为总书记的中央领导集体，顺应媒介发展局势，进一步完善了“舆论引导”议题设置思想。第一，主动设置舆论引导议题极为重要，有利于构建社会主义和谐社会。2006年，中共十六届六中全会提出，“正确的思想舆论导向是促进社会和谐的重要因素”^⑧。第二，设置舆论引导议题要以人为本。2008年，胡锦涛指出，议题设置“必须坚持以人为本，增强新闻报道的亲和力、吸引力、感染力”，“坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众”^⑨。第三，设置舆论引导议题要遵循新闻传播规律，顺应媒介发展趋势，加强人才队伍建设。宣传工作需要“认真研究新闻传播的现状和趋势……加强舆情分析，主动设置议题，善于

①毛泽东《对晋绥日报编辑人员的谈话》(1948年4月2日)，《毛泽东选集》第4卷，人民出版社1991年版，第1319页。

②邓小平《目前的形势和任务》(1980年1月16日)，《邓小平文选》第2卷，人民出版社1994年版，第255页。

③邓小平《一靠理想二靠纪律才能团结起来》(1985年3月7日)，《邓小平文选》第3卷，人民出版社1993年版，第111页。

④邓小平《在西南区新闻工作会议上的报告》(1950年5月16日)，《邓小平文选》第1卷，人民出版社1994年版，第150页。

⑤江泽民《关于党的新闻工作的几个问题》(1989年11月28日)，中共中央文献研究室编《十三大以来重要文献选编》中册，人民出版社1991年版，第768页。

⑥江泽民《舆论导向正确是党和人民之福》(1996年9月26日)，《江泽民文选》第1卷，人民出版社2006年版，第563—564页。

⑦江泽民《舆论导向正确是党和人民之福》(1996年9月26日)，《江泽民文选》第1卷，第565页。

⑧《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》(2006年10月11日)，《求是》2006年第20期，第8页。

⑨胡锦涛《在人民日报社考察工作时的讲话》(2008年6月20日)，《人民日报》2008年6月21日，第4版。

因势利导”^①。“和谐社会”与“八荣八耻”是社会主义发展战略目标的议题设置,旨在倡导构建和睦、融洽的社会状态,充分调动一切积极因素,推进社会协调发展。“科学发展观”、“西部大开发”、“中部崛起”等议题是我们党在十七大提出的重大战略思想议题,将人民的利益作为引导社会舆论的重要抓手,引导人们形成全面、协调、可持续的发展观念,把全社会的积极性引导到科学发展上来。

(四)设置全媒全域统筹型议题阶段

“拜金主义、享乐主义、极端个人主义和历史虚无主义等错误思潮曾不时出现,网络舆论乱象丛生,严重影响人们思想和社会舆论环境”^②。复杂形势之下,“意识形态决定文化前进方向和发展道路”^③,增强意识形态工作主动权和话语权成为宣传工作议题设置的核心内容。习近平站在两个大局的高度,就新形势、新格局对宣传工作提出了许多新思想、新观点与新要求,指出“把握大势、区分对象、精准施策”^④,这为议题设置提供了重要遵循,指明了前进方向。

第一,把握大局,统筹谋划外宣议题。在党的十八届三中全会上,习近平提出“讲好中国故事”,指出“要精心做好对外宣传工作,创新对外宣传方式,着力打造融通中外的新概念新范畴新表述,讲好中国故事,传播好中国声音”^⑤,传播中国声音成为新时代宣传工作议题设置的突出亮点。比如,“人类命运共同体”议题的设置,是基于人类社会发展的客观规律,提出的超越种族、文化、国家与意识形态的界限,推动世界和平发展理性可行的行动方案,为全球人类未来发展提供了全新的议题视角,参与建构了全球话语^⑥。“一带一路”等议题的设置,反映了重大时代主题,是我们党透过局部看全局的总体布局,是透过现象看本质,综合社会各方面需要的整体筹划。正因为如上议题的成功设置,党的十八大以来,“我国国际影响力、感召力、塑造力进一步提高,为世界和平与发展作出新的重大贡献”^⑦。

第二,抓住要害,主动设置正面宣传议题。十八大以来,党的宣传工作在正面议题设置内容方面,体现出以下几个特征。其一,始终坚持以马克思主义为议题设置的核心内容,牢牢抓住意识形态领导权。比如,“建党精神”议题是将中国共产党人的初心与使命凝聚起来,是马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的精神典范。其二,把人民当作宣传工作的实践主体、认识主体、价值主体与历史主体,当作艺术创作的主旋律与根本遵循^⑧。“以人民为中心”议题的设置符合历史唯物主义的基本立场与观点,是党的根本政治立场的系统总结,既坚持了人民至上、生命至上的立场,也调动了人民精神的主动性。其三,立足于中国实际,加强议题策划与设置,主动讲好党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、坚持和平发展合作共赢的故事。例如,“伟大复兴中国梦”、“中国道路”、“中国精神”、“中国力量”、“中国式现代化”等议题的设置既正面阐释了国家重大战略,阐明了中国价值、理念、制度、体制的科学内涵与特色,同时也牢牢掌握了中国发展的阐释权与话语权。

第三,正本清源,驳斥、反击、消解负面议题。面对频出的别有用心负面议题,党的宣传工作积极开展正面交锋,设置消解议题,本着实事求是的精神,讲清楚事实真相,驳斥污名化、妖魔化我国和我国人民的言论与“历史虚无主义”观点。比如,针对西方设置的“中国病毒”、“强迫劳动”、“种族灭绝”、“普世价值”等负面议题,我们设置了一系列反制性议题来反击质疑或抹黑的攻击,以事实说话,用真相讲理,坚定维护自身的价值观念却不强加给他国,保持持续开放合作共赢的状态。例如,“社会主义核心价值观”议题的设置对所谓“普世价值”议题的超阶级、超国家、超时空的虚假性进行驳斥,揭露其话语陷阱的软肋,打破了西方的话语霸

①胡锦涛《在人民日报社考察工作时的讲话》(2008年6月20日),《人民日报》2008年6月21日,第4版。

②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),第5页。

③习近平《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》(2017年10月18日),《人民日报》2017年10月28日,第1版。

④《习近平在全国宣传思想工作会议上强调 举旗帜聚民心育新人兴文化展形象 更好完成新形势下宣传思想工作使命任务》,《党建》2018年第9期,第5页。

⑤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》(2013年8月19日),《人民日报》2013年8月21日,第1版。

⑥习近平《共同构建人类命运共同体——在联合国日内瓦总部的演讲》(2017年1月18日),《人民日报》2017年1月20日,第2版。

⑦习近平《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》(2017年10月18日),《人民日报》2017年10月28日,第1版。

⑧习近平《坚持以人民为中心的创作导向,创作更多无愧于时代的优秀作品》(2014年10月15日),《人民日报》2014年10月16日,第1版。

权,实现了对各种纷繁复杂社会思潮和舆论杂音的正本清源。

第四,有效出击,遵循议题设置的宣传规律。党的十八大以来,在互联网时代与全球化背景下,党的宣传工作议题设置在把握舆论引导规律的基础之上进入了传播渠道与格局建构的新阶段,体现出对全媒和全域传播的新特色。其一,善用新媒体是宣传工作议题设置的创新引擎,议题设置进入全媒体和融媒体阶段。在新的社会环境下,“做好宣传思想工作,就要推动各类宣传力量向网上聚集、在网上发声,打通传统媒体、网络媒体两大舆论场”^①。比如,“互联网+”议题的设置生动地阐明了互联网与传统行业的联系,推动了互联网发展的新业态。其二,党的宣传工作议题设置遵循宣传的阈值规律,明确传播的区间空间,着重提升中国话语的国际影响力,进入了统筹国内国际两个大局的新阶段。“两个大局”议题的设置体现了宣传工作的战略思维,准确地把握了新时代中国发展的历史方位和时代坐标,具有重大的理论与现实意义,把握住了议题设置的最佳时机与传播的火候、分寸,有效地进行了对外传播。

纵观百年党史,党的宣传工作取得了巨大成就,议题设置也逐渐从早期制造舆论议题阶段迈向系统化全媒全域的统筹阶段^②。尤其是近十年,“新时代党的创新理论深入人心,社会主义核心价值观广泛传播,中华优秀传统文化得到创造性转化、创新性发展,文化事业日益繁荣,网络生态持续向好,意识形态领域形势发生全局性、根本性转变”^③。这跟宣传工作的巨大推进有很大关系,尤其是设置全媒全域统筹型议题。十八大以来党的宣传工作立足社会发展需要,从全局大局出发,统筹谋划设置议题,坚持媒体中心论、受众主体论与政策主导论相结合,形成“媒体议题—受众议题—政府议题”集合设置模式,打造出许多融通中外的新概念、新范畴、新表述。当然,在制定正面议题与反制性议题上,宣传工作还须把握好时机,应对突发议题打好“遭遇战”,能久久为功制定长期议题打好“持久战”;在应对形形色色的负面议题方面,还要敏锐鉴别,从国家全局核心利益的高度出发积极开展正面交锋,搞清源头本质,讲清事实真相,找出破绽软肋并使之消解。以往的这些议题设置的经验与教训,是新时期宣传工作迈向新征程的基石。

三 新时代新征程党的宣传工作议题设置的基本遵循

新时代新征程,中国共产党的使命任务是以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。精神贫乏不是社会主义,中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化。大力发展社会主义先进文化,推进文化自信自强,铸就社会主义新辉煌,是新时代新征程宣传工作的核心任务。坚持历史唯物主义,把握时代脉搏是做好宣传工作的必然要求,新时代新征程的社会环境新变化与新使命、新任务使得宣传工作议题设置理念与方式创新势在必行,党的宣传工作议题设置需要系统地多方面合力推进,实现议题设置到议题融合的转变^④。

首先,把握大局大势统筹谋划议题属性设置,寻求价值共识汇聚伟大复兴正能量。习近平指出,“党的新闻舆论工作是党的一项重要工作……要适应国内外形势发展,从党的工作全局出发把握定位”^⑤。新时代,我们党进行宣传工作的大局就是以寻求价值共识为出发点和落脚点,“必须将意识形态思维的重心由对‘多’

①李伟《牢牢把握宣传思想工作的主动权》,《求是》2013年第18期,第32页。

②根据唯物史观,议题设置的阶段性变迁源自宣传工作历史任务的嬗变,而这根源于由社会存在决定的社会意识的变迁。故不同时期的生产力水平的变化,决定了不同时期宣传工作议题设置的功能与目的的变化。

③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),第10页。

④1972年,麦库姆斯(McCombs)和肖(Shaw)在《大众传播的议题设置功能》一文中,提出议题设置猜想的成立。参见:McCombs, M. E., & Shaw, E. L., “The Agenda-Setting Function of Mass Media,” *The Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (Summer 1972): 176-187. 1999年,二人根据传播环境的新变化,在《个体、团体和议题融合:社会分歧论》中,基于议题设置提出了“议题融合论”。“议题融合论”的立足点是社会大众,着重阐明社会大众为何使用各类传播媒介以及使用传播媒介达到的效果,从大众选择接受议题的过程与传播效果角度把传播分为多个阶段,关注受众议题、媒介议题、团体议程与公共议题的融合,提倡媒介、公众与政府三方的融通。参见:Shaw, D. L., McCombs M., Weaver, D. H. and Hamm, B. J., “Individuals, Groups, and Agenda Melding: A Theory of Social Dissonance,” *International Journal of Public Opinion Research* 11, no. 1 (Spring 1999): 2-24.

⑤《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》(2016年2月19日),《人民日报》2016年2月20日,第1版。

的承认转向对正在发生甚至已经发生的‘一’，即价值共识的追寻”^①。新时代新征程做好党的宣传工作议题设置，寻求政治价值共识成为必要选择。这是由我国当前全面深化改革的现实要求决定的，也是随着全面深化改革深层利益矛盾突显，社会利益、传播载体、社会观念多元化和增强“四个自信”以及凝聚全国人民同心共筑中国梦的现实需要。在寻求政治价值共识的议题设置时，要系统性地进行议题设置，目的是建构全国各族人民对伟大复兴中国梦的深度认同。

其次，主动科学地设置政治议题，把握方向牢牢抓住意识形态领导权。明确政治宣传的根本职责是做好新时代新征程党的宣传工作议题设置的基本前提，要抓住舆论场主导权，占据信息的策源地、舆论的生成地、观念的集散地、热点的评论地，解构西方对议题设置的霸权，扭转西方动动嘴皮就让我我国疲于自辩的劣势。新时代新征程党的宣传工作议题设置要定位清楚，传播马克思主义科学理论和习近平新时代中国特色社会主义思想是根本职责、灵魂与支点所在。马克思主义科学理论是宣传工作议题设置的必要支点^②，因为马克思主义具有批判的力量，是人民的理论、科学的理论、实践的理论 and 发展的理论。同时，做好党的宣传工作，必须围绕习近平新时代中国特色社会主义思想进行有效传播，通过科学有效的议题设置，增强全国亿万民众的认同，凝聚起亿万人民同心共筑中国梦的磅礴力量。

再次，坚持历史唯物主义方法，把握议题传播的时、效、度规律。早在1942年，中共中央宣传部就指出，宣传工作“不要离开当时当地的实际问题去空空洞洞的宣传”^③，因为“仅凭空洞的说教，哪怕是很高明的权威的说教”^④，也不能使人们产生信念。对于宣传工作而言，议题设置不能背离实际问题，也不能脱离人民生活的轨道。并且，马克思主义大众化要求宣传工作者坚持历史唯物主义，脚踏实地地以人民喜闻乐见的形式设置鲜活的属性议题，“既包括实质属性又包含情感语气”^⑤，才能使人们产生政治共识和思想共鸣。因此，新时代新征程党的宣传工作议题设置，需要党的宣传工作者更好地立足于实践，把握社会实际情况，要“俯下身、沉下心，察实情、说实话、动真情，努力推出有思想、有温度、有品质的作品”^⑥。同时，议题设置者也要不断提高自身素养，把握传播规律，重视议题设置的原则和方法，做到科学筹划、长远打算、精细设计、精准实施，正面宣传，将典型故事化，将概念具象化，将数据可视化。特别是在互联网背景下，议题设置要扭转主流媒体被动跟进互联网热点事件的局势，善用“三微一端”等新媒体平台，迅速精准定位社会舆论的发端与发酵，逐渐形成议题统一的价值体系、多变的话语风格、规范的宣传方式，在最佳的时机争夺最初阐释权与最终定性权，审时度势把握分寸火候，在舆论的触发期、形成期与激变期化解舆情危机，增强议题的吸引力、感染力、穿透力、公信力与影响力，更好地聚民心、暖人心、汇共识。

最后，增强话语力量，从根本上破除议题设置的西方话语霸权。对于负面舆论，最为有效的反驳模式是国家硬实力与软实力的联动效应。影响宣传工作议题设置实效的关键因素在于增强话语力量与掌握话语权权威，尤其在互联网时代，“权威基于信息控制。高地位角色通常依赖于对当时主要信息渠道的接触和控制”^⑦。掌握宣传工作议题设置话语权必然需要控制信息权，尤其是网络空间舆论的主导权，而信息权背后

①樊浩《中国社会价值共识的意识形态期待》，《中国社会科学》2014年第7期，第5页。

②在无产阶级政党宣传工作的早期，恩格斯指出：“目前首先需要我们做的，就是写出几本较大的著作，以便给许许多多非常愿意于但自己又干不好的一知半解的人以一个必要的支点。”参见：《恩格斯致马克思》（1845年1月20日），中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《马克思恩格斯全集》第27卷，人民出版社1972年版，第18页。

③《中共中央宣传部关于进行反主观主义反教条主义反宗派主义反党八股给各级宣传部的指示》（1942年2月11日），中共中央文献研究室、中央档案馆编《建党以来重要文献选编（1921—1949）》第19册，中央文献出版社2011年版，第83页。

④弗·恩格斯《对英国工人阶级状况的补充评述》（1845年下半年），中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译《马克思恩格斯全集》第42卷，人民出版社1979年版，第277页。

⑤〔美〕马克斯韦尔·麦库姆斯《议程设置：大众媒介与舆论》，第141页。

⑥《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》（2016年2月19日），《人民日报》2016年2月20日，第1版。

⑦〔美〕约书亚·梅罗维茨《消失的地域：电子媒介对社会行为的影响》，肖志军译，清华大学出版社2002年版，第151—152页。

是科技的支撑^①。全球化背景下,新时代新征程党的宣传工作斗争的背后是话语力量的较量,争夺舆论话语权的关键在于增强话语力量,也在于深化对外开放的背景下更好地讲好中国故事和传播好中国声音的关键举措。话语力量由一个国家的发展水平和综合国力决定,从根本上决定国家对内的凝聚力和对外吸引力。近些年来,随着我国综合国力的提升,我国在制定国际重大议题时掌握了一定的主动权,今后更要提升国家的科技水平,给外宣工作提供物质基础与技术支持,以中国的道路、体制、制度、价值观和人民幸福美好生活为议题,争取参与全球治理的议题设置权与话语主导权。

Logical Progression of Agenda Setting in the CPC's Publicity in the New Era

Zhang Lisi

School of Marxism, Party School of the Central Committee of C.P.C (National Academy of Governance), Beijing 100089, China

Abstract: The CPC's publicity in the new era should pay attention to agenda setting, especially its essential provisions and development laws. Agenda setting theory, although only been formally proposed in the CPC's publicity in recent years, has a history of nearly a century. It has experienced the development and change of creating public opinion issues, setting clarifying issues, guiding issues to the whole media and the whole area coordinated issue setting. The agenda setting in the Party's publicity in the new era should seek value consensus as the main theme of the issue attributes, follow the laws of communication, and make joint efforts to guide public opinion.

Key words: publicity; agenda-setting; public opinion guidance; political issues

[责任编辑:何毅]

^①谢岳指出,互联网上100个网络访问量最大的站点中,有94个在美国境内。世界性的大型数据库在全球有近3000个,其中70%设在美国。负责全球域名管理的13个服务器有10个在美国。全球互联网管理中几乎所有的重大决定都由美国主导做出。参见:谢岳《大众传媒与民主政治》,上海交通大学出版社2005年版,第72页。据协同研究小组(Synergy Research Group),截止到2020年底全球20家主要云和互联网服务公司运营的超大规模数据中心总数已增至597个,是2015年的两倍。区域分布方面,美国占比达40%,中国以10%位居第二,日本、德国、英国和澳大利亚共计占19%。参见:RENO, NV, "Microsoft, Amazon and Google Account for Over Half of Today's 600 Hyperscale Data Centers," Srgresearch, January 26, 2021, <http://www.srgresearch.com/articles/microsoft-amazon-and-google-account-for-over-half-of-todays-600-hyperscale-data-centers>.