

新媒体时代中国共产党的形象建设探讨

江冰雪

(中国矿业大学(北京)思想政治教育学院 北京 100083)

摘要:中国共产党的形象建设是党的建设的重要内容。党的形象不仅是党的性质和执政能力的外化,更是客观性与主观性、整体性与层次性、历史继承性与时代创新性的统一。在新媒体时代,党的形象建设面临着新媒体传播方式变化以及青年群体信息接收方式变化的双重挑战。只有从党员个体、各级党组织以及党的整体三个层次运用新媒体加强党的形象建设,才能进一步使赋有时代感和生命力的执政党形象牢固树立在人民群众心中。

关键词:党的形象 党的形象建设 新媒体

中图分类号:D261.5

文献标识码:A

文章编号:1671-4970(2012)01-0043-04

中国共产党的形象建设是党的建设的重要内容。党的形象是党的性质和执政能力的外化。良好的政党形象不仅可以团结激励党员形成凝聚力,还可以增强人民群众对党的信任感和依赖感从而在全社会形成向心力。党的形象具有历史继承性,在领导中国革命和社会主义现代化建设的90年奋斗历程中,中国共产党塑造了辉煌的历史形象。然而随着新媒体时代传播方式的改变,传播主体和社会价值观都日益多元化,加之一小部分党的领导干部受到金钱的腐蚀而造成恶劣影响,毫不讳言地说,党的现实形象与党领导现代化建设的伟大成就并不完全相称。在中国共产党成立90周年之际,思考如何利用新媒体赋予党的形象以鲜活的时代特征,对于加强党的建设有着重要意义。

一、中国共产党形象的内涵

政党形象,是政党自身本质的外在表现,同时也是公众对政党的政治评价和情感认同。中国共产党的形象是党员和人民群众以及国外公众对党本身、党的各项活动及其成果给予的总的评价和认定;它代表和体现着党的宗旨和性质,直接影响着群众对党的认识和态度^[1]。具体而言,党的形象既指能够引起公众思想或情感的“两个先锋队”的性质、全心全意为人民服务的宗旨和党员、党组织的一切活动等客观情形,又指公众以上述客观情形为基础形成的某种主观评价^[2]。中国共产党的形象,客观的外

化于自身的思想建设、组织建设和执政能力建设等方面,主观的内化于广大人民群众对党的路线、方针、政策是否拥护、对党的执政绩效是否满意、对党员干部的工作作风是否认同等方面。

1. 党的形象是客观性与主观性的统一

中国共产党的形象固然是以党领导中国现代化建设的成绩作为现实的客观基础,其中既包括了党的路线、方针、政策是否符合中国国情,是否有利于科学发展,还包括了党员干部廉洁、公正的作风等。但是,党的形象对党自身来说是客观的,对于公众来说就存在一定的主观性,因为公众对党的认知不是绝对全面、客观的,而是他们的期望视野对党的执政行为的再塑造^[3]。特别是新媒体时代各种信息的大量传播,公众受制于自身判断力和信息不对称的各种限制很容易被误导,从而对党的执政行为产生误解,使党的形象失真。抓住新媒体这个传播利器,使公众正确辨别信息,全面、科学的理解党的各项方针、政策,对党的形象建设十分重要。

2. 党的形象是整体性与层次性的统一

一方面,党的形象是由多种因素共同构成的有机整体。在领导中国现代化建设的进程中,中国共产党表现出的整体形象是“一心一意谋发展,聚精会神搞建设”的执政党形象;善于理论创新、与时俱进的现代政党形象;以人为本的亲民政党形象;开明开放、和平民主的政党形象以及新型马克思主义政党形象^[4]。另一方面,党的形象又表现出多层次性。

从主体层面看,分为个体党员的形象和各级党组织的形象;从内容层面看,党的形象是通过党的理论、政策和作风来展现;从时间层面看,党的形象又是由历史形象、现实形象和未来形象共同构成。

3. 党的形象是历史继承性与时代创新性的统一

在领导中华民族实现独立、领导人民夺取全国政权的艰苦卓绝的奋斗历程中,作为中国工人阶级先锋队、中国人民和中华民族先锋队的中国共产党,始终坚持全心全意为人民服务,并以理论联系实际、密切联系群众、批评与自我批评的优良作风,取得了不朽功绩,奠定了党的形象的坚实基础。时代在发展,只有与时俱进才能保证党永远站在时代的前列。在自媒体时代,结合社会新变化和新要求,以自媒体推动党的形象建设,赋予党的形象以时代特征,这样才能使党的先进性与社会发展和历史进步保持一致。

二、自媒体时代中国共产党 形象建设面临的新问题

自媒体是指区别于报刊、广播、电视等传统媒体,建立在信息处理技术和互联网基础上的各种媒体。自媒体具体包括了门户网站、网络电视、博客、电子邮箱、手机短信和彩信、公共交通数字移动媒体以及最新的将手机、互联网和跨媒体融为一体的微型博客(简称微博)等多种形式。自媒体正以越加迅猛的速度改变着人们的生活方式和思维模式^[5]。政党的形象既包括政党自身的表现,也包括人们对政党表现的感知和作出的评价,因此在自媒体时代,无论是中国共产党形象塑造的主体还是形象认同的客体都在发生改变并面临着新的问题。

1. 中国共产党需要提高对自媒体“即时、互动”传播方式的现实适应性

与传统媒体一对多单向度自上而下的沟通方式不同,自媒体实现了双向互动式、自上而下与自下而上同时并存的沟通方式。尤其是像微博这样的即时通讯工具,更实现了任何人在“任何时间、任何地点、对任何人”进行信息传播的全民媒体。自媒体不仅使大量信息实现了同步传播,更是将文字、图像、声音、视频相结合实现了前所未有的互动传播。

在某种程度上自媒体已经成为社会舆论的集散地和放大器,从自上而下的视角来看,这对中国共产党的思想宣传和舆论控制提出了挑战。由于个体对组织及权威依附感的逐渐弱化,加大了党整合社会思想的难度。此外,以吸引眼球、追求时效和点击率为目标的商业性自媒体的激烈竞争,使得传统主流媒体在新闻力、影响力和传播力方面都没能发挥最

大效能。

另一方面,自媒体透明、即时、互动等特点也使得自下而上的渠道更为畅通。以往下级部门欺上瞒下的恶劣行为现在实行起来变得更加困难,因为自觉承担起媒体信息发布任务的任何一个公民都可以在第一时间把事情真相公布出去,并且可以拍照留证,这让事后隐瞒变得不再可能。从南京“天价烟局长周久耕”遭遇人肉搜索到江西宜黄强拆事件的微博直播再到河北酒驾撞人的“李刚事件”,自媒体在推动这些事件成为舆论焦点的同时,有效改善了过往信息不对称的情况,也使公民的知情权得到有力保障。但正因为少数党员干部无视党纪国法和组织原则的一举一动都置于了公众的监督之下,其不良行为也因为自媒体的快速广泛传播而损伤了党的形象。

2. 中国共产党需要提高对自媒体时代青少年群体信息接收方式的现实适应性

自媒体时代,出生在七八十年代的青年人正日渐成长、成熟,成为社会主义现代化建设事业中承上启下的中坚力量。随着青年群体受教育水平的普遍提高,一个有着敏锐洞察力和独立判断力且关心社会事务的青年整体正在形成。在自媒体时代,青年群体可以通过互联网、手机等工具获得海量资讯,加之改革开放以来逐渐开放、宽容的社会环境,广大青年不仅有了全球化的视野,还拥有了更包容的心态。但这也同时会带来思想上的困惑和行为选择上的困境。另一方面,激烈的竞争、工作的压力、对新鲜事务的好奇,使得传统灌输式的党的理论宣传不再适应自媒体时代的青年。青年群体偏向接收互动式、快捷、务实的信息。就党的形象而言,青年群体更主要是从社会发展进步的现实中认同中国共产党的执政地位和作用,从切实利益的不断满足和提高中坚定跟中国共产党走的决心,从而使他们对党的形象认同的理性化程度不断增强。这样的情况就要求必须提升中国共产党形象建设的起点和标准^[6]。

三、中国共产党运用自媒体 加强形象建设的现状分析

截至2011年3月底,中国网民数量已达到4.77亿,手机用户也突破9亿^[7]。自媒体在汶川地震、北京奥运会、国庆六十周年、上海世博会等重大事件报道中所展现出的社会影响力和政治认可度,都使得自媒体正在成为当今中国社会的主流媒体。中国共产党已经认识到自媒体是加强党的形象建设的新手段、新渠道和新阵地,对此进行了一系列积极有益的探索,当然也存在着不足之处。

1. 中国共产党运用新媒体加强形象建设的积极探索

自1999年我国正式启动“政府上网工程”以来,依托政府网站的建立和电子政务的发展,从中央到地方的党建网站也相继建立并不断发展完善。在中央,中国共产党新闻网不仅权威发布党的重要活动新闻,更以提供高水平、专业化的党史知识,搭建大众参与的理论学习平台,成为宣传党的方针政策的前沿阵地。在地方,各省级党建网站也围绕党中央的决策部署努力突出地方党建工作特色,日渐成为党与群众沟通的“电子桥梁”。广大网民通过以人民网“强国论坛”、“强国社区”为代表的网络论坛、虚拟社区,学习交流理论知识、畅谈个性观点,积极为党和国家的发展建言献策。网络正在成为党的领导干部了解社情民意的渠道,网民的评论和监督也被称为“公开的内参”。2008年6月胡锦涛在人民日报社考察工作时明确指出,互联网已成为思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器,要充分认识到互联网为代表的新兴媒体的社会影响力,高度重视互联网的建设、运用、管理,努力使互联网成为传播社会主义先进文化的前沿阵地、提供公共文化服务的有效平台、促进人们精神生活健康发展的广阔空间^[8]。

除重视互联网对政党形象的宣传和塑造作用外,中国共产党还以与时俱进的精神不断创新与群众沟通交流形式。在党的十七大以及国庆六十周年等重大活动中,均通过手机报纸专刊等形式向广大手机用户宣传党领导国家建设的光辉历程及党中央最新决策部署。2010年,微博的爆发式增长引起党的高度重视。党的各级组织部门、党员干部开始尝试通过微博探索创新与群众的沟通方式;了解微博特性、学习使用微博已成为培训党员干部网络技能的重要部分。据人民网舆情监测室不完全统计,仅人民微博、新浪微博、腾讯微博三大微博平台上就有比较活跃的党政机关微博400多个、官员微博200多个^[9]。

2. 中国共产党运用新媒体加强形象建设方面存在的不足

总体上看,中国共产党已充分认识到在新媒体时代利用新媒体来加强党的形象建设的重要意义并积极探索方式方法,但目前还没有出台相关的战略发展规划。虽然地方各级党委都在努力研究如何利用新媒体促进党的形象建设,但仍然缺少从中央到地方的统一部署以及相应的管理机制。具体而言,第一,没有充分发挥新媒体互动性高的特点。地方党建网站多是从宣传中央政策、发布地方党政新闻

为主,在与群众充分互动以了解社情民意方面略显不足。第二,没有充分利用手机阅读器、车载移动电视、楼宇电视等新媒体宣传优秀党员的先进事迹和党领导革命、建设的艰辛历程。第三,对微博这个新媒体时代传播新现象的研究不够充分,定位不够明确,使用不够规范。在如何将党组织及党员干部的权威与微博的即时、个性化表达相结合,还有待进一步探索。

四、以新媒体推动 中国共产党形象建设的路径分析

党员形象、各级党组织形象和党的整体形象三者是个体、局部和整体的关系^[10]。只有不同层次的主体都能充分重视并有效利用新媒体推动党的形象建设,赋有时代感和生命力的中国共产党形象才能更牢固地树立在广大人民群众心中。

1. 通过新媒体进一步密切党与人民群众的血肉联系

首先,党员领导干部要以更开放思想和更前瞻性的眼光正确认识新媒体在密切党群关系中的重要作用。以互联网为代表的新媒体吸引了数量庞大的群众直接上网表达各种意愿和观点,这成为党员领导干部了解社情民意的新窗口。党员领导干部应该学会利用互联网等新媒体平台了解最真实的声音,同时在与群众沟通中接受最严苛的监督。

其次,党员领导干部要学会利用新媒体应对各种突发性事件。包括自然灾害在内的各种突发性事件不可避免,每到这时,部分党员领导干部就会“谈网色变”,盲目封堵谣言等各种有害信息。其实新媒体的即时性正是应对各种突发性事件的良方。在第一时间透过手机、网络即时发布权威信息,向群众客观讲明事件前因后果,以负责任的态度做好解释工作,才能制止谣言的危害,从而掌握舆论引导的主动权。

最后,党员领导干部要不断提高新媒体的运用技能。目前,很多党员干部热衷在博客、虚拟社区以及微博等平台上与群众沟通交流,这是值得提倡和鼓励的。但另一方面,党员干部要平衡自身公职身份与网络个性化、人性化表达的关系,网络发言中讲求技巧,以最终达到了解真实民意、密切与群众血肉联系的目的。

2. 借助新媒体提升党建水平,接受群众监督

首先,各级党组织要利用新媒体强化与群众的互动交流,创新监督方式,规范党员干部行为。各级党组织不能仅仅利用互联网等新媒体单向度的发表见解,更应该充分利用新媒体的互动性,发挥其中介功能,从而实现执政党与社会的良好沟通。例如可

以设立定期对话回复制度,将群众的批评性建议,或者是对少数领导干部腐败现象的揭露,在规定期限内公开回复整改措施或调查结果。既然新媒体时代实现了媒体工具的大众化,各级党组织就应该充分调动公民政治参与的热情,创新全社会集体监督的方式,从而增强党员干部拒腐防变的能力,让权力在阳光下运行。

其次,在党员流动性大大增加的背景下,各级党组织可以利用新媒体加强组织管理。改革开放以来,人们的社会身份开始出现变动,尤其是很多年轻党员游走于不同行业、不同地区之间,党员流动性对党组织的管理提出了挑战。各级党组织特别是基层党组织,不仅可以通过网络党校、党员网络社区等加强党员的政治理论教育,还可以通过QQ群、飞信群等沟通工具创新党的组织生活形式,进一步密切普通党员与党组织的联系交流,提高凝聚力。

最后,加强基层党建网站建设,围绕主旋律,突出地方特色。基层党建网站是联系广大基层党员群众的重要桥梁。基层党建网站应该围绕主旋律这个中心,从基层特点出发以不同的内容重心和表现手法参与党的政策宣传和舆论引导。例如可以在地方政策出台前进行网络实名民意测验,决策过程中采纳更多群众的意见。还可以增加网络政务工作评议类栏目,让百姓口碑真正成为政绩参考。此外,基层党建网站还应该在网站可视化程度和界面美学设计方面投入更多精力,增加党建网站的友好性与亲和力。

3.多层次、全方位利用新媒体塑造党亲民爱民的时代先锋形象

在领导新民主主义革命,建立人民民主政权的过程中,中国共产党取得了举世瞩目的辉煌成绩。光辉的历史形象是党的宝贵财富,在新媒体时代,塑造党的时代先锋形象,首先要从内容上摒弃一些在过去非常宝贵但却不再符合新形势、新要求的具体内容。同时注意选取具有世界性且充满人文性的视角,客观的讲述历史。其次在形式上,要适应年轻人时间碎片化、乐于接受形象化信息的特点,不仅出版简易报刊读物,更要在微博、手机彩信、小动画等多种方式将英雄模范事迹以及党发展的艰辛历程传达给广大青少年。

在改革开放现代化建设过程中,先进基层党组织和优秀共产党员的感人事迹不断涌现。如何透过新媒体在更广泛的受众中树立党组织和党员的时代先锋形象同样值得思考。一方面,要找准切入点,从小故事、小片段中体现先进事迹的人文性、价值性和现实性。另一方面,可以借鉴西方“政治营销学”理论,有重点、有规划的将包含先进事迹的形象宣传片

投放在除主流媒体以外的公交车和地铁中的车载移动电视以及楼宇电视中,从而使党的形象更赋鲜明的时代感和鲜活的生命力。

综上所述,应尽快出台中国共产党运用新媒体加强自身形象建设的整体规划,并在此基础上完善相应体制机制建设,使得党对新媒体的运用走向常态化、科学化和规范化。充分发挥良好政党形象的团结凝聚、激励动员、教化塑造和规范约束党员的作用^[3],进一步提高党的执政能力,使得亲民务实、开放自信的执政党形象深入人心,为党更好地带领人民建设现代化国家打下坚实基础。

参考文献:

- [1] 管文虎,邓淑华.塑造新世纪中国共产党的良好形象[J].毛泽东思想研究,2001(4):1-5.
- [2] 李朝阳.党的形象:关系党的前途的重要课题[J].天津师范大学学报:社会科学版,2011,13(1):7-11.
- [3] 张浩,唐红洁.论党的形象的内涵、表现与作用[J].理论探索,2007(3):59-61.
- [4] 谭晶晶.开拓中国特色政党外交新局面:改革开放30年党的对外工作成绩斐然[N].人民日报,2009-01-09(8).
- [5] 龚世星.新媒体时代下的当代中国马克思主义大众化[J].河海大学学报:哲学社会科学版,2011,13(3):6-9.
- [6] 齐卫平.新形势下的中国共产党的形象建设[J].长春市委党校学报,2003(6):10-12.
- [7] 中华人民共和国工业和信息化部.2011年5月通讯业运行状况[EB/OL].[2011-6-24] http://www.gov.cn/gzdt/2011-06/24/content_1891645.htm.
- [8] 胡锦涛.在人民日报考察工作时的讲话[N].人民日报,2008-06-21(4).
- [9] 庞革平,谢振华,谢建伟.微博时代,如何借“网”问政[N].人民日报,2011-02-29(11).
- [10] 石国亮,梁文杏.党的形象研究二十年综述[J].山东青年管理干部学院学报,2009(6):7-11.

