

2011~2020年国内有关主流意识形态研究的动态与趋势

——基于 CiteSpace 的文献计量分析

韩梦莹, 韩巧霞

山东大学马克思主义学院(威海), 山东 威海

收稿日期: 2022年5月3日; 录用日期: 2022年6月10日; 发布日期: 2022年6月17日

摘 要

意识形态关乎旗帜、关乎道路、关乎国家的政治安全。大变局背景下, 强化我国主流意识形态影响力至关重要。具体梳理CNKI中2011~2020年国内主流意识形态研究的相关文献, 利用CiteSpace5.7R5软件对其进行可视化分析, 从发文量、发文机构、发文作者三个方面进行可视化图谱分析展示相关研究的进展情况, 并重点对关键词进行聚类分析与战略坐标分析以获取主流意识形态相关问题的动态前沿。立足于分析结果, 要密切学科、机构、作者各自之间的深度交流合作; 加强对前瞻性问题的研判; 加深对基础性问题的挖掘力度以及拓宽主流意识形态的研究主体, 推进主流意识形态大众化, 以期后续研究提供参考。

关键词

主流意识形态, 可视化分析, 战略坐标, 聚类分析

Current Situation and Development Trend of Domestic Mainstream Ideology Research from 2011 to 2020

—Bibliometric Analysis Based on CiteSpace

Mengying Han, Qiaoxia Han

College of Marxism, Shandong University (Weihai), Weihai Shandong

Abstract

Ideology is about the flag, the road and the political security of the country. Under the background of great changes, it is very important to strengthen the influence of China's mainstream ideology. The relevant literatures of domestic mainstream ideology research from 2011 to 2020 in CNKI were specifically sorted out and visualized by Citespace5.7R5 software. The visualized map analysis was carried out to show the progress of relevant research in terms of the number of publications, institutions and authors. Cluster analysis and strategic coordinate analysis are emphasized to obtain the dynamic frontier of the issues related to the mainstream ideology. Based on the analysis results, the in-depth communication and cooperation between disciplines, institutions and authors should be kept close. We should strengthen the research and judgment of prospective problems; deepen the digging of basic problems and broaden the main body of mainstream ideology research, promote the popularization of mainstream ideology, in order to provide reference for subsequent related research.

Keywords

Mainstream Ideology, Visual Analysis, Strategic Coordinates, Cluster Analysis

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

马克思在《德意志意识形态》中明确地指出,“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]在任何社会中,主流意识形态都是这个社会精神文化的基础和支柱。习近平总书记曾指出:“建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态,是全党特别是宣传思想战线必须担负起的一个战略任务。”[2]马克思主义的最新成果不断为主流意识形态领域的新现象、新问题做出新的理论指导和阐释,不断丰富主流意识形态研究的理论体系。

2. 研究工具及数据来源

CiteSpace 是一种将 JAVA 程序作为编写基础,并用于分析某个研究领域现状、热点问题与有关研究动态趋势的文献计量软件。其通过生成可视化的图谱,建立节点之间关联以及绘制战略坐标等方式来分析研究对象之间的共现关系。主流意识形态研究的文献数据来源于 CNKI 数据库,通过主题为“主流意识形态”、时间跨度为“2011~2020”、来源为“全部期刊”的文献设置,共得到数据 3563 份,删除会议通知、书评、期刊寄语等非学术文献后,共获有效文献 2557 篇,以此为基础进行相关的文献计量分析。利用文献计量软件 CiteSpace5.7R5,结合 CNKI 平台的论文数据资源,对主流意识形态研究领域 2011~2020 年的相关文献数据进行分析,可以更为系统地了解近十年国内关于主流意识形态研究的现状、热点问题与研究的有关动态趋势,为后续的相关研究提供重要参考。

3. 2011~2020 年我国主流意识形态研究总括

3.1. 文献年度分布情况

在 2011~2020 年期间, 主流意识形态研究领域的论文发表数量稳定上升, 具体发文量情况如图 1 所示。2013 年习近平总书记指出, “意识形态工作是党的一项极端重要的工作” [3], 并突出强调了在意识形态领域当中始终坚持马克思主义为指导的重要性, 学术界有关主流意识形态研究的关注度进一步提高, 发文量增幅显著。在党的十九大报告中, 明确强调了“要牢牢掌握意识形态工作领导权” [4] 的必要性与重要意义, 对于主流意识形态专题化研究越来越深入, 在主流意识形态认同、意识形态话语权、网络空间治理、社会思潮引领等方面的研究成果进一步丰富, 且政治学、传播学、教育学、社会学、文艺理论等多学科融合的研究趋势更为明显。

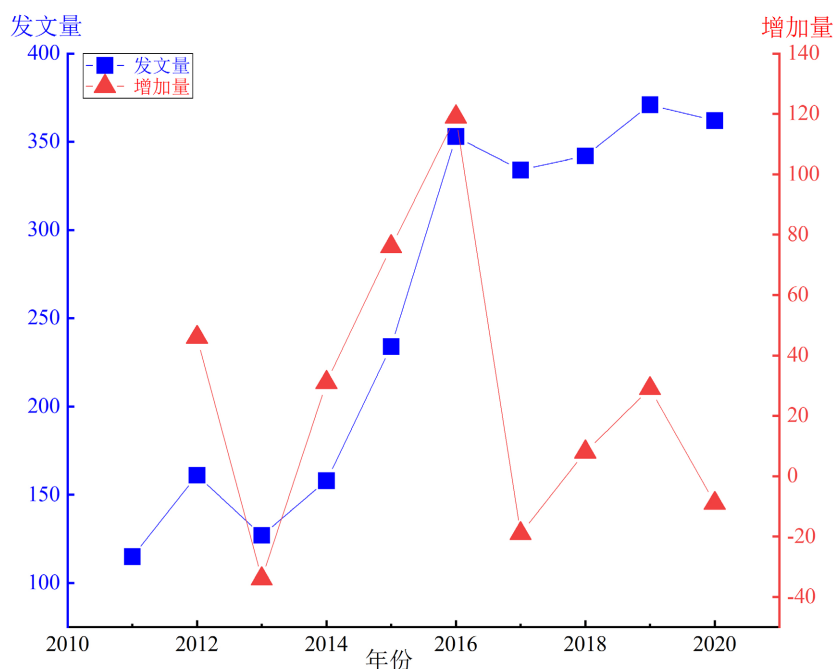


Figure 1. Statistics of documents issued in the research field of mainstream ideology from 2001 to 2020

图 1. 2001~2020 年主流意识形态研究领域发文情况统计

3.2. 发文机构分析

在 CiteSpace 分析的共词图谱中, 主流意识形态研究机构以节点的方式呈现, 节点越大则表明出现的频次越多, 节点间的连线则反映出词条间的共现关系, 较多连线的词条, 共现强度越强。通过运行 CiteSpace, 时间跨度设置为 2011~2020 年期间, 节点类型为 institution (发文机构), 调整阈值为 TopN = 50, 共词图谱呈现出 176 个发文机构的节点(见图 2)。基于发文机构共词图谱的分析可见, 中山大学马克思主义学院、国防大学政治学院、武汉大学马克思主义学院、南京师范大学马克思主义学院¹等研究机构发文量相对居前, 在意识形态与思想政治教育、主流意识形态认同、意识形态安全、社会思潮传播等方面形成关注度较高的研究成果。

¹ 南京师范大学于 2016 年成立社会主义意识形态研究中心, 单独划属为一个独立机构进行意识形态领域的专门研究工作, 研究中心与南京师范大学马克思主义学院两个机构发文在图谱中是分别呈现的。

CiteSpace, v. 5.8.R3 (64-bit)
 November 2, 2021 9:22:34 AM CST
 WoS: F:\文献计量相关文献\主流意识形态知识图谱\data
 Timespan: 2011-2020 (Slice Length=1)
 Selection Criteria: Top 50 per slice, LRF=3.0, L/N=10, LBY=8, e=2.0
 Network: N=176, E=0 (Density=0)
 Largest CC: 1 (0%)
 Nodes Labeled: 1.0%
 Pruning: None

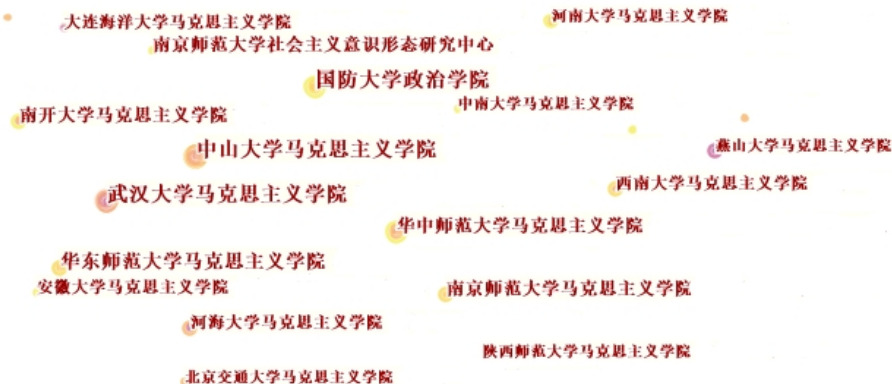


Figure 2. Organization co-occurrence knowledge map

图 2. 机构共现知识图谱

3.3. 发文作者分析

在 CiteSpace 分析的共词图谱中, 主流意识形态研究作者的词条也是以节点的方式呈现, 节点越大则体现研究作者词条出现的频次越多, 节点间的连线则反映出作者间的共现关系, 较多连线的词条, 共现强度越强, 其研究合作的频次越高。通过运行 CiteSpace, 时间跨度设置为 2011~2020 年期间, 节点类型为 author (发文作者), 调整阈值为 TopN = 50, 共词图谱呈现出 402 个发文作者的节点, 并有 66 条节点连线(见图 3)。基于发文作者共词图谱的分析可见, 李晓阳、王永贵、范秋迎、张爱军、杨文华等学者在主流意识形态研究领域的发文量相对较多, 着重从意识形态认同、网络时代主流意识形态等方面开展相关研究工作。李晓阳侧重从主流意识形态的感性传播入手探求主流意识形态的传播样式、路径与挑战; 王永贵重点研究主流意识形态的认同困境及解决对策; 张爱军则以网络空间为研究视角, 分析主流意识形态面临的新挑战及应对措施。发文量较高的专家学者对于主流意识形态的研究多集中于其发展样态。另外, 《当代我国主流意识形态认同建构的有效途径》(孔德永, 2012)、《论网络虚拟空间的意识形态安全治理策略》(杨嵘均, 2015)、《在社会主义核心价值观的概括上如何取得共识》(侯惠勤, 2012)等为近十年高被引的研究论文成果。

4. 主流意识形态的关键词分析

基于文献数据的关键词信息, 形成以共现分析为基础的聚类, 可以将关键词进行有效归类, 并可以进一步分析聚类里关键词的关注度和新颖度, 客观呈现主流意识形态领域的前沿领域和热点问题。

4.1. 关键词共现知识图谱

通过运行 CiteSpace, 得到关键词共现知识图谱, 共计 527 个节点、2641 条连线(图 4)。基于关键词共词图谱的分析可见, 共现频次排名居前的关键词包括“主流意识形态”(freq = 979)“意识形态”(freq = 398)“大学生”(freq = 253)“马克思主义”(freq = 143)“高校”(freq = 143)“新媒体”(freq = 140)等。另外, “新媒体”的首次出现时间为 2012 年, 但以较快速度成为近十年的高频关键词, 可见其在主流意识形态研究领域引发较大关注, 持续对以新媒体为代表的新技术、新手段的关注, 尤其是对主流意识形态

影响的关注, 是未来需要长期关注的研究方向。

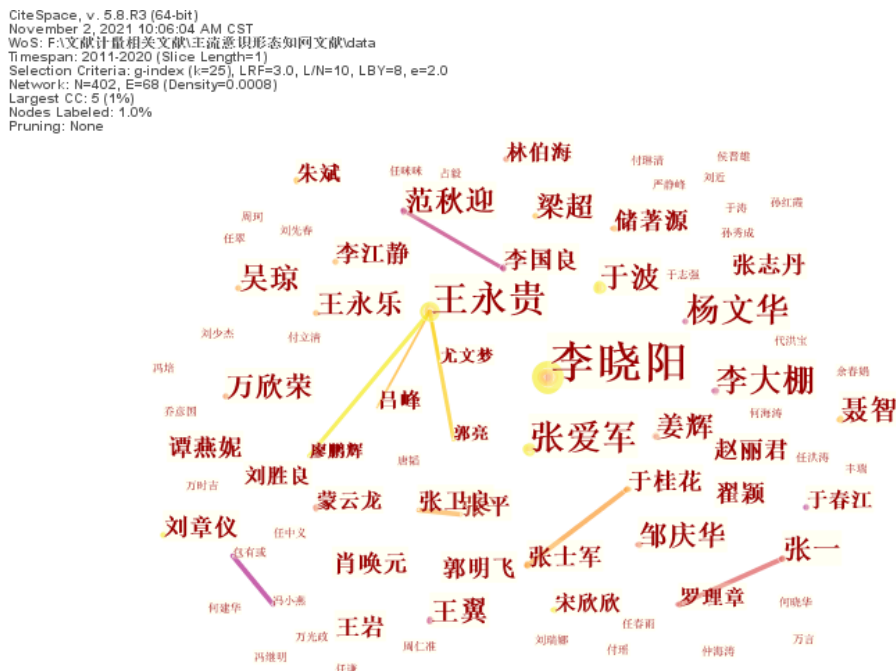


Figure 3. Author co-occurrence knowledge map
图 3. 作者共现知识图谱



Figure 4. Keyword co-occurrence knowledge map
图 4. 关键词共现知识图谱

4.2. 共词聚类与战略坐标分析

通过进一步对 527 个关键词进行梳理, 利用相关共现数据对关键词进行聚类分析, 可以为主流意识形态的研究做出较好的数据支撑。通过共词聚类分析, 将关键词分为 79 个聚类, 去除 20 个无效聚类², 最终得到 59 个有效聚类。围绕 59 个有效聚类, 可以进一步构建以新颖度和关注度为坐标轴的战略坐标直观的分析研究领域的热点问题与发展趋势。在平均共现时间方面, 每一聚类关键词与所有关键词年份数据之差, 称为“新颖度”, 若值为正, 表示研究内容被更近时间段的学者研究所关注, 与之相对应的

² 仅有两个关键词的聚类不能很好地反映出研究的关注度, 因此作剔除处理。

是, 在平均共现频次方面, 每一聚类关键词与所有关键词频次之差, 称为“关注度”, 若值为正, 表示聚类的关注度高于平均值, 若值为负, 则表示聚类的关注度低于平均值。基于聚类的战略坐标分析, 具体如图 5 所示, 聚类战略坐标图将研究的领域划分为四个象限区间。

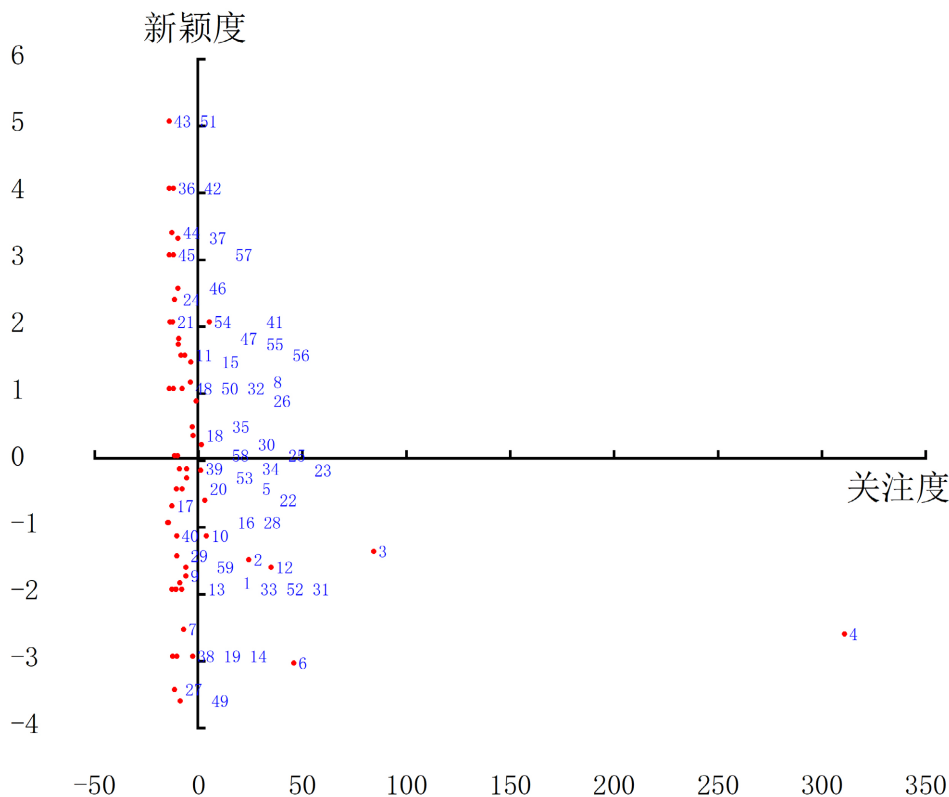


Figure 5. Strategic coordinates of mainstream ideology research field

图 5. 主流意识形态研究领域战略坐标图

将 59 个聚类按照不同的象限进行分类分析及解读可以了解位于不同象限主流意识形态研究相关问题的关注度与新颖度情况。

Table 1. First quadrant clustering

表 1. 第一象限聚类

聚类号	聚类名称	聚类成员
30	民族地区主流意识形态传播	西藏农村、民族地区、微传播、建设、高校学生、路径
41	政治传播	政治传播、社交媒体、自媒体

通过分析表 1 可见, 位于第一象限的 2 个聚类, 其关注度与新颖度均为正值, 分别是聚类 30 “民族地区主流意识形态传播” 和聚类 41 “政治传播”, 这说明主流意识形态传播的区域类型、方式手段、目的功能等方面是这一研究领域的重点及热点。习近平总书记强调, “做好党的新闻舆论工作, 事关旗帜和道路。” [5] 实际上, 党的新闻舆论工作直接影响到主流意识形态的传播效能, 其重要性不言而喻。新的技术手段的应用, 使主流意识形态的传播面临时空交织下的新考验、新挑战, 并呈现出个性化、社会化、生活化、制度化等发展新趋势。

Table 2. Second quadrant clustering
表 2. 第二象限聚类

聚类号	聚类名称	聚类成员
8	主流意识形态认同教育	态度转变、认同教育、青少年、网络主流意识形态、青年教师、网络意识形态、融媒体、辅导员、社会主义主流意识形态、高校主流意识形态
11	思政课建设	批判性、建设性、思政课、思想政治理论课
15	媒体平台	媒体平台、传统主流媒体、新自由主义思潮、主流意识形态话语权、非主流意识形态
18	舆论引导	习近平总书记、主流思想舆论、领导力、主流意识形态建设、宣传思想工作、意识形态工作能力、网络空间、思想舆论、引领力、高校辅导员
21	话语表达方式	政治话语、对内宣传、学术话语
24	教育引导	教育引导、高职大学生、网络舆情
25	主流意识形态自信	增强自信、影响力、理论自信、引导力、意识形态宣传、传播力、新自由主义、马克思主义中国化、大学生价值观
26	文化软实力	“中国梦”、习近平、民族主义、软实力、高校意识形态话语权、中国特色社会主义、思想政治工作、“四个全面”、文化自信、网络意识形态安全、新时代
32	后真相时代	困境、主体、应对、建构、后真相时代、内涵
35	意识形态安全治理	安全治理、大数据、技术路径、安全、探析、意识形态教育、机遇
36	研究生思政教育	研究生、立德树人、信息化时代
37	舆论引导	舆论导向、舆论环境、治理、舆论引导
42	全媒体传播	传播模式、媒体融合、互联网时代、人工智能
43	大众马克思主义认同	大众认同、培育路径、传播困境
44	民族地区主流意识形态凝聚力提升	凝聚力、新疆、吸引力、传播方式、生成逻辑、主流舆论
45	新中国成立初期的意识形态教育	新年画运动、新中国成立初期、日常生活
46	宣传工作	宣传、全媒体、高职学生、风险防范
47	思政教育创新	思政教育、新媒体环境、实效性、互联网+
48	高校意识形态教育	高校意识形态教育、多元社会思潮、挑战与对策
50	网络意见领袖培养	培养、网络意见领袖、大学生主流意识形态
51	四个自信教育	思想政治课、四个自信、高校教育
54	错误思潮批判	错误思潮、大学生群体、媒体时代
55	话语权建构	话语权建构、全媒体时代、话语
56	国际话语权	话语体系、国际话语权、政治安全、习近平新时代中国特色社会主义思想
57	国家安全	国家安全、治理路径、民族团结
58	风险管控	现状、新形势、管控

通过分析表 2，位于第二象限的 26 个聚类，其关注度为负值、新颖度为正值，分别包括聚类 21 “话语表达方式”、聚类 24 “教育引导”、聚类 25 “主流意识形态自信”、聚类 26 “文化软实力”、聚类

32“后真相时代”、聚类 35“意识形态安全治理”、聚类 36“研究生思政教育”、聚类 37“舆论引导”、聚类 42“全媒体传播”、聚类 43“大众马克思主义认同”、聚类 44“民族地区主流意识形态凝聚力提升”、聚类 45“新中国成立初期的意识形态教育”、聚类 46“宣传工作”、聚类 47“思政教育创新”、聚类 48“高校意识形态教育”、聚类 50“网络意见领袖培养”、聚类 51“四个自信教育”、聚类 54“错误思潮批判”等。第二象限的研究聚类, 新颖度高于均值, 有可能成为未来主流意识形态研究领域更多关注度的研究潜在空间。习近平总书记指出, “我们必须把意识形态工作的领导权、管理权、话语权牢牢掌握在手中。” [6]这为主流意识形态的研究提供了很好的研究方向, 既要总结和借鉴历史经验, 又要面向未来, 动态分析话语权面临的新变化、新挑战, 讲好中国故事, 同时要做好未雨绸缪, 加强对意识形态工作的规范治理, 旗帜鲜明地反对错误思潮。这都或将成为主流意识形态研究领域关注度进一步提升的研究前沿领域。

Table 3. Third quadrant clustering
表 3. 第三象限聚类

聚类号	聚类名称	聚类成员
1	历史虚无主义思潮	历史虚无主义、危害、中国社会主义建设、中国革命史、主流意识形态安全、自由主义、特征、民主社会主义、“告别革命”
5	微媒体	互联网环境、主流意识、微媒体、“90后”大学生、碎片化、自媒体时代、人类命运共同体、大众文化、培育、影响
7	社会主义核心价值观	民生、文化建设、学习型政党、社会主义核心价值观体系、全面建成小康社会、主旋律、文化认同、核心价值体系、多元文化、全球化
9	社会整合机制	社会整合、执政党、社会阶层分化、“信息茧房”、中国和谐党群关系、意识形态领域、新媒体传播、意识形态功能、着力点、意识形态话语权
13	主导文化	东方文化、主流价值、主导文化、社会心态
14	网络主导地位	人民意识形态、知识权力、网络
16	享乐主义思潮	个人自决权、享乐主义、现代性
17	空间转换视角	“缺场”传播、“在场”传播、风险、应对策略
19	社会心理	消费主义、社会心理、改革开放
20	价值观培育	培育和践行、核心价值观、主导功能、21世纪马克思主义、主流意识形态传播、知识分子、文化产业、传统文化
27	民族精神培育	民族精神、主体性、构建、主导地位
28	中国传统文化	中国传统文化、人文社会科学、马克思主义哲学
29	意识形态结构分析	合法性、u型民意结构、整合、中国梦
31	马克思主义宣传	价值性、宣传工作、社会主流意识形态、创新
33	以人民为中心	主导、主流、当代中国、以人民为中心、马克思主义理论
34	协同发展	高校思想政治教育、协同发展、马克思主义意识形态、价值观、互联网+
38	中央苏区的意识形态建设	中央苏区、启示、苏联解体、儒学、文化
39	意识形态传播	媒体、意识形态传播、三项学习教育、网络民粹主义、微空间
40	问题分析	问题、成因、原因、农村、微博时代

Continued

49	管理非主流意识形态	路径选择、历史实践、马克思主义大众化
52	执政能力建设	社会转型、执政能力、当代大学生
53	主流文化 引领力	微时代、主流文化、意识形态认同
59	基层党建	引领、基层党组织、多元化

通过表 3 可知, 位于第三项象限的 23 个聚类, 其关注度和新颖度均为负值, 分别包括聚类 1 “历史虚无主义思潮”、聚类 5 “微媒体”、聚类 7 “社会主义核心价值观”、聚类 9 “社会整合机制”、聚类 13 “主导文化”、聚类 14 “网络主导地位”、聚类 16 “享乐主义思潮”、聚类 17 “空间转换视角”、聚类 19 “社会心理”、聚类 20 “价值观培育”、聚类 27 “民族精神培育”、聚类 28 “中国传统文化”、聚类 29 “意识形态结构分析”、聚类 31 “马克思主义宣传”、聚类 33 “以人民为中心”、聚类 34 “协同发展”、聚类 38 “中央苏区的意识形态建设”、聚类 39 “意识形态传播”等。这些研究主题并没有成为专家学者当下的研究热门主题原因可能是, 问题的研究具有时效性或者问题的提法随着经济社会的发展产生变化。如“历史虚无主义思潮”“享乐主义思潮”的批判在第二象限“错误思潮批判”研究主题中进一步深化。“微空间”“网络主导地位”等主题词在我国互联网技术发展的初期, 作为当时的研究热点, 关注度很高, 成果也比较丰富, 但是随着互联网技术的进一步发展, 媒体融合的发展愈发迅速, 有学者以“后真相时代”定义面临的传播环境挑战, “全媒体传播”“网络意见领袖培养”等成为第三象限研究主题进一步深化的呈现, 保持着研究过程的深度延展。

Table 4. Fourth quadrant clustering

表 4. 第四象限聚类

聚类号	聚类名称	聚类成员
2	整合与引领社会思潮	策略、整合与引领、谱系流变、社会思潮、挑战、互联网、安全教育、高校、网络传播
3	意识形态话语权	实现方式、网络信息化、主导权、话语权、网络文化、意识形态、意识形态安全
4	传播模式	“+”系统论模式、5w 模式、主流意识形态
6	青年群体研究	话语转换、网络时代、研究、中国、认同、青年、大学生、主流意识形态认同、社会主义意识形态、马克思主义
10	挑战及对策	主流话语、主流意识形态话语、主流思维、挑战及对策、意识形态工作、认同感、社会主义制度、主流意识形态教育、社会主义、新媒体时代
12	主流价值观	主流价值观、主导价值观、网络舆论、思想政治教育、边缘化危机、高校大学生、主流媒体、话语权、新媒体
22	基本经验总结	意识形态建设、基本经验、历史终结论、中国共产党、边疆民族地区、现代化、有效途径、传统媒体、社会主义核心价值观
23	网络空间治理	微信、网络治理、微博、网络安全、教育、高校意识形态、高职院校、传播策略、对策

由表 4 可知, 位于第四象限的 8 个聚类, 其关注度为正值, 新颖度为负值, 分别包括聚类 2 “整合与引领社会思潮”、聚类 3 “意识形态话语权”、聚类 4 “传播模式”、聚类 6 “青年群体研究”、聚类 10 “挑战及对策”、聚类 12 “主流价值观”、聚类 22 “基本经验总结”、聚类 23 “网络空间治理”等,

属于主流意识形态研究领域持续关注的基础研究领域, 实际上, 意识形态话语权、整合与引领社会思潮、主流价值观培育等问题的研究具有基础性与长远性, 同时也不断面临机遇与挑战之下的对策分析, 增强主流意识形态认同对于我们身处“两个大局”交汇点运筹帷幄、保持定力、把握方向具有极其重要的战略意义。

另外, 通过全部聚类的综合整理发现, 聚类 4“传播模式”、聚类 5“微媒体”、聚类 15“媒体平台”、聚类 17“空间转换视角”、聚类 39“意识形态传播”、聚类 41“政治传播”、聚类 42“全媒体传播”、聚类 46“宣传工作”、聚类 47“思政教育创新”等 9 个聚类均涉及到了主流意识形态的传播媒介问题, 而聚类 14“网络主导地位”、聚类 23“网络空间治理”、聚类 50“网络意见领袖培养”等 3 个聚类, 直接关注了网络空间不同层面的意识形态问题。不同的时期, 主流意识形态传播媒介的新变化, 对主流意识形态的传播所产生的效应是研究领域关注的热点问题。从纸质媒介到广播电视、从互联网媒介到微博、B 站等依托于互联网的多媒体传播平台等, 作为主流意识形态的传播媒介产生了不同的传播效果, 主流意识形态话语权的提升在网络传播平台的发展中面临机遇和挑战。有学者曾指出, “这一新兴的媒介传播技术重构了我国意识形态安全建设的媒介环境。”^[7]基于传播媒介来研究如何通过多种形式的媒介提高主流意识形态的传播效应, 成为诸多专家学者共同关注的问题。另外, 有关主流意识形态研究主体的聚类主要包括 7 个, 其中既有涉及到高校、大学生群体、青年群体、民族地区等方面意识形态认同与培养的共时性问题研究, 如: 聚类 6“青年群体研究”、聚类 30“民族地区主流意识形态传播”、聚类 36“研究生思政教育”、聚类 44“民族地区主流意识形态凝聚力提升”、聚类 48“高校意识形态教育”; 也有涉及历史经验总结、借鉴的意识形态教育的历时性问题研究, 如: 聚类 38“中央苏区的意识形态建设”、聚类 45“新中国成立初期的意识形态教育”。这些问题的研究可以放置于特定的社会背景、群体特点中进行创新性研究, 也可以深入探索主体意识形态认同的机制研究。

5. 总结与展望

通过对主流意识形态研究领域的发文机构、发文作者、关键词等数据进行分析, 可以客观呈现出近十年这一研究领域的研究热点和发展趋势, 总结分析可以看到:

首先, 未来要进一步加强主流意识形态研究各个方面的交流合作。从研究机构结果来看, 各机构之间没有连线, 这说明各机构的学术研究独立性较强, 机构之间的学术交流与合作并不密切; 发文作者之间虽然有连线但是数量较少, 作者与作者之间的合作也有待进一步提高; 另外, 分析关键词的聚类表可知, 主流意识形态的研究涉及到传播学、社会学、政治学等多学科领域, 呈现出明显的交叉学科需求, 跨学科合作研究将会是下一步的重点方向。在有关于主流意识形态的研究中, 机构之间、作者之间以及学科之间应当进一步加强交流与合作, 尤其是学科间通过交流探讨与相互借鉴进行的创新性研究可以拓展主流意识形态的研究范围, 丰富研究成果。

其次, 深度探索主流意识形态研究领域的基础性问题。处于第四象限的研究主题中, “整合与引领社会思潮”“意识形态话语权”“主流价值观”“挑战及对策”等聚类总体来看是主流意识形态的认同问题不同层面的研究。对比第一象限的两个研究主题“民族地区主流意识形态传播”“政治传播”实际上是热点问题与基础性问题结合之下研究主题的呈现。在未来研究中一方面要关注新颖度较高的象限主题的研究, 另一方面还应从基础性研究领域进一步探索与发展主题相结合的新视角和新变化。

再次, 加强对新趋势、新变化的趋势研判, 做好前瞻性研究。“话语表达方式”“教育引导”“意识形态安全治理”“舆论引导”“大众马克思主义认同”“思政教育创新”“民族地区主流意识形态凝聚力提升”“文化软实力”等研究主题, 新颖度高于均值且关注度相对较弱, 实际上这些研究领域属于主流意识形态研究领域面对的新形势、新变化, 从基础性问题研究中不断深化拓展形成新的关注点, 结

合“后真相时代”“全媒体传播”等新技术手段带来的挑战,如何进行前瞻性研究,敏锐捕捉传播发展新变化,借以最先进、受众最广泛的传播媒介,最大程度增强“四个自信教育”“主流意识形态自信”的实效性,是对未来研究发展的一个重要命题。

最后,从目前的研究主体来看,大多以高校、青年群体、大学生为重要研究对象,近些年对民族地区的主流意识形态研究关注度也不断提高。但是对如农村、企业等关注度有待进一步提高。一方面,农民作为基础性依靠力量在社会主义革命与建设中发挥着重要作用。毛泽东曾在《新民主主义论》中针对当时社会的农民问题明确指出,“农民问题,成为中国革命的基本问题,农民的力量,是中国革命的主要力量”[8]。当前,我国农村主流意识形态建设成果丰硕,农民群众的主流意识形态认同不断提升,但是农村地区仍然面临受教育水平的不平衡、理论宣传不充分等方面的问题,需要对其主流意识形态的研究继续深入发展。分别以主题词“农民”和“主流意识形态”、“农村”和“主流意识形态”对知网数据库 2011~2020 年期间的论文文献进行搜索,共计获得 100 篇文献数据信息*。从文献数量看,这一领域的研究需要进一步加强。另一方面,企业作为国家经济发展的重要助推力,在关乎国计民生的就业岗位提供、经济效益创造等方面功不可没。习近平在 2022 年中央党校(国家行政学院)中青年干部培训班开班式上也进一步强调“要高度关注新业态发展,坚持网上网下结合,做好新就业群体的思想引导和凝聚服务工作”[9],表达了国家对于广大就业群体的极高关切,以此为契机,以主流意识形态认同为导向的企业文化教育也应当作为一个至关重要的研究方面进一步深入。

参考文献

- [1] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯文集(第1卷)[M].北京:人民出版社,2009:550.
- [2] 章忠民,魏华.新时代思想政治教育论要[M].北京:人民出版社,2019:80.
- [3] 习近平谈治国理政(第1卷)[M].北京:外文出版社,2018:153.
- [4] 习近平谈治国理政(第3卷)[M].北京:外文出版社,2020:32.
- [5] 习近平谈治国理政(第2卷)[M].北京:外文出版社,2017:331-332.
- [6] 习近平关于社会主义文化建设论述摘编[M].北京:中央文献出版社,2017:31.
- [7] 李万平.智能传播时代网络空间主流意识形态话语权的提升[J].贵州省党校学报,2021(4):62-69.
- [8] 毛泽东选集(第2卷)[M].北京:人民出版社,1991:692.
- [9] 习近平在中央党校(国家行政学院)中青年干部培训班开班式上发表重要讲话[N].人民日报,2022-03-02(001).

*其中“农民”+“主流意识形态”文献 52 篇,“农村”+“主流意识形态”文献 48 篇。