

社会主义核心价值观新媒体传播研究述评

叶海涛,方正

(东南大学 马克思主义学院;中国特色社会主义发展研究院,南京 211189)

摘要:新媒体与数字化技术的不断发展,为社会主义核心价值观提供了不同于传统媒体的全新传播范式与话语建构场域。社会主义核心价值观的话语体系、媒介载体、传播内容、传播机制等产生了一系列重大变革。在新媒体场域建构社会主义核心价值观体系,以社会主义核心价值观引领多元文化发展,成为新时代必须面对的重要理论问题和重大现实课题。作为新兴的重要媒介载体,新媒体传播社会主义核心价值观的首要属性是政治属性。在国家战略层面,信息领域已成为世界各国战略博弈的主战场之一,借助新媒体传播社会主义核心价值观可以有效抵御西方意识形态渗透与颠覆,维护国家意识形态安全;在社会层面,以社会主义核心价值观引领网络多元文化发展有助于净化网络舆论生态,构筑风清气朗的网络空间;在公民个体层面,新媒体传播社会主义核心价值观有利于深化公民对社会主义核心价值观的认知,促进深层次的情感认同。同时,新媒体舆论场的各种乱象也为社会主义核心价值观的传播带来了诸多困境与挑战:新媒体舆论监管难度加大与网络“把关人”缺位,导致网络舆论场在一定程度上脱离了有效管控;网络消极文化的广泛存在与互联网泛娱乐化倾向愈演愈烈,对社会主义核心价值观产生了一定程度的消解;互联网用户年龄、学历以及媒介素养分布的结构性失衡,引发网络价值观混乱与信仰危机问题等。立足新媒体时代社会主义核心价值观传播面临的诸多机遇与挑战,学界有针对性地提出了一系列应对策略与实践路径,包括加快媒体融合与建立现代化传播体系,建立健全互联网法律监管体制机制,传播策略精细化与传播对象精准化,以及加强专业队伍建设等。综观学界相关研究成果,虽已对社会主义核心价值观新媒体传播有了较为全面的论述,但仍存在研究内容同质化、研究视野较狭隘、理论创新能力不足、对策建议过于宏观笼统等问题。因而在今后的研究中需要拓宽研究领域和视野,以传播学、政治学理论增强阐释力和创新力;深入至中观和微观层面,提升对策建议的针对性和实效性;以及加强国际经验交流互鉴等。

关键词:社会主义核心价值观;意识形态;话语体系;新媒体;传播;媒介

中图分类号: D64;G206 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-8580(2018)05-0029-19

基金项目:国家社会科学基金项目(16BKS062);教育部产学合作协同育人项目(201702023023)

作者简介:叶海涛,博士,副教授,博士生导师(E-mail:haitaoye@126.com)

一、引 论

作为当代中国精神的集中体现,社会主义核心价值观的培育与践行是推进中国特色社会主义伟大事业、实现中华民族伟大复兴的重要战略任务。党的十九大报告中,习近平将坚持社会主义核心价值观体系作为新时代中国特色社会主义思想建设的十四个基本方略之一,并提出“全面贯彻落实社会主义核心价值观,不断增强意识形态话语权与主导权”的要求。近年来,随着新媒体与数字化技术的快速发展,社会多元文化呈现出前所未有的繁荣态势。如何在新媒体场域进一步建构社会主义核心价值观,以社会主义核心价值观引领多元文化发展,“让社会主义核心价值观的影响像空气一样无处不在、无时不有”^{[1]65},成为新时代必须面对的重要理论问题和重大现实课题。目前,学界已就社会主义核心价值观的新媒体传播问题进行了多维度、较深入的理论探讨。对已有研究成果进行梳理和总结,恰当评价其中存在的问题,有助于深化对社会主义核心价值观新媒体传播的理论研究,并为在新媒体场域培育和传播社会主义核心价值观提供有益借鉴。

“新媒体”(new media)一词最早出现于20世纪50年代末。1959年,媒介环境学派权威学者马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)在全美高等教育学会会议上发表了题为“电子革命:新媒体的革命影响”的演讲。演讲中首次出现了“新媒体”这一表述:“从长远的观点来看,媒介即是讯息。所以社会靠集体行动开发出一种新媒介(比如印刷术、电报、照片和广播)时,它就赢得了表达新讯息的权利。”^[2]但需要明确的是,麦克卢汉当时提及的“新媒体”概念并不具备实体性内涵,仅是用于指代相对于“旧媒介”而言的新的媒介形式^①。现代意义上的“新媒体”概念,是美国哥伦比亚广播电视网(CBS)技术研究所所长戈尔德马克(Peter Goldmark)在1967年正式提出^[3],意指电子媒介中的创新性应用。20世纪80年代末,随着计算机与互联网技术的迅速发展,“新媒体”概念才真正普及开来。

国内关于新媒体的研究热潮兴起于本世纪初^②,并随着互联网在我国的深入发展呈现出日趋繁荣的局面。但对于新媒体概念的界定,学界迄今未能形成明确共识。较早进行新媒体研究的匡文波将之界定为:“以数字技术为基础,以网络为载体进行信息传播的媒介。”^[4]有研究者持“相对论”的观点,认为新媒体是相对于传统媒体,如报纸、电视、广播等而言的新的媒体形态,它具备了这样几个构成要素:以网络技术为介质;呈现方式为多媒体;全天候、全区域覆盖;运营、产品、服务等商业模式上有创新性;不断呈现媒体融合趋势^[5]。彭兰则认为,新媒体是一个外延与内涵不断变化的历时态的概念:20世纪90年代初期,CD-ROM被称为新媒体;1995年以后,随着中国接入互联网,越来越多的人将新媒体等同于网络媒体;移动互联网曙光乍现以及4G网络的普及,使得社会化媒体应用程序开始出现,微博、微信、QQ等手机软件(APP)也被人称为新媒体。因此,在界定新媒体时,“要关照其源流与演变过程,试图用一个定义将不同阶段的新媒体都包揽进去,是不现实的。”^[6]也有部分学者持“互联论”的观点,认为新媒体就是在互联基础上实现“多对多”、具有极强交互功能的数字化媒体^[7]……除此之外,还出现了“凡

数字论”、“规模论”、“多维论”等概念界定方式。尽管如此定义新媒体尚未形成明确标准,但综合来看,新媒体被普遍视为一种区别于传统媒体、以网络信息技术为介质的新的媒体形态,具有多样性、融合性以及交互性等特点。

二、传播载体及其政治属性:新媒体与社会主义核心价值观的关系

研究社会主义核心价值观的新媒体传播,首先需要面对新媒体与社会主义核心价值观的关系问题。当前,学界主要从两个方面对两者的关系展开了研究。

(一)新媒体是社会主义核心价值观传播的重要载体

在社会主义核心价值观的传播中,新媒体发挥了重要的媒介载体作用。党的十八大以来,在全社会范围内培育与弘扬社会主义核心价值观已成为实现中华民族伟大复兴的重要战略任务。借助各种平台、依托各种渠道传播社会主义核心价值观,构建社会主义核心价值观话语体系成为学界研究的热点议题。新媒体依托其快捷性、海量性、即时性,成为各种社会思潮传播与发散的重要平台,也为社会主义主流意识形态的传播提供了前所未有的机遇^[9]。从新媒体的平台特点看,新媒体舆论场的形成以信息技术为介质,具有交互性、开放性、共享性等特点,这种双向流通的传播模式使得新媒体场域的传播主体在规模与数量上大大超过了传统舆论场,新媒体成为马克思主义意识形态大众化的必然选择与最重要的传播载体^[9]。从新媒体的平台功能看,新媒体作为当代社会文化再现与传播的重要平台,是反映和建构社会现实,维持社会认同的重要渠道。多元化的新媒体传播平台可以在更广范围、更深层次,将社会主义核心价值观理念传递给社会公众,深化公民对社会主义核心价值观的认同感,从而使社会主义核心价值观能够发挥社会整合与理论指导功能^[10]。

(二)社会主义核心价值观新媒体传播的政治属性

社会主义核心价值观的传播不应被视作一般性的大众传播而使之“传播失焦”。作为社会主义主流意识形态的重要体现,社会主义核心价值观的传播是政治系统具有特定政治意图的价值传播,不仅受限于传播系统,更受制于社会政治体系,因而政治属性是社会主义核心价值观传播的本质属性。社会主义核心价值观的传播过程中,要充分发挥政治宣传的优势,在政治实践中不断改善社会主义核心价值观的话语结构,充分发挥意识形态的社会整合功能,进而为政治系统的可持续性提供可靠保证^[11]。如施惠玲认为,新媒体传播的繁荣为主流意识形态的存在与发展提供了更有效与更加多样化的形态。意识形态摆脱了过去单一的思想观念的形式,以文字、符号、仪式等象征性形式广泛存在。这一变化过程从本质上来说是政治权力与传播媒介相互作用与塑造的结果,因而作为主流意识形态的社会主义核心价值观的传播事实上是一种政治传播,“政治传播是主流意识形态现实存在的根本条件与场域”^[12]。也有论者提出,现代政治的基本问题是让社会公众认识和接受某种政治信息,从政治认同的角度看,社会主义核心价值观的传播其实就是一个说服公众、塑造同意的过程。当前国内国际环境发生巨大变化,公众的政治偏好日趋分散化与多元化,传统程式化、运动式的政治宣传效果渐微。借助

新媒体传播社会主义核心价值观,在某种意义上就是要增强公众对于社会政治系统的认同,因而它有着毋庸置疑的政治属性^[13]。

综上,学界对社会主义核心价值观与新媒体关系的研究主要集中于两个层面:一是功能界定,即新媒体发挥了社会主义核心价值观的传播载体功能;二是性质界定,即社会主义核心价值观新媒体传播本质上是一种政治传播。现有成果对新媒体功能界定的研究比较集中,而对社会主义核心价值观传播的政治属性研究则相对较少,且对其政治属性的界定多为简单的定性描述,缺乏政治传播系统理论与社会主义核心价值观传播的内在契合性与关联性的逻辑演绎过程,其理论意蕴与学术价值略显不足。此外,新媒体与社会主义核心价值观实际上是一种双向互动关系。新媒体相对于社会主义核心价值观是一种重要的传播载体,社会主义核心价值观对于新媒体亦有平台整合与价值引领的作用。学界研究主要集中于新媒体作为传播载体这一向度上,缺乏社会主义核心价值观对新媒体的平台整合与价值引领功能的论述。

三、社会主义核心价值观新媒体传播的特点

新媒体时代,各种传播形式相互交织,使得新媒体传播的具体结构与过程变得格外复杂。一条信息的传播往往跨越多种传播形态,在网络、手机等多个传播渠道中进行多级传播,并产生信息放大、衰减、扭曲等多种可能性。新媒体传播由此成为一种新型的“复合式传播”^{[13]12},具有区别于传统媒体的诸多新特点。当前,学界主要从三个方面对新媒体传播的特点展开研究。

(一) 话语体系多元化

新媒体时代,原来被忽视的非主流舆论逐渐走上前台,传统媒体受到了广泛而有力的挑战。大众话语体系逐渐上行,并与官方话语体系、精英话语体系成鼎立之势。多样化的信息渠道、多元化的言论立场、多层次的话语主体促使新媒体场域中的话语体系日益多元化^[14]。从媒介话语权的角度看,新的信息媒介的产生,造成了传统主流媒体话语控制权的部分丧失或弱化,大众话语权在新媒体场域中得以复归。照此理解,社会主义核心价值观的新媒体传播事实上处于一个“多音齐鸣”、“众声喧哗”的多元话语体系之中^[15]。基于利益主体层面看,当前我国正处于社会转型发展的重要阶段,社会利益主体多元化日趋明显,社会阶层分化显著,人们的生活方式与思想意识呈现更加多样化的趋势。新媒体场域中的“众声喧哗”归根究底体现的是不同社会利益主体的现实诉求,因而具有多元化的特征^[16]。从信息传播的角度看,新媒体时代信息传播渠道日趋多样化,相同信息在传播过程中通过不同的渠道进行传播。这意味着信息源会经过二次加工、甚至多次加工。不同传播渠道基于自身立场,往往在信息处理方式、表达逻辑与语言结构上存有较大差异,进而在新媒体场域的传播过程中形成不同的话语体系^[17]。值得注意的是,学界虽然从多方面总结了话语体系多元化的特点,但究其本质,社会利益主体的多元化才是新媒体舆论场中话语体系多元化的根本原因。

(二) 传播内容现实化、碎片化

当今时代,互联网早已覆盖了经济、政治、文化、科技、教育等社会生活的方方面面。信息

海量丰富,内容多样翻新。一方面,较之于传统媒体的说教灌输,新媒体在社会主义核心价值观的传播过程中,往往借助现实社会热点关注问题,将宏大精深的理论体系巧妙传播出来,其传播内容更具“接地气”的特质,基本观点的表达也以具体化、通俗化与生活化见长,容易被人民群众所理解与接受^[8]。有学者就指出,新媒体舆论场以“草根网民”为传播主体,网络日志、社交网站、微博、论坛等是新媒体传播的主要载体,因此其内容区别于传统媒体系统化、专业化的事实陈述,带有浓烈的感情色彩,贴近现实的风格成为其传播内容的主要特点^[9]。另一方面,现代社会生活快节奏化与阅读时间零碎化,使得新媒体传播不以长篇叙事见长,内容碎片化成为其重要叙述风格。新媒体时代,碎片化阅读方式已顺理成章地进入社会成员的日常生活。民众特别是年轻群体热衷于一个网页跳到另一个网页的“速读”、图文并茂的“图读”和缩写小说、压缩新闻的“缩读”。碎片化阅读是快餐式、跳跃性的“浅阅读”,一定程度上弱化了人们对系统理论的接受度,并消解了人们的理性思维能力^[10]。总体而言,学界对新媒体内容特点的论述主要集中在碎片化与现实化两个方面,但其研究以泛泛的定性描述为主,缺乏对碎片化、现实化特点形成的深层次原因的理论挖掘。这也将影响对社会主义核心价值观新媒体传播机制与传播策略的进一步深入研究。

(三)传播形式开放化、个性化

新媒体技术的发展,为社会主义核心价值观的传播带来了全新模式。传统媒体多以图片与文字为社会主义核心价值观传播的主要形式,但这种方式很容易引起“中心—边缘”的二元对立格局,往往会造成传播效果的弱化。新媒体的数字化、多媒体化、宽带化改变了传统宣传模式,这种集合图片、声音、文字、音像等多形式为一体的媒介形态,使得社会主义核心价值观的传播朝着个性化与立体化的方向发展^[11]。有学者指出,新媒体表达的多样化丰富了社会主义核心价值观的传播形式,以图片、视频、短文字甚至段子的形式来传播社会主义核心价值观,不仅让抽象的理论变得具体,也让传播内容的可读性增强,强化了社会主义核心价值观对受众的吸引力^[12]。也有论者认为,新媒体传播集动态性、多样性、趣味性于一体,具有鲜明的超文本特征,在传播社会主义核心价值观的过程中,比传统媒体有着更高的开放性与共享性。此外,传统媒体的受众在读取信息时只能被动接受,新媒体的信息资源则可以无限制利用,受众可以通过收藏、转发、评论等方式进行互动,也可以通过个人“加工”以个性化的表达方式对社会主义核心价值观进行二次传播^[13]。总之,新媒体技术的革新使得社会主义核心价值观的传播不再囿于传统媒体较为单一、刻板的形式,开放式、个性化的传播方式成为新媒体时代社会主义核心价值观传播的主流形式。

综上,学界主要从话语体系、话语内容与传播形式三个方面,对社会主义核心价值观新媒体传播的特点进行了研究。从现有研究成果看,多数学者认同上述三个方面是社会主义核心价值观新媒体传播的主要特点,但研究侧重点各有不同,或着墨于话语体系特点的阐述、或倾向于传播形式的论述、或注重话语风格特点的描述,且多为总结性和概括性的叙述,对社会主义核心价值观新媒体传播特点的研究缺乏宏观、系统的把握,深层次的理论探究和详尽的定

量分析较为欠缺。

四、新媒体传播社会主义核心价值观的重要意义

新媒体时代,借助各种渠道传播社会主义核心价值观,在新媒体舆论场中建立起以社会主义核心价值观为主导的话语体系具有重要理论价值和重大现实意义。当前,学术界主要从三个维度展开了相关研究。

(一)有利于维护国家意识形态安全

主流意识形态决定了一个国家文化发展与前进的方向,是使社会长治久安、增强政治合法性的深层次力量。新媒体时代,传统意识形态的传播模式与传播体系发生剧烈变化,国家意识形态安全面临着一系列新的问题。社会主义核心价值观是社会主义意识形态的当代反映与本质体现,提升社会主义核心价值观在新媒体场域的传播效力,以社会主义核心价值观引领多元文化思潮,对国家意识形态安全有着不言而喻的重要意义^[24]。从技术层面上看,网络信息技术的发展,使得国际战略博弈逐渐从传统领域走向信息领域,主权国家被置于没有固定边界的虚拟环境中,以军事为中心的国家安全范式转变为以信息技术为中心的国家安全范式^[25],技术、观念与制度构成了互联网对国家安全的系统性框架。近年来,互联网空间已成为西方国家推销其意识形态的重要场域,借助新媒体平台传播社会主义核心价值观,有助于增强社会凝聚力,提升抵御西方意识形态渗透颠覆活动的的能力。从文化竞争的角度看,新媒体展现出的传播力与国际性为意识形态的传播带来了一场“传媒革命”,也使得社会主义核心价值观面临着前所未有的多元文化竞争、西方资本主义意识形态颠覆渗透等诸多挑战。提升新媒体场域中社会主义核心价值观的传播效力,可以增强社会成员对社会主义核心价值观的认同,是国家意识形态安全的重要保障^[26]。总体而言,学界主要从技术与文化两个层面,就社会主义核心价值观新媒体传播维护国家意识形态安全问题进行了研究。基于信息技术的互联网领域国家意识形态安全问题属于非传统安全范畴,具有非传统安全的共性特征,如国家意识形态安全同样具有非传统安全的不确定性,其安全威胁有可能来自主权国家,也可能是境外组织或者个人等;但现有研究成果缺乏将国家意识形态安全置于非传统安全范畴下的理论阐述,相关理论背景的研究不够深入,理论研究的视野不够开阔。

(二)有利于净化网络舆论生态

习近平指出:“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,符合人民的利益。”^[27]^[35] 新媒体传播社会主义核心价值观对净化网络舆论生态有着重要意义。当前我国正处于社会转型的关键时期,各种社会思潮、观念、文化在新媒体舆论场不断发生激烈碰撞,一些低俗文化以“言论自由”为借口滋生蔓延。新媒体场域的低门槛、无限制也使得受众主体低龄化、低素质化问题严重,这部分网民群体缺乏明辨是非的能力,在面临重大网络舆情时往往为彰显个性散布谣言、宣泄非理性情绪,致使各种舆论乱象频发,极大地污染了网络舆论生态^[28]。借助新媒体平台传播社会主义核心价值观,有助于引导网民群众树立正确的价值取

向,并将社会主义核心价值观内化为自律意识,不断约束自身的网络行为,从而达到净化网络空间的作用。周艳琼认为,新媒体平台在传播社会主义核心价值观的过程中,其话语体系向人民群众的话语体系转变,变得更加直白、通俗、易懂。不同于传统媒介说教式、概念式的核心价值观传播范式,“接地气”的话语表达激发了网民群众对社会主义核心价值观的认知热情,在潜移默化中自觉接受了社会主义核心价值观的价值引导。当网络舆论场中出现破坏公正、道德失范以及影响和谐的舆论乱象时,社会主义核心价值观的话语表达便对价值问题有了更强有力的批判力与解释力,自然协调着网络空间的生态环境^[9]。也有论者指出,新媒体作为信息技术发展的产物,塑造了一个“网络公共话语空间”,打破了信息短缺时代一切以传播者为中心的传播模式,网民群众的自主性与话语权得到了极大的释放。这种人人皆可参与的舆论场具有高度的隐匿性,缺少严格的身份限制,由此减少了公众发声的各种顾虑。借助新媒体平台传播社会主义核心价值观,是将社会主义意识形态从现实世界引入了虚拟社区,在虚拟世界中重塑价值标准,不仅更能融入人民群众价值观养成的生活情境,也在潜移默化中净化了网络空间,使网络生态变得天朗气清^[10]。但现有研究中存在的一个突出问题是,多数学者将互联网舆论乱象的成因简单归于网络本身的低门槛、无限制、缺乏规制等客观要素,而对互联网用户个体因素与心理因素^③等主观要素的研究被不同程度地忽略了,这也使得对社会主义核心价值观新媒体传播净化网络舆论生态的意义阐述不够全面、客观。

(三)有利于深化对社会主义核心价值观的认知

借助新媒体传播社会主义核心价值观,可以深化公民对社会主义核心价值观的认知,强化社会成员深层次的情感认同。从新媒体的传播机制看,媒体场信息传播呈现出“多对多”“去中心化”等特点。人人都可以成为传播者。这种传播模式也有利于社会主义核心价值观在新媒体舆论场中形成一种“自我传播”机制:网民群众在新媒体传播过程中了解社会主义核心价值观的内容,经过内化认可后,会自发地对社会主义核心价值观进行二次传播,形成人人都传播社会主义核心价值观的良好舆论氛围。由此,网民群众在增进社会主义核心价值观认知、加强自我教育的过程中,又会主动成为社会主义核心价值观的传播者,逐步形成了一个良性循环体系^[11]。作为一种科学理论,社会主义核心价值观的表达具有凝练性、逻辑性、系统性的特点,其话语体系相对抽象,不易被普通民众所接受。从新媒体的传播话语看,新媒体作为新兴的话语空间,不仅重塑了话语权力结构,也促使话语体系向多元化转变。在人人都是传播者的新媒体舆论场,社会主义核心价值观的话语表达由单一的说教转向了多样化的叙事方式,集图片、视频、声音为一体的超文本传播形式更是满足了网民群众中各层次的需求。因此,新媒体传播社会主义核心价值观的话语体系不仅有适合精英阶层的理论性阐释,也有针对“草根”群体极具亲和力的议题内容,从而使社会主义核心价值观在更广范围、更深层次产生影响,深化了人民群众对社会主义核心价值观的理解与认同^[12]。

综上,学界主要从国家战略层面、社会层面以及公民个体三个层面对社会主义核心价值观新媒体传播的重要意义进行了论述,内容覆盖已较为全面、理论体系也相对完整。但在具体

涉及到某个层面的意义研究中,尚需进一步细致深入的理论挖掘。在国家层面,对诸如非传统安全理论这样的背景研究还不够;在社会层面,对网络舆论乱象形成的主观因素的把握比较欠缺;在公民个体层面,对社会主义核心价值观在公民政治社会化过程中的作用和机理的研究尚不多见。

五、社会主义核心价值观新媒体传播面临的困境与挑战

尽管新媒体为社会主义核心价值观的有效传播带来了诸多有利因素,但新媒体舆论场的各种问题同样使社会主义核心价值观传播面临一系列困境与挑战。当前,学界主要从以下三个方面对相关问题展开了研究。

(一)管理机制不完善,网络“把关人”缺位

首先,网络舆论场的自由、随意、隐匿等特性造就了多维的话语空间,一定程度上脱离了传统媒体传播模式下的监管与控制。有些人常常打着“拒绝权威”、“自由民主”的幌子,将某些带有私人目的的价值意识植入中国特色社会主义话语体系中,解构马克思主义理论,歪曲马克思主义价值追求^[33]。这种扭曲的意识形态汇入主流意识形态中,成为消解社会主义核心价值观体系主导地位的重要威胁。其次,不同于传统主流媒体“一对多”的传播模式,新媒体传播“多对多”的去中心化传播模式让媒体监管机构与职业媒体人无法处于传播中心,舆论监管与“把关”难度都相应增加。作为一种虚拟性的社交空间,网络环境中的舆论发布随意性较强,非职业化传播者的不定期信息发布以及信息的“二次加工”与再传播,成为网络信息内容的重要构成。网络实名制虽然对信息内容监管有一定的作用,但推行过程中仍旧面临重重障碍,网络实名制的深度与广泛性都有待加强,现实中的网络监管仍旧面临诸多困难^[34]。此外,我国新媒体舆论环境中尚缺乏普遍适用、层次较高的网络伦理与道德标准。网络伦理道德是网络空间行为正当性与合理性的隐性评判规则,是对以法律为主体的实体监管机制的重要补充与完善。我国互联网伦理建构的缺失与不完善,加之新媒体信息传播监管缺位、机制不健全等制度因素,导致网络舆论场在一定程度上脱离了控制,对社会主义核心价值观的培育与传播造成了诸多不利影响^[35]。

(二)网络消极文化对社会主义核心价值观的消解

互联网空间的开放性、匿名性、便捷性为多元文化的存在打开了方便之门。在多元文化发展呈现出前所未有的繁荣态势的同时,与社会主义核心价值观相冲突的消极价值取向也逐渐增多。首先,以网络实用主义、功利主义、拜金主义、享乐主义等为主要内容的“流行价值观”与社会主义核心价值观的矛盾冲突日益彰显。这种所谓的“流行价值”以个人利益为一切评判标准,在新媒体场域中有着一定的生存空间,对以社会主义核心价值观为主导的价值体系建构造成了严重的危害^[36]。有学者就指出,我国传统文化中蕴涵着丰富的整体主义思想,强调个体对国家、社会的责任与义务,但在新媒体的强烈冲击下,个体价值与主体意识开始萌动,追求物质与感官享受的价值取向在互联网中成为一股潜流,严重消解了人民群众对社会主义核心

价值观的认同感,甚至引发了一定范围内的信仰危机^[37]。其次,一些文化保守主义者提出“崇儒反马”的观点,要求以儒学取代马克思主义,恢复其在历史上曾经有过的崇高地位。这些思想也造成部分群众对马克思主义意识形态的认同模糊化、立场动摇化、信仰边缘化,逐渐失去正确的价值导向与前进方向。蔡泉水、胡伯项指出,坚定马克思主义信仰、构建社会主义核心价值观体系是社会主义中国存在与发展的灵魂。一些文化精英对马克思主义当代价值认识不够,提出了马克思主义“过时论”、“无用论”等奇谈怪论,对新媒体场域马克思主义意识形态权威性造成严重冲击^[38]。此外,新媒体传播的泛娱乐化、去中心化淡漠了社会主义政治情感与国家民族意识,由此产生的虚无主义、拜金主义、个人主义等严重消解了对社会主义核心价值观的认同。在泛娱乐化中,是非被模糊,曲直被颠倒,崇高被解构,本该严肃端正的领域,比如思想、学术、文艺,甚至关乎国家、民族和历史的大是大非大义问题上,也会被泛娱乐化所侵蚀。表达思想、探究问题、传播价值、输出文化,都披上了娱乐的外衣、编排成娱乐搞笑,看似生动,实则危害甚烈,久而久之,会降低社会的智识水平,掏空社会的精神内核^[39]。并且,新媒体泛娱乐化的话语表达往往会破坏汉语言文字的规范性与纯洁性,部分网络流行语带有强烈的负面性或粗俗性,对社会主义核心价值观的传播也产生了一定的阻滞^[38]。总之,消极庸俗的网络“流行价值观”、马克思主义“无用论”、“过时论”、新媒体舆论场的泛娱乐化共同构成了消解社会主义核心价值观体系主导地位的文化因素,成为新媒体传播社会主义核心价值观过程中的重要阻碍。

(三)网民群体结构失衡引发价值观混乱

当前,我国网民群体的结构失衡主要表现在三个方面:即年龄结构失衡、学历结构失衡、媒介素养分布失衡。首先,随着智能手机的普及,我国互联网用户低龄化的现象越来越严重,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的统计数据显示,截止2018年6月,我国互联网用户中18岁以下的未成年群体所占比例达到22.9%,29岁以下的青年群体占比约为62%^[40]。新媒体时代海量的信息资源与多样化的社会思潮深刻影响着互联网用户,青少年群体正处于人生观、价值观形成的重要阶段,但又缺乏足够的自律意识与理性思维能力。新媒体舆论场的交互性、超时空与多元化等特点催化了强烈的主体意识与个性意识,易使其对传统媒体“报喜不报忧”、说教意味浓厚的宣传模式产生强烈逆反心理。在新媒体场域,这种“反权威”与“反传统”的心态甚至会延伸到道德领域与社会主义意识形态层面,嘲讽民族英雄、调侃文化名人成为标新立异的重要表征。这种不稳定、不成型的价值态度也让那些标榜“自由主义”的网络异质文化与披着“普世价值”外衣的西方资本主义意识形态有了可趁之机,最终引发青少年群体的价值混乱与信仰危机^[41]。其次,我国网民的学历结构也呈现明显失衡的状况。数据显示,我国网民以中等教育水平的群体为主,其中初中及以下学历用户占比为54.3%,而具有大学及以上学历用户仅为10%左右^[40]。当前中国社会发展正呈现出前所未有的快节奏,各类资讯层出不穷,社会知识更新迅速,这对新媒体用户的接受能力与理解能力提出了更高的要求。学历层次较低的网民往往缺乏足够的信息甄别与判断能力,在网络传谣、网络暴力与低俗文化传播过程中容易盲目跟风,成为污染网络空间、引发价值混乱的重要助推力量^[42]。最后,相比于传统舆论

场中经济精英、文化精英与权力精英的主体结构,我国互联网用户中存在着规模庞大的“草根”群体。与社会精英相比,“草根”群体的媒介素养较低,大部分都欠缺相关知识结构,更不要说经过专门的媒介素养培训。这使其在信息获取、分析、评判等方面先天不足。在面对新媒体场域的海量信息时,缺乏专业知识与媒介素养的“草根”网民,往往没有足够的信息选择能力、质疑能力与评估能力,无法做出正确的价值判断;在从众心理的驱动下,他们较容易被包装过的庸俗文化以及西化思想通过盲目认同、诱导认同以及强制认同的方式影响自身价值观,最终导致网络价值混乱与信仰危机问题^[43]。

综上,学界主要从网络监管机制不完善、网络消极文化的广泛存在、网民群体的结构失衡三个方面,对社会主义核心价值观新媒体传播所面临的困境进行了研究。总体而言,当前研究成果主要集中在网络舆论场内部因素的分析上,对社会主义核心价值观新媒体传播的外部环境影响的分析较为少见。事实上,国家政策制度的引导、传统媒体传播机制的变化以及互联网文化企业的经营理念与文化宣传策略等,都会对新媒体舆论场中社会主义核心价值观的传播产生一定的正向或负面影响,但目前的研究中比较欠缺对新媒体外部环境因素影响的理论分析。今后对新媒体传播社会主义核心价值观面临困境的研究还需要更加全面、客观、系统化。

六、社会主义核心价值观新媒体传播的实践路径

提升新媒体场域社会主义核心价值观的传播效力,是社会主义核心价值观新媒体传播研究的最终目的与归宿。学界关于社会主义核心价值观新媒体传播的实践路径研究主要集中在以下四个方面。

(一)加快媒体融合,建立现代传播体系

新媒体时代,传统媒体的融合性、跨部门业务逐渐增加,导致媒体内部的封闭体制被打破,媒体融合已成为时代发展的必然趋势,具体包括如下措施。

首先,要采取措施加速传统媒体的转型,激活传统媒体活力,充分发挥其媒介公信力,做好主流文化的引导工作。新媒体虽然能够为公权力所用,但其所带来的未必都是有利的影响,网络民主能提升传播的有效性,也会为对抗行为提供匿名温床,制造分裂与对立。因而,新媒体舆论场中,权威与公信力仍旧是社会主义核心价值观宣传不可缺少的重要元素。政府部门要制定相应的政策法规,鼓励传统媒体的转型发展,尽快建立起多层次、立体式的现代传播格局。以《人民日报》为例,《人民日报》作为官方意识形态的重要宣传平台,拥有毋庸置疑的权威性与公信力,在转入新媒体领域之后,获得了极高的关注度与认可度,“@人民日报”新浪微博的粉丝数量在短短几年内便突破五千万,在传播社会主义意识形态中发挥了重要作用^[44]。因而,将传统媒体的舆论引导能力与新媒体交互式、开放性的传播模式相结合,才能够实现社会主义政治文化的最佳宣传效果。

其次,提升社会主义核心价值观的传播效力,必须将新媒体传播平台纳入到社会主义核心价值观的传播体系之中,实现传统媒体与新媒体的深度融合。为此,一是要在技术层面上实

现传统媒体与新媒体的融合。传统媒体在品牌与内容上有优势,而传播渠道与平台是新媒体的强项,要结合两者的不同技术特点对社会主义核心价值观传播内容进行包装与设计,从而实现不同媒体的强强联合;二是强化新媒体与传统媒体的资源整合。传统媒体在长期传播过程中积累了丰富的运营经验,专业人才、节目制作、硬件设施等资源丰富,新媒体则在受众群体与传播模式上有比较优势,要整合两者的优势资源加快社会主义核心价值观现代传播体系的建设^[45]。

最后,要促进新媒体与传统媒体的思维融合。一是促进传播思维的融合,创新社会主义核心价值观的传播路径,型塑现代传播思维与理念,将社会效益、文化效益与经济效益结合起来;二是要提升内容呈现的开放性思维,注重传播素材的全媒体采集,内容呈现上秉持开放性态度,注重理论性、趣味性与亲民性统一,做到雅俗共赏;三是强化运用新媒体技术的思维意识,传统媒体要借助新媒体实现传播结构、运营方式与管理机制的变革,充分利用大数据与云计算等信息技术,构建起现代化传播系统^[46]。

总之,传统媒体与新媒体的媒体融合不能只停留在渠道、技术等浅层次的融合上,更须实现品牌、思维、意识、理念等各方面的深层次、全方位融合,如此方能在社会主义核心价值观的传播中最大限度地发挥传统媒体与新媒体的传播合力。

(二)依法“滤网”,完善新媒体监管制度

新媒体监管制度的建立与完善,可以为新媒体传播社会主义核心价值观营造和谐有序的媒体环境,具体包括如下措施。

首先,要避免过去“一管就死,一放就乱”的现象,要充分处理好活力与秩序之间的张力问题。在维持新媒体舆论场的活力上,要加强新媒体场域引导制度建设,做好正确价值引导与文化心态塑造,要畅通正当利益诉求的表达渠道,兼顾到社会各阶层的心理期望;在秩序建构上,要建立起对各种社会思潮内容的分层次审查制度,增强网络信息过滤能力,以良好的秩序充分保障社会主义核心价值观对多元文化的引领作用^[47]。

其次,要发挥法律法规的制度保障作用。法律的强制性、规范性与有效性是社会主义核心价值观获得权威性核心地位的力量支撑与制度保证。加强新媒体法律法规建设,要将社会主义核心价值观的理论精髓与精神实质融入到制定的各项政策规章之中,确保社会主义核心价值观认同制度化规范化方向发展;要建立起微信、微博、论坛等新媒体的自律公约,对网民群众的网络行为加以规范、约束、引导,强化网络主体对社会主义核心价值观的切身体悟,形成塑造其网络道德人格的心理基础;在区域网络系统上要安装过滤软件,建立健全新媒体重大舆情的监管与反应机制,掌握网络舆情的主导权与控制权^[48]。

最后,要充分调动互联网文化企业的监管积极性,形成互联网企业与政府部门齐抓共管的监督合力。胡剑慧认为,新媒体的发展使得社会思潮朝着网状式、裂变式的传播模式转变,加速了媒介信息的流动与分配,加之网络文化思潮通常具有较强的隐蔽性,容易被某些表面现象所掩盖,这些都增加了新媒体监管难度。因此,需要互联网企业与政府部门齐抓共管,共

同完善新媒体监管体制机制:互联网企业要发展内容监管相关的技术控制体系,以数字认证与实名认证为基础,有效规范不良社会思潮的网状式传播;政府部门要坚持依法治网与以德治网相结合,在完善新媒体管理的相关行政法规同时,注意提升网民群众的责任意识,努力推动网民群众构筑起依法尊法、自觉自律的道德防火墙^[49]。新媒体时代,四面八方海量的信息在网络中汇集与流通,不是简单的“开”与“关”能够控制其传播渠道与路径的,即使通过技术手段也不能做到信息的无死角完全清理^[50]。这就要求管理部门在开放性的传播环境下,合理实施舆论引导,做到信息透明、说理清晰、论据充分,才能够实施有效管理与控制,才能使言论自由更加规范、有序、健康,使新媒体环境更加和谐理性。

(三)精准传播,宣传策略精细化、分众化

新媒体舆论场有着海量的信息资源与多元的传播模式,但在商业利益膨胀、有效监管不到位的背景下,低俗网络文化被广泛传播、媒介资源被大量浪费,信息的有效利用率极低。面对复杂的新媒体生态,要增强社会主义核心价值观的培育效果,具体包括如下措施。

首先,要发挥宣传部门的主观能动性,充分了解新媒体用户的心理需求,创造符合当前新媒体用户心理的优秀文化产品。内容有趣、形式多样且符合主流价值观的优秀网络文化产品,可以为社会主义核心价值观的传播提供强而有效的助益。近年来,“微文化”逐渐成为人民群众所喜闻乐见的网络文化形式,借助“微视频”、“微电影”、“微故事”、“微动漫”等“微文化”形式,创造符合网络用户心理、蕴含正确价值导向的网络文化产品,能够促进社会主义核心价值观的精准有效传播^[51]。

其次,提升社会主义核心价值观的传播效力,还有赖于传媒属性的开发与精细化的传播策略。宣传策略的精细化要求政府宣传部门从社会主义核心价值观传播的内容选择、平台建设、传播频率、修辞应用、回应期望等各个环节进行设计包装,要根据受众的群体特征进行有针对性地区分处理;新媒体舆论场的复杂环境与受众规模的庞大,要求社会主义核心价值观的传播要根据不同层次、背景、行为习惯的受众,制定不同的传播内容并进行精准投放,以提升受众对社会主义核心价值观的理解度与认可度^[52]。

最后,新媒体舆论场中传播社会主义核心价值观,政府宣传部门必须始终坚持以人民为中心的理念。一方面,要促进传统话语体系积极向大众话语体系转型,推进话语体系的不断创新,牢牢占据新媒体舆论场的话语高地,切实提升社会主义核心价值观的引导力、影响力、公信力;另一方面,主流新媒体平台要树立起“内容制胜”的意识,要坚持以人民群众的喜闻乐见为工作导向,打造切合网民群众心理的先进文化内容,引导网民树立正确的价值观念;此外,地方政府部门要借助新媒体平台对人民群众关注的社会热点问题、重大安全事故等进行及时回应,建构新媒体平台的优良生态环境^[53]。

(四)按新媒体标准,强化队伍建设

新媒体面向的用户群体与传统媒体有着较大区别,在内容喜好上也有不同,传统媒体的宣传内容与制作形式已经跟不上时代发展的要求。提升社会主义核心价值观在新媒体舆论场

的传播效力,必须要建设一支懂得新媒体传播规律、了解新媒体用户需求的专业人才队伍。具体包括如下措施。

首先,要打造一支集理论阐释、图文设计、视频制作、实践调查为一体的内容设计团队。一方面,新媒体的专业内容制作团队应善于借助新媒体平台以及大数据技术深入网民群众之中,广泛开展调研活动,切实了解人民群众所想、所思、所虑,以人民群众喜闻乐见为根本标准,积极弘扬健康向上的价值理念;另一方面,专业化的内容制作团队也须有深厚的传统文化底蕴,在社会主义核心价值观传播内容的制作中可以依托优秀传统文化元素,创作彰显社会主义核心价值观、适应于新媒体传播形式的文化作品,使得社会主义核心价值观在内容上更加贴近新媒体用户群,“充分发挥其以文化人、以文化民的价值观重塑作用”^[54]。

其次,要建立起一支拥有专业技术、政治素养过硬的人才队伍。专业技术过硬,才能确保新媒体平台软硬件设施始终保持高效有序运转,确保对新媒体平台传播内容的实时监管与筛选,确保新媒体传播过程中不出现技术性中断故障;政治素质过硬,则要求媒体工作者不仅有较强的信息敏感度,也要有较高的政治觉悟、坚定的马克思主义信仰,只有政治素养合格才能在社会主义核心价值观的传播过程中不出现方向性与原则性错误,保证新媒体传播的正确价值导向^[55]。

最后,提升社会主义核心价值观新媒体传播的实效性,还要求媒体团队具有灵活变通的特质。灵活变通,即媒体工作者在传播核心价值观的过程中,能够深入研究网民群众的阅读习惯与心理需求,可以针对不同层次的网民群体灵活运用各种媒介平台并制作不同宣传内容;在社会主义核心价值观传播过程中遇到紧急情况时,能够迅速做出反应,制定出相应的宣传方案解决困境,引导新媒体舆论走向正确的价值轨道;在新媒体传播中能够真正把社会主义核心价值观理念融入到宣传内容中去,推动社会主义核心价值观入脑、入心、入行,获得社会成员的情感认同^[56]。

总之,新媒体时代的到来,对社会主义核心价值观传播的人才队伍建设提出了诸多新的要求,在知识结构、内容制作能力、团队特点以及运作方式上较之于传统媒体有了更高、更全面的标准。

社会主义核心价值观新媒体传播的实践路径是社会主义核心价值观传播研究中的重点问题。学者们主要从建立现代传播体系、完善新媒体监管制度、传播策略精细化与传播对象精准化、加强人才队伍建设四个方面对新媒体传播社会主义核心价值观的实践路径进行了论述。除此之外,也有学者提出了强化网民群体的媒介素养培训,培育网络意见领袖等对策建议^[57]。从现有研究成果看,实践路径的研究中兼顾了主客观两个方面,涉及了传播主体、传播策略、传播对象、传播机制等多个层次,已经较为系统与全面。但现实可操作是对策建议有效性的根本所在,现有研究中的对策建议往往过于宏观笼统,现实针对性与实际可操作性有所不足。今后的研究中,应适当增加中观和微观领域的实践路径研究,以切实提升对策建议的实效性。

七、进一步的评论与展望

党的十九大报告指出：“社会主义核心价值观是当代中国精神的集中体现，凝结着全体人民的共同价值追求，要把社会主义核心价值观融入社会发展的各方面，转化为人民的情感认同与行为习惯。”^{[58][42]}目前，学术界关于社会主义核心价值观新媒体传播的研究已形成系统的理论体系，特别是在新媒体与社会主义核心价值观的关系、新媒体的传播特点、新媒体传播社会主义核心价值观的重大意义、面临的挑战及其应对措施和实践路径等方面，成果丰富。但为增强社会主义核心价值观的公民认同、提升社会主义意识形态的影响力、引导力与公信力，在拓宽研究领域和视野、增强理论内涵和创新能力，提升对策建议实效性、交流互鉴国际经验等方面，仍需进一步充实与完善。

（一）合理拓宽研究领域，增强理论创新能力

新媒体时代的社会主义核心价值观传播问题是近年来学术研究的高热话题。通过文献梳理发现，当前研究主要集中在新媒体传播社会主义核心价值观的重大意义、面临困境以及创新社会主义核心价值观新媒体传播路径几个方面，解释性、议论性以及宣传性内容居多，理论研究同质化现象较为突出。社会主义核心价值观新媒体传播旨在增强社会成员对社会主义核心价值观的情感认同，但就现实情况来说，社会主义核心价值观尚未达到全社会自觉意识、自觉践行和普遍认同的程度。荷兰学者伯特·克兰德曼斯(Bert Kländermans)认为，通过认同的扩大化形成的集体认同，会将群体与外界的联系转化为它的社会环境。政治化的集体认同就是对社会环境的一种重构过程，而作为群体的一部分，人们会受群体影响，并逐渐产生集体认同感^[59]。新媒体在传播社会主义核心价值观的过程中，初步建构起了社会主义核心价值观的社会认同环境，社会认同环境又会进一步增强并扩大公民对社会主义核心价值观的认同。因此，社会认同环境建构研究对于社会主义核心价值观新媒体传播而言，具有比较前沿的理论价值与实践意义。在今后的理论研究中，可以适当合理地拓宽社会主义核心价值观新媒体传播的研究范围，将社会主义核心价值观传播研究延伸至社会认同环境的建构上。例如，新媒体传播会对建构社会主义核心价值观的社会认同环境产生什么样的影响，这种影响对于社会成员的价值认同有什么样的效应等等。理论研究领域的拓宽同时也意味着研究视野的开阔，进而会增强社会主义核心价值观传播研究的理论阐释能力和创新能力。

（二）深化理论内涵，增加经典传播学理论的应用

社会主义核心价值观新媒体传播的本质是一种政治传播，属于政治学与传播学的交叉范畴。但当前学界的研究中，却存在这样几个趋势：只论如何增强社会主义核心价值观的公民认同，避而不谈传播学理论；将新媒体传播作为一种时代背景，与社会主义核心价值观分开论述，不能很好地架构两者相融合的理论研究范式；将新媒体特点的论述作为基础理论的主体部分，忽略了社会主义核心价值观传播的政治属性分析等等。这些研究思路在一定程度上模糊了对社会主义核心价值观新媒体传播的系统认知，割裂了社会主义核心价值观与新媒体的

潜在互动关系,弱化了研究的理论深度。今后的研究中,可以适当增加经典传播学理论在社会主义核心价值观新媒体传播研究中的应用,深化对社会主义核心价值观新媒体传播的主客体内涵、传播机制、传播规律以及传播效果的认知,实现传播学理论与社会主义核心价值观新媒体传播研究的有机融合,增加二者的内在契合性与关联性,把新媒体应用于社会主义核心价值观传播从形式上升到内涵层面。例如,在社会主义核心价值观新媒体传播面临困境的研究中,可以采用传播学奠基人之一拉斯韦尔(Harold Lasswell)的“5W”要素分析法^④,基于不同的传播要素对社会主义核心价值观的新媒体传播困境进行分析,增强研究的学理性。此外,现有研究成果中,对社会主义核心价值观新媒体传播的政治属性的论述较为少见,可以适当增强社会主义核心价值观新媒体传播的政治传播面向的理论分析,如在价值意义的研究中,可以融入政治合法性、政治认同等相关政治理论进行阐述。这将是今后研究的一个新的理论生长点。

(三)提升对策建议实效性,强化话语内容的微观研究

理论研究的意义之一在于付诸实践,能够指导实践、改造世界的理论才会有强大的说服力。社会主义核心价值观新媒体传播的实践路径一直是社会主义核心价值观传播研究中的重要领域。目前,学界已从制度、人才、策略、传播体系建设等多方面对实践路径问题进行了探讨;但总体而言都较为宏观与笼统,具体如何提升新媒体舆论场中社会主义核心价值观传播效力的研究较为少见,能够与实践相结合、具有现实应用性的对策建议不多,且对策建议颇多类似,同质化现象较为严重,缺乏创新性。应该说,提升社会主义核心价值观的新媒体传播效力,不应仅仅聚焦于宏观层面,秉持开放性态度,运用发散性思维才可以跳出旧有研究的窠臼,提出更具实效性的对策建议。借助新媒体传播社会主义核心价值观,制度建设、平台建设、人才建设等固然重要,但最终对受众认同度产生直接影响的还是话语内容。因此,在社会主义核心价值观新媒体传播的实践研究中,还应深入至中观、甚至微观层面,从社会主义核心价值观的传播话语出发,研究如何提升公民对社会主义核心价值观的认同。例如,可以从话语情感度、体验度、敏锐度三个维度研究如何提升媒介内容的品质^[60]。增强话语情感度,能够以真情触动真心,提高社会主义核心价值观的社会凝聚力;提升话语内容的情感体验度,可以强化公民对社会主义核心价值观的情感认同;增强话语敏锐度,则可以激发社会成员的心理共鸣,提升公民对社会主义核心价值观宣教内容的兴趣。增强诸如传播话语这样中观和微观层面的研究,可以为提升社会主义核心价值观新媒体传播效力提供更加行之有效的针对性建议,是值得重点关注的研究领域与方向。

(四)应用国际视野,借鉴他国优秀经验成果

建构符合本国国情和社会需要的共同价值观,是世界各国都十分重视的前沿课题。近年来,学界也出现了一些关于世界其他国家价值观培育的理论研究文章^[61-62]。这些研究虽然分析了他国培育共同价值观的一些优秀经验,但涉及新媒体传播领域的较为少见。社会主义核心价值观新媒体传播问题的研究是一项创新性的系统理论工程,可以在今后的理论建构中多借

鉴世界各国新媒体传播的理论成果,并融入中国特色社会主义意识形态传播机制中。在理论研究的国际视野下,以文明交流超越文明隔阂、以文明互鉴超越文明封闭、以文明共存超越文明冲突,从而增强理论研究的科学性和创新性,以及对策建议的针对性和实用性。

注释:

①在麦克卢汉看来,媒介是一个集合概念,并不特指某种具体的传播工具,而是指代那些延伸人类器官的所有工具、技术和活动的集合体。它以传播特定的“符号意义”体系来创造新的外环境,实现对人际组合形态与人的行动尺度的控制。(参见:马歇尔·麦克卢汉.理解媒介——论人的延伸[M].何道宽,译.北京:商务印书馆,2000:34-35.)丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)亦认为,媒介并无具体指向性,所有有关涉信息传播的中介都可以看作媒介的范畴。它通过信息的渗透性,塑造由媒介信息构成的对现实共同性认识的公共地带,以此形成对人的感性认知与行动方式的隐性支配力量。(参见:麦奎尔.麦奎尔大众传播学理论[M].崔保国,李琨,译.北京:清华大学出版社,2006:66-67.)与“媒介”相比,“媒体”更具“实体意蕴”,可以将之理解为具有实体性的媒介的载体,“媒介”与“媒体”构成了逻辑上的规限关系,因而现代传播学中常出现的“媒介类型”的表述并不准确,“媒体类型”是更为精确的表述方式。根据“媒体”本身内涵的实体性意蕴,可以从历时态的维度将媒体区分为口传媒体、书写媒体、印刷媒体、广播媒体、影视媒体、网络媒体等。(参见:荆学民.政治传播活动论[M].北京:中国社会科学出版社,2014:124-125.)新媒体与新媒介的英文均为“new media”,从麦克卢汉表述的具体语境来看,“new media”在这里并无实体指代意义,因而译为“新媒介”更为合适。

②1986年,中国社会科学院日本研究所的冯昭奎在《新技术革命对日本经济的影响》一文中介绍了新媒体。这是国内对新媒体最早的引介之一。冯文认为,新媒体就是新的信息传播媒体、工具,包括了卫星通信、光纤图像通信、计算机网络等等,这些传播媒体具有灵活多样的功能。20世纪90年代中期,随着互联网技术的发展,新媒体研究开始兴起,1999年出现了涉及新媒体研究的专著:《信息高速公路与大众传播》。书中对“新媒体”的概念进行了系统的界定。21世纪以来,对新媒体进行研究的热潮开始出现。(参见文献[3]第2-3页。)

③有研究者指出,在现实生活中,人们会因为内心的道德准则,在社交行为中表现出一种“自我抑制”的本能,这种行为克制是保证社会秩序和谐有序的必要条件。但在网络环境中,社会成员“自我抑制”的意识会持续减弱,人们的行为往往表现出“解除抑制”的特点。(参见文献[3]第112页。)

④1948年,现代传播学大师哈罗德·拉斯韦尔(Harold Lasswell)发表《传播在社会中的结构与功能》一文,奠定了传播学的一种基本理论研究范式,即“5W”模式:Who(谁)、Says What(说了什么)、In Which Channel(通过什么渠道)、To Whom(向谁说)、With What Effect(有什么效果)。此后的传播学研究多因循和引用这一理论范式。(参见:哈罗德·拉斯韦尔.传播在社会中的结构与功能[M].何道宽,译.北京:中国传媒大学出版社,2013:1-3.)

参考文献:

- [1] 习近平.习近平谈治国理政[M].北京:外文出版社,2014.
- [2] 麦克卢汉.麦克卢汉如是说[M].何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2006.
- [3] 彭兰.新媒体导论[M].北京:高等教育出版社,2016.
- [4] 匡文波.网络传播学概论[M].北京:高等教育出版社,2009.
- [5] 石磊.新媒体概论[M].北京:中国传媒大学出版社,2009.
- [6] 彭兰.“新媒体”概念界定的三条线索[J].新闻与传播研究,2016(3):120-125.

- [7] 高丽静.新媒体视域下社会主义核心价值观建设[J].教学与研究,2015(5):98-104.
- [8] 张琳.新媒体视域下社会主义核心价值观引领社会思潮探析[J].学术探索,2017(4):20-25.
- [9] 韩文乾.新媒体环境下高校社会主义核心价值观教育途径探析[J].思想理论教育导刊,2015(3):68-71.
- [10] 王少南.社会主义核心价值观的媒体建构[J].青年记者,2016(30):33-34.
- [11] 杜欣,施惠玲.社会主义核心价值观的政治传播面向[J].北京交通大学学报(社会科学版),2017(1):134-138.
- [12] 施惠玲,杜欣.政治传播与主流意识形态构建[J].社会科学战线,2016(9):158-164.
- [13] 胡庆亮.政治营销视域下社会主义核心价值观的传播策略[J].山西师大学报(社会科学版),2017(2):5-8.
- [14] 李阳.新媒体视域下多元舆论场的博弈与融合[J].江汉论坛,2016(8):134-139.
- [15] 李晓灵.民间与大众:灾难危机传播中的微博话语表述及传播——以新浪“kayne”微博为例[J].新闻大学,2014(1):105-109.
- [16] 高建华.新媒体文化视域下社会主义核心价值观涵化机制之构建[J].理论导刊,2015(7):90-92.
- [17] 刘文佳,杨永志.论网络媒体与社会主义核心价值观传播[J].学术论坛,2015(2):17-20.
- [18] 王天琪,于灵子.新媒体时代社会主义核心价值观的传播与践行[J].青海社会科学,2016(5):77-82.
- [19] 褚亚玲,李国良.社会主义核心价值体系下新媒体舆论场的独特效应[J].河北省社会主义学院学报,2012(2):56-58.
- [20] 曹挹芬,曾长秋.新媒体时代促进社会主义核心价值观民众认同的探讨[J].中南大学学报(社会科学版),2014(6):195-200.
- [21] 安娜,林建成.新媒体条件下社会思潮传播的特征及其引领[J].社会主义研究,2016(6):118-124.
- [22] 蓝草.新媒体时代社会主义核心价值观的传播与践行[J].新闻战线,2017(4):20-21.
- [23] 季华.新媒体对核心价值观大众化的推动作用[J].新闻战线,2016(4):8-9.
- [24] 郭海成,陈猛.互联网时代我国主流意识形态传播面临的挑战及对策[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2018(3):14-19.
- [25] 胡洪彬.中国国家安全问题研究:历程、演变与趋势[J].中国人民大学学报,2014(4):148-155.
- [26] 杨蔚.新媒体时代大学生社会心态引导与培育探析[J].思想理论教育导刊,2014(12):120-122.
- [27] 习近平.习近平谈治国理政:第2卷[M].北京:外文出版社,2017.
- [28] 杨敏.新媒体在核心价值观传播中的作用[J].新闻战线,2015(22):133-134.
- [29] 周艳琼.社会主义核心价值观话语体系的困境与消解[J].思想教育研究,2018(6):46-50.
- [30] 王成文.营造干部学院培育和践行社会主义核心价值观的新媒体生态[J].宁夏社会科学,2016(1):229-234.
- [31] 马小芳.推进社会主义核心价值观大众化的四个着力点[J].广西社会科学,2015(9):11-15.
- [32] 王巍.新媒体给核心价值观传播带来了哪些改变[J].人民论坛,2016(29):128-129.
- [33] 郑淑芬,闫明明.新媒体时代我国意识形态安全构建的路径选择[J].理论探讨,2017(4):138-142.
- [34] 蒋颖.新媒体环境下提升社会主义核心价值观传播效果的思考[J].新闻界,2015(11):64-67.
- [35] 黄昆.新媒体环境下核心价值观的有效传播[J].青年记者,2014(11):27-28.
- [36] 唐旭昌,王奇坤.网络空间视域下社会主义核心价值观培育的若干重要问题探讨[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2018(3):8-13.
- [37] 邵萌.新媒体为核心价值观传播提供强大的信息平台[J].人民论坛,2016(35):122-123.
- [38] 蔡泉水,胡伯项.新媒体环境下我国主流意识形态的建构[J].江西社会科学,2016(2):234-239.
- [39] 杨京.走出泛娱乐化 价值观需要端正地传播[N].长江日报,2018-09-27.
- [40] 中国互联网络中心.第42次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL](2018-08-20)[2018-09-17].http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/201808/t20180820_70488.htm.
- [41] 李凌燕.新媒体语境下社会主义核心价值观话语体系建构策略[J].社会科学辑刊,2015(1):23-27.

- [42] 金民卿.用社会主义核心价值体系引领新媒体文化的发展方向[J].党建,2011(12):33-35.
- [43] 郑秀芝,程雪峰.网络环境下社会主义核心价值观培育[J].中国特色社会主义研究,2015(3):78-81.
- [44] 许瑶.新媒体传播与社会主义核心价值观建设[J].武汉理工大学学报(社会科学版),2017(4):37-43.
- [45] 翟文艳,赵海琳.新媒体环境下社会主义核心价值观公众传播的有效性研究[J].江苏师范大学学报(哲学社会科学版),2014(6):105-108.
- [46] 陈宗章.“媒体融合”与社会主义核心价值观的传播路径创新[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2016(4):67-72.
- [47] 刘继强,申小蓉.新媒体环境下社会主义核心价值体系引领社会思潮探析[J].毛泽东思想研究,2014(3):140-143.
- [48] 张元,丁三青,李晓宁.网络环境下社会主义核心价值观认同的实践路径[J].科学社会主义,2014(4):107-110.
- [49] 胡剑慧.拓宽社会主义核心价值观传播的主渠道——以新媒体传播正能量为例[J].毛泽东邓小平理论研究,2014(3):15-19.
- [50] 蒋宏,徐剑.新媒体导论[M].上海:上海交通大学出版社,2006.
- [51] 李勇.新媒体环境下社会主义核心价值观传播体系的建构研究[J].电化教育研究,2015(2):27-31.
- [52] 张力,朱琳.如何有效提升社会主义核心价值观传播力[J].中国高等教育,2016(18):20-22.
- [53] 龙群,殷晓彤.论社会主义核心价值观的精准传播[J].新闻战线,2017(12):17-18.
- [54] 许灿荣,徐喜春.新媒体环境下青年社会主义核心价值观的培育研究[J].青年探索,2015(1):19-23.
- [55] 刘琼华.社会主义核心价值体系建设中的新媒体文化[J].山东社会科学,2013(10):111-115.
- [56] 洪涛,申芳芳.新媒体时代社会主义核心价值观教育与传播的视角转换——以议程设置理论为依据[J].中国石油大学学报(社会科学版),2015(3):90-94.
- [57] 孙立伟.新媒体视域下社会主义核心价值观传播主体研究[J].中国青年社会科学,2018(5):40-45.
- [58] 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——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2017.
- [59] 伯特·克兰德曼斯,阙天舒.认同政治与政治化认同:认同过程及其抗争的动力[J].国外理论动态,2016(2):103-110.
- [60] 张原.新媒体提升主流意识形态话语权三维度[N].中国社会科学报,2018-09-04.
- [61] 彭建国,周霞.论新加坡共同价值观教育对我国社会主义核心价值观培育的启示[J].思想教育研究,2014(5):47-50.
- [62] 张涛甫.再谈核心价值观的构建与传播——兼论对西方文化产业的借鉴[J].东岳论丛,2012(11):32-35.

责任编辑:万东升

The Research Summary on New Media Communication of Core Socialist Values

YE Haitao, FANG Zheng

(School of Marxism, Southeast University, Nanjing 211189, China)

Abstract: The continuous development of new media and digital technology has provided a new communication paradigm and discourse construction field different from traditional media for core socialist values. A series of significant changes have taken place in the discourse system, media carrier, communication content and communication mechanism of core socialist values. Constructing the core socialist values' system in the new media field and leading the multicultural development with the core socialist values have become an important theoretical and a major practical issue in the new era. As a new and important media carrier, the primary attribute of new media to communicate core socialist values is political attribute. At the national strategic level, the information field has become one of the main battlefields of the strategic game in the world, it can effectively resist the infiltration and subversion of western ideology and maintain national ideological security with the help of new media to communicate the core socialist values. At the social level, it can help to purify the network public opinion ecology and construct a clean cyberspace by applying the core socialist values to guide the multi-cultural development of network. At the individual level, the new media communication of core socialist values is conducive to deepening citizens' understanding of the core socialist values and promoting deep-seated emotional identity. At the same time, the chaos of the new media public opinion field has brought many difficulties and challenges to the communication of the core socialist values: the increasing difficulty of the supervision of the new media public opinion and the absence of the "gatekeeper" on the network have resulted in the network public opinion field being out of effective control to a certain degree; the widespread existence of negative network culture and the trend of Pan Entertainment which is becoming more and more intense has caused a certain degree of digestion of the socialist core value system; the structural imbalance of Internet users' age, educational background and media literacy distribution have caused confusion of network values and belief crisis. Based on the opportunities and challenges faced by the communication of core socialist values in the new media era, the domestic academic circles have put forward a series of strategies and practical paths, including accelerating media integration and establishing a modern communication system, establishing and improving the legal supervision system, promoting the refinement of communication strategies and the accuracy of the objects, and strengthening the construction of professional personnel. Throughout the relevant research results in the domestic academic circles, the communication of new media of core socialist values has been discussed in a more comprehensive way, but there are still some problems such as homogeneity of research content, narrow vision of research, insufficiency of theoretical innovation ability and so on. Therefore, in the future research, it is necessary to broaden the field of study and vision to enhance the explanatory and innovative power by applying communication theory and political theory, go deep into the micro level to enhance the pertinence and effectiveness of countermeasures and suggestions and strengthen the exchange of international experience and mutual learning.

Key words: core socialist values; ideology; new media; communication; discourse; medium