

新媒体时代促进社会主义核心价值观 民众认同的探讨

曹挹芬, 曾长秋

(中南大学马克思主义学院, 湖南长沙, 410083)

摘要: 新媒体时代社会主义核心价值观认同环境由现实世界转向现实世界与虚拟世界的结合, 认同客体信息源由国家信息垄断到网络信息多元, 认同主体的认同方式由外界灌输系统学习为主到自我选择碎片阅读为主, 认同载体也由主导载体的唯一性同质化到多样性分众化。要促进社会主义核心价值观的民众认同, 必须研究并遵循新媒体时代认同主体对社会主义核心价值观的认同规律, 强化新媒体时代认同客体社会主义核心价值观内容的凝聚力, 发挥新媒体时代社会主义核心价值观认同载体的功能, 优化新媒体时代社会主义核心价值观认同的环境。

关键词: 新媒体时代; 社会主义核心价值观; 民众认同; 认同主体; 认同客体; 认同环境

中图分类号: D64

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2014)06-0195-06

党的十八大报告提出, 倡导富强、民主、文明、和谐, 倡导自由、平等、公正、法治, 倡导爱国、敬业、诚信、友善, 积极培育社会主义核心价值观。这是对社会主义核心价值观培育的最新概括。2013年12月23日中共中央办公厅发文《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》强调“培育和践行社会主义核心价值观, 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中国梦的战略任务”^{[1][1]}。《人民日报》2014年2月12日正式公布了社会主义核心价值观的基本内容, 确认以上“三个倡导”就是现阶段我们应该培育和践行的社会主义核心价值观。社会主义核心价值观已成为社会主义意识形态最重要的组成部分, 是社会主义中国存在和发展的灵魂。而培育和践行社会主义核心价值观首先应解决好民众心理认同的问题。社会主义核心价值观只有被民众认同, 才会变成建设中国特色社会主义的巨大物质力量。当今世界已进入新媒体时代, 新媒体的传播力和国际性, 为社会主义核心价值观的民众认同创造了良好机遇, 但同时也带来了严峻挑战。习近平总书记在2013年8月全国宣传思想工作会议上发表的重要讲话中强调, 要“根据形势发展需要, 把网上舆论工作作为宣传工作的重中之重来抓”^[2]。研究新媒体时代社会主义核心价值

观认同的特点与路径, 对做好网上舆论工作, 有效运用新媒体促进社会主义核心价值观的民众认同, 推进中国特色社会主义建设事业健康发展, 具有十分重要的意义。

一、新媒体时代的概念与特点

“新媒体是一个不断变化的概念。在今天网络基础上又有延伸, 无线移动的问题, 还有出现其他新的媒体形态, 跟计算机相关的。这都可以说是新媒体。”^[3]简单地讲, 除报刊、广播和电视三大传统媒体之外的能够传递信息, 并且使用者达到一定数量的载体都可以称之为新媒体。媒体的发展经历了三个阶段: 精英媒体、大众媒体和个人媒体。这三个阶段分别代表着传播发展的农业时代、工业时代和信息时代。随着我国改革开放的不断深入和发展, 尤其是近10年来, 以互联网为主要标志的全球信息化已影响到社会的各个领域, 并借助手机、博客、播客、数字电视等新媒体, 掀起了一场规模空前的传媒革命, 而以互联网和手机为代表的新媒体的普及, 将人们由传统传媒社会带入了“新媒体时代”。

收稿日期: 2013-12-25; 修回日期: 2014-10-29

基金项目: 教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“加强和改进网络内容建设研究”(13JZD033); 教育部人文社会科学研究规划基金一般项目“大学生网络心理健康素质提升研究”(12YJA710030); 湖南省高校思政课教研会中青年教师专项“大学生核心价值观教育的思政课新媒体载体研究”(12A15)

作者简介: 曹挹芬(1983-), 女, 湖南长沙人, 中南大学马克思主义学院博士研究生, 湖南商学院讲师, 主要研究方向: 思想政治教育; 曾长秋(1951-), 男, 湖南浏阳人, 中南大学马克思主义学院教授, 博士生导师, 主要研究方向: 马克思主义中国化, 思想政治教育

概略地说,新媒体时代具有如下主要特征。

(一) 媒体多样化

新媒体时代新型和新兴的媒体不断涌现。新型和新兴的媒体统称新媒体。新媒体有狭义和广义两种说法。狭义的新媒体仅仅指区别于传统媒体的新型传媒,主要包括被称为第四媒体的互联网(电脑为终端的计算机信息网络)和第五媒体的移动网(以手机等移动通信技术作为终端,基于移动通信技术的移动互联网服务以及电信网增值服务)传播媒介的形式。这两种新媒体一般可以统称为网络媒体。广义的新媒体则包含大量的新兴媒体,指依托与互联网、移动通信、数字技术等新电子信息技术而兴起的媒介形式,也包括传统媒体运用新技术以及和新媒体相融合而产生或者发展出来的一些新媒体形式,例如电子书、电子纸、数字报、IPTV等等。

(二) 媒体融合化

新媒体不仅种类繁多,而且走向融合。一是是媒体功能的融合。新媒体的功能既拥有人际媒体和大众媒体的优点,又免除了人际媒体和大众媒体功能的缺点,极大地满足了人类对信息量的需求。二是“媒体组织结构的融合”^[4]。同一个传媒公司或者集团旗下同时拥有报纸、电视、广播、杂志、网络媒体等媒体形式,各类形式的媒体在统一的发展目标之下能够最大限度地实现内容的共享,这些媒体平台之间能够分工协作,最大限度地占领市场、获取利润。三是技术和应用层面的融合。互联网、电信网、电视网三类网络,它们都在向宽带、移动方向融合发展。而三网的融合发展将极大提高网络资源的利用率,推动移动多媒体广播电视、手机电视、数字电视、宽带上网等业务的发展,并推动网络创新,促进文化产业、信息产业和其他现代服务业快速发展,大大加强新媒体的融合化发展态势。

(三) 网络化且网络社会化

随着产业技术进步和网络运营商竞争程度的加剧,网络接入的软硬件环境不断优化,价格不断下降,用户的上网门槛不断降低,手机成为国人普遍拥有的新媒体,中国社会的网络化程度迅速提高,几乎所有公民、整个社会被网络连接起来了。同时网络也日趋社会化。一方面互联网与社会生活联系日益紧密,如网络媒体、网络通讯、网络社区、网络娱乐、电子政务、电子商务、网络金融等不断发展;另一方面,随着技术的发展和互联网等新媒体的进一步普及,新媒体服务快速发展,并且不断涌现出新的服务形式,网络的社会化水平也在不断提升。网络已成为人类交往实践活动中不可缺少的组成部分。

(四) 大众“阅读碎片化”

现代生活的快节奏,加上手机、网络、平板电脑等新媒体的普及,让人们随时随地可以利用一切零碎时间阅读,即“阅读时间碎片化”^[5]。走进公交的士或地铁车厢,可以看到许多乘客,都在低头玩手机和平板电脑。而当下年轻人的信息来源,几乎全部来自于网络和新媒体。新媒体时代阅读碎片化方式已顺理成章地进入广大市民的日常生活。民众特别是年轻人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”,弱化了人们对系统理论的接受度,并消解着人们的理性思维能力。

(五) 信息传播分众化

分众化传播的概念是相对于过去传统的大众传播概念而言的,指“传播者根据受众需求的差异性,面向特定的受众群体或大众的某种特定需求,提供特定的信息与服务”^[6]。随着社会经济的进一步发展,人们的生活方式及意识形态呈现更加多样化的趋向;社会阶层的分化日益显著;社会利益主体的多元化日趋凸显。人们对信息需求的差异性越来越明显,即使是年龄、教育、收入基本相同的群体内部也可能由于需要与态度观念的不同,呈现出逐步分化离散的状态,最终形成分众群体。在这一形势下,通过集中媒体优势,整合传播内容,对信息进行分类加工,以特定的渠道传播到目标人群中,充分满足受众的需要,从而实现传播效果最大化的分众化传播成为新媒体时代的又一特点。

(六) 网络舆论传播出现了不少新效应

新媒体的异军突起,突破了舆论传播的许多经典理论和观点,引发了舆论传播领域的革命性变革。网络舆论传播出现了诸如会聚效应、放大效应、共振效应、溃坝效应^①等不少新效应。

一是会聚效应。指互联网对于同类信息具有强大、便利、快捷的汇聚功能。其技术基础是网络数据库。海量网络信息均存储在网络数据库中,网络数据库具有特殊的技术机构和程序命令,可根据用户发布的信息题目和内容关键词对信息进行分类存放和多重索引,向用户提供十分强大的分类查询功能。任何一个关键词可指向多条记录,而多个关键词也可指向同一条记录。所以,当某地发生了特别事件时,感兴趣的网友可以在几秒之内把多年来不同地区发生过的类似事件汇聚起来,整合到一个主页之中发布,或打包发送给门户网站,以迅速吸引网友注意力和汇聚社会舆论。

二是放大效应。事件经过媒体传播后或多或少会

产生量能变化, 传统媒体由于其事业单位性质, 采编报道等均比较成熟、理智、稳健、客观、权威, 通常放大正面事件的社会影响。而网络媒体绝大多数是新兴企业性质的经济实体, 其经营以低投入高产出、实现利益最大化为原则, 面对的受众以年轻人为主, 风格讲究年轻、感性、热烈、多变、吸引眼球, 因此它对负面新闻有特别显著的放大作用。

三是共振效应。传统媒体的信息传播基本是单向的, 其信息传播到受众后, 仅少数人会通过热线电话、邮寄信件等形式向媒体反馈, 而受众产生的情绪和倾向也只通过口头传播影响身边个别人。因此, 传统媒体的信息传播链条终端是首批受众, 反馈作用很小。而网络传播中网上受众几乎拥有与信息发布媒体同样的话语权, 受众不再被动接收信息, 而会对于接受的信息加上自己的情绪和倾向, 混合放大成新的信息发布, 一方面向发布信息的媒体反射, 另一方面向网络不同方向、不同群体反射。网络媒体接收到这些信息后, 再对信息进行放大加工, 开始第二个周期的传播。如此周而复始, 形成共振效应。这种双向、多向互动产生的叠加效应, 会不断扩大“共振”幅度, 最后产生意想不到的效果。该效应同样对负面消息效用更大。四是溃坝效应。新闻群体事件的发生如同一般的社会群体事件一样, 有一个从量变到质变的积累过程。与传统媒体传播不同的是, 新媒体网络舆论传播无地域限制, 从量变到质变的过程往往时间很短, 量变的积累呈急剧膨胀形式。无数网络舆论信息, 加上放大效应、共振效应, 很可能掀起大浪, 如不及时采取有效措施加以疏导和控制, 而试图采取掩盖、封堵的错误做法, 则会形成决堤之势, 这就是溃坝效应。

二、新媒体时代社会主义核心价值观民众认同因素的变化

社会主义核心价值观的心理认同, 是民众个体将社会主义核心价值观转化为自己的思想意识、观念与语言的动态认知与内化过程, 也是社会成员接受社会主义核心价值观, 进而在社会实践中将其逐步转化为个人行为的过程。认同的主体是广大人民群众, 认同的客体即内容是社会主义核心价值观。认同的目标在于凝聚社会共识, 引领社会思潮, 形成强大的国家和民族凝聚力。

人是一切社会关系的总和。认同必然与人在社会环境中的交往活动密切相关。而任何认同都是个体从自我出发进行确定的。认同是人们在一定社会环境中, 通过交往活动, 彼此从自我出发而寻求共同性的过程

和结果。因此, 社会主义核心价值观认同的本质是人们从自我出发而寻求对其生活的社会主义社会的意识形态认同, 包括对该社会统治阶级的指导思想认同、社会理想认同、国家制度认同、道德法律认同。

新媒体时代, 人类的社会关系既包括现实中形成的社会关系, 又包括通过信息技术网络形成的社会关系。简言之, 进入新媒体时代, 人类社会已成为现实社会与虚拟社会的共同体。新媒体时代社会主义核心价值观认同与传统传媒社会比较, 在认同环境、认同客体的信息源、认同主体的认同方式以及认同载体诸方面, 必然有不同的特点。

(一) 认同环境的变化——由现实世界转向现实世界与虚拟世界的结合

传统传媒社会, 社会核心价值的民众认同是在实实在在的现实中进行的。在现实世界中, 主要传播社会核心价值的机构是国家、社会、单位、学校。人们在现实的客观世界中学习、生活、工作, 与现实社会中有名有姓的活生生的人进行交往, 学习社会知识, 了解社会规范, 并在现实生活中接受社会核心价值。新媒体时代为个体创造了另一个世界——虚拟世界。在新媒体时代的网络社会, 个体接受社会主义核心价值观的环境由现实世界转向现实世界与虚拟世界的结合。民众可以足不出户地在网上了解社会、与人交往, 学习社会知识、了解社会规范。网络舆论传播既为党和政府宣传社会主义核心价值观提供了新手段, 但同时网络舆论传播出现的非主流和反主流价值观念通过会聚效应、放大效应、共振效应、溃坝效应, 将阻碍民众认同社会主义核心价值观。

(二) 认同客体信息源的变化——由国家信息垄断到网络信息多元

认同客体信息源指社会提供民众认同社会核心价值的各种信息。传统传媒社会, 主流信息传播是由国家垄断的。国家可以通过自上而下的管理体制以及特别的监控部门, 对社会信息的传播和民众活动实施相当有效的控制和影响。网络产生以后, 信息的传递和交流是完全自由的, 在相当程度上不受政府的管理与控制。网络的多元信息打破了国家信息垄断, 弱化了国家对民众的政治思想和行为的影响。互联网的出现使普通人能以低廉的费用向全世界自由地发布信息和传播思想, 打破了传统传媒信息传播的垄断性。同时, 这种信息的传播打破了以往地域、国家、地区的局限, 加速了全球范围内的思想意识的传播和相互融合, 大大削弱了社会主义核心价值观对民众的影响力。同时, 迅速膨胀的政治信息接收量也带来了西方政治价值观念、信仰等意识形态和行为取向的渗透, 这在一定程

度上冲击着民众接受社会主义核心价值观。更为严重的是,一些敌对的政治力量利用网络的隐蔽环境,通过传播不真实的政治信息试图诱惑人们背离政府主流政治文化所倡导的社会主义核心价值观,甚至导致民众个体政治态度模糊、是非善恶不清。在传统传媒社会,认同客体的内容是经过国家和社会“过滤器”和“把门人”精心筛选后的信息,但网络化开创的信息多元传递和良莠共存的局面,网络既是信息宝库,同时也是信息垃圾场。各种价值观空前活跃,使民众对认同社会主义核心价值观增添了阻碍。

(三) 认同主体的认同方式的变化——由外界灌输系统学习为主到自我选择碎片阅读为主

传统传媒社会,民众对社会核心价值认同始终是在由外界灌输为主的“受动”状态下进行的,主体的选择性微弱。家庭、学校、社会都是极具权威性的施教者,民众是灌输的对象。由于青少年的可塑性很强,社会灌输的有效性是很高的。即使是中老年人,由于处于相对封闭的社会环境,社会灌输也很有效果。而新媒体时代的网络社会,人们不再受传统教育中系统化、标准化的灌输限制,而可以自主选择相应的教育内容、方式和方法。人们所需的知识可以利用各种新媒体提取,还可以通过网络和专家及志趣相投的朋友们进行交流,探索自己感兴趣的各种问题。同时这种自主选择又大多是通过碎片阅读的方式。碎片阅读往往造成人们缺乏思考,部分信息过目就忘,不利于人们形成完整、系统的知识体系,不利于理性思维和逻辑判断能力的培养,从而导致思想混乱、价值多元,给社会主义核心价值观传播带来困难,增加了社会主义核心价值观认同的难度。

(四) 认同载体的变化——由主导载体的唯一性同质化到多样性分众化

政府控制的宣传机器——报纸、广播、电视是传统传媒社会传播社会核心价值的唯一主导载体。民众对社会核心价值认同是在现实社会中接受报纸、广播、电视这一主导载体传播的同质化价值观完成的。而新媒体时代的网络社会,价值认同的载体由主导载体的唯一性发展到传播载体的多样性。这些载体可以是一些网站、微博、论坛、网络游戏等网络虚拟活动的交往平台,也可以是移动电视、手机、平板电脑等。它们一般会顺应市场分流、以读者信息需求差异为依据进行分众化信息传播。这种分众化传播既可以成为传播社会主义核心价值观的载体,为民众认同社会主义核心价值观带来机遇;也可以承载各种不同的价值观,其中不乏非主流价值观,有些甚至是反主流的价值观,成为民众认同社会主义核心价值观面临的严峻挑战。

三、新媒体时代促进社会主义核心价值观民众认同的路径

(一) 研究并遵循新媒体时代认同主体——民众对社会主义核心价值观的认同规律

有效运用新媒体促进社会主义核心价值观的民众认同,必须研究民众认同的心理机制与规律,并了解民众接受心理的特点。我们认为,民众认同的心理机制主要包括需要启动机制、认知选择机制、情感促进机制、意志助推机制、实践养成机制、人格巩固机制。其中认知选择机制是最重要的机制。根据民众认同的心理机制,我们认为,社会主义核心价值观民众认同的心理规律有:需要激发生效,符合认知规律,群体压力规律,环境感染规律等。

新媒体时代民众对网络传播的接受心理出现了以下特点^②。一是反抗话语霸权,主张自主选择。不但要求网络传播信息全面,而且要求有对大众传媒的“话语权”和足够的表达空间,表现出主体意识的不断觉醒。二是希望传受互动,要求深度参与。即不仅要在信息的接受环节上参与,而且要在信息的采制与输出等各个环节上实现全过程的深度参与,这将大大削弱“把关人”的作用。三是冷淡宏大叙事,钟情真小事实。传播学中的“宏大叙事”是指那种关于人类、人生、宇宙、社会、历史等宏大事件的本质规律、永恒真理、终极价值、终极目标的话语叙事方式。我国大众传播领域的“宏大叙事”曾带有明显的单一的“政治化”色彩,使民众望而生厌。人们更关心的是他们生存状态真实写照的生活小事、社会实事。四是厌烦枯燥说教,沉迷新闻纪事。我国当代受众越来越厌烦枯燥说教,而倾向于选择那些反映当下的、具有鲜明新闻性的故事来咀嚼、回味。五是向往“虚拟世界”,渴望轻松娱乐。尽管有不少人对当下中国大众传媒的“娱乐”景观颇有微辞,但我国当代受众希望通过大众传媒获得更多的轻松娱乐却是不争的事实。因此,社会主义核心价值观的传播要针对这些特点,由说教转向走近民众生活,由单向灌输转向多向互动,由文字传播转向图文音像并茂的传播,由为宣传而宣传转向寓教于乐,才能更有实效性。

同时,应遵循新媒体时代信息传播分众化的规律,进行社会主义核心价值观的分众化传播,推动社会主义核心价值观迅速普及到各个分众群体。要注意传播对象的分众化,细分受众人群进行有效的传播。通过把握不同群体差异性、选择性、多样性的理论需求,把传播对象划分为机关党员干部、学校师生、军警官

兵、农民、企业员工、社区居民等若干大类, 各大类中又可分为若干小类, 针对不同群体, 各有侧重进行传播。要注意问题设置的分众化, 选择最合适的问题进行传播。对社会主义核心价值观的三个层面的理论要点、关键词予以细化, 每个理论要点又细分为若干小问题, 针对不同对象选取不同内容传播。如针对党员领导干部和高校师生等文化素质较高的群体, 可进行社会主义核心价值观理论要点的传播, 其他群体可针对性地进行关键词的传播。

还应加强民众的网络道德与网络媒介素养教育, 培养稳定的政治情感, 促进他们健康文明地使用网络, 并不断增强自身在网络空间抵御不良政治信息的能力和判断力, 增强个体免疫力。

(二) 大力强化新媒体时代认同客体——社会主义核心价值观内容的凝聚力

只有发掘认同客体——社会主义核心价值观的深刻内涵和促进民众成长的功能, 才能促使民众自觉认同。

十八大进一步提出的社会主义核心价值观是对社会主义核心价值观的最新概括。“富强、民主、文明、和谐体现了社会主义核心价值观在发展目标上的规定, 是立足国家层面提出的要求; 自由、平等、公正、法治体现了社会主义核心价值观在价值导向上的规定, 是立足社会层面提出的要求; 爱国、敬业、诚信、友善体现了社会主义核心价值观在道德准则上的规定, 是立足公民个人层面提出的要求。这三个层次的理念相互联系、相互贯通, 实现了政治理想、社会导向、行为准则的统一, 实现了国家、集体、个人在价值目标上的统一, 兼顾了国家、社会、个人三者的价值愿望和追求。”^[7]社会主义核心价值观既继承弘扬了中华民族的优秀价值观, 又是人类文明发展的共同成果的继承和发展。

社会主义核心价值体系与社会主义核心价值观是思想的体系与思想的碎片的关系。新媒体时代切不可轻视思想碎片的作用, 因为在大众阅读碎片化的时代, 思想的碎片更容易被民众接受并认同。社会主义核心价值观的碎片化信息传播内容更简洁、更鲜活。因此, 我们必须十分重视社会主义核心价值观 12 个价值范畴的思想碎片传播设计。这种设计一定要考虑新媒体时代民众对网络传播的接受心理和碎片化阅读的特点。

另外社会主义核心价值观对民众具有优化认知、提升境界、培养情操、规范行为、和谐身心等功能。这些功能的发掘有利于激发民众认同的需求, 提高民众认同社会主义核心价值观的自觉性。民众自觉认同

社会主义核心价值观又能培育他们积极的人生追求、高尚思想境界和健康的生活情趣, 进而促进社会的和谐发展。

(三) 充分发挥新媒体时代社会主义核心价值观认同新载体——新媒体的功能

新媒体作为一种新型的舆论传播工具, 具有传统媒体无法比拟的强大功能。新媒体传播具有集成性、实时性和便捷性, 能够便捷地对文本、图形、图像、照片、动画、影视等信息进行统一获取、编码、储存、组织和集成, 并实时呈现给受众, 可充分及时满足人们的感官需求。其传播的交互性、发散性、丰富性, 可极大满足人们的话语权需求和受众差异性多样化需求。

新媒体作为一种重要的信息传播渠道, 在宣传社会主义核心价值观与国家方针政策、了解社情民意、畅通表达渠道等方面, 具有其它载体不可替代的作用, 对于促进社会主义核心价值观的民众认同具有十分重要的作用。

要发挥好新媒体的正面宣传作用。新媒体具有形式多样化、覆盖广泛化、功能全面化的特征, 既突破了区域和时间界限, 也突破了传播方式、成本和信息量的限制, 要充分发挥新媒体的正面宣传作用, 弘扬主旋律, 传播正能量, 不断巩固壮大积极健康向上的主流思想舆论。

要发挥好新媒体的热点引导作用。要加强网络主流阵地建设, 以主流意识形态引领新媒体多元、多变、多样的思想观念, 为民众认同社会主义核心价值观营造良好舆论环境。新媒体已成为党和政府与人民群众之间的桥梁, 要善于运用新媒体的力量, 从群众的关注点和兴奋点入手, 把握好舆论引导的时机, 主动回应群众关切, 有效堵截有害信息, 最大限度减少负面影响。

要发挥好新媒体的沟通监督作用。应充分利用新媒体的独特优势, 通过加大电子政务建设、保障公民的知情权、参与权、表达权, 有效地发挥新媒体对党和政府的舆论监督作用。同时应充分利用新媒体加强与民众的沟通, 为民众释疑解惑, 解决实际困难, 提供人文关怀与心理疏导, 为民众认同社会主义核心价值观营造良好的社会心理环境。

要根据民众阅读碎片化特点和分众化状态, “坚持联系实际, 区分层次和对象, 加强分类指导, 找准与人们思想的共鸣点、与群众利益的交汇点,”^{[1][2]}优化新媒体的功能, 加强针对性, 提高社会主义核心价值观传播的实效性。

(四) 切实优化新媒体时代社会主义核心价值观认同的环境

应切实优化新媒体时代社会主义核心价值观认同的现实社会环境。党和国家应加快中国特色社会主义的经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设,稳步推进各项改革工作,为全面建成小康社会而奋斗,为人民群众创造良好的生存发展环境,使国民强烈感受到社会主义的优越性,为民众认同社会主义核心价值观打下坚实的物质基础。

应切实优化新媒体时代社会主义核心价值观认同的虚拟社会环境。党和国家应从法制、道德、技术方面三管齐下,优化新媒体时代社会主义核心价值观认同的虚拟社会环境。针对网络不良信息弱化国家对民众政治思想行为影响的消极方面,加强对新媒体信息传播的监控。国家要制定网络政策法规,保证网络健康发展,创造良好的“网上环境”。要加强对民众的网络道德教育,制定网络守则,约束网络行为,建立具有普遍适应性、层次较高的网络伦理和道德标准。要加紧研究能防止、过滤政治诽谤和色情暴力等有害信息的软件监控系统,及时消除网上消极内容造成的不良影响,营造自觉抑制不良思想文化的社会氛围。

综上所述,加强社会主义核心价值观体系建设、培育和践行社会主义核心价值观,是我党意识形态工作的重中之重。我们应该遵循新媒体时代社会主义核心

价值观认同的规律,创新社会主义核心价值观培育和认同的思路与方法,为实现中国梦提供强大的精神动力。

注释:

- ① 参阅:任贤良.舆论引导艺术:领导干部如何面对媒体[M].北京:新华出版社,2013:100-109.
- ② 参阅:胡凯.现代思想政治教育心理研究[M].长沙:湖南人民出版社,2009:325-328.

参考文献:

- [1] 中共中央办公厅.中共中央办公厅印发《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》[N].人民日报,2013-12-24(1).
- [2] 人民日报社理论部.深入学习习近平总书记关于宣传思想工作重要论述[M].上海:生活·读书·新知三联书店,2013:119.
- [3] 琼斯.新媒体百科全书[M].熊澄宇,范红译.北京:清华大学出版社,2007:6.
- [4] 何姗.整合媒介:媒体发展的趋势[J].青年记者,2008(3):27-28.
- [5] 张芳圆.媒介环境学视野下的微博碎片化现象[J].北京邮电大学学报(社会科学版),2011,13(2):5-8.
- [6] 杨一铎,黄文.全面分众化时代的来临——网络媒体前景展望[J].编辑之友,2013(2):101-103.
- [7] 李志伟,王斯敏.社会主义核心价值观体系建设的点睛之笔——中宣部副部长申维辰代表谈“培育社会主义核心价值观”[N].光明日报,2012-11-12(9).

Investigation of the changes and path of the public identity of socialist core value in the new media era

CAO Yifen, ZENG Changqiu

(College of Marxism, Central South University, Changsha 410083, China)

Abstract: The environment of the socialist core value identity in new media era is the combination of real world and virtual world. The object of the identity is the information from monopoly by the state to the diversity on the Internet. The method of the identity has changed from inculcating theory systematically by the outside world to reading selective fragmented knowledge actively by the users. The medium of the identity has changed from uniqueness homogeneity to diversity demassification. We should study and follow the rules of the identity in the new media age, strengthen the cohesion of the socialist core values' content, perform the media function and optimize the environment of identity.

Key Words: new media era; the core socialist value; public identity; identity subject; identity object; identity environment

[编辑: 颜关明]