

# 网络政治化背景下的 主流意识形态传播研究

侯新立

## 摘要

因为互联网技术发展迅速,网络空间的虚拟化存在为广大网民提供了分享利益与政治观点的平台,导致网络政治化现象的泛化。网络空间参与主体的变化、信息传播手段的更新、参与客体的选择盲目等都对主流意识形态的传播提出了挑战。加强主流意识形态在网络政治化背景下的传播,需要从建设网络推介平台、创新固有传播方式、掌握话语权、发挥思想政治教育的功能等方面入手。

## 关键词

网络政治化、主流意识形态、传播

## 作者简介

侯新立,中国人民大学马克思主义学院2014级博士研究生,邮箱:rdhouxl@ruc.edu.cn。

## Research on the Mainstream Ideology Dissemination under the Background of the Network Politics

Hou Xinli

## Abstract

Nowadays, the world sees rapid development of internet technology and virtual existence of cyber space, which provides platforms for massive users to share benefits and political views, leading to the generalization of political phenomenon online. Changes of the participant subject in cyber space, update of information dissemination means and blind choices of the participant object all challenge the flow of mainstream ideology. To reinforce the communication of mainstream ideology in the context of politicized internet, we need to start with developing online propaganda platforms, bringing innovation to present communication means, taking over the power of discourse and promoting the role of ideological and political education.

## Keywords

Politicized Internet, mainstream ideology, communication

## Authors

Hou Xinli is a Ph.D. student of the Marx School of Renmin University of China. Email: rdhouxl@ruc.edu.cn.

2016年7月15日,土耳其政变轰动全球。受土耳其最大反对派、土耳其宗教精神领袖法图兰·葛兰(Fethullah Gulen)感召,部分军人以恢复宪政为由发动对总统埃尔多安的政变,并很快控制了国家电台。但总统埃尔多安使用了网络工具向土耳其民众呼吁,促成他们上街反对政变者,致使政变很快偃旗息鼓,国家重新步入正常轨道。叛军使用的是常规性政变套路,即在武装控制重要机构的同时控制国家电台,但却忽略了一个事实:随着互联网技术的不断进步,即便失去了国家电台等传统媒介,人与人之间依然可以使用互动直播与社交平台等新媒体技术进行沟通、联系。土耳其政变的过程及结果也突出反映了新旧媒介之间的隐形对抗,可以说新媒体技术的使用导致了政变功败垂成。当前,新媒体的使用成为人们现代生活的重要组成部分,是信息化浪潮的重要表征。土耳其政变的未遂与新媒体对当代人生活的巨大影响,使得网络的政治功能凸显。2009年7月2日的《环球时报》针对伊朗大选的评述便抛出了“网络政治化突成世界话题也成西方渗透工具”的论点。网络政治化是近年来出现的一个重要现象,在传播学领域有着极为广泛的影响。新媒体技术的不断应用与发展的背景下,网络政治化有何特点,对传播环境特别是主流意识形态的传播有着怎样的影响,成为一个亟待解决的问题。

### 一、网络政治化对政治信息传播的影响

信息技术革命正在全球如火如荼展开,并对世界政治、经济形势产生巨大影响,深刻影响了人类社会的发展历程。而新型媒介的不断涌现,社交网络的应用与传播手段的更新,更是信息技术革命中的新发展。作为报纸、广播、电视之后的新媒体,网络自其产生之日起,便成为信息传播的重要载体和媒介。当前,网络技术的不断发展、网民数量的不断增多、移动媒介不断涌现、智能手机的普遍应用等,都促使与人们日常生活紧密关联、但又与之不同的网络空间成型。“媒介的进化是人类利用空间方式的进化,人们把网络看成是一种新的生活空间,这种空间与我们熟悉的物理空间全然不同。从空间使用的角度来认识,网络不是联系的工具,而是构成生活的环境”(陈世鸿,2014:58)。

网络空间成型是网络政治发生的基础,同时也是网络政治化产生的条件。“网络空间就是指用数字方式去表达和构成事物与事物之间的关系,从而形成一个独

立于现实世界又具有客观实在性的数字化社会空间”（戴永明，蒋恩铭，2005：118）。作为一个具有社会学性质的概念，网络空间与现实生活虽有千丝万缕的联系，但有其自己的特殊性与异质性。一方面，网络空间是现实生活的虚拟化，不等同于现实生活，但虚拟并非虚假，其在价值规范、行为准则和感触方式上有着自身的逻辑；另一方面，网络空间中的信息传递是实时性的，具有很强的时效性，现实生活中的信息传播效果与之不可同日而语，它承继了人们面对面的交往方式，在距离空间上实现了重大突破。

网络空间的虚拟化本身就带有隐匿化的痕迹，同时加上其带来的实时传递的时效性，网民在此空间内的交流便成为“时尚”。可以说，网络空间的独立性带来的最本质后果就是扩散了信息的分享对象，释放了人们对信息最原始的渴望，同时也为人们的交流、互动、传递、表达、沟通提供了发出声音的平台。互联网产生之前，人们面对面的交流，亦或是利用传统媒介传送信息，都不可能达到人与人之间不分种族、区域、语言在一起说话、分享的效果。而互联网技术的进步，移动媒体的兴起则逐步实现了人们谈天说地的新平台、新空间，畅所欲言也成为网络空间话语中的重要特征。但是从另一个方面讲，新媒体平台的介入突破了阿伦娜关于人类活动与公共空间的逻辑范畴，新媒体中的发言人也面临着现实社会与虚拟社会中的人格与身份分裂，个人隐私被放置在一个可供大家观赏的巨大空间中，致使私人空间公共化、公共空间私人化混为一体。

网络空间中，人们谈论的话题焦点是利益和政治。“人们围绕着利益和公意的表达……博弈……决策……分配而展开的一系列政治参与活动，就是网络政治活动，而网络政治活动所依托的场所，就是网络政治空间，其生成动力来自于现实政治生活中的网民对公共利益和公共意志的追求”（唐亚林，2009）。由于改变了传统媒介固有的信息隐秘方式，网络空间成为网民充分表达政治诉求的平台和工具。在这种情境下，网络空间在很大程度上就成为网络政治空间。网络空间中的政治诉求涉及到网民作为个人或群体对现实政策、程序表达疑惑、发表意见，故而网络空间的自由化趋势在一开始就受到各国政府的重视，采取了诸多手段加以规范和治理。

基于网络空间而方兴未艾的网络政治现象越来越普遍，网络政治化日趋明显。“网络政治化指的是网络被广泛地作为政治工具以及政治工具广泛网络化的趋势”（蔡翠红，2015：9），其基本内涵可以追溯到上世纪80年代阿尔文·托夫勒提出的著名的论断“信息是和权力并进而和政治息息相关。随着我们进入信息政治时

代,这种关系会越来越深”(辽宁社会科学院新技术革命课题组,1984:9)。参与主体追求信息、掌控信息是网络政治开展的原始动力,通过对现实不满的表达或申诉,追击社会中的热点话题和事件,通过信息的分享发表对现实境遇的看法。通过舆情追踪发现,当前网民的关注点集中在民生、民权等政治性、社会性话题上(杨琳,2009),喜欢将经济、文化等现象统归到政治因素中,导致出现泛政治化现象的出现。

网络政治化虽然是一个新兴的词汇,但发展迅速,成为一个国家、社会、民众都参与其中的重要现象。这种现象突出表现了政治信息分享在传统媒介与新型媒介之间的较大不同。

(一)网络政治化现象中,参与主体由社会精英向草根网民转变。传统媒介中,信息的发布者集中在以社会精英为代表的识字人群中,发出声音的主体都是有一定身份和地位的,而且所发的内容也要经过层层筛查。但自媒体时代,网络空间成型,参与主体并不一定是文化精英,相反,以往没有发言渠道的草根网民在网络空间中找寻到扩散声音的方法和平台。从规模上讲,草根网民的数量要远远超出社会精英的人数。参与主体在网络空间的门槛上具有平等性,现实中的身份差别、贫富差距都被网络空间予以消解。无差别的环境有利于言语的充分表达,从而形成网络民意。网络政治化的重要表现方式就是网络民意的形成与表达,“网络民意的产生源自传播媒介的物质性变化,它跨越了传统的媒体把关人过程,使得民意获得新的表达通道”,具有表达的便捷性、广泛性和虚拟性三个特征(李华君,2013:47)。

(二)网络政治化现象中,传播手段的更替弱化了政府对信息的控制力。网络信息传播的迅捷与网络空间参与主体的隐秘性,使得网络发言人的身份不易识别。而且,出于自身物质利益或者精神信仰,数以亿计的网络平民参与讨论的内容、方式、言语等都不易统计。网络空间中,人们可以按照自己的喜好来选择或者变更形象和身份,而不必顾忌别人或机构的感受,自由地提供与发布信息(李益,2014:111)。信息来源的复杂性与参与主体的神秘性,都为社会治理与控制带来诸多不便。网络空间的虚拟性,使得现实中较为神秘的政治运作也有逐步透明化趋势。而且,网络政治化中的信息,在共享主体上具有一定的平等性,就是说政府和网民就某一个问题表达见解的时候是处于同等地位的,地位平等的同时也意味着控制力的下降。环境的变化,使得政府与媒体之间的博弈也有诸多变化:政府强势,新媒体也是控制信息的手段;政府控制力变弱,信息的泛滥会冲击政府的控制力。但从总

的趋势来讲,由于信息的泛化且发言人的隐秘性,政府对信息流的总体把控呈下降趋势。

(三)网络政治化现象中,参与客体总是面临各种各样的选择,对信息的正当性与准确性识别不足。由于参与主体的广泛化,传播内容的细碎化,参与主体传播动机的多元化,致使参与客体在接受网络信息的时候总会面临多种选择。从认识论的角度来讲,信息的多元化可以使人们多视角看待一件事情,更深入了解其发生的背景与原因、发展的脉络、产生的影响等。但另一方面,信息量的剧增及信息传递的速效性,使得参与客体并没有过多的时间去消化、思考涌入脑海中的信息,在很多情况下会产生以讹传讹的现象。另外,网络空间中的信息发布主体容易表现出感性化、情绪化、非理性化的一面,涉及到个体对善恶的评判标准,表达方式上容易出现偏激的言语。信息中蕴含的不冷静的思考,汇集到一起就会形成舆情,给社会埋下不稳定的因素。

## 二、网络政治化对主流意识形态传播提出的挑战

网络政治化趋势中,参与主体的多元化与隐匿化,传播手段中政府管控效果式微,参与客体接受信息的非理性等诸多因素致使现实社会中的意识形态传播受到很大挑战。关于意识形态,国内外并没有一个统一定义,但其作为反映一定阶级利益和要求,具有政治引导、社会控制、价值评判、心理整合等功能的价值体系的内涵得到学人的一致认可。马克思主义认为,意识形态是有层次性的:有总体和个体意识形态之分、有感性意识形态与理性意识形态之分、有特殊和一般意识形态之分等。从社会影响力与服务社会的功能属性上来区分,意识形态可分为主流意识形态和非主流意识形态。具体到当代中国,马克思主义是主流意识形态,其它社会思潮属于非主流意识形态。非主流意识形态又分为内生与外传两种。中国传统儒家所带来的固有意识与西方资本主义市场逻辑中产生的种种思潮共同构成了当代中国的非主流意识形态。威廉斯就认为,媒介领域就存在主流意识结构(即共产主义强调革命先锋队的宣传)、剩余意识结构(即传统儒家强调士大夫的道德责任)以及新兴的意识结构(即符合市场逻辑的媒介专业主义)的斗争和调和(转引自吴非,2009:425)。

网络技术特别是智能手机等移动终端的不断发展,网络覆盖的全球化、普遍化、无死角化,网络信息的大容量化、无国界性、主题发散性等特征,致使网络政治化趋势日趋明显,网络政治的影响力也越来越大,对主流意识形态的传播造成前

所未有的冲击。传统媒介的点对点或一点对多点的告知—解释体系被网络空间中的多点对多点的局面所代替,致使政府作为传统舆论的“把关人”的身份变得尴尬,对信息的控制力越来越弱,思想灌输的效果急剧下降。网络政治化背景下主流意识形态的传播面临巨大的挑战。

(一) 主流意识形态进入网络空间受到较为激烈的抵抗。网络空间的话语虽与现实生活有所差别,但根源于此,是现实生活的反映。“网络社会难以避免现实社会权力结构的影响和渗透,网络表达的话语在一定程度上体现了现实社会的权力关系”(王君玲,2013:136)。主流意识形态在现实世界中有制度和主体保障,带有一定程度的强制性,但进入到网络空间中,现实中的制度和主体保障以及强制性便化为虚无。“它(权力)是一种策略而非所有物,其效果并不能被分配占有”(德勒兹,2006:26),意识形态本身具有的正当性权力在网络空间那里会面临两种抵抗。第一种就是草根网民对知识精英传递信息的不认同,在网络空间中直面权威与知识精英,以后现代主义式的解构方式消弭固有的话语体系。草根网民在现实世界中大多处于底层,在话语权方面受到诸多障碍,而网络空间则提供了发出心中声音、回应社会现象的平台。第二种是网络空间中缺乏主导性思潮,各种非主流思潮借助打感情牌来获得更多网友认同,对主流意识形态在网络空间中的传播进行抵制。主流意识形态在现实世界中拥有着绝对的引领权威,之如草根网民对知识精英的挑战一样,网络空间中非主流意识形态通过各种各样的手段,不断建立起与网民之间的信任感,也会对主流意识形态的传播发出挑战。

(二) 主流意识形态在网络空间内受到多元价值观和多种社会思潮的冲击。随着网络的不断发展,全球化成为必然趋势,信息的发布、交流与分享没有了国界的限制,故而各种社会思潮与价值观便通过网络空间与主流意识形态竞逐。主流意识形态所受到的冲击在现实世界中早已存在,但在网络空间中变得尤为明显。一方面,网络空间中存在不同国家、不同民族、不同语言、不同制度的意识形态之争,意识形态的来源有多样化和无限制性的趋势,现实社会中的主流意识形态在网络空间中虽然重要,但却不易拥有现实世界中的绝对地位;另一方面,在网络空间中主流意识形态内部也存有层次性、差异性和多样性,网络参与主体对主流意识形态的看法和理解都存有差距,而且现实社会中主流意识形态具有的层次性特征也使得网络空间中网民对于主流意识形态的解释和阐发呈现出多元化特点,也对主流意识形态的传播造成阻碍。网络参与主体的地位平等性,也使主流意识形态对多元价值观和社会思潮的引领作用发挥不充分。另外,“数字化世界是一片崭新疆土,既可以



释放出难以形容的生产能量，也可能成为恐怖主义者和江湖巨骗的工具，或是弥天大谎的恶意中伤大本营”（汪波，2013：139），这种状况是主流意识形态极力避免的，但伴随多元价值观和社会思潮的冲击，主流意识形态的传播及教育方式受到极大挑战，面临重大抉择。

（三）主流意识形态在现实境况与虚拟化的网络空间中存有身份差异。身份与地位是紧密联系在一起的，是地位的象征。主流意识形态的身份在于它的“主流”特征，虽然现实生活与网络环境中的主流意识形态都为“主流”，但现实中的人与网络中的“人”对其的认识和认可程度不一致。现实中的主流意识形态是建立在对传统媒介的控制和垄断基础之上的，有着充分的言语控制权和解释权。从信息量的供给方面来看，主流意识形态在现实世界中提倡、发布的信息远远低于随着社会不断发展进步而导致人们对信息不断增长的需求量。但是网络空间则是相反，网民数量的增加，信息发布者的门槛的降低，政府“把关人”身份的弱化等因素的存在，致使网络空间中的信息量超出了网民对信息的接受度，主流意识形态所发出的声音成为洪流中的一股。从信息提供的内容和数量上来看，主流意识形态在现实世界与虚拟化的网络空间中有着不同的身份，前者是信息的主要发布者，对民众对信息的接受有较强的价值引导性；后者只是作为信息的主要来源之一，对网民的约束能力和灌输效果不似现实世界。有学者指出，“网络媒介的意识形态虽然在本质上与现实社会的主流意识形态具有内在统一性，但在具体表现方式、传播渠道和形成过程中又呈现出与现实社会主流意识形态较大的差异性特质”（王爱玲，2014：92）。在新媒体时代的冲击之下，主流意识形态本身所具有的特定地位被具有隐性平等的门槛准入制度的网络空间逐渐消解掉，而在网络空间的竞技场上逐渐成为虽然重要但普通的一员，逐步失去了一家独大的地位。

（四）主流意识形态在网络空间的传播受到人们阅读习惯和话语方式转变的冲击。互联网技术的不断进步，各种移动终端设备的不断涌现，逐步改变了人们传统的阅读习惯和对话语的接受方式。人们在阅读什么、怎么阅读、从阅读中能得到哪些信息，如何得到等都在新媒体的发展壮大中有所改变，这就“分化了主流媒体中马克思主义思想理论的受众市场，导致了宣传主流意识形态的官方媒体的地位下降，不可避免地对主流意识形态形成冲击”（马克思主义传播与大众化研究中心，2014：218）。与此同时，网络空间中网民使用的言语结构，与父辈们所认知和接受已久的言语方式有很大差异和不同，代沟在接纳主流意识形态的过程中也很明显。“网络传播是对传统文化的挑战，在因循着传统文化的同时，也解构和

重塑着传统文化。在互联网上人们已经无法用父老乡亲的文化审美观去理解网络信息,网络传播正建构着一种新的更加独特的网络传播审美特征”(曾耀农,2008:193)。文化审美的变化,反映出阅读载体的转变,这对依靠传统媒介的主流意识形态传播而言,需要尽快转变灌输的渠道和方式,方能在网络空间中占据有利地位。

主流意识形态获得民众认同和接受最为重要的是树立其在国家政治行为和政治运作过程中的权威,但这种权威在网络空间暗藏的平等性中失去了效应,从而使其固有的传播方式和效果受到较大冲击,面临较大困境。另外一方面,主流意识形态的传播主要依靠传统媒介和宣传部门自上而下的灌输和宣传,是属于纵向的;但网络政治化现象中,网民对现实政治的参与与发表意见,呈现出一种横向表达的方式,主流意识形态在网络空间中的传播主体、介质面临巨大挑战。

### 三、对网络政治化背景下主流意识形态传播的思考

“统治阶级的思想在每一个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。”(中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,1995:98)。我国是中国共产党领导的社会主义国家,马克思主义是指导思想,是当代中国的主流意识形态。加强和维护马克思主义意识形态的指导性地位,是精神文明建设的主要内容。充分发挥主流意识形态的社会整合功能,才能更多地凝聚民心民力,致力于社会主义建设,才能在社会上广泛发出正能量,才能更好地维护社会的安定与团结。当前社会,马克思主义受到历史虚无主义、保守主义、自由主义、民粹主义、激进民族主义等多元价值观和社会思潮的冲击,维护马克思主义主流意识形态的地位任重而道远。

社会是由人组成的,人也具有社会性。人们在社会中总会受到各式各样的思想的影响,并且根据自身的实践,容易与一些思潮或价值观有共鸣之处,在这种情况下,该思潮或者价值观便拥有了较强的凝聚力。如果一个社会有诸多社会思潮,而且都有很强的影响力,则必然会对主流意识形态的传播效果产生阻碍,不利于统治稳定和社会治理。当前社会,主流意识形态的传播面临内外两方面的困境,对内需要直面传统文化中糟粕思想的冲击,对外则面临受资本主义国家支持的多种思潮攻击。特别是网络的飞速发展,为多元价值观和社会思潮的发展提供了广阔的空间和平台。网络政治化趋势下,强化主流意识形态的宣传和传播十分紧迫。而网络空间则成为主流意识形态和非主流意识形态之间斗争的必争场所。



根据网络政治化的趋势和发展特点,结合网络政治化环境下主流意识形态传播所遇到的主要问题,需要及时转变传统媒介下主流意识形态传播的固有模式,重视网络空间中主流意识形态的引导作用。中国政治意识形态安全最为根本的就是要维持社会成员对其的认可和认同,即“主流意识形态或社会主义核心价值体系在社会生活中的传播方式与传播效度问题”(刘少杰,2012:246)。加强网络政治化趋势中主流意识形态的传播问题与对策研究很有必要。

(一)层次明晰、内容多样的网络媒介平台有益于强化主流意识形态的传播效果。当前我国对外宣传的媒介格局主要有新华网、人民网、中国日报网、中国国际广播电台网络媒体、中国网、中央电视台国际频道等中央媒体网站和千龙网、南方网、东方网等地方媒体网站。随着互联网技术的不断进步和快速发展,我们也需要更多的媒体平台向外推送关于我国的政治、经济、文化等诸多信息,以不同的视角,不同的思考,向世界宣扬中国形象。上述九个主要的外宣网络媒介都是综合性的,层次较高、影响力较大、覆盖面更广是 its 特点,但也需要注重对更多细节的把控,建设层次鲜明的分类网站就成为需求。宣传的目的是为了打动人,达到接受客体认同主体的意识的目的,随着网络化的泛滥,宏观性的解释并不能有效地抓住网民的心,以情动人、以事感人、以例释人更能从深处影响接受客体。国家级、地方级网络媒体的层次建设与政治性、文化性、经济性等分类别网站的设立,就能更好地纵横结合,更好地强化主流意识形态在传播渠道上的稳固性。党的十六大提出,“互联网站要成为传播先进文化的重要阵地”。互联网等技术本身并不具有阶级性、政治性和意识形态性,其传播手段也是客观存在的,但是其一旦被政治力量或者社会力量所运用,就会带有政治性和阶级性。在传播主流意识形态的时候,要充分发挥其对多元价值观和多种社会思潮的引领作用,利用网络空间的传播时效性强、影响范围广、内容更加丰富、信息更加齐全、形式更加多样的特点,通过新媒体手段,强化主流意识形态的传播效果,使更多的网络民众接受和认可马克思主义。

(二)主流意识形态的传播,需要掌握话语权,讲好中国故事。主流意识形态在网络空间中不仅受到国内多元价值观的冲击,也面临国际上多种思潮的影响。只有在对内对外方面都有所作为,主流意识形态的传播才能更好地引领社会思潮,确立正确的价值观,维护国家意识形态安全。网络时代的到来,使得“权力正变得更少转化性、更少强制性、更趋无形化”(奈,2005:107),在福柯看来,话语中隐含了权力,而话语需要在社会与历史中进行理解和分析。主流意识形态与其他社

会思潮一样,都是话语权。话语权问题表现为谁在说、说什么、怎么说、说的效果如何等。“‘谁在说’本身就是一个权力问题,他在何处说、处于何种位置皆会影响到话语建构”(胡百精,2014:155)。发挥主流意识形态在“说”上的主体性,以更加生动形象的内容赋予“说”的意蕴;发挥主流意识形态的价值引导与正能量,用真理揭露谎言,用科学阐释疑惑,用实践反对空论,以情感人,以理服人,引发网民的共鸣。同时,主流意识形态在网络空间中的传播也需要注意表达方式的运用。网络世界与现实社会毕竟存有较大差异,参与主体与话语表达方式有很大不同,加强在网络空间中主流意识形态话语体系建设,有效使用网络话语和概念,在传播方式上灵活多变,鲜明生动,使主流意识形态的宣传更富吸引力和感染力;运用新概念,讲好中国故事,传播正能量,树立良好的国家形象,展现主流意识形态的开放性和包容性。以《从小李到老李》一书为例,它通过讲述一个普通中国人的人生故事,在法国产生了巨大影响,使他们从另外一个层面了解了中国。这样的中国故事,虽然平凡,但却能打动人心,更能发挥其在传播主流意识形态过程中的作用。

(三)发挥主流意识形态的网络舆论引导功能,重视网络“意见领袖”的功用。《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中提出,“健全网络突发事件处置机制,形成正面引导和依法管理相结合的网络舆论工作格局。整合新闻媒体资源,推动传统媒体和新兴媒体融合发展。……重视新型媒介运用和管理,规范传播秩序”(中共中央文献研究室,2014:533)。其中正面引导的网络舆论工作的主体就是主流意识形态,加强主流意识形态对网络新媒体的适应性,遵循传播规律,同时也要借鉴传统媒介“把关人”在信息传播构成中发挥的重要作用。传统“把关人”是信息的解读者、筛选者,同时也是第一时间接收者。但网络空间的开放,“把关人”的特权受到严重冲击,其对信息的掌控有日渐下降趋势。网管、论坛版主等网络“意见领袖”则在一定程度上接管了传统“把关人”的角色和功能。

“意见领袖”拥有着输出信息、筛选摄入信息与施加影响于网民的能力,被当作传播流程核心加以看待(孙英春,2015:225)。网络“意见领袖”虽然来自各个社会阶层,生活阅历相对丰富,对信息的敏感度较高,主流意识形态在网络政治化趋势下的传播,一定要重视“意见领袖”发挥的“社会营销”作用。通过加强对“意见领袖”的主流意识形态教育、搭建和网络“意见领袖”的沟通平台、注重特殊背景的网络“意见领袖”、培养主流意识形态影响下的网络“意见领袖”等多种手段,增强其对主流意识形态的认同感,会促使主流意识形态在网络空间中的传播更

加通畅。

(四) 充分发挥思想政治教育在主流意识形态网络传播过程中的重要作用。我国当前面临西方强势文化的冲击和渗透、宗教文化快速传播、传统优秀文化式微的境况,必须坚持马克思主义的指导地位不动摇才能更好地为建设社会主义服务。而思想政治教育的基本内涵和存在价值就是宣扬和传播主流意识形态。“网络意识形态舆情是网络空间内公众对于政治问题的倾向性态度”(朱国伟,余双好,2015:61),它是网络空间主流意识形态传播效果的重要评价指标。充分发挥思想政治教育在网络空间中对主流意识形态传播的作用,思想政治教育主体要以马克思主义世界观、人生观、价值观为传播内容,尊重网民主体的个性化、多样化选择,注重教育方式和手段,创新观念,对主流意识形态舆情保持足够的敏感性。网络空间的成型,虚拟世界网民的心态较之现实世界有了诸多变化。如何把握好网民的文化心理,充分理解网民在虚拟与现实世界身份的两重性,是思想政治教育必须面对且亟待解决的问题。另外,思想政治教育活动拥有庞大的队伍,他们也会利用技术性手段,有计划、有目的地对网络空间的参与主体进行思想观念和政治观点的教育和引导,为主流意识形态的传播提供了坚实的主体保障。

#### 四、总结

概而论之,网络政治化环境下,主流意识形态的传播面临着多种社会思潮和多元价值观的影响和挑战,也面临着新旧媒体交替过程中出现的诸多不适应现象,其地位和影响受到冲击。但新媒体的出现扩大了主流意识形态的传播区域,创新了主流意识形态的传播方式,加快了主流意识形态的传播速率,也使得主流意识形态的传播在新媒体时代有着诸多机遇。机遇与挑战并存,主流意识形态在网络空间的传播需要改变现实世界中垄断模式的宣传、渗透方式,对内对外要以掌握话语权、讲好中国故事为载体,传播正能量与感染力,充分发挥主流意识形态的舆论引导功用,维系符合中国国情的价值体系。以主流意识形态为主要教育内容的思想政治教育活动,也要适应新媒体时代的变化,转变教育教学方式,充分利用网络空间的传播优势,不断探索传播规律,提升实效。

(责任编辑:李艳艳)

#### 参考文献 [Reference]

蔡翠红(2015).《网络时代的政治发展研究》.北京:时事出版社.

[Cai, Cuihong(2015). *Political development in the Cyber Age*. Beijing: Current Affairs

- Publishing House.]
- 陈世鸿(2014).《重新理解媒介》.北京:中信出版社.
- [Chen, Shihong(2014). *Reunderstanding media*. Beijing: China Citic Press.]
- 戴永明,蒋恩铭(2005).《网络伦理与法规》.福州:福建人民出版社.
- [Dai,Yongming & Jiang, Enming(2005). *Network ethics and regulations*. Fuzhou: Fujian People' s Publishing House.]
- 吉尔·德勒兹(2006).《德勒兹论福柯》(杨凯麟译).南京:江苏教育出版社.
- [Deleuze, G. (2006). *Foucault by Gilles Deleuze (Trans.)*. Nanjing: Jiangsu Education Press (Original work published 1986).]
- 胡百精(2014).《说服与认同》.北京:中国传媒大学出版社.
- [Hu, baijing(2014). *Persuasion and identification*. Beijing: Communication University of China press.]
- 李华君(2013).《政治公关传播:形象塑造、公众沟通与媒介框架》.武汉:华中科技大学出版社.
- [Li, huajun(2013). *Political public relations communication: image building, public communication and media framework*. Wuhan: Huazhong University of Science and Technology Press.]
- 李益(2014).《数字化媒介语境下的传媒审美文化》.北京:北京联合出版公司.
- [Li, yi(2014). *Aesthetic culture of media in the context of digital media*. Beijing: Beijing United Publishing Co., Ltd.]
- 辽宁社会科学院新技术革命课题组(1984).《托夫勒著作选》.沈阳:辽宁科学技术出版社.
- [Liaoning Academy of Social Sciences New Technology Revolution Task Group (1984). *Selected works of Toffler*. Shenyang: Liaoning Science and Technology Press.]
- 刘少杰(2012).《当代中国意识形态变迁》.北京:中央编译出版社.
- [Liu, Shaojie(2012). *The change of contemporary Chinese Ideology*. Beijing: Central Compilation & Translation press.]
- 马克思主义传播与大众化研究中心(2014).《马克思主义传播研究》.北京:中国传媒大学出版社.
- [Marx Center for Communication and Popularization(2014). *Study on the spread of Marx doctrine*. Beijing: Communication University of China press.]
- 约瑟夫·S·奈(2005).《硬权力与软权力》(门洪华译).北京:北京大学出版社.
- [Nye, J. S. (2005). *Hard power and soft power(Trans.)*. Beijing: Peking University press.]
- 孙英春(2015).《跨文化传播学》.北京:北京大学出版社.
- [Sun, Yingchun(2015). *Intercultural communication: global and indigenous perspectives*. Beijing: Peking University press.]
- 唐亚林(2009年3月17日).网络政治空间与公民政治参与.香港:《文汇报》,第12版.
- [Tang, yalin(Mar. 17, 2009). Network political space and citizen's political participation. Hong Kong: *Wen Wei Po*, 12.]

- 王爱玲(2014).《中国网络媒介的主流意识形态建设研究》.北京:人民出版社.  
[Wang, Ailing(2014). *Research on the construction of the mainstream ideology of the Chinese Internet media*. Beijing: People's Publishing House.]
- 王君玲(2013).《网路社会的民间表达:样态、思潮及动因》.广州:暨南大学出版社.  
[Wang, Junling(2013). *Folk expression in the network society: form, thought and motivation*. Guangzhou: Jinan University Press.]
- 汪波(2013).《中国网络监督与政府治理创新(1994-2012)——“四维制衡”视角透析》.北京:北京师范大学出版社.  
[Wang, Bo(2013). *China's network supervision and government governance innovation(1994-2012)—the perspective of “four dimensional checks and balances”*. Beijing: Beijing Normal University press.]
- 吴非(2009).《新闻专业主义研究》.北京:中国人民大学出版社.  
[Wu, Fei(2009). *Study of Journalism*. Beijing: Renmin University of China press.]
- 杨琳(2009).网络舆情飙升背后.北京:《瞭望》,(27),48.  
[Yang, lin(2009). Network political space and citizen's political participation. *Liao Wang*, (27),48.]
- 曾耀农(2008).《现代传播美学》.北京:清华大学出版社.  
[Zeng, Yaonong(2008). *Modern communication aesthetics*. Beijing: Tsinghua University Press.]
- 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局(1995).《马克思恩格斯选集》第1卷.北京:人民出版社.  
[Marx Engels Lenin Stalin Compilation Bureau of CPC Central Committee (1995). *Selections of Marx and Engels (The first volume)*. Beijing: People's Publishing House.]
- 中共中央文献研究室(2014).《十八大以来重要文献选编》(上).北京:中央文献出版社.  
[Literature Research Office of the Central Committee of the Communist Party of China(2014). *Selected important documentssince the 18th CPC National Congress(First half)*. Beijing: Central party literature press.]
- 朱国伟,佘双好(2015).网络意识形态舆情:一项多案例研究,《思想理论教育》,(7),61.  
[Zhu, Guowei & She, Shuanghao(2014). Public opinion onnetwork ideology: a multi case study. *Ideological & Theoretical Education*, (7), 61.]