

社会主义核心价值观大众传播的 现实情境与未来走向*

薛一飞 邢海晶

【内容提要】 社会核心价值观只有通过有效传播并转化为大众的自觉价值认同，才能发挥凝聚社会共识、规范社会行为的功能。传统传播格局下，基于主—客二分的主体性认识论，社会核心价值观大众传播所奉行的经典灌输法行之有效。然而，网络新媒体带来了传播格局的变迁，传播者与大众的关系发生了根本性变化。网络大众传播中，经典灌输法之有效性受到极大消解。而社会主义核心价值观大众传播要适应网络传播新格局，就需在哲学认识论层面审视社会主义核心价值观大众认同的价值旨向，剖析网络大众传播关系的结构特征，反思主体性灌输方法之效用条件，探索主体间双向互动推进社会主义核心价值观网络大众传播的新路径。

【关键词】 社会主义核心价值观 大众传播 网络

作者简介：薛一飞（1981-）四川大学马克思主义学院副教授、硕士生导师（四川成都 610203）；邢海晶（1977-），四川大学马克思主义学院教授、硕士生导师（四川成都 610203）。

社会有机体论认为，社会的核心价值观乃是社会有机体之灵魂，具有凝聚社会共识、规范社会行为、调动社会资源、维护社会稳定、推动社会发展之功能。而社会核心价值观功能的发挥则以核心价值观有效的大众传播，并逐渐内化为大众的广泛认同为前提。其中，传媒技术是影响传播效果的重要变量。传统传媒技术所构建的传播者与大众之间主—客体单向灌输的传播格局在网络新媒体的冲击下受到冲击。网络视阈下，社会核心价值观能否嵌入传播者与大众主体间双向互动的新型网络传播格局，成为其实现大众化目标的关键环节。而社会主义核心价值观的价值旨向是对大众的主体性尊重，这就决定了其本身与主体间双向互动的网络大众传播格局的高度契合性。因此，遵循网络传播规律，探索网络大众传播实现路径，已成为社会主义核心价值观大众化的必然选择。

一、网络带来社会主义核心价值观大众传播的格局变迁

当前，网络传播已成为社会主义核心价值观大众化必须面对的现实。“我们所有的人都通过‘媒介’活动来了解我们所在世界中的事件。”^①继报纸、广播、电视等传统媒介之后，网络正在成为人类获取信息的主渠道。据中国互联网络发展状况统计报告显示：截至2017年12月，我国网民

* 本文系四川大学一流学科建设“马克思主义原理与中国特色社会主义基本理论与实践问题方向”（18SYL001）和2017年四川大学中央高校基本科研业务费青年学术人才项目“宗教网络传播对少数民族大学生信仰的影响及对策研究”（skqx201733）的阶段性成果。

① [法] 吕西安·斯费兹：《传播》，朱振明译，北京：中国传媒大学出版社，2007年，第100页。

规模达7.72亿,全年共计新增网民4074万人,互联网普及率为55.8%,网民人均上网27小时/周。置身于数字虚拟社会的大众对社会核心价值观的从理性认知到信仰认同,都必然受到网络的影响。

传播媒介是传播内容的载体,传播内容是大众传播质的规定性的直接呈现,而“传播效果的形成并不是单纯由所传播的信息作用的结果,传播行为和传播媒介本身都是形成传播效果的重要因素……在一定意义上,媒介所产生的影响大于内容所产生的影响”^①。籍此可知,传播媒介直接决定着社会核心价值观大众传播的时、效、度。那么,适应网络传播的快速发展态势,发挥网络大众传播机制的作用,推动社会主义核心价值观价值旨向与网络大众传播信道(information channel)并轨,通过网络技术为社会主义核心价值观营造即时、高效、全覆盖的大众传播舆论场域(field),就成为社会主义核心价值观走向大众认同必须面对的现实问题。

在以互联、即时、去中心化特征的网络大众传播虚拟结构空间中,立足于主体性认识论的传统灌输法的有效性受到极大消解。只有解构传统媒介下的传播关系格局,剖析灌输法在大众传播过程中的效用条件和运转机制,才能找准网络大众传播过程中灌输法失效的原因并探索有效的替代方法。在此借助以网络(O)为原点的函数坐标系(如图),清晰地呈现这一大众传播格局的变迁过程。

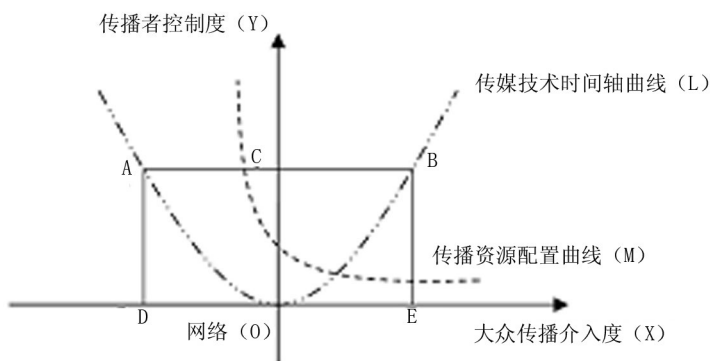
灌输是马克思恩格斯提出的经典大众传播方法。列宁也认为,先进的意识形态难以直接在人民群众的实践中产生并最终升华为自觉认同,“这种意识只能从外面灌输进去”^②。经过列宁的系统化,灌输被认为是意识形态大众传播与教育最为有效的应然方法。而提出于特定的历史条件下、起步于单向度传播阶段的灌输^③在前网络时代的大众传播中的确产生了强有力的效果。前网络时代,以单向度灌输方式推进社会主义核心价值观大众认同之有效,需要一个前提条件——传播者(国家和执政党)能够控制大众传播。控制的基础是信息,一切信息传递都是为了控制。在前网络时代,传播者通过对报刊、广播、电视等组成的大众传播全天候全方位的管控,建构(shape)起一对一(one-to-one)或一对多(one-to-many)的超稳定传播格局。超稳定传播格局中的传播者处于话语权金字塔的顶端,掌控着社会核心价值观传播的决定权和资源。正如坐标系中的传播资源配置曲线(M)所示,在网络出现之前无限靠近传播者控制度(Y轴)。同时,传播者还以“把关人”的身份对传播全程监控,即时过滤滋扰社会核心价值观大众传播的各种“杂音”和“噪音”,从而实现以自身的价值观强力整合社会意识,制造坚固的社会价值共识之目标。在这种灌输过程中,大众则被置于相对被动接受的客体地位。正如第二象限所示,由传媒技术时间轴曲线(L)任意一点A向传播者控制度(Y轴)和大众的传播介入度(X轴)做垂直曲线分别相较于C和D点,则ACOD的面积就代表了前网络时代大众传播的超稳定结构,面积越大则超稳定传播格局下的单向度灌输法效用也就

① 段京肃:《大众传播学:媒介与人和社会的关系》,北京:北京大学出版社,2011年,第233-234页。

② 《列宁选集》第1卷,北京:人民出版社,2012年,第317页。

③ 此处需对灌输的“单向度”传播作一说明。第一,需要强调的是,列宁在《怎么办》一文中,早已阐明灌输的客观必要性。本文在教育传播的价值目标上并不否定灌输的必要性。第二,称灌输为“单向度”传播,也并非指大众传播过程中信息由传播者绝对地单方向流向大众,而是对大众传播活动所进行的具体的、历史的信息流动态势和整体性状况分析之结果。在马克思主义经典作家看来,灌输是应该经过:(1)大众对马克思主义理论没有接触,传播者将承载理论内容的信息传递给接受者;(2)信息传播者与接受者就信息的内容进行(双向)交流互动,以辨明信息所承载内容的科学性和价值所在;(3)接受者(大众)接受并在科学理论的指导下开展改造世界的实践等三个阶段。而第一阶段(尤其是列宁在阐释灌输理论之时)的特征决定了此时的信息流将主要(而非绝对)由传播者流向接受者(大众),由此表现出历史条件下的整体性“单向度”特征。然而,当传播者进入第一阶段的传播路径依赖之后,尤其是获得理论传播的初步成功经验之后,却难以突破既有模式和阶段而进到第二、三阶段。而本文所提社会主义核心价值观大众传播的双向互动方法论主要就是力图通过分析网络技术变量的影响打破传播者传统的主一客体认知,突破第一整体性“单向度”灌输阶段;而推进到第二阶段(双向互动也是这一阶段的主要特点),并为第三阶段实现大众的社会主义核心价值观信仰自觉奠定基础。所以,本文并非简单地否定灌输理论,而是指网络背景下,社会主义核心价值观大众传播已经超越了“单向度”灌输阶段,实现双向互动方法论的转向成为必然选择。

越强。



超稳定传播格局中，信息在相对稳定封闭的环境中流动。传播者控制了信息传播的流速、流量和流向的权力阀，单向灌输式的大众传播非常有效。然而，当大众传播进入网络时代，传播者“控场”的超稳定传播格局面临着传媒技术带来的革命性变革。

网络传媒具有传统大众传媒所欠缺的开放、互联、匿名、去中心化等典型性技术特征，这些特征直接分化了传播者在传统大众传播中的话语权和传播资源垄断力。如图，传播资源配置曲线（M）所示，在网络传播时代向大众的传播介入度（X轴）靠拢。面对多对多（many-to-many）^①的开放式网络传播格局，强力控制网络信息传播所需的巨大成本超出了传播者的承受力，全覆盖式单向度灌输法已然失效。反观当前中国的网络空间，已经呈现意识形态多元化势头，各种异质意识形态与社会主义核心价值观争锋，社会主义核心价值观在一定程度上出现泛化、娱乐化、虚无化的大众传播困境。网络视阈下，社会主义核心价值观能否坚持意识形态主流地位将由大众的点击率所决定。在网络传播权力结构中，大众的主体性得到了最大程度的彰显和尊重。如图1所示，BCOE的面积越大，则大众对于网络传播的参与度越高，大众的主体性地位越凸显，社会核心价值观的大众传播就越需要传播者和大众借助于网络平台的平等沟通与互动形成价值观共识。

传统传播格局的解体打破了主体性单向度灌输方法的效用条件。在网络多元意识形态并存的情况下，要突破社会主义核心价值观大众传播困境，需从哲学认识论层面检视单向度灌输方法失效的根源，重新定位社会核心价值观网络大众传播过程中传播者与大众的关系。在尊重网络大众传播机制的基础上，实现社会主义核心价值观大众传播方法论更新以及方法论指导下的有效路径探索，以坚持其网络意识形态主导地位，为最终达成全社会的核心价值观共识奠定基础。

二、网络视阈下社会主义核心价值观大众传播的认识论反思和方法论转向

网络直接消解了社会核心价值观单向灌输式大众传播的有效性。要改变这种困境，需从认识论

^① 参见〔英〕史蒂文·拉克斯：《尴尬的接近权：网络社会的敏感话题》，禹建强、王海译，北京：新华出版社，2004年，第32-33页。

层面切入,透析社会主义核心价值观网络大众传播的主体间关系结构,才能实现双向互动的方法论转向,并为具体路径探索提供指引。

灌输是源于主体性认识论的大众传播的方法选择。主体性(Subjectivity)是作为主体的人在有目的的对象性实践中,有意识地调动资源并运用自身本质力量作用于客体,通过改造客体的实践结果而确认自我的规定性。单纯从语言结构分析“社会核心价值观大众传播”,很容易产生其主体性“错觉”,即先入为主地预设传播者为主体,大众自然成为灌输的对象性目标。而“社会核心价值观大众传播”的语言结构分析“误差”实为传播权力作用的逻辑结果。前网络时代传播格局中,传播者与大众之间知识、权力、经济尤其是信息方面的不对称,决定了传播者在关系结构中的优势主导地位。传播者能够调动和配置传播资源,强力控制甚至垄断主流价值观传播市场,对大众进行高密度、高频度、单向度的价值观投放,以实现其强塑社会价值观共识的目标。人民群众在很大程度上成为蕴涵传播者价值选择的灌输对象。这种主—客体二元模式就是以主体性认识论解读社会核心价值观大众传播的直接反映,相应的方法选择必然是“行之有效”的单向度灌输。

然而,网络的出现分解了传播者的大众传播控制权。去中心化的网络技术所决定的平等关系结构赋予大众对价值观的主动选择权,为传播者和大众以数字化在场的方式进行“传播—接受—反馈—修正—传播”的信息互动,并在平等互动中达成社会核心价值观共识提供了沟通平台。随着网络大众的主体性被唤醒和尊重,传播者与大众之间通过网络沟通平台凝聚价值共识,由传播者主导的社会核心价值观才能逐渐成为意识形态主流^①。

在网络传播格局下,传播者与大众关系的变化呈现了哲学认识论由主体性到主体间性的转变。而以主体间性认识论对网络大众传播进行解析,则决定着社会主义核心价值观大众化的方法论选择及具体实现路径探索。

主体间性(Inter-subjectivity),即“研究或规范一个主体怎样与完整的作为主体运作的另一个主体互相作用”,“是指主体之间在语言和行动上相互交流、相互理解和双向互动、双重融合的关系,是不同主体间在实践中形成的发展共识,通过共识关系表现的相关性和一致性”^②。主体间性认识论视野下,传播者和大众是平等的交往互动主体,平等享有独立的话语权,这就决定了双方能够按照自身的认知习惯、知识结构和实践需要在“视域交融”^③中探寻并达成价值共识。

从本质上说,网络推动的社会主义核心价值观大众传播的主体间性认识论转向,并非单纯网络技术作用的客观结果,更是社会主义核心价值观价值旨向的彰显。

社会主义核心价值观的价值旨向在于整合社会意识,凝聚价值共识,指导人民群众以科学的价值准则规范并指导自身在改造世界的实践中推动社会全面发展。然而,科学理论只有掌握群众,才会变成积极的物质力量。社会主义核心价值观只有经过有效的大众传播,涵化为人民群众共同的价值信仰,才能以人民群众为依托,实现自身改造世界的实践目标。可见,社会主义核心价值观引领社会价值发展方向并赢得大众认同的前提是承认人民群众的主体性,而网络媒介技术则极大地激发与尊重了人民群众的主体性自觉,这正是社会主义核心价值观的价值旨向与网络技术功能的高度契

① 卢黎歌在《主导转化为主流是培育和践行社会主义核心价值观的关键》(<http://newsxq.xjtu.edu.cn/info/1007/43322.htm>)的访谈中,对主导价值观与主流价值观的区别进行过辨析:主导价值观是指统领、引导全局,推动整个社会发展的价值观,通常是指国家运用行政权力、宣传机器所倡导的价值观。主导价值观在本质上是体现统治阶级意志和价值目标、价值取向的价值观。主流价值观是指符合时代发展趋势,得到社会多数成员所认同、所赞赏、所践行的价值观,具有民众性、大众化的特点。

② 姜建成:《科学发展观:现代性与哲学视域》,南京:凤凰出版传媒集团,2008年,第193页。

③ [德]汉斯-格奥尔格·伽达默尔:《真理与方法(诠释学I)》,洪汉鼎译,北京:商务印书馆,2010年,第434页。

合，决定了其经由网络大众传播最终将内化为人民群众的自觉价值诉求和信仰。

尊重人民群众的主体性是社会主义核心价值观的价值旨向，而人民群众的主体性将自觉导向社会主义核心价值观的理性认同，这是认知逻辑的必然结果。人民群众是历史的创造者，而社会主义核心价值观则是由人民群众在创造历史的实践中高度抽象而来，赋予政治伦理意蕴，判定是非的一种价值取向，规范公共行为的系统化价值准则。人民群众主体性最高层次的反映就是面对大众传播领域的多元价值观做出独立、科学的选择。尤其是当网络打破了信息封闭流动的超稳定传播格局，大众传播走向没有边界的开放虚拟空间，再也没有“任何一种力量能够强制处在健康清醒状态的每一个人接受某种思想”^①。传播者以社会主义核心价值观作为凝聚社会共识的价值基础，指引大众实践的价值目标，规范大众行为的价值准则，只有还原社会主义核心价值观价值旨向——人民群众的主体性尊重，秉持开放平等的网络政治心态，让人民群众在实践中自觉自主地进行比较和评判，对社会主义核心价值观科学性的认识才能更为深刻，理性认同才会走向信仰自觉。

由此可见，主体间性是由社会主义核心价值观价值旨向所决定的，以网络传媒技术变革为线索，大众传播格局重构为背景，是传播者与大众关系再定位的哲学认识论的必然向度。网络技术促使传播者放弃主体性思维下的单向灌输法，大众传播向主体间性认识论下的社会主义核心价值观价值旨向还原。主体间性认识论下的社会主义核心价值观大众传播将实现网络技术实践和哲学认识论内核在元意义上的高度契合。

网络视阈下社会主义核心价值观大众传播主体间性认识论转向，反映在实践上则是双向互动的方法论选择。哈贝马斯将主体间性阐释为主体之间以交往行为为媒介的相互作用关系，而交往行为的“目标是导向某种认同，认同归于……两相符合的主观际相互依存”^②。这是从双向互动的方法论视角对主体间性的界定，并且指明了双向互动方法论指导下的交往互动将促成主体间的价值共识。主体间性认识论下的社会主义核心价值观大众传播也理应从单向灌输的强制接受走向交往对话的理性认同。

以此审视开放平等的网络传播，大众早已跳出传统灌输制造的“沉默的螺旋”，“草根”民意、公知卓见、精英见地都已通过网络直达“庙堂”，并在相互碰撞与交融中凝聚成核心价值共识。传播者则应本着“理论只要说服人，就能掌握群众；而理论只要彻底，就能说服人”^③的价值自信，通过双向互动的沟通，将大众的“创造力诱导出来，将（他们）的生命感、价值感‘唤醒’”^④，在自我价值实现中将社会主义核心价值观逐渐升华为全社会共同的信仰自觉。因此，如果说主体间性认识论转向是网络催化作用下社会主义核心价值观大众化的必然向度，那么双向互动就成为与主体间性认识论相配套的方法论选择。

社会主义核心价值观大众传播在本质上是一种思想政治教育行为。思想政治教育之内涵在于：“在交往实践的意义上，只有当教育者和受教育者真正发生了实质性互相影响和互相作用，真正有了双方创造性、能动性的显现，我们才能说开始了真正意义上的教育过程。”^⑤以此观照网络视阈下社会主义核心价值观大众传播的主体间性认识论转向与双向互动方法论选择，就是在网络公共领域，扬弃主体性认识论与灌输方法论，在传播者和人民群众之间重构开放平等的交往互动关系，让广大

① 《马克思恩格斯选集》第3卷，北京：人民出版社，2012年，第463页。

② [德]尤尔根·哈贝马斯：《交往与社会进化》，张博树译，重庆：重庆出版社，1989年，第3页。

③ 《马克思恩格斯选集》第1卷，北京：人民出版社，2012年，第9-10页。

④ 鲁宽民：《网络思想教育价值论》，北京：社会科学文献出版社，2014年，第214页。

⑤ 张耀灿：《思想政治教育学前沿》，北京：人民出版社，2006年，第207页。

人民群众主动选择、认同并自觉信仰和践行社会主义核心价值观的过程。

三、网络视阈下社会主义核心价值观大众传播的有效路径探索

传媒学者麦克卢汉认为：“一个时代的媒介决定了该时代的本质……电子媒体给我们的社会带来了革命。”^①网络视阈下，虽然大众传播边界无限拓展，但大众传播机制却有序可寻。在双向互动的方法论指引下，推进社会主义核心价值观网络大众化，需要重新定位传播者和大众的关系和功能；传播于网络之中而践行于网络之外；在视阈的交融中谋求价值共识；通过外在制度保障和内在媒介素养提升相统一，为人民群众营造风清气正的网络传播环境，让社会主义核心价值观成为人民群众的主动必然选择。

1. 将尊重人民群众主体性与坚持传播者大众传播主导权相结合

网络视阈下，社会主义核心价值观要由主导发展成为主流意识形态，本身就意涵传播者主导权与人民群众主体性相结合的要求。这就对传播者的传播理念和技能提出了更高要求。

在尊重人民群众的主体价值选择中引导全社会的社会主义核心价值观理性认同，传播者尤其要戒除学术名词满天飞的精英化和官方话语满堂灌的贵族化模式。要在增强网络信息资源驾驭能力的同时，提高网络舆情研判水平，讲求引导艺术，从人民群众的认识特点出发，适应网民碎片化、感性化等网络阅读习惯，运用网络传媒新技术，以图文并茂、简洁通俗的网络语言，“接地气儿”的网络热点和“萌态亲民”的表情符号、VR主体融入技术来丰富社会主义核心价值观传播方式和形式。通过嵌入式的软性传播，增强社会主义核心价值观的亲合力和人民群众的价值归属感，推动社会主义核心价值观网络大众传播由知识形态向信念体系转化，并最终内化为自觉信仰。

然而，尊重人的认识规律，以网络传媒开启大众的感官兴趣，不能单纯为了迎合大众的感性体验或部分人低级趣味的价值欲望而搁浅社会主义核心价值观的价值深度。所以，尊重人民群众的主体性要与坚持传播者的主导权相结合。传播者要清醒地认识到人民群众在价值鉴别力和信仰自觉性维度上的不足，坚持社会主义核心价值观的原则性和方向性不动摇，不能以稀释社会主义核心价值观的价值浓度为代价赚取网络点击率而沦为网络意识形态浮萍。传播者要遵循互联网的幂率法则，担当网络意见领袖的责任，将高势位的社会主义核心价值观通过少数网络中心节点辐射整个网络，在提高大众的网络逻辑推理、辩证分析等理性认知能力的过程中提高其价值品味、审美和鉴赏水平。锤炼网民大众检视自身价值观的自省品质，引导其改变潜意识中无知、偏狭、盲目地以自我为中心的认知模式。在尊重人民大众价值选择的独立自主性、目的自律性的基础上，促使他们的价值认同坚定地 toward 社会主义核心价值观靠拢。

2. 有效运用社会主义核心价值观传播于网络之中而践行于网络之外的反馈机制

“一种价值观要真正发挥作用，必须融入社会生活，让人们在实践中感知它、领悟它。”^②知行合一重要的教育规律，也是实践论的重要内容。将网络涵化和线下实践检验相结合，社会主义核心价值观才能实现内化于心外化于行的有机统一。社会主义核心价值观大众传播要尊重人民群众的主体性，而人民群众主体性的确证就在社会实践本身。所以，社会主义核心价值观网络大众传播的

① [美] 理查德·韦斯特、林恩·H·特纳：《传播理论导引：分析与应用》，刘海龙译，北京：中国人民大学出版社，2007年，第471-475页。

② 《习近平谈治国理政》，北京：外文出版社，2014年，第165页。

出发点在于网络宣传和教育，而落脚点要在生活实践中升华人民群众的核心价值信仰。

对于习惯于网络化生存的大众而言，传播者需从网民普遍关心、需要解决的实际问题与思想困惑出发，搭建社会主义核心价值观线上涵化与线下社会实践的反馈链。以网络调动和凝聚广大人民群众践行社会主义核心价值观的正能量，通过融合网络和社会生活话语，让更多的人与社会主义核心价值观同频共振，建立“网上察民意、网下解民忧”的网上网下反馈强化机制，通过丰富多彩的实践活动验证社会主义核心价值观的科学性和先进性，提升人民大众对人、社会和国家在价值目标统一性上的认知与认同，进而把这种认知和认同转化为整个社会的价值准则与行为规范。

对于传播者而言，社会主义核心价值观的大众传播“不要去译解，而是去行动，使那译解（阐释）变成一场‘改变世界’的变革”^①。这是启示作为传播者的主体核心力量——广大党员干部，社会主义核心价值观不仅要在网络中唱响，更要在全心全意为人民服务的实践中践行。走好网上群众路线，带着网上民意，深入群众生活，在为民解忧中诠释社会主义核心价值观的时代意蕴，拓展社会主义核心价值观的理论疆界，释放其价值魅力，充分发挥自身示范效应，启迪大众的信仰自觉。通过社会主义核心价值观传播于网络之中而践行于网络之外的反馈机制，使传播者与人民大众在理论诠释、实践验证、价值求索的互动中，实现执着于真理的价值实践目标。

3. 在传播者与人民大众的“视域交融”中设置社会主义核心价值观网络议程

传播学议程设置理论认为“新闻媒体远远不止是信息和观点的传播者。也许在多数时候，它在使人们‘怎样想’这点上比较难奏效，但在使受众想什么上十分奏效”^②。前网络时代，传播者通过单向灌输可以决定大众想什么。但在网络中，传播者只能通过双向互动来引导大众想什么。而共同的话题则是双向互动与沟通的前提。如果传播者只是滔滔不绝地倾泻自己的价值观，结果只能是“官对民”失语。而传播者设置的核心价值议程如果能与大众“视域交融”，就会促成整个社会的价值共鸣。正如伽达默尔所言：“不是使另一个人受制于我们自己的标准，而总是意味着向一个更高的普遍性的提升……‘视域’这一概念本身就表示了这一点，因为它表达了进行理解的人必须要有卓越的宽广视界。”^③

由此观之，社会主义核心价值观网络大众传播，需要传播者以开阔的视野选择能够触动大众视觉神经、激起大众情感波澜、引发大众精神回响的话题，通过资源共享，平等对话的网络平台，在与大众的互动中慢慢形成交融视阈。传播者要在“视域交融”的基础上推动“价值的融合”，将社会主义核心价值观大众传播与网络大众崇尚先进、积极向上的自我价值实现相结合，努力提高具有社会主义核心价值观高附加值的网络文化产品供给能力，通过打造一批弘扬爱国主义、倡导公平正义、体现诚信友爱正能量的网络文化品牌，唱响社会主义核心价值观网络主旋律。同时，也要正视网络中价值观多元化的现实，在交流与沟通中既坚持真理，又倾听彼此的观点，准确把握大众的思想共鸣点，弥合分歧、扩大认同，使传播者与大众间形成良性网络舆论引导合力，通过双方融洽的对话建构价值共享的网络世界，最大限度地达成“视域交融”的价值共识。

4. 完善社会主义核心价值观网络大众传播的软硬双重保障

社会主义核心价值观的重要功能之一就是为社会提供行动价值准则，保障社会规范有序发展。

① [法] 雅克·德里达：《马克思的幽灵》，何一译，北京：中国人民大学出版社，1999年，第45-46页。

② [美] 斯坦利·巴兰、丹尼斯·戴维斯：《大众传播理论：基础、争鸣和未来》，曹书乐译，北京：清华大学出版社，2004年，第307页。

③ [德] 汉斯·格奥尔格·伽达默尔：《真理与方法（诠释学I）》，洪汉鼎译，北京：商务印书馆，2010年，第431-432页。

然而，网络信息资源超载，开放而不规则的传播，使网络社会呈现不确定性和失序的“熵”状态。能否走出“熵”状态直接关系社会主义核心价值观网络大众传播目标的实现。借鉴耗散理论，针对这种状态，制度保障和媒介素养提升两个变量的引入是使网络系统的信息组织和传播获得负熵，从时间、空间和功能上走向健康有序发展的关键。

社会主义核心价值观的科学内涵决定了其高势位价值观的定位。社会主义核心价值观在与其他价值观的碰撞、冲突中必然能够在大众认同中走向异质性价值观集合的中心。但是，这种必然性有一个前提条件——开放、公正、平等的网络意识形态对话空间。从现实来看，法律制度刚性的外在规范是保障网络大众传播开放、公正、平等秩序的底线。社会主义核心价值观传播者要保障网络大众传播制度有效供给，通过完善《互联网信息服务管理办法》《信息网络传播权保护条例》等网络监管法规，积极预防网络传播失范行为，加大惩罚力度。完善网络大众传播的法律规范，加大执法力度，目标在于培养广大网民的法治观念，“弘扬社会主义法治精神，建设社会主义法治文化”，形成“全民自觉守法、遇事找法、解决问题靠法”的法治氛围^①，以掌握网络传播主动权，形成以法律为保障的开放、规范、自由的互联网传播秩序。在尊重多样并存的前提下，对各种困惑、疑问以及挑战给予有法可依的理性回应，从而为社会主义核心价值观网络大众传播提供制度保障。

正所谓“齐之以礼，道之以德”。法律制度是刚性外在规范，大众素养则是柔性的内在约束。良性的网络大众传播秩序，既需要传播者法律制度供给的保障，也需要人民大众媒介素养的提升。树立网络权利与义务意识，将法律规范和社会核心价值内化为自身的社会责任感和行动目标，引导全社会自觉遵守《互联网新闻信息服务自律公约》，提高网民科学的网络评价能力、培养网民健康的网络使用习惯，建立牢固的精神屏障，共守网络舆论传播的“七条底线”，以增强网络大众对网络不良信息的免疫力，自觉抵制网络三俗传播，才能营造网络社会分享科学价值观的良好环境，有效保证社会主义核心价值观网络大众传播目标的实现。

参考文献：

- [1] 《习近平总书记系列重要讲话读本》，北京：学习出版社、人民出版社，2016年。
- [2] 《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》，北京：人民出版社，2013年。
- [3] 骆郁廷：《思想政治教育引论》，北京：中国人民大学出版社，2018年。
- [4] 荆学民：《现代信仰学导引》，北京：中国传媒大学出版社，2012年。
- [5] [美]曼纽尔·卡斯特：《网络社会的崛起》，夏铸九等译，北京：社会科学文献出版社，2001年。

（编辑：张 桥）

^① 《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》，北京：人民出版社，2014年，第26页。