

# 挑战与回应：新媒体时代的 意识形态话语权

文大山

**【摘要】**新媒体的出现改变了原有的传播生态，草根拥有更多发声机会，媒体与受众关系由不平等走向平等，依托传统媒体垄断优势的主流意识形态传播面临巨大的挑战。更新理念、调整话语方式、创新话语体系、精准把握话语对象、培养大量传播正能量的意见领袖、净化话语环境是应对新挑战的重要举措，但意识形态的性质在新媒体时代没有改变，要掌握意识形态话语权，使主流意识形态为群众信服，仍然要不断推进理论创新，增强主流意识形态对现实的解释力。

**【关键词】**新媒体 意识形态话语权 解释力

**【中图分类号】**G209 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1000-2952(2016)03-0012-05

意识形态话语权是实现思想领导权的重要途径，它通常由话语主体、话语载体、话语内容、话语对象、话语效果等要素构成，理论的真理性和立场的人民性、表达的有效性、与现实的一致性等是影响意识形态话语权的重要因素。新媒体的出场改变了原有的传播方式，变革了原有的传播生态，使主流意识形态的表达和传播面临前所未有的困境，新媒体时代如何牢牢掌握意识形态话语权成为亟需解决的重大问题。

## 一、新媒体时代的来临及其传播特点

新媒体是指广播、报刊、电视、通讯社等传统媒体之外的新的媒体形态。目前对新媒体较为普遍的定义是，利用新的数字技术、网络

技术、移动技术，通过电脑终端和可移动终端（主要包括手机、平板电脑等），向用户提供信息和服务的传播形态。这些新媒体都以互联网为传播手段，时至今日，新媒体从网站为代表的第一阶段发展到称为WEB3.0以微博、微信、移动客户端为代表的第三阶段。从范围上看，这些新媒体既包括传统媒体转型而开设的官方微博、微信公众号和新闻客户端，也包括借助网络形成的自媒体，如，微博中的“大V”、媒体从业人员开设的微信公众号。这一阶段媒介融合技术特别是移动互联网技术突飞猛进，媒体的信息传播能力大大增强，形成“裂变式”传播模式，同时信息传播的门槛越来越低，传播越来越便利，几乎每个人都可以成为信息生产者和传播者，“人人都有麦克风”，传播者和受众的界限日益模糊。总之，新媒体的广泛应用大大改变了信息传播方式，给人们的信息获

取渠道、生产方式乃至生活方式带来了深刻的变化，使人类进入新媒体时代。

### 1. 传播者多元化

在新媒体时代，由于信息技术的发展，信息传播成本和门槛大大降低，人人（只要有智能手机）都可以进行信息生产和发布。传统的由媒体专业人员为主导的、以编辑部为中心的精英传播模式面临转型，普通人获得传播权，开启了“草根”传播时代。

### 2. 传播内容分众化

在新媒体时代，需求各异的受众有了满足各自愿望的技术条件，受众的自主选择性大大提高，每位受众根据各自不同的兴趣爱好订阅不同的信息资源，对自己感兴趣的人和媒体公众号随时进行关注和取消关注，这样，呈现在每个人面前的信息是不一致的，新媒体给每个人的影响也就不一致，这就是传播内容的分众化。

### 3. 传播方式裂变式

信息传播最古老的方式是口耳相传的线性传播，印刷技术发明后变成了点对面的扇形传播方式，最初的网络传播是网状传播方式，而当下的传播方式类似核裂变式传播，这种传播方式打破了信息传播的时空限制，大大加快了信息传播速度，扩大了信息的覆盖面和提升了传播的影响力。在这种传播方式下，若对某一负面信息处理不及时不恰当，将产生极快的、重大的社会影响；同样，若及时发布官方消息，就会使大众获取最新最权威的信息，使谣言无藏身之处。

### 4. 传播媒介多样化

传统媒体主要通过纸质等平面媒介发布信息，在新媒体时代，信息技术飞速发展，电信业、互联网、广播电视传播三网融合步伐加快，传播媒介日益多样，传播内容更多的是以电子形式的文字、视频、音频、图片、动画等多媒体形式立体呈现。多样化的传播媒介给受众以更多的选择和更多的视听收获；从传播从业者来看，传播手段多样化有利于信息传播影响力

的提升，也要求传播者要经常关注信息技术发展，加强学习掌握新的传播技术和新开发的产品，不致出现“本领恐慌”。

### 5. 传播关系去中心化

在新媒体时代，每个人都可以平等地发布信息和组织或被组织交流讨论，人们可以自由地讨论自己感兴趣的话题，自由组建讨论群体，去中心化特征相当明显。在新媒体时代背景下，记者、编辑的工作由采访写稿、编辑文稿转向在后台观察每篇文章的阅读数和转发量，思考如何增强公众号的关注度，媒体从业人员开始“从精英思维到用户思维”<sup>①</sup>的转变。传统的传播者和受众的身份日益向信息生产者、服务者和用户身份转变，传播关系由中心辐射型向扁平型转变，而以前依靠对媒介机构的垄断来掌握舆论主导权的局面开始改变。

### 6. 注意力成为稀缺资源

由于信息技术的发展，信息复制成本大大降低，信息高效快速传播成为可能，传播的信息呈海量趋势，人们应接不暇。相比无限的信息供给，人们的注意力是有限的，人们只能关注跟自己有关的或吸引眼球的信息，其他没被关注的信息就成为无效信息。这样，人们的注意力就成为稀缺资源。传播者要想使自己发布的信息有影响力，甚至引领舆论，首先要做的就是吸引用户的注意力，其次是留住用户的注意力。这就要求进行信息的内容、表达形式、传播技巧和运营手段等方方面面的变革。

## 二、新媒体时代掌握意识形态话语权面临的挑战

在信息技术发展的新时代，新媒体不断涌现，传统媒体面临转型，意识形态原有的宣传垄断优势不复存在，意识形态话语生态发生深刻变革，西方敌对势力乘虚而入，意识形态话语权面临巨大挑战。

<sup>①</sup> 郭佳：《转型浪潮中的媒体人》，《光明日报》2015年10月24日。

### 1. 对话语主体与话语对象关系的挑战

这是新媒体时代意识形态话语权遭受的最大的挑战。在新媒体时代,主动权到了受众手里,所有的新媒体只是受众的选项之一,传播内容是否被选择由受众决定,而不是像以前那样,只是被动的接受。这样,传统媒体条件下的受众在新媒体环境下更多地转换成了用户角色,传播者日益向信息生产者和服务者方向转变。话语主体、话语对象之间不再是宣传者、受众之间的精英和大众的关系,而是信息产品、服务提供者和用户之间的平等关系。依靠传统媒体垄断优势的主流舆论影响手段逐步失效,传统的意识形态话语权建设生态逐步发生变化。由垄断到参与竞争,由居高临下到平等交流,在新的条件下身份和角色已然发生了巨变,无疑,这对长期以来一直作为官方意识形态的马克思主义是个巨大的挑战。

### 2. 对话语方式的挑战

新媒体时代的传播是交互性很强的传播。传播者不能是自说自话,必须经常性关注用户的喜好,因为,用户的关注、转发和评论的多少与信息流量直接相关,而网络流量是评价新媒体业绩的主要标准。在传播者日益向给用户点对点、个性化的信息服务者转变的背景下,在注重沟通、平等交流和共享发展的时代语境中,传统自上而下灌输式话语方式面临巨大挑战。

### 3. 对话语体系的挑战

现代社会是读图时代,生活节奏大大加快,新媒体的出现适应了快节奏的社会变化和快餐式的信息消费方式。在现代社会,人们很难腾出长时间、专门系统的阅读时间,短时间、短篇幅的阅读便成为了一种常态。为适应人们的需求,新媒体的信息生产和信息服务便向小叙事、生活化方向转变,呈现在用户面前的便是满足不同用户偏好的海量的碎片化信息。很明显,新媒体碎片化提供信息的方式不利于严肃的系统性很强的马克思主义的传播。在马克思主义经典作家的话语体系中,马克思主义哲学、政治经济学、科学社会主义三者不可分割,只

有对马克思主义进行整体学习研究,才会得出全面的结论和收获;在学习宣传当代中国马克思主义时,也面临宏大叙事的话语体系与小叙事、碎片化的传播现实的矛盾。主流意识形态要在新媒体一展身手,就必须对宏大叙事进行解构,进行小叙事、微叙事。如何用小文章说出大道理,如何做到“微言大义”,是主流意识形态宣传部门需要迫切解决的问题。

### 4. 对话语环境的挑战

从国际环境看,世界范围内各种思想文化交流交融交锋更加频繁,国际思想文化领域斗争深刻复杂,西方国家把我国发展壮大视为对其价值观和制度模式的挑战,加紧对我国进行思想文化渗透,我们在意识形态领域面临的斗争和较量是长期的、复杂的。西方敌对势力利用新媒体对中国网民进行意识形态渗透,雇佣网络水军诋毁、丑化党和政府形象,进行“普世价值”的宣传,是意识形态领域的新动向。以2011年美国之音停止对华广播为标志,美国广播管理委员会把对华渗透的重点放到微博、微信等新媒体领域。从国内环境看,当前中国处于急剧的社会转型期,发展中的矛盾大量涌现,现实中的矛盾必然反映到具有草根媒体特性的新媒体的传播中。基于裂变式传播模式和放大作用,形成了新媒体的信息传播速度快、社会影响大的特点。对正能量的常态化的弘扬,对突发事件真相的及时公布,对网络舆情的实时监控及其负面情绪的疏导,技术上法律上的完善,等等,这些都是掌握意识形态话语权,维护意识形态安全面临的重大挑战。

## 三、新媒体时代掌握意识形态话语权的应对之策

积极应对新媒体给意识形态话语权带来的挑战是在新的条件下牢牢掌握意识形态话语权的必由之路。具体来讲,可从以下几个方面入手。包括:

### 1. 更新理念

新媒体时代就是自媒体时代,就是“人人

都有麦克风”时代，意识形态工作者和媒体人要实现从居高临下灌输向平等交流转变，从精英思维向用户思维转变，树立网络营销理念。

## 2. 调整话语方式

平等的交流、自由的表达是当代社会的基本特征，新媒体时代到来使互联互通共享共存的理念更加深入人心，实现由传统的单向独白、自上而下灌输方式向双向平等交流方式的转变是意识形态工作者不能不面对的。在栏目设计上，可设计一些互动话题，让用户参与讨论，在讨论过程中释疑解惑，进行舆论引领，增强马克思主义意识形态的现实指导意义，同时加强与用户的沟通，根据用户的反馈意见调整服务内容、服务方式等等；在活动安排上，可适当安排一些知识竞赛或抽奖活动，既可以凝聚人气，打造亲民形象，扩大知名度，又可以进行知识的普及，助力马克思主义大众化；在载体上，除文字外，应该运用音频、视频、动画甚至触控等多形式呈现，丰富用户的体验，使权威信息更立体，学习理论更有趣。

## 3. 创新话语体系

第一，把宏大叙事向小叙事转变；第二，可以采用讲故事、动漫等方式展示体现主流意识形态的作品，以生动形象的形式传播抽象的理论；第三，把有一定品位、为网民广泛接受的网络语言吸收到主流意识形态传播中，丰富主流意识形态的话语体系，使主流意识形态话语体系更接地气，传播更有影响。

## 4. 精准把握话语对象

最有价值的注意力资源就是最重要的话语对象，依据中国互联网络信息中心发布的第36次中国互联网络发展状况统计报告，我们发现最重要的话语对象是大学生及工作不久的中低收入人群。根据上网设备向手机端集中的趋势，以及有一定文化程度、经济收入的年轻人的特点，生产符合其心理特点的信息产品和服务，有针对性地在手机端进行主流意识形态产品的集中投放，才能收到较好的话语效果。

## 5. 培养大量传播正能量的意见领袖

意识形态工作者和媒体工作者除了要把主

流理论微博、理论微信公众号、新闻客户端打造成新媒体场域中权威性和吸引力兼具的意见领袖外，还要通过鼓励专家学者、敢于担当的社会名流写小文章、讲微故事等方式，在自媒体领域塑造、培养大量传播主流思想、引领网络舆情的网络“大V”和微信公众号。在敌对势力利用新媒体加紧对我价值观输出的背景下，在社会转型震荡不已、社会共识亟待重建的今天，中国迫切需要保持战略定力，坚持和发展中国特色社会主义；迫切需要增强理论自觉、理论自信，用马克思主义中国化的最新成果回答中国问题；迫切需要一大批有影响力的意见领袖激浊扬清、传播正能量。新媒体的意见领袖就是意识形态领域传播中国声音、弘扬正能量的明星，应发挥其明星效应，构建明星——追随者的注意力群体结构模式，通过意见领袖和粉丝的转发、评论以及对不健康甚至反动言论的批驳，敢于发声、善于发声，形成新媒体场域的主流意识形态话语洪流。

## 6. 净化话语环境

为营造良好的意识形态话语环境，需要进行建立健全舆情监管和管理机制。第一，从技术上进行实时监控。新媒体时代，信息量大，舆情传播快，监管和处理不及时极有可能导致灾难性的后果。随着信息技术发展，大数据技术日益成熟，成为推动产业转型升级的重要力量，也为信息处理任务庞大的网上舆情实时监控分析提供可能。第二，整合力量，完善相关法律法规，形成合力。新媒体近年来得到快速发展，应完善该领域的法律法规，以规范政府、媒体和用户等各种主体的网络行为，提高官方微博、微信公众号、移动客户端的公信力，打击非法和不良网络信息，保障用户的合法权益。2015年11月1日实行的《刑法修正案（九）》就在刑法第291条中增加了一款打击网络传播谣言的规定：“编造虚假的险情、疫情、灾情、警情，在信息网络或者其他媒体上传播，或者明知是上述虚假信息，故意在信息网络或者其他媒体上传播，严重扰乱社会秩序的，处三年

以下有期徒刑、拘役或者管制；造成严重后果的，处三年以上七年以下有期徒刑。”<sup>①</sup>

#### 7. 增强主流意识形态的解释力和说服力

第一，在实践创新和理论创新的良性互动中推动主流意识形态的发展，凸显其真理性。在新媒体时代，意识形态话语权建设时代条件有了新的变化，但是，影响意识形态话语权的最重要因素没变，仍然是意识形态自身的真理性。意识形态的真理性就是意识形态作为思想上层建筑能反映经济基础，反映时代的变化，能回答当代社会中的重大理论和现实问题，澄清人们思想上的困惑，指导人们前进。要把握理论创新规律，根据新的时代条件，不断总结实践经验，尊重群众的首创精神，把实践中成功的经验上升为理论，再用新的理论指导实践，在实践中不断完善理论。总之，在实践和理论统一中推动主流意识形态的发展。第二，增强主流意识形态与社会现实的一致性。意识形

态话语权建设一方面要宣传马克思主义本身的科学性、真理性问题，另一方面要缩小这种意识形态自身与其现实展现之间存在的差距。当人们发现主流意识形态没有兑现它的承诺，无法帮助其实现利益诉求时，他们就会转而表达对其他社会思潮的认同，这是现今各种社会思潮泛滥的重要原因。只有兑现对人民利益的承诺，人民对意识形态的认同才会逐步深化，主流意识形态在人民中才会有更多话语权。

本文作者：湖南城市学院社会主义核心价值体系建设研究所教师，中国社会科学院马克思主义学院2014级博士研究生  
责任编辑：周勤勤

① 新华社：《授权发布：中华人民共和国刑法修正案（九）》，[http://news.xinhuanet.com/2015-08/30/c\\_1116414724.htm](http://news.xinhuanet.com/2015-08/30/c_1116414724.htm)。

## Challenges and Responses: the Right of Ideological Discourse in the New Media Era

Wen Dashan

**Abstract:** New media has changed the original ecology of communication, and grassroots have more opportunities to voice their opinions. This phenomenon brings about the change of the relationship between media and audience from inequality to equality, and enormous challenge to mainstream ideology whose dissemination has relied on the advantages gained from traditional media monopoly. To cope with these new challenges, the mainstream ideology should take such important measures as to update its thinking, to adjust its mode of discourse, to innovate its discourse system, to accurately grasp the audience of its discourse, to train opinion leaders who can spread positive energy, and to purify the discourse environment. But the nature of ideology has not changed in the new media era. To grasp the right of ideological discourse, to convince the masses, the mainstream ideology should constantly promote its theoretical innovation and enhance its explanatory power of reality.

**Keywords:** new media; the right of ideological discourse; explanatory power