

新媒体时代马克思主义大众化的传播困境与优化

朱逸渲, 季 燕

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2022年5月21日; 录用日期: 2022年6月1日; 发布日期: 2022年6月13日

摘 要

马克思主义大众化是马克思主义理论在我国实践的必然所需, 是新时代对党和政府的重要考验。然而在新媒体时代之下, 由于新媒体时代呈现出信息传播快、更新快、遗忘快, 内容杂乱真实性无法保证且由于算法技术应用导致加剧圈层现象等诸多特点, 马克思主义大众化传播面临困境。当下则应该采取提高人民群众辨别错误意识形态和远离消极网络舆论的能力, 不断完善网络舆情防控技术和优化算法技术等措施去化解新媒体时代马克思主义大众化传播面临的危机, 创造一个和谐、安全充满主流意识形态旋律的马克思主义大众化传播之域。

关键词

新媒体时代, 马克思主义大众化, 传播困境

The Dissemination Dilemma of the Popularization of Marxism and Optimization in the New Media Era

Yixuan Zhu, Yan Ji

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: May 21st, 2022; accepted: Jun. 1st, 2022; published: Jun. 13th, 2022

Abstract

The popularization of Marxism is an inevitable need for the practice of Marxist theory in my country, and it is an important test for the party and the government in the new era. However, in the

age of new media, due to the fast information dissemination, fast updating, and fast forgetting in the new media era, the authenticity of the content cannot be guaranteed, and the application of algorithm technology leads to aggravating the phenomenon of circles, etc., the popularization of Marxism is facing difficulties. At present, measures should be taken to improve the people's ability to identify wrong ideology and stay away from negative online public opinion, and constantly improve the prevention and control technology of online public opinion and optimize the algorithm technology to resolve the crisis faced by the mass communication of Marxism in the new media era, to create a harmonious and safe Marxist mass communication domain full of mainstream ideological melody.

Keywords

The New Media Era, The Popularization of Marxism, The Dilemma of Communication

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

推进马克思主义大众化传播是马克思主义在现实实践发展的迫切要求, 是马克思主义中国化的应有之义。中共历代领导集体都格外重视马克思主义大众化的传播, 在传播路径、传播内容、传播环境等方面都已经积累下丰厚的研究成果。进入 21 世纪以来, 互联网技术迅速发展, 新媒体时代悄然而至。“新媒体时代”由上个世纪引入我国已经四十余年, 期间我国学者对于“新媒体时代”的理解也不断深化, 清华大学的熊澄宇教授将新媒体定义为: “通过科学技术手段对画面信息进行加工处理完成后, 呈现在人们眼前的媒体形态” [1]。新媒体时代使新闻传播主体、传播内容模糊化, 无法获得清晰的认定, 因此存在大量存疑信息影响主流意识形态的安全性。因此基于新媒体时代背景下, 始终维护马克思主义大众化传播效率和有效辨别传播困境, 不仅是两个百年计划实现的必要选择, 还是新时代中国特色社会主义事业的重要内容。在推进马克思主义大众化的工作上, 党的十九大报告明确指出: “必须推进马克思主义中国化时代化大众化, 建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态。” [2] 因此, 正确引导主流意识形态的发展当仁不让成为当下马克思主义大众化传播的首要内容, 要完成这项任务需要指出新媒体时代研究马克思主义大众化必要原因, 结合当新媒体时代下马克思主义大众化传播的特点, 为新媒体时代马克思主义大众化正确引导提出治理路径。

2. 新媒体时代马克思主义大众化传播的价值意蕴

十九大以来我国进入新时代的发展阶段, 面临着全新的社会主义发展任务和社会主义矛盾, 维护好、巩固好我国主流意识形态建设当仁不让成为当下主要任务之一。而马克思主义大众化的传播则是连接马克思主义理论和人民群众的关键桥梁, 马克思主义大众化用通俗易懂且贴近人民生活的语言和方法使人民深刻了解马克思主义的原理、方法, 并且可以自觉的支持和维护今后我国的新时代中国特色社会主义建设。在马克思主义大众化传播需求猛烈增加的当今社会, 又与新媒体时代不期而遇。根据中国互联网络信息中心第 47 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至 2020 年 12 月, 我国网民规模已达 9.89 亿, 较 2020 年 3 月增长 8540 万, 互联网普及率达 70.4%。互联网普及率比第 46 次《中国互联网络发展状况统计报告》增长了 3.4%, 互联网普及率不断升高不仅为我国在疫情期间的治理防控发挥着关键作用, 同时也为我国 2020 年全面建成小康社会任务圆满完成添上浓墨重彩的一笔。互联网普及率不断上

升的背后是互联网技术的飞速发展, 便捷又充满娱乐性的网络交往促使传统媒介发生了由精英媒体 - 大众媒体 - 个人媒体的转变, 在各种社交平台如微博、微信、抖音等社交 App 盛行的网络之下的新媒体时代中, 个人媒体发挥的作用更加的显而易见, 个人媒体对马克思主义大众化传播的作用也越来越重要。新媒体时代的到来让社会中的人民能够多渠道并及时快捷地获取自身需要的大量信息, 并且发表自己的观点, 在获取大量信息的同时网络中也充斥着大量危害马克思主义大众化传播安全的信息, 严重危害我国社会主义意识形态安全, 因此在新媒体时代之下深入马克思主义大众化传播研究, 一方面, 可以有效减网络舆情所带来的危害给我国马克思主义大众化传播安全护上“盔甲”; 另一方面也可以利用新媒体时代的便捷性, 推动传播马克思主义大众化的前进道路。

3. 新媒体时代马克思主义大众化传播困境

新媒体时代之下, 人人都可以成为信息的发布者和传播者, 随意不起眼的新闻经过一连串的发酵都可能成为网络中引起舆论漩涡的“龙卷风”。近些年来随着智能手机和 5G 的不断发展与普及, 短视频 App 不断盛行出现, 这类视频 App 反而成为错误意识形态产生的重要场所, 危害着我国马克思主义大众化的传播。要想了解新媒体时代马克思主义大众化传播遭遇的困境必须要先从这类 App 为出发点, 以要结合新媒体时代的传播媒体特点去分析。分析新媒体时代马克思主义大众化传播遭受到的困境可以更好的了解和掌握马克思主义大众化传播的动态, 在面临马克思主义大众化传播危机时候及时引导和危机调整。

3.1. 马克思主义大众化传播面临信息更新速度快、遗忘速度快的困境

第 47 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截止至 2020 年 12 月, 我国网络新闻用户规模已经达到了 7.43 亿, 而手机网络新闻规模达到 7.41 亿, 远远超过中国总人口的 50%。网络新闻用户数量的增多意味着每时每刻增加了更多的新闻消息更新, 新闻传播主体变多, 这为信息内容真实性的有效筛查和控制加大了难度。新媒体时代下, 当迈进网络那个瞬间, 成千上万的信息便会如潮水般涌来, 不仅数量上无法控制、其传播效率和内容也无法快速控制。首先, 马克思主义大众化传播往往以党政服务公众号、新闻视频、微信、微博等为媒介进行传播, 在信息如海的时代很难让人聚集到专一的党政信息专栏进行观看。如今网络的主力军和未来引领发展的青少年, 这些学生绝大多数是千禧一代, 他们是互联网的“土著居民”, 与互联网有着极强的黏性, 每当出现与他们兴趣并不相符的内容时候他们往往会选择一键不感兴趣, 快速的杜绝今后相关信息的推送。其次, 新媒体时代面临的第二个特点就是信息遗忘速度加快, 相比传统媒体对新闻素材的加工直到传达到人们身边, 往往需要耗费一段时间, 新闻信息具有一定的滞后性。但是如今新媒体时代下, 马克思主义大众化传播可能只需要几分钟甚至更短时间, 新媒体时代赋予马克思主义大众化传播极高的便利, 同样也给予马克思主义大众化传播很高的遗忘速度。在马克思主义大众化传播过程中, 由于人们对于马克思主义具有刻板的书本化和“距离感”, 和马克思主义主流媒体对其传播时候不接地气话语过于学术化, 导致马克思主义大众化传播途中经常面临人们遗忘速度加快、“事倍功半”的窘境。

3.2. 算法技术导致信息茧房圈层严重, 阻碍马克思主义大众化传播

互联网技术的发展促进推荐算法技术在新媒体时代的运用, 推荐算法是将算法应用于信息传播领域而形成的信息智能分发技术。算法技术的设计逻辑在于, 基于每个用户内容消费的行为数据、个体属性数据与社交关系等综合的信息转化为数据, 进行大数据计算与分析, 从而实现精准的用户“画像”, 进而推送“懂你”的信息[3]。虽然推荐算法帮助人们在浏览网页时进行个性化推荐, 更加方便找到符合自己兴趣内容, 但是推荐算法也加剧“信息茧房”的形成导致信息茧房的圈层增厚, 减少了马克思主义大众化的凝聚力和传播力。在这个信息获取支离破碎的时代, 推荐算法允许人们看到与他们自己的价值观

一致的圈层, 与自己价值观一致的舆论进行交融, 相反, 那些偏离人们价值观的信息要不直接过滤掉要不就会与相反的观点进行充满“仪式感”的非理性“互喷”。随着时间的延续, 这种算法技术加剧的“信息茧房”效应对使人们之间的意识形态和价值观差距逐渐增加, 各个圈层的人们意识形态也就与马克思主义大众化所期待的效果成为一种隔离的状态, 因为很少听到主流声音, 从而很难接触大众的看法意见, 新媒体时代带来的信息茧房的消极部分逐渐加大而马克思主义大众化的话语权和领导权也将逐渐削弱。

4. 新媒体时代马克思主义大众化传播路径

4.1. 提高人民群众辨别错误意识形态的能力, 自觉选择马克思主义武装自己

不论在过去、现在还是未来, 在错综复杂的网络环境下无法彻底辨清任何错误的网络意识形态和扼杀所有的网络舆论的消极作用的, 因此人民群众应该不断积极去提升自身价值引领的能力, 自觉主动的去接受马克思主义大众化的成果。其次, 作为马克思主义大众化的传播主体应该不断积极丰富主流意识形态内容形式, 增强马克思主义的吸引力不断丰富完善自身, 不断增加马克思主义的传播力、吸引力和感染力。正如恩格斯指出: “我们的理论是发展着的理论, 而不是必须背得烂熟并机械地加以重复的教条。”

[4]网络空间不仅仅是各类信息融合的场所, 还是各种各样思想和观点相互碰撞擦出不同火花和新观点的公共领域, 只有将我国主流意识形态融入人民群众中, 让人民群众所接受, 才可以提高他们在新媒体时代浏览新闻和发布信息时候始终坚持主流意识形态, 选择用马克思主义武装自己, 主动辨别和远离消极信息的能力。社会有关部门应该通过不同形式不断进行马克思主义大众化的宣传, 为维护好我国网络意识形态安全营造出良好基础, 才可以在具有去中心化、圈层化等特点的新媒体时候, 及时干预正面引导, 纠正人们错误思想, 正确引导人民意识形态往主流意识形态靠拢, 为在新媒体时代下发挥马克思主义大众化积极作用提供帮助。

4.2. 不断完善网络舆情防控技术和优化算法技术, 探索建立健全网络舆情防控技术

习近平总书记指出, “网络安全的本质在对抗, 对抗的本质在攻防两端能力较量” [5]。要在新媒体时代对马克思主义大众化进行正确引导不但要紧跟信息技术的发展, 建立健全的网络舆情安全防控机制, 还要优化互联网中的算法技术避免圈层现象的加重。社会网络舆情防控部门应该在事情发酵之前就对网络上流传的舆情进行风险评估和舆情引导, 从而可以降低网络舆情的消极作用, 并且对马克思主义进行宣传尽可能发挥其积极作用。与此同时不仅网络舆情防控部门严格重视, 整个社会也都需要在思想上高度重视, 在行动上积极应对。各大新媒体平台、主流媒体、政府部门和用户都需要共同防范错误意识形态等新媒体时代带来的对马克思主义大众化产生的风险。社会相关部门应该积极推荐优化算法技术, 对算法技术进行扬长避短, 呼吁新媒体等平台认清自身应该所承担的责任而不是一味的追求浏览采取极端的推荐算法。设立一系列人工网络舆情的把关岗位, 积极鼓励各大平台对其自身的网络舆情进行监督使其可以在保证马克思主义主体地位不变的情况下, 使人民群众可以合理利用手中的新媒体手段与他人观点进行观点讨论, 并且合理接受到马克思主义大众化的传播效果。

参考文献

- [1] 王光磊. 新媒体环境下的大型体育赛事营销策略分析[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京体育大学, 2009.
- [2] 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: 41.
- [3] 张志安, 汤敏. 论算法推荐对主流意识形态传播的影响[J]. 社会科学战线, 2018(10): 174-182.
- [4] 中共中央编译局. 马克思恩格斯选集(第4卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2012: 588.
- [5] 习近平. 在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话[N]. 人民日报, 2016-04-26(2).