

当代人文经典书库

网络时代思想政治教育研究

WangLuo ShiDai SiXiang
ZhengZhi JiaoYu YanJiu

郭同峰◎著



当代人文经典书库

网络时代思想政治教育研究

WangLuo ShiDai SiXiang
ZhengZhi JiaoYu YanJiu

郭同峰◎著



九州出版社
JIUZHOU PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

网络时代思想政治教育研究 / 郭同峰著. -- 北京:
九州出版社, 2017. 12

ISBN 978 - 7 - 5108 - 6476 - 6

I. ①网… II. ①郭… III. ①思想政治教育—研究—
中国 IV. ①D64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 330670 号

网络时代思想政治教育研究

作 者 郭同峰 著
出版发行 九州出版社
地 址 北京市西城区阜外大街甲 35 号 (100037)
发行电话 (010) 68992190/3/5/6
网 址 www.jiuzhoupress.com
电子信箱 jiuzhou@jiuzhoupress.com
印 刷 三河市华东印刷有限公司
开 本 710 毫米×1000 毫米 16 开
印 张 16
字 数 287 千字
版 次 2018 年 1 月第 1 版
印 次 2018 年 1 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5108 - 6476 - 6
定 价 68.00 元

★版权所有 侵权必究★

网络时代
7424

56
226
014

网络时代
思想政治

作者简介

郭同峰（1968—），汉族，祖籍山东招远，法学硕士，鲁东大学马克思主义学院教授。主要研究方向是马克思主义中国化和中国特色社会主义理论。近期侧重对马克思主义意识形态理论教育在互联网时代面临的问题进行研究。

本书的出版得到了山东省重点马克思主义学院
鲁东大学马克思主义学院的出版资助

目 录

CONTENTS

绪论 网络意识形态的话语权建设	1
第一章 网络意识形态理论分析	13
第一节 网络意识形态研究现状 13	
一、基础理论研究 14	
二、结合中国意识形态领域出现的问题针对性研究。 16	
第二节 网络意识形态的基本理论 19	
一、意识形态的概念梳理与内涵界定 19	
二、意识形态的特征 33	
三、意识形态的功能 36	
第三节 意识形态与政党、国家的关系 38	
一、意识形态和政党必然有着天然的联系 38	
二、政党意识形态与国家意识形态关系的一般分析 41	
第四节 新形势下研究网络意识形态的意义 44	
一、维护中国共产党执政安全的需要 45	
二、实现国家长治久安的需要 46	
三、实现社会整合的需要 47	
第二章 网络意识形态的互联网基础	49
第一节 第三次工业革命为数字化时代的到来奠定了基础 50	
一、三次工业革命 50	
二、从互联网到“互联网 +” 54	

第二节 中国互联网进入平稳发展新阶段 57

一、我国互联网发展的演进过程 58

二、我国互联网发展的现状 64

第三节 我国互联网领域的政策变迁 80

一、国家信息化发展战略 80

二、下一代互联网发展战略 81

三、宽带中国战略 82

四、三网融合战略 83

五、网络强国战略 84

第三章 互联网新技术的应用对意识形态传播的影响 86

第一节 互联网科技的发展促进了人的解放 86

一、马克思和恩格斯高度重视科技进步 86

二、中国共产党对科技的重视 87

三、互联网科技促进了人的自由解放 88

四、互联网技术的属性 89

五、互联网对意识形态教育的影响 92

第二节 互联网大数据时代意识形态话语权的争夺 97

一、网络数字化时代的挑战 98

二、互联网时代的创客 104

三、信息化时代的网络权力与限制 105

第三节 网络意识形态对传统把关理论的挑战 112

一、传统把关理论的发展与变迁 112

二、把关的界限模糊与把关角色的转换 113

三、把关模式与信息传播的改变 115

四、把关效果与把关心理的变化 116

第四节 智能物联网为基础的场景媒体时代 117

一、媒体的演变与融合 117

二、罗伯特的“场景五力” 118

三、彭兰的场景四要素 119

四、虚拟现实技术对网络意识形态传播的影响 121

第四章 网络错误思潮批判 126

第一节 网络错误思潮传播的传播学分析 126

一、被抛弃的模式——“枪弹论” 127

二、有限效果论 127

三、说服论 131

四、一致论 134

五、信息论 135

六、对各种学说的分析概括 135

七、影响受众接受某种意识形态的因素 136

第二节 新自由主义思潮批判 140

一、保守自由主义与新自由主义的主要分歧 141

二、新自由主义的本质与传播 143

三、新自由主义与社会主义意识形态的对抗 145

第三节 历史虚无主义批判 148

一、哲学中的虚无主义 148

二、历史虚无主义批判 152

三、历史虚无主义的实质目的 161

第五章 网络意识形态中的网络舆论与网络谣言 168

第一节 互联网大数据时代的思维转向 169

一、互联网思维的全面渗透 169

二、80 后成为了网络舆论的主力军 173

三、互联网给国家的政治安全带来的挑战 175

四、网络舆论和网络谣言的治理 178

第二节 网络意识形态的形式之网络舆论 181

一、网络案例中的意识形态 181

二、网络舆论分析 185

第三节 网络意识形态的形式之网络谣言 194

一、谣言与网络谣言 195

二、网络谣言的治理 197

第四节 网络意识形态舆论倒逼与政府的舆情回应 201

一、舆论“倒逼”机制的作用原理 201

二、政务舆情回应 203

三、英国脱欧公投与网络舆情引导	205
-----------------	-----

第六章 网络意识形态的应对 208

第一节 与时俱进,树立大数据时代的思维方式 209

一、大数据时代的三个转变 209

二、大数据时代的隐私保护 212

三、互联网思维的特征 214

第二节 掌握网络意识形态的话语权 219

一、坚持马克思主义的网络话语权 219

二、主流意识形态的网络话语 221

三、官方媒体拥抱新媒体占领主阵地 223

四、要学会讲故事 225

第三节 提高网络参与者的媒介素养 227

一、媒介素养概述 228

二、新媒介素养 229

三、新媒介素养教育的发展趋向 233

第四节 植根中国优秀传统文化传播中国声音 236

一、应对网络意识形态必须依托传统文化 236

二、传统文化是推进意识形态教育的出发点 238

三、优秀传统文化和意识形态教育结合必须处理好的两个关系 241

参考文献 244

绪论

网络意识形态的话语权建设

中国共产党自成立以来,特别是改革开放以来始终高度重视文化建设,特别是凝聚人心汇聚民意的意识形态建设。党的十八大以来,习近平总书记站在战略和全局高度,就抓好意识形态工作作出一系列重要论述。习近平总书记指出:经济建设是党的中心工作,意识形态工作是党的一项极端重要的工作。他在2013年8月19日《在全国宣传思想工作会议上的讲话》中指出:历史和现实反复证明,能否做好意识形态工作,事关党的前途命运,事关国家长治久安,事关民族凝聚力和向心力。巩固党的群众基础和执政基础,不能说只要群众物质生活好就可以了,这个认识是不全面的。党的群众基础和执政基础包括物质和精神两方面。精神上丧失群众基础,最后也要出问题。只有物质文明建设和精神文明建设都搞好,国家物质力量和精神力量都增强,全国各族人民物质生活和精神生活都改善,中国特色社会主义事业才能顺利向前推进。

人类进入互联网时代是一个世界潮流,开放、平等、协作、分享的互联网精神逐步成为社会共识,传统媒体的话语权遭到新媒体的强烈冲击。宣传思想工作必须重视和学会应用互联网规律,创新思维和工作方式,掌握舆论引导和宣传思想教育的主动权。在意识形态的历史上,相比较于资产阶级政党,在革命年代无产阶级政党依靠自身的率先垂范和勇于牺牲比较好地团结了广大人民群众,但在和平建设年代,特别是在改革开放新时期,我们在某些方面并没有很好实现从革命到建设的转变。在网络意识形态中,我们要解放思想放眼世界,在确保自身意识形态安全的同时,要改变被动防守的局面,意识形态中进攻是最好的防守,单纯的防守只能导致四面楚歌进退失据。我们在网络意识形态中要放下身段向对手学习,在增强自身意识形态的吸引力的同时发挥马克思主义意识形态的领导力,真正形成意识形态的钢铁长城,为实现“两个一百年”的奋斗目标提供强大的思想保证。

一、话语权建设是意识形态建设的重要组成部分

(一)意识形态的领导权至关重要

资产阶级在第二次世界大战后也不断改变统治策略和方法,在思想意识形态方面具有比较深厚的思想渗透的技巧和比较完善的理论体系。所以我们仔细观察就会发现,通过各种形式打扮的西方意识形态经由各种新媒体和社交工具等网络传播工具,在世界上不同国家兴风作浪,打着所谓的民主自由等普世价值的幌子,蛊惑一批又一批没有立场和原则的网民与狼共舞,导致许多国家的动荡和执政党的下台。现在流行的话语权从其根本上看就是意识形态的领导权,西方马克思主义的代表人物葛兰西所认为文化霸权其实就是指的意识形态的话语权,是统治阶级为了维护本阶级或本社会集团的根本利益和统治地位,以国家力量为后盾,对国家权力进行体系化、规范化的分配,“积极运用领导、决策、组织和控制等国家职能,通过设立意识形态机构、制定意识形态政策、占有和分配意识形态资源来组织和实施意识形态工作的国家权力”。^①从本质上讲,作为意识形态核心的价值观教育是为统治阶级服务的,大众传媒传播作为主导意识形态的统治阶级的价值观是传媒义不容辞的责任。古往今来,人类社会任何一种社会形态、任何国家,不论属性如何,都会有自己占主导(统治)地位的意识形态在起着凝聚人心、维护社会统治秩序的作用。以当代社会而论,无论资本主义国家还是社会主义国家,也都有其主导意识形态作为立国的思想价值观念基础。上一世纪80年代以前,马克思列宁主义在苏联就曾经在这方面发挥过重大影响。以戈尔巴乔夫为代表苏共新领导“改造”苏联的改革路线,不是改进而是从根本上摧毁了社会的意识形态基础,涣散了民心,埋下了社会动乱的祸根。

无产阶级的革命导师列宁从办报入手创建了布尔什维克党,世界上第一个社会主义国家苏联的建立和他的卓越的宣传密不可分。鉴于宣传在革命中的巨大作用,宣传被细分为宣传和鼓动。两者的区别在于:宣传表示广泛的传播,需要深入而有详细讲解的思想、理论和学说,它“以形成一定的世界观为目的”,^②它更多地诉诸理智,鼓动是“通过演讲和各种群众性报道手段传播一种思想,以影响群众的认识、情绪和社会积极性”,^③鼓动的目的不是对鼓动的学说进行系统的叙述,

① 郑永廷、任志峰:《社会主义意识形态领导权和主导权研究》,《教学与研究》,2013年第7期,其5页。

② [苏]A. M. 普罗霍罗夫:《苏联百科词典》,中国大百科全书出版社1986年版,第1464页。

③ [苏]A. M. 普罗霍罗夫:《苏联百科词典》,中国大百科全书出版社1986年版,第469页。

“鼓动比任何事情都密切地与现实群众运动相联系”,^①它诉诸感情。

统治阶级的主流价值观不会自动在社会大众的思想中占据统治地位,古往今来的统治者都通过各种各样的方式(或显性的,或隐性的)以达到自己的在潜移默化中灌输自己的价值观为核心的意识形态,最终形成不战而屈人之兵的统治功效。“占统治地位的将是越来越抽象的思想,即越来越具有普遍性形式的思想。因为每一个企图取代旧统治阶级的新阶级,为了达到自己的目的不得不把自己的利益说成是社会全体成员的共同利益,就是说,这在观念上的表达就是:赋予自己的思想以普遍性的形式,把它们描绘成唯一合乎理性的、有普遍意义的思想。进行革命的阶级,仅就它对抗另一个阶级而言,从一开始就不是作为一个阶级,而是作为全社会的代表出现的;它以社会全体群众的姿态反对唯一的统治阶级。它之所以能这样做,是因为它的利益在开始时的确同其余一切非统治阶级的共同利益还有更多的联系,在当时存在的那些关系的压力下还不能够发展为特殊阶级的特殊利益。因此,这一阶级的胜利对于其他未能争得统治地位的阶级中的许多个人来说也是有利的,但这只是就这种胜利使这些个人现在有可能升入统治阶级而言。当法国资产阶级推翻了贵族的统治之后,它使许多无产者有可能升到无产阶级之上,但是只有当他们变成资产者的时候才达到这一点。由此可见,每一个新阶级赖以实现自己统治的基础,总比它以前的统治阶级所依赖的基础要宽广一些;可是后来,非统治阶级和正在进行统治的阶级之间的对立也发展得更尖锐和更刻。”^②马克思的论述深刻阐明了意识形态在通过阶级斗争夺取国家政权的重要地位,特别是统治阶级要维护自己的统治须臾离不开意识形态的维护作用。所以江泽民同志说:“大量事实证明,思想文化阵地,马克思主义、无产阶级的思想不去占领,各种非马克思主义、非无产阶级的思想甚至反马克思主义的思想就会去占领。”^③

(二) 牢牢把握意识形态领域的话语权

抽象的统治阶级的思想如何被大众所接受,离不开传媒的宣扬,特别是在现今社会大众传媒无处不在地发挥作用。大众传媒本身没有阶级性,既可以是一种可以为善的工具,也可以是一种可以为恶的工具。在现实生活中,它对人的思想既有建构功能又有解构功能。大众传媒可以采用议程设置、理论灌输、典型示范、情感激励、身体力行、双向互动、舆论引导等方法对受众进行价值观的引导和

① [苏]谢列兹涅夫:《心理战——战争与意识形态》,吉林人民出版社1991年版,第28页。

② 《马克思恩格斯文集》第1卷,人民出版社2009年版,第552页。

③ 《江泽民文选》第3卷,人民出版社2006年版,第97页。

教育。

统治阶级总是要凭借政权的力量带有一定强制性地利用各种媒介、途径向人们宣传、灌输本阶级的思想观念,以形成社会思维定式和行为规范,保证社会的长治久安。某些西方发达国家凭借其在当代社会中的经济、政治主导地位,在理论上鼓吹文化中心主义和文化霸权主义(如福山的“美国价值优越论”、亨廷顿的“文明冲突论”),而在方法上则采取被美国学者约瑟夫·奈称之为“软实力”的温和无形、像凉水煮青蛙的方法,通过精神、道德诉求影响、诱惑别人,对其他国家推销自己的文化产品和价值观,以达到消解别国的民族文化,同化别国的企图。^①

应该看到,从“9·11”事件后西方媒体对中国的报道越来越正面了,而且中国政府的对外公关一直在进步,进步很大。即便如此,我们在“全球意见市场”上的竞争还处于劣势。

他们故意妖魔化中国,因为中国崛起了,对他们形成威胁了,所以他们要把你压下去,有意地给你抹黑。

在全球化背景下,文化霸权,就是西方国家把其物质生活方式、人生观和价值观作为一种普世的行为准则加以推行,赋予自己在文化上的支配地位。

布热津斯基在《大棋局》一书中明确无误地指出,美国争夺欧亚大陆的结果最终将由非军事手段决定,“政治上的生命力、意识形态上的灵活性、经济上的活力和文化上的吸引力,变成了决定性因素”。最直接的后果是,广大发展中国家的本土文化处于被西方文化吞噬的危险境地。发展中国家捍卫自己的文化主权已经刻不容缓。

以往让一种文化渗入另一种文化需要用几年甚至几十年的时间,而今天在经济全球化和信息全球化的大背景下,现代传播技术的发展加速了人类各种文化在世界范围内的传播、交流和碰撞。西方国家,特别是美国不仅拥有因特网和卫星电视的物质设施优势,而且还掌握着尖端的计算机技术和卫星技术。正是凭借着这种优势,他们竭力拓展和占领世界思想文化市场,控制思想文化资源。^②

习近平总书记在2013年的全国宣传思想工作会议上指出:经济建设是党的中心工作,意识形态工作是党的一项极端重要的工作。面对改革发展稳定复杂局面和社会思想意识多元多样、媒体格局深刻变化,在集中精力进行经济建设的同时,一刻也不能放松和削弱意识形态工作,必须把意识形态工作的领导权、管理

① 参见孟浩明:《关于现阶段我国意识形态建设问题的战略思考》,《马克思主义研究》,2005年05期,第50-51页。

② 参见刘伟胜:《文化霸权概论》,河北人民出版社2002年版,第83页。

权、话语权牢牢掌握在手中,任何时候都不能旁落,否则就要犯无可挽回的历史性错误。

二、互联网对传统媒体话语权的挑战

(一) 互联网对传统的话语体系建设理论的挑战

人类任何活动本质上都是信息活动。信息流的传递介质、传递方式的不同将决定你接受信息的不同。互联网传播正在改变中国,改变中国的信息传播格局,改变中国的社会关系,改变政府的理政方式,同时也会改变中国企业的运作方式,会改变一切机构的管理方式和社会管理方式。收音机的用户普及到 5000 万人用了 38 年,电视用了 11 年,互联网用了 4 年。2013 年,移动设备从 2012 年的 65 亿部增加到 70.26 亿部。从全球范围看,还将以 8% 的 CAGR(年复合增长率)增长到 2018 年的 102 亿部。^① 2012 年新浪微博独领风骚,2013 年微信一夜间改变了一切,45% 首选微信作为在线工具。

这是这样一个时代,技术的发展演变已经远远超越了一些主流教育理论,这些理论是关于人们如何使用这些技术的。以学习者为中心的理论在建构主义理论并不能完全解释 Web2.0 时代的学习。Stephen Downes 认为,同时使用诸如即时通讯软件、博客、维基和图片分享之类的社会性网络工具,从根本上彻底地重新定义了在线课程中的潜在社区成员。当某位同学针对某一节课撰写发表博客文章的时候,有关这篇博客文章的评论和反馈可能会来自于世界任何地方能接入互联网的任何人。在这种情况下,有共同兴趣爱好的人们开始构成一个网络,而这些人并不局限于同一教室。^②

从“人找信息”到“信息找人”。所谓的 Web3.0 就是个信息积聚的时代,因为在 Web3.0 时代信息过于富集,多来源、过于富集使得需求关系发生变化。我们把自己还原成普通人就会发现,信息太多实际上我们需要有人来帮我们选择,给我们提供选择结果。因而在整个传播格局中选择者、索引者、解读者的地位上升甚至超过了采集者和一般加工者。传统媒体因为长期的选择经验很容易成为选择者。索引者比如说搜索引擎,只不过是互联网的一个入口,为什么能获得如此高的估值。一个核心就在于它好像给每条信息加了一个标签,然后按照自己的算法把它排了一个顺序,是在给索引做标签。有人可能不太瞧得起图书馆那些做目

① <http://www.istis.sh.cn/list/list.aspx?id=8191>, 2015 年 12 月 8 日访问。

② [美]柯蒂斯 J·邦克著,焦建利主译:《世界是开放的——网络技术在如何变革教育》,华东师范大学出版社 2011 年 8 月版,第 402 页。

录、索引的人,但是没有他们图书馆几亿册书就是一堆废纸。索引者的地位在上升。第三个是解读者。用一句话来概括互联网时代的报纸:在免费新闻、免费信息时代人们为什么还要花钱购买报纸,因为报纸提供的是选择的结果。因此今天的报纸仅仅提供新闻与信息是远远不够的,要提供选择结果,要提供观点、思想。今天的媒体,包括传统媒体及电视在内,称它为选择结果的载体、观点的载体、思想的载体,而绝不仅仅是信息的载体。大家去研究一下戛纳的获奖作品你就会发现,广告的诉求方式也在发生变化,不断有更多的树立理念、观念的广告来代替一股对于品牌内涵的阐释,代替了一般产品的情绪感染。

(二) 互联网造就了新的话语受众主体

短短的几十年间,互联网从聚集信息走向分散信息,并最终即以即时的属性,成为当今世界人们须臾不离的生活方式,在虚拟世界中重新构建了人类世界的关系图谱。^① 2013年8月6日,创刊于1877年的《华盛顿邮报》,这份曾经获得过47次普利策奖、18次尼曼奖学金、368次白宫新闻协会摄影奖的报纸在互联网的冲击下步履维艰负债累累,最终被亚马逊CEO贝索斯以个人名义收购。这不能不对传统媒体形成强烈刺激,如何在新媒体的形势下,让意识形态工作和新的传播手段内容相融合,开创思想政治教育和舆论宣传的新局面显得尤为重要。

新媒体不仅超越了传统媒体,而且突破了传媒和通信工具角色,成为全球发生革命性变革的高度社会化媒体。日呈网络化、全球化、全民化、移动化、社会化、融合化发展态势的新媒体迅速催生出庞大的虚拟空间,在与现实社会的紧密融合中,亦在一些领域产生了激烈冲突,并且引发了诸多前所未有的矛盾与问题,给全球各国带来了严峻的挑战。认识中国新媒体,必须要从全球的角度深入分析新媒体的传播转型,以及由此而引发的虚拟和现实社会的冲突与融合。

80后、90后是一群充满着互联网精神的社会主体,这一部分人也是国家和社会发展的中坚力量。法国的福柯说过“话语即权力”。在《话语的秩序》一书中,福柯第一次提到了话语和权力的结合。虽然话语在表面上只是一种表达方式,但话语往往能说明拥有和行使话语权的人背后所隐藏的价值取向、利益立场和诉求。互联网在一定意义上能影响人们的立场和价值取向。

马云曾言不是他们这一代互联网人厉害,而是时代厉害,他们只是顺应互联网的潮流而崛起。我们要顺应互联网发展的潮流,要用互联网思维分析研究新的话语受众主体,方能应对新的挑战。

^① 项建华、蔡华、柳荣军:《互联网思维到底是什么》,电子工业出版社2014年版,第6-7页。

(三) 互联网话语竞争对国家安全构成挑战

近几年,西方国家纷纷推出网络空间战略,激烈争夺治网权,以占据新媒体空间这个重要的制高点。2011年5月16日和7月14日,美国政府相继出台了《网络空间国际战略》和《网络空间行动战略》。这是美国政府“第一次针对网络空间制定的全盘计划”。美国网络司令部也于2011年10月全面运行。德国制定了《德国网络安全战略》,英国发布了《国家网络安全战略》。网络空间的权力争夺将改变全球政治格局。

新媒体虚拟空间发展迅猛,现实社会的治理规则难以适用于网络空间,所以网络空间频频引发国与国、政府与个体、公民与公民之间的冲突,严重冲击着现实社会秩序。网络空间的权力分配,虚拟空间对现实社会的冲击,使得网络空间日益成为全球治理中最重要的问题。

三、运用互联网思维加强话语权建设

(一) 高度重视互联网在话语权建设中的重要地位

习近平总书记2013年指出:宣传思想工作是要做人的工作,人在哪儿重点就在哪儿。我国网民有近六亿人,手机网民有四亿六千多万人,其中微博用户达到三亿人。……必须正视这个事实,加大力量投入,尽快掌握这个舆论场上的主动权,不能被边缘化了。

从蒸汽机到互联网,不仅是技术上的革命,更是思想上的革命。随着互联网和手机媒介的普及,世界上越来越多的人正参与到随时随地的交流与传播之中。包含以技术中介的传播在内,交流与传播活动构成了人之所以成为人的必要条件。今天的世界已是一个开放的世界。“开放”已经使我们深深懂得与世界各国人民交流智慧对国家发展、民族进步的珍贵价值。当今世界,人类的智慧、各国的智慧,无不在向互联网的新媒体集聚,希冀尽可能开发新媒体的潜能,创造过去未曾有过的今日,再创造今日未曾有过的明天!我们要抓住传播发展脉搏,积极回应国际社会关切,主动设置议题,有针对性地做好对外阐释和权威解读。要创新话语体系和叙事方式,讲述好普通人追梦、圆梦的“中国故事”。要发挥网络媒体的独特优势,有效运用网络平台传播中国梦。要拓展国际交流合作,最大程度地让国际社会了解中国梦、认同中国梦、共享中国梦。

让世界了解中国是中国软实力建设的一种有效手段。我们今天感受的媒体融合是现代信息技术所推进的,信息传播的技术手段、供应结构和形态模式的界限改变。新一代年轻人信息获取方式和信息依赖渠道改变了。现在互联网网民中35岁以下的网民占到了80%多。技术的发展推进了社会信息传播方式的改

变。我们今天在体验着互联网所有的技术性功能的同时,正在感受到它对社会生活全方位的影响,感受着它为中国社会的发展和进步注入的巨大力量。“虽然互联网具有高度全球化的特征,但每一个国家在信息领域的主权权益都不应受到侵犯,互联网技术再发展也不能侵犯他国的信息主权。国际社会要本着相互尊重和相互信任的原则,通过积极有效的国际合作,共同构建和平、安全、开放、合作的网络空间,建立多边、民主、透明的国际互联网治理体系。”^①

(二) 创新适合互联网时代的话语体系

近代以降的整个社会科学框架体系基本上是由西方创立的,西方的话语体系就隐含于西方社会科学之内,伴随着西方社会科学在世界各地的传播,许多国家不自觉接受了其内在蕴含的话语体系,难以形成自己的话语体系。尽管一些国家认识到问题的严重性,试图建立自己的话语体系,但自己建立的体系并不被西方所理解,难以起到传播自己声音的作用。在互联网时代,自己的声音传播不出去,其他的话语体系就会有市场。对中国来说,要让世界了解中国,关键在于我们必须首先理解自己,在理解自己的基础之上,才能逐步建立自己的话语体系。要达到这个目标,中国必须下大力气培养一批既了解西方社会科学和在此基础上的话语体系,更了解中国发展情况的人才。这样既可以避免自说自话,也可以避免借人家的话语来说明解释自己。^②

对于中国发展的解释权现在还不完全在我们中国人自己的手中,而是在具有影响力的国际主流媒体手中。它们说什么,世界就信什么。在国际舆论上,西强我弱的态势一直很明显,西方对中国的舆论进行封锁和包围,我们的声音传不出去,这是一个迫切需要解决的问题。中国的发展需要加大国际话语权,打破国际舆论的包围和封锁,要在国际舆论中强化我们的声音。

要让国际社会听懂我们的话,接受我们的话。第一,研究我们到底要说什么,就是我们对外传播的核心内容。明确了,取得共识了,就反复说,不停地讲,说深说透,让世界都知道。第二,研究我们怎么把需要说的话讲好。切不可简单地自说自话,把大事说小,把小事说大,更要避免把好事说坏,真事说假。第三,研究传播效果。说了,受众不关注等于没说,受众没听懂等于白说。

要让国际社会接受我们的传播内容,最有效的方法第一就是用世界的语言讲中国的故事。我们要学会讲故事。习近平总书记无论是出访时的演讲,会议上的

① 习近平 2014 年 7 月 16 日在巴西国会做《弘扬传统友好共谱合作新篇》的演讲。

② 郑永年:《如何让世界读懂中国》,载于新加坡联合早报网 <http://www.zaobao.com/forum/expert/zheng-yong-nian/story20151208-557545>。2015 年 12 月 10 日访问。