

人本思想视域下网络舆论治理与主流价值传播研究

刘冠男, 李典

辽宁工业大学马克思主义学院, 辽宁 锦州 121000

DOI:10.61369/SE.2025120010

摘 要 : 在习近平新时代中国特色社会主义思想的指引下, 特别是遵循关于网络强国的重要论述, 我国数字中国建设成效显著, 信息化成果持续惠及民众。网络已成为主流价值传播的核心领域。但网络舆论滋生出信息茧房、网络暴力、群体极化等突出问题, 以马克思人本思想为理论支撑, 聚焦网络舆论中“主体与客体”“管理者与被管理者”两组核心关系展开研究, 并提出针对性优化路径, 协同优化两组核心关系, 可实现主流价值的精准传递与深度认同, 为数字中国建设营造积极健康的舆论生态, 推动信息化发展成果更好地惠及人民群众, 增强民众的获得感、幸福感、安全感。

关 键 词 : 人本思想; 网络舆论; 主流价值; 优化路径

Research on the Governance of Online Public Opinion and the Dissemination of Mainstream Values from the Perspective of Human-Oriented Thought

Liu Guannan, Li Dian

School of Marxism, Liaoning University of Technology, Jinzhou, Liaoning 121000

Abstract : Guided by the Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era, and particularly adhering to the important expositions on building China into a cyber power, China has achieved remarkable results in the construction of a digital China, with the benefits of informatization continuously reaching the public. The internet has become a core domain for the dissemination of mainstream values. However, online public opinion has given rise to prominent issues such as information cocoons, cyberbullying, and group polarization. Drawing theoretical support from Marxist humanism, this study focuses on two core relationships in online public opinion: the "subject and object" and the "regulators and the regulated." By proposing targeted optimization paths and synergistically improving these two core relationships, we can achieve precise transmission and deep deep recognition of mainstream values. This will foster a positive and healthy public opinion ecosystem for the construction of a digital China, promote the better distribution of the benefits of informatization development among the people, and enhance their sense of gain, happiness, and security.

Keywords : humanism; online public opinion; mainstream values; optimization paths

引言

在习近平新时代中国特色社会主义思想的引领下, 特别是关于网络强国的重要论述, 截至2025年6月, 我国网民规模达11.23亿, 互联网普及率为79.7%^[1]。数字技术渗透我们生活方方面面。数字中国建设扎实有力地开展, 信息化发展的成果不断惠及人民群众, 让大家的获得感更足、幸福感更强、安全感更实。但与此同时, 网络舆论快速发展, 也带来了一些问题与挑战。

一、人本思想的内涵及其现实意义

(一) 人本思想的理论来源

马克思人本思想的核心在于将“现实的人”及其社会实践活动作为理论的出发点。他认为, “人的本质不是单个人所固有的抽象物, 在其现实性上, 它是一切社会关系的总和”^[2]。人绝非抽象

的、孤立的符号化存在, 而是处于具体历史条件和社会关系中, 从事着物质生产与精神生产的实践主体^[3]。这一深刻论断为理解数字时代的网络舆论提供了关键视角: 网络空间并非虚拟的独立王国, 网络舆论本质上是现实社会关系、社会矛盾与社会心理在数字维度的延伸、折射与重构。网民通过信息发布、意见表达、社群互动等数字化实践, 持续建构着新型的社会连接与关系形态。

因此,网络舆论治理必须回归到对“现实的人”及其社会关系的深刻把握上,这为立足人本思想破解治理困境、优化传播路径奠定了坚实的理论基础。

(二) 人本思想对网络舆论治理现实意义

从现实意义看,目前网络舆论存在信息茧房、网络暴力、价值撕裂等突出问题,其深层根源本质上是“人本”的缺失,网络舆论的运行逻辑偏离了“关注人、尊重人、服务人”的核心,转而向技术异化、流量至上、脱离民生的方向倾斜。部分舆论讨论脱离民众的实际关切。马克思人本思想中“尊重人、解放人、发展人”的理念,为网络舆论的治理提供参考价值。人民群众幸福感与获得感的提升,是马克思主义人本思想在中国特色社会主义实践中的体现^[4]。将马克思人本思想融入网络舆论生态建设,要坚持以人为本的价值导向,在技术发展与人文关怀之间寻求平衡。网络平台的算法设计应当服务于人的全面发展,网络舆论的治理应当保障每个人的表达权利,信息传播应当促进社会成员的理解与共识。只有当网络平台真正成为促进人的发展、增进社会福祉的公共空间,数字时代的社会关系才能实现健康、可持续的发展。这不仅是理论上的必然要求,更是实践中的迫切需要。

二、网络舆论主流价值传播的现状

(一) 互联网主体与客体视角下的传播现状

从积极层面看,主体的传播能力与客体的参与意愿形成了一定的正向联动。一方面,在技术赋权的今天,主流媒体已经能够适时利用较为成熟的“三微一端”进行信息发布和舆论引导。在信息纷繁复杂的网络空间中,普通网民也更倾向于相信主流媒体所发布的信息^[5]。主流媒体通过内容创新提升主流价值的吸引力:例如,央视新闻在短视频平台推出“大国工匠”系列微纪录片,以故事化叙事展现劳动者的敬业精神和爱国情怀,单条视频播放量常突破千万,将“劳动光荣”的主流价值融入生动案例;政务平台则通过“互动式传播”拉近与网民距离,如“国务院客户端”开设“民生留言板”,既收集网民诉求,也同步推送“民生政策解读”,让“以人民为中心”的价值理念通过问题解决落地生根。另一方面,网民作为客体的主动参与意识显著增强:在乡村振兴“环境保护”等议题下,网民自发创作的“家乡变化Vlog”“环保公益海报”在社交平台广泛传播,将主流价值转化为个性化表达,形成“主体引导、客体共创”的传播格局。主流媒体以故事化、可视化的方式,将主流价值更容易被网民接受,从而使网民从“被动接收者”转变为主动传播者,强化主流价值的认同根基与传播生命力,优化网络舆论的正向生态,凝聚社会共识,增强社会向心力。

但二者关系中也存在突出问题,制约主流价值的有效传递。互联网主体与客体间存在的群体极化现象严重、新闻专业语态缺失等问题,平台作为技术传播主体,以流量为导向,平台采用算法推荐技术来整合、传播信息内容,依托大数据技术来精准满足使用者的个性化推送需求主动通过算法捕捉网民偏好,持续推送同质化内容,成为“部落化小圈子”信息茧房的直接构建者^[6]。其主导的技术机制并非中立,而是主动放大符合网民偏好的观点,为群体极化提供了技术支撑,存在鲜明的主观行为倾向。网民就会刻意筛选符合自身立场的信息,回避多元性观点。部分网民主

动聚集在冲突导向类相关话题圈,通过强化共识、排斥异见获得群体归属感,在主观上推动了观点的极端化;平台作为传播的主导主体,但平台以流量变现为核心诉求,通过算法将“点击量”“传播速度”作为内容分发的核心标准,客观上形成了“越快发布、流量越高”的激励机制。这一机制直接影响媒体的行为选择,使其被动迎合平台规则,放弃专业把关责任。受众需求作为客体属性,反向影响主体行为偏差。许多社交媒体上的热门话题往往因一些缺乏逻辑性的言论而得以广泛扩散。为了获得更多的关注度,个别不负责任的人不惜编造虚伪的信息,并且将这些信息转发出去,最终损害自身公信力^[7]。这些主体与客体互动失衡引发的问题,严重制约主流价值有效传递,同时对网络舆论生态、媒体公信力、社会共识构建等多方面产生连锁负面效应。

(二) 网络管理者与被管理者视角下的传播现状

从治理成效看,管理者的“主动作为”为主流价值传播筑牢基础。一方面,政府监管部门通过制度规范净化舆论环境:近年来开展的“清朗行动”,重点整治“网络谣言”“低俗内容”“历史虚无主义”等问题,下架违规账号数十万,清除有害信息上亿条,为主流价值传播扫清障碍,如针对“抹黑英雄烈士”的行为,通过《中华人民共和国英雄烈士保护法》的执法实践,既惩处违法者,也通过案例宣传强化“崇尚英雄”的主流价值;另一方面,平台运营方通过技术手段助力主流价值传播:如抖音、微博等平台优化推荐算法,对“正能量内容”提高曝光率,当网民浏览到“抗疫先进事迹”“脱贫攻坚成果”等内容时,算法会优先将其推送给更多用户,形成“技术赋能价值传播”的机制。这些措施都能有效清除主流价值传播中的“负面干扰源”,营造健康有序的舆论空间。打破主流价值传播的“流量壁垒”,大幅提升内容触达范围与传播效率。

但管理者与被管理者的互动中,仍存在“管理失衡”问题,影响主流价值传播的可持续性。一是“过度管控”与“监管缺位”并存:部分地区对网络舆论采取“一刀切”管控,对涉及民生问题的理性讨论也过度限制,导致被管理者因“话语权受限”对主流价值产生抵触情绪;而在一些小众平台,对“极端观点”“恶意营销”的监管仍存在漏洞,使主流价值难以渗透;二是“管理与服务脱节”:部分管理者更注重“约束行为”,而忽视“服务需求”——如平台对“违规言论”的处置,若仅简单删除,而不向被管理者说明原因、传递正确价值导向,易引发“被管理者”的误解,甚至产生对抗心理;三是“多元共治不足”:管理者尚未充分调动被管理者的参与积极性,如在制定“网络舆论管理规则”时,若未广泛征求网民、自媒体创作者的意见,易导致规则“落地难”,部分被管理者因“不认同规则”而被动违规,反而削弱主流价值的公信力。

从目前关系来看,当前网络舆论主流价值传播虽然取得了积极成果,但面临“供需错位、管理失衡”的现实挑战。未来需进一步优化关系互动,在主体与客体间实现“内容精准匹配”,在管理者与被管理者间构建“共治共享”机制,才能让主流价值在网络舆论中真正落地生根、深入人心。

三、基于马克思人本思想的网络舆论场主流价值传播策略

（一）立足主体与客体互动：以“人的需求”为核心优化传播体系

针对群体极化问题，要采用法律等方面的强硬措施与对不当言论进行引导的软性方法^[6]。一方面，强硬的法律规范与算法规则，其根本目的是保障人获取多元、真实信息的基本权利，并通过遏制极端言论与网络暴力，保护人的数字空间安全感，为人的理性参与创造一个稳定、可信的环境。另一方面，柔性的叙事创新、对话搭建与素养教育，则直接服务于人的社会连接、情感共鸣与认知成长需求。通过将主流价值转化为可感可知故事，搭建尊重异见的对话平台，并提供系统的媒介素养工具，我们实质上是赋能于个体，帮助其突破茧房、实现更健全的社会化与自我发展。因此，双轨并进的治理体系，实质是通过制度保障人的权利，通过引导赋能人的发展。只有当技术规则与人文关怀共同锚定在“人的需求”这一核心上，才能在治理群体极化的同时，真正推动网络空间向更加包容、理性、以人为本的公共领域演进。

针对新闻专业语态缺失问题，需紧扣网民“获取真实信息、建立传播信任、实现发展赋能”的需求媒体作为核心传播主体。针对某一热点事件，相关职能部门要第一时间进行发声，明确自身的职能责任，找准民众的利益关切点，及时全面客观地公布整个事件的调查结果。及时回应事件中的核心问题以及民众的关切点^[9]。要回应网民对真实信息的需求，要把真实优先作为首要生产机制，将事实核查作为客体内容产出的必要流程，同时创新专业语态表达，将抽象政策与价值理念转化为通俗场景化内容，让专业客体内容更易被接受。平台作为技术传播主体，需契合网民信任需求，为媒体内容提供第三方事实核查支持，对未核实的突发新闻采取延迟推送或标注提示，调整流量分发规则，将信息真实性、权威性作为核心权重，向优质专业内容倾斜。客体层面需贴合人的发展需求，将主流价值融入就业、教育等民生议题报道，建立不实信息纠错澄清机制，精准推送给受影响网民，修复传播信任，保障网民获取真实有效信息的核心权利。

（二）完善管理者与被管理者互动：以“人的发展”为目标构建共治体系

遵循马克思人本思想中“尊重人的主体地位”原则，优化网络舆论管理方式。针对“过度管控”与“监管缺位”并存的问题，

建立差异化监管机制：对恶意攻击、谣言传播等违法违规内容严格惩处，筑牢舆论底线；对涉及民生问题的理性讨论、建设性意见保持包容态度，保障网民的话语权与参与权。加强对小众平台的监管覆盖，通过技术监测与人工审核结合，防范极端观点滋生蔓延，为主流价值传播营造既有序又开放的环境。

践行“以人民为中心”的发展思想，网络舆论引导工作要抓住人民群众切实关注的现实问题，以满足人民群众的需求为宗旨^[10]。打破“重约束轻服务”的管理模式。平台运营方在处置违规言论时，需同步推送合规指引与正确价值导向内容，通过弹窗提示、私信解读等方式说明违规原因，实现“处置+教育”的双重效果。政府监管部门应搭建民生诉求快速响应通道，将主流价值传播与问题解决相结合，如依托政务平台收集网民诉求，及时反馈处理进度并解读相关政策，让网民在需求满足中深化对主流价值的认同。

秉承马克思“人的社会协同性”理念，推动网络舆论管理从“单向管控”转向“多元共治”，体现网络空间的共治、共享原则^[11]。在制定网络舆论管理规则时，广泛征求网民、自媒体创作者、行业专家等多方意见，充分吸纳合理建议，增强规则的认同感与可行性。建立正能量内容激励机制，对网民自发创作的优质主流价值内容给予流量倾斜、现金奖励等支持，鼓励其从“被管理者”转变为“价值传播参与者”。同时，培育民间监督力量，引导网民参与网络谣言举报、不良内容监督等工作，形成“管理者引导、被管理者参与”的共治格局，提升主流价值传播的可持续性。

四、总结

未来网络舆论主流价值传播需以马克思人本思想为引领，针对两组核心关系的突出问题精准施策。在主体与客体间，应围绕“人的需求”优化传播体系，通过场景化内容破解供需错位、分众化策略弥合认知分化、正向引导抵御负面干扰，实现主流价值的精准传递与深度认同；在管理者与被管理者间，需立足“人的发展”构建共治体系，平衡管理尺度、强化服务导向、激发参与活力，推动从单向管控向多元共治转型。唯有通过两组关系的协同优化，才能让主流价值在网络舆论场真正落地生根，为数字中国建设营造积极健康的舆论环境。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心.第56次《中国互联网络发展状况统计报告》[R].北京：中国互联网络信息中心，2025
- [2] 马克思，恩格斯.共产党宣言[M].北京：人民出版社，2018.
- [3] 马克思.1844年经济学哲学手稿[M].北京：人民出版社，2018.
- [4] 张蕴潇.马克思人本思想探赜[N].河南经济报，2025-05-15(009).
- [5] 杨佚楠.网络空间中舆论引导工作机制的建构研究[J].广西社会科学，2021,(02):56-61.
- [6] 陈梦怡.新闻宣传和网络舆论一体化的现实困境及实践策略[J].科技传播，2025,17(10):108-112.
- [7] 焦靖雯.网络舆论背景下主流媒体话语权提升途径研究[J].新闻传播，2025,(12):13-16.
- [8] 刘旸，段玉，曹朋朋，刘语林.共享和互动：网络圈群背景下网络舆论的群体极化传播现象研究[J].西部广播电视，2024,45(05):84-88.
- [9] 许川川，王永贵.新时代网络舆情治理现代化的哲学方法论[J].中国矿业大学学报(社会科学版)，2022,24(03):23-32.
- [10] 熊叶琴，陈富国.事实、价值、政治：网络舆论引导的三个维度[J].豫章师范学院学报，2025,40(02):26-31.
- [11] 邹军.中国网络舆情综合治理体系的构建与运作[J].南京师大学报(社会科学版)，2020,(02):116-126.