

文章编号:2095-0365(2020)01-0083-07

网络文化消费对大学生社会主义核心价值观培育的双重影响及提升策略

库佳兴, 樊瑞科

(石家庄铁道大学 马克思主义学院, 河北 石家庄 050043)

摘要:伴随着信息技术的进步和发展,网络文化消费已成为大学生文化消费的主要方式。大学生网络文化消费具有普遍性、主体性、同时具有从众倾向以及追求娱乐化的特点,对大学生社会主义核心价值观的培育产生了积极作用,同时也存在消极影响。因此应该从提升社会主义核心价值观培育内涵、优化社会主义核心价值观培育载体、改善社会主义核心价值观培育环境等方面进行引导,培育大学生社会主义核心价值观。

关键词:网络文化消费;社会主义核心价值观;大学生

中图分类号:G641 **文献标识码:**A **DOI:**10.13319/j.cnki.sjztdxxbskb.2020.01.12

党的十九大报告指出培育和践行社会主义核心价值观,“要以培养担当民族复兴大任的时代新人为着眼点,强化教育引导、实践培养、制度保障。”^[1]大学生作为担当民族复兴大任的时代新人,其社会主义核心价值观的培育直接影响着中华民族的伟大复兴。而网络文化消费作为大学生文化消费的主要方式,是大学生文化营养的主要来源之一,因而也是对大学生社会主义核心价值观进行教育引导、实践培养的重要途径。“价值观与文化的内在关联提醒我们,核心价值观具有借助文化载体实现大众化的现实可能性。”^[2]因此,规范并利用网络文化消费培育大学生的社会主义核心价值观则显得尤为重要。

一、大学生网络文化消费的特点

伴随着信息技术的高速发展,互联网早已成为人们生活必不可少的一部分,文化消费的主要阵地也由专门的文化消费场所转移到私人性更强的移动互联终端。网络文化消费凭借价格低廉、

传播迅速、类型多样等优势,成为了收入水平不高又对精神生活有着强烈渴求的大学生最为普遍的文化消费方式。大学生网络文化消费是指大学生为了满足自身的精神文化需求,实现自身全面发展而对网络文化产品和服务鉴赏、拥有及使用的行为。作为一种消费行为,大学生网络文化消费呈现出普遍性、个性化、从众性、娱乐化的特点,但与此同时,大学生在网络文化消费过程中显示出诸多问题,如多种价值观冲击、非理性情感表达、盲目从众现象以及过度娱乐化的问题,这也凸显了社会主义核心价值观引导的必要性。

(一)大学生网络文化消费具有普遍性

首先,我国网民人数众多、网络普及率高,其中大学生网民占网民总数的五分之一,网络应用在大学生中具有普遍性。中国互联网络信息中心(CNNIC)于2019年2月28日发布的第42次《中国互联网络发展状况统计报告》中指出:截止2018年12月,我国网民规模达8.29亿,普及率

收稿日期:2019-10-20

基金项目:国家社科基金青年项目“大数据时代我国社会主义意识形态建设研究”(16CKS035);河北省社会科学基金项目“习近平网络意识形态建设思想研究”(2019040305001)

作者简介:库佳兴(1992—),女,硕士研究生,研究方向:中国特色社会主义理论与实践。

本文信息:库佳兴,樊瑞科.网络文化消费对大学生社会主义核心价值观培育的双重影响及提升策略[J].石家庄铁道大学学报:社会科学版,2020,14(1):83-89.

达到59.6%,^[3]同时报告中显示,大学生网民占网民总人数的18.6%。随着网络在大学生中的普遍应用,网络文化消费也随之普及,各种网络文化产品层出不穷,不断满足大学生的网络文化消费需求。如由网易公司和高教社联手打造的中文大规模在线课程平台——中国大学MOOC(慕课),用户可以利用电脑或手机APP在线观看并学习各高校的国家重点精品课程,并由课程教师在线答疑解惑、批阅作业,学习结束后还可以获得相应的认证证书,为大学生提升自己提供了丰富的优质教育资源。其次,大学生进入大学校园后学习和生活的内容、方式以及时间安排同以往小学、中学时代相比有很大不同,尤其是在时间安排上,更加自由和轻松。中国青年网关于“大学生‘玩手机’情况调查”显示,41.94%的大学生每天使用手机时间4到6小时,另有3.5%的大学生每天使用手机12小时以上。同时调查显示,大学生玩手机的原因主要是进行网络社交、听网络音乐、支付转账、网上购物和观看视频等。可以看出,他们在时间充裕而且上网条件便利的情况下,对于精神生活的追求显得尤为迫切,而足不出户、随时随地可以进行的网络文化消费则普遍成为了他们的不二之选。

大学生网络文化消费的普及化,在为大学生提供了更加丰富的精神资源的同时,也为处于价值观形成重要时期的大学生提供了更多的价值选择,此时大学生社会主义核心价值观的培育就显得更为迫切。同时,大学生网络文化消费的普及也为社会主义核心价值观的培育提供了更加多样的路径。大学生社会主义核心价值观的培育通过网络文化消费进行,可以打破实践和空间的限制,将更具有即时性和互动性。

(二)大学生网络文化消费彰显主体性

一方面,面对纷繁复杂的网络文化产品,大学生在消费选择上表现出了明确的目的性,而这种目的性则直接反映出大学生网络文化消费过程中的主体性表达。为达到学习的目的,结合自身的兴趣爱好,他们有选择地在网上观看公开课等各种学习视频、下载学习资源、收听学习音频等。为达到消遣的目的,他们进行网络社交、玩游戏、观看影视剧、在社交平台发布具有自己独特见解的生活学习动态或主观态度等,进行学习之外的娱乐消遣。这些带有强烈主观性的网络文化消费行

为体现出大学生进行网络文化消费时目的性明确、个性化突出。另一方面,大学生网络文化消费的主体性还体现在消费过程中自我意识的展现。对于开始迈出独立生活第一步的大学生来说,面对与以往学习、生活有很大不同的新环境,难免会出现不同程度的心理变化。这种心理变化不仅仅有对各种未知事物的新奇感和成就感,也往往伴随着各种困惑、疑虑以及挫败感,而网络文化消费一定程度上的私密性和虚拟性则成为了大学生消解负面情绪的首选途径。克里斯·安德森(Chris Anderson)提出的长尾理论可以解释这一现象,长尾理论认为“众多小市场汇聚成可产生与主流相匹敌的市场能量。”^[4]也就是说现实世界中拥有共同兴趣爱好的小众群体通过网络平台汇聚在一起,既传达了自己独特的主体意识,记录 and 分享了自己的学习和生活,同时也达到了排遣负面情绪的目的。这些具有强烈目的性和自我意识的网络文化消费,都表现出大学生网络文化消费的主体性。

大学生在网络文化消费过程中的主体性,凸显了大学生对于表达自身世界观、人生观和价值观的渴望,但同时他们的价值表达又带有强烈的感情色彩,这种非理性的表达反映了大学生价值观的不成熟,需要利用社会主义核心价值观加以引导。

(三)大学生网络文化消费突显从众性

从众是指主体对于某种行为要求的依据或必要性缺乏认识与体验,跟随他人行动的现象。一方面,价值观处于形成时期的大学生,其消费理念也处于形成时期。大学生自身旧的价值体系正在慢慢解构,新的价值体系逐渐形成,此时他们面对相对开放、自由和思想多元化的网络世界,会出现消费选择的盲目性,这种盲目性是导致大学生网络文化消费从众性的一个重要原因。大学生在自己的消费理念不成熟、不稳定的情况下,他人的消费行为对于他们而言则是最具有参考价值的,而大多数人的行为指向在此时就是最具有参考价值的行为,因而大学生网络文化消费会出现从众倾向。另一方面,网络文化消费是一种社会行为,且大学生处于社会关系之中,因而大学生网络文化消费必然会受到社会关系的影响。“行高于人,众必非之”,当个体的网络文化消费行为同大多数人的选择不同时,必然会面对强大的群体压力。大

学生在网络文化消费过程中为了达到群体的一致性,和同学“打成一片”,便会模仿、跟随大多数人的网络文化消费选择。此外,网络文化消费中的时尚流行趋势也是导致大学生网络文化消费从众性的一个重要原因。网络上的“大V”“网红”所“种草”的各种消费品、旅行地点、餐饮地点都会掀起极大地跟风消费热潮。大学生在网络文化消费活动中,一方面强调自己的个性,另一方面又由于价值选择的不确定性和群体行为的影响,难免人云亦云,因此便出现了个性化与从众性并存的矛盾现象。

大学生在网络文化消费中的从众现象,是大学生对于自己与他人、社会关系的模糊认识而造成的,而这种模糊认识的根源在于大学生自我认知的混乱以及自身价值体系的不完整。建立成熟的自我认知和完整的价值体系,需要社会主义核心价值观的引领。

(四)大学生网络文化消费追求娱乐化

一方面,具有强大娱乐功能网络文化消费活动,不仅可以满足大学生在交友、购物、欣赏影视作品的需求,“同时娱乐性使大学生暂时从现实生活中解脱出来。”^[6]并且,大学生在网络文化消费时所选择的消费内容也与他们价值观的形成息息相关。网络文化消费丰富了大学生的精神生活,影响着大学生的审美情趣,也推动着大学生价值观体系的建构,为大学生社会主义核心价值观的培育开辟了不同的路径。另一方面,对于大学生而言,他们的人生观、价值观和世界观尚处于形成阶段,可塑性强,他们有着对世界强烈的好奇心但判断能力和自控能力又不高,因此大学生在网络文化产品和服务的选择上主要以娱乐、搞笑和消磨时光为主,消费层次相对较低。据中国互联网信息中心于2016年8月发布的《2015年中国青少年上网行为研究报告》显示,大学生在网络娱乐类应用中的网络音乐、网络视频、网络文学和网络游戏的使用率分别为88.9%、89.4%、55.8%以及66.1%,可以看出大学生的网络使用率均高于网民总体使用率。大学生通过网络进行着上瘾式的娱乐性网络文化消费,他们交友、浏览电子书、视频、玩电子游戏等,消磨时间难以自拔,不仅颠倒日夜作息时间,而且在课堂上也做起了“低头族”,甚至即使上网无事可做也要拿着手机漫无目的地看才觉得安心。尼尔·波兹曼说“我们终将毁于

我们所热爱的东西”,大学生的网络文化消费也已在不知不觉中走入了“娱乐至上”的困境。

大学生网络文化消费内容丰富,种类多样,但存在过度娱乐化的现象。大学生的网络文化消费内容过度集中于消遣、享乐,对于涉及自身发展的高层次的、知识性的网络文化消费较少。大学生的网络文化消费,直接关系到大学生价值观的形成,因此,过度娱乐化的网络文化消费也进一步表明了大学生社会主义核心价值观培育的必要性。

二、网络文化消费对大学生社会主义核心价值观培育的积极影响

“文化消费作为一种精神文化活动,直接作用于人体大脑,对于人们世界观、人生观、价值观具有重要影响。”^[6]网络文化消费作为大学生最为普遍的文化消费方式,对于大学生社会主义核心价值观的培育有着重要的积极作用。

(一)网络文化消费有利于巩固大学生社会主义核心价值观的培育基础

大学生对社会主义核心价值观的认知,是其社会主义核心价值观培育的基础。大学生在网络文化消费过程中,了解社会主义核心价值观的内容和价值,并在此基础上对自己或他人的行为做出是非曲直的评判,确立自身的社会主义核心价值观信念,从而形成一定的社会主义核心价值观认知。大学生网络文化消费的普遍性使其成为社会主义核心价值观宣传的重要途径,可以达到“润物细无声”的效果。大学生通过对网络文化产品和服务的消费,不断获得并最终掌握社会主义核心价值观的基本内容,从而逐步提高大学生对行为评价和判断的能力,这个过程是大学生社会主义核心价值观认知的形成、发展和加深的过程。这一过程也使大学生进一步懂得践行社会主义核心价值观“应该怎么做”和“为什么这么做”,进而提高大学生践行社会主义核心价值观的主动性、自觉性和创造性。

(二)网络文化消费有利于激发大学生社会主义核心价值观的培育动力

大学生在网络文化消费过程所形成的社会主义核心价值观情感是一种稳定的心理状态,是践行社会主义核心价值观的直接动因和内在动力,

是实现由知到行的催化剂。正面的新闻报道、优秀的影视作品和对社会话题的理性探讨等对大学生了解时事政治、激发大学生的爱国主义情怀和增强大学生的社会责任感有积极作用,有利于加强同大学生社会主义核心价值观认知相一致的社会主义核心价值观情感。如短视频APP——抖音,不仅有娱乐功能,同时新华社、人民日报等党和国家的重要舆论宣传机构也在通过在抖音上开通账号,用这种喜闻乐见、跟随网络潮流的方式宣传讲解党和国家的大政方针,传递真善美,抨击丑恶,对于大学生社会主义核心价值观的培育有良好的促进作用。大学生社会主义核心价值观情感是在一定的社会主义核心价值观的认识的基础上形成的,有助于大学生在践行社会主义核心价值观的日常行动中端正态度、调节行为。

(三)网络文化消费有利于拓展大学生社会主义核心价值观的培育路径

传统的价值观教育在时间和空间上都有一定的局限性,不具备即时性和互动性,而网络文化消费则对大学生有着不容小觑的吸引力。兼具娱乐性和艺术性的网络文化产品,让大学生在消费过程中不仅乐在其中,而且潜移默化的促进着大学生的审美情趣和社会主义核心价值观的形成。这种隐形的教育手段在不引起学生逆反心理的情况下可以达到随时随地的教育目的,对于大学生社会主义核心价值观的培育起到了积极的作用。大学生社会主义核心价值观的培育不仅需要教育者有组织、有目的、有计划地教育影响,也需要注意教育影响的一致性和连贯性,即学校、家庭和社会要相互配合,相互协调,连续系统地进行大学生社会主义核心价值观培育,形成大学生社会主义核心价值观培育网络,而网络文化消费作为社会中社会主义核心价值观培育的一部分,可以达到事半功倍的效果。

三、网络文化消费对大学生社会主义核心价值观的消极影响

网络文化消费不仅对大学生社会主义核心价值观的培育有着积极作用,也存在一定的消极影响。充分认识网络文化消费对于大学生社会主义核心价值观培育的消极影响,有利于引导大学生网络文化消费的理性化、网络文化产品选择的高

雅化,提高大学生的价值判断能力,也可以在利用网络文化消费进行大学生社会主义核心价值观教育培育的过程中找到教育的侧重点,实现突破。

(一)网络文化消费的多元化削弱大学生社会主义核心价值观的培育效果

与社会主义核心价值观相背离的网络文化产品及其派生的社会意识的流行,一定程度上消解了优秀传统文化和主流价值观的权威,影响大学生形成正确的价值取向。“网络的特点是舆论多元化、文化多样化、信息海量。”^[7]但这种多样的潮流式网络文化产品往往传递的价值观也是多种多样的,其中不乏充斥着与社会主义核心价值观相背离的网络文化产品。如斗鱼直播、虎牙直播、快手等网络视频直播分享平台,一度引起了全民看直播、进行直播、分享视频的热潮,也改变了大学生的娱乐生活方式。这些平台的主播通过直播或分享自己的生活或周围新奇事件来博得关注度,并获得打赏,最终转化为自己的收入。但为了获得更高的关注度和打赏,这些平台主播往往哗众取宠亦或进行常人难以做到的事情,这些视频或吸睛或猎奇,甚至有的会触碰道德底线,如大胃王吃播、涉黄直播、未婚先孕等等。这样低俗、无底线的网络文化产品冲击着社会主义核心价值观的主体地位,易造成大学生价值观扭曲,不利于大学生社会主义核心价值观的培育。此外,多元化的网络文化世界中,西方网络文化的侵蚀也影响着大学生社会主义核心价值观的培育效果。西方资本主义国家利用发达的网络技术对高校大学生进行文化渗透,容易使处于价值观形成时期的大学生形成错误的价值信仰,甚至被别有用心的人利用。西方网络文化中存在的与社会主义核心价值观相背离的价值观,如极端个人主义、普世价值观、享乐主义、拜金主义、非马克思主义和反马克思主义等思潮,腐蚀着大学生的价值观,对社会主义核心价值观的主流地位提出严峻挑战。

(二)网络文化消费的过度娱乐化冲击大学生社会主义核心价值观的培育方向

大学生网络文化消费的过度娱乐化,必将弱化网络文化消费的价值引领作用,不利于大学生社会主义核心价值观的培育沿着正确的方向进行。大部分大学生只是将网络作为交友和娱乐的

媒介,沉溺于网络游戏,醉心于娱乐新闻,甘当追星一族。以网络游戏为例,一些大学生热衷消费的网络游戏,利用逼真的画面和声音带来刺激的感官体验,而大学生长期沉迷于网络游戏不仅会无心学业、沉迷堕落,更容易导致暴力倾向,现实中更是出现了不少由于迷恋网络游戏而寻求刺激最终导致刑事犯罪的事件。除此之外,有的大学生热衷于追星,将大部分时间、金钱、精力消耗在娱乐明星、娱乐新闻之上,购买明星行程,在机场等公共场所疯狂追星,造成公共秩序混乱。而电影、电视剧行业在偶像泛滥的现实下,追求流量和票房,以至低质量文艺作品横行,真正具有文学性和艺术性、弘扬社会主义核心价值观的优秀作品却并不多见。大学生在消费这些网络文化产品之后所构建的价值体系,必然与社会主义核心价值观存在偏差。

(三)网络文化消费的不纯净环境恶化大学生社会主义核心价值观的培育环境

不论是网络文化产品与社会主义核心价值观相背离,还是网络文化消费的过度娱乐化,都暴露了网络文化消费环境不纯净的问题。网络文化消费作为社会条件下大学生社会主义核心价值观培育的一部分,其环境的恶劣不利于保证大学生社会主义核心价值观培育连贯系统的进行。大学生接触不良的网络文化消费环境,日积月累,必将对社会主义核心价值观的主流地位带来一定的冲击。天朗气清的网络文化环境有利于大学生形成合理正确的社会主义核心价值观认知,恶劣的网络文化消费环境则会导致大学生社会主义核心价值观认知的失调,认知失调的必然结果就是态度的改变。因此不良的网络文化环境作为大学生社会主义核心价值观的培育中的消极因素所起到的影响是不容忽视的。

综上所述,可以看出,“精神文化产品不仅为青年提供知识技能习得、人格塑造和个性养成的载体,而且构造出‘虚拟情景’,帮助青年认知‘价值观’内涵,参与、体验和模拟价值观实现过程。”^[8]大学生网络文化消费作为一种消费行为,是大学生主观世界和客观世界的互动过程,也是大学生价值观接受和创造的过程,它有利于促进大学生社会主义核心价值观“知、情、意、行”的发展,拓宽大学生的社会主义核心价值观培育路径。但在市场经济条件下,网络文化产品的生产过程

不再只是简单的精神生产过程,也是市场化和商品化过程,因而容易导致网络文化产品的一般化、娱乐化,从而对大学生社会主义核心价值观的培育效果、培育方向和培育环境产生不利影响。因此,利用网络文化消费进行大学生社会主义核心价值观的培育,在具体培育路径方面,需在大学生网络文化消费的现实基础上进一步探索和研究。

四、网络文化消费视角下大学生社会主义核心价值观培育的路径选择

(一)优化网络文化消费观念,提升大学生社会主义核心价值观培育内涵

利用网络文化消费进行大学生社会主义核心价值观培育,首先要从选择什么样的网络文化产品和服务入手,合理的网络文化消费观念有助于大学生选择合理的网络文化产品,提升大学生社会主义核心价值观培育内涵。

第一,大学生应当提高自律能力,加强自我管理。网络不是法外之地,即使在虚拟的网络空间,每个人的行为和言行也应进行自我约束。大学生可以通过相关法律的学习,了解网络行为准则,在网络文化消费过程中遵守网络道德规范,规范自身网络文化消费行为。网络文化消费不可一味为彰显个性而忽视审美,自觉抵制庸俗之风,提升自己的理解力、辨别力和选择力,提高自己的网络文化消费层次;也不可人云亦云,盲目从众,要自觉抵制享乐主义、攀比之风,理性合理地消费,选择能够陶冶情操、净化心灵的、反映社会文明进步的符合社会主义核心价值观的网络文化产品。

第二,教师要发挥教育主导作用,注重教育引导。教师要引导大学生多读书、广读书、读好书。阅读有趣、经典的著作,有助于大学生在书本中汲取人类文明精华,拓展知识面,端正人生态度。同时,教师要教育大学生树立远大理想,树立马克思主义信仰。习近平在纪念五四运动100周年的讲话中指出:“新时代中国青年要树立远大理想,树立对马克思主义的信仰,对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心,到新时代新天地中去,让青春在创新创造中闪光。”^[9]

第三,学校应提高重视程度,创设良好氛围。在课堂教学中利用网络语言表述社会主义核心价值观,将社会主义核心价值观的宣传利用网络信息手段渗透在大学生日常网络文化消费之中。同

时,注重打造良好的校园网络文化消费氛围。学校可以建立网络文化消费网站,学校宣传部门可以在网络文化消费网站上进行社会主义核心价值观宣传,并鼓励大学生在学校网络文化消费网站上建立自己的个性主页,进行网络文化消费,如书籍分享、二手书买卖、社会主义核心价值观学习经验交流和共享等,达到学校教育和自我教育相结合的双重效果。

(二)发展网络文化产业,丰富大学生社会主义核心价值观培育载体

大学生社会主义核心价值观的培育要融入到网络文化消费之中,网络文化产品是必不可少的教育载体,因此,提高网络文化产品质量,发展网络文化产业,是丰富大学生社会主义核心价值观培育载体的必要前提。

第一,引导网络文化产业树立正确价值取向。一方面,掌握网络文化产业的领导权。坚持以社会主义核心价值观为导向推动网络文化产业发展,规范网络文化产业发展方向和价值取向,将社会主义核心价值观培育同网络文化产业发展相结合,为利用网络文化消费培育大学生社会主义核心价值观提供载体。另一方面,力求社会效益与经济收益的和谐双赢。这就要求网络文化产业的发展既要坚持以社会主义核心价值观引领网络文化产品创作,又要以大学生为中心,进行广泛深入的市场调查,为大学生提供更多符合社会主义核心价值观的深受大学生喜爱的网络文化产品,这样既可以取得经济效益,又可以使社会主义核心价值观的培育达到“以文化人”“润物细无声”的目的。

第二,深化网络文化产业供给侧结构性改革。一方面,创新主题网络文化产品。开发创新要符合大学生的消费特点、审美特点和知识构成,将中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化同网络文化产品创新发展相融合,创造社会主义核心价值观主题网络文化产品,增加有效供给。另一方面,发展优秀网络文化产业群。创新创造网络文化产品是大学生社会主义核心价值观培育的基础内容建设,社会主义核心价值观培育要在内容建设的基础上,打造网络文化品牌,进而形成优质网络文化产业群,实现网络文化产业精品化、立体化发展,为大学生社会主义核心价值观培育创造更高质载体。

第三,把控网络文化产品的流通过程。一方面,提升网络文化产业从业人员素质。网络文化产业从业人员是传播价值观过程的开端,是价值观传播的“守门人”。因此,要从网络从业人员的政治素质、社会责任感和职业素养三方面入手,保证网络从业人员以社会主义核心价值观为导向,以高度的社会责任感坚守自身的道德底线,利用网络文化消费产品的流通规律,选择灵活多变的流通策略,实现社会主义核心价值观在大学生群体中的有效传播,为大学生社会主义核心价值观培育提供助力。另一方面,提供政策支持。政府应采取积极措施,以政策、税收等形式,鼓励或奖励承载社会主义核心价值观的网络文化产品传播。

(三)净化网络文化生态,改善大学生社会主义核心价值观培育环境

文化是中华民族的精神命脉,网络空间是大学的精神家园,网络文化消费的增长,带来的不仅是网络文化产业的蓬勃发展,还有网络文化生态的变化。2018年8月21日,在全国宣传思想工作会议上习近平发表重要讲话,讲话指出:“我们必须科学认识网络传播规律,提高用网治网水平,使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量。”^[10]加强网络监管,塑造天朗气清的网络文化环境是当前改善大学生社会主义核心价值观培育环境的重中之重。

第一,遵循网络文化消费市场的一般规律。市场经济规律是市场运行的内在机制,包括价值规律、供求规律和竞争规律等,网络文化消费市场的运行同样遵循市场经济的一般规律。政府加强监管的同时要注意遵循网络文化消费市场的一般规律,既要激发网络文化消费市场活力,又要追求社会主义核心价值观的价值诉求,实现市场运行和道德建设的有机统一。这就要求政府,一方面要减少对网络文化消费市场的过多干预,充分发挥市场在网络文化资源配置中的决定性作用。另一方面,要加强网络文化消费市场监管,为网络文化消费提供健康有序的市场环境,以实现网络文化消费市场的正常运行与大学生社会主义核心价值观的培育。

第二,控制网络文化消费过度娱乐化。大学生网络文化消费在丰富大学生精神生活的同时,也存在过度娱乐化的问题。过度追求娱乐化会导

致醉心消费和娱乐,忽视价值追求。因此,必须严格控制网络文化消费过度娱乐化倾向,净化网络文化生态环境,形成积极向上的网络文化消费环境氛围。积极向上的网络文化消费氛围需要所有网络主体的共同努力,主动谴责、抵制不良网络文化消费行为,广泛倡导网络文化消费文明之风。这有利于熏陶大学生网络文化消费行为向好发展,从而有利于其社会主义核心价值观的培育。

第三,加强网络文化消费制度管控。以提高网络文化产品准入门槛为开端,实施网络文化产

品预审制度,加强源头治理,使低俗、色情、暴力等与社会主义核心价值观相违背的网络文化产品不能进入网络文化市场,从而降低大学生可以消费到低质量网络文化产品的可能性,营造良好的社会主义核心价值观培育环境。同时,规范网络文化消费市场管理体制。文化行政部门要会同网络监管和网络执法部门一起,理顺管理格局,构建统一的管理主体,建立联合、高效的管理格局,规范网络文化消费市场秩序,为网络文化消费市场良性有序发展创造有力的外部条件。

参考文献:

- [1] 习近平. 决战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的报告[M]. 北京:人民出版社,2017:23.
- [2] 樊瑞科. 大众文化视域下推进社会主义核心价值观大众化的四维路径[J]. 石家庄铁道大学学报:社会科学版,2017(02):72-77.
- [3] 中国互联网络信息中心. 第43次中国互联网发展状况报告[R/OL]. (2019-02-28). <http://www.cac.gov.cn>.
- [4] 施梵琦. 亚马逊长尾模式广告投放策略效果研究[J]. 当代经济,2017(33):62-63.
- [5] 刘延雪,邢红梅. 论大众文化对大学生价值观的影响及对策[J]. 石家庄铁道大学学报:社会科学版,2018(01):101-105.
- [6] 金广. 大学生社会主义核心价值体系内化途径探讨——基于文化消费视角[J]. 西南交通大学学报:社会科学版,2013(03):114-117.
- [7] 王仕勇. 大学生网络文化消费行为特征及其引导[J]. 商场现代化,2007(34):185-186.
- [8] 王俊,葛俊杰,范赞. 中国青年核心价值观教育的变迁研究——基于青年精神文化产品的分析视角[J]. 青年探索,2015(1):5-11.
- [9] 习近平. 在纪念五四运动100周年大会上的讲话[N]. 人民日报,2016-05-01(02).
- [10] 习近平. 举旗帜赢民心育新人兴文化展形象,更好完成新形势下宣传思想工作使命任务[N/OL]. [2018-8-21]. http://www.xinhuanet.com/politics/2018-08/22/c_1123310844.htm.

The Dual Influence of Network Culture Consumption on the Cultivation of College Students' Socialist Core Values and Its Promotion Strategy

She Jiaying, Fan Ruikang

(Marxism College, Shijiazhuang Tiedao University, Shijiazhuang 050043, China)

Abstract: With the advancement and development of information technology, online cultural consumption has become the main way of college students' cultural consumption. The consumption of college students' network culture has the characteristics of universality, subjectivity, conformity, and entertainment. It has played a positive role in the cultivation of college students' socialist core values, but it has negative effects too. Therefore, we should guide and cultivate the socialist core values of college students from the aspects of enhancing the core values of socialism, cultivating the core values of socialist values, and improving the environment for fostering socialist core values.

Key words: network culture consumption; socialist core values; college students