



融媒体时代主流意识形态建设:价值·困惑·优化——基于文化分析的视角

姜建成, 张洁钰

引用本文:

姜建成, 张洁钰. 融媒体时代主流意识形态建设:价值·困惑·优化——基于文化分析的视角[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2021, (2): 10-18.

JIANG Jiancheng, ZHANG Jieyu. [The Construction of Mainstream Ideology in the Era of Fusion Media: Value, Confusion and Optimization based on Cultural Analysis](#)[J]. *Journal of Chongqing University of Posts and Telecommunications (Social Science Edition)*, 2021, (2): 10-18.

您可能感兴趣的其他文章

Articles you may be interested in

白毅, 贾茹. [网络环境下主流意识形态在高校的传播困境与对策](#)[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2020, 32(6): 105-111.

方鹏飞. [新时代社会主义意识形态凝聚力和引领力建设研究](#)[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2020, 32(6): 22-30.

杨瑞萍. [厘清与强化:近年来高校网络意识形态研究述评](#)[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2020(5): 75-81.

李思雨. [习近平关于青年工作重要论述的科学指引与实践要求](#)[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2020(5): 1-8.

王平. [《共产党宣言》的言说策略](#)[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2020(5): 26-34.

DOI:10.3979/1673-8268.20200810002

引用格式:姜建成,张洁钰.融媒体时代主流意识形态建设:价值·困惑·优化——基于文化分析的视角[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2021(2):10-18.

融媒体时代主流意识形态建设: 价值·困惑·优化

——基于文化分析的视角*

姜建成,张洁钰

(苏州大学 马克思主义学院,江苏 苏州 215123)

摘 要:融媒体在当下社会中的“本体论”意义赋予其对于社会文化生态、大众话语、交往关系及主体文化心理的建构性力量,且使得社会主流意识形态的发生机理与作用机制实现了“文化渗透”转向。对融媒体与意识形态运作同构性的忽视,导致当前主流意识形态建设面临一系列现实困惑,如后现代语境下主流意识形态生存空间愈渐窄化、微观叙事话语与主流意识形态宏大叙事话语极易陷入“二元对立”的境遇、新型文化景观的隐性意识形态属性鲜获关注等。优化两者之间的张力关系,应当通过聚焦文化心理,在情感对接中形成意识形态的共情体验;赋能媒介话语,在微观编码中凸显意识形态的生活观照;依托仪式场景,在具象互动中实现意识形态的主体询唤等,实现主流意识形态的“生存论”转向,有效提升融媒体时代主流意识形态的价值认同度和话语影响力。

关键词:融媒体;主流意识形态;文化分析;运作困惑;优化运作

中图分类号:D64;G206

文献标识码:A

文章编号:1673-8268(2021)02-0010-09

媒介在创造社会新生活的同时,也深刻影响着现代社会意识形态建设。“现在人们生活在一个是媒体文化而往往不是意识形态直接起作用的年代,意识形态借助于媒体文化外衣的遮掩,进一步生活化、普遍化,以温柔的方式渗入到人们的日常生活中,在日常生活中获得越来越多的认

同。”^[1]进入新时代,实现“全党传受”的融媒体传播为主流意识形态运作提供了全新语境,传播格局的非线性与动态性、传播效果的虚拟在场、传播形态的场景化等都对沉浸其中的受众产生了日益重要的影响。从文化分析的视角对主流意识形态运作模式的变革展开考察,辩证吸收西方马克思

* 收稿日期:2020-08-10

基金项目:江苏省研究生科研与实践创新计划项目;新时代大学生爱国主义教育实践路径探析(KYCX19_1941)

作者简介:姜建成(1957-),男,山东海阳人,教授,博士生导师,主要从事马克思主义理论与思想政治教育研究;通讯作者:张洁钰(1996-),女,江苏镇江人,硕士研究生,主要从事马克思主义理论与思想政治教育研究。

主义者关于意识形态运作的思想资源,以更好满足受众主体需求为诉求导向,将意识形态工作沉置于微观细腻的现实生活中,不仅与主流意识形态有效运作的现实诉求相契合,同时也是对“建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态”这一战略目标的实践回应。

一、文化分析:融媒体时代意识形态分析的应然视域

英国著名社会学家、传媒研究专家约翰·B·汤普森认为,文化是“社会互动中交换的象征形式所体现的意义特征”,且这种象征形式都“深植于包含权力关系、冲突形式、资源分配不平等的结构性社会背景之中”,因此文化分析就是“对象征形式意义构成和社会背景化的研究”^{[2]13}。同时,他提出,意识形态就是“服务于权力的意义”,在对意识形态的运作进行分析时,必须对承载意义的象征形式进行社会背景化的考察。在以“沉浸式传播”为特征的融媒体时代,技术媒介的介入已然成为一种建构新的社会关系、生成新的生活方式与创造新的表达范式的方式,意义通过这些方式对社会成员实施着超越时空维度的影响。因此,对于融媒体时代主流意识形态建设需要从文化视角切入,考察服务于权力的意义应当如何在当前社会背景中被更高效地传播与被大众所接受。

(一)文化分析视域中融媒体的本体诠释

加拿大媒介理论家马歇尔·麦克卢汉曾提出,人类文明史即一部媒介演进史。他试图以“技术”来替代马克思主义唯物史观视域下对社会发展起决定性作用的“经济”。这种观点在某种程度上存有偏向的激进意义,存在内生的理论缺陷,但他对媒介变迁之于现代社会意识形态的建构意义所进行的丰富论证,无疑为现代媒介技术哲学以及意识形态理论研究拓宽了视野。“与其说融媒体是一种媒介形态,毋宁说它是在现有媒介生态中形成的一种文化体验。”^{[3]40}它对于社会生产、生活、生态等方面的重要影响赋予其在整个社会中的“本体论”意义。

其一,文化生态重塑者。从媒介的精神文化生产机理来看,一种媒介本身就是一个精神文化生产机构,它对于文化的生产能力、文化价值的传

播力以及对于文化生态的塑造力主要取决于其自身的精神生产力的大小。从这一层面来讲,融媒体正在通过丰富与完善其自身环境而增强新的文化生产能力——创造新的融媒文化形态。尽管这种融媒文化形态目前正处于生成、演进的过程中,但我们依稀可通过已存在的新型文化景观描摹出其进一步发展的大致样态——以新型媒介技术赋能为前提的“融合文化”,一种以草根文化迅速崛起且与精英文化共在共存的文化态势,例如视觉文化、影像文化等的生存与发展。

其二,大众话语生产者。话语发声在日常生活中“无处不在”,它契合着意义维度的平面化与草根化特征,这一点决定了大众话语是现今时代主流意识形态得以有效运作的关键载体。马克思主义大众化在新时代依然成为主流意识形态建构的重要视域。作为现实生活场域的延伸存在,融媒体恰恰是这个时代大众话语的生产基地。正如汤普森所指出的那样,技术媒介的部署是一种“服务于新的表达自己和回应他人的方式”^{[2]17},融媒体毋庸置疑地建构了全新的互动对话方式。彰显个性、反对话语霸权的心理动态驱使着大众在融媒环境中创造、传播并接收新时代的主体话语,积极构建着相互之间的身份认同,并以此来维护自身社交关系的稳定。可以看到,得到人们心理肯定与认同的网络热词、流行语、表情包等话语符号“轮番出现”,激起一浪又一浪视觉时尚“热潮”。

其三,交往关系重构者。在传播活动中,任何一个要素边界的模糊化都会带来社会主体之间交往关系的变化。融媒体时代,各类媒介形态在时空场域中形成“你中有我、我中有你”的格局,必然重构人与人、人与社会之间的交往关系。可以说,新的社区形态已经在融媒体时代的一步步推进中得以建立,传统媒体时代的社会交往关系正逐渐式微或被解构。从融媒体传播内容的本质来看,它并不是“静态地传播信息,而是具有不断增殖特征的信息融合过程”^{[3]144}。也就是说,融媒体传播实质上是一种智慧的关系链接而非传统媒体时代纯粹的、单向的内容传播,这种传播是一种社会交往过程的动态表达,因为在这一过程中传播内容已经被碎片化的关系赋予了不同意义。由此得以窥见的是,在传播过程中不断链接增殖的关系传播已经使得人与人之间脱离了传统的线性关系且

非线性化程度正在逐渐加深,人际网络愈加呈现出扁平化、复杂化特征。“在社交媒体中,表达者的‘关系’是构成群落最重要的因素。‘关系’以外意味着不具有共同语境而被排斥,他们互相之间交流的‘语言’对‘关系’以外的人而言也是难以理解的。”^[4]

其四,社会心理映射者。任何一种媒介都具有通过改变受众感觉、知觉、心理等环节的机制来建构社会心理或是影响社会意识形态建设。如前文所述,融媒体在现代社会中扮演着文化生态重塑者、大众话语生产者、交往关系重构者等重要角色,可以说,大众心理的深刻嬗变已经悄无声息地寓于上述建构过程之中。概言之,融媒体对大众心理的影响表征为两方面。第一,意义追寻的浅表化。这一点在大众文化、消费文化、视觉文化等具有代表性的当代流行文化形式的盛行中已经有所印证。与传统媒体时代不同,经济基础的强力支撑、媒介技术的适时赋能使得每一位拟态环境中的主体在不论社会地位、经济状况的前提下就能掌握话语权,从而实现自我效能感的提升。在尝到虚幻意义上的甜头后,一部分大众更容易陷入远离“深度”与“厚度”的意义追寻中。第二,“自我实现”需要的鲜明化。美国心理学家马斯洛在提出需要层次理论时指出,自我实现需要是人类最高等级的需要,自我实现需要的满足能给人类带来最极致的愉悦。在融媒体时代,人的主体意识已经达至一个新的更高的层次,大众展开了不依附于任何他者的自我身份确证,越来越追求自我人格的独立以及个性的凸显与张扬,并试图以此来得到更多他者的关注,进而实现满足感与获得感。以“意见领袖”为例,其关注事件、发出声音、引导舆论恰能在一定程度上提升自我效能感。

(二)融媒体视域下意识形态分析的价值彰显

时代变迁与实践发展是意识形态工作创新发展的根本动力。在融媒体时代,将视角转向融媒体的“本体论”意蕴,立足于当下大众生产生活实际,进而展开意识形态分析,在辨识力、阐释力、影响力及感召力四个维度上具有鲜明的实践价值。

其一,增进辨识力。增强对新时代非主流意识形态的辨识力与判断力,化解其潜在威胁性是

当下意识形态工作增强针对性、有效性的重要突破口。媒体技术的赋能已经使当下非主流意识形态的入侵呈现隐匿渗透、无孔不入的强劲态势,被接收到的信息早已在植入前就完成了来自某种错误价值观念的编码。“在以大众传播的发展为特点的社会里,意识形态分析应当集中关注大众传播的技术媒体所传输的象征形式。”^{[2]273}事实上,在融媒体时代,意识形态的作用机制已经发生根本转变,局限于思维定式、路径依赖来分析与框定意识形态已不能顺应由时代变化所带来的意识形态运作机理的变化。深入融媒体语境,扮演意识形态“侦查者”的重要角色,着眼于当下社会中的象征形式,有利于辨别表象背后藏匿的意识形态信息本质,及时对模糊思想观念的萌芽进行合理辨析,对错误价值观念予以深刻剖析并精准打击,占据“反非主流意识形态渗透”战的制高点,确保社会主义主流意识形态发展的蓬勃生机与青春活力。

其二,提升阐释力。主流意识形态的阐释力表现为两个方面。一是对西方错误社会思潮的话语解构以及对大众现实生活的话语弥合。在解构力方面,融媒体在意识形态传播过程中已经通达其主体、客体、载体、环体等各个维度,对西方话语的鉴别与侦破能力大大提高,揭露西方意识形态真实面目与话语本质的能力大幅提升。二是在弥合力方面,融媒体时代的意识形态工作能够充分发挥媒介话语的亲亲和表达优势,赋予人民群众以话语主体的身份,倾听人民群众的真情实感,以大众喜爱的话语风格为人民群众答疑解惑,能够在客观上提升主流意识形态对受众现实生活的话语弥合力,破除其既往的“生硬政治话术”面貌。

其三,扩展影响力。如果将既往的意识形态传播结构定义为传授者向受传者传输意识形态信息的单向传播关系,那么融媒体的生成与发展已经重构了意识形态传播格局:融媒体的共在性使得传播过程中的每一个要素都成为网状结构中的一个节点,因此实现了传授者互通、受传者互通、传授者与受传者互通以及传播媒介互通。由此,“关系”已经成为在动态化、复杂化的融媒体环境中实现意识形态信息高效传播的重要切入点,更是为主流意识形态提高传播精准度并获取广泛影响力提供了助力。因此,在融媒体环境中,积极建

构“主流意见领袖”的意识形态传播格局,充分发挥意见领袖的议题设置、舆论导航的作用,有利于精准高效传播主流意识形态,实现主流价值的全息传受、全员辐射与全程引领。

其四,增强感召力。媒介技术赋能使得融媒体时代的主流意识形态更具感召力,其生成与演进的具体逻辑为:观照并满足受众的自我实现心理需要,在融媒体背景下的政治参与中激发受众的政治效能感,从而使受众衍生出对于社会制度与主流价值的深化政治认同。政治效能感是指“公众对于自己是否能够影响到政治活动能力的信念或者信心”^[5]。也就是说,公众在具体的政治参与中一旦拥有获得感与成就感,自我实现心理得到满足,就能够产生更为持久的正向激励与价值感召作用,促进其自身自觉维护社会核心价值观与稳定社会秩序。融媒体时代为政治参与畅通了现实渠道,通过受众话语权与影响力的实现来赋予受众群体以更大的政治自主性,强化受众在政治空间的主体意识。以“帝吧”(即李毅吧)构建的网络社群为例,其通过“出征”方式在互联网空间维护并引导主流舆论。每一位“帝吧er”作为队伍成员之一,都在政治参与中积极展示着其所在社群的身份标签以便相互确证身份,并以此强化着社群成员的认同感与凝聚力,共同致力于社会正能量的传播与维护。每一次“出征”都在无形中强化着成员的政治效能感,在此过程中,主流意识形态的凝聚力与感召力能够以一种“润物细无声”的方式得以提升。

二、融媒体“本体论”意义的离场:当前主流意识形态的运作困惑及深层次原因

西方马克思主义者基于文化角度对现代性展开意识形态批判时提出,当前社会中的意识形态作用机制已经由传统的“政治化模式”转向了“文化渗透模式”,其中根本的转变在于对人的潜意识的占领。这一语境转型揭示了内在于人的日常生活中的“文化”对于意识形态分析的重要价值,且对于融媒体时代我国主流意识形态建设具有借鉴意义。不断向人的主体性迈进的融媒体,除去工具意义上的文化信息承载及传播符号作用以外,更重要的是其对于新时代文化样态的建构力与重塑力。对融媒体本质的浅层次理解以及忽视“本

体论”意义上融媒体与主流意识形态运作的同构性,是融媒体时代主流意识形态运作缺乏实效的客观诱因。

(一)后现代语境下主流意识形态生存空间愈渐窄化

主流意识形态在现今时代产生运作困局的深层原因之一,在于主流意识形态的生存境遇,即其生存空间的开辟占领与持续维护问题。后现代主义是发端于20世纪60年代的西方社会文化思潮,对融媒体时代的中国社会发展产生了重要影响。它对于现代性的批判主要基于对现代社会中的“理性”“主体性”以及“真理”的批判,其所崇扬的“多元”与“差异”,都藏匿于现代社会生活中的微观角落并从各个方面对主流意识形态的一元主导地位实施着隐形消解。后现代主义思潮通过对霸权式主体性进行批判、颠覆,进而宣扬离散的主体性复归,试图将话语权由“精英阶层”迁移至“草根阶层”。后现代主义者不断否定主流的中心化、宏大化叙事风格,进而对浅俗化、生活化的微观叙事风格进行肯定与赞扬。

其一,在后现代视域下,大众心理已然发生了选择性转变,“集中表现为集体意识的觉醒、对生活世界的重视以及权威意识的淡化等”^[6]。尤其在如今的融媒体时代,媒介格局的深刻变革与社会生活中人们主体意识的激发产生同构效应。人们开始高声宣扬主体意识并彰显个性,强调突出个人存在感。同时,大众也更加希冀从日常生活中达到自身获得感的满足,往往毫不避讳地将自我意义的构建寓于其中。除此以外,他们更是开启了对严肃化、权威化的主流意识形态的“柔性抵抗”。其二,在融媒体时代,大众生活空间中所充斥的各类后现代主义文化样态,例如消费文化、大众文化、视觉文化逐渐风靡、备受推崇,其中所蕴含的消费主义、个人主义、利己主义、享乐主义等思潮又从客观上挤压着主流意识形态的生存空间。由此一来,解决主流意识形态生存发展的空间难题就成为使之有效运作的应然之举。

(二)微观叙事话语与主流意识形态宏大叙事话语极易陷入“二元对立”的境遇

“意识在任何时候都只能是被意识到了的存在,而人们的存在就是他们的现实生活过

程”^{[7]152}。简言之,存在于人们现实生活过程中的“意识”才易于被感知及认同,而浮于日常生活之上的“意识”往往会因为缺乏共鸣基础而认同甚微。话语,亦即语言,是产生于一定社会制度中,被人们运用于思想交流、信息沟通的实践要素。从这一层面讲,话语本身就具有意识形态性质,在话语的表达、传播过程中,某种意识形态的具体内容也会内涵于其中且被受众所接收。主流意识形态话语作为意识形态传播过程中最基本、最核心的要素承载着多重意义,是其实现生活化转向的重要切入点。诚然,“灌输”教育是作为马克思主义政党的中国共产党进行意识形态教育、传播与引导的重要法宝。多年来,主流意识形态叙事始终延续着以灌输、宣传与引导为方法论准则的传统宏大叙事模式,话语表达也呈现出“高大上”的权威形象。这与日常生活中的微观叙事模式以及“接地气”的话语表述产生了差异性格局,自然也就难以取得受众的实在认同。在融媒体传播时代,“去中心化”特征的愈演愈烈使这一差异性格局迅速扩大,从而使两者极易陷入“二元对立”的境况,主流意识形态话语易在政治性与严肃性中失去引导活力。

要对意识形态叙事方式进行考察与变革,需要廓清现实生活中的微观叙事与政治传播中的宏大叙事之间的关系,其两者之间并不必然是二元对峙、相互对立的状态,而是相互联系、相互依存、相辅相成的关系。无论多么宏观的意识形态观念,始终是由人们现实生活中的点滴引发并最终服务于人民群众创造更美好的生活。在新时代背景下,主流意识形态叙事话语方式应当主动变革,以更好融入大众创造美好生活的现实环境,有效进行宏观要素的现代社会微观编码。

(三) 新型文化景观的隐性意识形态属性鲜获关注

法国学者居伊·德波早在西方社会进入大众传播时代时就对“景观”一词进行了内涵解读,“在现代生产条件无所不在的社会里,生活本身展现为景观的庞大堆聚”,“景观不是影像的聚积,而是以影像为中介的人们之间的社会关系”^[8]。借助于媒介技术的迅速发展与广泛应用,反映着社会生产、生活方式的“景观”已经以无意识的方式悄

然渗透在人们的日常生活中。它通过幻象赋予人们精神上的获得感并以此成功赋予自身存在的合理性,同时强势主导着人们的价值选择、理念认同与行为方式。因而可以说,景观自身就具有鲜明的意识形态功能,它蕴含着某种社会意识形态意涵,且不同于生硬的政治意识形态,它采取一种柔性方式去强化某种意识形态的社会认同度,人们开始在景观所创造的逻辑中思索、实践,但又难以自知。

当前,以融媒体为主要特征的第三媒介时代正在开启,融媒体已经成为支配当下社会景观生成的主体力量。“场景是融媒体形态重要的生态景观”^{[3]24},由场景带来的融媒体景观已经使社会主体处于一个“在场化”且“泛在化”的环境中。不必受制于时空维度,任意场景的入口都呈现开放式状态。例如,一个二维码可以成为受众为喜爱的参赛选手投票的场景入口,可以成为就某一主题进行在线讨论的场景入口,亦可以成为共享同一篇文章的场景入口;“弹幕”可以成为观众共同讨论剧情或是直播内容的场景入口等。而这些新生成的社会场景都在无形中影响甚至建构着新的社会关系,同时这些无所不在的社会场景又是社会文化活动的重要载体,对于社会文化需求与文化平台的生成发挥着作用。需要指出的是,这些在融媒体时代应运而生的新型文化景观都具有深刻的隐性意识形态属性,但是这一点常常被隐匿与遮蔽。以“网络直播”亚文化为例,人们更直接的选择是对其进行刚性规约、硬性整治,但从唯物史观视域来审视,这类新文化样态的产生与流行实际上是经济社会迅速发展、媒介技术深刻嬗变的产物,上述处理方式在一定程度上导致了大众对主流意识形态价值引领的忽视、规避甚至冷漠,因而应当采取的有效举措是对其背后蕴藏的社会心理进行深度剖析,探寻景观背后人们的真实文化心理诉求,进而积极满足大众的实际需求,为主流意识形态的传播与认同奠定广泛的社会心理基础。

三、“现实生活”的回归:融媒体时代主流意识形态的优化运作

在融媒体时代,传媒技术正日益发生重大变革,大众心理产生隐秘变化,不可避免地主流意

意识形态运作提出新的挑战,上述问题的提出将突破路径直指意识形态的“生存论”转向。从“现实生活”这一实在场域出发,聚焦文化心理、赋能媒介话语、依托仪式场景将成为主流意识形态优化运作的显性路径。

(一) 聚焦文化心理:在情感对接中形成意识形态的共情体验

透视社会成员的文化心理是主流意识形态在“现实生活”空间寻求转型应当进行的基础性工作。概括地说,聚焦文化心理,就是关注融媒体所创设的社会景观现象,高度重视其对于文化样态以及社会心理的建构意义,并主动与社会主体进行心理对接。西方马克思主义者阿多诺在对消费社会进行批判时就选择了透视社会文化现象作为切入口,提出了“文化工业”这一概念。他认为,消费社会的生成根源在于被商品生产逻辑侵蚀的文化领域逐步沦陷:通过大批量生产可供人们消费的文化商品并使人们深度沉浸于这种文化娱乐过程中,人们的思想与行为在无形中被操控,最终资本主义意识形态的统治地位得以维护与巩固。在此基础上,阿多诺进一步指出,在文化工业体系形成和发展过程中的强大外部力量——媒体技术和传播手段,现代媒介以其强大的隐蔽性在客观上为文化工业的顺利运作提供了受众心理条件。在这里,阿多诺对于“媒介技术——社会成员文化心理——社会意识形态”运作逻辑的揭示为当前主流意识形态运作模式的变革提供了思路启迪。

任何一个时代的社会景观都在一定程度上折射出那个时代的社会心理状态。正如马克思、恩格斯所指出:“思想、观念、意识的生产最初是直接与人们的物质活动,与人们的物质交往,与现实生活的语言交织在一起的。”^{[7]151}在这里,马克思、恩格斯所提及的“思想、观念、意识的生产”实际上就包括意识形态的生产,对现实社会的意识形态展开剖析,必须拨开社会景观的迷雾,对人们创造的现实生活本身展开探索。因此,揭开融媒体时代社会文化景观的神秘面纱,剖析传播媒介复杂变革之下的社会文化心理及其产生变化的实在内因,成为打造文化心理透视机制的核心旨趣。

其一,密切关注融媒时代的社会文化景观,在

融媒时代的语境下揭示其特定的文化表征。以“弹幕”为例,它的出现使网络直播场景“增加了无限个即时交互的新入口,也由此形成了受众之间、受众与视频直播场景内部的一体化融合景观”^[9]。从其生成模式、运用方式以及表达范式来看,“弹幕”亚文化在融媒体的时代语境中凸显出了鲜明的戏谑性与草根性特征,而对于这一类亚文化,应当考虑的是如何实施“软性”引导而非“硬性”收编,其展现的文化表征在一定程度上对于我们描绘社会主体心理图示,展开融媒体时代的主流文化建设具有积极的启示意义。其二,深入融媒时代的社会文化景象中,考察与描绘特定文化表征下社会主体的心理图谱,并在此基础上进一步探讨融媒时代特定社会心理的生发原因。相比于知其然,更重要的是知其所以然。仍然以“弹幕”亚文化为例,其深受青少年群体热捧的深层次、实质性原因究竟何在,对于这一问题的解答将直抵当代青少年群体的心理实景。从融媒体视域进行考察,主体归属感与认同感在“弹幕”场景建构的特定关系圈层中发挥了至关重要的作用,甚至为特定群体制定了特有的隐性行为范式。聚焦于这类心理状态的成因,一是传播媒介技术赋能,融媒体传播对社会现实活动产生着广泛影响,关系这一传播偏向为其打造了特有的交往圈层,为产生群体认同奠定了客观基础;二是身处于日趋现代化的社会中,青年群体的自我意识较早觉醒,对于自我风格的建构与定义拥有着强烈创新冲动与创造欲望,同时,社会的复杂变革与快速更新使其具备较强的接受与“重组”能力,张扬个性在其理想信念、价值理念与道德观念的形塑中占据了主导地位,这一点成为上述心理实际生成的主观动因。其三,主动对接社会主体的文化心理,立足于主流意识形态高效运作中的社会心理需要,为主流意识形态的文化表达做好思路设计、风格创新,引导社会主体自觉实现对先进性文化的内在认同。社会主义先进文化是现时代主流意识形态的集中呈现。因此,先进性文化必须在自身结构系统的革新上寻求突破,应势融入融媒体时代的新鲜元素,充分考量当下受众的文化心理实态,为社会主流意识形态的长效运作筑好共情基础。

(二) 赋能媒介话语:在微观编码中凸显意识形态的生活观照

西方媒体文化研究者尼尔·波兹曼曾提出,语言是“人类最强大的意识形态工具”,它的无处不在又无可察觉使其拥有隐形的意识形态议程,自然而然地增强它的社会控制能力。“因为它来自我们人体之内,所以我们就相信,它是世界直接的、未经编辑、没有偏见、不带政治色彩的表现,它就是世界的真实面貌。”^[10]媒介话语的编码实际上就是对媒介话语的意义进行社会化生产,同时使主流意识形态这一意义巧妙且深刻地隐匿于其中,并在现实生活中“理所当然”地存在。在以全觉传受为基本特征的融媒体时代,媒介话语不仅作为社会主体的“思维符号”或“交际工具”而存在,而且能够对大众现实生活产生深刻影响的特性与功能,赋予其“权力”的意蕴,即它能够决定以何种方式对何种群体表达何种思想并对他们产生实际影响,这一点使得媒介话语不可避免地具备了意识形态属性。通过媒介话语,媒介所蕴涵的意识形态信息以趣味性、通俗性、无意识性的方式在现实生活中得以有效传播。因此,把握好媒介传播,由现实生活出发并从微观层面对媒介话语进行主流意识形态的有效编码,就能使主流意识形态在现实生活的运作中增添生机活力并有效提升其沟通说服的实效性。英国“伯明翰学派”的代表人物之一,文化研究学者斯图亚特·霍尔在1973年发表的《电视话语的编码/解码》一文中提出了著名的编码解码理论。在霍尔看来,事物的意义都只能由媒介符号承载,通过媒介符号,事物的意义才得以有效表达。他以电视话语的意义流通为例,将研究视角转向受众,阐释了信息及其意义传播与被接受的全新模式——整个过程分为编码、流通、解码三阶段。“编码”即编码者将意义赋予流通符号的过程,“流通”即意义由编码者传输至受众的过程,“解码”即受众接收信息并解读出意义的过程。在此过程中,由于编码者与解码者从属于不同的社会群体,有着不同的社会关系与文化背景,因而编码与解码两个过程实际存在着语义、信息、文本内容的不对称关系,即编码过程中信息符号的意义不绝对等同于解码过程中信息符号的意义,不同的受众对于同一信息符号进行

了不同意义的解读。基于此,霍尔从受众角度出发,阐释了解码阶段的三种类型:“主导—霸权”型、“协商”型与“对抗”型^[11]。根据他的解释,“主导—霸权”模式中,意义得到完整传播,解码者完全按照编码者传输的意义图示进行解读,意识形态在无意识中发挥作用;“协商”模式中,解码者对编码者传输的主导意义持认可态度,同时也结合自身的社会关系与文化背景进行解码,体现了自身在解码过程中的相对独立性;“对抗”模式与“主导—霸权”模式相反,解码者在知晓编码者的意义图示后以完全不同甚至是相反的方式进行意义解读。虽然霍尔的理论出发点是对资本主义文化进行批判,但是其中展现的关于意识形态如何通过媒介话语有效运作的理论观点,对于我们在当今的融媒体时代探讨社会主义意识形态运作方式有着深刻启示。

根据霍尔的编码解码理论以及融媒体时代主流意识形态的运作实际,可以得出如下结论:融媒体时代的主流意识形态运作必须观照受众需求,重视对媒介话语的科学有效编码,亦即是说,必须有效掌控媒介话语权。这里的媒介话语权包含两层涵义——媒体的传播中隐含意识形态信息且媒体传播的意识形态信息能产生现实作用。具体来讲,其一,要在媒介话语的编码中凸显社会主义核心价值观的统摄与引领作用。习近平总书记多次强调:“我们要加快推动媒体融合发展,使主流媒体具有强大传播力、引导力、影响力、公信力,形成网上网下同心圆,使全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起,让正能量更强劲、主旋律更高昂。”^[12]这就要求作为生产并传输主导意义的编码者即主流媒体,必须始终跟随时代步伐,吸收时代养分,充分整合新媒体的传播优势,把握融媒体时代的传播规律,自觉担负起在生动形象的生活实践中采用多种符号形式传播主流思想、表达主流价值的时代责任,以更好地实现主导意义在实践中的微观编码,同时也为提升受众的解码能力做好基础铺垫。其二,要关注受众的思想与心理需求实际,根据受众心理特点设置贴近现实生活的大众化、时代化议题^[13],并用接地气的话语方式适时引导舆论,达到潜移默化地引导受众进行主导意义解码的作用,避免受众采用

对抗型解码方式,促进作为主导意义的主流意识形态的完整传播与被接受。实际上这一点就是使得编码阶段的主导意义即主流意识形态在现实生活中产生作用的方式。只有满足大众的文化心理需求,确保大众的主体地位,生产符合大众风格的话语内容,才能使其中蕴涵的主导意义的主流社会意识形态得到大众的普遍认同,从而使其切实发挥作用,在日常生活中指导大众的具体实践。

(三) 依托仪式场景:在具象互动中实现意识形态的主体询唤

仪式场景询唤就是使意识形态在能够生成仪式感的特定场景中发挥主体询唤的功能。法国哲学家阿尔都塞继承着马克思的思想,在《意识形态和意识形态国家机器》一文中指出人永远生活在意识形态之中,意识形态的实质载体是人,作为表象的意识形态发挥作用就需要通过询唤机制,即意识形态把个人询唤为主体^[14]。在阿尔都塞看来,意识形态不仅如马克思所揭示的那样——是对生活世界的颠倒反映,是虚幻的观念,他认为意识形态还建构着一种拟真的幻象,而人们如何实现意识形态即拟真幻象的认同?答案则是发挥意识形态的主体询唤功能——将个人建构为主体,使他认为他是自己和所处社会的主人,从而进一步实现对自我身份的认同以及对身处社会的认同。阿尔都塞的意识形态理论是基于对资本主义意识形态控制方式的批判,其中对于意识形态作用机制的揭露,对现今时代我国进行意识形态工作创新具有重要的启示作用。那么,意识形态对主体的询唤何以实现?作为抽象形式存在的意识形态,要成功发挥它的询唤功能并得到认同需要实现自身的具象转化。而仪式这一重要的文化载体,能够发挥自身的文化功能并生成仪式感,进而在一定场域中为意识形态的感性询唤提供现实载体。从仪式的互动结构来看仪式感的生成过程,其中需要包括在场感、场域化、共情性等重要因素^[15],而融媒体时代的各类符号化、超时空化场景恰好兼具了这些要素,使得仪式感在这些互动因素中更加自然且无意识地生成。每一个突破时空藩篱的开放式场景,都给予受众充分的参与感,赋予他们真实的临场感。同时,动态化、入口开放化的场景又不断吸纳着新的个体参与到仪式活动

中,使得仪式得以呈现广泛的非线性传播,并赋予仪式活动中的每一位个体以相同的情感体验,让他们在情感共通中达成对彼此的身份认同感与群体归属感,进而借助于此形成一种集体意识,并对这份集体意识表达认同且自觉实践。通过将意识形态纳入这一具象化的互动仪式链中,个体在生成仪式感的同时,集体记忆与主体身份被询唤,对于社会主流意识形态的情感认同也得以激发。

在探求主流意识形态认同建构的具体实践中,必须对融媒体内生的文化意蕴加以审视与省察,重视仪式具备的文化规训与主体询唤的作用,将融媒体这一巨大的社会隐喻载体运用到互动仪式中,积极创设数字化仪式场景。通过把遥在的个体“链接”到现场来实现受众的“强参与”,聚焦受众共同关注的焦点,激发受众深层次的情感能量,刷新集体记忆的历史存在,在与同一场景中的他者进行身份确证时实现身份认同与群体归属,在形成集体共识的基础上共享仪式意义,从而生发对主流意识形态的价值认同。以“开放化场景”为主要特征的融媒体传播,可以赋予受众以极其强烈且真实的在场感,通过强烈的互动体验使个体沉浸于特定的仪式场景中。例如,在庆祝中华人民共和国成立70周年之际,央视、各大卫视以及新媒体平台顺应融媒之势,主动革新报道形式,“抱团”以取彼此之生态优势,实现了“庆祝中华人民共和国成立70周年大会、阅兵式和群众游行”实时全景直播。全国人民不需要蹲守在电视机前,仅需要一个二维码、一个链接即可进入这盛大场景中,以强烈的临场感共同参与国庆盛事,并通过发送弹幕交流情感、同频体验。事实上,这就是一个深刻植入意识形态意蕴的开放化仪式场景,每一个中华儿女无论身处何方,只需要一个链接即可进入场景参与仪式,在一条条弹幕互动中抒发强烈的爱国情感,并在意识形态仪式的操演过程中形成对中华儿女这一身份的主体认同,在仪式的导向机制下自觉接受仪式的规训,遵循与主体身份相对应的话语体系、价值观念。至此,主流意识形态在仪式活动中顺利完成对个体的主体询唤,使其认同自我的主体身份并无意地认同其正在践行的主流意识形态。又例如,2020年国内新冠疫情暴发后,武汉依据北京“小汤山”样本,迅

速着手建立“火神山”与“雷神山”医院来提高新冠肺炎患者的收治率,与此同时,央视频特别推出了“建设进行时”这一医院施工的实时动态直播,各大新媒体平台纷纷加入直播队伍。万千网友心系疫情,化身“云监工”们值守在屏幕前,共同关注着项目每一天的进度。融媒体环境打破了虚拟与现实的边界,实现了每一位“云监工”的虚拟在场。他们因为具备相同的关注焦点——疫情发展与施工进度,同处于一个虚拟场景——施工实况展播,拥有同一个身份——“云监工”们,因共同在弹幕中讨论疫情并为武汉加油而拥有了共通的情感体验,从而在“武汉加油”“中国加油”“为中国速度点赞”等这一系列话语表达中,在仪式感的支配下,被主流意识形态顺利询唤为抗“疫”主体,认同着“中国特色社会主义制度能够集中力量办大事”“抗‘疫’必将胜利”的信仰认同与信念追求。

参考文献:

- [1] 吴学琴.日常生活的意识形态分析及其认同[J].马克思主义研究,2009(3):62.
- [2] 约翰·B·汤普森.意识形态与现代文化[M].高铨,译.南京:译林出版社,2019.
- [3] 张成良.融媒体传播论[M].北京:科学出版社,2019.
- [4] 赵云泽,赵国宁.后现代主义视角下中国的媒介变革[J].中国人民大学学报,2019(4):112.
- [5] 闫方洁.自媒体时代意识形态工作研究[M].北京:人民出版社,2018:62.
- [6] 闫方洁.“中国梦”与“美好生活”:现代性语境下主流意识形态话语体系的创新[J].马克思主义与现实,2018(3):186.
- [7] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集:第1卷[M].北京:人民出版社,2012.
- [8] 居伊·德波.景观社会[M].王昭凤,译.南京:南京大学出版社,2007:3.
- [9] 张成良,刘祥平.新媒体语境下传统文化的跨媒介叙事与传播[J].理论月刊,2017(8):78.
- [10] 尼尔·波兹曼.技术垄断:文化向技术投降[M].何道宽,译.北京:北京大学出版社,2007:73.
- [11] 罗钢,刘象愚.文化研究读本[M].北京:中国社会科学出版社,2000:354-358.
- [12] 习近平.加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局[J].前线,2019(4):5.
- [13] 周耀宏.新时代网络空间意识形态话语权的掌控策略[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2018(5):24.
- [14] 俞吾金.阿尔都塞意识形态理论新探[J].江西社会科学,2004(3):26-31.
- [15] 刘伟兵,龙柏林.仪式感如何生成——仪式发挥文化功能的运行机理研究[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2020(2):26-34.

The Construction of Mainstream Ideology in the Era of Fusion Media: Value, Confusion and Optimization based on Cultural Analysis

JIANG Jiancheng, ZHANG Jieyu

(College of Marxism, Soochow University, Suzhou 215123, China)

Abstract: The “ontological” meaning of fusion media in the current society endows it with constructive power for social and cultural ecology, public discourse, communication relationship and the main cultural psychology. Therefore, the occurrence and operation mechanism of mainstream ideology has achieved a shift of “cultural infiltration”. The ignorance of the isomorphism between the media and ideology leads to a series of practical puzzles in the mainstream ideological construction. In the post-modern context, the mainstream ideological living space is narrowing. Micro-narrative discourse and mainstream ideological grand narrative discourse can easily fall into the situation of “dual opposition”. And the hidden ideological attributes of the new cultural landscape receive little attention. To optimize the tension relationship between them, firstly, we should focus on cultural psychology to make ideological empathy experience in emotional connection. Secondly, we should highlight the life view of mainstream ideology in micro-coding by giving energy to media discourse. Finally, we should realize the interpellation of ideology in the figurative interactive ceremony by constructing ritual scenes. Through above methods, we will achieve the “existential” turn of mainstream ideology and effectively increase the value recognition and discourse influence of mainstream ideology in the era of fusion media.

Keywords: fusion media; mainstream ideology; cultural analysis; operation confusion; optimized operation

(编辑:蔡秀娟)