

社会化媒体下主流意识形态认同研究

彭放

南京航空航天大学马克思主义学院 江苏南京 210000

摘要: 随着网络信息技术的不断发展进步,西方意识形态利用社会化媒体这样一个交互性网络平台,对我国意识形态发起挑战。饱含意识形态的信息重塑性和虚假性以及同质化信息,解构网络群众的话语权,弱化主流意识形态的引领。群众对主流意识形态的认同举足轻重,所以必须强化群众对社会主流意识形态的认同度,增强社会主义意识形态的凝聚力,引领主流意识形态的走向。

关键词: 意识形态认同;社会化媒体;

在新旧时代环境变化下,互联网的平台主体对沿袭主流思想态度产生思想碰撞和断裂,做好意识形态的引领工作,本质就是做好关于人对于思想的认同,遵循人对于观念以及身份认同的逻辑。基于目前主流意识形态教育和宣传情况,人们大多都是“接收”而不是“接受”,是说而不听,听而不信,信而不入心的主体“麻木”和“叛逆”状态,所以必须抓住群众利益关键,做好主导意识形态的宣传与网络居民引领工作。

1. 思意: 社会化媒体下意识形态的阐述

1.1 对意识形态简述

对于意识形态的解释,《形态》阐述到:“统治阶级的思想在每一时代都是占统治地位的思想。这就说,一个阶级是社会上占统治地位的物质力量,同时也是社会上占统治地位的精神力量。支配着物质生产资料的阶级,同时也支配着精神生产资料,因此,那些没有精神生产资料的人的思想,一般地是隶属于这个阶级的”。它是一定社会阶级或集团诉求的集中反映,是统治阶级巩固自身权力的思想工具,其通过“意识形态国家机器”来维护统治。马克思主义理论在一定程度上揭示了资产阶级潜移默化地将其意识形态渗入该资本社会的群众中。不仅使被统治阶级在精神和思想上臣服于统治阶级,而且将被统治阶级自愿转变为维护资产阶级利益和资本主义社会制度的利益相关主体。

网络空间的意识形态是现实社会下的人的意识在数字空间的一种延伸,网络意识形态是现实社会与网络社会共同形成的关系。从根本上并没有改变意识形态的内在属性,网络意识形态是基于网络空间的意识形态样式演变,改变其传

播形式和生成过程。网络意识形态简单来说就是网络主体对世界和系统的看法和见解,展示网民群众自身特点、思维方式、行为风格。他夹杂着引导、聚集、动员、感染和教化等作用。

1.2 社会化媒体的阵地选择

在网络赋权的背景下关于意识形态的思考就需要通过洞察网络空间的现实问题,不同的意识形态生产领域都因各自在社会中的地位 and 利益而以不同的方式反映或折射现实领域。“语言和意识一样古老,语言是为他人而存在的实践性意识,它因此也为自我存在;语言跟意识一样产生于与人交往的需求和需要”所以文章就网络中的社会化媒体这一社会群众的喉舌来研究主流意识形态的认同问题。

文章选择社会化媒体这一意识形态阵地来阐述。首先,社会化媒体是一种给予用户极大参与空间的新型在线媒体。在社会化媒体平台上,用户由于共同的兴趣、现实社会映射到网络中的社会关系等各种原因,以各种方式参与进来,开展协同合作,互动分享,从而形成了一个以人与人的社会关系为基础的具有社会性的网络平台。这一社会化媒体创造了新的内容创作和传播方式,其特征主要有参与、公开、交流、社区化、连通性、多平台,且内容具有强连通性,可与其他社会化媒体快速融合。

其次,社会化媒体本身是“去中心化”、“民主化”的公共电子空间,在这种“观念世界和精神世界”表述中,资本操控数字媒介为西方攻打我国主流意识形态的建构提供了机遇。技术赋权改变了传统传播力的结构,提供了权力分散的机会。社会化媒体以更加隐蔽性、“合法化”的方式

影响群众的行为和思想。

2. 询疑：社会化媒体中主流意识形态的危机

马克思指出：“主要的困难不是答案，而是问题。…每个问题只要成为现实的问题，就能得到答案。世界史本身，除了用新的问题来回答和解决；老问题之外，没有别的方法。…问题是时代的格言。”马克思主义理论鲜明的理论品格就是问题导向，在达成群众对主流意识形态认同的基础上加强对主流意识形态的引领，这就需要以问题为导向，发掘问题从而解决问题。

2.1 信息存疑：“二手”信息难辨真假

技术赋权的网络媒介中，其媒介本身的虚拟性和其重塑性给予主体重新定义事物的机会。在行为体的操作下的网络媒介具有裁剪事物原本属性的能力，其将人为编造的观念和特质加入网络客体 and 事件中削弱或重新定义客体在实际生活中的属性从而改变其在网络中公众眼中的形象，将人为设计的信息或者观点植入客体形象中并在不断的社会化媒体的传播中进一步扭转或者扩大信息受众，这样民众在网络环境对于含有意识形态的理解就容易偏离受到西方思潮的影响，信息的真实性就存在质疑点。如美国学者沃尔特·李普曼提出的“拟态环境”理论，“人们通过主观认识功能对现实环境的一种描绘、撰写、重构和再现，它以现实环境为蓝本，运用符号系统在媒介上构建出反映现实环境的信息，形成一个符号化的信息环境。”只要我们信以为真，我们似乎就会认为那就是环境本身。对定义的模糊隐藏，心理隔绝或者说是信息裹挟下的道德偏斜，意识形态偏移，在一定程度上社会化媒体充当着政治、经济、文化的手段。西方霸权国家通过对网络信息适时地过滤、加工、发布构成了一门高级政治思想传播手段，这实质上是他们信息“武器化”，凭借对网络话语权的操控，演变其他国家思想。他们质疑我国的话语行为性质。通过诋毁我国的各种国际政治与社会援助政策，向世界其他国家传递着错误的信息，抹黑中国的国际形象。

2.2 社会化媒体的“海量信息”绑架群众话语，解构官方意识形态权威

在一个网络信息时代，意识形态的引领和反馈呈现多角度，多方位的形式。社会化媒体是人们各自抒发己见的去中心化的媒介，社会化媒体使得媒体受众的界限越来越模糊，且鼓励人们共享信息和评论，但在一个社会的信息不平等和

网络信息多元化的背景中，现民众主体意识本身很容易被网络社会化媒体中的资本操控的海量信息裹挟下产生认知和道德偏斜，同质化信息消解群众思想，多样媒体成为意识形态信息的发布中心从而弱化官方意识形态的主导力和公信力。

首先，由于信息不平等和信息贫困，不同的主体在开放化的社会化媒体中“个人信息世界”有巨大差距。个人信息世界，是个人作为信息主体资源。信息主体通过其信息实践从物理世界、客观知识世界、主观精神世界的信息源中获取信息，汲取信息效用，积累信息资产。信息的不平等反映民众在信息领域存在的机会、获取、利用等多重差距。这种群体间巨大信息主体资产差距本身是没有对错的，这种问题情景在网络信息时代之前是没有本质变化的。但是由于这种信息资产的差距在网络社会化媒介中延伸，网络信息中夹杂的政治、娱乐因素，以及政治资源化的特征，且意识形态以不同的语言形式隐藏在网络信息之中，主体的信息差并没有因网络媒介的信息传播而改善，反而在互联网空间中利用个体不同程度信息差将夹杂主观意志的“先知”思想和信息灌输给目标群体，赢得受体拥护成为新的话题和流量中心。自媒体个人成为社群中心的“领头羊”掌握新闻事件的舆论的认知倾向，成为一个个“喉舌”代表人物。

另外，信息和话语使用过程本身就是一种权利的表达方式，网络信息的泛滥和碎片化及网络自由媒体人肆意对信息的解释正在消解网络官方的权威并由个人意志引发网络群体性事件，弱化主流意识形态主导权和官方媒体的网络公信力。社会化媒体中的海量信息接收者其信息的权威性和可靠性正在逐步降低，在不同权利和资本操控的社会化媒体中的运行机制与网络商业组织，为了迎合社会的低级趣味，网络推手和水军传播低俗文化。为了追求商业利益，他们大肆地散布谣言并且在一些娱乐媒体中打着民族自尊普及知识的讲解的旗号，其实质就是利用“带血的流量”、“粉丝文化”方式来赚取噱头。这些舆论热点一方面引起了网民的网络信任危机，另一方面更降低了国家在宣传社会主义意识形态的感染力，并有可能引发网络群体性事件，造成暴力引导和公共危机事件。

再者社会化媒体这些媒介中的“舆论森林”的舆论表达系统中本身就存在舆论话语的差序机构，这些粉丝对名人的追捧和水军发布的群体信息催生同质化表达，绑架民众

的信息和话语表达自由，权力操控下的社会化媒体中民众的发表的自由意志的代表已经不再“单纯”。将意识形态教育的政治文化形式娱乐化。

社会化媒体中的本身机制中信息流量和话语权力成为资产和政治化关键，社会化媒体下民众信息差距成为了资本下可操控的金钱市场，由于政治资源化，政府部门可以通过网络调查了解民情，政府官员可以通过在网上宣传自己的政绩而提高自身知名度和号召力，达成自身的政治目的。因此，网络空间必将成为一种政治资源，成为世界各国争夺政治资源的阵地。网络意识形态的政治资源化特征将通过网上舆论和网民意对国家治理的影响而表现出来，这就是网络意识形态的政治资源化特征。而在社会化媒体中以植入式嵌套的逻辑下，流量话题度为卖点的运行逻辑和运行机制下，话题度、曝光度成为媒体运行的关键，群体同质化声音谋杀群众真实想法，这也就造成社会化媒体中群众的话语是“鸣而无脑”“鸣而无用”的消极状态。

2.3 意识形态建设的“孤岛化”

动态化已经变成新时代的常态，社会主义意识形态的引领和教育需要上社会进步的步伐。在“以变应变，以新应新”大方向下，在网络空间的新时代历史条件下应对意识形态危机。文章在对不同年龄调查群体进行交流访谈后我们发现认识论上民众对于官方的意识形态的宣传是“接收”而不是“接受”的状态，是听而不信，听而不入心的状态，民众对于主流意识形态认同出现问题，而无法真正接受官方意识形态引领。网络民众人云亦云，自媒体消解政府公信力，对于一些官方宣传的理论和观念背离，认为这所谓官方“专家说”只是束之高阁的虚化言论，体察不了群众的需要不被群众所需。那么在多元化网路空间中西方自由主义和民主社会主义的理论就自然而然填补网络中的社会主义意识形态方面的空白。主流意识形态的主导地位不能仅仅依靠统治权来维持，它的运转与维持需通过群众的积极认同才能实现，信任危机问题是官方和群众的人的认识论沟通问题，否则其政府主流意识建设只是“孤岛化”“闭门造车”的自我满足。

如哈贝马斯来说，任何“综合体”都以相互理解的情境，以及沟通所塑造出的生活世界为基础。《沟通行动理论》阐述，社会病症的出现是因沟通条件被系统的扭曲。在社会化媒体中意识形态的引领和宣传的渠道被扭曲了，“统治的宣称，知识的宣称、价值宣称和真理宣称唯有出自不被支配权

力所扭曲的论述，才能够被证成。”也就是说，形成这些宣称的那种论述，要能够自由的采取各种立场与论点，且思辨过程要能建立在“不受强迫的被迫朝向更好的论点”这个基础之上。现在，几乎不证自明的是，把论点进行集体审议与权衡，都是需要时间的而这在数字空间中时间的长度被大幅度缩减。现在对于官方在社会化媒体方面的意识形态宣传方面，在主流意识形态宣传方面无法引起民众的情感共鸣。官方宣传的方式也存在简单化、公式化、粗糙化、说教化的弊端。

在后保守主义和多元主义与全球复杂性不断增长的后现代条件下。科技创新的高胜率经济交易的速度和文化生活的快节奏化，网络空间的信息碎片化，意识形态的宣传和“灌输”必须在更短的时间内做出很多内容，使得对应的一切部门步调必须加快。这也意味意识形态教育或者宣传的时间视野与时间模式，这个两方面开始分道扬镳，这就使得官方的宣传形式是浮于群众表面做不到深入网络群众需要。这使得能官方的大网络意识形态未来的方针的不再是更好更有利的论点而是群情激奋，或多会少的非理性，但道德直觉，煽动性的隐喻和图像视域下的视频宣传，无法保证在社会化媒体中所发出的的主流意识形态宣传的真理性，官方的引领出了问题，也就无法关注群众的反馈。

参考文献

- [1] 刘永志. 西方意识形态网络渗透新态势及我国对策研究[J]. 马克思主义研究, 2017, No.210(12):96-105.
- [2] 杨嵘均. 论网络虚拟空间的意识形态安全治理策略[J]. 马克思主义研究, 2015, (01):98-107+159.
- [3] 张骥, 方晓强. 论网络文化对我国社会主义意识形态建设的影响[J]. 求实, 2009, No.334(02):40-43.
- [4] 马得勇, 陆屹洲. 信息接触、威权人格、意识形态与网络民族主义——中国网民政治态度形成机制分析周晓虹. 认同理论: 社会学与心理学的分析路径[J]. 社会科学, 2008, No.332(04):46-53+187.
- [5] 季海菊. 新媒体时代高校思想政治教育研究[D]. 南京师范大学, 2013.
- [6] 移动互联时代大学生主流意识形态引领力研究. 张梓琪. 中国矿业大学, 2022
- [7] 从道德自律到道德自然. 吕耀怀. 道德与文明, 2010
- [8] 田改伟. 试论我国意识形态安全[J]. 政治学研究, 2005, (01):