

价值引领视域下短视频的文化狂欢与规训治理

蔡之国，孔令淑

(扬州大学新闻与传媒学院，江苏扬州 225009)

摘要：互联网技术、智能终端、影像技术等的发展与合一，使短视频成为当代社会最重要、最火爆的文化形态和媒介景观。“众神狂欢”的短视频表现出多元复合的意识形态图式，而“流量思维”追逐下的内容异化隐性挑战社会主义意识形态、算法推荐极易形成“信息茧房”下的文化区隔，“群体极化”容易加速社会主义意识形态认同“脱嵌”等负向影响，对我国社会主义意识形态建设和价值引领带来极大的挑战。对此，可以借鉴和补充福柯的规训理论，通过完善现代治理网络空间的法律框架、协同有效监控短视频传播空间以及重聚社会主义意识形态认同的主体力量等途径，不断建构短视频现代化规训治理体系，在价值引领下实现短视频的健康、理性、有序发展。

关键词：价值引领；短视频；文化狂欢；规训治理

中图分类号：G206

文献标识码：A

文章编号：2096-8418 (2021) 03-0078-06

20世纪90年代，尼葛洛庞帝就在《数字化生存》一书中预判了数字技术必将给社会带来四个方面的特质：分散权力、全球化、追求和谐和赋予权力。^[1]数字化技术在分散传统话语权的同时，也技术赋能了民众更多的话语生产、传播、评论、转发的权力，形成网络世界的“众神狂欢”。丹尼尔·贝尔曾言：“目前占据统治地位的是视觉观念。声音和景象，尤其是后者组织了美学，统率了观众。”^[2]当代文化的视觉转向以及网络技术、智能终端、影像技术的发展与合一，使得感性主义形态的短视频迅速成为当代中国最重要、最火爆的文化形态和传播景观。据《第47次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年12月，我国短视频用户规模为8.73亿，占网民整体的88.3%。^[3]短视频的生产或消费，俨然成为当代中国人的日常生活状态，而短视频的中国实践也因此较大规模地改写着我国互联网的发展格局，并因其强大的文化效应成为当下价值引领视域下研究的重点和热点。

一、短视频的文化“狂欢”

“狂欢”作为狂欢节的文化表征由来已久，巴赫金的狂欢诗学更是将其提升为具有哲学意味的一个概念。在巴赫金看来，狂欢节文化颠覆了社会和文化的等级与权力，消弭了民间与官方、高雅与通俗、崇高与卑下、严肃与欢笑、灵魂与肉体的“区隔”，成为张扬个体、迸发激情、互动参与的“狂欢”仪式与节日。而网络技术造就的社会空间的虚拟性、自由性、个性化、集群化、交互性，无疑与巴赫金的“狂欢”理论不谋而合，并为短视频的“众神狂欢”提供了文化场域。

(一) 短视频的“众神狂欢”

短视频的“众神狂欢”是媒介技术变革的结果。媒介发展史一再证明，媒介技术的变革是传播媒介样态和传播方式更迭的重要力量。移动互联技术、影像技术等的发展，使不同性别、不同年龄、不同职业、不同社会阶层、不同社会区域的每一个人既可以自由快捷地拍摄、编辑、传播短视频，也可

以恣意地滑动观看、点击评论、转发分享短视频。传播主体的泛化、传受双方的交互,最终促生了短视频的文化“狂欢”实践,成为数字化生存时代最重要的话语表达与信息消费方式。而法国学者埃德加·莫兰在《时代精神》所言的“文化和个人生活从未如此地进入商业和工业的流程,世界的梦呓从未如此同时地被工业地生产和商业地销售”^[4],已然成为当代社会短视频媒介景观的最佳陈述。

短视频的“众神狂欢”还与其大众文化属性密不可分。英国的迈克尔·奥肖内西曾说:“大众文化是指人们在紧张工作之余所进行的消遣娱乐活动。在消费者看来,这种活动能使他们得到快乐和满足。”^[5]虽然借助视觉形式来记录“真实”一度成为视觉文化的共同特征,但随着人们需要的发展,带有逗乐、搞笑的娱乐文化渐渐大行其道,甚至演绎成娱乐是艺术传达意义的载体甚或主要表象所在。或者说,在艺术发展过程中,尽管教育功能屡屡被统治阶级所强调,但娱乐的目的也无处不在,比如“美”“巫”“舞”等文字的演变以及从“娱神”到“娱人”的文化转变等,都可以窥见这一特征。实际上,娱乐与人喜爱玩耍、热衷自由的天性有关,正如英国人科林伍德所言:“娱乐是以不干预实际生活的方式释放情感的一种方法。”^[6]正因“人在娱乐艺术中所产生的情感就在娱乐艺术所创造的虚拟情境中得到了释放”^[7],于是,在消费利益的驱动下,文化产业对人的娱乐需要进行了不遗余力的开掘,并在罗兰·巴特“文本的欢悦”、巴赫金狂欢诗学以及“滑稽模仿”“梅尼普讽刺”“戏仿”等理论研究的引导下,最终在低门槛、浸入感强的媒体泛化时代演化为短视频的“众神狂欢”,将消费性的大众文化推向了一个前所未有的新高度。

(二) 短视频的多元意识形态图式

传播学者哈罗德·英尼斯普曾说:“一种媒介不是某一种文化借以发挥作用的中立机构,由于其特殊方式,它是价值的塑造者,是感官的按摩师,是意识形态的倡导者,是社会格局的严格组织者。”^[8]习近平总书记指出:“文化产业既有意识形态属性,又有市场属性,但意识形态属性是本质属性。”^[9]作为当下最重要的媒介形态和文化产业之一的短视频,虽然以其经济性、娱乐性而为人所关注,但其话语表达和消费过程仍表现出强烈的意义、快感等意识形态属性。

“媒介即意识形态”,这是马尔库塞的观点,而从不同的文化视角对短视频进行审视,则无不清晰地呈现出意识形态的属性特征。从社会文化视角看,短视频作为反映社会存在特别是精神、价值的存在方式,“每一种话语都熟悉并代表一系列具体的利益”^[10],表现出先在的意识形态属性;从传播文化视角看,短视频以其共享的影像信息解释世界,并在“刷到停不下来”的接受中以其承载的意识形态影响着人们的生活、情感和思维等意识形态存在方式;从大众文化视角看,短视频传播的意识形态以及受众的留言跟帖和群际互动,在拓展短视频社交平台交际功能的同时,也会在“我言故我在”的对话中进行着意义的传播或者争论,不仅如此,受众还在消费文化商品的选择中体现出对意义的选择,即意识形态的抉择;从文化建构视角看,短视频以或现实或想象或互文或创造或直白或修辞等审美方式建构着对社会生活的认知,表现出用社会表象进行意指实践的符号表征传播特征。由此,短视频的生产、传播、接受无不呈现出意识形态的话语实践。

“假面舞会”的传播空间、短视频传播主体的泛化、工具理性管控影像的难度等,更使短视频以全面“敞开”的姿态传递出社会转型期的各种意识形态图式。前网络社会被遮掩着的全球化和转型期的各种思想或价值观念,与其他传统媒体社会的意识形态一道,被互构、互文地编码进短视频以及留言区域,呈现出多元意识形态混合杂陈甚或博弈的文化景观:一方面,短视频及围观留言为社会主义意识形态与中华优秀传统文化的传播提供了新的场域;另一方面,又因传播主体的“众神狂欢”甚或“群魔乱舞”,导致感性主义的短视频碎片化、高频次地充斥着身体操练、低俗恶搞、审丑猎奇、色情暴力、无聊造作、恶趣粗鄙、权钱崇尚甚或违背公序良俗等文化景象,甚至出现反马克思主义的观点。可以说,深具影响力的短视频以泛娱乐化的姿态或显性或潜隐地传递着国家主流意识形态、消费主义

意识形态、精英意识形态、享乐主义意识形态、民间意识形态等多元的价值观念，并在巴赫金式的文化狂欢和对话中对受众产生极大的意识形态影响。

二、短视频文化狂欢对价值引领的挑战

阿尔都塞认为：“意识形态对人的控制并不是公开的，而是隐蔽的，我们内化了意识形态，因此不能意识到它的存在和效果。”^[11]承载社会主义意识形态的短视频，可以更好地构筑中国精神、中国价值、中国力量，为中华民族伟大复兴“中国梦”的实现提供精神动力和文化给养；而负向、消极、低俗等意识形态图式的短视频，则容易降低人性的尊崇，“断裂”社会主义意识形态认同，成为阻碍我国社会发展与进步的负作用力。由此，短视频多元意识形态混合杂陈甚或博弈的文化狂欢，对我国社会主义意识形态建设和价值引领的倡导带来极大的干扰和冲击。

（一）“流量思维”下的异化内容隐性挑战社会主义意识形态

“受众为王”的传播理念在网络传播时代获得前所未有的彰显，而“流量”作为吸引受众关注的重要指标，更是催生了短视频以注意力经济为导向的发展趋态。不过，短视频市场化的“流量”追逐与国家倡导的社会主义核心价值观引领似乎有着天生的悖论：首先，“众神狂欢”的短视频生产者催生了竞争极为激烈的短视频文化市场，加速了这一文化市场的“流量”追逐，并在极致化满足用户的导向下容易形成内容生产的异化，给社会主义核心价值观的引领带来现实的挑战。可以说，传播主体的泛化无法保证短视频生产者的整体素质，而短视频生产的“流量思维”以及消费主义逻辑则进一步加速了短视频生产的无序，于是，弗洛伊德所谓的被社会规范长期压制的“本我”在网络上得以尽情地呈现，比如充斥于短视频的吐槽、自黑、身体操练、低俗恶搞、色情诱惑、网络暴力、坑蒙拐骗、编造炒作，以及婚外情等违背公序良俗、挑战道德底线的短视频频频出现，必然会或多或少地削减社会主义意识形态的宣传效力，弱化社会主义意识形态的凝聚力和向心力。其次，抖音、快手、全民短视频等短视频传播平台为获得超大规模生产和用户群体，有意或无意地弱化了媒体的社会责任意识，从而在某种程度上解构着媒体的公共性。良莠不齐、泥沙俱下的短视频乱象，无疑是短视频平台缺乏管控的重要表征。众所周知，抖音、快手、全民短视频等短视频平台并不生产短视频，只是为短视频用户提供传播渠道与推送服务，这些短视频平台在消费主义逻辑下更多的是盯紧“流量”，甚至声称“算法没有价值观”，而这无疑会弱化短视频平台的有效管理，表现出短视频平台的不作为和不想为。事实上，百度等短视频平台的屡屡被整顿，从另一角度反映出短视频意识形态传播的乱象，并在某种程度上影响着社会主义意识形态传播效力的现实实现。

（二）算法推荐极易形成“信息茧房”下的文化“区隔”

智媒时代的万物皆媒、人机合一、自我进化等特征，使短视频“众神狂欢”的中国实践释放出新的文化经验和文化效应，并在民众自我选择和算法推荐下对当下倡导的价值引领产生较大的影响。算法推荐是对用户自我选择信息的大数据进行的深度运算，其目的是通过最佳的手段和方法减少搜寻类似信息的时间以满足用户的“需要”，具有个性化推荐或定制式服务特征。不过，算法推荐也使得短视频用户越来越将信息的接受权交付给技术，而技术的理性也被逐渐物化为达成某种实用目的的工具，它不关心目标以外的结果，也不会关注其承载的意识形态，只会以用户使用短视频的“画像”为基础源源不断地向目标用户推送类型信息。长此以往，短视频用户只注意到符合自身兴趣与价值倾向的信息，仿佛将自身桎梏于“茧房”之中，形成信息“窄化”或者“信息茧房”现象。“信息茧房”是凯斯·R·桑斯坦在2006年出版的《信息乌托邦——众人如何生产知识》中提出的概念，而阅读“信息茧房”相关研究文献就会发现，自我选择、算法推荐与信息窄化、观点极化之间存在较强的理论关联，尽管这些关联并未获得足够的实证，但现实实践却一再证明，如果一个人长时间、高频度地将自身桎

桔于负向、消极、低俗的“信息茧房”里,往往会造成与主流价值观引领“区隔”甚或“断裂”局面,容易产生狂欢、戏谑、泄愤、窥视、佛系、追逐名利等不良心绪,进而在精神迷茫和信仰缺失中形成文化畸变或价值观变形,冲击甚或消解社会主义意识形态认同。

(三)“群体极化”容易加速社会主义意识形态认同“脱嵌”

比尔·盖茨在2017年初接受采访时曾说:“人们观看自己喜欢的电视频道、新闻网站和facebook,都很容易陷入媒体所带来的‘过滤气泡’中,从而强化原先的观点并排除其他的看法……诸如社交媒体这样的科技使你和观点相似的人聚在一起,进而不能共享和理解不一样的观点,这个问题要比我们想象得更为严重。”^[12]他不仅指出媒体具有“过滤气泡”的功能,还指出用户会选择与其观点一致的人聚合,很难共享相异的观点,最终形成“群体极化”现象。“群体极化”是美国学者詹姆斯·斯托纳率先提出的一个概念,指的是群体成员本具有某种态度倾向的观点,经过互动后群体的态度和观点会比讨论前的成员个体态度的平均值更趋向极端化。^[13]众所周知,网络短视频表现出“众神狂欢”的文化景观,而作为“现代人”的短视频用户常常会借助异化自由观来解构理性观念和主流意识形态,这突出表现为去中心、去主体、反主流的文化潮流,以及用“思想癫疯”以证明自身行动的实际支配力,并在信息覆盖的非理性、西方意识形态的渗透、自身认知偏向以及群际交互对话的影响下,极易形成极化的群体意识、符号化的抗争意识以及以偏概全的武断逻辑等文化表征,呈现出与社会主义意识形态“脱嵌”的文化景观。实际上,短视频作为当下最重要的媒体形态,其文本及留言场域是各种权力、话语进行重构、对话、互文、博弈的结果,这也使得短视频表现出多元意识形态的混杂、扭结甚或争夺,并在抢占话语资源的同时影响着社会主义意识形态的传播与认同。

三、价值引领视域下短视频意识形态“乱象”的规训治理

习近平总书记在2018年全国宣传思想工作会议上强调,意识形态工作是党的一项极端重要的工作,“建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态,是全党特别是宣传思想战线必须担负起的一个战略任务。”^[14]2020年,他在湖南考察时指出,文化产业“一定要牢牢把握正确导向,坚持守正创新,确保文化产业持续健康发展”^[15]。面对短视频自由共享的文化新业态和多元意识形态话语的杂陈表达,有必要从社会主义意识形态建设和现代化治理的高度对短视频意识形态“乱象”进行治理,在价值引领下促进短视频健康、理性、有序发展。法国哲学家福柯在《规训与惩罚》一书中曾创造性地提出“规训”这一关键术语,希望将人类的观念和思想通过规范以让规训的对象产生深入人心的惯性思维模式。虽然福柯的“规训技术”是在资本主义微观权力视角下展开论述的,但对其理性借鉴和有效补充,可以在价值引领视域下重构、新塑以社会主义意识形态认同为中心的短视频交往互动模式,促进各主体在“脱域”的短视频狂欢空间实现社会主义意识形态价值引领与个体体验的平衡,确保“众神狂欢”的短视频“持续健康发展”。

(一)在法治国家视域下完善落实现代治理网络空间的法律框架

福柯将“控制”看作资本主义社会规训治理的核心,认为法律是作为规训工具而存在,法律的话语及实践具有虚伪性。虽然福柯“反法律”论点的初衷是告诫人们不要被规训化的权力所蒙蔽以致失去对自由的追求,但他也提出与“专制主义”“管治国家”相对应的“法治国家”概念来寻求新治理技艺。“新治理技艺则试图补充被消耗的自由,在治理时要让人自由地感到自由,而不能是被命令而自由。”^[16]法治国家制定法律的目的并非限制人们的自由,而是通过法律调节人们的活动空间,建立自由的秩序,促使人们更好地追求自由,即法治“是确保对人类复杂群体的治理的技巧”。根据福柯的论述,针对短视频多元意识形态混杂的现状,国家有必要在法治国家视域下进一步完善、落实《网络短视频平台管理规范》和《网络短视频内容审核标准细则》等条例规定,甚或将之上升为法律体系的一

部分,从而用“规范化裁决”“惩罚”等法治方式促进短视频理性、健康、有序发展。实际上,对短视频具体实践产生的问题进行法律制度的追思和重新构建,能为短视频的现代化治理体系提供法律依据。

(二) 在规训权力手段下协同监控惩治短视频乱象的传播空间

福柯认为,规训权力的主要功能是为了更好地挑选和征用,其方法手段一般采用层级监视、规范化裁决、检查等来规制。在福柯看来,层级监视强调监视技术的等级性、层级性,通过分层、持续、切实的以及自上而下、自下而上、横向关联的网络作用监视,能对监视对象实现一览无余的监控;规范化裁决往往以“惩罚和奖励”的二元机制进行规范和矫正,规训处罚所持有的一个处罚理由是不规范,即不符合准则,表现出矫正的功能;检查则是层级监视技术与规范化惩罚、规训惩罚技术的结合,可以促进规训效果的实现。福柯关于规训手段的论述,能为短视频多元意识形态的空间治理提供思路:国家要从法律或者条例出发监视和检查短视频平台、生产者及用户,并进行规范化裁决;短视频平台要强化社会责任、使命担当,加强对短视频各主体的监视与检查,并在价值引领下优化算法推荐,确保短视频各主体话语的导向正确;短视频生产传播主体须在社会主义核心价值观的价值引领下提高短视频产品的文化意识;用户则需要进一步提高媒介素养、道德观念、审美水平以及监视、检举的动力。唯有从国家、视频平台、生产传播主体、用户等四个层面对短视频进行价值引领下的规训式协同治理,才能构建起向上、向真、向善、向美的中国短视频传播生态,实现短视频的健康发展。值得注意的是,福柯提出的“全景敞视主义”在交互的网络空间得以重新定义,监视者和被监视者的权力主客体在网络语境下被媒介技术重构:一方面网络信息管理者可以监视、控制接收者的信息活动,另一方面信息接收者则会在“匿名”的状态下监视信息管理者和其他受众。这样,福柯的“全景敞视”在网络空间还表现出“逆向的全景敞视”,从而产生多向的监控权力。为此,有必要建构起“全景敞视”和“逆向的全景敞视”的规训平台,形成多主体、多面向的监视、惩治、检查等协同规训治理手段体系,以增强对网络短视频的规训治理。

(三) 在价值认同框架下重聚社会主义意识形态认同的主体力量

福柯将“规训”看作是目标、手段、技术、程序等的“集合”,是对权力功能的现实微观分析,但如果只借鉴其规训理论进行网络空间的现代治理显然还不够。实际上,短视频作为网络空间文化的视觉景观,虽与现实社会紧密关联,但其社会身份的“缺场”及“脱域”特点,使得短视频生产和接受主体的意识形态与现实生活存在较大的差异。这需要引导短视频各主体基于社会主义意识形态的认同而进行信息的编码、传播或对话交流,使原本在现实社会中分化的社会认同能够在网络空间获得协调并达成共识,从而尽可能实现“破圈”并规避群体极化现象,为实现中华民族伟大复兴“中国梦”汇聚精神力量。应该说,社会主义意识形态是以马克思主义的强大指导力为思想根基、以中国共产党的强大领导力为政治根基、以人民为中心的强大感召力为群众根基、以社会主义核心价值观的强大吸引力为价值根基、以中华优秀传统文化的强大影响力为文化根基、以中国特色社会主义的强大生命力为实践根基建构起来的,凝聚着我国社会认知的“最大公约数”,体现着党、国家、人民的共同利益诉求,而用其进行价值引领无疑具有型塑和涵育社会价值观的作用。事实上,在我国社会发展过程中,社会主义意识形态已然成为国人的新文化基因,影响着每个人的认知、接受和行为,而这也是人民日报、新华社、中央电视台等国家主流媒体生产的一些具有社会主义意识形态话语的短视频被广泛转发和获得好评的原因,并且从另一角度说明社会主义意识形态具有强大的认同力和引领力。因此,有必要在社会主义价值认同框架下重聚社会主义意识形态认同的短视频主体力量,引导他们将主体利益需求与社会主义意识形态契合的内容有效嵌入到短视频的影像叙事框架和网络留言当中,通过信息生产主体的意识形态重塑和智能媒体的算法推荐来推进短视频意识形态秩序的优化重建,摆脱短视频“众神狂欢”带来的价值认知无序的境地,实现社会主义意识形态的价值引领,在促进短视频健康、有序

发展的同时,努力将短视频打造为传播社会主义意识形态的重要阵地。

四、结 语

媒介技术和影像技术的发展催生了短视频这一当下最为火爆的传播形态,“众神狂欢”的短视频成为多元意识形态的容器,对社会主义意识形态建构和价值引领提出了挑战。现代化进程中的中国呼唤现代化治理,短视频意识形态乱象也亟待现代化规训治理。虽然福柯在《规训与惩罚》中提出“全景敞视主义”来强调规训与惩罚对社会控制的“无死角”,但“巧妙的在场”会形成无形的干预,从而对日常生活形成更强的支配,对现代化进程中的中国产生极大的影响。不过,追求网络空间持续健康发展,是现代网络社会治理主体始终不渝的追求目标,而如何在网络空间实现社会主义意识形态的价值引领与个体自由的平衡,是当下短视频现代化规训治理始终需要思考的难题。这需要国家、短视频平台、生产传播主体、媒介用户协同努力,在价值引领下实现中国短视频传播生态的守正创新,从而将当下意识形态争夺“最大变量”之一的短视频变成社会主义宣传事业的“最大增量”,不断构筑中国精神、中国价值、中国力量,为中国特色社会主义事业提供持续不断的精神动力和道德滋养。

参考文献:

- [1] [美] 尼葛洛庞帝. 数字化生存 [M]. 胡泳, 范海燕, 译. 海口: 海南出版社, 1997: 269.
- [2] [美] 丹尼尔·贝尔. 资本主义文化矛盾 [M]. 赵一凡, 蒲隆, 任晓晋, 译. 上海: 上海三联书店, 1989: 154.
- [3] 中国互联网络信息中心. 第47次中国互联网络发展状况统计报告 [R]. http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c_1613923423079314.htm.
- [4] [法] 埃德加·莫兰. 时代精神 [M]. 陈一壮, 译. 北京: 北京大学出版社, 2011: 3.
- [5] [英] 安德鲁·古德温, 加里·惠内尔. 电视的真相 [M]. 魏礼庆, 王丽丽, 译. 北京: 中央编译出版社, 2001: 61.
- [6] [英] 罗宾·乔治·科林伍德. 艺术原理 [M]. 王至元, 陈华中, 译. 北京: 中国社会科学出版社, 1985: 98.
- [7] 于弗. 文学与娱乐 [J]. 文艺评论, 2007 (5): 21.
- [8] 钟大年, 王纪言, 郭振之. 电视跨国传播与民族文化 [M]. 北京: 北京广播学院出版社, 1998: 12.
- [9] 张晓松, 朱基钗, 杜尚泽. 坚守人民情怀, 走好新时代的长征路 [N]. 人民日报 (海外版), 2020-9-21 (1).
- [10] [美] 艾伦·塞特. 符号学、结构主义和电视 [A]. 罗伯特·C·艾伦. 重组话语频道 [C]. 麦永雄, 柏敬泽, 译. 北京: 中国社会科学出版社, 2000: 40.
- [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: 12.
- [12] Delaney, K. J. Filter bubbles are a serious problem with news, says Bill Gates. Quartz. Retrieved February 12, 2017, from <https://qz.com/913114/bill-gates-says-filter-bubbles-are-a-serious-problem-with-news/>.
- [13] 李萍. 从群体极化视角谈网络舆情危机的预警之策 [J]. 现代情报, 2015 (4): 61.
- [14] 人民日报评论员. 建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态 [N]. 人民日报, 2018-8-30 (4).
- [15] 张晓松, 朱基钗, 杜尚泽. 坚守人民情怀, 走好新时代的长征路 [N]. 人民日报 (海外版), 2020-9-21 (1).
- [16] [法] 米歇尔·福柯. 生命政治的诞生 [M]. 莫伟民, 译. 上海: 上海人民出版社, 2011: 53.

[责任编辑: 华晓红]