

# 媒介景观视域下高校网络意识形态建构刍议

徐广超

南京航空航天大学机电学院 江苏 南京 210001

**[摘要]**随着媒介技术的更新迭代,媒介景观成为了现代化日常生活的表征,在这个多方话语权博弈的舆论场,媒体以多种形式渗透进社会的方方面面,将生活影像以碎片化的形式剥离出来,向高校学子呈现了一种纷繁复杂的“物质表达的世界观”<sup>[1]</sup>,这种“景观社会”的现象也对高校网络意识形态建构带来了挑战。本文从德波景观社会的部分理论入手,以批判主义和经验主义相融合的研究视角为切入点,就媒介景观对高校网络意识形态建构的影响及应对举措进行探讨。

**[关键词]**媒介景观;景观社会;意识形态;网络

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2020.04.1331

“景观(spectacle)”一词源自德波的“景观社会”理论,他以一种批判主义思维对社会关系进行描述,他把“景观”视为一种将现实生活用图像形式客观化的工具,是集中所有目光和意识的区域<sup>[2]</sup>,而这在这个区域形成的景观社会是一种由影像建立关联的“伪世界(pseudomondo)”,随后凯尔纳将“景观”一词进一步延伸为“媒介景观(Media Spectacle)”<sup>[3]</sup>,而正在逐渐构建自我世界观的高校学子们,在媒介景观积聚的伪世界中,也将“被异化”为景观的附庸,为避免媒介景观对高校网络意识形态建构的消极影响,我们必须在媒介景观环境下探索出一条可持续道路,顺势而为提高高校网络意识形态阵地建设。

## 一、媒介景观的对高校学子的意象统治

在德波的“景观社会”理论中虽未对“景观”这一概念做出明确定义,但他认为,消费“景观”这一商品是景观社会的特征,社会通过生产“意象”进行统治,在数字媒体异军突起的时代,消费高度视觉化商品使“意象”传播更为广泛,逐步消解了个体的反抗意识,变成“单向度的默从”<sup>[4]</sup>。

### (一) 媒介景观的生产与消费

在“景观社会”中,景观并不是简单的图像展示,而是通过视觉媒介找寻人们的感官刺激点,去向人们展示一种可被人看到的倾向,正如鲍德里亚所言“赋予内容的表现以优先权的‘唯心主义’”<sup>[5]</sup>,让人们沉浸在消费意象的感官刺激中,以此主导着社会的意识形态本质。在大数据横行的媒介时代,媒介景象变得更为多样,高校学子在学习之余,也在媒介变革的过程中更为依赖媒介平台,他们的信息源于微信、微博、抖音等媒介平台,但这也致使媒介在无形中控制着高校学子的生活节奏,景象也在这些数字媒介的不断生产-消费中,使不同景象商品不断叠加,真相在不断的“加工”过程中变得虚无,而景象也在向人们展示影像的过程中再次生产欲望,欲望刺激消费,周而复始,使整个社会在各种景象中颠倒、变幻,潜移默化的重塑着人们的社会意识形态,成为统治高校学子意识形态的工具。

### (二) 媒介景观的统治形态

“景观”的统治形态在德波的理念中,分为“集中的(concentree)景观”和“弥散的(diffuse)景观”,以及中和它们二者优势的“综合的(integrated)景观”。

“集中的景观”是一种高度集权的统治工具,而“弥散的景观”是富足社会的产物,它被赋予了流动性和扩散性,但德波认为它是被造了假的自由,这种景观商品通过媒介平台,将一种被改良过的景观意识形态弥漫到校园的各个领域,当对这种商品的认知融入了学子认知体系中,就达成了媒介景观的意象统治。综合的景观是“前两种模式合理结合的结果”<sup>[6]</sup>,综合的景观其最大的特质就是将虚假的谎言置身于现实中,当学子在媒介的引导下将现实与媒介中呈现的虚拟世界相关联,又在虚假里加入现实的因素,就会在学子意识中出现现实与人造虚拟世界认知模糊的情况,这也是为什么会出现有学子在现实中尝试游戏人物的行为,如起飞、跳楼等这类新闻,而在技术的革新和经济的全球化过程中,也孕育出了一批被社会赋权了的“新媒体”,他们吃着时代的红利,用着“无可置辩的谎言”混淆视听。

## 二、高校学子面临的隐性霸权

随着自媒体的发展,我们也正式步入全媒体时代,各种视频的产出,舆论生态发生了翻天覆地的变化,从最初的单向传播、双向传播,再到如今的“多向度”介入的全方位传播,绚烂夺目的景观秀在这个时代用视觉映像不断深化其统治地位,一种普遍化的隐性霸权已成为这个时代的特征之一。

### (一) 高校学子的“碎片化”学习

在新媒体视频异军突起的当下,当一群亟待步入社会,为社会添砖加瓦的高校学子们,已然被各种新兴电子设备所包围,他们在这些景观秀中吸收到的是,别人嚼过的碎片化的信息,这种信息的获取无需大量知识体系的支撑,只需直观的观赏、堆积,这种无需大量思考即可获得信息的学习方式也正在重构着学子们的世界观与价值观,这也使他们的创造力和实践力在碎片化的学习中日渐削弱,然而深陷其中的他们却并不知他们正在被景观操控,这种消费不过是潮流的驱使,让一部分观看者沦为这种被制造出的商品的奴隶,这

应当成为高校网络意识形态建构需要重视的议题。

## （二）高校学子在新媒体时代中的娱乐至死

随着新媒体的普及化，娱乐已成为景观社会的主要消费对象，娱乐在新媒体时代的发展中，其形式变化万千，短视频、自媒体、广告、游戏、漫画、影视等已融入高校学子的日常生活，而高校学子作为娱乐景观的主要消费者，娱乐节目的“娱乐化”成为了获取这群消费主力军的流量密码，成为从事新媒体事业工作者能够流量变现的资本，“饭圈文化”、“爱豆文化”成功凝聚了一批高校学子，他们坚信他们所看到的这些“明星”“网红”效应即为当代年轻人积攒财富的正确“规律”，更愿意承认自己完全顺从于景观影像赋予他们的喜好，以至于他们的消费观、生活方式在景观的驱使下被改变，当“来自星星的你”火爆网络时，有多少人是真的冲着剧中男女主亦或热爱剧中的情景去的，他们沉浸在由景观营造出的“拟态世界”，浅层思维促使他们无法深入思考，而下意识形成了一种远离“知识本位”的价值体系，这种体系是建立在“娱乐至死”的基础上的一种畸形价值观，对集体利益与大局意识的漠然让他们深陷“景观拜物教”漩涡，功利心、攀比心充斥在他们的感官意识中，这也成为了阻碍高校网络意识形态建构的一大阻力。

## （三）“群体记忆”下的思维弱化

“在数字化时代，技术深刻地影响了人们回忆的塑造进程……记忆的社会功能在数字图片网络化的、散布式的特征中得以再度发挥，这使得互联网对记忆的塑造起到了深刻的影响。”<sup>[8]</sup>，媒介在传播的过程中，习惯于将历史与现实相互关联，将历史与现实通过群体记忆相互连接，但媒介又擅于利用“框架”的优势，选择性的对过去与当下的景观进行隐藏与凸显。而这种记忆不是历史的客观事实，而是被新媒体框架筛选后形成的“历史”，当高校学子不再以客观事实为依据获取历史信息时，人们的记忆被大数据景观影像不定时刷新、覆盖，生成了景观所“编辑”出来的“历史片段”，高校学子的理性空间逐步失守，而其最终原因便是群体对过去重构的结果<sup>[9]</sup>。当大量错综复杂的碎片化记忆被媒介堆砌而成的“群体记忆”所取代，高校学子的思维将随着媒介景观引起的情感起伏而逐步弱化。

## 三、高校网络意识形态在媒介景观侵袭下的建构策略

### （一）紧扣时代特色，顺应学子需要

新时代景观社会的快餐文化和网络文化正在重塑着高校学子们吸收知识的方式，快速的阅览习惯和易查阅的资料知识，这种“碎片化”阅读是时代发展的产物，能满足不同环境下个体的阅读需求，便捷、高效、易记忆是它的特征，这也成为了高校学子获取知识的必备途径和学习方法，面对这种方式方法，我们应尊重高校学子的需求，紧扣时代特色，用学生喜闻乐见的方式传播主流意识形态，促进高校网络意

识形态与时代潮流相融合。

## （二）拓宽教育渠道，增强教育引力

要善于把握景观社会的意象统治的规律，充分发挥景观社会的优势，用好各类新媒体平台受关注度高的热点话题，将其与高校网络意识形态相结合分析，为学生提供一个利于对话交流的网络平台，从中发现学生们的关注重点，并提取重点内容，在网络上以学生乐于接受的方式加以引导，增强意识形态教育的引力。同时高校思政教育工作者，要学会与时俱进，顺势而为，关注不同年龄段学生群体关注的内容，主动与学子们探讨热点话题，在学生群体中营造良好的交流互动氛围，引导他们形成积极的、主流的世界观和价值观，主动诱导学生关注身边问题，用思辨的方式去发现、解决问题，以“传帮带”的形式打造适合主流意识形态的“群众记忆”，打破学生们固有的表层思维模式，增强网络意识形态的渗透性和吸引力。

## （三）整合碎片信息，构建思政体系

高校学子在科研学术与生活阅读中，不仅获得的信息呈现“碎片化”，他们的阅读时间也呈现“碎片化”趋势，为了能优化高校网络意识形态的育人环境，高校思政教育工作者需要拥有精准的碎片知识筛选能力，和不同知识体系的整合能力，要以高效、简洁的教育传播方式，满足高校学子获取主流意识形态的需要，不断优化、创新高校网络意识形态知识体系，挖掘校园文化特色，合理利用校园网络平台，提高思政教育实效。

## 四、结语

媒介景观是时代发展洪流中的产物，对于高校学子们而言，它是一个双刃剑，它既可以是德波理念中的“颠倒的世界”，也可以是助力高校意识形态建构的工具，如何利用好媒介景观这一利刃是时代的重要课题，要用创新的思维打破媒介景观固有的统治形式，形成适应时代发展的媒介融合新景观。

## 参考文献

[1][2][4][7]居伊·德波.景观社会[M].张新木,译.南京大学出版社,2017.

[3]道格拉斯·凯尔纳.媒体奇观[M].史安斌,译.清华大学出版社,2003

[5]鲍德里亚.生产之镜[M].仰海峰,译.北京:中央编译出版社,2005.

[6]居伊·德波.景观社会评论[M].梁虹,译.桂林:广西师范大学出版社,2007:5.

[8]周海燕.媒介与集体记忆研究:检讨与反思[J].新闻与传播研究.2014,21(09):39-50+126-127.

[9]邵鹏.媒介记忆理论:人类一切记忆研究的核心与纽带[M].浙江大学出版社,2017.