

社交媒体时代的文艺评论——类型、现状与价值导向

王婧

遵义市文化馆

[摘要] 社交媒体时代, 文艺评论的形态和传播方式发生了翻天覆地的变化。由“传者本位”的单向度、精英化的评论方式向多元化主体的交互性评论方式转变, 出现了网民自发式评论、学院派体系式评论、媒体机构分析式评论、话题吐槽式评论等新评论形式。本文一方面从媒介研究的角度分析社交媒体时代文艺评论的类型, 另一方面从价值引导的角度探究网络文艺评论存在的问题。在社交媒体时代, 文艺评论应肩负起新型文化业态“促进者”和“监督者”的双重责任, 打造更具专业性和影响力的网络文艺评论阵地。

[关键词] 社交; 媒体时代; 文艺评论

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.128

随着智能移动终端和通信技术的普及, 社交媒体的兴起, 文艺评论的形态和传播方式发生了翻天覆地的变化。借助社交网站、微博、微信、博客、论坛、播客等社交媒体平台, 传播模式由“传者本位”的单向度、权威性的大众传播向“受众本位”的社交化、交互性的社交媒体转变。报纸、杂志等纸质媒体, 广播、电视等传统媒体逐渐被手机、电脑等互联网平台所取代, 这导致人们高度依赖于具有更大时空自由的社交媒体。随着数字时代的媒介进化, 精英文化逐步走下“神坛”, 文艺主体广泛多元、文艺类型丰富多彩、文艺内容包罗万象, 大众能轻而易举地通过移动终端接收到各种类别的文艺产品。不仅如此, 网络算法的出现和应用, 对文艺创作和文艺评论进行了数据化建构, 激发了文艺的创新潜能, 增强了文艺的有效传播。

一、社交媒体时代文艺评论的类型

传统文艺评论主要通过纸媒、电视、广播等传统媒体平台进行发布, 通常以权威、严谨的理性讨论单方面向大众进行输入, 形成主流媒体把控的评论场。而社交媒体时代的文艺评论在制度和技术赋权的影响, 评论主体更为多元, 评论方式更为多样, 不同的声音和观念在“公共领域”里出现碰撞与融合。文艺爱好者根据个人个人的文学偏好和自身经历进行评论, 学院派通过学术理论和架构分析进行评论, 媒体机构基于大数据分析和新闻评论进行评论, 自媒体基于流量话题吐槽式进行评论。

第一, 网民自发式评论。在互联网的赋权下, 大众能够自主地生产、发表自己的内容。网民们根据个人的文学偏好在网络平台上发表自己对于文艺作品的评论。在商业电影电视的排名中, “评论打分区”起到了独特的反馈作用。如豆瓣的短评、影评和打分评分功能, 使网民和作品产生密切联系, 观看作品的网民可按照个人的观感和水平在豆瓣上对作品表达出自己直观的感受并进行打分。由于网站用户强大的粘黏性和依赖性, 网民的评价和打分在一定程度上影响着电影的票房量、电视的收视率、音乐的播放量和书籍的购买量, 评论也逐渐被商业资本所重视。然而这种自发式的评论是有局限的, 通常受到网民自身认知水平、专业知识的限制, 带有一定的主观臆断和个人色彩。不仅如此, 各种力量也在豆瓣平台上进行博弈。在“注意力经济”的刺激下, 商业力量对评论区进行刻意的控评和引导; 在平台把关不严的封隙中, “饭圈”粉丝在评论区恶意营销、诽谤造谣, 影响了网民的主观判断和立场, 导致评论带有较强的主观性、情绪化和片面化。

第二, 学院派体系式评论。社交媒体平台上, 网络文艺评论与传统文艺评论的进一步融合, 学院派的理论体系分析加入了新的舆论阵地。在新的平台上, 学院派的评论者们根据自己的学术体系和知识框架对文艺作品进行了严格的文

学规律分析, 对文艺评论产生了一定的积极作用。然而, 学院派的学科壁垒阻碍了评论者的评论广度。由于学术框架不同, 不同学科的话语体系之间难以沟通, 导致评论者们往往一叶障目, 局限于各自的文学研究领域, 文艺评论的跨学科研究难以实现。不仅如此, 学术派的文艺评论还受到文艺评论者所处立场、知识体系、艺术修养以及对被评论者资料掌握情况的影响, 文艺评论的质量受评论者专业素养因素的影响较大。

第三, 数据分析式评论。社交媒体时代, 文艺评论从话语体系的“学术化”不断走向“技术化”。利用前沿技术与统计学、传播学、社会学、大众心理学、社会心理学等结合起来, 利用定量和计算对文艺进行数据化建构, 从而走向网络分析、算法批评、可视化呈现等数字人文方法, 建立起多学科式的新型评论主体, 拓宽文艺评论的维度。在资本力量的推动下, 商业性的咨询分析机构、市场调查公司、社交媒体平台利用大数据整理和分析方面占有的优势大量生产网络文艺评论。但由于对文艺理论和艺术创作缺乏了解, 网络文艺评论流于表面, 在很大程度上影响了文艺作品分析的深入性和有效性。

第四, 媒体专业化评论。长期以来, 专业媒体机构时刻关注社会对文艺的反应, 以及文艺与社会的相互作用, 主动设置文艺议程, 引导文艺风向, 持续向社交媒体平台提供权威性、时效性、专业化、精品化的文艺评论。在专业媒体的把关下, 文艺评论往往既有思想深度, 又有引导力度, 对各种类型的文艺作品评论精准、严格, 对文艺创作的引导客观、深入, 加大了文艺评论的主动性前沿性导向性。不仅如此, 专业媒体机构储备了大量的素材资源和专业人才, 甚至部分权威机构具备“采访权”, 让文艺评论的形式多种多样、内容包罗万象、文风自然流畅、语言严谨考究。然而, 在“人人都是传播者, 人人都是接收者”的社交媒体时代, 多种声音和各方力量汇聚在媒体平台上, 导致专业的声音不断减弱。同时, 专业媒体机构由于长期保持严肃, 在评论的引导上缺乏创新性和融入性。

二、社交媒体时代文艺评论的现状

社交媒体平台的开发性、互动性和社交性带来了强大的用户粘性。这一方面丰富了人们的精神文化需求, 另一方面也存在一些错误的言论现象。社交媒体时代文艺评论具有随意性强、情绪化重、颠覆是非等特点。首先, 社交媒体的虚拟性为评论的随意性提供便利。在平台上, 用户不再是真实的个体, 而是一个个虚拟的账号。一些用户躲在虚拟身份的背后在网络公共空间上利用评论肆意发泄个人情绪, 试图引起更多用户的关注和评论, 形成所谓的共识。其次, 在传播过程中, 用户对文艺产品进行评论时也会受到相同兴趣圈中群体动力、群体压力的影响。意见领袖对文艺作品进行议

程设置,产生从众效应,改变个人对作品的认知和态度。第三,文艺评论出现“失语”现象。部分文艺评论者在所谓的“人情”“红包”影响下,对各种作品进行庸俗吹捧,阿谀奉承,指劣为优,导致文艺批评精神的“缺席”。第四,商业化渗透文艺评论。社交媒体平台上,商业资本在流量经济的刺激下纷纷涌入文艺评论场域,大力吹捧商业作品,利用粉丝经济牟取暴利。甚至出现扭曲文化价值、社会价值,产生严重的负面影响并引发社会舆情。

三、社交媒体时代文艺评论的价值导向

社交媒体时代,文艺评论的价值引导是网络文艺创作的方向盘,是壮大主流文艺舆论的重要力量。一方面,它能够引导受众认知,辨善恶、鉴美丑,不受低俗媚俗庸俗作品和泛娱乐化的侵蚀,另一方面,通过文艺评论的网络延伸,加强文艺评论阵地建设,助力新时代艺术事业的蓬勃发展和社会主义文化的繁荣兴盛。鉴于社交媒体平台的特点和文艺作品的内在规律,为了实现文艺评论的时代新要求和历史新使命,需要注意以下几个方面的工作。

首先,密切联系群众。文艺创作是从人民群众创造历史的伟大实践中激发灵感、创作精神食粮的过程,在群众的互动中实现作品的价值。因此,文艺评论要建立“以人民为导向”的价值取向。社交媒体时代,文艺评论不仅要适应新型传播媒介的特点和规律、创新的语言风格和表现形式,还要多采用人民群众喜闻乐见、通俗易懂的大众词语,将评论放置在群众和时代的语境之中,立场鲜明地对文艺作品进行褒贬,引领群众提高审美鉴赏水平和理性评判,让人民群众共享文化成果是开展文艺评论的根本所在。同时,好的作品也要经得起群众的评价和检验,作品的专业评价、市场效益和社会效益的最终落脚点是群众不满意、不认可。比如,电如视剧《花繁叶茂》讲述了在精准扶贫的时代背景下,花茂村从贫困村到小康村再到“百姓富、生态美”蜕变的过程,故事通过幽默风趣的人物刻画、切合实际的故事场景、基层主要矛盾点的合理化加工和改造,引发群众的广泛热议和共鸣。纪录片《出山记》将脱贫攻坚异地搬迁政策具象化,带领观众去贵州农村一线看异地搬迁扶贫、大通道建设、特色产业发展的实地推进过程。影片把农村社会的人性问题放置到都市圈的聚光灯下,引导群众清醒看待城乡差距和现实处境,主动思考物质生活改善后精神世界如何充实等问题。

其次,避免过度商业化。近年来,互联网的技术赋权极大地丰富了文艺作品的总体数量。但有数量不等于有质量。在商业资本和技术的加持,文艺作品被作为一种特殊的商品进入社交平台,以流量的形式变现,有利可图的作品立刻成为资本、利益集团追逐的对象。在经济利益的刺激下,资本家们扩大生产规模,批量生产相似的流量产品,导致作品同质化严重、原创性不足。不仅如此,商业力量甚至利用所谓的“饭圈”侵蚀和颠覆文艺评论区域。由于资本力量背后的操纵,粉丝对流量明星产生狂热,在社交媒体上对其参演的作品阿谀奉承、庸俗吹捧、刷分控评,“饭圈”文化乱象滋生,严重影响了评论的真实性和客观性。在泛娱乐化盛行的网络场域里,人们的文化消费变成快餐式消费,逐渐麻痹了精神,沉浸在娱乐的虚拟满足和狂欢之中。而文艺评论要起到引领文艺思潮、指导创作方向的作用,就必须始终站在文艺的前沿发声,就是要在大是大非面前坚定立场,扫清消费主义的迷障,为大众指明文艺发展的正确道路。对于各种不良的文艺现象、思想和作品进行严肃批判,切实防止和抵制“去思想化”“去价值化”等不良倾向,营造积极向上的文艺氛围。

第三,弘扬批评精神。社交媒体平台上,文艺评论开始

频繁“缺席”甚至出现“失语”的现象,不仅崇尚“以洋为美”、脱离文本、远离群众,还缺少批判锋芒和批评精神。从文艺评论的成效上看,文艺评论似乎成了商业语境下毫无原则的表扬和吹捧、作品宣传推广的华丽嫁衣,对文艺作品的思考缺失和艺术瑕疵视而不见,锋利的批评被遮蔽覆盖,文艺评论对于文艺作品的把关、引领、传播作用也逐渐消失。想让文艺评论恢复“在场”发出警醒之声,就要树立和践行社会主义核心价值观,坚持马克思主义文艺理论与评论建设。文艺评论者要敢于批评,以理立论、以理服人,要能够从艺术、理论、实践等多个维度对文艺作品做出精准的评论,指出问题肯定优势,把真正优秀的作品推荐给大众。其次,文艺评论要善于批评,增强批评的时效性。针对文艺热点,主流媒体要积极设置议程,主动作为,成为舆论场的聚集点。文艺评论者在开展文艺评论时,事实就是,将理论与实践相结合去引导创作、激发精品、引领风潮,避免空对空的表扬和自我表扬、吹捧和自我吹捧。第三,文艺批评要有民族性,不能照搬西方理论来评判中国文学作品的价值。主张用中国民族性的话语评鉴和文艺理论,弘扬中国文艺和中国精神,加强中国文艺批评的自主性和独立性,彰显中国特色、文化自信的文艺评论。

第四,增强阵地建设。社交媒体时代的到来,多种声音涌入发声平台,整合资源、建立广泛联动的文艺评论阵地成为必要的趋势。一方面重视网络媒体平台,加大传统文艺评论的网络延伸,引导传统文艺评论关注网络文艺作品,熟悉网络语言,进入网络评论场,持续发挥传统文艺评论专业化、权威性的评论主阵地优势,扩大主流评论的覆盖面和影响力。同时,推动专业评论和大众评论有效互动,增强不同声音的相互碰撞,扩大文艺评论的影响力和感召力。坚持立场上毫不动摇,质量上较真碰硬,思想上敢于批判,加大文艺评论的公信力、战斗力和影响力,提升文艺作品的艺术价值、公共价值和商业价值,为大众提供高标准高质量的精神食粮。另一方面,文艺评论的阵地管理紧跟时代前进的方向,顺应“人找信息”向“信息找人”的时代转变,建构面向“数据”的新文艺评论。运用媒体平台和大数据加强文艺评论的阵地建设,充分发挥社交媒体评论、网络算法的积极作用,并按照大数据的评价方式,开展网络算法推荐综合治理,将主流价值导向的文艺评论精准地向大众传播,不给错误内容任何可乘之机。

参考文献

- [1]让文艺评论更有力量;韩业庭;光明日报;2016-04-23(版次:09版)
- [2]数字时代文艺评论的媒介形态、社会治理与传播机制;张慧瑜;《中国文艺评论》;2021-05-28
- [3].文艺评论须与时代共振,为人民而鸣;中国文化报;2021-10-21
- [4]论习近平文艺思想中的“人民性”观念;张永涛;湖南师范大学;
- [5]奏响“湘派”网络文艺评论“协奏曲”;刘瀚潞 程丽纯 于丽华;湖南日报;2021-12-03
- [6]文艺评论的“评”与“论”;中国文化报;2019-06-26(版次:03版)
- [7]移动终端在智慧课堂教学实践中的应用研究;邝金梅;《信息与电脑》;2019-01-01
- [8]广播电视新媒体的特点与管理;李杜若;《新媒体研究》;2016-10-10

作者简介:

王婧(1994-),女,硕士,遵义市文化馆工作人员,主要从事全民艺术普及和旅游产业化工作。