

新媒体与意识形态建设

余源培

(复旦大学哲学学院,上海 200433)

[摘要]新媒体已成为人类有史以来发展最快、影响深广的强势媒体,网络技术已构成一个新的思想文化阵地和政治斗争阵地。所谓对新媒体采取“价值中立”的主张是错误的,对其采取放任自流的态度更是不可取的,但应正确看待网络时代意识形态的“虚幻”化现象。网络时代意识形态安全的重要性随着“综合国力”和“国家软实力”的提出而更加突出。搞好新媒体的意识形态建设,需要有针对性地认识新媒体的特点。为此,要依靠全体人民,重视对社会心理的分析与研究,提高网民的能力和素质。

[关键词]新媒体;意识形态建设;国家软实力;传播;控制

[基金项目]“985”三期重大项目《马克思主义重大问题的当代重释》(2011RMXKZD006)

[作者简介]余源培(1938—),男,江苏省泰兴市人,复旦大学哲学学院教授、博士生导师,主要从事马克思主义哲学、中国特色社会主义理论研究。

[中图分类号]B036 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1003-7071(2013)01-0128-05 **[收稿日期]**2012-11-03

人类的存在和发展离不开信息的获得及社会交往。正如马克思所言,“人是最名副其实的社会动物”,“是只有在社会中才能独立的动物”^{[1] (P743)}。从历史上看,传播与人类社会文明的发展是同步的。如同人类生产活动的形成与发展依赖于生产工具一样,人类社会传播的形成与发展依赖于传播媒介的形成与发展,传播媒介的不断更新与创新大大提高了人类社会的传播能力。最初原始人是靠自然肢体的动作来进行早期智慧意识的交流与传播,继之产生了语言,遂开始采用声音作为交流与传播的手段,极大地扩大了人类意识交流与传播的层次和范围。传播媒介的第二次飞跃是文字的产生,有了记载功能后,人类社会群体间的交流大大超越了已往传播原始条件的时空限制。传播媒介的第三次飞跃则是印制传媒的出现,主要是书籍、报刊、印刷品等,它们使信息得以比较稳定地传播和传承。当今随着新科技革命和知识经济的发展,人类的传播媒介更是获得了空前的创新,这就是从电制传媒(收音机、电视、电台等)到电子传媒的快速发展,网络成为越来越重要的新媒体。

以信息技术为载体的新媒体给现代社会、国家、政党及人们的日常生活带来了极其深刻的革命性变化,

并成为人类文明有史以来发展最快、影响深广的强势媒体,必将越来越大地影响着人类文明未来的生存和发展。阿尔温·托夫勒等人认为“承认这一历史事实的政党和政治运动将生存下去,为我们的后代塑造未来。而那些拒绝承认这一历史事实的人将被冲进历史的阴沟里。”^{[2] (P6)}自从2008年IBM提出“智慧地球”概念之后,“智慧城市”在西方国家的建设已形成大趋势。美国总统奥巴马认为,“智慧地球”将有助于美国“巧实力”战略的开展,并试图一直保持其在这一领域的领先地位。截至2011年9月,中国已有九十多个城市(区)将“智慧城市”列入“十二五”规划或制定了实施方案,以综合利用各类信息技术和产品,并以实现“数字化、网络化、智能化、互动化、协同化”为特征。然而,从总体上说,人们对这一大趋势的认识还大体停留在工具理性(技术层面)阶段,存在着两种有待克服和解决的倾向:其一是忽视新媒体所带来的意识形态安全问题,相信所谓“意识形态终结”论;其二是面对新媒体所带来的诸多问题,显得过分紧张,甚至有时显得不知所措。

托夫勒所言的“政党和政治运动”按照马克思主义的观点,其核心是国家政权问题,其灵魂是意识形态问题。这两者都属于社会上层建筑,彼此密切联系而不可分离。这里所谓意识形态,即指自觉的文化形态,

大致包括如下内容:①政治法律思想,即对社会管理和控制进行理论概括的意识形态;②道德,即通过行为规范和伦理教化来调整人与人、个人与社会之间关系的意识形态;③艺术,即用形象思维表达人们对社会生活的理解、人生情感体验和价值追求的意识形态;④宗教,即一种信仰超自然神秘力量的意识形态;⑤哲学,即以最普遍、最抽象的形式,从根本上关注人与自然、人与社会、人与自身的最一般关系的意识形态等等。任何一个阶级或社会阶层、社会群体若要维护国家政权和社会的稳定,均须借助各种媒体来宣传代表其根本利益诉求的意识形态。而意识形态的传播从来就是媒体传播,自然也是新媒体传播的重要内容。在现代西方社会,利用网络新媒体进行政治活动已成为常态。例如,在2008年美国大选中获得胜利的奥巴马,就因其竞选团队对网络新媒体的高度重视和充分运用,而被誉“为‘互联网总统’”。在国际上,西方发达国家利用其所拥有的网络优势,力图输出其意识形态,以图谋实现其全球政治霸权和“道德领导权”。这种现象被一些学者称为“文化帝国主义”的渗透。如苏利文认为“文化帝国主义——指的是来自发达国家与支配者利益相关的文化价值或观点的商品、时尚或生活方式等流向发展中国家市场,创造出某些特定的需求或消费形态,而发展中国家的民族文化在不同程度上受到外国(主要是西方)文化的侵害、取代或挑战,受支配程度越来越高的状态。”^{[3][P110]}约翰·汤林森则将“文化帝国主义”定义为“运用政治和经济权力,宣扬并普及外来文化的种种价值和习惯,牺牲的却是本土文化。”^{[4][P5]}其特点是可以渗透到各国或地区的社会生活的各个领域和层面,影响众多的受众体,使其成为人们日常生活的一部分。某些西方大国甚至直接利用意识形态宣传在一些国家或地区制造政治动荡、社会动荡及有利于自己国家利益的政权更替。

事实已经说明,意识形态会赋予网络传播不同的社会属性,调控其社会功能,规定其发展方向,而且从内容上说,尽管新媒体传播的信息纷繁多变,涉及经济、政治、文化、社会、生态、娱乐等社会和个人生活领域,但基本上还是以不同的方式传播着某种特定的意识形态,起着积极的或消极的作用,发挥出“正能量”或“负能量”。因此,新媒体是一把“双刃剑”,是一种有力和有效的传媒工具,怎样使用它,给社会带来福祉还是灾难,完全取决于使用它的人及指导其行动的思想方针。对于这个问题,需要意识形态的介入才能解决。

二

进入21世纪以来,中国大陆的手机和网络用户以

超乎想象的速度迅猛发展。由于从思想上比较重视网络时代的主流意识形态建设,中国政府采取支持“正视、重视、顺应、引导和利用”的办法,中国的网络发展基本上是正常的。这种主流意识形态的地位主要体现在:一是以马克思主义和科学发展观为指导思想;二是中国特色社会主义的共同理想和核心价值;三是以爱国主义为核心的民族精神;四是社会主义的荣辱观。在中国特色社会主义先进文化的积极引领下,新媒体在中国已成为推进社会发展和成长的不可替代的新生力量。这主要表现在:一是新媒体的社交功能进一步强化。即时通信成为互联网第一大用户,数量已达到4.15亿人。此外,与社交相关的微博热兴,社交网站用户也在不断增加。二是新媒体的思想表达和公民民主参政议政功能明显提升。到2011年12月,中国微博用户猛增至2.498亿,成为“微博”世界第一大国。三是新媒体的商务应用发展迅猛。如网上购物、网上支付、网上银行、网络团购等均增长明显,虚拟经济行为日益趋于主流化。四是新媒体的文化、娱乐、教育功能稳步拓展,网络阅读、网页游戏、网络教育进一步发展,新媒体已成为重要的大众文化与娱乐、教育平台。

在肯定成就的同时,更要看到问题的存在。首先,在金钱资本和权力的双重挤压下,市场功利主义得以在网络空间中盛行。理想信念的缺失使得一些落后的甚至是腐朽的意识形态得以滋长,如极端个人主义、拜金主义、享乐主义、崇洋媚外、封建迷信、诚信缺失、谣、假、黄、毒等“信息污染”严重。其次是过分的数字化娱乐所引发的各种社会问题。美国传媒思想家麦克卢汉认为,我们已进入一个“娱乐至死”的可怕时代,其特点是:抽空思想,从内容走向形式,以至于消解精神走向低俗;与此同时,一种畸形的消费价值观被极力渲染。再者是某些西方敌对势力的意识形态渗透。事实说明,中国新媒体空间的健康发展有待进一步探索管理和治理之道,这必须与意识形态安全相联系,加以全面思考和系统运作。

这里有一个问题需要思考:如何看待网络时代意识形态的“虚幻”化现象?有一种观点认为,无论任何意识形态在根本上都是“虚幻”的东西,从来都是颠倒地反映社会现实,因而无一例外地具有欺骗性,统统应当予以拒斥或淡化。这种看法到底能否成立呢?试分析如下:

自从法国哲学家德·特拉西在19世纪初首先提出“意识形态”概念,并将其归结为揭示人们偏见根源的“关于观念的科学”之后,这一概念就在多种含义上使用。马克思、恩格斯在《德意志意识形态》中认为,“在全部意识形态中人们和他们的关系就像照相机中

一样是倒现着的”但又明确指出这种现象“是从人们生活的历史过程中产生的”是基于一定生产力发展的对抗性生产关系所导致^{[5] P29-30}。他们将“虚幻”性特定用于批判资产阶级意识和资本主义社会意识形态,其主要表现为极力使统治阶级的意识形态获得“独立性的外观”,把自己的特殊利益说成是社会全体成员的普遍利益,抽象地赋予自己的思想以普遍性的形式,以达到掩饰其阶级本性的目的。这种意识形态的“虚幻”性表现在,其颠倒了社会存在与社会意识的关系。马克思、恩格斯批判意识形态的“虚幻”性,通过批判达到“祛蔽”之目的,是为了创建马克思主义和科学社会主义的意识形态,用以指导人类的无产阶级革命和科学社会主义的实践。在他们的众多著作中,意识形态是一个与经济形态、政治形态相对应的唯物史观的普遍哲学范畴。

因此,从本质上说,不能将“虚幻”性任意泛化到马克思主义和社会主义意识形态。但是,由于人类社会分工条件下个人利益和公共利益必然存在的矛盾,“正因为各个人所追求的仅仅是自己的特殊、对他们来说是同他们的共同利益不相符合的利益,所以他们认为,这种共同利益是‘异己’的和‘不依赖’于他们的,即仍旧是一种特殊的独特的‘普遍’利益”^{[6] P85}。这样,公共利益就被视为一种“虚幻”的异己的共同利益而存在。应当承认,中国由于曾长期处于封建社会,从根本上缺少民主和法制传统,加上市场经济不可避免存在的负面效应,社会上确实一定程度上存在着各种“异化”现象,尤其是劳动异化、权力异化及人们社会关系的异化。这必然在媒体上会有所反映,有时甚至会被人为地渲染和扩大化。这就产生了媒体中的意识形态“虚幻”化现象,其具体表现是:脱离人民群众的根本利益,将某些特权阶层的利益打扮成社会共同利益;理论脱离实际,宣传内容与实际做的不一致;网民不能及时得到真实可信的信息,有时甚至被欺骗和愚弄;颠倒社会存在与社会意识的关系,不懂得意识形态领域的问题归根结底是社会存在的反映;一相情愿地粉饰太平,回避现实社会矛盾及工作实践中的某些失误和失策;单一、单向地进行形式主义灌输,不顾社会实际效果;垄断“话语权”和“评断权”等等。但这些现象并不能成为淡化意识形态的理由,相反,只能鞭策我们更好地坚持马克思主义和社会主义意识形态人民性与科学性的统一,加强和改善新时期媒体的意识形态建设,这样才能克服和减少意识形态“虚幻”化现象,保证新媒体的健康发展。

三

虽然葛兰西早就提出和强调“文化领导权”,认为

“一个社会集团的霸权地位表现在以下两个方面,即‘统治’和‘智识与道德’的领导权”^{[7] P38},但网络时代意识形态安全的重要性却随着“综合国力”和“国家软实力”的提出而显得更加突出。“综合国力”概念,在1980年代开始引起世人的广泛关注。美国哈佛大学教授约瑟夫·奈明确将综合国力区分为“硬权力”和“软实力”。所谓“硬权力”,是指依靠经济和军事实力支配的力量,这种“命令式的实力主要靠诱惑(胡萝卜)和威胁(大棒)”。然而,除此而外,还有一种间接运用力量的方法,它是一种“同化式的实力”,其特点是“使人随我所欲”,“这与用主动命令的方式使他人随我的意志而行动的实力表现形成鲜明的对比”。他认为,这就是“软实力”,主要“来源于文化和意识形态方面的吸引力,以及国际机构准则和制度”^{[8] P160}。在此基础上,约瑟夫·奈于2004年出版了《软实力——国际政治的制胜之道》一书,正式提出“文化软实力”概念,特指一个国家维护和实现国家利益的决策及行动的能力,其力量源泉主要基于由这个国家在国际社会的文化认同感而产生的亲和力、吸引力、影响力和凝聚力。与以“施压”为特征的经济和军事硬实力相区别,文化软实力是依靠“吸引”及“同化”而得到人民和别国的自愿认同,其作用是历时性、弥散性和隐性的。

网络如今已经是超越国土疆界、全球通达的传播媒介,也是国家形象塑造和传播的重要渠道。国家意识形态安全不仅仅是少数人的事情,需要执政党、政府、公民和网络管理部门的协同合作,形成合力。其核心是解决“我们是谁”的“身份认定”问题,从而使人获得一种对祖国和社会的“共同家园”的认同感与亲切感。亨廷顿在《文明的冲突与世界秩序的重建》一书中认为“人民和民族都试图回答人类可能面对的最基本的问题:我们是谁?”^{[9] P16}。这是国家认同、社会认同、民族认同、文化认同及价值认同的关键所在,也是意识形态凝聚人心、集中民智和发挥人力的关键。这将从根本上有助于人们培养健康、科学、文明的网络活动的思维方式和心理结构。

对于国家意识形态安全,可以从几个相关的层次加以思考:一是国家层次。从国家安全和利益的高度维护国家统一及民族团结是事关全局的大事。邓小平指出,在新时期,“必须发扬爱国主义精神,提高民族自尊心和自信心”,从而使全体中华儿女都“以热爱祖国、贡献全部力量建设社会主义祖国为最大光荣,以损害社会主义祖国利益、尊严和荣誉为最大耻辱”^{[10] P369}。国家意识形态安全要求我们敢于理直气壮地反对敌对势力分裂国家和民族团结的一切图谋。二是权力层次。国家政权的稳定是实现国家长治久安的基础和保

障。因此,必须维护和改善中国共产党的执政地位,必须维护和改善政府的良好形象,必须维护和改善党群关系与干群关系,必须维护和改善权力与权利的正常关系。对此而言,新媒体应努力保护和引导对各级权力运行的监督,推进责任政府建设。三是社会层次。全社会的稳定、和谐、健康、科学发展是人民利益的根本要求,新时期经济多元化,故社会利益主体日趋多元化,不可避免会存在各种复杂的矛盾与不同利益方的博弈,新媒体应及时引导矛盾的缓和与解决,疏缓而不是激化矛盾,更不可违背国家和人民的根本利益去制造矛盾;应更加注重发挥法制在国家和社会治理中的作用,维护国家法制的统一、尊严、权威,推动社会公平正义。四是国民层次。党和政府要保证人民依法享有广泛的民主权利及自由,使改革和发展的成果更公平地惠及全体人民,保护和调动全体国民政治参与的主动性、积极性,切实拓宽利益及意见的表达渠道和平台,凝聚民心,集中民智。同时,引导网民树立并践行社会主义荣辱观。

四

搞好新媒体的意识形态建设,需要认识新媒体的以下特点:

一是敏感性和快捷性。网络信息不是“静态”的,而是“动态”的;不是“线性”的,而是具有“不确定性”。据2012年中国舆情蓝皮书可知,当前社会敏感事件和一些案件主要是由媒体首先发现的,其中过六成是由新媒体首次曝光,近三成是由传统媒体曝光,如“郭美美”事件、故宫“十重门”系列事件、“地沟油”和“染色馒头”事件、浙江“吴英非法集资案”、湖南“上访妈妈唐慧案”等。新媒体在舆论监督、公众反腐败、传达社会温暖、关注社会公平正义和食品安全、生产安全等方面发挥了良好的作用。当然,新媒体上也由于无序化而存在大量的谣言,充斥着不少假、丑、恶的东西,甚至有境外敌对势力的恶意煽动。对于新媒体的“负能量”的危害性,我们绝不可麻木不仁,更不必悲观失望,只要努力将新媒体向积极、健康、理性、科学的发展方向引导,其完全可以与传统媒体一起成为推动中国社会文明进步的强大的舆论引擎。

二是大众性。网络时代告别了哲学家卡莱尔所谓的英雄时代,公众得以广泛地参与人类社会历史文明发展进程。当代中国的主流意识形态需要以网络时代的这种大众性为出发点,更好地体现人民创造历史、书写历史的意志。当然,从另一方面来讲,网络时代的这种公众性,由于其固有的自我性、随意性、多样性、零碎性,又在一定程度上会表现出与主流意识形态有所不

同的某种异质性,有时难以为官方意识形态所控制,从而增加了网络管理上的难度。这是需要特别加以关注的。网络造就了大众传媒时代,大众的情绪、认知、态度对社会的作用及反作用都会越来越大。网民海量的点击率和跟帖,形成了无数个力的平行四边形,进而形成一种合力,体现出网络社会公众的某种集体情绪或意识。为此,应善于抓住社会热点和焦点问题,正确引导网络时代的精神世界。如果只是消极地设防,则不仅防不胜防,而且是防不住的。

三是互动性。新媒体意识形态传播的特点是双向互动或多向互动,而不是简单的单向灌输和传播。网络时代的意识形态往往存在着三个层次的结构:代表主流意识形态的官方、从事意识形态工作的专家和知识分子、广大的社会公众。现在的主要问题是缺少三种层次之间的良性互动。在中国当前的情况下,官方往往以意识形态的最高评判权威自居,低估大众的认知能力;专家和知识分子往往陶醉于拥有“知识特权”、“话语优先权”,且常常会用居高临下的眼光看待问题,似乎自己是教育者,公众只是受教育者和接受器。然而事实说明,网络时代的意识形态依靠公众及公民社会平台而存在和发展,一旦脱离公众及公民社会平台,就有可能成为自说自话的“独白”,就会失去说服力和生命力。尽管官方拥有政治权力,专家和知识分子拥有“知识特权”和“话语优先权”,如果不善于平等地与公众进行良性对话,只想如何控制公众,有时反而会造成一种社会逆反心理。

四是主体性。网络的普及大大提高了每个人参与社会生活的主体意识和民主意识。公众会不满足于某一种信息,不满足于被动接受,希望通过网络及时地获得更多不同的信息,并通过微博发表自己的看法,对问题进行反思或批判性思考。由于网络具有前所未有的开放性,而且现实生活中不同主体之间利益的差异致使其不可能共享均质的同一资源。这样,人们就会选择不同、看法相异、需求不同、诉求各异,这是不能强迫的。这就形成了新媒体交流的私语化倾向。所以,一定要对于网络信息和言论的多样性有更多的包容与理解。包容对于执政党来说,意味着涵盖和协调社会政治共同体内部各种利益主体之需要及充分利用有益于事业发展的诸国际因素的性质与能力,从而保证政治共同体的稳定,促进国家各项事业的全面发展,以实现其特定的政治任务和社会发展目标。

五是社会性。网络具有虚拟性,但其总是这样或那样地反映着现实的社会关系,其中包括片面的甚至歪曲的反映。社会意识在任何时候都是对社会存在的一定反映。网络上的各种不健康现象及其表现,总是

这样或那样地反映出社会的一定病症。正如托夫勒所言“信息‘消费者开始像他们曾经一度收集物品那样，有意和热情地收集体验’^{[11] (P233)}”。建设好网络的主流意识形态，归根结底首先要解决好社会问题，让广大群众更满意。

五

做好新媒体的意识形态建设，最重要的有以下几个方面：

一是依靠全体人民。网络时代的公众既是传媒的接受者，又是传媒的建设者、参与者；既是意识形态传播的客体对象，又是意识形态传播的主体群体。就此而言，新媒体可以成为大力推动民众政治参与和构建中国式纵向民主的有力工具。根据中国社会科学院政治学研究所编写的《中国政治参与报告(2012)》，有71%的受访问者同意“即便我不了解政策内容，我也会按政策要求去做”，但“实际政策参与”的得分率仅仅为11.00%，显示当前中国公民的政策参与有待提升。这应当成为新媒体意识形态建设的一个重要方面。

二是重视对社会心理的分析与研究。新媒体的特征是可以极大地激发网民信息生产的潜力，且使其往往成为舆论发布的集散平台及舆论引导的先发场所。网民大多是以自身利益和认知为出发点，通过在新媒体上生产、传播、评论信息，表达自己的情感、情绪、愿望和诉求。网络所反映出的社会心理虽然是零碎的、情绪化的，但其中蕴含着具有普遍性的社会动机、社会态度和价值取向。因此，新媒体的意识形态建设尤其要特别关注人们的各种心态和不同利益诉求及价值取向，加以积极、合理、科学、理性的引导。

三是有意识、有计划地引导与提高网民的综合能力和综合素质，包括认知力、道德力、判断力、公平正义感、社会责任感、公民权利与义务等。网络信息是流动的、大量的，在“信息膨胀”和“信息污染”的情况下，常常是真伪莫辨。每一个网民都面临着如何去粗存精、去伪存真、由表及里的问题，所以对于新媒体而言，需要健康、长期良性的生长氛围，更需要包容精神，让网民在不同声音中辨别，在多元观点中进行自由对话和自觉选择，达到“和而不同”、“求同存异”。

【参考文献】

- [1] 马克思恩格斯全集：第12卷[M]. 北京：人民出版社，1972.
- [2] 阿尔温·托夫勒 等. 创造一个新的文明：第三次浪潮的政治[M]. 北京：生活·读书·新知三联书店，1996.
- [3] 武汉大学马克思主义哲学研究所. 马克思主义哲学研究[C]. 武汉：湖北人民出版社，2005.
- [4] 约翰·汤林森. 文化帝国主义[M]. 上海：上海人民出版社，1999.
- [5] 马克思恩格斯全集：第3卷[M]. 北京：人民出版社，1956.
- [6] 马克思恩格斯选集：第1卷[M]. 北京：人民出版社，1995.
- [7] 安东尼奥·葛兰西. 狱中札记[M]. 北京：中国社会科学出版社，2000.
- [8] 约瑟夫·奈. 美国定能独霸世界吗？[M]. 北京：军事译文出版社，1992.
- [9] 塞缪尔·亨廷顿. 文明的冲突与世界秩序的重建[M]. 北京：新华出版社，1999.
- [10] 邓小平文选：第2卷[M]. 北京：人民出版社，1983.
- [11] 阿尔温·托夫勒. 未来的冲击[M]. 贵阳：贵州人民出版社，1985.

New Media and Ideological Construction

YU Yuan - pei

(School of Philosophy, Fudan University, Shanghai 200433, China)

Abstract: New media develops very fast, and network technology constitutes a new ideological and cultural fronts and political struggles positions. The idea of value neutrality is wrong and so is a laissez faire attitude, but we should have a correct view of “unreal” phenomenon. The importance of security is becoming more prominent with the increasing of “comprehensive national power” and “national soft power”. To do a good job in the construction of the new media, we must rely on all the people, emphasis on psycho-social analysis and research so as to improve the capacity and quality of netizens.

Key Words: new media; ideological construction; national soft power; dissemination; control

【责任编辑、校对：何石彬】