

·网络文化·

网络意识形态的内涵及其基本特征



□谢玉进

[中央财经大学 北京 100081]

[摘要] 网络空间催生全新网络意识形态和传统意识形态通过网络化而成为网络意识形态是网络意识形态生成的两条基本路径。网络意识形态就是适应网络社会变迁,在网络空间中以数字化感性展现为主导形式的,以广大网民为对象言简意赅且相对稳定的价值信念。它具有“草根崛起”带来主体多元化、数字化中介系统塑造形式感性化、比特化实现传播即时化与全球化、去中心格局凸显个体化、信息海量共振彰显复杂化等基本特征。

[关键词] 网络意识形态; 内涵; 基本特征

[中图分类号] G206

[文献标识码] A

[DOI] 10.14071/j.1008-8105(2018)-1163

Connotation and Basic Characteristics of Network Ideology

XIE Yu-jin

(Central University of Finance and Economics Beijing 100081 China)

Abstract Cyberspace spawning a new network ideology and the traditional ideology becoming the network ideology through the network are the two basic paths of the network ideology generation. The network ideology is a concise and relatively stable value belief, which adapts to the change of network society, makes the digital perceptual display as its dominant form in cyberspace, and takes the majority Internet users as the object. It has many basic characteristics, such as the subject diversity brought by “grassroots rise”, the formal sensibility created by the digital mediation system, the instantization and globalization of communication implemented by bitization, the individuation caused by the decentralized structure, and the complexity manifested by information mass resonance.

Key words network ideology; connotation; basic characteristics

“网络意识形态是什么”这一问题如同“意识形态是什么”一样,是一个抽象、复杂且充满争论的概念。或许正是因为意识形态概念过于复杂,所以深度追问网络意识形态内涵的学者并不多,有分量的研究成果也不多见,这意味着网络意识形态的内涵研究仍存在较大的空间。与此同时,面对网络空间中纷繁复杂的网络意识形态现象和日趋激烈的网络意识形态斗争,深刻把握网络意识形态的内涵及其特征不仅必要而且紧迫,是亟待突破的课题。

一、理解网络意识形态发生的两个基本维度

回答“网络意识形态是什么”首先要感性地梳理“网络意识形态是怎么来的”,通过把握网络意识形态的发生过程来研判网络意识形态的生成方式和存在状态。具体而论,网络意识形态的发生可以从两个基本维度把握:

一是互联网引发了深刻的社会变革,催生了人

[收稿日期] 2018-01-06

[基金项目] 国家社会科学基金青年项目“网络领域我国主流意识形态的话语权研究”(13CKS039);北京高校中国特色社会主义理论协同创新中心(中央财经大学)项目。

[作者简介] 谢玉进(1982-)男,法学博士,中央财经大学马克思主义学院副教授。

们对全新网络意识形态的内在需求。巴拉达特在《意识形态起源和影响》一书中间接阐述了意识形态发生的内在机制,揭示了意识形态就是对社会变迁的“解释并合理化”。他说,“在18、19世纪期间以粗暴方式完成的城市化与工业化,造成了多数人心心理上沉重的惶惑与不安。一般民众因失去方向感而感到惊恐不已……学者、哲学家和政治家纷纷埋头于梳理、解释并合理化这些现象,同时寻求因应这些现象所引起的社会和政治变化。其中用来提供合理化的理论,就变成了政治意识形态。”^[1]从这段论述中可以看到,意识形态的产生是以社会变迁为现实依据的,同时以解决民众对于社会变化产生的困惑为出发点。这告诉我们,意识形态不是无病呻吟,而是以社会现实的变化和民众的内在心理需求为根据的,这一点也与马克思主义“社会存在决定社会意识”的原理不谋而合。因而,从这一分析路径出发,我们可以看到,随着互联网对人们社会生活影响的日益深刻,广大民众对互联网带来的剧烈社会变迁也必然产生各种各样的心理困惑。对于互联网带来的变革,迈克尔·海姆说,“技术的危险在于它能改变人类,它能使人类行为和希望彻底扭曲……它进入人类的内心深处,改变着我们的知、思、欲的方式”^[2]。曼纽尔·卡斯特说,“我们社会生活的所有领域都已经随着因特网的普遍深入使用而改变了”^[3]。网络剧烈的社会变迁冲击民众心理,滋生各种困惑,进而产生强烈的消解困惑的内在需求,而网络空间内生的各种“合理化解释”就成为了网络意识形态可能的来源。

二是各种传统意识形态认识到网络空间争夺的重要性,积极推进意识形态的网络化。面对网络空间中各种信息对人们意识的冲击甚至是重组,传统意识形态逐渐认识到来自网络空间争夺的重要性,并积极寻求对策。概括来讲,传统意识形态要在网络空间中能够加入多元意识形态的斗争、争夺,首先就必须解决自身“进网络”的问题。“进网络”不是简简单单地“照搬”到网上,而必须进行积极有效的从内容到形式全方位的改造,这个复杂的改造过程我们可以称之为“网络化”。所以,网络意识形态发生的第二条基本路径就是各种传统意识形态通过网络化而形成了多种多样的网络意识形态,其中国家主流意识形态的网络化显示度最高,它生成的主流网络意识形态处于较为强势的地位。

综上所述我们可以看到,网络意识形态的发生有两条基本路径,即网络空间催生新意识形态的产生、传统意识形态通过网络化而成为网络意识形态。前一条路径产生的是“原生性的”网络意识形态,后

一条路径产生的是“输入性的”网络意识形态。

二、网络意识形态的内涵解析

网络意识形态发生的分析告诉我们,网络意识形态是互联网时代一种特殊的意识形态新样态,对网络意识形态的概念不能回避,也不能简单化处理,而应深入把握其特殊性,并深刻揭示其新内涵。

揭示网络意识形态的新内涵需从考察网络意识形态的鲜活实践出发,在《德意志意识形态》中马克思恩格斯指出,“不是从观念出发来解释实践,而是从物质实践出发来解释观念”。这段论述对意识形态的研究提供了方法论指导,即研究抽象的、复杂的意识形态问题,应从鲜活的意识形态实践出发。揭示网络意识形态的内涵也是如此,我们需要从网络实践出发理解网络意识形态。具体而论:

其一,网络意识形态是网络实践发展的产物。“内生”的网络意识形态和“输入”的网络意识形态都是网络实践发展到一定阶段的结果,前者反映了网络实践从物质生产实践深化到社会生活实践尤其是精神生活实践,反映了人们精神层面对新意识形态内容的需求;后者则反映了各种传统意识形态的传播者意识到了网络空间中意识形态发展的新生长点,看到了网络空间拓展意识形态传播的必要性与可能性,继而主动对传统意识形态进行改造。不管是“内生的”还是“输入的”,都反映了意识形态对实践发展的主动适应,因而可以说网络意识形态是适应网络社会变迁而产生的。

其二,网络意识形态是感性形式主导的。刘少杰认为,“虽然理论对实践有指导作用,但理论对实践的作用一定要同实践中的感性因素联系起来才能发生作用。如果意识形态的产生根源和存在基础是实践,那么意识形态中一定包含着实践本身所固有的丰富的感性因素或感性特征。”“在影视媒体和互联网快速发展的当代……意识形态改变了存在形式。”^[4]在网络空间中,有效的意识形态出场往往都是以感性形式呈现的,无论是吸引眼球的议题设置,还是图文并茂的内容展开,或者时髦的微视频、动画等,都紧紧抓住人们的感性喜好,通过感性的形式承载抽象的意识形态内容。当然,网络空间中也存在传统意识形态纯文字的传播方式,但相比较而言,感性传播方式占据了明显的主导地位。

其三,网络意识形态是指向广大网民的。网络空间中的意识形态虽然是感性的,有草根的“恶搞”,有蓄意的“炒作”,有搞笑的“调侃”,但

这些感性形式都不是为娱乐而娱乐，而往往承载着其明确的意图，蕴含着显著的社会动员的诉求。因而，网络意识形态是指向广大网民的，肩负着吸引网民、教化网民的目的。即便是我国主流意识形态的宣传也很明确的表明其目的，诚如习近平总书记强调的，“网民来自老百姓，老百姓上了网，民意也就上了网。群众在哪儿，我们的领导干部就要到哪儿去”^{[5]336}。这种鲜明的群众指向性，在网络空间中就表现为紧紧把握网民这一对象，从网民出发，并集中解决网民的意识形态需求问题。

其四，网络意识形态传递的是明确的价值信念。对于意识形态的内容定位在学界一直存在争议，从特拉西的“观念科学”到马克思批判的“虚假意识”，再到列宁把意识形态变成一个描述性的概念，认为资产阶级有自己的意识形态，无产阶级也有自己的意识形态，即社会主义和共产主义的意识形态。这些都指向于认为意识形态是理论化、系统化的阶级意识或思想体系。其实，在现实生活中，有许多非理论化、非系统化的观念也往往能够起到意识形态的作用，发生意识形态的效用，这些具备意识形态功能的感性化观念也应纳入意识形态的范畴。因为“马克思的意识形态概念不仅指系统化和理论化的思想体系，还包括各种特殊的仇怨、忧虑、希望、偏见、幻想、同情和信念等尚未上升到概念系统的感性意识活动。”^[6]不管是理性的意识形态，还是感性的意识形态，它们都有明确的、相对稳定的价值取向和实践指向。因而，为了更好地做好意识形态工作，从工作实效的角度出发，应把意识形态研究的重点放在梳理意识形态鲜活的实践中，并在实践中来理解和反思意识形态，把它感性的部分和理性的部分都纳入审视的范围，只要它事实地发挥了意识形态价值导向的功能，我们都可以将其作为意识形态的研究对象。借用《意识形态起源和影响》对意识形态的定义，即“通常是针对人民大众的言简意赅的陈述”^{[7]271}，笔者认为，网络意识形态的重要内核就是针对广大网民的言简意赅的价值信念。

综上，笔者认为，网络意识形态就是适应网络社会变迁，在网络空间中以数字化感性展现为主导形式的，以广大网民为对象言简意赅且相对稳定的价值信念。

三、网络意识形态的基本特征

网络意识形态作为互联网时代意识形态的新样

态，有着不同于传统意识形态的鲜明特征。

（一）“草根崛起”带来主体多元化

互联网具有强大的赋权效应，互联网的开放使得所有人都有机会进入互联网世界中，只要有上网的意愿和基本的上网条件，人人都可以成为网民，在网络的信息海洋中自由冲浪。这样的低门槛进入，使得网民具有普遍的强烈的被接纳感，并让网民本能地意识到上网是我的基本权利，这必然强化网民的权利感。同时，互联网不仅准许网民进入，而且进入后几乎“一视同仁”地赋予每个网民享用网络信息的权利，也即网民可以在网络空间中自由地获取自己想要的信息，这样慷慨的“赋权”也使得网民在网络空间的权利感倍增。网民权利意识的觉醒带来的是主体性的极大增强，进而草根也愿意走到舞台中央，表达自我、张扬自我，生成了网络世界一派“草根崛起”的磅礴景象。对于互联网强大的赋权效应，“数字化时代的教父”尼古拉·尼葛洛庞帝曾说，“我的乐观主义更主要地来自于数字化生存的‘赋权’本质。数字化生存所以让我们的未来不同于现在，完全是因为它容易进入，具备流动性以及引发变迁的能力。”^[7]寥寥数语，揭示了数字化所赋予人类前所未有的可能性。

“草根崛起”具体在网络意识形态领域表现为国家逐渐丧失了对意识形态资源的垄断，在人人都“自带麦克风”的网络时代，意识形态发声不再受权力等级制约，人人都可以成为意识形态的制造者、传播者、消费者，一言以蔽之，网络意识形态的主体极大地多元化了。互联网的广泛运用为多样化的价值观念提供了前所未有的发展机遇与平台，每个网民个体的观念需求被激活，表达欲望被激发，每个网民都事实上成为了个体意识形态的生产者、传播者，成为了意识形态的主体。面对互联网时代意识形态主体的多元化，习近平总书记说，“随着互联网快速发展，包括新媒体从业人员和网络‘意见领袖’在内的网络人士大量涌现。在这两个群体中，有些经营网络、是‘搭台’的，有些网上发声、是‘唱戏’的，往往能左右互联网的议题，能量不可小觑。”^{[5]335}这段论述充分反映了网络意识形态主体的多元化。

（二）数字化中介系统塑造形式感性化

网络意识形态活动本质上也是一种实践活动，较之传统意识形态活动，它的一个重要标志是实践中介系统的变革，即数字化中介系统的出现。数字化信息中介系统从根本上变革了人机之间的中介方式，进而变革了人类网络时代的实践方式。陈志良

教授从“人类中介系统的革命”的角度对数字化中介系统的变革进行了描述,他认为,从人类的思维中介系统的发生与发展过程来考察,应该说发生了三次革命:行为中介,语言符号中介,数字化中介。数字化中介是通过二进制的表达方式实现的。

“二进制的数字表达方式,是把思维从头脑中、从思维空间中解放出来的中介方式,是思维行为化的中介工具……思维成为如同行为过程一样的实实在在的,它是看得见的,可重复的。”^[8]这样的变革对人类的生存方式带来了深刻的影响。

具体在意识形态的表现形式上,数字化中介系统造就的思维的可视可感必然带来意识形态展现形式的感性化。齐鹏说,“数字化时代的到来意味着人类由读写时代进入到了视听时代,表征着人类正面临着一场真正的革命,而革命的起点则是人的感性的革命。”^[9]这种感性革命是立体的,通过数字化中介系统,网络意识形态的出场不再以单调的文字为主,而是在各种信息终端感性的界面上呈现多媒化的感性的意识形态信息。比如2013年有一则视频名为“领导人是怎样炼成的”非常火爆,两天内播放100多万次。在这则被网友认为“尺度很大”的5分多钟视频中,习近平以卡通形象出现,以他的晋升之路为例介绍了中国领导人的选拔过程,并与英美等国的领导人产生机制进行对比。这既是中国的干部选拔制度首次通过讲故事形式介绍,也是中国的国家领导人首次以动漫卡通人物的形象出现在公众面前。在网友发表的400多条评论中,多数认为视频生动、有趣,没有刻板严肃,是“跟得上时代的宣传片”。这则视频十分生动地诠释了网络意识形态的感性化,另外还有类似的如《十三五之歌》《中国共产党与你一起在路上》《跟着大大走博鳌篇》等,都用感性的新语态传递了意识形态,受到广大网民的热烈欢迎。网络意识形态的感性化形式可以说是借助数字化的力量达到全媒体综合、全对象覆盖、全感官刺激的程度,可以使得感性化的网络意识形态信息无处不在、无时不在,实现全渗透、全融合,可以极大地提升意识形态的影响力。

(三) 比特化实现传播即时化与全球化

网络空间中信息以比特为单位,而比特的属性赋予了网络意识形态特殊的传播效应。“比特没有重量,易于复制,可以以极快的速度传播。在它传播时,时空障碍完全消失。原子只能由有限的人使用,使用的人越多,其价值越低,比特可以由无限的人使用,使用的人越多,其价值越高。”^[7]这种信息传播方式较之传统意识形态通过文字、纸媒、

广播、电台、电视等载体传播可以说实现了革命性的变革。

具体来看,其一,比特传播消除了地理阻隔。从空间的解构看,“网络是四下弥漫的——并不存在于某个特定的地方,但却同时出现在每一个地方。”^[10]在网络空间中地理已经失去了原子的唯一性,而转化成一般意义上的比特,跟其他一般信息一样,对网民主体没有任何地理限制意义。一定程度上可以说,在网络空间中地理消失了,比特可以抵达任何地方,而任何的意识形态信息它只要一出现在网上,就意味着它产生了世界影响,因为世界互联网的任何角落都可以搜索到这一信息,只要网民愿意。所以,网络意识形态的信息一经被生产出来,就成为了全球化的信息,这种传播广度是传统意识形态难以企及的。

其二,比特传播打破了时间序列。“网络空间中各种时间混合创造了一种时间拼贴。不仅各种类型的时间混合在一起,而且不同类型的时间在一个平面上同时并存,既没有开端,也没有终结,更没有序列。”^[11]网络空间的时间是一种典型的“无时间的状态”,比特传播在任何时间都在进行,没有停歇、没有被安排也无需规划。相比较而言,传统意识形态的传播是受时间因素影响的,报纸的发行有明确的时间安排、电视节目的播放以节目表计划的时间为依据、各式的宣讲更需要照顾主讲人与听众的时间,甚至书籍的阅读也大都与读者的作息时间吻合。但在网络空间中,意识形态的信息只要被发布,它在任何时间都可以被提取、被阅读、或者随时被投放、被推送,时间序列对于网络空间的信息传播已变得毫无意义。比特传播对于时间序列超越的突出表现是信息的瞬间即达,也即传播的即时化。传播的即时化一方面意味着比特传播效率极高,另一方面也意味着比特传播使得意识形态信息的影响方式发生了根本变革,需要全新的应对机制和策略。

(四) 去中心格局凸显个体化

互联网时代是凸显个体的时代。尼葛洛庞帝宣称,“真正的个人化时代已经来临了”^[7]¹⁹³。对网络意识形态而言,“个人化”进路也将是网络意识形态对个体发生作用,并展现其自身生命力、影响力的重要维度。网络意识形态只有抵达个人、说服个人,并被个人自觉转化为个体认同的意识形态,才能发挥其应有的功能,完成其应然的使命。

网络意识形态在没有中心而人人又都是中心的传播格局中,其“个人化”的特征可以从如下方面

理解：其一，“个人化”门槛极低。传统时空中，我们想到“私人定制”“个人化服务”，首先联想到的是高昂的成本。而在数字化的生存时空中，“个人化”几乎是零成本、零门槛的，在这个无比开放的生存时空里，每个人只要愿意进入，就能够轻松地实现进入，而且进入后的个体都是平等的，具备平等地实现个人化诉求的机会。其二，“个人化”资源是共享的。在实体空间中，资源往往是排他性占有的，只有一个苹果的话，A吃了，B就吃得吃，因而，资源的有限性导致“个人化”，“个性需求的满足”只能在某些个人身上得以实现。但在数字化的时空中，数据资源是可以无限共享的，而且越共享资源越丰富，每个个体都能够平等地享用资源，按需供给，各取所需。其三，“个人化”体现个性化需求。一旦“个人化”容易进入且能无限满足，那么网民就可以变得“任性”起来，可以根据个性化的需要来选择意识形态信息，自由地找寻符合自己个性需求的信息。其四，“个人化”精神生活方式的建构。互联网重组着人们的精神生活，广大网民也自觉或不自觉地通过互联网建构着自己的精神生活方式，而这种方式也必然是个人化的。意识形态作为精神世界的重要内容，也必然对人们的精神生活造成深刻的影响。而在选择自由、意识形态信息海量的环境中，网络意识形态要想“被选择”，则必须在传播过程中研究个体、了解个体，使自身经过“个人化”的改造，才能实现与网民“个人化”精神需求合拍，而直抵人心，形成深度影响。

（五）信息海量共振彰显复杂化

网络意识形态较之传统意识形态而言所处的信息生态已截然不同。网络空间的信息是海量的，互联网上一天产生的信息量有多少？中国工程院院士邬贺铨表示约有800EB，如果装在DVD光盘中要装1.68亿张、装在硬盘中要装80万个。2015年在互联网上一秒所传视频需要一个人花5年时间才能看完。如此巨大的海量信息，使得网络意识形态的信息在网络空间中就是“沧海一粟”，一定意义上可以说“微不足道”，相比较传统意识形态在国家垄断的强势媒体发布而言，其显示度是不可同日而语

的。就是在这样残酷的信息竞争生态中，网络意识形态天然地具备了竞争性和复杂性。

与此同时，网络空间是开放的，信息进入几乎是“零门槛”。这意味着多元的意识形态主体可以自由地生产和传播意识形态信息，而且一经信息被生产就可以即时传播并且到达全球的任何角落。这样的传播门槛和传播效率较之传统意识形态信息生产的严把关、严控制而言，多了许多的自由度和随意性，这必然加剧意识形态信息的复杂化。因此，网络意识形态的信息不仅在海量的一般信息中存在，而且也在极其复杂的意识形态信息中存在，这些信息交融交汇交锋，使得网络意识形态的斗争局面空前复杂化。复杂化也成为了网络意识形态存在状态的重要特征。

参考文献

- [1] 利昂·P·巴拉达特. 意识形态：起源和影响[M]. 张慧芝，张露璐，译. 10版. 北京：世界图书出版公司，2010.
- [2] 迈克尔·海姆. 从界面到网络空间：虚拟实在的形而上学[M]. 金吾伦，刘钢，译. 上海：上海科技教育出版社，2000：62.
- [3] 曼纽尔·卡斯特. 网络星河——对互联网、商业和社会的反思[M]. 郑波，武炜，译. 北京：社会科学文献出版社，2007：291.
- [4] 刘少杰. 意识形态的理论形式与感性形式[J]. 江苏社会科学，2010(5)：14-20.
- [5] 习近平谈治国理政：第二卷[M]. 北京：外文出版社，2017.
- [6] 刘少杰，王克蛟. 网络交流中的感性意识形态[J]. 福建论坛：人文社会科学版，2015(12)：61-66.
- [7] 尼古拉·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.
- [8] 陈志良. 虚拟：人类中介系统的革命[J]. 中国人民大学学报，2000(4)：57-63.
- [9] 齐鹏. 论网络时代的感性[J]. 中国人民大学学报，2002(2)：47-53.
- [10] 威廉·J·米切尔. 比特之城：空间·场所·信息高速公路[M]. 范海燕，胡泳，译. 北京：生活·读书·新知三联书店，1999：9.
- [11] 曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起[M]. 夏铸九，王志弘，译. 北京：社会科学文献出版社，2001：561.

编辑 张莉