

《后浪》青年宣言片反向评价的解释现象学分析

周海宁

(鲁东大学 文学院,山东 烟台 264039)

摘要:在综合研究卡尔·波兰尼(Karl Polanyi)反向运动的内涵,以及社交媒体负面评价的概念、内涵的基础上,论文提出了媒介内容反向评价的概念。从解释现象学视角来看,媒介内容反向评价相关的四个主题是:主体的“先验性认知图式”影响媒介评价;不同媒介的本体属性与人的同构影响媒介评价;虚拟空间的情感传播倾向影响媒介评价;消费主义偏向与多元价值并存下普遍性公平原则的缺位影响媒介评价。媒介内容反向评价调试路径建构具有十分明显的必要性。

关键词:反向评价;解释现象学;先验认知图式;情感传播;消费主义

中图分类号:G206.2 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-8039(2021)01-0057-08

一、问题的提出

视频《后浪》是商业化媒体哔哩哔哩社交平台(下称“B站”),于2020年“五四”青年节前夜,与6家主流媒体——光明日报、中国青年报、环球时报、新京报、澎湃新闻和观察者网——联合发布的以“表达自我,拥抱世界”为主题的青年宣言片^[1]。该宣言片由国家一级演员何冰作为演讲嘉宾,编辑成两种版本,即央视演讲版(以口语符号的单一媒介视角表达为主)和B站融合版(B站UP主的青春影像混剪方式呈现多媒介融合式的表达),并以此呈现给新时代的青年(包含B站的1.3亿多青年用户),对“新青年”表达赞赏,寄语美好。从商业平台的角度来看,以“平台宣传、流量扩充”为目的的公关活动,取得了十分优异的成果——2020年5月3日17时统计结果显示,该视频点击量为B站日排行第一名,截至6月1日从统计结果来看,B站原视频有25万播放量,103万转发量^[2]。

从商业平台的视角来看,这一公关活动博取了关注,扩大了平台的影响范围,取得了一定的成功。但是,这一被定义为新青年的宣言片一经推广便引来大量评价,形成舆论狂潮,其中正向评价者往往吸取其正能量感慨虽“身在沟渠”,但仍渴

望“仰望明月”;反向评价者则一边强调多元共存,一边强调现实与媒介内容呈现的差异性,甚至形成了反向的合意。虽然《后浪》所传达的话语鼓舞人心且铿锵有力,其画面构成与专业级水准亦是不遑多让,但是其反映的却并非大多数青年的生活,而是普通青年们望尘莫及的少数“精英青年”的生活,所以这一部分青年批判之、审视之,并呼吁重视思想的共鸣,反对物欲横流的高扬。由此,在互联网媒介上以该短视频内容为核心,形成了一种广泛的参与式探讨,预示着在以互联网媒介为核心所形成的公共领域中,一种反思式、对话式的气氛弥散开来。

从传播学的角度来看,社交媒体(SNS)是基于互联网媒介的参与、分享以及开放的属性而形成的一种新媒介形态,它支持媒介的使用者以信息的生产者以及消费者(产消者)(prosumer)的身份,以对话的形式消解中心话语,改变传统媒体单向的以话语生成为手段,以舆论生成为目的的自上而下的信息传播方式^[3]。社交媒体传播基于互联网媒介技术的加持,通过“对话”呈现了传播过程中的“说服与认同”——对话是一种工具,是克服现代性危机,重构认同与共同体的有效手段^{[4]270-271}。因此,从媒介使用以及社会交往的层面来看,社交媒体的使用者在使用媒介的过程中往

收稿日期:2020-10-13

基金项目:山东省人文社会科学课题“融媒时代网络突发事件的舆情引导路径研究”(19-ZZ-WX-13);烟台市社会科学规划研究项目“众媒时代短视频舆情引导研究”(2019-YTSK-129)

作者简介:周海宁(1985—),男,山东荣成人,传播学博士,鲁东大学文学院讲师。

往通过对媒介内容进行评价,从而展开主体间的对话,但是对话的目的并不是为了彻底消除差异,或者仅仅是为了说服接受,而是一种求同存异的过程,即基于多元意见并存的基础上寻求认同或是寻求将不同的意义进行统一的可能性^[5]。而从以对话为手段的说服与认同层面来看,B站的新青年宣言视频的传播效果值得重新审视,因为从意义建构的统一性(认同)的过程来看,B站的视频内容引发了部分新青年“大团结式”的反击,从霍尔(Stuart Hall)的阅读偏向理论来理解,这是对媒介内容编码(encode)的协商、反抗式解码(decode)过程,即强调对受众文本解读的多样性、主体性能力的肯定。

传播的真正目的在于创造或者赋予意义,使人能够摆脱由向死而生的宿命而带来的孤独感,并且现代文化消费主义理论亦认为创造意义是文化消费的基本功能,并且能够制造、维系社会关系^[6]。但是,意义的创造过程是一种对话协商过程,而非一种简单“议程设置”过程。或许大众传媒时代媒介在决定你想什么比让你怎么想更为成功(The media do not necessarily tell us what to think, but rather what to think about)^{[7]35},传者与受者在达成“合意”上也相对容易,但是在社交媒体时代,在媒体组织与受众个体的属性与功能皆发生变化的情况下,媒介内容的设定在决定受众想什么和怎么想上都可以说并非如传统大众传媒时代一样容易。而以《后浪》这一媒介事件为中心,对其进行解释现象学分析,考察并分析《后浪》视频的媒介本体、媒介内容、媒介受众等之间建构的关系所蕴含的意义,及其媒介内容反向评价得以形成的原因就显得十分必要且有意义。

二、核心概念、研究视角与方法说明

(一)概念:作为反向运动内涵的反向评价

从现代社会经济与政治的发展视角来看,现代社会中存在着社会和市场的反向“双重运动”。一方面是以市场发展为核心的所谓狂飙突进的“正向运动”;另一方面是社会自我的保护性“反向运动”,目的是防止经济的脱嵌^{[8]35}。也就是说人类发展过程中会自发地生成市场和社会相生、相杀的两种动力,市场动力是推动着人类向前(正向)发展,而社会动力是形成一种与市场动力相反(反向)的力,试图保证将人类发展方向控制在某种确定的方向上,而其共同作用则是保证人

类社会与经济健康有序地发展。这里波兰尼所说的“反向运动”是对自由放任市场理念的抵制,是社会主体在发挥能动性作用上的社会意识自我拯救过程^[9]。

而本文中所观照的反向评价则是基于反向运动的内涵以及基于“社交媒体负面评价”^[10]的研究所提炼出的一种概念。B站作为商业化的社交媒体平台,是以市场经济为导向推动文化产业持续发展的行为主体,即从政治经济学视角考察,从“由谁传播、为谁传播”的维度切入。B站作为商业化的营利机构其“资本运营”手段的运用以及将青年亚文化进行“商业性收编”的动机便明确地显现出来。所以,新一代青年利用社交媒体平台所形成的青年共同体,从亚文化的对抗性立场出发,通过反向评价的方式进行抗争。而抗争的最终目的是通过协商与对话达成“后浪”与“前浪”的和解,即达成共识与合意,而不是分裂。本文所使用的分析工具便是基于“反向运动”理念以及社交媒体负面评价分析所提炼出的媒介内容反向评价。

其中社交媒体负面评价的形成主要可以分解为三个方面的内涵:其一,媒介经济刺激下媒介的高度依赖所带来的社交疲劳,如信息的过载与冗余,以媒介为中心的人际交往负荷等^[11];其二,媒介经济加持下,媒介技术对人的异化——侵蚀个体隐私空间、降低个体注意力集中能力、甚至剥夺了个体的独处能力^[12]。由于媒介技术的迭代升级,移动终端的普及以及互联网的遍在性、时空的碎片化特性,使媒介的使用者处于随时在线的状态,一方面体现了麦克卢汉所说的“媒介即信息以及媒介是人的延伸”,即强调媒介本体对人的意识的建构作用,同时揭示出在以互联网媒介为中心的融媒体时代,人不但作为自然人(human being)处于线下空间,同时可以随时以分身形式进入赛博化的虚拟空间成为数字人(digital being),而另一方面媒介与人的同构过程中,媒介技术对人的异化作用,使人成为媒介的附庸,即“捆绑的自我”(tethered-self^[13]),其结果表现为伴随着个体社交空间(线上与线下交融的混合空间)的扩大,个体隐私(独处)空间缩水以及个体独处能力弱化。其三,新媒介经济催生新的媒介关系。从媒介即关系的视角来看,个体与不同的媒介发生同构作用,其媒介效果亦会千差万别^[14]。研究显示,相比传统媒体,新媒体如社交

媒体上的负面评价更高^[15]。所以不同的媒介介质对不同的媒介使用者会产生不同的效果,与传统媒体相比,新媒体通过技术性赋能而授予媒介使用者更多的媒介内容生产与消费的权利,并且伴随而来的是更多的媒介效果反馈能力,所以社交媒体相对传统媒体来说负面评价更高。但是从权利与权力的关系^{[4]152}视角来看,前者代表着机会和资格,后者代表着能力,除了资格和能力之外,社会公平亦是一种考量因素,所以对媒介与人同构过程的考量不但需要从媒介本体角度,还应从政治经济学等多样化角度去考察。

(二) 视角:解释现象学的镜鉴

本文采用解释现象学分析法(IPA: Interpretative Phenomenological Analysis)的视角对媒介内容、媒介使用者之间的关系进行分析。解释现象学研究方法将研究的本身视为一种动态的过程,将研究者、研究对象、研究问题看作一个整体,然后探索研究对象本人对问题的看法以及认知,从而从内部视角获得相应的观点、看法^[16]。解释现象学兼容现象学、解释学两大学科,其中现象学以事实本身为核心面向,其理论基础是胡塞尔(Edmund Husserl)基于对日常生活现象的关注而创立的现象学;而解释学则是以理解为核心面向,基于“自然需要说明,人则必须理解”的理念,并融入了符号互动论的基本观点,即人对事件所赋予的意义是事件的核心,但是这些意义只能在事件参与和理解过程中获得^{[17]21-27}。这就阐明了在解释现象学的视角下,事实本身只有经过参与者的理解,才能获得相应的意义,同时揭示出人类传播的目的在于意义的赋予。正如,哲学解释学的创始者加达默尔(Gadamer Hans-Georg)对解释者存在意义的阐释——文本符号转化成相应的意义,依靠的是解释者的做功,解释者将自己的思想融入文本的过程是文本意义重构的过程^{[18]502}。

解释现象学试图从具体的视角切入,去探索人们是如何理解其自身的体验与经验^[19]。通过对比分析个体的经验、体验、理解(认知)来获得理论性的概括。换言之,解释现象学是源自于主体的生活世界体验与直观检验,以受访者与采访者双方为中心,对其意义建构过程进行理解与解读^[20]。所以,解释现象学所使用的分析工具便是语言媒介,是通过文本语言来揭示个人体验与经验,将语言作为理解技术经验的媒介。并且在解释现象学视域下,受访者与采访者并不是孤立、

对立的主客体存在关系,即不是将受访者作为被动的、他者性的存在,而是将受访者与采访者作为一体,共同视作研究的参与者,然后考察受访者对自身生活世界现象的描述、总结,最大限度地呈现现象本身与受访者本身。而访问者作为研究主体中的一方亦需要对自身的刻板印象(stereotype)抱有足够的警惕,通过持续的自我审视与反思,时刻提醒自身的认知与预设立场能在多大程度上影响研究本身^[21]。特别是在本研究过程中,采访者作为“80后”大学教师与受访者“90后末班车”的在校大学生之间以共同研究者的身份参与对《后浪》视频的考察,以解释现象学视角,以文本语言符号为分析工具,考察不同媒介介质(央视媒体与哔哩哔哩社交平台媒体)影响下,受访者与采访者双方对其媒介内容的描述、总结以及理解,并分析其对意义建构的理解与解读。

(三) 方法:质化研究取向的说明

本文采用开放式半结构性访谈,选择质化的研究路径来取得第一手资料。该研究方法通过对受访者生活世界的描写,促进访问者对受访者的生活世界进行定义以及理解,并获得相应的理论主题进行理论搭建。理论搭建法(theory building approach)指的是通过个案分析,从个别推导普遍,推及更大的样本,通过进一步的凝练而建构相关的理论概念^{[17]53-80}。其具体的实施步骤可以分解为:首先转录并解释每一个个案文本,从而形成一系列的主题,并对主题进行关联性的陈述;其次是按照关联度提取相关主题,进行进一步分类汇总;最后是基于研究问题,选择最具有代表性的主题进行深度挖掘。

本文以如上步骤,将研究分作三个阶段进行抽样分类、汇总。在新冠肺炎疫情期间,大学均采用网络授课方式,所以本研究选择网络授课对象中的大二、大三传播学专业学生进行抽样调查。但是,由于时间的限制,以及面对面访谈的局限性,本研究采用书面汇报的方式收集访谈文本内容。首先,选择大二传播学专业在读生60人和大三传播学专业在读生50人,对其进行开放式半结构性访谈,并将其文本描述进行转录,提炼更为具体的研究问题。具体来说,从特定案例开始分析,提炼主题集群,之后重复第一个案例分析法以形成110个独立的、以关键词形式呈现的主题集群;随后对该110个主题集群做模式识别,以建构包含样本编号的主题列表。该过程遵循解释现象学

方法模式识别原则:识别出重复模式的同时,发现差异性及其问题。

具体访谈提纲是:(1)请描述一下《后浪》视频的内容;(2)请描述一下你对《后浪》视频的感受;(3)怎么看待哔哩哔哩社交媒体平台与你的关系;(4)怎么看待B站和央视媒体对《后浪》内容的呈现;(5)你怎么看待你现在的的生活。

首先,从110个样本中,再分层选取30个样本,对关联主题进行分类汇总,提炼出对应研究问题的一级主题(选择标准:这30个样本既有总样本的共性信息,同时又包含不同于其他样本的个体心理特性信息)。其次,基于研究问题,检验第二阶段所形成的一级主题,选择具有代表性的主题进行深度挖掘(具体做法为从30份样本中选取最具代表性的10个样本进行深度追踪研究),基于一级主题及其内在的关联,作出总体的理论性阐释。

具体研究问题是:(1)对《后浪》的认知、态度、情感与所选择媒介存在何种关联?(2)媒介使用者个体特性对媒介内容负面性评价存在何种关联?(3)赛博空间的伦理价值多元化与媒介内容认知存在何种关联?

三、研究发现:描述与分析

基于对调查样本文本语言的分析以及追踪验证,本研究总结出以下四个主题。它们分别解释了媒介内容评价与媒介使用者“先验认知图式”的关联,网络参与与主体内部动机的关联;不同媒介介质与媒介评价的关联;互联网传播特性与媒介评价的关联;以及消费主义的偏向、网络多元价值并存与媒介评价的关联。其主题结构具体呈现如下:

主题一:受众的媒介内容评价是其内部动机的驱动并受到“先验认知图式”的影响

媒介内容评价是受众网络参与行为的表现之一。网络参与行为一是因为互联网媒介的技术性赋权的结果使然。以议题为中心,双向的、去中心化的、非位阶的对话传播由于互联网本身的特性得以成为网络传播的主流^[22]。二是由于受众主体的动机推动使然。自我决定理论(SDT: self-determination theory)将动机分为内部动机、外部动机和无动机^[23]。其中内部动机在于活动本身的兴趣(对活动本身感兴趣而参与其中),外部动机则源自于外部诱因的刺激(比如奖励机制),无

动机则表现于个体的拒绝或者终止参与。而互联网媒介使用者对于B站视频的反馈是受众基于内部动机(兴趣)而诱发的自主行为。

进一步考察媒介内容评价与受众个体关系可以看出,受众对媒介内容物所提供信息的判断,则受到其先天认知框架,即所谓“先见”(知识谱系),也就是康德所说的先验性认知图式的影响^[24]。康德哲学以先验和经验为重心构成其认识论的核心,认为认识是主体运用先验性认知图式于感性对象(现象)之上,并基于各种杂乱无章的感觉经验而组织、整合、建构为新概念(知识)的过程。而皮亚杰在康德先天图式论的基础上提出了后天图式建构论,即通过同化和顺应过程而生成新概念(知识)^[25]。从主体与对象之间的关系来看,同化是将对象整合到一个原先就存在的结构之中,而顺应则是主体主动改变主体既有的图式而适应客体的过程。所以,同化标明了主体对客体的改造,而顺应则表明主体自身因客体而改造^[26]。总而言之,同化和顺应表明了主体与对象之间的同构过程。

GW01认为,B站媒介内容充斥了享乐主义,堆砌着诗与远方的愿景,但是和我们普通青年的生活相去甚远,视频内容缺乏现实感。这展示了媒介内容试图传达的意义与受众自身根据先验图式的认知相违背,从而导致话语的再生产,即意义的重构。

GW02认为,B站的媒介内容呈现精英主义偏向,只能代表小部分年轻人,使大多数青年没有代入感。

GW04认为,B站发迹于小众而多元化的边缘文化,但是这次宣传片却十分“主流”,这更像是一种广告植入,一种正能量外衣下掩饰的广告宣传,这倒更像是一种欺骗。

对照康德与皮亚杰的图式理论,受访者对媒介的评价明显受到其先验性图式的影响,但是同化与顺应是通过同化客体或者改变主体来达到本身知识的再构,从而获得知识的增长,但是从受众对B站视频内容的负面评价来看,传者与受者达成共识与合意的过程受阻,这是其负面评价形成的重要原因之一。

主题二:媒介的本体属性影响媒介使用者的媒介评价

麦克卢汉(McLuhan)曾言媒介是人的延伸^[27],其含义是媒介不仅仅是人感觉器官的延

伸,同样也是人认知的延伸——移动短视频等媒介与传统大众传媒在与人发生同构作用时,呈现不同的效果,所以本雅明(Benjamin)言明每个媒介时代都需要与之相对应的知觉意识^[28]。视频《后浪》具有央视朗诵版本以及哔哩哔哩社交平台的视频融合版本,媒介属性的不同导致人与媒介同构的结果不同。

GW08认为,B站版受众比较偏年轻化,并且B站的媒介内容所呈现的画面是众多知名“UP主”的名视频混剪的画面,演员何冰的演讲画面只是辅助的。所以,B站版内容更显朝气,符合年轻人的审美特性。而央视版内容延续了传统媒体稳重的风格,形式上更为简洁大方,视频内容主要以演员何冰的演讲画面为主,主要通过语言的魅力唤起受众的听觉感知,从而引发共情、共鸣,以至于思考。

GW10认为,央视版的演讲画面把意义空间控制在文字符号上,而B站版则通过外景画面,刻意突出了文字之外的意义指向。如此,央视版给人的感觉类似是社会主流的长辈意识引导、评介晚辈,所以突出的是寻求主流认同;而B站则是给人一种认同青年亚文化的“开明”长辈在为晚辈点赞,或者说是B站经营者在对自己的用户表达“善意”。

由此可见,不同的媒介在对受众体验的影响上具有差异性,从而进一步影响受众对媒介内容的评价。央视朗诵版刺激受众听觉器官并引发受众的技术性想象力(techno-imagination),使主体通过想象主动寻找与媒介内容的契合点从而形成对媒介内容的评价;而社交媒体平台基于视频画面的具象化呈现,使媒介使用者想象力发挥受限,通过将现实与媒介内容直接比对的方式,从差异性角度发掘二者间的不契合之处,从而对媒介内容进行评价。所以央视版给人的感觉是寻找主流认同,而社交平台版则给人以“讨好”受众的感觉,这也是社交平台版负面评价生成的主要原因之一。

主题三:虚拟空间的情感传播倾向影响媒介使用者的媒介评价

虚拟空间通过超时空的特性,建构了一种“全景式的公共领域”^[29],不同于哈贝马斯理想型的资产阶级公共领域,是建构在极具道德色彩的,具有自律性、合理性的原则之上的^{[30]58}。虚拟空间的传播呈现出一种非理性化、情绪化的情感传

播倾向。而虚拟空间的情感传播极易形成一种极化现象(group polarization),即共同体成员的初始意见偏向,在经过商议(发酵)之后,往往继续偏向而形成极端观点的现象^[31]。但是并不是说情感传播就必然导致真相的缺失,而是真相的出现可能历经多次“反转”,方能越来越接近真实,这也是后真相时代的传播特点之一,所以情感传播往往容易伴随着言语的“误杀”。

GW12认为,这一宣传片成为了一个现象级的视频事件,但也是一场“大型翻车”事件,体现了新旧媒介时代两代人之间“传播不通”的实际。但是这里重点强调的是受众的反馈问题。视频出现之后,各种所谓拥有独立思考的人极具煽情地发声,造成越位审判的后果。这体现了互联网传播的一个乱象:把美的标榜为丑的,把好的说成坏的,把不好的拼命改写成好的。其目的就是为了彰显“独立”而标榜独立,但其后果无非是助燃互联网的喧嚣而已。对于《后浪》众多的批判者并没有看到文本之外的期盼,看到的完全就是具象化的物质呈现。青年们普遍认为值得宣传的不是物质消费活动,而是精神性的思想品格,但是大多数的批判者不正是只看到了视频画面里的具象化物质呈现吗?

GW15认为,碎片化时代接受过于碎片化的信息,使受众产生一种疲劳感。

GW30认为,视频内容呈现过于感性,但理性思考部分不足。视频呈现中没有一个角色是在学知识、搞技术的,而是充满着各种感官刺激——潜水、攀岩等。

GW22认为,重激情不重内容,重感受不重理性是互联网传播的一大特点,这也是该视频惹争议的地方。当看第一遍视频的时候,你的直观感受就是振奋人心;可是当第二遍、第三遍重放的时候,你就会发现振奋人心之外的,一些被隐藏的深层次的东西渐渐地浮出水面。

综合上述内容,可以看出虚拟空间的情感化传播偏向,不能兼顾理性与感性的平衡,导致了传播内容过于碎片化的呈现,充斥的感官刺激造成受众无暇深度思考,从而造成一种媒介疲劳感,并最终成为媒介负面评价的原因之一。

主题四:消费主义偏向与多元价值并存视域下普遍性的公平原则影响媒介内容评价

全球消费主义思潮以娱乐至上的理念将大众推向了及时行乐、讲究快感式体验的潮流中,其结

果之一便是以后现代的多元化和虚无主义否定了法兰克福学派在批判与反思基础上所重构的启蒙精神^[32]。特别是互联网技术迭代的加速进行,碎片化的时空带来了碎片化的阅读习惯,形成了与深度思考不同的碎片化思考习惯,并且愈演愈烈形成过度的碎片化倾向,从而使青年人群沉浸其中而自得其乐。但是,《后浪》视频的出现却让人看到了当代青年在追求多元价值并存的情况下,对反思以及深度思考的追求。

GW17认为,这片子忽悠小朋友,不接地气,让年轻人当韭菜安心被割。呈现的画面给我造成了极为不真实的感觉,就如在“知乎app”上,所谓代表底层发声的,没有谁真正是来自底层的,拍给青年们看的视频,也没有听到青年们的声音。

GW20认为,视频演讲过程中所穿插的一些镜头令我感到十分突兀,给人一种享乐和放纵感,所以我觉得这就是大年轻人唱衰此视频的原因所在。并且文案中的那句话也是有问题的,因为能容得下多元文化审美和价值观的并不是更为年轻的身体,而是先进的思想。

GW23认为,《后浪》之所以被惨骂,是因为缺乏共鸣,并不能让青年产生共情认知或者共情感受。视频更加夸大表现现实与理想之间的差异,生活世界中,并不是所有青年人能像视频中的青年人一样,开赛车、玩潜水,这与我们的生活现实差距甚远。那句“心中有火,眼里有光”就很打动我,但是这些具象的物质性的呈现,却使人生厌。

所以青年们基于反思,提出了与娱乐至死相反的认知,认识到消费主义过度偏向与多元价值的并存并不能解决深层次的普遍性公平问题,这也是该媒介内容遭受负面评价的原因之一。

四、结论与讨论:以互联网媒介为中心的 现代性反思以及调试路径的建构

社交媒体时代,互联网媒介技术的赋权以及受众的主动参与,使媒介内容物的传达并不能如传统大众传媒时代一样,通过议程设置等手段使主体认知与媒介内容达到完美的“合一”。双向互动是以平等对话为基础实现的,而对话并不是源自于“同一性”而是源自于“矛盾性”。因此社交媒体时代的虚拟空间中的对话往往充斥着观点的交锋与言语的喧嚣,也是基于此对于媒介行为、媒介内容的反向评价发挥着对媒介经济脱嵌的导向控制力。

从解释现象学理论、社会以及经济双向运动视角来看,对B站青年宣言片的批判性反思,是新青年通过参与式对话,在社交媒体平台所建构的共同体内,积极地参与社会生活,并表达自己的观点和态度,以期能够在社会范围内达成认同与合意。这体现了以互联网媒介为中心的青年亚文化的积极参与式对抗,从而促进了从政治经济角度对中国现代性的反思。对现代性反思最终目的是在文化危机产生之前通过抵抗而进行纠偏。

由此,可以从四个方面去解读新青年积极的社会政治参与的意义。其一,媒介使用者在媒介技术赋权以及自我内部动机驱使下,能够积极地参与到网络活动中,但是其认知受到其主体的“先验性认知图式”的影响,新知识只有通过同化或顺从而融合进既有的知识图谱(先见)中方可形成,否则对抗与拒绝便顺理成章。而《后浪》视频内容的呈现与大部分青年们的既有认知相左,为使自己的认知与主流认知达成“合意”,新青年们积极参与,通过反向评价,主动地促成认同与合意的形成。其二,人与媒介之间不同的同构关系呈现出不同的传播效果,所以媒介的本体属性直接影响媒介使用者的评价,社交媒体平台的多媒体融合式的视听觉刺激,直接以具象呈现的方式影响着受众的认知形成,而非如传统的单一感觉器官(如,听觉)的刺激能够激起更多的想象空间,具象细致呈现的结果往往造成想象空间的缺位,而青年们自认当下自身所处现实与视频呈现内容相去甚远。所以社会认同和合意的建构需要考虑媒介选择因素。其三,互联网媒介时代是一个感性的时代,其传播倾向主流表现为情感传播,即情感裹挟式的传播。但是碎片化式的煽情内容,能够引起一时的共情与共鸣,却难以避免网络事件的反转、再反转,于是“误杀”便可能成为常态。而《后浪》视频内容的煽情式表现便是因为情感传播的过度偏向造成青年们的媒介疲劳感,从而使说服与认同消散。其四,以批判与反思为核心的批判学派的“再启蒙”思想在于互联网时代的价值依旧表现在其对现代性的反思。碎片化的阅读与思考,是符合以互联网媒介为中心的新媒体时代的特色,是新媒体时代媒介使用者所应有的媒介素养——与媒介进化相应的人的知觉意识的进化,但是深度思考能力的“整体化”思维却让青年们发现了消费主义过度偏向以及多元价值并存下所掩盖的普遍性公平的缺失,于是青年们

以“公平”为名,以为自己“正名”为名,通过社会参与形成反向评价运动以对媒介的经济偏向纠偏。

基于以上论述,在社交媒体时代,以说服和认同为目标的传播意义建构需要重新考量。媒介经济的单方向拉动并不能保证方向的正确性,而社会性参与,特别是通过媒介使用、媒介内容评价等手段参与到社会政治实践中,以反向评价为核心,形成反向运动的纠偏力量,保证社会、经济按照一定的方向正确发展。为此,社交媒体时代的媒介经济以及个体之间需要建构一定的调试路径——情感传播时代要兼顾理性传播的平衡作用,回归理性与感性的平衡;读图时代的碎片化阅读与思考要兼顾深度阅读与思考的平衡作用,回归碎片化与整体性的平衡;消费主义的过度偏向是工具理性泛滥的结果,价值理性以及交往理性的平衡与纠偏作用在互联网时代依旧不容小觑,所以在建构多元价值并存的前提下,主流价值的内嵌仍然是不可忽视的重中之重。对媒介经济的反向评价所引发的互联网舆论狂潮可能只是一时的舆论喧嚣现象,但是其反映的文化内涵则是文化危机以及社会危机的潜在警示。如是,不仅技术决定主义是考察当今中国媒介文化现象的重要方法论依据,批判主义学派的以反思为核心的启蒙思想亦是考察当今中国媒介文化的关键性理论工具。只有兼顾平衡,在向前奔涌的同时,亦不忘回归“初心”,方能提前预见危机而使文化以及社会走向昌盛。

由于时间、资料、样本以及篇幅所限,本研究存在以下不足。首先,需要从人类学视角考察不同性别对媒介经济、媒介内容反向评价的差异性以及意义所在;其次,样本数量的限制,以及问题呈现的同质化倾向,在一定程度上影响了文章结论的说服力,所以应扩大样本数量,从政治经济学等多视角进行考察就显得十分必要;第三,意识形态的演变具有一定的规律可循,综合人类学视角对不同年级、不同性别大学生媒介评价等的考察,便有可能对其意识形态演变规律进行总结与再认知,这将从实践以及理论上对社会、政治、经济、意识形态领域的研究提供支撑。

参考文献:

[1] 新民周刊. B站青年宣言片《后浪》央视首发,和年轻人一起表达自我、拥抱世界[OL/DB]. (2020-05-

04)[2020-06-01]. <http://www.xinminweekly.com.cn/wenhua/2020/05/04/14111.html>.

[2] 哔哩哔哩. bilibili 献给新一代的演讲《后浪》[OL/DB]. (2020-05-03)[2020-06-01]. <https://www.bilibili.com/video/BV1FV411d7u7?from=search&seid=12946626131525728781>.

[3] 周海宁. 论互联网时代受众的数字化生存能力[J]. 出版发行研究, 2018(12).

[4] 胡百精. 说服与认同[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2014.

[5] 黄河, 翁之颢. 移动互联网背景下政府形象构建的环境、路径及体系[J]. 国际新闻界, 2016(8).

[6] 刘昶, 张富鼎. 中国广播电视记者现状研究——基于社会学的某种观照[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2016(3).

[7] Richard J H. A Cognitive Psychology of Mass Communication (Fourth Edition) [M]. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2004.

[8] 卡尔·波兰尼. 大转型: 我们时代的政治与经济起源[M]. 刘阳, 冯钢, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2007.

[9] 陈人江. 新自由主义之后还是新自由主义? [J]. 河北经贸大学学报, 2018(1).

[10] 王雪. 社交媒体的负面评价及对策研究[J]. 新闻爱好者, 2019(8).

[11] Kyongdal Kim, HyunJoo Kim & Young Bae. Exploring the Concept and Determinants of SNS (Social Network Service) Fatigue[J]. Information and Social, 2013(26).

[12] Deresiewicz W. The End of Solitude[J]. Chronicle of Higher Education, 2009.

[13] Turkle S. The Tethered Self: Technology Reinvents Intimacy and Solitude[J]. Continuing Higher Education Review, 2011.

[14] 袁丰雪, 周海宁. 社交媒体内容负面评价的成因探析[J]. 青年记者, 2020(29).

[15] 张敏, 宣长春, 林升栋. 中国制造在海外社交媒体上的形象研究——基于Twitter上的数据[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2016(5).

[16] Smith J A. Beyond the Divide between Cognition and Discourse: Using Interpretative Phenomenological Analysis in Health Psychology[J]. Psychology & Health, 1996(2).

[17] Smith J A, Osborn M. Interpretative Phenomenological Analysis [C] // Smith J A. Qualitative Psychology: A Practical Guide to Methods. London: Sage, 2003.

[18] 汉斯-格奥尔格·加达默尔. 真理与方法[M]. 洪汉鼎, 译. 上海: 上海译文出版社, 2005.

[19] 郭本禹, 崔光辉. 论解释现象学心理学[J]. 心

理研究,2008(1).

[20]Smith J A. Reflecting on Interpretative Phenomenological Analysis and its Contribution to Qualitative Research [J]. *Qualitative Research on Psychology*, 2004 (1).

[21]Karlsson V , Bergbom I , Forsberg A . The lived experiences of adult intensive care patients who were conscious during mechanical ventilation: A phenomenological-hermeneutic study[J]. *Intensive Crit Care Nurs*,2012 (1).

[22]周海宁.以互联网媒介为中心的听觉文化转向以及构建[J].出版发行研究,2019(7).

[23]Ryan R M,Deci E L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, Social development, and Well-being[J]. *Am Psychol*,2000 (1).

[24]刘士林.先验批判[M].上海:上海三联书店,2001.

[25]皮亚杰.发生认识论原理[M].王宪钊,等译,

胡世襄,等校.北京:商务印书馆,1981.

[26]皮亚杰.发生认识论述评[M].雷永生,等译.北京:人民出版社,1987.

[27]麦克卢汉.理解媒介:论人的延伸[M].何道宽,译.南京:译林出版社,2011.

[28]周海宁.论互联网新闻的现实重构[J].传播力研究,2018(13).

[29]康之,向玉琼.网络空间中的政策问题建构[J].中国社会科学,2015(2).

[30]哈贝马斯.公共领域的结构转型[M],曹卫东,等译.上海:学林出版社,1999.

[31]夏倩芳,原永涛.从群体极化到公众极化:极化研究的进路与转向[J].新闻与传播研究,2017(6).

[32]曾一果.批判理论、文化工业与媒体发展——从法兰克福学派到今日批判理论[J].新闻与传播研究,2016(1).

An Interpretive Phenomenological Analysis of Reverse Evaluation of *Houlang*, Youth Proclamation Film

ZHOU Haining

(School of Literature, Ludong University, Yantai 264039, China)

Abstract: On the basis of a comprehensive study of the connotation of Karl Polanyi's reverse movement, and the concept and connotation of social media reverse evaluation, this paper puts forward the concept of media content reverse evaluation. From the perspective of interpretive phenomenology, four topics related to media content reverse evaluation are summarized. The subject's "transcendental cognitive schema" affects media evaluation. The ontological attributes of different media and human isomorphism affect media evaluation. The emotional communication tendency of virtual space affects media evaluation. The absence of universal fairness principle affects media evaluation under the coexistence of consumerism bias and multiple values. Constructing the debugging path of media content reverse evaluation is very necessary.

Key words: reverse evaluation; interpretive phenomenology; transcendental cognitive schema; emotional communication; consumerism

(责任编辑 合壹)