

后浪隐喻的出场逻辑、表现样态及其价值建构

王寅申,朱忆天

(华东理工大学马克思主义学院,上海 200237)

摘要:“后浪”特指下一代、青年一代,代表着积极向上、推陈出新的力量。后浪隐喻是互联网平台借助生活化经验、连贯性文化实现营销并传播其文化价值的网络文化现象,其围绕青年群体不断形塑出有助于其商业营销的文化样态,预示着负载商业价值诉求的网络文化向主流话语转型的探索。技术赋能下媒介融合场域的生成与生活样态变迁中文化消费需求的提升成为后浪隐喻的出场语境。在叙事方式上,后浪隐喻是符号价值的表意实践,形成了可视化传播的视觉文化转向;在目标指向上,后浪隐喻消融了文化分化、年龄代沟与趣缘差异,建立了弥合网络社群差异的文化样式。尽管后浪隐喻通过符号建构实现了与主流话语的融合探索,但其娱乐化、消费化、工具化的场域转向却引发了与主流文化的价值抵牾。因此,消解这种以商业运转逻辑为中轴驱动的网络文化现象,发挥主流文化的价值引领,探索建构与主流文化协同包容发展之路径,以实现后浪隐喻的价值建构,成为亟待解决的问题。

关键词:后浪隐喻;网络文化;出场逻辑;表现样态;价值建构

中图分类号:G 122

文献标识码:A

文章编号:1000-260X(2020)04-0153-08

五四青年节期间刷屏的 bilibili (下文简称“B站”)演讲视频《后浪》^①,不仅是一个关注青年发展的网络喊话,更是一个值得理论工作者深入研究的网络文化现象。关注后浪隐喻现象不仅代表重视富有朝气的青年群体,更表征着对网络文化主流化转型的深度关切。作为一次主题鲜明、形式新颖的代际对话,《后浪》以青年群体喜闻乐见的方式表达出了社会发展和文化革新的客观规律。《后浪》由多家主流媒体联合 B 站发布,而后登陆央视《新闻联播》前的黄金时段,实现了传统与现实的无缝对接。纵览五四青年节的发展历史,网络文化产品以主旋律姿态出现,并引发社会广泛关注的文化景观并不多见。毋庸置疑,后浪隐喻是五四青年节历史

上独特的网络文化现象。

亘古至今,代际之间的文化对话和理解,始终是推动社会发展的重要内容。“后浪”一般喻指青年一代,代表着积极向上、推陈出新的力量,而在当下特定场域其更具时代特征和指向。《后浪》不仅仅是一次网络“现象级”传播,其反映的是一种具有鲜明特质的网络文化出场,预示着当下网络文化向主流话语转型的探索。后浪隐喻是互联网媒介平台迎合青年群体开展的具有大众化传播特征的文化表达,其本身并不必然产生行为失范问题。但由于后浪隐喻形成的原初动因及与主流文化价值表达方式的差异,在产生积极网络文化共鸣的同时,其在表达及大众化传播过程中也可能发生与主流

收稿日期:2020-06-07

基金项目:国家社会科学基金重大项目“推动物质文明与精神文明协调发展研究”(15ZDC007);2020年上海学校共青团工作研究重点课题“新时代大学生的精神生活图景与高校共青团政治引领的精准化研究”(2020ZHDN11)

作者简介:王寅申,华东理工大学马克思主义学院博士生,讲师,主要从事文明与社会现代化、思想政治教育研究;朱忆天,华东理工大学马克思主义学院教授、博士生导师,主要从事文明与社会现代化研究。

©1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

文化的话语冲突和价值失重。由此,基于对后浪隐喻出场逻辑和表现样态的论述,反思其生成过程中与主流话语的融合探索及主流文化的价值牴牾,以尝试提出后浪隐喻价值建构的核心策略和实践路径,具有重要的理论价值和实践意义。

一、概念涵摄与出场语境: 后浪隐喻的出场逻辑

“后浪”具有多重含义指向,因而研究后浪隐喻的前提是厘清其相关概念和出场语境。后浪隐喻的表达基础是日常经验,当人们理解和认识“后浪”及相关话语表达的时候,依赖的主要是感性化、经验化的生活常识,因而认识后浪隐喻的首要前提是阐明其具体内涵。

(一)网络文化向主流话语的转型探索:后浪隐喻的概念涵摄

在一般语义表达中,“后浪”本义为江河湖海中的波浪,喻义下一代、晚辈或者新人,常常特指青年。在日常生活经验中,“后浪”也引申为富有生命力或者具有光明发展方向的事态。而在当下五四青年节期间《后浪》得以刷屏的特定时代场域中,“后浪”成为了一种现象级的传播现象,从这个角度而言已远超一般的语义表达和日常生活的含义。“隐喻是用一个概念去理解另一个概念,概念本身以及概念间的互动都基于人的经验。”^[1]借助日常生活的后浪范畴,互联网媒介平台B站成功形塑出了有助于其经营和形象传播的专属文化名词“后浪”。“在科学、哲学以及法学中,隐喻都是一种合法的表达手段;在祈祷和推销中,在描述和法规中都在有效地发挥作用。”^[2]换言之,B站借助可具体感知的现实生活概念,将抽象的网络文化成功塑造成了能够让受众感性理解的具体化范畴。在这个意义上,“后浪隐喻”有了其特定的概念涵摄,在互联网平台营销下,原本表征青年群体的概念,发展演绎成了反映青年喜好的网络文化现象。后浪隐喻的原初目的是通过商业营销获取青年群体受众,实现互联网平台的经济利益诉求,因而其不可避免地会在网络文化和主流文化之间存有一定分隔。

作为一种网络文化现象,后浪隐喻还具有图像、符号等表现形式,主要体现在日常生活经验、连贯性文化体验和意识形态属性3个方面。一是后浪隐喻建立在日常生活经验基础上。没有任何隐喻可以脱离日常生活经验存在,隐喻的源域来自生活,目标域指向的是一个新领域,即任何隐喻都建立生活基础上,都是利用生活经验来引导他者认知。“后浪”不是空转、漂浮的概念,是具体可以感知的生活范畴,因而从日常生活出发,通过人们熟知的生活经验连接新事物的相似性特征,即可实现人们对后浪隐喻的把握。二是后浪隐喻建立在连贯性文化体验基础上。隐喻是文化和认知综合产生的文化现象,后浪隐喻建构在特定的文化认知结构基础上,不仅隐喻生产与文化相关,而且隐喻本身是文化的组成部分。后浪隐喻的起源和目标都源自网络文化,围绕青年群体在对共同文化价值体系的认同中实现了贯通。三是后浪隐喻反映出网络文化的意识形态属性。后浪隐喻的意识形态属性体现于载体和功能。一方面,后浪隐喻是意识形态的载体,一定意义上后浪隐喻表征着网络文化的意识形态;另一方面,后浪隐喻发挥着意识形态的功能,通过后浪的传播,网络文化发挥修辞、解释和建构的功能。这里的建构主要指后浪隐喻通过生活经验和文化价值体系引导人们对网络文化的认同,基于他者的引导实现了受众对特定文化的历史、权威以及记忆等的合法性赋值。

一言以蔽之,后浪隐喻是互联网平台借助生活化经验、连贯性文化实现营销并传播其文化价值的网络文化现象,其围绕青年群体不断形塑出有助于其商业营销的文化样态,是负载商业价值诉求的网络文化向主流话语转型的探索。

(二)技术赋能中媒介融合场域的生成与生活样态变迁中文化消费需求的提升:后浪隐喻的出场语境

《后浪》刷屏是科学技术进步赋能中网络媒介融合发展场域得以生成以及在生活样态变迁中文化消费需求持续提升而共同催生出的独特文化现象,其刷屏是当下技术赋能和文化联姻互动的必然呈现,同时也是一次场域化传播转场,“互联网时代

的场景是基于移动设备、传感器、大数据、社交媒体和定位系统提供的应用技术以及彼此联动营造的一种在场感。”^[9]每一次技术变革都催生新媒介形态的形成以及生活样态的转变,在新的媒介形态形成融合与多样化生活场景的变迁中又必然催生出新的文化现象。《后浪》的创意、文案、修辞等无不彰显出网络文化的鲜明特征,同时也展现出主流话语对网络文化的“反哺”。后浪隐喻深刻映射出了网络文化的新时代发展变化和出场语境。

首先,技术赋能中的网络媒介融合发展的场域生成,成为影响社会发展的重要媒介力量。一方面,网络媒介融合发展正深度嵌入社会发展与日常生活。各种网络媒介早已从虚拟世界转为社会现实,其更新迭代速度不断加快并呈现出新的发展特点。从QQ、微博、微信等即时性通讯,京东、淘宝等在线购物平台以及B站、抖音、快手等网络视听平台,众多媒介共同形塑了网络媒介的全新场域。经历多元化网络媒介的融合发展,借助网络媒介人们可以轻松满足从生活到工作的几乎全部需求。网络媒介日新月异的发展,最终呈现的是网络媒介深度嵌入社会发展与日常生活。后浪隐喻的生成和传播正是互联网平台企业B站介入和影响社会生活的鲜活案例。另一方面,互联网企业在网络媒介的融合发展中力图全面拓展业务领域而不断深耕网络文化。互联网企业在激烈竞争中为获取流量实现自身增长,需要紧密围绕自身业务开展文化活动,建立起消费者认同的文化。通过文化塑造来引导消费者对企业形成价值认同,已成为互联网企业对消费者施行的主要营销策略。从这层含义上讲,后浪隐喻的成功,是B站的一场富有商业韵味的文化营销狂欢。为全面占有和巩固“后浪”对B站的关注力度,需要用文化哺育各个年龄阶段的后浪青年。近年来网络文化遵循着网络发展的最新态势,不断磨合自身与主流话语之间的间隙,在塑造和表达相关互联网企业文化过程中形成了延绵不绝的前进动力。

其次,在技术赋能下人们生活样态发生深刻变迁,并不断催生文化消费需求的迭代升级。一方面,随着云计算、大数据、人工智能等技术日益成熟和广泛应用,人们的日常生活样态产生深刻变迁,

物质生活水平获得极大提升,感性生活体验获得极大满足,催生出当今时代独特的社会文化特性,形塑了人们的思想观念、思维模式与价值意识。特别是对青年群体而言,为更加快速地融入和适应这种生活样态的变化,青年的日常交往方式和生活方式发生了深刻变革。随着互联网深入发展,青年群体更加偏好泛在的网络空间,逐步适应并习惯通过各类网络媒介展开“遥在”对话。沉浸于网络空间成为青年重要的存在方式。青年对于网络文化消费的需求也随之产生迭代升级,常规意义上的网络文化表达方式在场景的不断转换中,已无法直接触动青年群体的需求喜好与感性体验。原本作为技术赋能的互联网媒介平台,从青年群体情感释放和体验的角度出发,通过模仿主流话语表达呈现出了切合青年喜好和主流价值体系的“在场感”的后浪隐喻文化现象。另一方面,技术赋能中互联网的普及与新兴媒介的兴起,也为网络文化发展建构了即时多元便捷的传播载体,在伴随挑战和考验的同时助力主流文化价值观的大众化传播。近年来互联网领域意识形态建设工作取得了显著成效,互联网企业不能继续“野蛮任性”发展,其营销行为需要在商业性和意识形态工作要求之间做出平衡;具有浓厚商业化气息的营销不仅不会被受众接受,甚至会起到相反的效果;借助主流化的话语既遵循了加强互联网意识形态建设工作的要求,同时有助于实现商业文化营销。《后浪》的成功意味着互联网企业在商业性和政治性的平衡之间实现了跃升,这不仅说明B站商业营销的成功,更反映了网络意识形态建设工作所取得的成果。

二、视觉文化的转向与消融社群 差异文化样式的建立: 后浪隐喻的表现样态

在网络媒介和互联网企业不断创新发展的总体态势下,网络文化发展的表现样态和价值旨趣呈现出了风格迥异的面貌,如“佛系”青年、“网红”直播等现象都是网络文化发展的全新样式,其依托互联网平台生成发展并呈现出了鲜明的包容性、参与性等特征,为青年群体表达自我、强化社群认同提

供了便捷的实践场域,使得青年群体的心灵和情感得以慰藉。后浪隐喻不仅代表了网络文化的最新发展样式,而且还在叙事方式和目标指向方面表现出与以往不同的样态。

(一)在叙事方式上呈现出视觉文化的转向

在网络和媒体技术的共同作用下,以图像为中心、以视觉为媒介的新型文化形态迅速发展,相关研究者依据媒介特征将其称为视觉文化时代。除网络和技术因素外,消费社会、文化的工业化以及审美方式的转向等亦是推进视觉文化迅猛发展的因素。视觉图像发展成为当代文化的主流表现样态,不仅仅是在文化形态层面,更是在哲学思想层面,正如海德格尔断言“西方历史现代性的思想进程是世界图像时代的转向,现代性所表现出的科学和技术成为根本的现象”^{[4](P66-67)},日常生活的可视化转向进一步型塑了人们的思维方式、认知向度。“在出现世界图像的地方,实现着一种关于存在者整体的本质性决断……存在者的存在是在存在者的被表象状态中被寻求和发现的。”^{[4](P78)}视频符号叙事过程更具有感性、直观特点,网络文化借助青年群体喜闻乐见的视觉传播形式,更容易发挥视频叙事和传情的功能,更容易在海量信息中激发起青年群体的情感共鸣,实现理想的传播效果。

B站正是在视觉文化和图像生产规则的指导下,结合青年群体的喜好,制作了一场成功的视觉文化盛宴,国家一级演员何冰通过声情并茂的演讲形式将具有特定指向意义的“后浪”生动地展现了出来。“当代文化是一种基于符号互动的虚拟文化,新的电子媒介不仅产生了虚拟现实,更建构了一种真实虚拟。”^[9]视觉文化能够借助特定的符号价值进行表意实践,即它通过诸多隐而不显的机制表现出具有明确指向意义的价值。后浪隐喻把握住了视觉文化在价值传播过程中的独特作用,在短视频中演讲者以“前浪”的姿态表达了对“后浪”的肯定,整体上在确认了青年群体的理想追求和生活认同的基础上,进一步确证了“后浪”的符号价值意义。

(二)在目标指向上体现为建立有效弥合网络社群差异的文化样式

后浪隐喻的生产过程与以往流行的网络文化范式不同,这是互联网平台企业为拓展业务、吸引流量,主动迎合青年消费群体喜好的实践。网络文化的创造者和传播者主要是青年群体,为彰显出青年社群的差异性,他们不断改造和重新编码价值符号,以此来确认社群身份甚或表达对主流的抵抗,由此带来了两个显著的问题:一是青年网络社群呈现两极分化发展态势。为保持所在社群的独特性和可识别性,部分青年群体通过消费和制造各种网络文化范式来宣泄意愿、表达不满。网络具有平等、开放、隐匿等特性,青年群体充分利用网络优势建构起符合自身社群的文化样态。但近年来青年网络亚文化发展样态发展明显趋缓并呈现出了显著的颓丧和狂欢两极分化样式,前者以“废柴”、“佛系”等为代表,后者以“弹幕”、“狂欢”等为特征。二是青年群体以“趣缘”为基础加强自身身份认同。身份认同是青年群体在网络中对自我身份的追问,获取自身在网络中的角色认可是其参与网络文化发展的重要目的。青年群体本身处在人生角色的快速转换阶段,希冀通过网络确证自身理想角色。在打破地缘、血缘、业缘等限制的网络环境中,青年群体需要借助兴趣爱好、价值旨趣和个人情感来识别具有相似取向的人群,通过具有相同旨趣的文化符号建构起“趣缘共同体”,而其本质正是青年在建构自我认同中,依托虚拟网络建立想象共同体的集体狂欢,是一种原子化青年重新嵌入社会的全新尝试。

要获得更广的消费群体,需要直面青年群体在网络中的分化问题,建立起能够有效弥合群体差异的文化样式。B站作为吸引青年群体的重要网络平台,要占有乃至扩大消费群体,就需要弥合不同青年社群的差异,正是这样的动机催生了《后浪》。通过“前浪”的口吻,阐述了对“后浪”的羡慕和希冀,以说教式的话语引发了前浪和后浪们的情感共鸣,由此在主体感受角度实现了消融文化的分化、年龄的代沟、趣缘的差异。正是各种前浪、后浪的热捧引发了《后浪》和B站的火爆场面。这也是《后浪》成功的秘诀。

三、文化价值建构的探索与娱乐化消费化工具化的场域转向: 后浪隐喻的价值反思

在科技进步推动下互联网文化得以蓬勃发展,与之配套的相关法规政策不断完善,互联网文化获得了开放包容的社会环境。后浪隐喻是互联网文化纵深发展的必然现象,对促进互联网企业发展、社会群体理解具有重要作用。作为网络文化主流化转型的探索,后浪隐喻与主流话语之间既达成了形异意近效果,同时也存在偏离主流话语的价值困境。网络文化正在当下时代场域的传播生态中呈现出新的生长空间与运行模式,并不断塑造出新的价值面向。技术赋能所带来的是价值的双向变革,推动着社会发展也同样产生新的风险隐患——“价值的僭政”。“康德把理性区分为理论理性与实践理性,而技术、科学只与理论理性有关,当技术和科学作为意识形态涵盖当代社会意识的主要内容时,必定会导致对实践理性及与之相应的整个人文价值领域的忽视。”^[9]一方面,后浪隐喻积极尝试与主流话语的融合,探索建构文化价值的途径;另一方面,后浪隐喻存在着娱乐化、消费化与工具化的场域转向,形成了对主流话语体系的抵触,呈现出与主流文化的价值抵牾。由此,不容忽视的是对后浪隐喻在探索网络文化主流化转型中所伴生的价值失重问题展开反思,及时予以纠偏并提出化解策略,以进一步发挥主流文化的价值引领效能从而推动网络文化健康发展。

(一)文化价值建构的探索:后浪隐喻与主流话语的融合

后浪隐喻生成在网络媒体语境中,互联网企业B站通过演讲者对后浪进行了“祛魅”,以贴近青年、理解青年的通俗话语,表达并建构了能够彰显互联网文化特性的价值符号“后浪”。贴近青年实质是指通过有意识地靠近青年实现价值建构的过程,是互联网企业在紧密把握青年受众群体特质基础上实现与“后浪”的贴近,进而建构起能够有效表意的文化价值符号。整体来看,贴近青年的过程可分为

两部分:首先,要不断把握青年群体的外部特征,只有了解青年在网络社会中的话题、行为、语言风格等特征,才能获得建构后浪隐喻的杂多质料;其次,要把握青年群体的自我世界和主体文化取向。青年群体具有鲜明的个性化特征、强烈的自我主体意识,简单的外部画像描摹并不能有效概述青年群体的网络行为和文化倾向,网络世界中的外部质料是建构青年群体文化取向的基础。正是基于后浪的文化解读,网络文化以“前浪”关心“后浪”的口吻实现了主流化的转向。正是在贴近青年的基础上,后浪隐喻通过生活化的语言、接地气的方式实现了话语的主流化转向。

值得进一步审思的是,虽然后浪隐喻贴近青年实际,能够彰显青年群体的内在气质,但这种融合只是表层的。网络文化中青年拥有的文化特质和价值符号数量众多,《后浪》能够脱颖而出并获得广泛关注,还在于其拥有实现深度融合和文化价值建构的途径,即《后浪》实现了青年群体的网络身份和情感认同。一是后浪隐喻把握住了青年群体的整体特质,表达出了与现实生活中“后浪”概念的明显差异之处。青年群体通过转发《后浪》实现身份认同的同时也划定了界限,“我”转发表征着“我”认可“我”属于“后浪”。后浪隐喻建构起来的这种文化指向表明了青年群体之间的差异性,彰显了青年群体网络的在场性和参与的主体性。二是后浪隐喻具有情感宣泄特征,以独特的价值符号实现了青年群体的感情宣泄。青年本身具有丰富的感情宣泄需求,他们一方面没有足够的资本解决情感、工作、生活等方面的压力,另一方面又思维活跃、情感丰富需要全面宣泄。压力和情感之间形成的张力亟待相关平台来实现心灵慰藉,后浪隐喻刚好满足了青年社群的感情宣泄需求。《后浪》通过网络演讲的形式完美实现了“后浪”的共情,正在成长为社会中坚力量的青年群体获得了社会认可,由此具有群体差异的青年们达成和解,《后浪》发展演绎成了爆屏的文化现象。

(二)娱乐化消费化工具化的场域转向:后浪隐喻与主流文化的价值抵牾

后浪隐喻契合青年社群的文化和价值诉求,引

发了一场网络集体狂欢,反思其本质仍存在着娱乐化、消费化与工具化的场域转向,具有逐利性色彩,形成了对主流话语体系的抵触。首先,呈现“娱乐化”特征。在这场网络集体狂欢中,狂欢本身是带有开放性和包容性特质的文化体系,强调思想对话和价值的多元,希冀所有人打破身份区隔参与狂欢过程。《后浪》一经发布就获得了青年群体的热捧,B站的即时交互特征也为青年表达自身观点提供了便捷的实践场域。弹幕、评论“蜂拥”出现在视频中,各种不满、嘲讽、颠覆、批判不断涌现。青年所处的人生发展阶段需要面对社会各方面的竞争压力,焦灼的心态加上商业营销的助推,网络文化因此呈现出了典型的戏谑性、娱乐化特征。其次,具有“消费化”烙印。后浪隐喻的生成和发展过程深深打上了文化消费主义的烙印,爆屏的《后浪》深层上反映了利用文化来促进消费的主张。B站通过演讲视频为青年群体制作了一场文化消费盛宴,核心诉求是推销其文化产品、刺激青年群体的文化消费需求。表面上看这是自主选择的文化行为,实际上都来源于感官和情感的依赖。选择者丧失了文化选择的主体性。沉浸在文化消费主义编织的幻象中,青年群体的消费行为已被商业营销行为绑架,负载商业运行逻辑的文化丧失了促进青年健康成长的文化意义。再次,遵循“工具化”逻辑。后浪隐喻的生产和运行同样遵循了商业文化的“工具化”运行逻辑,通过抛出前浪和后浪两个范畴,并从以文化育人的角度肯定青年,终极目的还是通过引起青年群体的共鸣而收获更多的流量关注。《后浪》瞬间成为引发青年狂欢的导火索,B站为青年宣泄情感提供了场域,后浪隐喻本该具有的发展品格和育人价值被解构。后浪隐喻围绕关爱青年建构起来的文化被功利化,成为B站获取商业利益的工具,由此带来了深层次的价值扭曲。

后浪隐喻是互联网企业商业化促销的文化产物,商业文化的介入不可避免地影响了后浪隐喻的话语表达。《后浪》爆屏B站收获了大量用户,其公司股价亦实现了大幅上升,以主流话语转向建构起了适合收割网络文化流量的关注和经济效益。B站今年以来的股价表现也确实呼应了其在业界“后浪”的身份。在市场经济语境中一切都要为商品交

换服务,围绕这一目的商品生产者建构起了符号化的世界。后浪本身表征着青年和具有光明发展前途的事物,在商品交换逻辑的驱动中后浪隐喻发展成为为获取盈利的价值符号,这脱离了主流话语中关爱青年的方向。换言之,后浪隐喻与主流话语只是在表达形式方面存在一定相似性,但核心意义出现了本质的价值疏离,呈现出与主流价值的牴牾。当然,后浪隐喻在互联网平台主流化转型中具有里程碑意义,可是这一爆屏范畴并不会长热不衰,此后必定还会有诸多文化隐喻现象不断涌现。

四、核心策略与实践向度： 后浪隐喻的价值建构

互联网企业为青年提供了丰富的文化产品,同时需要关注互联网企业利用青年情感和文化认同建构文化体系实现商业盈利的行为,特别是借助主流话语表达获取流量和关注的文化消费主义。后浪隐喻正在通过一系列措施建构起有利于商业发展的文化价值系统,它以主流话语表达形式嵌入青年现实生活场景,表面上看是对青年生活的关爱,实际上具有浓厚且复杂的商业化需求。基于对后浪隐喻出场逻辑、表现样态和价值困惑的反思,应及时消解这种以商业运转逻辑为中轴驱动的网络文化现象,发挥主流文化的价值引领,探索建构与主流文化协同包容发展之路径,以实现后浪隐喻的价值建构。

(一)核心策略:发挥主流文化价值引领并使其有效嵌入网络文化发展

网络本身蕴含着传统和现代、文明与愚昧、先进与落后等混杂一体的文化态势,在市场经济语境中不断内生出弱化主流话语的表达范式。网络的自身特性决定着多维网络文化的长期并存,但这并不排斥主流文化的在场主导性,要充分发挥主流文化的价值引领,以消解后浪隐喻的价值困惑并实现其价值建构。

第一,化“浅种”为“深耕”,解蔽网络空间中隐性思想和价值渗透的隐蔽手段,深化网络文化治理,提升主流文化的引领力。网络文化的生成发展

规律仍存在不确定性,商业介入网络文化现象可能呈现出井喷态势,《后浪》的发展正是五四青年节期间商业介入文化运行的产物。要研判互联网文化现象的最新发展态势,通过塑造积极健康的网络生态以提升主流文化的引领力,在加强网络舆情发展态势研判基础上,及时把握和介入与主流话语“貌合神离”的网络文化现象,实现“机械灌输”向“柔性灌输”、“工具化”向“人本化”的转化,实现有效的干预消解和价值引导。

第二,从“漫灌”到“滴灌”,消解多元价值观对主流文化的分化,提升青年群体主流价值观教育的精准化。尊重青年在网络中的发展权益和现实多元需求,注重青年主体的网络文化在场。要消解在网络文化发展中存在的多元价值观对主流文化的分化,应及时关注青年群体的情感和身份诉求,积极引导青年发挥主体作用,从“大水漫灌”到“精准滴灌”,精准施策以有序引导青年参与建构良好的网络文化生态。

第三,由“缺位”到“深达”,消除话语传播缺位对主流文化的弱化,加强其话语体系创新。互联网企业通过专门策划形成的刷屏现象及由此带来的问题,与主流文化话语体系创新相对滞后息息相关。网络本质上是一个宏大的虚拟空间,一旦主流文化无法有效实现对虚拟空间的话语引领,就会呈现削弱主流话语的消极效果。要充分借鉴网络文化的表现手法、机制、话语等,契合青年群体的认知喜好,结合视频传播实现视频话语创新、结合青年日常生活实现微观话语叙事创新,全面实现主流文化的网络化、生活化和青年化,有效推进主流文化的网络情感认同。

(二)实践向度:探索建构与主流文化融合发展之路径

主流文化价值嵌入网络文化发展过程中,不是为了挤压互联网企业的文化发展空间,更不是为了取代网络文化的发展。主流文化价值嵌入网络文化的核心在于实现与网络文化的协同与包容发展,这一实践的意义不仅在于形成风清气正的网络空间,更在于引导青年群体形成正确的价值观。

第一,要不断加强教育和宣传力度,使主流文

化价值内化于心、外化于行。唯有改变相关网络行为主体的心理和认知结构,才能真正推进对主流文化价值的认同。要全面利用线上线下的教育和媒介传播提升主流文化价值的内化程度。凡是与企业经营相关的庆典、宣传等活动都需要强化主流文化价值宣传,要在传统的宣传教育方式中改变相关行为主体的心理认知结构,真正引导主流文化认同从朦胧向自觉的转换。

第二,要鼓励相关网络企业积极参与主流文化的传播创新,形成与网络文化的良性互动。主流文化不是呆板的,要改变主流文化宣传的“刻板”样态,鼓励互联网企业积极参与主流文化宣传教育,对创新传播形式并取得良好效果的企业进行政策扶持和引导,从而彻底摆脱长期以来网络文化的“一枝独秀”局面。

第三,要积极扬弃网络异质性文化,提升主流文化的包容程度。通过法律规范和相关规章制度规范互联网企业行为,及时剔除异质性的网络文化,从而保留、包容对建构主流文化价值具有借鉴意义的话语、形象和符号体系,在尊重差异中包容多样性,在增进共识中扩大认同度,从而全面提升主流话语和价值的感召力。

结语

马克思在为《人民报》创刊纪念会上的演说中提到,“在我们这个时代,每一种事物好像都包含有自己的反面……技术的胜利,似乎是以道德的败坏为代价换来的……我们的一切发现和进步,似乎结果是使物质力量成为有智慧的生命,而人的生命则化为愚钝的物质力量。”^[7]纵观人类文明的发展,对美好生活的向往与追求,激发着社会的进步、技术的进步与文明的提升,同时需要应对和解决各种新挑战与新问题。后浪隐喻作为一种全新的网络文化样态,不可避免地要受市场经济和世俗化大潮的裹挟,因而需要理性辨析其所具有的理论价值和实践意义。

在新的时代场域下,网络文化的发展正经历着结构性转向,后浪隐喻的出场实质即是这一融合转向的积极探索,以及在可能伴随产生的认同困境和

现实文化需求中面临着与主流文化的价值抵牾。“文化是一个国家、一个民族的灵魂……没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴。”^[1]如何找准并实现主流文化的价值引领,以应对不断变化、日趋复杂的网络文化发展,需要进一步在理论与实践予以深化。

注:

①《后浪》是由 bilibili 推出的演讲视频,由央视新闻、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 7 家主流媒体联合 B 站发布,于 2020 年 5 月 3 日首播。截至 2020 年 5 月 28 日 21 点,《后浪》在 bilibili 达到了 2562.2 万次播放量,27.3 万条弹幕,156.9 万点赞,102.9 万次转发。

参考文献:

[1] 刘宇红.隐喻的多视角研究[M].北京:世界图书出版公司北京公司,2011.24.

- [2] (美)A.P.马蒂尼奇.语言哲学[M].牟博,杨音莱,韩林合译.北京:商务印书馆,1998.867.
- [3] (美)罗伯特·斯考伯,谢尔·伊斯雷尔.即将到来的场景时代[M].赵乾坤,周宝曜译.北京:北京联合出版公司,2014.124.
- [4] (德)马丁·海德格尔.林中路[M].孙周兴译.上海:上海译文出版社,2008.
- [5] (英)汤普森.意识形态与现代文化[M].高钰译.南京:译林出版社,2005.286.
- [6] 俞吾金.从意识形态的科学性到科学技术的意识形态性[J].马克思主义与现实,2007,(3):14-17.
- [7] 马克思恩格斯选集(第1卷)[M].北京:人民出版社,2012.776.
- [8] 习近平.决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL].http://www.xinhuanet.com/2017-10/27/c_1121867529.htm,2017-10-27.

【责任编辑:雨文】

The Appearance Logic, Expression Pattern and Value Construction of the Houlang Metaphor

WANG Yin-shen, ZHU Yi-tian

(College of Marxism, East China University of Science and Technology, Shanghai, 200237)

Abstract: Houlang (后浪, waves behind) refers to young people full of positive energy and innovative ideas. The houlang metaphor is a network cultural phenomenon in which the Internet markets and spreads its cultural values by means of real-life experience and coherent culture. It focuses on young people and constantly shapes cultural patterns that are conducive to its commercial marketing, indicating the attempt of the network culture loaded with commercial demands to explore the mainstream discourse. With the empowerment of technology, the generation of media convergence field and the promotion of cultural consumption demand in the change of life provide the context for the appearance of the houlang metaphor. In terms of narrative approach, the houlang metaphor is an ideographical practice of symbolic value, forming a visual cultural transformation of visual communication. In terms of direction, the houlang metaphor removes cultural differentiation, age gap, and interest difference, and establishes a cultural pattern that bridges the difference of online communities. Although the houlang metaphor is an excellent integration with the mainstream discourse through symbol construction, its entertaining, consumptive and instrumental domain change goes against the mainstream value. Therefore, it is necessary to intervene and dispel the network culture driven by the logic of business operation, give full play to the guidance of mainstream culture, explore coordinated and inclusive development with the mainstream culture, and realize the value construction of the houlang metaphor.

Key words: metaphor of houlang (后浪, waves behind); network culture; appearance logic; expression pattern; value construction