

主流意识形态图像叙事:逻辑与理路^[*]

杨慧民,白 杨

(大连理工大学 马克思主义学院,辽宁 大连 116024)

[摘要]主流意识形态图像叙事是图像时代主流意识形态叙事顺应现代意识形态叙事方式转变、提升叙事实践有效性和应对西方意识形态图像化渗透的必然选择。媒介融合背景下,影像、语言、音乐和大数据典型物质与图像的复合、交融和叠积使主流意识形态图像叙事成为可能。图像叙事在赋能主流意识形态叙事方式新的实践样态的同时,面临着“图像异化”“视觉狂欢”“音乐意义消解”“数据至上”等理论和现实难题。进一步优化主流意识形态图像叙事,应重视视觉认知图式和视觉消费文化的嵌入,提升主流意识形态工作者的图像实践能力,构建主流意识形态图像的智能叙事模式和健全主流意识形态图像叙事的制度体制,不断增强主流意识形态的凝聚力与引领力。

[关键词]主流意识形态;图像叙事;主流意识形态叙事;视觉文化;媒介融合

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2023.09.013

我们生活在一个视觉文化盛行的时代,随处可见的广告图片和制作精良的抖音快手短视频、微电影、自拍秀、微动漫、“阅后即毁”等充斥着社会生活的各个角落,呈现出一种德国著名哲学家海德格尔所指认的“世界图像”转向。这一转向不仅深刻地改变了人们的思维认知、交流方式,而且还直接影响着意识形态表达、传播及引导方式的适应性转型与重塑。因此,不能低估图像文化,尤其是动态图像文化,由于它们通过图像作用于情感,从而已经并将继续对表述与价值系统施加深远的影响。^[1]在这一现实境遇下,图像叙事及其主流意识形态承载功能已然成为一

个广受学界关注的新兴话题。国内学界对主流意识形态叙事方式的相关研究,主要聚焦于言语叙事和文本叙事,对主流意识形态图像叙事关注不够,亟待加强。本文尝试从主流意识形态图像叙事何以必要、何以可能、可能面临的理论和实践难题,以及如何深入推进主流意识形态图像叙事创新发展四个方面展开理论分析,以期引起学界对这一问题的深入探讨。

一、主流意识形态图像叙事何以必要

主流意识形态图像叙事作为一种思想文化传播的创新形式,是顺应现代意识形态叙事方式

作者简介:杨慧民,哲学博士,大连理工大学马克思主义学院教授、博士生导师;白杨,大连理工大学马克思主义学院博士研究生。

[*]本文系2020年度国家社会科学基金一般项目“发挥网络意见领袖在维护网络意识形态安全中的正向作用研究”(20BKSI30)的阶段性成果。

转变、提升主流意识形态叙事实践有效性的必然选择,也是西方意识形态图像化颠覆渗透的现实倒逼使然。

(一)顺应现代意识形态叙事方式转变的必然趋势

从叙事方式演变来看,意识形态叙事经历了言语叙事、文本叙事到图像叙事的转变。这三种叙事方式侧重不同,言语叙事是以语言为载体展开“说”“讲”的叙事表达方式;文本叙事是以文字为载体进行“听”“读”的表达交流方式;图像叙事则聚焦于图片、影像等具象化形式呈现信息内容,改变了言语和文本的叙事方式,即从言语和文本的抽象思维逻辑转向以“视觉”为核心的观看认知逻辑,从语言和文本的静态表征模式转化为动感表意机制。图像叙事以直观书写、生动展现的表征方式,将观者带向更为感性、多维的体验境地,符合现代传播方式传媒化的发展方向。英国传媒研究专家汤普森指出,现代意识形态叙事方式传媒化,“电子传媒化象征形式成为现代社会中意识形态运作场合的方式和程度”,拓展了意识形态的运作范围,使意识形态的作用形式更加弥散化和隐蔽化,因而“现代社会中的意识形态分析必须把大众传播的性质与影响放在核心位置”。^[2]随着智能视觉传媒技术的广泛应用,视觉图像的生产、流通和消费蓬勃发展,加剧了人们对“可视域”的要求和视觉快感的欲念。“象征形式”与传媒技术的有机融合,极大推动着视觉文化内容、形式与载体、介质的丰富拓展,使意识形态叙事方式的视觉态势转变得更为明显。毋庸置疑,图像表征的作用机理在现代意识形态叙事中具有深刻的影响力,即现代意识形态叙事主体用以表征、理解和阐释世界的方式愈发呈现出图像化或者视觉化的发展趋势。图像将本身非视觉性的信息视像化,使抽象性的政治思想、价值观念转换为具象化、软性化的表意实践与情趣体验,切合民众感性化心理需求,迅速吸引民众注意进而得到理解认同。确切地说,图像对意义的隐喻性承载与传播改变了主流思

想认同的主客体经验关系,由图像主导的视觉文化为主流意识形态认同开拓了新的空间,日趋成为主流意识形态叙事的表意样态。质言之,仅局限于文本灌输和理论宣讲的表达已不能适应现代主流意识形态叙事方式的转变,必须探索更为细腻化、具象化的叙事方式,而主流意识形态图像叙事正是这样一种叙事方式。

(二)提升主流意识形态叙事实践有效性的必然选择

相较于传统的主流意识形态叙事方式,图像叙事以图像的非语境化、非连续性特点弥合了传统叙事需要的语境化、连续性所要求的“作者”在场的局限。图像将不可视的主流意识形态内容意义深入浅出地可视化呈现,化抽象为直观、化晦涩为通俗、化理性为感性,消除不同民众群体对主流意识形态认知的门槛,有助于提升主流意识形态叙事的实效性。在图以传意上,图像作为一种视觉化语言内容,既能表征意义,也能传递与深化意义。主流意识形态图像与文字、声音、数据等叙事介质充分融合,共同搭建起一种多模态意义空间,以图像符码展演的方式巧妙彰显主流意识形态意义,在丰富民众感官体验的同时使其接受主流意识形态的征召与质询。在图以解文上,图像不仅是表征意义的视觉符号,也是阐释意义的重要方法。在主流意识形态图像叙事中,图像可以用来解释文字,以“图像+解说”的方法阐释主流意识形态文本,实现抽象意识形态内容的“二次解述”,化解晦涩的信息内容,推动民众对主流意识形态理解的细致化和透彻化。在图以激趣上,图像通过形象化、可视性和生动性的表达方式,激发主体的思维认知兴趣,实现图像的价值赋意。如以陌生化图像呈现熟悉内容、以生活化图像表达宏大主题、以故事化图像构建理论场景,运用二次元、短视频等民众喜闻乐见的方式创造轻松愉悦的图像叙事氛围,保持民众对主流意识形态的好奇心与新鲜感,在激发民众兴趣的同时,增强其对主流意识形态注意力的指向性与集中性,实现主流意识形

态和浏览者的视域融合、同频共振。在图以载道上,图像不仅具有解释文字、传递内容的价值,且具有承载思想道德和情感态度的功能。主流意识形态图像叙事通过图像转译与自身内容相匹配的视觉形象和视觉情境呈现给民众,使民众在理解和品味主流意识形态蕴涵的同时进入视觉角色、融入视觉情境,进而在感受主流意识形态的过程中获得情感体验,形成正确的思想价值观。

(三)应对西方意识形态图像化渗透的现实需要

随着意识形态叙事方式转向图像叙事,被赋予一定意义的图像已然成为话语本身。西方国家利用被赋予资产阶级价值追求和特殊利益的感性化图像介质,输出其思想理念和政治意图,企图强化意识形态渗透。西方意识形态图像化手段无外乎两种:一是美化自我。西方国家紧抓当前社会时政热点,利用图像空间结构粉饰、包装自身虚伪的思想价值,炮制所谓的“爆料”图像,顺搭图像叙事的便车渗透资本主义意识形态;同时制造引诱欺骗大众的视觉幻象或景观,兜售所谓的“普世价值”,不断形塑更加逼真、迷惑的“自我”形象,宣扬资本主义精神,传播资本主义价值理念,塑造政治制度的合理性和合法性,使民众服从其统治。二是丑化中国。西方国家实施图像霸权,炮制负载特定价值倾向的图像,大肆攻击与恶意诋毁中国。在文化产品内容传播中抹黑、污蔑、矮化中华民族形象,其中最为典型的就肆意宣扬“黄祸论”、涂染“东方野蛮色彩”的“傅满洲博士”系列影片。此外,西方国家通过广告图片、视频等凸显视觉符号价值,以强烈的视觉冲击刺激虚假消费欲望,魅惑中国民众的视觉消费,散布奢靡腐朽之风,引诱人们从原来的价值消费转向符号消费,使中国民众沉迷于视觉消费符号的景观世界。为此,必须通过可视可感、生动形象的主流意识形态图像叙事筑牢意识形态工作防线,清醒认知、积极应对西方意识形态图像化渗透的发展态势和现实挑战。

二、主流意识形态图像叙事何以可能

主流意识形态作为一种不可视的抽象观念集合,其叙事需要具象的可视化介质来彰显。影像、语言、音乐、大数据是主流意识形态叙事的典型介质,它们与图像通过彼此逻辑关联实现集合、交融和叠积,使主流意识形态图像叙事具有现实可能性。

(一)意义呈现:影像为意识形态图像叙事提供立体场景

影像是相对于静态而言的动态图像,蕴含着清晰的空间层次和丰富的视听元素,易吸引民众的注意力并激发其共情心。在主流意识形态图像叙事中,影像发挥着动态立体呈现图像意义的重要作用。一方面,影像运用多元视觉元素编制图像,连贯再现主流意识形态的历时性意义。影像注重创意组合图片的线、面、色等元素,并以蒙太奇剪辑手法有效衔接与阐释前后图片内容,将图像叙事的时空属性归于一体,彰显鲜活立体的视觉信息,提升图像表意的连续性与深刻性,为主流意识形态图像叙事指示意义。另一方面,影像通过场景化知识生产呈现主流意识形态图像叙事的整体景观。场景是关联人与外部信息世界的链接方式。在主流意识形态图像叙事中,影像通过场景化的图像创设、专家指引,融合多样化技术手段和综合性感官布景元素,为镜头、定格、音乐等多重要素赋予积极的引导意义,于特定语境中生产主流意识形态相关知识与整体景观,促发民众对主流意识形态图像叙事的沉浸式场景体验。在影像构建的场景中,主流意识形态叙事不再仅是一种理论宣传,而是成了一项景观化与群体性的在场性互动活动。总体来讲,影像通过图像编制和场景构建为主流意识形态图像叙事创设具象情境,使主流意识形态叙事不再依托于理性叙事逻辑询唤民众的认同,而是借助图像赋意、景别影调和感官愉悦等影像隐喻路径来实现。主流意识形态图像叙事通过影像的非线性思维进行内容表达、意义对话和符号引导,将

主流意识形态工作者的意图、目的隐喻于动态影像之中,并利用微纪录、秒视频等多元影像形式为民众构建视觉景观,不断询唤民众对主流意识形态的认同。

(二)思想表达:语言为主流意识形态图像叙事建构话语生态

图像和语言是人类文化叙事史上同源共存的两种叙事方式,也均是主流意识形态传情达意的有效媒介。从古至今,图像和语言叙事的关系经历了以图言说的一体、以字言说的分体和语图互文的合体变革。当下,图像叙事凭借其强大的空间现实化力量下放言说权力、释放表征的自由空间,使民众更倾向于图像叙事,并造成语图二元对立的假象以及图胜于文的视觉迷相,而事实并非如此。语言是思想最为直接的社会现实,“为构成艺术的所有象征系统提供模式,包括图像系统”。^[3]语言与图像之间存在一种根深蒂固、互为“他者”的混合关系,图像叙事并未凌驾于语言叙事之上。在主流意识形态图像叙事中,图像叙事用视觉语言讲故事。语言是承载意识形态和图像叙事的重要工具,意识形态借助语言载体开展图像叙事的思想表达,并将语言叙事对意识形态的理性认知编入图像叙事之中,增强视觉图像对意识形态叙事的意义深度。同时,主流意识形态图像叙事收紧其与语言叙事的空间距离,发挥语言叙事遵循意识形态“质”上的“实指性”表达优势,弥合图像叙事依据意识形态“形”上的“虚指性”拟象呈现的局限,匡助图像叙事建构主流意识形态的话语生态。特别是主流意识形态运用隐喻修辞表意极易引发民众产生模糊性或歧义性理解,这类迂回式、离心式的虚指必须借助语言阐释实现精准意指。主流意识形态图像叙事对语言的有效运用,形成图文互融同构、图像形式与意义内涵的有机统一。语言在完善主流意识形态图像叙事表意体系的基础上,缝合图像叙事机制的连续性,避免民众对主流意识形态沉浸于认知浅表化、内容碎片化以及审美普泛化的感官图像之中,防止主流意识形态思想内

容的连贯信息与意义在图像叙事中被断裂或遮蔽,实现主流意识形态图像叙事从符号表层能指深化至语图多重意境所指的意义传播。

(三)情感共鸣:音乐为主流意识形态图像叙事构筑精神世界

音乐作为声音叙事的重要形态,是视觉图像的新构成元素。音乐与图像构筑的互文图谱成为图像叙事表征的新景观。音乐“承载着记录与传达人类的感知经验、情感体验的文化特征”,^[4]许多民族国家均运用音乐符号建构的方式传递国家意识形态。在主流意识形态图像叙事中,音乐是承载情感、凝聚共识与构筑精神世界的重要中介,肩负着主流意识形态图像叙事的意向表达。一方面,音乐与图像的同构联觉提升民众对主流意识形态的情感认同度。“意识形态通过感性化的叙事介质,切中受众感性化心理需求的过程实际就是意识形态情感询唤的过程,其目的就在于实现某种意识形态感性认同。”^[5]主流意识形态图像生产主体将现实世界的抽象意识形态内容具象化为音乐歌词、曲调和旋律,协助图像叙事完善主题意义书写,让民众在享受音乐时与主流意识形态形成精神世界的情感交流。同时,主流意识形态音乐通过音调、旋律、节奏与图像的线条、色彩、亮度等交相呼应,形成同构联觉的视听艺术,加速主流思想价值理念的隐性传播,更易引起民众的情感认同。另一方面,音乐为 mainstream 意识形态图像叙事创设情感氛围,有助于凝聚民众对主流意识形态的情感共识。音乐在主流意识形态图像叙事中虽不属于图像画面构建的时空范围,但能依托自身的节奏、和声、调性等元素激发民众情感认知、把控图像叙事情绪节奏、创设情感生发特定情境,引导民众情感走向图像叙事既定的表意范围。音乐赋予主流意识形态图像叙事以蒙太奇效应,与图像共同编织主流意识形态表意平台,凝聚起民众对主流意识形态情感的“最大公约数”。音乐作为主流意识形态图像叙事的情感化元素,以乐证图、图乐同构,以情感表征塑造与强化图像的感性体验机制,激起民

众对主流意识形态图像内容意义的审美情感,构筑主流意识形态图像叙事的精神世界。

(四)精准定位:大数据为主流意识形态图像叙事确立核心靶向

作为一项智能化技术,大数据具有信息生产海量、数据预测与抓取精准化实时化等显著特征,是主流意识形态图像叙事新的生长点。大数据时代,大数据能够迅速生成海量主流意识形态图像,摆脱了手工绘画时期对主流意识形态内容的模仿,以及机械印刷时期的复制再现桎梏,形成更具自主灵活性的图像生产机制。同时,大数据增强主流意识形态图像叙事主体和叙事对象的交往频率、意义互动,赋能主流意识形态传播生态的创新发展,悄然改变着主流意识形态叙事的格局,成为主流意识形态图像叙事的精准靶向载体。一方面,大数据为主流意识形态图像叙事提供技术工具。大数据能将抽象的意识形态叙事内容转化为具象的图像化数据系统,挖掘展现意识形态的本真,去除意识形态的“泡沫化”幻象,消除意识形态的“肥大症”。同时,大数据能精准获取民众的思想行为痕迹与复杂意识形态之间的相关性数据,实时掌握主流意识形态图像的供需变动情况,为有效配置主流意识形态图像叙事资源提供技术支撑。另一方面,大数据为主流意识形态图像叙事提供精准定位。大数据通过自主感知力自动采集意识形态内容,运用判断选择力对其展开过滤和整合、解码和译码,并以“用户洞察”收集民众对主流意识形态图像的认知、反馈与期待信息。基于此,大数据将主流意识形态图像叙事内容与民众有机联通,提高叙事内容与民众实际需求的匹配度,推动主流意识形态图像叙事呈现出“私人定制”特质,实现主流意识形态图像叙事的精准传播。如针对一些突发事件,大数据能发挥“高速度”“及时性”优势,第一时间捕获最新事态信息数据,从中发掘民众的思想趣点,并将其转化为图像化数据、动态化影像,及时把握民众思想动态,适时给予思想上的科学引领。

三、主流意识形态图像叙事面临的理论和现实难题

主流意识形态图像叙事的实践有效性如何,不仅取决于影像、语言、音乐等典型介质能否较好地与图像实现集合、交融和叠积,还深受这些介质自身“二重性”或不当运用的现实影响。

(一)“图像时代”境遇下的“图像异化”

随着现代技术将人类表意图谱从语言叙事转向视觉图像,文化的“视觉”性因素突出,人们思维认知模式与视看方式的“亲图性”倾向愈加凸显。图像成为普遍的文化景观和意识形态竞争交锋的符号编码方式,文化符号的生产与流通逐渐形成以图像为中心的发展模式,“图像时代”随之而来。“图像时代”不是指图像作为一种崭新的人类认知方式普遍存在的时代,而是指图像以其独特的自我增殖与入侵能力充斥于人类社会生活,并作为人的异己力量隐性控制人、俘虏人的时代。民众在“图像时代”境遇中被大量图像包围与规训,只能遵从图像的机制与法则,“图像异化”问题日益显现。这为宣扬西方意识形态、解构主流价值思想的图像生产者与传播者提供了可乘之机。他们通过图像与资本合谋的方式搭建自我视觉符号,利用图像“塑造或确认自我身份,以及民族的、阶级的、种族的和性别的认同”^[6]的魅化功能,将人们围困于西方意识形态的“图像帝国”之中。这种图像的主观选择和视角偏移遮蔽与奴役了民众的认知图式和娱乐地图,使民众失去反思判断能力而无意识地接受、认同其价值观念,导致主流意识形态图像叙事发展空间受限、传播难度加大。图像之所以具有如此“魔力”,正是由于图像具有极强的隐蔽性与迷惑性,并作为视觉文化的主要因子迎合了消费社会奉行的快乐主义意识形态,营造出图像“为人所用”的虚幻景观,导致民众盲目崇拜被夸大的图像功能而产生“图像拜物教”。事实证明,许多承载着西方意识形态的影像文化产品,正是借图像拜物教之势仿拟极具视觉冲击性

的“感官盛宴”，俘获民心，削弱主流意识形态图像叙事的民众力量。

（二）图像娱乐化庸俗化场域中的“视觉狂欢”

流量变现时代，视觉图像的高歌猛进使得人们的日常生活趋于图像化，图像叙事则进一步地促成了追求感官享受、释放欲望的“图像化生存”状态。“我们渴望视觉的激情，拥抱视觉的狂欢。视觉成为文化的推动力量和核心内容，文字只是一种注脚，可有可无。”^[7]由此导致审美文化日益泛化，审美浅表化、娱乐化甚至庸俗化的图像因此占据一席之地。在资本逻辑浪潮下，非主流意识形态工作者将娱乐作为视觉文化权力的集结地，构建意识形态图像娱乐化庸俗化场域来冲击和稀释主流意识形态，并在各类文化产品中隐匿传播。其一，以图像娱乐化方式冲击主流意识形态。更多关注现象与表面形式表达的娱乐化意识形态图像，使人转向追求图像宣传和广告策划中张扬的极致生活，丧失人的本真存在，也使蕴涵主流价值的话语议题逐渐让位于娱乐世界。这种片面强调图像呈现效果的娱乐化方式，忽略了主流意识形态文本意义所承载的根本价值，是对主流意识形态文本意义的僭越，并将主流意识形态图像叙事引致重形式、缺逻辑的泛娱乐主义困境，消融主流意识形态本真内容所蕴含的政治性、确定性、逻辑性。其二，以图像俗化主流意识形态。在“娱乐至死”的推崇下，一切文化只有与娱乐“联姻”才易进入民众视界。这就不乏有网红逃避崇高价值与意义，对主流思想展开颠覆性解构，制作粗鄙图像将博大精深的中华文化世俗化、恶俗化，致使中华文化精神和内在价值丧失，甚至遮蔽主流意识形态的本身价值。如通过便捷性的图像技术“恶搞”革命英雄、“穿越”历史人物、“戏仿”经典作品等。这种肤浅、低俗、泛滥化的视觉图像，如不加以规制，必定消解人们的理性与思辨力量；非主流意识形态工作者制造的“视觉狂欢”场域，也必将严重冲击既有的社会价值体系，最终引发非理性的价值信仰危机。

（三）商业化道路上的“音乐意义消解”

音乐的本质是情感表达与意义交流，即一种对民众进行精神教化的特殊意识形态方式。进入现代社会，意识形态图像叙事运用音乐的方式逐渐隐蔽化，图像化的意识形态披着音乐的“袈裟”潜移默化地影响民众的思想价值观念。许多音乐作品在资本逻辑与市场经济的推动下遭遇商业化收编，被赋予更多商品属性，对主流意识形态图像叙事运用音乐来传播价值意义造成了严重冲击。在商业化道路上，音乐被定位为一种符号商品，其生产、传播与消费的每一环节不是追溯音乐的本质与意义，而是寻求音乐市场受众与经济利益最大化。至此，许多企业为降低生产成本与博取更多流量，要求音乐大批量生产而非个性化创作，罔顾原音乐作品旋律内容与核心价值的改编、剪辑拼接，忽视艺术审美与思想价值的粗制滥造，致使低劣化、庸俗化的音乐作品层出不穷。这种过度商业化运作音乐的行为，使音乐作品沦为市场的奴隶，其以感性取代理性、以世俗解构高雅、以娱乐消解严肃，向民众传播奢靡享乐和低级恶俗的错误价值观，逐渐消解音乐的价值本真，严重影响主流价值观的塑造与提升。同时，商业化道路上的音乐传播还受到媒体的宰制。部分媒体为达经济利益目标经常操控音乐作品，改变音乐的传播形式、内容甚至音乐本身，导致传播内容丧失主体性、民众失去自主选择权，主流意识形态的音乐传播受限。当媒体与音乐二者的主客体关系出现严重倒挂，爆款音乐、音乐口碑、音乐榜单等都有可能被媒体所操控，其结果是，民众接受了一种无意识、非主动的音乐享受。如旋律简单、没营养却突然爆火的“神曲”，因其高频率传播使部分民众产生不自主的音乐想象，陷入“不想听也得听”的“耳朵虫”困境。这种病态音乐传播久而久之会使民众的主体性丧失、价值观念固化，逐渐变成“单向度的人”。在此境况下，主流意识形态图像叙事会因音乐作品的过度商品化问题而扭曲原有的意义构建，生成目的转变为提升自身的“公共性”

认知,这必然会导致主流意识形态图像叙事的语义构建方向出现偏差。

(四)“数据表象”掩饰下的“数据至上”

大数据在为 主流意识形态图像叙事确立核心靶向的同时,也使其在“数据表象”中面临“数据至上”难题。“数据表象”是大数据技术为现实事物的“感性存在”构建的“数据存在”,是真实世界的现实事物在虚拟世界的镜像式存在,促使数据成为事物的表象。即大数据对事物的认识不再聚焦于探寻事物的因果关系,而是注重对海量事物信息的相关关系进行自动智能分析,而后呈现知识与规律。这种用大数据“自动”生成事物规律的形式易让人产生数据表象可代替一切真实事物的误解,使人沉迷于数据表象并陷入“数据至上”的思维陷阱,即将数据作为识别事物、评判事物与决策事物的至上原则。在主流意识形态图像叙事实践中,深受“数据表象”影响的“数据至上”者,因过于关注技术对过去数据痕迹的推算分析,思维认知较为封闭与单一,在识别意识形态类型时多停留在表象直观的知性阶段,对非主流意识形态图像既无法作出“知其所以然”的深刻理性分析,又不能摆脱“数据表象”的经验主义进行前瞻性预设。同时,因受到数据“信息茧房”围困,其思维认知更为主观,常排斥与屏蔽不符合自我认知的异己思想与事实真相,这种盲目主观认知无疑给主流意识形态思想设置了传播“屏障”。此外,大数据的价值中立表象让人们奉行数据决策的工具理性至上理念,然而,数据决策的实质是一种技术理性,“数据表象”遮蔽了数据形成与分析过程中存在的价值指向与政治意向,也掩盖了非主流意识形态势力利用数据作为隐蔽权力,主观建构虚假数据与操纵算法的可能性。民众无条件信任数据并以数据决策为归旨,将会增大主流意识形态图像叙事的决策风险。若“数据至上”毫无节制泛滥发展,将会演变成数据主义并形成一种隐形的意识形态,占据时代主流,挑战主流意识形态的权威与主导地位。

四、主流意识形态图像叙事实践的优化路径

叙事是人类表征或建构现实的重要手段,既要概括出视觉形象所指涉的母题及其相关叙事结构,更要揭示出叙事活动背后的意识形态诉求。^[8]为有效规避主流意识形态图像叙事发展面临的现实难题,需从主体建设、健全体制等方向着力,不断优化主流意识形态图像叙事的实践路向。

(一)将视觉认知图式和视觉消费文化嵌入主流意识形态图像叙事

随着图像主导的视觉文化范式成为当代社会的常态景观,图像不仅“成为人们无法逃避的符号追踪,而且成为亿万人形成道德和伦理观念的主要资源”。^[9]因此,主流意识形态图像叙事必须适应图像时代的发展要求,运用图像本身的视觉修辞展现主流意识形态的价值理性,旗帜鲜明地阐发主流意识形态导向。一方面,将视觉认知图式嵌入主流意识形态图像叙事。视觉认知图式是图像时代人们为了应对某一特定情境而产生的一种独特视觉认知框架,是对视觉经验与行为起到指导、组织、概括和赋予意义的认知结构。主流意识形态图像叙事要想走出“视像”幻境,就必须形成一定的视觉认知结构。即重新理性审视人与图像的关系,在对待视觉媒介工具为我们呈现图像信息时,保持审慎的批判精神和探索精神,提升分辨虚拟与现实的能力,揭秘视觉与听觉、图像和象征等具有文化内涵的术语所承载的价值、权力和利益。同时,要以社会主义市场经济的运行框架为前提,遵循社会主义市场化的图像建构和符号生产规律,始终坚持社会主义意识形态自身蕴涵的本质特色和图像品格,避免因过度追求视觉快感导致主流意识形态图像叙事媚俗化、碎片化。此外,还要树立社会主义市场经济和图像叙事为 主流意识形态实践服务的意识,坚持主流意识形态叙事自身的价值需求,使主流意识形态图像叙事彻底成为引领市场发展以及满足民众现实文化需求的精神力量。

另一方面,将视觉消费文化融入主流意识形态图像叙事。现代消费在很大程度上是一种视觉符号消费,一种对商品价值符号与象征意义的消费,对民众的日常生活和交流互动具有直接的范引作用。为此,主流意识形态必须深入民众的生活消费实践,适应市场的运行规律与需求,将传统的作用机制有机转化为现代视觉消费文化叙事风格,综合运用影像、音乐、数据等多元可视化介质增强主流意识形态图像叙事的微观融渗性。此外,主流意识形态图像叙事必须注重视觉消费文化在民众日常生活中的建构功能,构建中国特色的视觉消费文化,摒弃追求奢侈、享乐、炫耀性的消费主义,引导民众树立科学、健康和理性的文化消费价值观、审美观;要积极引导多元文化市场资源、社会资本和力量合理规范介入主流意识形态图像叙事实践,不断提升主流意识形态图像叙事的创作活力;还要规范资本的社会化发展,防止资本的无序扩张引发系列意识形态风险,优化主流意识形态图像叙事的市场生态环境。

(二)积极提升主流意识形态工作者的图像实践能力

主流意识形态图像叙事的本质是一种将主流意识形态和图像叙事展开意义交融的视觉表意实践,其中蕴涵着系统而复杂的运行逻辑。人类感觉到的外在信息,70%以上与视觉系统有关。^[10]面对形式各异的视觉图像,主流意识形态工作者应主动转变叙事观念,努力提升主流意识形态叙事所需的视觉媒介素养。在图像识别能力方面,主流意识形态工作者要站稳立场,由表及里识别和揭露图像表象背后隐藏的意识形态渗透图谋。在图像批判能力方面,要在“看”的洞察基础之上表明态度、坚定立场、直指要害、阐发事实,批判视觉图像暗蕴的错误思潮意旨。在图像编码能力方面,要在牢牢把握主流意识形态图像作品创作原则的基础上,打破主流意识形态刻板沉闷的顽固印象,主动适应智媒化发展趋势,以更为含蓄的形式将国家主流意识形态有机浸入生活化的音频影像中;利用图像符号表征传

播主流价值观,将主旋律教育和积极向上的求知、审美、娱乐需求有机融合,实现主流意识形态的整合功能。在图像解码能力方面,要对已赋予积极内涵的编码图像开展解码陈述,由“外显”图像解码出“内隐”的价值内涵,赋予主流意识形态图像新的时代内涵;同时精准把握图像的呈现形式与价值旨向之间的内在关系,防止出现图像泛娱乐化和消解主流意识形态图像叙事的错误倾向。在图像再生产能力方面,要积极、灵活利用影像、语言、音乐、数据等主流意识形态图像叙事典型介质的优势,设置从静态到动态、平面到立体、实物到虚拟的多维立体式复合型空间,主动做到因势而新,创新现代主流意识形态图像叙事的呈现样态。

(三)构建主流意识形态图像的智能化叙事模式

必须充分发挥大数据在主流意识形态传播方面的独特优势,加快构建主流意识形态图像的智能化叙事模式。一是数据挖掘,集成主流意识形态图像叙事的数据网。要充分发挥大数据作为分析工具在主流意识形态图像叙事中的正向作用,积极研发主流意识形态视觉传播的原生秒级响应、丰富主流意识形态视觉传播的可视化图表,加快建立集主流意识形态图像叙事深度与视觉传播广度为一体的数据网,实现主流意识形态图像叙事实践的集成式运转。二是精准画像,发掘主流意识形态图像叙事的创意线索。要充分发挥大数据对民众心理、思想和观念精准画像的功能,将大数据画像贯穿于主流意识形态图像创作与传播的全过程,预设适合主流意识形态图像叙事的关键要素,通过精准描绘民众网络场域的浏览足迹,实现主流意识形态图像叙事的定制化。三是人机交互,创设主流意识形态图像叙事空间场景。人工智能的介入能将传统的图像元素、情节等创作过程转向多模态算法的数据规模新型叙事过程。通过借助人机交互界面、虚拟情境和语音模拟等场景实现与个性化视听语言、音乐等媒介的融合,同时辅之体感捕捉、可触可摸

的VR等语音图像识别设备,促发视觉、味觉、触觉等多感官身临其境的独特体验,使“有意识的思想”与“无意识的智能”相结合、图像叙事和图像景观相融合,创设沉浸式的主流意识形态图像场景叙事空间。四是分众化传播,形成主流意识形态图像叙事伴随式服务。在大数据、社交媒体、视觉传感器等支撑下,要对非线性的、异构的数据进行分类化和聚合化分析,将主流意识形态建立在图像叙事逻辑之上,源源不断地吸收民众的利益期待、生活需求,形成一定的伴随式服务,最大程度地凝聚主流意识形态价值共识,有效提高主流意识形态图像叙事的亲和力。

(四)健全主流意识形态图像叙事的制度体制

主流意识形态图像叙事是集政治、媒介、市场等多元要素于一体的系统实践活动,必须加快建立健全符合主流意识形态图像叙事要求的法规和制度,系统营造有利于主流意识形态图像叙事的社会环境。首先,健全符合主流意识形态图像叙事的法律法规。系统而完备的法律法规是主流意识形态图像叙事的重要保障。对于主流意识形态图像叙事过程中存在的“图像异化”“音乐意义消解”等问题,国家要加大力度制定相关法律,明确大数据的使用权限问题,最大限度地降低主流意识形态图像叙事的负面效应。其次,建立主流意识形态图像叙事的监管制度。当前,各类题材的意识形态图像作品大量涌现,但其质量参差不齐,部分作品甚至偏离主流意识形态的根本议题。要强化对主流意识形态图像叙事作品的监管与审查力度,在完善落实实名认证制度和主流意识形态图像监控审查机制的基础上,专门设立主流意识形态图像叙事的监管技术研究机构和协调控制人员,利用专业的图像检

测、识别和过滤技术,建构多元核心指标的算法推荐系统,对主流意识形态图像叙事的载体进行实时监控,及时将非主流意识形态的图像限制在萌芽中。最后,健全主流意识形态图像叙事的民意反馈制度。主流意识形态图像叙事实践能够使民众在看见与思考、感性与理性中认同主流意识形态,这是一个双向互动的过程。民众对主流意识形态图像叙事的反馈,是不断优化丰富主流意识形态叙事内容和策略的关键因素。要积极回应民众关于主流意识形态图像叙事的意见和建议,并综合利用智能技术,在精准分析与把握民众反馈信息中促进主流意识形态图像叙事的良性发展。

注释:

[1][法]让·拉特利尔:《科学和技术对文化的挑战》,吕乃基等译,北京:商务印书馆,1997年,第124页。

[2][英]约翰·B.汤普森:《意识形态与现代文化》,高铨等译,南京:译林出版社,2012年,第289、286页。

[3][美]W. J. T. 米歇尔:《图像学:形象、文本、意识形态》,陈永国译,北京:北京大学出版社,2020年,第64页。

[4]张伟:《现代视觉艺术的互文谱系研究》,北京:中国社会科学出版社,2019年,第161页。

[5]罗红杰:《论意识形态感性叙事及其正向建构》,《思想教育研究》2022年第12期。

[6]彭亚非编:《读图时代》,北京:中国社会科学出版社,2011年,第205页。

[7]厉国刚:《媒介迷思论:数字化浪潮下娱乐化和商业化的媒介文化》,杭州:浙江工商大学出版社,2012年,第259页。

[8]周宪编:《当代中国的视觉文化研究》,南京:译林出版社,2017年,第49页。

[9]肖伟胜:《视觉文化与图像意识研究》,北京:北京大学出版社,2011年,第17页。

[10]李朝阳:《新时代中国主流意识形态的感性传播研究》,上海:上海人民出版社,2022年,第108页。

[责任编辑:刘 璠]