

Doi:10.20063/j.cnki.CN37-1452/C.2025.01.010

从新媒介传播形态看意识形态传播的时代新境遇

吴靖¹, 帅奕帆², 杜楠¹

(1.鲁东大学 新闻与传播学院, 山东 烟台 264039; 2.烟台职业学院 马克思主义学院, 山东 烟台 264670)

摘要:随着科学与技术的发展,新媒体传播全球盛行,马克思主义意识形态传播遇到了前所未有的严峻挑战。应从新媒介传播形态的视角,从当代社会的复杂性传播语境、新媒介传播形态的基本内核与底层逻辑、市民社会的文化精神以及主流意识形态所面临的双重挑战三个维度,充分认识意识形态全媒体传播的时代新机遇,为当代马克思主义意识形态全媒体传播话语体系建设提供参考意见。

关键词:意识形态;新媒介传播形态;全媒体;时代境遇

中图分类号:G206.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-8039(2025)01-0076-07

互联网技术的发展带来了一场史无前例的主流话语挑战,社会主义主流意识形态在新媒体传播语境中话语权产生波动。本文通过对全媒体概念的介入,以“新媒介传播形态”为路径,分析主流意识形态所面临的真问题,从而把握马克思主义意识形态话语叙事的当代语境。

一、全媒体概念新解

学界以往对全媒体概念界定通常从新闻学、传播学的角度展开,是指在信息技术环境下,以数字网络为基础的新媒体与传统媒体互动融合所形成的新传播形态,即媒介生产、报道体系、传播方式、传播形态、运营方式的转型与融合,以及具体不同媒介形态,比如纸媒、电视媒体、广播媒体、网络媒体、手机媒体等之间的融合。

上述概念已经呈现了全媒体概念的基本结构和逻辑要素。在当今网络技术全球化的语境中,全媒体的内涵也具备了多重维度的可能,仅仅从结构学样态的界定难以阐明当代媒介技术所投射的社会学语境。如果从人类学或社会学维度出发,全媒体概念与社会场域建立联系,将不再停留于平面的静态表达,而是成为与新型社会存在、新

的工薪阶层和社会结构全新变化相沟通的“全媒体社会文化场域”,即不同阶层、多方伦理共同体博弈和对话的集中营。也就是说,全媒体或“全媒体形态”是意识形态的作用场。如果我们从更加人本学的意义上理解,全媒体或许可以从阿伦特《过去与未来之间》序言部分的“卡夫卡寓言”中得到启示,即卡夫卡对文化遗产的形象比喻——“力的平行四边形”^[19]。全媒体即作为传统和现代的多方话语代表同时发生对抗与合作所共同形成的合力。

全媒体并非仅仅指涉传统媒体融入新媒体,还意味着技术对传统媒体样态的平面融合模式,同时具有多元文化竞技场的深度。这一特征表明,全媒体这一新型传播形态中的社会已经具备不同以往的全新文化表征,它关涉全球网络文化伦理共同体与网络文化生态。我们认为,全媒体是以“技术理性”为中介的全新媒介传播形态与新型网络传播文化的复合体,即平面的传播样态变化与其所构成的新型文化的复合体。

进一步说,全媒体即指马克思主义意识形态话语权与大众文化交锋的搏斗场。如果我们认可以技术为核心驱动的新型网络传播媒介所输出的

收稿日期:2024-06-18

基金项目:山东省社科联人文社会科学课题“全媒体视域下主流意识形态传播话语创新与机制建构”(24BFS036);山东省社会科学规划研究重点项目“意识形态全媒体传播话语权建构机制创新研究”(24BXWJ01)

作者简介:吴靖(1986—),女,吉林靖宇人,教育学博士,鲁东大学新闻与传播学院副教授;帅奕帆(1987—),男,山东烟台人,哲学博士,烟台职业学院马克思主义学院讲师;杜楠(1987—),女,辽宁沈阳人,艺术学博士,鲁东大学新闻与传播学院讲师。

新型文化即大众文化的观点,那么全媒体也可以拥有被重新看待的另一种方式,即大众文化是全媒体的“主角”,全媒体是大众文化的“场所”。

在全媒体这一新型传播形态中,主流意识形态与大众文化将处于,事实上已经处于同时相互配合、压制、合作、竞争的文化互动与深度融合之中。全媒体概念的社会学新解,旨在为我们探讨意识形态全媒体传播问题提供当代语境与社会学呈现。

二、新媒介传播形态与意识形态面临的时代挑战

马克思指出:“一切划时代的体系的真正内容都是由于产生这些体系的那个时期的需要而形成起来的。”^{[2]544}随着社会存在的变化,马克思主义意识形态也需要根据社会需要和时代潮流的转变而不断地进行自我创新,以便形成新的意识形态话语叙事指导人民群众的实践。毋庸置疑,在全球信息化时代,主流意识形态安全问题日益显露。下文将从传统媒介传播形态与新媒介传播形态的转变两个维度进行探讨,分析意识形态全媒体传播的显性阻力与隐性阻力,提出新媒介传播形态与意识形态传播的基本矛盾,阐明我国当代主流意识形态传播的真实境遇。

前文给出了作为权力竞技场和意识形态交锋阵地的全媒体的概念与范畴,我们从中可以看出新型社会内部结构已然出现变化,这一变化首先指向市民社会内部的文化传播形态。我们认为,如果市民文化引领着国家文化成为社会文化流动的唯一实在,那么至少在市民社会文化传播形态的基本变化中,我们可以看到作为宏大叙事的意识形态叙事与新型文化传播形态的基本矛盾。

(一)传统传播形态与意识形态叙事逻辑

如果在黑格尔的框架中追问人类自由的问题,这一问题通常表现为一方是超越特殊性的普遍性伦理共同体,一方是不断觉醒的特殊性和反思性的自由个体。在过去,伦理共同体的背后是守护着我们的共同的“神”、幽灵的叹息、仙女、妖精和淘气的小精灵的耳语,保护神和其他神祇的话语,“神话”或“传统的人文主义文化”不言自明地给予了社会伦理共同体和社会意识的内在规定

性,如什么是道德、正义与邪恶。尽管我们不能普遍地认为,个体与民众通过类似“信仰”的方式实现了社会意识的普遍认同,但宗教与艺术的权威的确承担了守护伦理共同体与社会意识形态传播的崇高使命。

在传统社会,从男女分工到劳动分工和私有制,社会意识伴随人类精神生活开始走向阶级性,以国家文化为代表的文化统领权总是掌握在少数人手中,他们在政治、文化、宗教、教育与艺术领域中输送利益集团的社会意识和价值观。如果从文化样态上说,至少在国家文化、传统人文主义文化和民众文化之间存在明显的阶层特征,中产阶级的文化与工人文化有着显著的不同。

可以看出,传统的社会意识传播形态常常呈现出“线性的”传播方式,与之对应的是“自上而下”的单一性特征。在传统传播形态中,宗教与国家为其中介,使社会意识拥有了相对“统一性”“稳定性”和“整体性”,因此,传统意识形态话语也呈现出所谓的“宏大叙事”和“单维中心性”。

(二)新媒介传播形态与意识形态叙事改变

从20世纪开始,工业势力的统治已经伸向全球。随着科学与技术的发展,人类灵魂出现第二次殖民化,涌现的是我们称之为“精神世界的工业化”。经过70多年工业文化的价值输出,科学与技术不间断地进步,不仅致力于整治外部世界,而且占据人的内在领域,并在那里倾泻文化商品。今天,当代大众文化则是被新媒介传送的流行音乐、短视频、商业电影等人类精神作品所占据。文化和个人神话从未如此进入商业和工业的流程。一个奇异的神经网络已经在全世界巨大的躯体上形成^{[3]3}。

这个奇异神经网络诞生出一种非线性、多中心化的新型“复杂性网络传播矩阵”。这一新型网络传播矩阵与以往的传统线性传播相比发生了巨大的断裂。如果说传统社会表现为“整体性社会意识”,那么新型传播形态的形成意味着这种“整体性社会意识”的撕裂。宗教的远去,不仅还给我们一个祛魅的世界,同时也使人类的精神生活永远丧失魔法的深度。随之出现的基本矛盾是“自上而下”和宏大叙事的传统意识形态话语体系与新型传播形态的不契合。

众所周知,技术和互联网不仅诞生出新型网络传播矩阵与新媒体传播形态,同时也诞生了前所未有的全球性主流文化思潮——大众文化。有学者指出,早在20世纪中期,在传统人文主义文化和国家文化旁边已然出现了第三种文化,即大众文化,可以说它不仅是工业的和大众的,而且是技术的、资本主义的、资产阶级和个人主义的^{[3]4}。显而易见,当今社会中多元文化在全媒体场域中不断竞争,过去占据高位和主流的传统人文主义文化与国家文化在大众文化思潮的强势席卷下话语权产生波动。显然前两种文化都要经过全媒体场域这个“舞池”的洗礼、过滤和融合,此时大众文化已然成为全媒体场域的最受宠的舞者,而市民社会的文化内核与真精神依然被第三种势力,即大众文化风格所占据。因此,我们解决社会主义意识形态的话语挑战问题,不应该回避对当代市民社会文化与精神生活的审视。

不言而喻,新媒体传播形态由线性转变为复杂性与非线性,随之而来的意识形态传播由宏大叙事与“自上而下”转变为碎片化叙事与流动的“多中心性”,这一叙事结构和方式的转变在全媒体场域中呈现出主流意识形态话语权波动的现象。针对意识形态话语叙事的表达更新,我们应该主动把握意识形态传播话语重构中的真问题。当然,任何决策和话术转变前的思考首先应当是:我们在本体论上观察新媒体传播形态本身,即探索新型传播矩阵的核心基础、底层逻辑与基本表现,与此同时,追溯市民社会中大众文化的基本轮廓与时代真精神。

三、意识形态在新媒介传播形态中的新境遇

揭示新媒体传播形态与意识形态宏大叙事的基本矛盾,可呈现出主流意识形态全媒体传播的时代挑战。下面展开分析三个维度,可显示出意识形态全媒体传播境遇中的具体问题,包括技术问题与文化问题。首先,我们从本体论层次上分析和推演新媒体传播形态的性质,阐明新媒体传播形态核心基础与底层逻辑。其次,由于传播形态的改变必然带来社会文化形式的变化,新的媒介传播形态自然诞生出新的文化特征,我们分析

以新媒介为中介的大众文化的基本表征,进而进行新媒介形态的“技术”分析及“文化”分析。最后,基于以上研究我们对意识形态话语构建的挑战因素进行分析,分别从意识形态本体论的角度和技术异化的角度展开。

(一) 新媒介传播形态的底层逻辑与核心基础

以技术为核心驱动形成的新型传播形态,我们称之为复杂性“网络传播矩阵”。新媒体研究领域通常对此描述为“非线性”“无中心化”“多元化”“碎片化”“去在场性”等。这些特征给我们接下来考察新媒介传播形态提供了很大帮助,但在这些特征的背后,对于本质的把握显得尤为重要,因此必须从本体论入手来考察新媒介传播形态,也就是说,我们需要在本体论层面上把握“新型传播矩阵”的底层逻辑与基本内核。

1. 新媒介传播形态的底层逻辑:科技非中立性

我们首先从“新型网络传播矩阵”的逻辑起点——科学与技术——进行考察。众所周知,科学与技术为“新型网络传播矩阵”提供了客观前提。长久以来,科学与技术一直被视为客观中立的存在。这一论断的另一个维度却提示我们问题并非如此简单,科学与技术也并非像它自身所宣称的纯粹的客观与简单的中立。科学规律的发现和技术产生的伟大成就,毫无疑问都是以人作为中介的。也就是说,技术是人造的,科学与技术归根结底是属人的文化,是人赋予的。技术自身的设定一定携带人的特殊主观属性,技术主观设定的维度就隐藏在它客观中立的外衣和精致的包裹之中。

2. 新媒介传播形态的核心基础:“技术合理性”

有了这一层次的理解,我们不难看出,“新型传播矩阵”的逻辑起点是科学与技术。科学与技术中所隐藏的主观算法推介技术的支配作用结果,可能会导致社会文化的异化和单向度化,以及民众否定能力的丧失等。早在20世纪中叶,法兰克福著名代表人物马尔库塞就给出警醒:科学与技术所带来的“技术合理性”意味着民众对现存现实将采取普遍认可的态度,意味着直接导致社会否定维度的丧失继而呈现单向度的社会^{[4]21}。

在当今多元化的社会,随着新媒介传播形态在全球矩阵中不断形成和稳固,大众文化成为人类首次全球性文化普适性的新探索,大众文化裹挟着“技术合理化”奔向世界各地。值得强调的是,“技术合理性”不但输出“精神世界的工业化”,还输出资本主义消费价值的原则。因此,我们认为科学与技术所带来的“技术合理性”对新媒介传播形态起到关键的支配作用,新媒介传播形态的核心基础并非科学与技术,而是其内部裹挟的“技术合理性”。也就是说,基于一定技术算法驱动的“新型传播矩阵”是以“技术合理性”为核心基础。接下来我们就可以认为,以“技术合理性”为内核的新媒介传播形态在根本上维护对现存世界的普遍认可,这会直接导致对现存世界批判意识的丧失,这一结果被认为具有阶级相关性。从上文分析“技术合理性”,我们也不难看出新媒介传播与大众文化的相关性。

因此,我们认为要解决主流意识形态话语权的真问题,不仅仅在于依据新媒介网络传播环境进行话术改变以适应其时代语境,而应该对新媒介传播形态本身进行本体论维度的审视,从而找到真正的突破口并做出应变。我们对新媒介传播形态基本逻辑和基本核心的考察,应该作为思考主流意识形态传播境遇这一时代议题的重要向度。

(二)新媒介传播形态下的市民社会文化表征

意识形态作为精神层面的社会变革必须融入市民社会的文化和个人的内部精神序列。科学作为第一生产力和社会存在必然使作为社会精神生产资料的传播形态出现变革,新媒介作为传播中介,使社会上层建筑的精神生产机制序列也发生了变化。习近平总书记指出:“互联网是一个社会信息大平台,亿万网民在上面获得信息、交流信息,这会对他们的求知途径、思维方式、价值观念产生重要影响。”^{[5]69}因此,考察以新媒介为中介传播的大众文化内容与表现,就成了在全媒体时代考察意识形态传播境遇的又一个关键所在。

1.新媒介传播形态下市民社会文化的基本表现

经过“新型网络传播矩阵”过滤输出的文化,面向的是每一位社会成员。与此同时,广大民众

也被赋予了广泛的传播话语权。精神生产不再是某一阶层的专属,继而打破了原有社会文化传播主体和受体的界限。新媒介作为中介传播形态也具有改善阶级差距的性质和倾向,在某种程度上,这种新媒介传播形态意味着民众权力的解放,但也同时带来新的问题,比如文化传播门槛的降低,随之而来的是精神资料也发生变化,其生产不再经过传统人文主义文化的过滤。大众文化倾向于迎合每一位社会成员,增加了可视听性、娱乐性、多元性、普适性和低俗性等。显然,在任何地方我们都伴随大众文化,艺术不再是依据美学的自主显现,而是为日常消费的特征所决定。精神生活消除了生活与艺术的距离,消费意义解除了生活的深刻性与意义的崇高化。

大量的信息在“新型网络传播矩阵”中呈现出这种现象:古典的宗教文化与人文主义文化呈现出大众化和流行化倾向;巴赫的钢琴曲被改编成司空见惯的手机铃声;《献给爱丽丝钢琴曲》被改编成《送走爱丽丝》;国家文化被异化解读;“阳刚之气”的宣扬被大众解读为女性歧视;新闻信息的反转真假难辨;抖音、哔哩哔哩等短视频平台和直播为博得受众眼球和点赞呈现出低俗化气息……融入了传统的人文文化和国家文化的大众文化被整合变形为以消费为根本原则的商品。显然,这些文化并没有得到过人文主义知识分子的引导就进入到了民众的视野。

2.新媒介传播形态下市民社会文化的基本原则

除此之外,新媒介传播形态下的大众文化也表现为以“消费”为根本原则。为了促使全体民众消费,增强大众文化商品的可读性,大众文化产品呈现出图像性、可视化、通俗易懂的倾向。种类繁多和多元的文化生活在一定标准化的流程中被设计出来,大众文化表面上看起来拥有多元性和个性可供选择,但又同时基于文化工业的原则,大量多元的精神资料表现为同质化倾向,社会文化混杂着多元的要素且又表现为同质化的混合体,大众文化的这一特质被欧陆学者称之为“混合主义”。可见,新媒介传播形态下的大众文化归根结底都由“消费”的原则所规定和执行。

大众文化不但输出以消费为根本原则的文化

商品,还输出消费价值。文化商品所携带的价值观通过“新型互联网传播矩阵”植人民众的脑海和心灵,影响受众的认知与行动,使当代民众在不知不觉中认可社会生活现状、维护社会现状。这些文化商品最具有人情味,它们在电影、短视频平台中随时随地并无形地分泌着人类情感,这些东西的影响力是潜在的,但同时也是巨大的。这种阶级利益的维护方式是隐形的,同时也是彻底的。工业革命所到之处不再是土地、技术和资金,而是人类心灵场所。

当今社会是多元化的社会,大众文化并不是唯一的文化样态,但叠加在宗教文化、国家文化与人文主义传统文化之上的大众文化,早已成为当今全球影响力巨大的文化思潮。需要阐明的是,大众文化的诞生地为美国,随后被引进西欧,它的某些因素已然散布全球,至少在某些因素上关涉阶级、资本主义和官僚主义。它的领域是全球性的,它的使命是世界性的,它作为人类历史上首次普适性的文化样态问题而被提出。

实际上现实情况是,无论是在学校内部,还是在学校外部,我们常常会看到人文主义文化、国家文化与大众文化三者时而联合时而对抗的现象。也许在当今多元化的社会中,我们不应该再去探讨意识形态的真实性和虚伪性,而应该辨别意识形态终究带来的是人的解放的力量还是遏制的力量。社会主义意识形态带给人的是真正解放的力量。在全媒体场域中,马克思主义意识形态传播使命在于维护社会主义这一根本立场,同时也是知识分子不可推卸的责任,即对市民社会内部文化的守护。以上分析阐述了新媒介形态下市民社会内部的文化样态、基本表现特征和原则,以便我们从文化视角出发解读主流意识形态全媒体传播所面临的现实境遇。

(三)新媒介传播形态对主流意识形态传播的挑战

新的互联网传播矩阵对我国主流意识形态的有效传播带来了诸多阻力,但同时也带来新的挑战 and 机遇。我们可从“意识形态本体论”和“技术因素”两个维度去探讨当代意识形态传播的挑战。我们认为只有明确了挑战因素,才能够为 mainstream 意识形态传播的机遇和发展路径提供新的

思路。

1.西方意识形态本体论改变的挑战

科学与技术是新媒介传播形态——“网络传播矩阵”——的基本逻辑起点。科学与技术并非绝对中立和客观的,而是属人的文化。科学与技术所携带的算法标准不可避免地混入人的主观意志。换句话说,科学与技术本身具有主观的粒子。我们可借助法兰克福学派集大成者哈贝马斯的著名论断“科学技术即意识形态”^{[6]39}。科学与技术作为第一生产力与社会存在,其本身也具有意识形态的粒子,生产力也并非具有绝对客观中立的性质。由此可见,当今西方意识形态不仅仅是社会存在的单一对立面,其本身已然蕴含在社会存在的基础部分之中,是作为社会存在的一个组成部分和一个基本方面。意识形态已经随着科学与技术的应用,逐渐融入社会存在和生产过程本身。

可以说,当代西方意识形态的这一本体论层面上的改变,对社会主义意识形态传播带来了十分严峻的挑战,这一挑战要求我们必须调整看待问题的方式;我们应该从意识形态的本体论改变层面重新看待西方意识形态文化霸权的问题,不能仅仅把西方意识形态视作独立于社会存在之外的东西,不应该仅从一种外在的关系看待社会存在和意识形态之间的关系。关注西方意识形态话语叙事时,我们必须关注意识形态本体论改变所带来的新挑战。

除此之外,西方意识形态本体论的基本结构也有所改变。在过去,传统的意识形态通过政治、宗教、教育与文化领域进行横向输出,其阶级维护性相对显性。而在当今全媒体场域中,西方意识形态的维护已经从横向输出转变成纵向植入,利益集团在大众文化产品中植入某些价值观与因素,其阶级性更加隐蔽。

2.互联网技术“推荐算法”的挑战

全媒体不仅仅是技术算法的作用场,更是意识形态的作用场。科学与技术的发展进一步促进了全媒体传播这一“新型传播矩阵”,量化算法、云计算、大数据等技术成为获取信息和传播信息的常规操作方法。根据上文的论断可以知晓,人们在很长一段时间对技术持有中立的态度,而事实上并非如此,更进一步讲,推荐算法内部实际上

隐藏着一套非理性的“标准设定”和“智能算法”，通常被称为“算法推荐”。智能媒体依据这个“算法推荐”塑造与用户间的适配连接，数据平台依据“算法推荐”的运行机制，借助和整合用户点击量、浏览倾向、转发评论等有形信息资源，推算用户的年龄、性别、学历、偏好、种族等私密信息，为其提供“个性化”和“私人定制”的信息，打造推荐算法与用户间的线性传播关系。算法推荐主要依据用户的喜爱偏好进行分析，以满足受众的喜好为逻辑主导。

这种基于互联网技术的全媒体智能传播系统，在“标准设定”和“智能算法”的运行机制作用下，形成了一个闭合的传播环路。首先，它运用大数据大量收集用户的使用轨迹。其次，它通过搜集用户使用痕迹，计算出用户的喜好，推算出用户的年龄、身份、性别，推算出用户“画像”，对用户进行整体性精准描绘。再次，它根据用户的整体“画像”，对用户进行精准信息推送，也就是给用户分发“他”所偏好的信息，根据不同的“画像”进行分发和推送信息。最后，对所分发的信息的反馈再一次进行回收、计算和描绘。以上信息推送线路形成了一个循环。这种同质化信息层层包裹的叠加状态被相关学者比喻为“信息茧房”。可以看出，大数据、云计算和算法推送等技术，表面看起来仅仅是客观机械的技术操作，但其中确实携带着某种隐形的意识形态。

被全媒体关键技术与算法裹挟着的某种意识形态，根据用户喜好的算法推荐，通过“懂你”的信息匹配与分发，为用户打造出“单向度的拟态环境”。比如两个人同时运用谷歌检索同一个词语，所得到的信息推送可能完全不同；两个不同政治立场的人搜索同一则新闻，所得到的信息事件的推送也完全不同。这种量身定制的信息分发机制带来的结果是，不同用户所看到的信息态度导向截然不同，这不仅会造成信息失真的问题，还会造成民众价值理性的缺失，这些技术中裹挟的算法推荐，对主流意识形态传播的整合力带来了直接威胁。

技术算法内部蕴含着技术工具的异化和“技术拜物教”。问题的关键更在于，这些“算法推荐”的信息匹配和分发技术，通常被大型商业公

司来维护和运营，利润的最大化是它们不遗余力的诉求，主流意识形态在这些巨大的商业利益的生产原则面前话语权产生波动。由此可见，从某种程度上而言，一些网络信息平台实际上已然被某些巨大的商业利益所裹挟和捆绑，这将进一步导致单向度“拟态环境”的出现，也就是说，民众沉浸在某种失真的社会环境中。这种推送分发运行机制与对新媒介传播形态起支配作用的“技术合理性”相互配合，共同营造趋向于丧失否定能力的“失真社会”。

在这里，我们运用法兰克福学派著名代表人物弗洛姆所提出的“社会无意识”概念观照这里所谈及的技术问题。“社会无意识”是指那些对于一个社会的绝大多数成员来说都是相同的压抑的领域，当一个具有特殊矛盾的社会有效运作的时候，这些共同的被压抑的因素正是该社会不允许它的成员们意识到的内容。弗洛姆进而指出“社会过滤器”的存在使社会成员们完美地避开社会无意识的领域^[7]。“社会过滤器”宣布某些观念和感觉是不合适的和被禁止的。而在这些不能被上升到意识的经验中包含着人的真实本性和生存问题的答案。可以说，技术“推荐算法”就像弗洛姆所言说的“社会过滤器”，呈现给民众与社会成员的信息是经过“新型传播矩阵”过滤和筛选过的信息和知识，完美地规避社会无意识的领域，从而缔造单向度的“拟态社会”。

综上所述，意识形态本体论的改变和科学与技术异化，为当今社会主义意识形态文化领导权带来了史无前例的挑战。马克思辩证法告诉我们，获得阻力的同时必然获得发展的可能性，面临挑战的同时也必然带来机遇的路径。我们只有认真分析和面对主流意识形态所面临的真正挑战，才能够为创新意识形态传播体系建设探寻真路径。

当今社会，主流意识形态传播所面临的复杂境遇史无前例。这一时代境遇不仅仅是从线性的传播形态到非线性的复杂传播形态的变化，从显性的传播结构到隐性的传播结构的变化，更是在新型传播形态的内部，存在着“技术拜物教”与“技术合理性”，即技术、资本、消费与西方意识形

态在底层逻辑上的强强联合。而这个隐藏的奇异的全球性神经网络毫无疑问地牵动着市民社会的每一根神经。当代意识形态全媒体传播,是我国主流意识形态维护和安全必须理性对待的重要方面。我们只有在全媒体场域和时代背景中,深挖意识形态的当代传播语境,才能把握意识形态当代境遇中真问题。总之,本文旨在从新媒介传播形态的视角,对全媒体概念进行深入剖析,并以意识形态传播在新媒介传播形态中的新境遇作为研究重点。研究框架围绕三个核心维度展开:首先,探讨当代社会的复杂性传播语境;其次,从本体论角度审视新媒介传播形态的本质,即科学与技术非中立性的底层逻辑,及“技术合理性”的核心基础;最后,追溯市民社会中大众文化的基本轮廓以及主流意识形态传播所面临的挑战,以期当代马克思主义意识形态全媒体传播话语体系建设提

供思考。

参考文献:

- [1] 汉娜·阿伦特.过去与未来之间[M].王寅丽,张立立,译.南京:译林出版社,2011.
- [2] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.马克思恩格斯全集:第三卷[M].北京:人民出版社,1960.
- [3] 埃德加·莫兰.时代精神[M].陈一壮,译.北京:北京大学出版社,2011.
- [4] 赫伯特·马尔库塞.单向度的人[M].刘继,译.上海:上海译文出版社,2008.
- [5] 中共中央党史和文献研究院.习近平关于网络强国论述摘编[M].北京:中央文献出版社,2021.
- [6] 尤尔根·哈贝马斯.作为“意识形态”的技术与科学[M].李黎,郭官义,译.上海:学林出版社,1999.
- [7] 曾丽瑾,赵淳.社会无意识:弗洛姆文化观的精神分析维度[J].外国语文,2022(4).

New Situation of the Times of Ideological Communication from the Perspective of Communication Patterns of New Media

WU Jing¹, SHUAI Yifan², DU Nan¹

(1. School of Journalism and Communication, Ludong University, Yantai 264039, China;

2. School of Marxism, Yantai Vocational College, Yantai 264670, China)

Abstract: With the development of science and technology, new media communication prevails all over the world. The spread of Marxist ideology has encountered unprecedented and severe challenges. We should fully understand the new situation of the times of ideology's whole media communication and provide the reference for the discourse system construction of whole media communication of contemporary Marxist ideology from the perspective of the communication pattern of new media and from three dimensions: the complex communication context of contemporary society, the basic core and underlying logic of communication pattern of new media, the cultural spirit of civil society and the double challenges faced by the mainstream ideology.

Key words: ideology; communication pattern of new media; whole media; situation of the times

(责任编辑 合 壹;实习编辑 谢天慧)