

收稿日期:2023-12-02

数字化时代主流意识形态 视频化传播的动因、问题与突破

刘非

(太原工业学院 思政部,山西 太原 030008)

摘要:技术、需要与文化互动互融,形成了主流意识形态视频化传播的动因,但同时也带来了传播主客体认知偏差与对话不足,以及视频内容同质化、碎片化呈现及视频化传播中的冗余化和虚拟化等问题。基于此,应聚焦主流意识形态视频化传播中存在的问题,从提升视觉素养、增强内容形态创新、完善视频化运行机制三个方面着力,不断增强主流意识形态的传播力、引导力、影响力与公信力。

关键词:数字化时代;主流意识形态;视频化;价值观

中图分类号:G641;G206

文献标识码:A

文章编号:1003-6873(2024)05-0080-08

基金项目:山西省高等学校哲学社会科学(思想政治教育专项)一般项目“数字化时代主流意识形态视频化传播研究”(2023ZSSZSX095)。

作者简介:刘非(1984—),男,山西右玉人,太原工业学院思政部讲师,法学博士,主要从事中共党史、思想政治教育研究。

DOI:10.16401/j.cnki.ysxb.1003-6873.2024.05.064

随着移动互联、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、混合现实(MR)以及影像现实(CR)等数字化技术的快速发展和广泛应用,人类正加速迈向数字社会。当前,数字化技术凭借其强大的采集、整理、加工和再现功能,逐渐引发了信息呈现和信息传播的革命性变革,正重塑包括主流意识形态在内的传播形态。这一强大的技术力量在与人的需求耦合中,推动着主流意识形态向视频化传播进阶。毋庸置疑,视频作为人类视觉历史发展进程中的最新形态,与主流意识形态传播形成了良性互动关系,加速了主流意识形态话语创新的进程和实践方式的推陈出新。基于此,深入分析和准确把握主流意识形态视频化传播中各个要素的作用机理,并对其出现的问题进行深入思考和理性应对,是数字化时代主流意识形态传播工作创新发展的理论应然和实践动力。

一、主流意识形态视频化传播的动因

主流意识形态视频化传播是意识形态叙事的新范式、新形态。通俗地讲,就是运用数字化技术在人类视听传播领域开展的意识形态宣传与实践教育活动。作为对传统主流意识形态叙事方式的升华,它能够通过传播客体有效处理视觉表征的心理特性,将主流意识形态文本内容以音

频、图像及图文结合等方式进行符码化呈现,让传播客体在喜闻乐见的视觉表征呈现中读取符号的信息和内容。数字化时代主流意识形态视频化传播具有视听兼容和精准推送的特点。从视听兼容的维度来看,视频可以看作人体视听觉的延伸和拓展,能够很好地调动人的视听觉感官,完全可以让传播客体在沉浸式体验中接受并认可主流意识形态和价值观念。从精准推送的维度来看,大数据、云计算和电子画像等数字化技术为主流意识形态视频的推送与分发提供了技术支撑,具有精准化、个性化、标签化和交互性强等功能。质言之,主流意识形态向视频化传播进阶,既是数字化时代背景下大众传播媒介的创新,同时也是“技术-需要-文化”三者之间动态循环发展的结果。由此,从技术方法、人的需要及文化的视角出发,系统剖析主流意识形态视频化传播的动因,对增强主流意识形态的凝聚力、引领力以及创新其传播体系具有重要的理论和实践意义。

(一)数字化技术的广泛应用是主流意识形态视频化传播的直接动力

“技术为行动提供了一个框架,形成了意向性和倾向,使用模式主要是在这里成形的。”^[1]换言之,技术是构成主流意识形态视频化传播的核心要素之一,特别是虚拟现实、增强现实和人工智能(AI)等数字化技术,不仅影响着主流意识形态视频化传播的效率,而且也在很大程度上重构着主流意识形态叙事的实践内涵。一方面,作为人的工具性的延伸,数字化技术拓展了传播主体的能力和水平。在人工智能自动化视频制作、智能算法统计与分类、语音图像识别技术主导并覆盖视频采集、生产、整合以及分发等环节和过程中,主流意识形态传播主体视频化的相关技能随之得到提升和拓展。主流意识形态传播主体不仅可以利用互联网、大数据、人工智能等技术手段获取传播过程中所需的各类文本、图像、音频等资源,同时也能实现视频的自动生成和精准推送。另一方面,虚拟现实、增强现实、混合现实等数字化技术能够助力视频虚拟世界空间感的回归。在以虚拟现实、增强现实、混合现实等数字化技术营造的主流意识形态视频空间,传播主客体能够享有与现实世界相类似的身心体验,还能基于自身的实际情况适时调整观察角度、观察范围及观察对象,从而有效弥补了传统拍摄者因自身视角受限而带来的诸多缺陷。基于此,习近平总书记强调,要“运用新媒体新技术使工作活起来,推动思想政治工作传统优势同信息技术高度融合,增强时代感和吸引力”^[2]。在数字化技术的引领和推动下,视频作为主流意识形态叙事过程中连接其他要素的桥梁和纽带,对主流意识形态表意实践活动的变革起到了助推作用。

(二)人的需求是主流意识形态视频化传播的决定因素

“技术的出现是为了协助人类驯服生产实践中的某个现象,而新技术的生产动力则源自原有技术对新现象的不断揭示以及对人类新需求的深入挖掘。”^[3]在主流意识形态叙事方式演进历程中,不论是口头叙事、文本叙事、影像叙事,还是现如今炙手可热的视频叙事,事实上都是传播主体和传播客体利用技术工具满足自身实际需求的过程。在此过程中,口传、文字和图像媒介分别催生出与主流意识形态叙事相匹配的实践样态,但相较于在场交流的口传媒介而言,文字媒介做到并实现了精准传递信息内容的预期目标;进入“读图时代”后,用直观感性的图像再现或构建客观现实,“把抽象的价值给予视觉上的具体化和生活化”^[4],弥补了主流意识形态文字叙述模式中缺乏趣味和视觉冲击的空白。在数字化时代,视频媒介在提升主流意识形态凝聚力和引领力方面显现出独特的优势,能使人们在接触到视频的瞬间将人的知、情、意、信、行统合起来。就传播主体而言,视频应用的即时采集、整理、加工和呈现功能让传播主体做到了“即拍即传”,叙事手段的革新拓宽了主流意识形态传播的路径和渠道。就内容呈现形式而言,“声画同步”的表现方式在吸引传播客体注意力时表现出惊人的效果,而且视频蕴含的音调、快慢、节奏、情感等因素能使

受众在观看过程中产生角色代入的心理和“我在现场”的情景体验,很好地满足了传播客体的观赏需求。就平台供给方面而言,现阶段主要依靠全国党媒信息公共平台和以各级官媒入驻各大平台的方式为主,二者之间相互促进、协力前行,有效提升了传播客体的参与度和互动性。

(三)文化的发展是主流意识形态视频化传播的基础力量

文化作为人的本质力量对象化的过程和产物,不仅在技术发展中起着隐蔽的却又十分重要的作用,而且也在与人的需求互动中重塑着它们自身,由此碰撞和激发出一系列新的文化生命体,进而又成为主流意识形态视频化传播的强大动能和基础支撑。一方面,技术为文化的发展提供了前所未有的空间,文化新表达方式空前丰富、繁荣。在数字化技术营造的视频空间里,最具代表性的就是网络流行语、表情包、GIF 动图以及相关标识等,它们既具有深厚的人性基础和心理根基,同时也内嵌着鲜明的文化特征和象征意义,在主流意识形态传播主客体的互动过程中发挥着积极作用,已经成为二者沟通和交流不可或缺的重要方式。另一方面,就视频本身而言,它事实上已经跃出了互动渠道或使用方式的范畴,正逐步向最基本、最深沉、最持久的文化价值观塑造进阶。近年来,随着数字化技术的迅猛发展,大量的短视频和现场直播出现在各类平台,它们通过视频符号构建了全新的话语场域,同时创造性地把它们所蕴含的传统习俗、人文精神、价值理念以及道德观念等文化要素嵌入其中并予以呈现。主流意识形态传播主客体进行视频的编码和解码过程,也是文化与主流意识形态传播实践相互作用的过程。不容忽视的是,“视频在植根和发展传统文化符号的基础上,又延展出众多前所未有的亚文化符号体系,用作编码和解码的参考像块”^[5],从而在“看”与“被看”中实现对符号和意义双重消费的同一体追求。

当人类社会从“读图时代”进阶到“读频时代”,主流意识形态视频化传播在技术的扩散、“现实的人”的需求以及文化的创新发展中应运而生,并悄无声息地融入和革新着主流意识形态的实践方式。诚然,要实现可视化的主流意识形态传播,必须借助视频优化主流意识形态传播实效,但这绝不意味着要摒弃口传、文字和图像等大众传播媒介,而是在数字化技术发展要求和传播客体接受信息方式变化的基础上,将主流意识形态视频化传播作为一种重要且有效的实践方式进行审视。需要指出的是,过度追求视觉呈现效果容易造成媒介形式对于主流意识形态文本内容的僭越,除此之外,还容易引发人们对媒介形式的权力属性的追捧,其结果有可能将主流意识形态视频化传播引向无逻辑、无秩序甚至泛娱乐的形式主义困境。

二、当前主流意识形态视频化传播面临的主要问题

主流意识形态向视频化传播进阶,不仅可以创新传播主体的思维和理念,丰富传播内容的呈现形式,同时也能实现传播客体在虚拟实践场景中的身体“在场”。这一转向在增强主流意识形态凝聚力和引导力的过程中,其具体所指向的“人”、内容与方法也存在诸多的问题和不足,需要客观分析、理性审视,唯有此,才能真正实现技术价值、教育价值与人的价值的有机统一。

(一)主客体认知偏差与对话不足,消解思想共识

视频在主流意识形态叙事中“出场”,是传播主体在自身拥有的知识背景或诠释后的自我逻辑下进行,通常伴随着意义的流动。进言之,只要是“符号表意和解释活动,都需要从一个意义源头出发”^[6]。主流意识形态传播主体作为符号意义的创设者和诠释者,在不同的阶段有着不同的认知图式,特别是在科学技术的加持下,其认知极具复杂性和多样性。也就是说,主流意识形态传播主体的认知并非完全一致,在时间、空间和社会条件等因素的叠加作用下,即便是对同一事物的认知和解构,他们也能在既定的社会历史条件下给出不同的释义,甚至完全不同的结果。

与此同时,作为视频空间原住民的主流意识形态传播客体,在虚拟世界与现实世界交互融合的场域中,不仅拥有更多的选择权和主动权,而且认知能力和思维能力也得到了相应提升,但由于个体属性不同,加之平台或信息智能推算模式的助力,相互间在理想信念、价值理念、道德观念以及社会感知等方面表现出极大的差异性。换言之,主流意识形态视频化传播作为认知行为在实践活动中的反映,事实上又决定着个体认识和改造世界的方式,即个体对事物的认知无一例外地建筑在“先有、先见、先把握的‘先结构’基础”^[7]之上。视频作为符码的集合,其编码和解码过程与主流意识形态传播主客体“先结构”中已有的社会历史文化传统、理论深度、价值理念和道德观念紧密相关,辅之数字化技术背景下交流与沟通空间的扩容而带来的安全感与归属感日渐消弭,由此不断衍生出主体间的认知偏差,导致对话不足甚至出现南辕北辙的现象。

诚然,数字化技术创新并发展着主流意识形态传播载体,特别是视频化传播的转向,有效地实现了传播时间由集中到分散,传播渠道由单一向多元的转变,极大地满足了主流意识形态传播主客体的多样化信息需求。然而值得我们注意的是,冷冰冰的技术与多样化需求之间的“鸿沟”并未完全消除。在主流意识形态视频化传播实践进程中,单纯依靠数字化技术很难彻底解决人机交互过程中出现的认知偏差和沟通障碍。其根本原因在于,当前人工智能主要还是以数据为基础、以算法为核心、以算力为支撑的并经由人工操作的弱人工智能技术。鉴于其缺乏心理认知和共情能力,尽管能为主流意识形态视频化传播提供技术支持,使传播主客体拥有更多的选择权和主动权,但“这并不可能简单替代‘人改造人’活动中亟须通过对话促成的‘视界融合’”^[8],从而也就无法有效扩展主客体共通的意义空间以及对其所蕴含的主流价值观念的认同。

(二) 视频内容同质化、碎片化,导致认同危机

视频是集声、图、字、像诸符号于一体,采、录、编、播各种手段于一身的可视化电子传播媒介,虽然能够清晰地勾勒出信息内容的要点,或使信息内容在表达上变得更加生动、形象,但是大量不确定性的同质化、碎片化符号常常在视频化符号所构建的空间里,以无序却又关联的形式交替出现,易“使主流意识形态文本内容所蕴含的严肃性、逻辑性以及确定性被遮蔽”^[8]。

一方面,信息内容同质化现象严重,极易引发议题的泛化和价值的偏移。基于对议题播放量和点击率的追求,个别主流网络媒体平台或自媒体通常会以模仿、复制和转发的方式完成议题的下沉,以此实现议题的发酵或爆炸式传播。在数字化技术的支持下,一些播放量和点击率高的主流意识形态视频会被“搬运工”和“剪刀手”快速处理后再次呈现,这些被剪辑处理后的视频不仅信息内容雷同泛化,甚至就连呈现方式也非常粗糙简单。长此以往,视频空间所承载的价值、功能和意义终将会被消耗殆尽。除此之外,由于部分传播主体的思想观念或能力还不能很好地适应数字化技术的发展趋势,加之技术变革与平台迭代交叠在一起,不会用、用不好的情况普遍存在,即使有所使用也是消极应对或过度依赖特定的数字化技术工具,这必然会导致议题呈现的片面化、单一化,若任由其发展下去,传播客体的认知觉醒和价值塑造势必会受到影响。

另一方面,视频形式的碎片化,很容易导致主流意识形态文本内容被遮蔽或被裁剪。马克思主义基本原理及马克思主义中国化时代化的重大理论成果是我国主流意识形态传播话语体系的核心内容,完整性、系统性和发展性是其最显性的特征。传播客体唯有按照其固有的内在联系将其统一为整体,才能学深悟透这些理论和思想所蕴含的世界观和方法论。但数字化技术的互动性、非线性及去中心化,容易造成主流意识形态视频传播形式的碎片化,使其原有的意义建构产生扭曲^[8]。主流意识形态视频传播中的理论观点和逻辑结构常被网民青睐和追捧的短视频技术拆解,内嵌其中的理念特质和思想智慧被错位呈现,传播实效和价值意义的表达不尽如人意,甚至误导传播客体。如果照此发展下去,人尽皆知的由浅入深、由表及里以及从感性认识到理性认

识飞跃的方法论将失去价值意义,必然会引发传播客体“产生价值盲从和价值迷失”^[9]。

(三)传播方式冗余化、虚拟化,助长惰性思维

主流意识形态在视频化的虚拟实践中加速了信息的传播,特别是虚拟现实、增强现实、混合现实等数字化技术的介入,极大地提升了主流意识形态的生存与发展空间。视频化虚拟实践的兴盛,也存在弱化大脑机能的风险,甚至“让人陷入被禁锢、消耗、固化困境”^[10]。

一方面,在信息熵递增过程中,传播客体“浅阅读”将成为常态。信息熵与信息内容、信息量和系统结构有关,反映着信息的出现率及清晰度^[11]。随着短视频应用的普及,视频化的信息内容呈现出裂变式传播,信息熵也随之倍增。主流意识形态视频化传播的关键在于视频,当视频出现冗余现象或信息载量超标,其熵值会不断攀升,随即而至的就是热寂状态的到来,即“信息把意义和社会消解为一种雾状的、难以辨认的状态。由此导致了不是更多的创新,相反是全部的熵增加”^[12]。同时,当前炙手可热的视频属于“热媒介”的范畴,画面清晰度高、内容信息量也大,无需动员更多的感官和联想活动就能理解其含义。换言之,在密集化的视频符号中,传播客体可能会渐进养成标题式、搜索式以及跳跃式的“浅阅读”习惯,一旦这种习惯成形并固化,主流意识形态视频化传播所产生的效果和影响力必将大打折扣。就个体自身发展而言,若长期在信息熵增中“浅阅读”,不仅不利于传播客体深度理解主流意识形态传播内容的思想性和价值性,甚至还可能造成其自主性及思辨能力被弱化。

另一方面,虚拟“在场”情景体验,容易陷入媒介所营造的“拟态环境”。在虚拟现实、增强现实、混合现实等沉浸式技术助力下,主流意识形态视频化“再现”建构的“真实图景”,打破了距离与时间的局限,可以实现个体在鲜活的历史场景中行走、触摸和体验。质言之,虚拟“在场”就是运用数字化技术手段营造的只满足感官享受和精神享受的视频化空间,人与人之间的联系和交往会伴随信息的流动逐步迁移至线上,这就是物理学中所谓的空间意义上的“脱域”现象。但“由于人们沉溺于数字化的环境,脱离‘在场’的社会关系太久,将自己视为纯粹意义上的‘符号’……步入纯粹的数字化过程,从而使自己成为片面的人”^[13]。如果传播客体长期全身心地沉浸在数字化技术营造的视频空间或视频符号中,自身的物理感知系统必然会作出反映,并对其产生强烈的依附性,进而助长思维惰性,久而久之,应变能力会变差、逻辑思维能力会降低,很容易成为失去独立思考能力的单向度人。

三、对主流意识形态视频化传播主要问题的突破

促进主流意识形态视频化传播,应基于主流意识形态视频化传播中的原理和问题,在正确把握技术融合过程中的边界和尺度的基础上,从提升视觉素养、增强内容形态创新、完善运行机制三个方面着力,以增强主流意识形态的亲合力、感染力和影响力。

(一)提升主流意识形态传播主客体的视觉素养

视觉素养不仅是对视觉符号的理解,更是一种经由视觉获取信息、借助技术工具创造视觉元素和使用技术媒介来传播信息,并能够对技术媒介所产生和传递的信息进行分析、选择和评价的能力^[14]。数字化技术为主流意识形态视频化传播提供了动力支撑和发展空间,同时也要求传播主客体必须具备相应的视觉素养,唯有如此,主流意识形态视频化传播才能不断创新与发展。

第一,主流意识形态传播主体要注重自身视觉素养的提升,不断增强主流意识形态视频化传播的统领力和整合力。在主流意识形态视频化传播过程中,不论是议题的构思,还是技巧的运用,传播主体始终是掌控整个过程的决定性力量。在数字化技术快速发展的今天,传播主体要牢

固树立视觉思维意识,科学把握主流意识形态视频的本质内涵,切实筑牢主流意识形态安全的坚强屏障,依靠顽强斗争打开事业发展新天地。一方面,提升视觉思维能力,促进视频技术与主流意识形态价值引领功能的深度融合。视觉素养的本质是视觉思维能力,传播主体应把视频化实践作为学习和历练的重要场域,在精准把握和全面分析可视化信息的过程中不断增强自身的视觉表达能力。主流意识形态视频在主流意识形态价值引领功能的规制下,有其生成的特殊性,这种特殊性内在地要求传播主体既要做到视频画面清晰、意义表达准确,同时也要做到传播客体能够快速领会其中所蕴含的思想和精神内涵。另一方面,强化视频实践活动,恪守数字化环境下的职业道德。视觉素养不仅是一种交际能力,促进人与人之间的交往,同时也是一种创新能力,可以通过视觉化实践,形成立体化表达。主流意识形态传播主体在分析传播客体视频化信息认知程度的过程中,需根据其认知程度构建与之相匹配的视频信息,同时还要把“看得见”的主流意识形态转化为“看不见”,在融情于理、情理交融中增强政治认同、思想认同、理论认同和情感认同。

第二,要提升传播客体的视觉素养,强化其“人屏”共处的主体意识和信息识别力。科学技术的本质反映着技术形态中人与人以及人与社会的关系,但有时也“表现为异己的、敌对的和统治的权力”^[15]。在数字化时代背景下,传播客体常常深陷视频化空间而不能自拔,由此引发诸如“浅阅读”、思维钝化和情感匮乏等问题。基于此,需要对传播客体进行视觉素养教育和不定期回访,以提升其视觉语言的分析和研判能力,进而使其在视频化实践活动中形成思想自觉和行动自觉。一方面,要树立正确的视频化技术观念,深化对主流意识形态视频化传播的认知。视频作为人类视觉历史发展的最新形态,凭借虚拟仿真等数字化技术开辟了个体或群体虚拟“在场”的实践方式,其目的并非止步于实践方式的可视化体验,而是要突出人的主体性地位,激发传播客体自我审视与反思,进而实现自身价值与社会价值的统一。另一方面,要内外兼修,增强对多元信息的敏感度和辨识力。传播客体可以通过自主学习或视觉能力系统训练的方式,构建与自身感官机能相匹配的信息识别系统,这样既可以帮助其快速识别视频符号的表征意义,同时也可以强化其捕捉信息内容的能力。

(二)增强主流意识形态视频的内容形态创新

主流意识形态视频作为符号,是一种“携带着意义的感知”^[16],其意义建构的过程是符号意义的生产和应用过程。因此,在数字化时代,要增强主流意识形态视频内容的吸引力和影响力,应将数字化技术作为主流意识形态视频建构的技术支撑,持续加强视频内涵和传播渠道建设。

第一,要强化主流意识形态视频化的内涵建设,在正面引领中创新话语方式。内涵建设是主流意识形态视频化传播的基础工程和重要原则。马克思在《〈黑格尔法哲学批判〉导言》中指出:“理论只要说服人,就能掌握群众;而理论只要彻底,就能说服人。所谓彻底,就是抓住事物的根本。”^[17]由此可见,加强内涵建设必须加强理论研究,并在正面引领中推动话语创新。一方面,坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度,坚定“四个自信”,用习近平新时代中国特色社会主义思想回应社会关切,阐释重大事件和热点话题,通过针对性策划和差异化推送提升主流意识形态传播实效,增强党的创新理论传播的覆盖面、延伸度和到达率。另一方面,坚持理性与情感双向耦合的视觉思维,以视频的方式优化说理逻辑,化主旋律洪流为奔涌在各大平台的正能量清流,同时也要理性看待和合理运用网络流行语中的有益因素,以不断丰富主流意识形态话语类型和话语表达方式,确保主流意识形态视觉文化的主导权和话语权始终掌握在党的手中。

第二,建构主流意识形态视频化传播空间,在双向互动中实现凝心聚力。“媒介进化的意义是使人们能够探索更多的实践空间,能拥有更多的资源和更多的领地,去展示和实现人们的价值、个性以及生活的样态。”^[18]数字化技术为主流意识形态视频化传播提供了巨大的发展空间,

既可以通过视频符号的画面形象去表征意义^[5],也能通过语言符号的音响形象精准理解所传递的信息内容,能够使传播客体全身心地沉浸在由视频符号塑造的虚拟场景之中。基于此,我们可以在5G网络的超高接入速率和数字情景的协同作用下,创设集声、图、字、像、乐诸符号于一体的视频化表意单元,让传播客体在虚拟空间中获得高质量的身心体验,进而在广泛且深入的互动中肩负起“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的历史使命。

(三)构建主流意识形态视频化传播的长效机制

构建科学有效的运行机制,是推动主流意识形态视频化传播的关键。若使其落地生根并能得到持续优化,必须构建与之相匹配的共享平台和提供予以支撑的人才队伍,这是视频化传播长效机制建立和有效运行的重要保障。

注重技术赋能和理念创新,积极构建主流意识形态视频化共享平台。“日益崛起的技术力量和日益提升的人类智慧之间进行的不是一场竞赛,而是一个携手并进相互扩容的过程”^[19]。当前的数字化技术突飞猛进,正全面融入经济、政治、文化、社会、生态文明建设各领域和全过程,深刻改变着我们的生产、生活与学习方式。因此,必须主动适应新技术并接受其尝试性应用,在改变原有观念和调整工作方式的基础上,把主流意识形态视频化平台建设摆在突出位置。在平台搭建上,要综合研判传播客体的行为特征和需求特性,找出影响其选择的核心要素,再结合数字化技术的诸多特点,构建具有感染力强和辐射力广的主流意识形态视频化共享平台。

加强统筹谋划和队伍优化,健全主流意识形态视频化运行机制。实现科技向善,使创新科技为人类所用,需要以体制机制和人才队伍为支撑。一方面,加强顶层统筹谋划,推进视频化矩阵。立足数字化时代的实际需求,根据现状中的矛盾和问题,积极实施媒体融合战略,通过流程优化、平台再造,建立线上线下融合传播矩阵,以多渠道、多层次、全方位和立体化的传播矩阵为驱动力,促使主流意识形态视频化传播模式与传统的主流意识形态传播模式相辅相成、交相辉映,最大限度地“发挥主流意识形态的理论维护、价值认同、战略指引等系统功能”^[20]。另一方面,优化人员结构,提升队伍素质能力。打造一支对党忠诚、理论水平和数字化技术能力兼具的视频化传播运营团队,认真研究与技术相融合的内容建设之道,发挥信息渠道权威和采编人才专业的优势,区分理论难点、宣传重点和解读要点,实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通。此外,要坚持“内容为王,技术为辅”的原则,注重用德育价值之“道”来驾驭数字技术之“器”,在算法设计、把关和监管过程中,引导算法技术精准化传播蕴含主流价值的视频,确保主流意识形态视频化传播机制良性运转。

参考文献

- [1] 唐·伊德.技术与生活世界:从伊甸园到尘世[M].韩连庆,译.北京:北京大学出版社,2012.
- [2] 习近平.习近平谈治国理政:第2卷[M].北京:外文出版社,2017:378.
- [3] 赵静宜,程明.确定性抑或不确定性:关于信息传播一个基本问题的审思:兼论智能传播的未来发展[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2021(1):163-171.
- [4] 周琪.大众媒介与思想政治教育实践方式演进[J].思想理论教育导刊,2020(7):119-122.
- [5] 王凤仙,李亮.智能时代思想政治教育的视频化转向探析[J].思想教育研究,2021(7):58-63.
- [6] 赵毅衡.符号学与主体问题[J].学习与探索,2012(3):131-134.
- [7] 姚鹤鸣.传播美学导论[M].北京:北京广播学院出版社,2001:151.
- [8] 崔聪.新时代主流意识形态视觉化叙事探析[J].思想教育研究,2022(10):93-99.
- [9] 管秀雪.人工智能时代主流意识形态传播力提升的多维审视[J].理论导刊,2022(7):70-74.
- [10] 杨玉秀.数字化技术深度影响社会发展[N].中国社会科学报,2022-11-01(6).

- [11] 林爱珺,陈亦新. 信息熵、媒体算法与价值引领[J]. 湖南师范大学社会科学学报,2022(2):125-131.
- [12] JEAN Baudrillard. Simulation and Simulacra[M]. Michigan: The University of Michigan Press, 1994:81.
- [13] 李伦. 鼠标下的德性[M]. 南昌:江西人民出版社,2002:222.
- [14] 张舒予,赵丽,周灵. 视觉-媒介信息素养:新综合性素养的概念提出与教育实践[J]. 现代远程教育研究,2021(6):32-39.
- [15] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯文集:第8卷[M]. 北京:人民出版社,2009:358.
- [16] 赵毅衡. 符号学:原理与推演[M]. 修订本. 南京:南京大学出版社,2016:1.
- [17] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯选集:第1卷[M]. 北京:人民出版社,2012:9-10.
- [18] 瑜国明,耿晓梦. 元宇宙:媒介化社会的未来生态图景[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2022(3):110-118.
- [19] 殷乐. 智能技术与媒体进化:国外相关实践探索与思考[J]. 新闻与写作,2016(2):20-24.
- [20] 肖光文,李晓瞳. 新时代坚持党对意识形态工作的领导权:基本依据、价值意蕴和实践路径[J]. 思想教育研究,2022(7):66-72.

The Motivation, Problem and Strategy of Visual Communication of Mainstream Ideology in the Digital Era

LIU Fei

(Department of Ideological and Political Education, Taiyuan Institute of Technology, Taiyuan, Shanxi, 030008, China)

Abstract: The visual communication of mainstream ideology is driven by the integration of information technology, communication requirements and contemporary culture, which also brings about the cognitive bias and insufficient dialogue between the subject and object of communication, the homogenization and fragmentation of visual content, and the redundancy and virtualization in visual communication. Based on this, we should focus on the problems existing in the visual communication of mainstream ideology, and make efforts in the three aspects: enhancing visual literacy, strengthening content and form innovation, and improving the video program operation mechanism, so as to continuously enhance the communication efficacy, guidance, influence, and credibility of mainstream ideology.

Key words: digital era; mainstream ideology; visualization; value

〔责任编辑:陈济平〕