

泛娱乐主义的社会心理分析及其应对

邢国忠 张敏

(北京师范大学 马克思主义学院, 北京 100091)

[摘要] 社会思潮和社会心理之间存在着紧密联系。泛娱乐主义思潮在我国的传播和渗透,离不开相应社会心理的推波助澜。泛娱乐主义的社会心理主要表现为娱乐至上、价值虚无和急功近利,它抓住“个体情绪表达”“群体情感共鸣”和“集体身份认同”三个环节建立了一整套社会心理机制,将相应的社会心理转化为更为广泛的社会思潮影响。面对泛娱乐主义的社会心理影响,我们可以从凝聚社会共识,开展更为有效的理想信念教育;注重人文关怀,推进积极健康的社会心态建设;加强舆论引导,增强主流意识形态的传播力和影响力等方面加以应对。

[关键词] 泛娱乐主义 娱乐至上 社会心理 引导

[中图分类号] G641 [文献标识码] A [文章编号] 1002-5707(2022)5-0106-06

泛娱乐主义带来的负面社会情绪和消极社会情感已经影响到整个社会的主流意识形态建设。对泛娱乐主义进行社会心理分析,挖掘泛娱乐主义形成的社会心理根源,把握泛娱乐主义的社会心理机制,对防范、化解泛娱乐主义的负面社会影响,进而构建更加积极健康向上的主流价值观具有重要意义。

一、泛娱乐主义的社会心理表现

普列汉诺夫较早提出“社会心理”的概念,他认为社会心理是“一定时间、一定国家的一定社会阶级的主要情感和思想状况”^{[1]272-273}。在某种程度上,社会心理是联系社会存在与社会意识的中介和桥梁,社会存在和社会意识之间的双向互动离不开社会心理的中介作用。任何社会思潮都会折射出某一时代社会成员的整体心理状态,泛娱乐主义思潮的理论基础、政治主张和价值追求,依赖于一定的社会心理,并通过社会心理转化为广泛的现实影响。具体来说,泛娱乐主义的社会心理主要表现为以下几方面:

(一) 娱乐至上心理

泛娱乐主义伴随着立体媒体的发展进入大众视野,又乘着网络信息技术发展的快车逐渐渗透到社

会生活的各个方面。正如美国学者尼尔·波兹曼所言:“一切公众话语日渐以娱乐的方式出现,并成为一种文化精神。我们的政治、宗教、新闻、体育、教育和商业都心甘情愿地成为娱乐的附庸,毫无怨言,甚至无声无息,其结果是我们成了一个娱乐至死的物种。”^{[2]4}随着新媒体技术的成熟和娱乐活动的商业化、产业化发展,娱乐发生了非理性转向——满足人类无尽的欲望,导致娱乐本真的内涵和价值逐渐被异化,人和社会的发展也逐渐偏离理性轨道。

一方面,“娱乐至上”强调即时的、简单的、重复的精神刺激,体现出狭隘的快乐主义。快乐主义认为真正的快乐是指“身体的无痛苦和灵魂的无纷扰”,是一种人类自然的、必要的需求。伊壁鸠鲁曾将快乐分为感官快乐和精神快乐,认为“感官的快乐本身也只在于持续的渴求,一旦目标达到,快乐也就消失了”^{[3]48}。感官快乐的易逝性和可得性,促使文化生产者和消费者达成了一种集体无意识的文化共谋。生产者抓住大众对感官快乐的渴求,强调文化的单一性功能,源源不断地挖掘文化资源的娱乐元素,营造出快乐无处不在的幸福幻象。人们长期处于感官刺激中会产生更多“自然但不必要的欲望”和“既不自然也不必要的欲望”,这种异化的心理需求持续发

邢国忠:北京师范大学马克思主义学院教授 博士生导师

本文为国家社科基金一般项目“网络宗教对大学生的影响及对策研究”(项目编号:18BKS173)阶段成果

醉,最终导致娱乐变成“愚乐”,甚至“傻乐”。

另一方面,“娱乐至上”推崇“趋利避害”的人性本能,带有明显的享乐主义色彩。在现代社会高风险、高负重、高频率的压力下,人们迫切需要缓解压力、抚慰心灵的窗口,一旦压力不能得到健康、及时的释放,就容易滋生畏难情绪和逃避心理。畏难情绪和逃避心理是人类“趋利避害”的本能表现,其本身无可厚非,但是,泛娱乐主义过分夸大畏难情绪和逃避心理的合理性,导致人们在实际生活中与他人发生矛盾、冲突时,不能自觉地体验、认知和解决问题,而是本能地寻找借口逃避、拖延,逐渐失去独立思考、解决问题的意识和能力。一旦“趋利避害”上瘾,及时享乐必然取代艰苦奋斗,正如西方“奶头乐”理论所说的那样,形形色色的娱乐产品使大众陶醉其中,暂时忘却了现实苦难,而这种极端的快乐依赖使人们安于现状,难以实现人生价值。

娱乐本质上是人与世界沟通畅达时所产生的快感,是人性自由所追求的一种境界。^[42]资本逻辑带来了娱乐的异化,娱乐由对人的精神世界的关怀转向简单感官欲望的刺激与满足,由对社会历史与现实的连续性反思转向对当下的肤浅关注。^[43]泛娱乐主义将这种异化的娱乐置于价值标准的最高地位,致使人们的精神追求趋于低俗化、浅薄化,带来了“躺平”“佛系”“积极废人”等现象。

(二)虚无主义心理

尼采最早在《权力意志》中对“虚无主义”进行了界定,他认为虚无主义是“最高价值的自行罢黜”,具体表现为“精神力量可能已经困倦、已经衰竭,以至于以往的目标和价值不适合了,再也找不到信仰”。^{[6]400-401}泛娱乐主义吸收了虚无主义的否定性内涵,否定事物存在任何内在的价值,在微观上虚化个体的价值评价标准,否定个体生命存在的价值;在宏观上,虚化社会价值共识,拒斥理性、反对崇高、抵制权威,由此造成个体和社会全面的价值危机。

一方面,个体价值信仰崩塌。泛娱乐主义在虚化价值的同时,创造了价值自由的美好幻象,个体逐渐放弃生命维度的终极思考,转而关注肤浅的世俗生活。世俗生活的“去崇高化”“去政治化”氛围显示出极大的包容性,为个体低俗、庸俗和媚俗的娱乐需求提供了合理合法的依据,使个体在世俗文化中感受到前所未有的价值自由。然而,这种缺乏规范和约束的“价值自由”犹如毫无根基的空中楼阁,在现实面

前不堪一击,使个体在理想与现实的矛盾冲突中无所适从。简单、粗制的世俗文化不断腐蚀人们的价值信仰,使得崇高的价值追求失去了严肃意义,人们的精神世界趋于萎缩和虚化,进而陷入精神和信仰无所寄托的困境。

另一方面,社会价值秩序失范。泛娱乐主义否定既有的、统一的、客观的社会价值共识,夸大主体在思维、经验、立场等方面的差异,误导人们对社会价值内容的主观性、随意性解读,滋生了“怎么都对”“怎么都行”的价值相对主义倾向,以及怀疑科学、否定真理的反智主义倾向。身处于不同阶层、情境中的个体基于个人私利,对价值内容进行重新排序,他们用个性化的价值体系挑战社会价值共识的合法性。比如,一些“公知”“杠精”“懂哥”活跃于网络公共空间,对社会政治体制和主流价值观念进行无限度的戏谑、抹黑甚至诋毁,对社会价值秩序的规范性和约束性造成了一定冲击,使得个人对国家主流意识形态的认同与践行趋于敷衍化、形式化。

(三)急功近利心理

马克思根据不同历史时期生产力与生产关系的状况,将人与物的关系分为“人的依赖关系”“以物的依赖性为基础的人的独立性”以及“建立在个人全面发展和他们共同的社会生产能力成为他们的社会财富这一基础上的自由个性”^{[7]52}三个阶段。急功近利心理正是人们对物的极端依赖性的一种反映,在泛娱乐主义的催化下,急功近利心理趋于成熟,并形成了自身鲜明的特点。

第一,普遍的唯利性。随着市场经济的繁荣和物质生活水平的提高,人们对物质的追求不再局限于基本的生存需要,而是崇尚过度的物质占有,不断通过奢侈消费、炫耀消费和娱乐消费等实际行动来暗示身份、彰显地位。受“以物为本”的观念影响,人们逐渐远离内在的精神追求,把物质利益的获取当作实现美好生活的唯一动力和途径,人与人、人与社会、人与自然的最终关系被归结为金钱关系和功利关系。

第二,极端的利己性。个人私利是急功近利心理的出发点和落脚点,它主张“凡事以自我为中心”,当个人利益与集体利益发生冲突时,牺牲集体利益成全个人利益。这种极端利己的价值取向与社会主义的集体主义原则截然相反,直接导致了人们的社会责任感退化,催生了一批精致的利己主义者。比如,

部分大学生标榜自我价值的实现,将个人评奖评优作为学习和生活的首要原则。他们“没有信仰,没有超越一己私利的大关怀、大悲悯、责任感和承担意识”^[9],把学术研究、人际交往和志愿服务等活动当作其评奖评优的工具,大学里分数造假、学术造假、“双面人”“小团体”等不良现象屡见不鲜。

第三,鲜明的投机性。融媒体时代,信息生产和传播速度超越了以往任何时代,人们对信息主导权的渴求愈发狂热,在铺天盖地的传媒营销中逐渐丧失了自我反思和建构能力。“秒杀”“蹿红”的现实案例极大刺激了人们的侥幸心理,低成本、高收益的传媒营销也受到了越来越多的青睐。在此影响下,人们极度渴望“速成”的快感,相信“流量之上”“娱乐可以成就人生”,甚至把投机钻营作为成功的捷径,试图挑战道德和法律的底线。

二、泛娱乐主义的社会心理机制

泛娱乐主义以贴近社会现实和反映个人诉求的叙事手法迅速捕获受众心理,并借助网络化传播的优势,深入到人们的日常生活。泛娱乐主义在传播和渗透的过程中,针对个体、群体和集体三个层次的受众特点,形成了一整套环环相扣的社会心理机制,通过培养受众的理论认同、情感认同、价值认同和身份认同等,最终实现对人们思想和行为的影响和改造。

(一)异化娱乐概念,激发个体情绪表达

“娱乐”一词自古有之,从词源上看,“娱乐也”^{[9]262},指快乐或使人快乐的行为。古希腊哲学家亚里士多德认为:“在生活中也有休息,在这时可以消闲和娱乐。”^{[10]88}在中西方文化语境中,娱乐的本义均指向精神愉悦和人文关怀,真正的娱乐是人类精神发展的内在要求。泛娱乐主义用资本逻辑解读娱乐,使娱乐成为个体非理性情绪表达的工具和窗口,许多看似来自人民“心声”的诉求和主张,其实是泛娱乐主义逐利本质的体现。

一方面,泛娱乐主义盲目扩大娱乐的范围。泛娱乐主义主张“一切为了娱乐”“一切皆可娱乐”,极力寻找娱乐融入现实生活的因素和契机,营造“娱乐联系一切、娱乐适配一切”的社会氛围,从而达到麻痹人们思想的目的。资本操控下的文化产业往往通过娱乐拉近与受众的距离,这种“低投入、高收益”的产业模式助推了大众文化的娱乐化趋势,也赋予了娱

乐意识形态意义,使娱乐超越精神愉悦,深入到社会经济、政治、文化等一切领域。

另一方面,片面夸大娱乐的建设性功能。马克思在关于自由时间的阐述中提到:“‘可以自由支配的时间’,也就是真正的财富,这种时间不被直接生产劳动所吸收,而是用于娱乐和休息,从而为自由活动和发展开辟广阔天地。”^{[11]229}娱乐本身具有促进人的自由而全面发展的建设性功能。泛娱乐主义利用娱乐泛化的社会氛围混淆视听,它披着“人文关怀”的外衣,传播非理性的娱乐观念,假意迎合人们的心理需要,实则作为资本服务,诱导人们把人生目标建立在享乐、欲望和功利之上。

随着转型期多元利益结构的深刻调整,市场经济在为我国社会注入巨大活力的同时,也带来了收入差距、权力腐败、人口焦虑、道德滑坡、生态破坏等一系列社会问题。泛娱乐主义利用碎片化信息将社会主义建设过程中的矛盾、问题无限放大,使得人们的不满、抱怨、失望、焦虑等负面情绪不断积聚,并通过戏谑、调侃等方式得以发泄,在互联网的隐蔽性和开放性的特性下,个体负面情绪的娱乐化表达逐渐多样化、复杂化和公开化。

(二)借力社会舆论,强化群体情感共鸣

马克思曾指出,人是一种作为“自然的、肉体的、感性的、对象性的存在物”。^{[12]209}感性是人的内在属性。随着后真相时代的到来,人的感性特征得到了极大发挥,个人情感和信念成为比客观事实更能影响社会舆论的力量,人们重视个人情感,选择自己愿意看见和相信的“事实”。基于此,泛娱乐主义以碎片化、戏谑化的话语形式进入大众传播过程,同时借助声音、图像等手段建构人们喜闻乐见的“事实”,将单一的、脆弱的、零散的个体情绪整合起来,上升为多样的、坚强的、牢固的群体情感,实现感性层面的真实在场。

一方面,泛娱乐主义用奇观化符号包装社会事件,吸引受众注意力。全媒体时代,媒体信息生产过剩与受众信息处理能力相对落后之间的矛盾日渐凸显,受众的注意力成为媒体争抢的稀缺资源。如今的网络平台已经不是单纯的信息传播中介,而变成了流量变现的出口,媒体抓住受众的猎奇心理和审丑倾向,对信息进行市场化、娱乐化包装,同时利用算法推荐,实现聚合化平台的分众化营销,最大限度地覆盖不同领域的受众群体。

另一方面,泛娱乐主义制造舆论反转,形成群体情感共鸣。在信息公开共享的互联网时代,谁占据了信息主导权,谁就拥有媒介议程设置的主动权。基于此,各网络平台纷纷致力于“抢头条”“抢流量”“抢独家”,为了造势引流,部分平台甚至会刻意制造或者煽动敏感话题,纵容网络暴力、传播谣言、恶意爆料等行为对社会舆论的影响。社会舆论的每一次反转都会造成不同程度的受众分流,那些情绪冲动、价值迷茫、立场不坚定的受众自然地聚集起来,在舆论渲染下形成强烈的情感共鸣。

泛娱乐主义的狂欢往往是集体无意识的狂欢,它通过话题炒作、情感营销、网红直播、“大V”解读等手段影响媒介议程设置、干扰舆论秩序,并利用心理暗示实现潜移默化的群体情感认同。比如,在火遍全网的选秀节目中,广告商家和娱乐平台利用粉丝的狂热心理,诱导粉丝非理性消费,粉丝在疯狂打榜、投票的过程中形成了“我为偶像撑腰”的心理暗示,不断强化自身对饭圈文化的情感认同,上演了一幕幕“倒牛奶”的资本选秀闹剧。

(三)构建精神乌托邦,固化集体身份认同

英国学者理查·戴尔认为:“对娱乐的两种想当然的描述乃是‘逃避’和‘满足’,这两种描述皆指向了娱乐的核心要旨,即乌托邦主义。娱乐提供的形象是可以逃避进去的‘更好之物’,或者我们深切希望而日常生活无法提供之物,选择的余地、希冀、愿望,这全是乌托邦的原料,带来的感觉是世界会更好,不同于那些可被想象亦可被实现的事物。”^[13]精神乌托邦是可以满足人们一切精神需求、实现绝对平等自由的理想世界,在资本的推动下,精神乌托邦成为泛娱乐主义迷惑和麻痹受众的噱头。

一方面,强调社会规则与娱乐活动之间的二元对立,利用丰富的娱乐产品拉近与大众的距离。社会规则是社会正常运行的必要条件,带有浓厚的理性色彩,社会规则和娱乐活动之间存在着不可避免但可以调和的矛盾。泛娱乐主义认为,社会规则限制了人们的娱乐活动,给人们造成了强烈的现实压迫感;与之相反,短视频、网络直播、恶搞图片、网络游戏等娱乐产品层出不穷,并以日常融入式的传播方式给人们带来沉浸式的娱乐体验。这种前所未有的满足感、归属感与社会规则的“压迫感”形成鲜明对比,使得人们在承认与被承认、肯定与被肯定的过程中产生“绝对平等”的错觉,开始有意识地、主动地参与到

网络集体狂欢中。

另一方面,标榜“去意识形态化”,通过情感消费和情怀营销等手段宣扬“精神自由”。泛娱乐主义跨越娱乐和严肃的界限,带来了丧文化、佛系文化、梗文化、斜杠身份等一系列集体无意识的文化危机。它在人与自然、人与社会、人与自我等复杂多变的跨媒介叙事中展开沟通和交流,以致敬式、关爱式的话语使人们放下心理戒备,逐渐沦为贩卖情感、营销情怀的忠实追随者。人们在多重社会场景中快速切换、在复杂的精神世界中自由穿梭,他们的集体身份认同在现实和精神两个层面上都得到了巩固。

任何话语的表意活动,都会以一种象征性的身份存在,但“身份不是孤立存在的,它必须得到对方的认可,如果无法做到这一点,表意活动就会失败”^[14]^[346]。构建身份认同是任何社会思潮实现广泛社会影响的重要手段。泛娱乐主义的社会心理经由个体情绪表达达到群体情感共鸣,实现了一大跨越,但群体情感内在的非理性因素使群体情感具有不稳定性。为了继续扩大社会影响力,泛娱乐主义片面迎合受众心理需求,利用精神乌托邦的迷惑作用,实现从个体情绪表达、群体情感共鸣再到集体身份认同的再跨越。

三、应对泛娱乐主义社会心理的主要策略

泛娱乐主义是一种以资本主义意识形态为内容,以现代信息技术为依托,将娱乐作为最高价值准则的社会思潮,在本质上与我国主流意识形态相对立。从内在的思维方式到外在的行为方式,从社会生活秩序到思想文化秩序,泛娱乐主义对我国社会的危害是全方位、深层次的。泛娱乐主义的社会心理经历了一个从自发到自觉、从无序到有序的发展过程,它通过消解人们对中国特色社会主义的道路认同、理论认同、制度认同、文化认同来威胁我国主流意识形态安全。应对泛娱乐主义的社会心理,关乎我国的意识形态安全和改革发展稳定大局,必须汇聚各方力量抓重点、有步骤地采取一系列措施。

(一)凝聚社会共识,开展更为有效的理想信念教育

心有所信,方能远行。坚定的理想信念是我们直面考验、克服困难的不竭力量之源。泛娱乐主义解构权威、消解价值,这场虚无主义的价值危机下,隐藏的是信仰缺失的文化危机。开展更为有效的理想信

念教育,就是要培养人们的娱乐鉴赏、反思与批判力,提升娱乐品位和娱乐主体性,充分认识到,“低俗不是通俗,欲望不代表希望,单纯感官娱乐不等于精神快乐”^[15],增强人们自觉抵御泛娱乐主义社会心理的内生免疫力。

第一,把马克思主义信仰教育摆在突出重要的位置。要深入研究马克思主义基本原理,科学揭示马克思主义信仰的本质特征、理论内涵、价值立场、现实指向,帮助人们辨别马克思主义信仰与泛娱乐主义等非马克思主义信仰,从理论高度看到泛娱乐主义对马克思主义意识形态的冲击。结合人民群众的实际生活,不断提升马克思主义理论的当代解释力,引导人们对马克思主义信仰“真学”“真信”“真行”。

第二,培养家国情怀和人民立场。以党史学习为战略抓手,深化“四史”教育,帮助人们突破只顾个人利益和眼前利益的小视野、小格局,树立社会主义和共产主义的大视野、大格局。善于“用党领导人民进行伟大社会革命的成果说话,用改革开放以来社会主义现代化建设的伟大成就说话,用新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践说话,用中国特色社会主义制度的优势说话”^[16],坚定马克思主义的历史观、大局观和人民立场,形成对历史、政治等话题的严肃态度和理性心理。

第三,弘扬斗争精神。这里的“斗争”是指,为了实现最广大人民群众的根本利益而进行的有方向、有立场、有原则的斗争,不是为了某种私利所进行的无组织无纪律的争夺。其一,要超越物质欲望的束缚,引导人们形成对现实美好生活的向往,认识到幸福是奋斗出来的,不是在享乐中空想出来的,要通过脚踏实地的奋斗增强自身的获得感、幸福感和安全感。其二,引导人们自觉树立忧患意识,提升斗争策略,敢于同一切歪理邪说和歪风邪气说不,旗帜鲜明地反对泛娱乐主义的舆论诱惑,防止泛娱乐主义利用社会不良情绪滋扰生事,扰乱社会秩序。

(二)注重人文关怀,全面推进社会心态建设

社会心态是指在一段时间内弥散在整个社会或社会群体中的社会共识、社会情绪和感受,以及社会价值取向。^[17]失衡的社会心态为泛娱乐主义的迅速膨胀提供了可乘之机,进一步激发了人们的负面社会情绪和消极社会情感,甚至导致了一系列极端社会行为。面对复杂的社会心态变化和强大的社会治理压力,党的十九大报告强调,“加强社会心理服务体

系建设,培育自尊自信、理性平和、积极向上的社会心态”^[18]^[49]。这就要求我们站在社会治理的战略高度,以真切的人文关怀构建社会心理服务体系,全面推进社会心态建设。

第一,完善社会心态监测和预警机制,合理调试大众的心理预期。泛娱乐主义具有强大的依附性,往往附着于其他社会思潮实现其价值传输,因此,泛娱乐主义的社会心理更具隐蔽性。要充分利用大数据技术,精准绘制泛娱乐主义的社会心理群像,及时发现泛娱乐主义社会心理的苗头,对其进行全程跟踪、动态分析、及时预警。同时,合理调试大众的心理预期,帮助人们辨别“真实需要”和“虚假欲望”,缓解大众的焦虑、浮躁、畏难、虚荣等情绪,避免负面情绪的失控式发酵。

第二,加强心理疏导和心理危机干预,提供及时的心理健康服务。要拓宽个体情绪表达、情感交流的渠道,避免个体负面情绪的积聚、恶化,引发群体和集体的极端行为;对常见的和罕见的心理障碍都要进行深入研究,制订科学化、个性化和人性化的心理危机干预机制,调动学校、社区和相关科研机构的力量,为心理健康服务提供专业化人才支持,构建全民参与、全面关怀、全程跟踪的心理健康服务体系。

第三,着力解决实际问题,促进“自尊自信、理性平和、积极向上”的理念深入人心。社会心理形成的根源和社会心态变化的动力都是人们的心理需要,要坚决抵制泛娱乐主义“以物为本”的价值取向,推进社会公平正义,在解决现实利益问题的过程中,将人们对美好生活的向往作为社会心态建设的出发点和落脚点。

(三)加强舆论引导,增强主流意识形态的传播力和影响力

社会舆论是社会心理的集中反映,也是影响意识形态的重要因素,社会舆论的走向事关社会心理的变化,也事关意识形态的安全。黑格尔曾说,“公共舆论中有一切种类的错误和真理”^[19]^[332-334],“错误”与“真理”的冲突暗含着非主流意识形态和主流意识形态的交锋。泛娱乐主义往往放大社会舆论中的“错误”,刺激大众的负面情绪,造成错误的舆论导向,不断冲击主流意识形态的地位。对此,必须加强舆论引导,增强主流意识形态的传播力和影响力,培育主流意识形态在舆论场的绝对优势,坚决维护我国意识形态安全。

第一,坚持实事求是的原则,奠定正确的舆论基调。舆论根源于现实事件,经由大众传播媒介的加工而成。实事求是的原则要求信息生产者和传播者要尊重客观事实,准确全面还原新闻真相,要以客观事实为线索设置大众议程,用主流意识形态奠定正确的舆论基调,避免盲目跟风、带节奏的心理倾向,坚决抵制一切线上线下的造谣、传谣行为。

第二,促进主流媒体话语革新,形成个体意识和国家意识形态的有效互动。其一,优化主流媒体的话语内容,增强大众对主流媒体的信心和信任,对医疗卫生、公共安全、就业创业等关系国计民生的敏感信息要作出有效回应。单向性把握和选择性告知只能激起大众的逆反情绪和抵触心理,给泛娱乐主义社会心理以可乘之机。其二,创新主流媒体的话语方式,以生动性、故事性、互通性的表达方式吸引大众的正面关注,尽量消除主流媒体带来的“相对剥夺感”,使大众在弘扬主旋律、传播正能量的过程中增强对主流意识形态的认同。

第三,规范娱乐内容生产,建立有效的媒介互补机制。“全媒体不断发展,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,信息无处不在、无所不及、无人不用”^[20],扁平化的信息传播机制为娱乐跨界提供了诸多便利。正如习近平所说,“互联网已成为意识形态斗争的主战场”,党“过不了互联网这一关,就过不了长期执政这一关。”^{[21][51]}因此,必须完善网络立法,规范娱乐内容生产,制定统一的网络视听大数据,整顿“唯流量是从”的行业乱象。同时,协调主流媒体和社会化媒体之间的关系,培育关键性网络意见领袖,促进主流媒体和社会化媒体的场域互补、受众互补和影响互补,切实增强主流意识形态的传播力和影响力。

参考文献:

- [1] 普列汉诺夫哲学著作选集(第2卷)[M].北京:三联书店,1961.
- [2] [美]尼尔·波兹曼.娱乐至死[M].章艳,译.北京:中信出版社,2015.
- [3] [德]叔本华.叔本华哲言录[M].韦启昌,编译.上海:上海人民出版社,2016.
- [4] 张小争.娱乐财富密码——引爆传媒新经济[M].上海:复旦大学出版社,2006.
- [5] 邢国忠.泛娱乐主义对青年价值观的影响研究[J].中

- 国特色社会主义研究,2018,(6).
- [6] [德]尼采.权力意志(下卷)[M].孙周兴,译.北京:商务印书馆,2007.
- [7] 马克思恩格斯文集(第8卷)[M].北京:人民出版社,2009.
- [8] 钱理群.清华北大再争状元就没有希望[N].中国青年报,2012-05-03.
- [9] 许慎.说文解字[M].南京:江苏古籍出版社,2001.
- [10] [古希腊]亚里士多德.尼各马科伦理学[M].苗力田,译.北京:中国人民大学出版社,2003.
- [11] 马克思恩格斯全集(第35卷)[M].北京:人民出版社,2013.
- [12] 马克思恩格斯文集(第1卷)[M].北京:人民出版社,2009.
- [13] [英]理查·戴尔.娱乐与乌托邦[J].宋伟杰,译.当代电影,1998,(1).
- [14] 赵毅衡.符号学原理与推演[M].南京:南京大学出版社,2011.
- [15] 习近平.在文艺工作座谈会上的讲话[M].北京:人民出版社,2015.
- [16] 新时代爱国主义教育实施纲要[N].人民日报,2019-11-13.
- [17] 杨宜音.个体与宏观社会的心理关系:社会心态概念的界定[J].社会学研究,2006,(4).
- [18] 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[N].人民日报,2017-10-28.
- [19] [德]黑格尔.法哲学原理[M].北京:商务印书馆,2007.
- [20] 习近平.加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局[J].求是,2019,(6).
- [21] 习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要[M].北京:学习出版社,2019.

[责任编辑 许慎]