

自媒体的后现代主义特征解析

文/郭萍

西方学者伊格尔顿认为：“后现代主义是一种文化风格，它以一种无深度的、无中心的、无根据的、自我反思的、游戏的、模拟的、折中主义的、多元主义的艺术反映这个时代变化的某些方面，这种艺术模糊了‘高雅’和‘大众’文化之间，以及艺术

和日常经验之间的界限。”只要具有这种反传统理论倾向的哲学理论流派都可归于后现代主义。“后现代”是对“现代”的一种批判或超越。后现代主义以反传统而著称，可以说传统哲学主张什么，后现代就反其道而行之。后现代主义反对各种约定俗成的

形式，反对本质主义，同时，后现代本身就是模糊化的、多元化的，是由多重艺术主义融合而成的派别，所以想要给其一个准确的定义也是不可能实现的。

如果说，后现代主义是人们在二战之后，对于重建精神文明而爆发

实际，发挥自身优势，打造品牌个性。例如，中央电视台英文网依托于中央电视台，拥有十分丰富的视频资源；英文版新华网依托于新华社，在新闻采编方面具有巨大优势；英文版人民网在政治新闻传播上具有绝对权威性，等等。这些都是各大英文新闻网站实现品牌战略的突破口。

因此，国内英文新闻网站要充分挖掘自身资源优势，扬长避短，打造网站的品牌个性，进而提高在目标受众中的知名度和影响力。许多英文新闻网站已经做出了这方面的尝试：中央电视台英文网在主页导航栏下面直接添设热门视频，为受众浏览提供了很大便捷；英文版新华网充分利用自身资源优势，建立了强大数据库，受众能够随时对往期新闻进行查找和浏览。所以，立足自身资源优势，打造品牌个性，是国内英文新闻网站实现品牌改进的一大途径。

加大经济投入，构建国际品牌。

在国内英文新闻网站建设的过程中，必须要考虑的一个问题就是经济支撑问题。英文新闻网站在新闻采编、受众研究、品牌建设、人才培养和设备投入等环节，都需要强有力的经济做保障。所以，持续稳定的经济投入已经成为英文新闻网站发展的关键所在。但就目前现状来讲，政府财政支持力度不够，网站短时间内获取客观经济效益的可能性又不大，这就对网站可持续发展带来严重制约，对网站国际品牌的构建形成了阻碍。

在此形势下，政府部门必须加大对部分重点网站的财政补贴，确保英文新闻网站的良性发展，为英文新闻网站国际传播力的有效提升提供有力支撑和保障。但最为关键的是，英文新闻网站要积极谋求自身的突破，抓住机遇，顺势而上，在加强网站品牌建设的基础上，积极参与到国际网络

媒体竞争中去，实现传播效益和经济效益的最大化目标，推动网站国际品牌的顺利构建。

总而言之，品牌建设对英文新闻网站的发展具有关键作用。特别是在国际传播中，品牌的构建与报道的权威性、媒介的公信力存在相辅相成的密切联系。另外，以心理学理论观点来讲，品牌能够充分满足受众的心理需求。在受众自身满足的基础上，他们还会对他人造成不同程度的影响，从而实现品牌满足感的广泛传播，这也是品牌知名度较高的网站具有更好传播效果的一大原因。因此，国内英文新闻网站必须学习国外知名网站的品牌建设经验，充分发挥自身资源优势，全方位打造网站品牌个性，全面提高网站国际传播力，推动网站可持续发展。

作者单位 河北科技大学

的反传统、反单一、反二元对立、反形而上、反理性的一次社会发展运动，那么，互联网时代，尤其是web2.0带来的自媒体时代的开启，无疑为这些主张多元、重视认知和体验、强调感性、注重现象的后现代主义者提供了最肥沃的土壤。网络自媒体从技术的角度将世界联系



在一起，更将平等、开放、自由的互联网精神传播到各地，这种精神与后现代主义的主张不谋而合。马克思主义哲学认为“物质基础决定上层建筑”，我们有理由相信，互联网的发展加强了后现代主义的传播与影响。但也必须看到，自媒体的后现代主义传播也带来了许多负面影响，并对主流媒体的主流价值传播造成了一定消解，这就要求分析要在深入剖析与全面把握的基础上，用批判性眼光客观审视其存在，并采取针对性措施加以改进优化，以充分释放其正面效能。

■ 后现代主义的四大典型特征

主张无深度，强调浅表感。对后现代主义而言，历史只不过是一段故事，现代主义对于历史的深度沉迷与探索仅仅是在怀旧，不具有任何价值。后现代主义者对历史持虚无主义观点。历史虚无主义是一种片面引用史料并在缺乏事实依据的条件下对其断章取义的流派。后现代主义对历史任意摆布，随意拼凑，充满了调侃式反思。同时，后现代主义放弃了对文化深邃意义的挖掘与思考，而是停留在一种浅层次内容上的获取。这种主张使得文化深入到社会各个阶层，提升了全民的文化水平，也使得文化退去了光环，变得接地气、易理解，更使得文化“大众化”成为可能。

反对“形而上学”的整齐价值观，倾向于碎片式的多元拼贴。解构

主义是后现代主义的重要组成部分。解构主义的提出是以反对传统哲学观点“形而上学”为出发点的。解构主义者主张打破现有的单元化的秩序，再创造更为合理的秩序。这种秩序包括社会道德秩序、伦理道德规范、婚姻秩序，还包括个人意识上的秩序以及无意识的民族性格。耶鲁批评学派中的代表人物希利斯·米勒这样阐述其对解构主义的认知：“解构一词使人觉得这种批评是把某种整体的东西分解为互不相干的碎片或零件的活动，使人联想到孩子拆卸他父亲的手表，将它还原为一堆无法重新组合的零件。一个解构主义者不是寄生虫，而是叛逆者，他是破坏西方形而上学机制，使之不能再修复的孩子。”

精英文化与大众文化的逐渐融合。现代主义融合了诸如自然主义、象征主义、浪漫主义、古典主义等众多文化流派，并且将文化进行了阶级划分。传统资产阶级主张天才论、精英主义和文化上的等级霸权主义，他们将文化分化为高雅和通俗两种，而精英文化阶层自然而然地享有甚至是霸占着高雅文化。然而后现代主义者则积极倡导传统精英文化、高雅文化和世界上其他文化传统相互渗透、自然融合。这些主张对于打破文化歧视、种族歧视和殖民统治等一系列等级体系都产生了重要影响。后现代主义对文化的态度是打破现代主义的“分化”主张，而进行“去分化”，这种“去

分化”的艺术形式就是以一种开放性、包容性的态度推翻人为划分的文化等级。后现代主义将大众文化提到与精英文化比肩的位置，甚至不做明确的区分，现实和幻想的界限变得模糊。

主张消费文化与享乐主义。美国当代著名文化批评家杰姆逊提出一种文

化扩张观点：“后现代主义的文化已经是无所不包了，文化和工业生产及商品已经紧紧地结合在一起……在19世纪，文化还被理解为只是听高雅的音乐，欣赏绘画或是看歌剧，文化仍然是逃避现实的一种方法。而到了后现代主义阶段，文化已经完全大众化了，高雅文化与通俗文化，纯文学与通俗文学的距离正在消失……总之，后现代主义的文化已经从过去那种特定的‘文化圈层’中扩张出来，进入了人们的日常生活，成为消费品。”可见，在后现代主义的主张下，“文化”走下神坛，成为普罗大众都唾手可得的日常消费品，而不是专属于精英阶层的奢侈品。

■ 自媒体的后现代主义特征

反对“中心化”与权威，主张开放话语形态。现代主义倡导的是本质主义，主张寻找隐藏在现象背后的本质；而后现代主义则具备强烈的反本质特点，主张本质的相对性和多元化。这一点，在传播学上也得到了印证。传统媒体时代，媒介资源集中，官方媒体极具权威性，受众只能被动地接收自上而下传播的信息。这种语境下，大众对官方的声音几乎不产生任何质疑。然而自媒体语境下，每一个可以接近网络资源的人都可以成为信息源，对某一事件发表个人看法，成功实现了大众话语权的回归。

反对理性，强调感性。后现代主

义彻底否定现代主义中的理性主义，将束缚在传统哲学理性枷锁中的人们释放出来。后现代主义推崇人的感觉、经验以及主体性。几千年压抑的情感得到释放，于是我们看到了另类的行为艺术或者出位的言语。在话语活动领域，自媒体当仁不让，担当起释放人类感性经验的绝佳途径。受到专业培训的传统媒体从业人员必须遵从客观、平衡、真实的原则对自己所报道的内容负责，然而自媒体却具有相当的话语自由度，这样人们将受到现实因素制约的感性诉求通过自媒体释放出来。

解构主义与碎片化传播。自媒体时代，碎片化的传播方式也许正是对后现代主义所大力倡导的解构主义的最好证明。碎片化的传播特点不仅体现在传播方式上也体现在接收形式上。在自媒体上，不论是一张图片、一句话还是一段短视频都可以成为人们传播的内容，而信息的接收者也不受时间和空间的约束，不论是坐在家里，还是走在路上，不论是早上还是午夜，只要打开自媒体平台，人们都可以随时随地掌握被碎片化传播的信息。

无深度，强调平面化。自媒体时代，网友可以在自己注册的各个平台上根据自己的喜爱、自己的认知随意发布内容，这些内容的质量取决于该网友的个人素质。后现代主义者主张不要深究文化的深邃意义，对一切都抱有随意、调侃、游戏的态度，如此一来，自媒体的绝大部分用户都完美地契合了这一点。不论是各类段子的盛行，鬼畜视频的传播还是恶搞视频的出现，都在印证着自媒体内容的通俗易懂，无深度。据艾媒咨询数据显示，超五成的微信公众号用户有晚上睡觉前阅读的习惯，这与职业白领、学生等“深夜手机党”活跃度密切相关，玩手机、刷微博、上微信、玩游戏等成为许多手机网民的固定催眠模

式。同时，数据显示，情感/语录、养生、时事民生占据了公众号关注热点的前三名，这也充分说明了自媒体内容的平面化。

■ 自媒体的后现代主义特征带来的问题与改进措施

碎片化下的优质整合。微内容是互联网所独有的内容产品，也是互联网核心竞争力的体现，而移动自媒体的出现无疑将互联网的这种特性带入了一个新的阶段。具有后现代主义特征的自媒体将解构主义实践到信息传播中，出现了以微博、微信文本为代表的碎片化场景。而社会发展的快节奏与生活方式的转变对信息传播与反馈提出了快捷、简短、精炼的要求。于是，我们看到了自媒体尤其是移动互联网媒体的迅速崛起与广泛影响，这正是时代需求与技术手段相结合的最好范例。但这种“碎片”生产与主流媒体的“深度”报道形成了内在冲突，而要想解决这一问题，自媒体就要创新性地将这些“碎片”重新组合起来，转化成优质的传播资源，尽可能实现更好的传播效果。

虚无价值观下的主流引导。后现代主义所提倡的去中心意识和多元化价值模糊了个人的世界观、人生观、价值观，导致了现代人精神世界的空虚，虚无价值观盛行。自媒体用户被互联网上充斥着的大量信息分散着注意力，而且极易被大众舆论所影响，从而丧失个人对事物的判断能力。现如今，泛娱乐化现象与消费主义盛行。对此，自媒体必须发挥积极的舆论主导作用，不断提高主流意识形态的生产与传播能力。同时，自媒体要将自身平台优势与主流媒体的话语渠道相结合，构建优势互补、和谐健康、多维互动的传播格局，打破主流意识形态传播的时空局限，丰富其宣传渠道，进而实现其更深更远

的认同传播。

感性泛滥干扰下的自我规制。没有经受过专业新闻培训的自媒体人，掌握着媒体资源，却并不能以一个自媒体人的责任约束自己。主张感性替代理性的后现代反对本质主义，具备后现代主义感性特征的自媒体同样充斥着各类感性的、不严谨的、片面的信息，而忽略了对信息真实性、客观性的核实，导致虚假信息泛滥，网络暴力盛行。2016年11月，芒果TV真人秀节目《爸爸去哪儿第四季》一经播出就引起了网友的广泛关注与讨论。节目中一对模拟父女——董力与阿拉蕾凭借喜人的特点与亲密的互动被许多网友喜爱并组成“CP”。微博上#董力阿拉蕾#的话题阅读量高达6.9亿。然而不久，各种讨伐湖南卫视和董力不注意保护儿童，为收视率强行炒“CP”的声音不绝于耳。舆论将两位无辜的当事人推到了风口浪尖，成为这场舆论战的受害者。网友在自媒体上的感性认知破坏了媒体环境，也造成了网络暴力。而想要改变这种现象，需要每一位自媒体人用“把关人”的原则要求自己，加强自我规制，提升媒介素养，优化媒介环境。

总而言之，后现代主义在自媒体语境下得到了前所未有的发展，这不仅推动了大众话语权的回归，开创了“草根文化”形式，还促使文化成为大众可望可及的日常内容。当然，过度的感性、无深度等特点也使得互联网媒体环境遭到了破坏。理性看待自媒体，辩证吸取后现代主义观点，自媒体才能在未来的社会中担当起更重要的责任，实现更好的发展。

作者单位 山西传媒学院

本文系山西省教育厅教改项目“媒介融合背景下新闻业务课程的改革探索”（项目编号：J2015124）的部分研究成果。