

规训与祛魅：数字仪式的多维审视

陈世华 徐嘉敏

摘要：随着媒介技术与数字信息技术的发展，数字开始充斥着人们的社交语境，各种数字仪式成为人们日常生活与媒介实践的重要组成部分。数字仪式是以数字为主题或内容，以数字呈现的具有数字内涵的传播仪式。数字仪式是政治认同建构与社会治理的手段，暗含商业主体仪式营销与形象推广的动机，具有个人的角色展演与群体社会链接的意蕴，牵涉全景环绕与前台呈现。数字仪式的泛滥导致数字神化的势头逐渐浮现，人们的认知与主体性渐趋异化，资本主体的数字宰制进一步加深。摆脱数字仪式的禁锢，需要通过数字仪式的解魅、解构和解缚，重构对于数字仪式的认知，重夺数字仪式生产的主导权，融入现实世界，找回人类的本性与品质。

关键词：数字仪式；传播政治经济学；规训；祛魅

中图分类号：G206 **文献标识码：**A **文章编号：**1003-0751(2023)07-0168-09

虽然人生活在物质世界中，但人需要通过象征机制感知外部世界，仪式是生产和传播象征意义的重要方式之一。“通过仪式化行为，内在事物变成外在事物，主观世界的图景变成社会真实。”^[1] 仪式是人类确认自身社会属性的重要框架，是个体特性与社会整体框架交融的重要途径。而在当下，随着传播媒介、大数据、云计算、人工智能等技术的不断进步，数字仪式悄然成为人们日常媒介事件的重要组成部分。各种与数字有关的、以数字作为主要内容的仪式化展演蔚然成风，成为人们确定自己的社会位置的重要参考。随处可见的数字仪式潜在地影响了人们的认知模式与现实观念，渐渐地，数字似乎已成为能够衡量一切的神话般的存在。长此以往，各种精密巧妙的数字仪式将可能成为禁锢想象力、限制语言活动、阻滞有效信息流通的枷锁，也会加剧隐私数据的泄露、强化商业力量的宰制。面对这种精巧奇特的数字景观，人们应该如何抗衡认知方式的异化倾向，又该如何摆脱数字仪式的严密控制？

从人类自身认知特点来看，人类需要通过概念给事物分类，需要建立事物和数字的级差秩序，只有将万物捕获进层级系统，人类才能理解世界，一切数字和计数系统都是如此这般建构起来的^[2]。数字仪式便是人类主观建构的一种社会秩序，体现了人们看待和理解现实世界的独特方式。但是，“所有政治和社会形式的思想都不可避免地卷入知识和权力的相互作用”^[3]，这种主观建构的秩序与权力主体的隐性操控始终存在着千丝万缕的联系。权力不仅是压制性的，也是生产性的，能够生产知识、产生话语，从而统领社会运作。数字仪式不是单纯由技术发展所催生而出的互联网社交奇观，而是多种社会权力主体互相渗透、合力建构的产物。本文将从传播政治经济学的角度对数字仪式进行批判性解析，阐明数字仪式产生的政治经济、文化、技术动因，揭露数字仪式的过度使用可能带来的不良影响，同时为摆脱数字仪式带来的异化趋向、重建数字仪式秩序、优化数字仪式提供可能的路径。

收稿日期：2023-01-11

基金项目：江西高校人文社会科学规划项目“短视频参与社会治理研究”(XW22106)。

作者简介：陈世华，男，南昌大学新闻与传播学院副院长、教授、博士生导师（江西南昌 330031）。徐嘉敏，女，南昌大学新闻与传播学院博士生（江西南昌 330031）。

一、概念溯源:数字仪式的内涵与表征

虽然数字仪式已经深度渗透于互联网情境下人们日常生活的各个领域,但是有关的研究还较为单薄,目力所及,只有一篇文献以“数字仪式话语”作为研究对象,主要指涉特定民族节庆仪式中与数字有关的仪式语言,分析了湘西南民族地区的民族文化特色与社会氛围^[4]。文章中并未对“数字仪式”作出明确的界定,其研究对象与本文也存在差异。

要界定何为“数字仪式”,需参考传播学领域与仪式有关的研究文献,如罗森布尔(Eric W. Rothenbuhler)的“仪式传播”、库尔德里(Nick Couldry)的“媒介仪式”以及詹姆斯·凯瑞(James W. Carey)的“传播仪式观”,其体现了三种不同的研究取向。第一,仪式传播包括“作为传播现象的仪式”和“作为仪式现象的传播”^[5],前者指的是具有传播特性的仪式活动(包括正式与非正式的仪式范畴),后者指大众传播活动的仪式化(如大型媒介事件)。从罗森布尔的视野来看,这一概念的涵盖面较为宽泛,这两个提法分别强调的是仪式的传播特性以及媒介行为或媒介传播活动的仪式化趋向。第二,媒介仪式指的是“围绕关键的、与媒介相关的类别和边界组织起来的形式化的行为,其表演表达了更广义的与媒介有关的价值,或暗示着与这种价值的联系”^{[6]33}。该定义强调媒介在构建仪式、塑造社会价值过程中的核心作用,凸显媒介作为社会中心的社会建构功能,实质上,回归到著作的具体语境中,库尔德里意在批判媒介权力与“媒介中心神话”。第三,传播的仪式观是指在时间上对社会的维系和共享信仰的表征,传播的作用在于建构并维系一个有秩序、有意义、能够用来支配和容纳人类行为的文化世界,在于确认、表征事物的基本秩序,展示一个正在进行的易逝的社会过程^{[7]18}。凯瑞将仪式作为一种隐喻,阐明了一种与“传递观”相对的传播观念,这一概念更为重视传播过程中建构的社会秩序,强调传播这一社会活动的文化意义。

总体而言,媒介仪式侧重于考察媒介对于社会价值的塑造作用,重点关注媒介实践以及在实践过程中缔造的仪式形态及其影响,然后对这种影响进行批判性的反思,库尔德里所研究的媒介主要是“处于中枢地位的媒体(主要是电视、广播、报刊)”^{[6]1},即大众媒体,这与本文的研究范畴有所区别,但其对于“媒介化中心迷思”的批判值得借鉴。

传播的仪式观重点在于对传播活动进行一种文化性的解析,考量传播活动对于人类社会的建构方式及文化内涵,其所指的“仪式”更多的是一种隐喻意涵,与本文所关注的仪式形式有实质性的区别。仪式传播的概念分为两大部分,其中“作为传播现象的仪式”所指向的具有传播特性的、非正式的、日常化的仪式现象,与本文所要论述的数字仪式是相对应的,这个概念也在一定程度上阐释了数字仪式的特点。从三个概念的关系来看,仪式传播的概念较为宽泛,罗森布尔在具体论述过程中也囊括了各种仪式类型,甚至延伸至“仪式化”与“仪式性”,因而媒介仪式是属于仪式传播的研究范畴之内的,而传播仪式观与仪式传播中“作为仪式现象的传播”也有一些共通之处,两者都有从仪式角度去理解传播现象的倾向。

综上,本文主要从仪式传播概念中“作为传播现象的仪式”出发,着眼于数字仪式的传播特性,把数字仪式界定为:以数字为主题或内容,以数字呈现的、具有数字内涵的传播仪式。需要厘清的是,本文所指涉的数字主要是在传播过程中所表征出来的各种数字话语、数字修辞、量化数据、数字指标等数字内容,这与“数字化”这一广义上的技术、平台、产业等的运作规则与底层逻辑是有所区别的。

具体来看,数字仪式主要有两种表征方式:一种是以数字作为内容的数字仪式,另一种是以数字作为主题的数字仪式。以数字作为内容的仪式主要分为延时型和即时型两种:延时型数字仪式涉及特定的时间区间,如一天或一年,根据区间内所收集到的个人数据形成内容与传播仪式,如每天晚上公布的微信步数排行榜、每天的手机屏幕使用时长、每天晨起后的睡眠数据等,每年12月网易云发布的年度使用数据清单、支付宝发布的年度账单等。即时型数字仪式主要关注当下的情境与状态,方便人们形成一定的认知和判断,从而做出决策,如上秤即可显示的体重数据、实时刷新的微博热搜、当前的博文阅读量等。在数字作为主题的数字仪式中,数字往往具有特定的社会意义,能够促使人们在特定的时间节点中强化交流与链接,或者以特定行为营造仪式感,如国庆周年阅兵仪式、电商平台所制造的诸如“双11”“618”“520”的购物节日等。事实上,还有许多数字仪式是兼具上述两种表征方式的,如电商平台节日便是以特定日期为主题,而在具体的购物过程中也充满了各种精细的数字演绎和计算。

数字仪式在不同的传播层面具有不同的功能与

属性。在人内传播层面,数字仪式是一种塑造自我画像、建构自我认知、调整自我行动策略的重要参考。人们通过不同的数字仪式,进入不同的场景板块,追溯回顾自己的特定行为,或是自我反思与调适,或是巩固自己既有的身份认知,从而达成某种既定目标。比如,参看自己的每日手机使用时间,对自己的时间管理效能进行评判和总结,然后调整自己的媒介使用行为;微博博主在后台监测自己账号每日的互动量,对比以往的数据,总结内容的传播效果,然后调整自己的创作方向,同时通过互动量巩固自己的角色定位。这种基于自我传播的数字仪式,为试图追溯时间和界定现实的人们提供依据,为人们提供不同层面的重要参照点,从而界定自己的社会位置与存在意义。

在人际传播层面,数字仪式能够引发共同关注焦点、激发群体情感能量、构成维系社会关系的社交资本。社会属性是人的固有属性,社会交往也是人的基本需求。通过数字仪式,人们能够与自己所属的社会群体保持某种关系链接,并以此作为社交货币维护日常关系,同时巩固群体边界。较为典型的例子是微信步数排行榜,微信运动在每日固定时间点发出用户社交圈的步数排行数据,引发用户关注,每日的榜首成为焦点,人们也可相互点赞表达赞许与确认关系。但“数字排序也是一种权力和地位的象征”^{[8]92},人们在参与数字仪式的过程中也可能存在美化与表演的成分,比如为了排名登顶而“刷”步数,因为榜首可以“占领朋友的封面”,利用数字仪式的货币属性使自己获得关注,实则是意图借此换取某种社会资源。

在大众传播层面,数字仪式是社会权力主体为了巩固社会秩序与自身合法地位、获取政治经济利益而主导的大规模仪式传播活动。在这种情境下,数字仪式成为“一种修辞形式,重要的讯息通过复杂的象征操演得以传播,仪式营造出的情感氛围使得这些讯息令人心悦诚服,以至于让一切辩驳都黯然失色”^{[9]143}。这种大规模的数字仪式传播行为,能够吸引数以万计的民众的注意力,使他们在特定的时间节点和象征行为中生产共同记忆,营造共同行动的氛围。比如,每年声势浩大的“双11”购物狂欢节,利用特定日期制造数字仪式本就是资本主体深谙的节日营销手段,在人们参与过程中,通过满减与尾款的精确计算、不同红包的使用攻略、商品热销的排行榜等,各种精妙的数字架构几乎让人无处可逃。几乎所有人都在参与这场数字仪式,沉浸在资

本主体所营造的狂欢氛围当中。

二、锚定与规训:数字仪式的多重动因

传播政治经济学的研究焦点是各种社会关系,尤其是权力关系的互动关系,各种权力关系彼此建构着资源(包括传播资源)的生产、分配和消费^[10]。数字仪式作为一种文化传播现象,是特定文化环境与政治经济力量合力建构的产物,也是媒介与数字技术深度发展的标志。因而,要深度阐明数字仪式的本质,必须突破浅层的数字符号与意义的表象,深入数字仪式生产、建构与传播的过程,解密其背后潜藏的复杂权力结构。

1. 政治维度:认同建构与社会治理

政治主体通过数字仪式来强化社会成员的认同感,铸造和巩固政治信仰,塑造集体记忆,进而促进社会团结,达成社会治理目标。一个政治体系的顺利运转需要成员认同其政治文化和合法地位,但“国家是看不见的;在它能被看见之前必须对之人格化,在它能被爱戴之前必须对之象征化,在它被认知之前必须对之形象化”^[11]。国家与政体并不是一个可感的实体,它必须通过各种途径使自身人格化、象征化与形象化。通过政治主体主导的数字仪式,国家、民族、人民等抽象的政治概念得以具象化,国家政治文化与信仰得以巩固,民众的政治认同感得以强化。较为典型的政治数字仪式是国庆周年阅兵仪式,周年既是数字表征与仪式主题,又构成了全体国民集体记忆的关键节点。不同时间节点的周年阅兵仪式虽然是数字的叠加,但有不同的时代意义,既显现国家发展进步的光辉历程,也成为民众记忆中的光点。同时,仪式的力量在于建构我们的观念,为我们的经历提供某种解释,并且通过设置一定的环境,令这些观念和解释引人瞩目、深入人心^{[9]122}。这样大型的政治数字仪式,在一段时间内占据了绝大多数媒介的话语空间,具有强大的影响力和感染力。人们在各种媒介平台观看、谈论、传播或者是现场参与周年阅兵仪式,并在此过程中升华爱国情感,深化对国家政治理念的认同感。

数字仪式还可起到彰显社会宏观目标、凝聚社会力量、促进经济社会发展的作用。数字“使得经验能够完全地客观化,能让我们发现世界上的秩序与系统,且定量数据精确、简洁,连最苛求的语言都无法匹及”^[12],政府的政策发布常与数字挂钩,能够有效帮助社会成员界定现实生活,了解社会发展

状况与远景目标,及时调整行动方式,从而适应社会生活节奏。数字仪式便是其中较为常见的社会整合与治理方式之一。政府利用数字仪式宣扬政治观念,彰显社会治理理念,总结前期目标完成情况,宣布未来发展规划。比如,“十四五”规划在特定的时间节点、特定的重要会议发布,引发社会成员的普遍关注与讨论,不仅涉及人们社会生活的方方面面,与每个人都息息相关,为人们的实践活动提供指引,还建立人们对未来的信念,为实现个人与社会目标而努力,从而促进社会团结与发展。同时,从“一五”到“十四五”,这并不是简单的数字相加,而是凝聚了一代又一代人的期盼和努力的社会记忆,这为人们回顾历史、坚定政治信念提供了重要依据。

2. 经济维度:仪式营销与形象推广

波德里亚(Jean Baudrillard)曾言:“我们处在‘消费’控制着整个生活的境地。”^[13]资本力量早已无孔不入地侵蚀人们的日常生活,竭尽所能开发一切增长消费的可能性。数字仪式作为现当代独具特色的传播实践活动,同样无法逃离资本的利用与操纵,这种操纵表现为仪式营销与消费驯化^[14]。

制造数字仪式是商业主体惯用的营销手段。“数字无法开口说话,所以我们替它们发言,我们用意义解读数据”^[15]²⁰⁷,商业主体深谙此道,为各种数字赋予独特意义,为促进消费营造特殊氛围,数字仪式由此成为营销利器。最具代表性的是电商平台的节庆日期营销,除了各种传统节日,电商平台还想方设法地创造了无数以数字作为主题的节庆,如“38女王节”“520表白节”“99划算节”“双11”“双12”等。平平无奇的数字与特定日期相对应,而购物与消费理所当然地成了这些“节日”的仪式化活动。特别在大型促销时期,各平台提早通过广告预热,人们也提早做攻略、计算满减金额、分享购物车、定好付款闹钟等,这些行为也构成了一系列仪式化的传播活动。除了节日营销,电商平台还设计有一整套精妙的以数字作为内容的数字仪式,最大限度地吸引消费者的注意力,使之一步步踏入消费圈套。

数字仪式除了能让资本获得直接、即时的利润,还能间接影响消费者对于特定产品、服务的消费态度,从而达到其最终的商业目的。“资本主义不断变化中的结构持续地推动着注意力的集中与分散,达到新的边界和极限,带来了持续不断的新产品、刺激源和信息流的次序”^[16],在资本逻辑的训诫下,数字仪式成为吸引眼球、制造话题、博取流量的工具。数字仪式有时并不直接以营销手段的姿态出

现,而是作为一种用户的个性化内容,这使得资本主体的意图不那么清晰可见,但仍然有迹可循。虽然是个性化、定制型的内容,但是“一旦人们进行消费,就进入了一个全面的编码价值生产交换系统之中,在那里,所有的消费者都不由自主地相互牵连”^[17]。这种数字仪式借助个人展示与传播的契机,进入每一个消费者的社交关系网络,引发社交话题,带来的影响不可小觑。

3. 文化维度:角色展演与社会链接

当下数字仪式所催生的数字文化蔚然成风,这种“数字文化越来越倾向于:一种标准化的而又分化的文化、一种碎片化的文化、一种拼贴状的文化、一种加速度的文化、一种直观化的文化、一种海量化的文化”^[18],构成当前媒介话语环境中的奇特景象。数字语言在表达的直观、精确、灵活上具有突出优势,同时颇具技术理性色彩,在生活节奏逐步加快、环境变化迅疾的状况下,能够有效提高信息传播与人际沟通的效率。而由数字语言所生成的数字仪式,也成为社会个体巩固角色边界、建构社会链接的重要手段。

数字仪式是个人进行社会角色呈现与巩固的重要途径。当人们在进行数字内容展演、数字仪式化传播活动时,有时重点可能不在于数字符号与内容的传达,而在于这一戏剧性行为背后的社会意义,这也是传播仪式观所表达的核心思想。此时,数字仪式的作用不在于信息的传递,而是为了呈现个人的社会化过程,确认个人的社会属性。这种行为可以理解戈夫曼所说的人们在进行“自我呈现”时对于符号装备的运用,“一旦人们获得了恰当的符号装备并能驾轻就熟,就会以一种有利的社会方式运用装备,使自己的日常表演得以美化和彰显”^[19]。这种呈现行为的效果与数字仪式的象征化功能休戚相关,比如通过展示自己高额的年度消费账单,炫耀自己的财力和社会地位;而位居榜首的运动步数,则表明此人可能是一位运动达人或是一位工作繁忙的上班族。在此过程中,呈现数字仪式这一行为的社会意义以及数字符号背后的文化意义得到充分激发,他人对于传播数字仪式的社会个体的印象得以刷新或巩固,个人角色得以明确。

数字仪式是社会个体与社会群体保持或建立关系以及适应社会环境的主要手段。在日常交往中,人们需要“参考群体”与我们“分享共同的文化和社会空间,拥有共同语言,以使我们能够对之表达我们自己”^[20]。参考群体对个人的影响有强弱之分,影

响较强的主要是家人、朋友以及个人所从属的社会团体。人们时常根据数字仪式所指向的关键内容与热点话题,融入自己的参考群体,满足自身的社交需求,同时维持与重要群体之间的紧密联系。如一年中听周杰伦的歌次数最多的,必然是其忠实粉丝;深夜听歌时间最长的,想必应是“夜猫子”。每当年度数字清单发布时,常会引发特定群体的交流与讨论,人们仪式化地传播数字内容,总结既往时间的经历,并与参考群体相互指认,通过这种共同的文化语言强化关系链接。

数字仪式也是人们判断环境变化、调整行为策略的关键机制。现如今,社会经验与知识呈现不断数学化、数字化的趋势,一些数字内容已成为人们判断社会环境与潜在风险的风向标。如在新冠疫情期间,每日早晨的数字仪式便是查看当地新增的病例数,由此判断疫情发展态势,规划工作与生活。除此之外,购物前查看差评率、浏览微博时关注话题讨论量等,随处可见的数字仪式已经深度渗透于人们生活,建构着人对于复杂社会现实的认知。

4. 技术维度:全景环绕与前台呈现

随着移动终端、智能穿戴设备、物联网等技术的普及,人们生活的方方面面都在经历着潜在的技术转型,几乎所有能够被捕捉和收集的人体生物信息、运动轨迹、日常行为与习惯等都能转化为可供运算和分析的数据,然后被进一步加工成为可供追溯和展演的数字仪式。比如夜间佩戴智能手环入睡,早晨便可读取这一夜详细的睡眠数据,人们可根据睡眠时长、清醒次数、深睡比例等各种数字指标综合判断自己的睡眠质量。“各种数据库对后现代人而言就是‘自然’”^[21],人们被数字所环绕,数字既是话语,也是环境。人们的日常生活因此变得更加便捷,可按照精确化的数字追溯过往,调整行为与决策。这一切同样得益于大数据与云计算技术的发展,它们为各种信息的数字化、收集、存储、分析提供坚实的技术支撑,使之条理化、可视化,使之成为内容,成为可供交流的语言,也使数字内容渗入日常生活中的传播仪式,带来人们交往模式、认知形式的深度变革。

如果说智能终端与数字技术为数字内容的收集与计算提供支持,那么传播媒介则为数字仪式提供了呈现的渠道,使数字仪式从后台行为转变为前台表演,使之进入社会化传播网络。麦克卢汉曾言:“任何媒介对个人和社会的任何影响,都是由于新的尺度产生的;我们的任何一种延伸(或曰任何一

种新的技术),都要在我们的事务中引进一种新的尺度。”^[22]媒介技术的蓬勃发展使不同类别的媒介平台与日俱增,不仅给人带来丰富的媒介使用体验,也在竭尽全力地延伸人们日常事务的“尺度”。日新月异的传播媒介仿佛是安装在人身上的“传感器”与“追踪器”,把人变成了一个可供数字量化、描述与运算的高度符号化的“后人类”。同时,在新媒体时代,“文化工业媒体乐于把最为细微的感情波动和最为隐秘的切身领域都陈列出来,无限地投放市场,加以消费”^[23]。随着媒介工业的急速发展与整合,公共话语空间的传播内容也不断向私人领域延伸,几乎一切个人日常行为踪迹都可被媒介俘获,制造成个性化的数字仪式,用于吸引流量,牟取盈利。而人们也乐于在媒介所界定的框架内通过数字仪式进行传播、互动、建立关系,用私人隐秘的数字信息去交换社会资本。

三、越轨与失序:数字仪式泛滥的后果

如今,数字仪式已然深度渗透于人们日常事务与媒介实践过程,不同社会主体都乐此不疲地生产、传播、参与各种数字仪式,它悄无声息地影响着人们社会交往的话语和模式,形塑人们对于客观世界与社会环境的观念和认知视角。事实上,数字仪式的恰当运用能够给社会与个人带来益处。从个人来看,恰当情境下的数字仪式能够协助社会个体认知与判断社会情境或风险,随时调整行动策略,也能通过量化数字拓展自我认知;从群际层面来看,一些数字仪式的使用有利于建构群体连接,营造和谐的人际氛围;从社会层面来看,一些大规模的国家级的数字仪式是有利于建构社会认同、提高社会凝聚力、稳定社会秩序的。

在刻意被推崇和利用的数字仪式中,看似客观精确的数字背后隐藏着难以觉察的主观意识,数字仪式经由政治主体的权力锚定、资本力量的深度规训以及文化与技术的合力建构,已经逐渐背离原初的传播轨道,成为断离现实的仪式空壳。数字仪式的过度使用以及各种权力主体的过度渗透,有可能造成不良后果。

1. 数字神化

随着越来越多事物被表征为数字,人们在日常社交和决策中也越来越依赖于各种数字参考,“数字神化”的势头逐渐浮现。“科学秘法宣称,数字是客观性的终极检验标准。我们给概念下定义的方式

会在我们的意识里逐渐淡化,定义本质上的主观性将消失得无影无踪,客观的数字却被神化了。”^{[24]143}现代科学倾向于将一切量化,人们崇尚数字,归根结底源于数字与科学理性之间的勾连。从深层次看,“量化生活成为习惯、成为根深蒂固的思维,得益于工业时代与科技革命的浪潮,归因于数学工具对很多领域的重塑”^[25]。数字仪式虽然以数字作为内容或主题,但本质上是一种仪式化的社会建构,其中必然带有人为主观因素,同时具有某种游戏属性,其运作过程既真实又戏谑,既纪实又虚构,并不像科学研究那般客观真实、严谨可靠。更重要的是,世间万物复杂多变,不是所有事物都可用数字描述,如人类的情感、智慧、情绪、创新、审美、成就等品质或特质就不可能完全使用数字去衡量与表达。在人类的日常生活中,如果盲目推崇或依赖数字仪式,就很可能造成决策失误。如仅仅依靠电商平台提供的榜单排名去判断商品质量的好坏,则有可能出现偏差,因为榜单排名存在可操作性。“世界是‘熵’(entropic)的,它不是严格按照秩序排列的”^{[7]25},同时,人类的决策并不是“离散事件”,在使用数字仪式时,只有“具体语境才是最重要的,具体语境才能够主动形塑真相,并赋予真相以实质性”^{[15]209},这些都是人在根据数字仪式进行决策时必须考量的重要因素。

在崇尚数字的社会氛围的影响下,人们开始想方设法地挖掘数字漏洞,利用数字粉饰太平,被不当使用的数字仪式成为无实质意义的空壳。仪式是权力施行的途径,数字仪式运作过程中独有的象征属性,使之成为社会主体的权力来源。人们争相进行数字竞逐,以此获得各种社会资源。如为了虚荣心,通过“刷步数”的手段登顶运动榜首;为了彰显人气,购买“僵尸粉”或者“活粉”;为了获得广告商的青睐,在流量数据中“灌水”……在此情境下,数字沦为断离真实性的虚伪矫饰,数字仪式成为谋取利益的工具。长此以往,社会语境中的数字内容将再无可信、可取之处,人与人之间的交往只剩下虚伪的攀比,社会的有序运转和稳定进步必将受到影响。

2. 数字异化

“仪式所组成的行为是依照某种类别或边界而结构的,这些类别暗示或者代表着某种根本的价值。”^{[6]30}在社会环境中,人们依靠仪式所提供的价值阐释去巩固和强化某种观念或意识形态。数字仪式便是其中之一,它既能提供认知方式,也可能在无形中固化某种偏见,强化某种意识形态的统治地位。

因为,数字并非自然生成、脱离社会环境的客观制品,它看似客观中立,与任何人都没有直接的联系,但是在数字的收集、计算和阐释过程中,人类的价值取向始终贯穿其中。而数字仪式作为一种社会语境中的修辞框架,能够使数字内在蕴含的价值倾向尽可能发挥出来,人们对此常常深信不疑。当过多的数字仪式充斥在社会语境中时,可能会对信息环境的有序性造成影响。“统计数字会导致‘信息失控’‘信息泛滥’‘信息委琐’,统计学和计算机携手时,公共话语中就产生大量垃圾。”^{[24]150}当信息场域中绝大多数传播主体都在生产、参与数字仪式时,人们反而无法从这些数字内容中提取有价值的信息,数字仪式的重要价值与社交内涵也会被消磨,变成一种无意义的符号冗余。

数字仪式的泛滥有可能会造成人的思维固化。数字仪式本质上是由数字内容构成的表达模式,简单的数字虽然直观,但在一定程度上禁锢了想象力。因为它们无法有效还原原始场景,无法阐释复杂关系与意义,这使得在人们交流和获取信息的过程中,一些关键性的信息片段是缺失的,事件的因果链条是断裂的,因而结论有可能是错误的,社交活动也可能是无效的。

数字仪式的滥用有可能会造成人的主体性异化。人在数字仪式的裹挟下,已然变成可供数字描述和计算的物品。数字在描述人类的行为,也在全方位无死角地监视和控制着人类。每日晨起的称重数字造成身材焦虑,屏幕使用时间提醒时间管理的压力,博文浏览量则指示工作指标的完成进度,人们的世界被各种数字仪式所环绕,数字变成一种无形的禁锢,仪式也变得机械化。人的一举一动都受到这种机制的深刻规训,正如福柯所言:“我们的社会不是奇观社会,而是监视社会,我们身处在全景机器中,被它的作用力消耗,我们自作自受,因为我们是整个机制的一部分。”^[26]不是人在生产数字仪式,而是数字仪式在生产人,人的主体性也在生产和消费数字仪式的过程中逐渐丧失。

3. 数字宰制

数字仪式的生产与传播本身就被深度嵌套在资本主体预设的权力逻辑当中。第一阶段,悄无声息地收集用户活动所产生的数据,将其无偿占有,不管是什么类型的数字仪式,都免不了对用户数据的收集与攫取,这是产生数字仪式的前提条件。第二阶段,资本平台会利用这些无偿占有的数据根据自己的意图去生产数字仪式,或通过话题营销等手段驱

使用户在其界定的框架内生产与传播数字仪式。第三阶段,利用这些已经被生产出来的数字仪式获得潜在或直接的经济利益。在第一阶段,资本主体把用户活动视为数据的天然来源,贬低了用户活动的价值,且垄断性占有“一般数据”,即剩余价值的新来源^[27]。资本主体无偿占有用户的所有数字内容,而用户并没有获得相对应的回报。在第二与第三阶段,用户遭受着资本的第二重剥削,数字仪式被用于“扩大化再生产”,为资本带来注意力和流量,使他们能够从中谋取利益,实现资本增殖。在此逻辑下,如果人们越推崇数字仪式,商业主体对于个人数据的觊觎就越贪婪,个人活动所产生的数字内容就会越多地被用于商业化开发。个人的数字踪迹在资本面前已然一览无余,人们生产的数字仪式也被资本再次剥夺和利用,用于扩大化再生产,不断循环之后,资本对人的数字宰制也不断深化。

泛滥的数字仪式正在不断地吞噬和主宰人们的私人领域。在大数据时代,隐私似乎已成为一种奢侈品,人们习惯于利用自己的隐私去交换媒介技术的近用权,如果不进行这种交换,则无法享受信息技术和媒介平台的丰富内容和便捷服务。数字仪式的生产本身就包含着许多隐私内容,如个人的财产状况、地理位置、各方面的喜好、生活习惯与状态等,但是个人数据收集的范围和边界往往并不透明,难以控制。因而,在人们生产和传播数字仪式的时候,有可能产生隐私泄露的风险。隐私是人们日常生活语境中非常重要的一个缓冲地带,这个空间可供我们培养认同,稍稍远离我们社会及文化中的监视、判断及价值观^{[15]148}。但是由于已经习惯于让渡部分隐私去交换媒介使用的便利,人们对于隐私保护的敏感度越来越弱,底线越来越低,让渡范围越来越大,在不加节制的让渡过程中,隐私数据被当作是自我表征仪式用于社交展演,一旦数据被恶意利用,可能产生严重的后果。而隐私数字内容被资本主体接管后,数字宰制也会不断强化和深化。

四、纠偏与重塑:数字仪式的善用与出路

数字仪式的生产与传播牵涉多重复杂的动因,在其逐渐泛化和被过度使用后,原有的方向和目的也渐渐迷失。经由不同权力主体的深度介入与建构,数字仪式已逐渐变成强化宰制的工具。人们到底应该怎么看待数字仪式,应该如何正确使用数字

仪式,应该如何摆脱数字仪式带来的异化与宰制?

1. 数字仪式神化的解魅:关注实质与回归现实

数字并不是能够描述与表征一切的万能真理,仪式存在主观性与游戏性,在参与和建构数字仪式时,人们应该保持思考与理智。首先,理解数字的局限性。人们必须借助一定的符号系统去界定现实世界,去构建理解现实的框架,这是人的思维特性所决定的。“没有符号,人就不能思维,符号是人的本质。”^[28]但是,符号只是一种工具与现实的象征,不能真正描述现实世界的复杂性。正如卡西尔所言:“人的符号活动能力进展多少,物理实在也就相应地退却多少。”^[29]单一地依赖符号去建构现实,有可能使人离真实越来越远。因而,当人们在使用数字仪式表征现实时,应该摒弃数字神化的惯性思维,了解其局限性,同时规避其不良影响。在对事物进行判断时,不应把数字视为唯一正确的决策参考,视为唯一的衡量指标,还需结合更多的现实要素进行考量,否则有可能得出错误的结论。其次,知晓仪式的本质。仪式本质上是人为构建的、系列化的行为与过程,它的作用在于维持现实秩序,使人们在意义上达成共识,仪式所塑造的场景与情感氛围能够使其传达的信息变得令人信服。因而,仪式是带有主观性和目的性的,人们在接收数字仪式所传达的信息时,应该对这种形式的内容保持警惕,透过现象去思量本质,反向解读传播者的意图,规避风险,而不是盲目、单一地把数字仪式的客观性视为理所当然,并且以此作为正确的决策参考。最后,回归现实世界,真诚交往。居伊·德波曾言:“无疑,我们的时代……偏爱表现而不顾现实,喜欢表象甚于存在。”^[30]数字仪式为个人与群体、社会建构联系提供了一条重要的路径,但人更应该关注自身本质的需求,在日常交往过程中应该回归真实与理性,不应该利用数字仪式去博眼球、争利益,所有的交往与关系都是建立在真实的基础之上的。盲目的攀比与虚荣、流于表面的数字符号、空泛的仪式感,只会让人离现实与真相越来越远。

2. 数字仪式异化的解构:明确意图与摆脱规训

抵御数字仪式带来的异化体验,人们必须重新认识其潜在的社会效应,重新界定其价值与作用,重新厘清其生产与传播的底层逻辑。首先,要对数字仪式的意识形态属性具有一定的认知,并且能够甄别其潜在意图。政治主体使用与制造数字仪式主要是为了推进社会治理、建构共同体意识等政治目的,而商业主体则习惯于利用数字仪式获得经济利益,

人们在接触各种数字仪式时应该保持清醒的认知,既要从中获取便利,又要避免被操控;既要看到其客观性的一面,又要对其中的主观因素保持警惕。相关传播主体在使用数字仪式传播信息时也应弱化自己的目的性,重视真实性,关注内容实质而不是表面形式,提高可信度,注重以诚动人。其次,建构良好的数字信息环境。当各种数字仪式充斥于现有的语境中时,由于其本身过于凝练且无法还原事实链条的特性,人们难以在各种琐碎的数字信息内容中提取有效的信息,滥用数字仪式反而不利于信息的直观化,会影响信息传导的有效性。所以,人们应该有意地控制数字仪式的使用次数,根据场景和需求有节制地使用,关注其他层面的信息内容,还原现实场景与语境,促进交往与决策的有效性。同时,人们应该使用更加多元的信息表达方式,发挥想象力,开拓思维边界,丰富传播场域的内容形式,促进有效信息传播的流畅性。数字仪式应作为日常交往与决策的其中一个层面,而不应该是全部的信息来源和指标。最后,在使用数字仪式的时候,应该重视人类的本质与特性,摆脱数字仪式的深度规训。“现代社会的特征是:日益趋向于对人们生活的越来越多的组成部分进行控制”^[31],人们生活中越来越多的轨迹与行为被特定的技术手段所捕捉,用于数字仪式的生产,在此过程中,人类的主观能动性也渐渐被消磨。在参与数字仪式的时候,或者说在进行各种媒介实践活动的时候,人们应该“保留部分空间,允许我们按照自己的愿望进行塑造”^[32]²⁴²。人应该有意识地脱离数字仪式的控制与规训,脱离数字场域的监视,构造真实自由的空间,重塑自我与主体性,掌握主动权,如减少对于所谓睡眠数据的依赖,以自己的主观感受为重要参考。

3. 数字仪式宰制的解缚:挣脱罗网与捍卫隐私

大多数数字仪式的整体生成与传播过程都被深度嵌入资本逻辑,资本主体肆无忌惮地攫取用户的个人数字内容用于扩大再生产,人们必须对数字仪式生产过程中的隐性剥削有清晰的认知,重新把握主导权,找寻面向现实的解放可能性^[33]。一方面,要减少对各种媒体平台的数字仪式的依赖与推崇,避免陷入资本剥削与宰制的圈套。现如今,“互联网最重要的创新并非产品推广的灵活性,而是将用户不断商品化的能力”^[34],在数字仪式的产出过程中,互联网用户不仅是内容的“产销合一者”,同时是为资本无偿提供个人数字内容的被剥夺者。但人们普遍对这种榨取毫无知觉,即使有所察觉也感到

无可奈何,因为要获得相应的平台服务,就必须出让自己的数字内容,这也是一些资本主体肆无忌惮的重要原因。因而,对于资本主体主导的数字仪式,人们应该反思其必要性和合理性,深度解读发起人的内在意图,避免进入宰制的圈套,避免个人数据的损耗,减少对这类数字仪式的推崇,建构开放、公平、正义、有序的参与式文化生态^[35]。比如,需要拉人头组队赢取大额红包的数字仪式活动一般都需要付出较多的时间和精力,一旦开始参与,就会因为前期投入过多的时间成本而不得不继续下去,平台利用用户“厌恶损失”的心理,利用用户的社交圈进行多级传播,以极少的成本赢得流量与注意力。但是,如果人从一开始就保持冷静、拒绝参与,就能够避免这种宰制困局。另一方面,人应该提高隐私保护的敏感度,尽量减少个人敏感数字内容的暴露。从个人方面来说,人们不应把隐私当作是可以牺牲和交换的商品,在使用媒介提供的服务时应该有意识地保护自己的隐私,思考必要性,谨慎授权,而不是习以为常地点击“确认”。一旦人们放弃对个人隐私的保护,这些个人数字内容就会理所当然地成为商业主体的“合法财产”。在传播数字内容时,也应该有意识地隐去敏感的个人信息。从隐私保护机制来说,应该倡导数据使用者对其行为担责,而不是把责任与风险转嫁到授权方身上,这样一来,使用数据的公司就需要基于其将对个人所造成的影响,对涉及个人数据再利用的行为进行正规评测^[32]²²⁰。

结 语

“仪式是通过形式进行的权力的实施。”^[8]⁷⁰数字仪式本质上是一种人为建构的、用于理解世界和界定现实的认知框架,数字符号看似客观、精确,但背后潜藏着难以察觉的复杂权力关系。在审视数字仪式时,不应只是停留在数字符号与现实意义的关联层面,或是简单分析参与仪式化活动的个人主观动机,而应深度剖析数字仪式的生产、传播、消费过程中所涉及的意识形态操纵与权力规训。抵御数字仪式对人或社会的牵制与束缚,必须破除数字神话,重构对于数字仪式的认知,重夺数字仪式生产的主导权,融入现实世界,回归人类的本性与品质。

参考文献

- [1] NIEBURG H L. Political Socialization[M]//KNUTSON J. Handbook of Political Psychology. San Francisco: Jossey - Bass Publishers,

- 1973;30.
- [2] 贡布里希.周年纪念的历史:时间、数字与符号[J].万木春,译.新美术,2009(4):9-16.
- [3] 霍尔.表征:文化表征与意指实践[M].徐亮,陆兴华,译.北京:商务印书馆,2013:71.
- [4] 唐友军.湘西南民族地区数字仪式话语系统解析[J].民族艺林,2018(3):11-17.
- [5] ROTHENBUHLER E W. Ritual Communication: From Everyday Conversation to Mediated Ceremony[M]. New York: Sage Publications, 1998: preface.
- [6] 库尔德里.媒介仪式:一种批判的视角[M].崔玺,译.北京:中国人民大学出版社,2016.
- [7] 凯瑞.作为文化的传播[M].丁未,译.北京:中国人民大学出版社,2019.
- [8] 库尔德里.媒介、社会与世界:社会理论与数字媒介实践[M].何道宽,译.上海:复旦大学出版社,2014.
- [9] 科泽.仪式、政治与权力[M].王海洲,译.南京:江苏人民出版社,2021.
- [10] 莫斯科.传播政治经济学[M].胡春阳,黄红宇,姚建华,译.上海:上海译文出版社,2013:30.
- [11] WALZER M. On the Role of Symbolism in Political Thought[J]. Political Science Quarterly, 1967(2): 191-204.
- [12] 赫布斯特.用数字说话:民意调查如何塑造美国政治[M].张建,译.北京:北京大学出版社,2018:29.
- [13] 波德里亚.消费社会[M].刘成富,全志钢,译.南京:南京大学出版社,2001:226.
- [14] 章文宜,莫少群.幻象营造与消费驯化:直播购物的消费主义文化逻辑分析[J].学习与实践,2022(1):119-130.
- [15] 莫斯科.云端:动荡世界中的大数据[M].杨睿,陈如歌,译.北京:中国人民大学出版社,2017.
- [16] 克拉里.知觉的悬置:注意力、景观与现代文化[M].沈语冰,贺玉高,译.南京:江苏凤凰美术出版社,2017:13.
- [17] 鲍德里亚.符号政治经济学批判[M].夏莹,译.南京:南京大学出版社,2014:60.
- [18] 迪克.网络社会:新媒体的社会层面:第2版[M].蔡静,译.北京:清华大学出版社,2014:206.
- [19] 戈夫曼.日常生活中的自我呈现:第2版[M].冯钢,译.北京:北京大学出版社,2008:30.
- [20] 麦奎尔.受众分析[M].刘燕南,等译.北京:中国人民大学出版社,2006:138.
- [21] 彼得斯.奇云:媒介即存有[M].邓建国,译.上海:复旦大学出版社,2021:342.
- [22] 麦克卢汉.理解媒介:论人的延伸[M].何道宽,译.南京:译林出版社,2019:17.
- [23] 施威蓬豪依赛尔,等.多元视角与社会批判:今日批判理论:下卷[M].张红山,鲁路,等译.北京:人民出版社,2010:355.
- [24] 波斯曼.技术垄断:文化向技术投降[M].何道宽,译.北京:中信出版社,2019.
- [25] 孟繁哲.+×÷,量化生活是解药还是毒药?[EB/OL].(2022-11-04)[2022-12-30].<https://mp.weixin.qq.com/s/kqd0SA1hvzMcL401CDlaMQ>.
- [26] 福柯.规训与惩罚:监狱的诞生[M].刘北成,杨远婴,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2007:243.
- [27] 姜宇.数字资本的原始积累及其批判[J].国外理论动态,2019(3):18-26.
- [28] 赵毅衡.符号学:原理与推演:修订本[M].南京:南京大学出版社,2016:5.
- [29] 卡西尔.人论[M].甘阳,译.上海:上海译文出版社,1985:33.
- [30] 德波.景观社会[M].张新木,译.南京:南京大学出版社,2017:1.
- [31] 费尔克拉夫.话语与社会变迁[M].殷晓蓉,译.北京:华夏出版社,2003:200.
- [32] 迈尔-舍恩伯格,库克耶.大数据时代[M].盛杨燕,周涛,译.杭州:浙江人民出版社,2013.
- [33] 仰海峰.批判理论:从卢卡奇到法兰克福学派[J].思想理论战线,2022(1):108-117.
- [34] 默多克.批判政治经济学与传播资本主义:传统、挑战和抗争[J].姚建华,徐德骥,译.新闻记者,2019(6):4-15.
- [35] 段莉.参与式文化:实践拓展与理论聚焦[J].南昌大学学报(人文社会科学版),2022(1):87-96.

Discipline and Disenchantment: Multi-dimensional Enquiry on the Digital Rituals

Chen Shihua Xu Jiamin

Abstract: With the development of media technology and digital information technology, digit begins to fill our social context, and various digital rituals have become an important part of people's daily life and media practice. Digital ritual is a dissemination ceremony that takes numbers as the theme or content and presents them with digital connotations. The production and communication of digital rituals refers to identity construction and social governance, reflects the motivation of ritual marketing and image building of business subjects, means personal role performance and social link, involves panoramic surround and foreground presentation. The abuse of digital rituals has led to the gradual emergence of the momentum of digital deification, the alienation of people's cognition and subjectivity, and the further deepening of the digital domination of capital subjects. To get rid of the shackles of digital rituals, we need to reconstruct the cognition of digital rituals through the disenchantment, reconstruction and emancipation of digital rituals, regain the dominant power in the production of digital rituals, integrate into the real world, and return to human nature and quality.

Key words: digital ritual; dissemination of political economics; discipline; disenchantment

责任编辑:沐 紫