

网络视听视域下中国式现代化图景的现实表征与构建逻辑

王晓红 张琦

摘要: 随着信息技术的发展,网络视听已成为文化传播与日常生活的重要媒介,也日益成为文化生产的重要领域。网络视听在创新主体、核心根脉和重要目标等方面,与中国式现代化有着深刻而自洽的内涵关系,包括以人民为中心的影像赋权、彰显中国特色的文化“双创”以及打造共同富裕的产业驱动等先天优势。围绕中国式现代化的五大特征,网络视听空间以丰富的案例多维度地反映和塑造了中国式现代化的生动图景。究其背后的生成逻辑,实为网络视听承担了五种身份,即作为“引领者”弘扬主流价值,作为“记录者”打造多模态中国文化符号,作为“讲述者”激发情感共鸣的时代语态,作为“参与者”构建多元互动的社会场景,作为“驱动者”正确处理技术赋能与艺术实践的关系。网络视听媒体以其突出的视听艺术特性和共创共享的互联网品质,正在成为讲好中国式现代化故事的重要力量。

关键词: 网络视听;中国式现代化;文化生产;日常生活

中图分类号: G206.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-0751(2024)10-0161-09

《中国网络视听发展研究报告(2024)》的数据显示,截至2023年12月,我国网络视听用户规模达10.74亿,网民使用率为98.3%^[1],用户数量和产业迭代同步高速增长。中国网络视听行业保持着蓬勃发展的态势,在精品内容建设、产业市场布局、新技术开发应用以及扶持与监管等方面不断创新拓展。作为一种媒介形态,网络视听不仅深度嵌入大众日常生活,构筑了一个人人可见、人人书写、人人参与、体验万千的数字视听生态;更为重要的是,其作为一种精神生产过程,也折射出生产力和生产关系辩证运动的影响,在中国式现代化的发展进程中具有重要意义。

党的二十大报告指出:“中国式现代化,是中国共产党领导的社会主义现代化,既有各国现代化的共同特征,更有基于自己国情的中国特色。”^[2]这突

出表现在,中国式现代化是人口规模巨大的现代化,是全体人民共同富裕的现代化,是物质文明和精神文明相协调的现代化,是人与自然和谐共生的现代化,是走和平发展道路的现代化^[2]。

网络视听作为视听产业的重要支柱,与全面数字化的广播电视共同构成当前大视听产业的核心层,再加上“视听”作为一种产业元素,与其他产业领域融合发展而形成的新的产业形态,如视听+文旅、视听+电商、视听+教育等“视听+”产业,成为当前我国社会重要的政治、文化和经济窗口。

在中国特色社会主义现代化实践的历史进程中,网络视听与中国式现代化存在着怎样的内涵联系,网络视听空间中呈现着怎样的中国式现代化图景,网络视听媒体如何在现代化建设的进程中实现对中国式现代化的视听表达,其构建逻辑如何呢?

收稿日期: 2024-07-23

基金项目: 文化名家暨“四个一批”人才工程项目“中国网络视听行业发展研究”(SGYP202002);广东省普通高校创新团队项目(人文社科)“影视产业创新研究团队”(2021WCXTD017)。

作者简介: 王晓红,女,中国传媒大学本科生院院长、教授、博士生导师(北京 100024)。张琦,女,中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室博士生(北京 100024),广东财经大学湾区影视产业学院副教授(广东广州 510320)。

一、网络视听与中国式现代化的内涵特质

网络视听主要包括长视频应用、短视频应用、网络音频应用、娱乐/游戏直播应用等类别。这些媒体形式不仅是娱乐工具,更是信息传播和文化表达的重要渠道。同时,网络视听市场规模超1.15万亿,企业66万余家,全网短视频账号总数达15.5亿个,职业主播超过1500万人^[1]。作为数字经济新质生产力的重要力量,网络视听媒介不仅在技术上推动了中国式现代化的进程,在文化和精神层面上丰富了中国式现代化的内涵,更在新兴产业发展中贡献了蓬勃力量,使其成为一种全面、立体、多元的现代化发展模式。

1. 主体一致:影像赋权以人民为中心

中国式现代化根植于我国人口众多的基本国情,指向于全体人民共同富裕的奋斗目标,同时又强调物质文明与精神文明协调发展。这其中对人的关注,对个人与群体发展的关注,是中国式现代化命题的核心要义。网络视听作为第一大互联网应用,具有雄厚的人群基础。同时,其在技术逻辑和文化属性上也与现代化建设进程不谋而合。

第一,技术驱动使人人拥有摄像机。随着视频拍摄和制作技术的简化与互联网技术的快速发展,高清摄像技术搭载智能手机、移动互联网技术从4G到5G的迭代,以及VR、AR技术所带来的影像沉浸式体验,都将视频生产和消费的便利性、参与性、互动性大幅提升。普通人使用一部手机即可成为视听书写的创作者,下沉的技术门槛为网络视听生产提供了基础性支撑,细碎庸常却也多元立体的日常生活成为其创作来源,而庞大的用户规模也潜藏着消费契机。巨量算数的数据显示,2023年在抖音平台上,每10位活跃用户中就有7位以上发布过作品,抖音创作者渗透率达到74%^[3]。从某种程度上来说,全民创作正在发生。

第二,关系变革使百态生活被看见。传统的影像表达权力一直掌握在精英阶层手中,无论是电影还是电视,其生产方式仍需专业设备和专业团队介入,并非普通观众所能企及。因此,长久以来,虽然我们强调艺术创作的人民性,影像书写中的关注点始终裹挟着专业视角和创作者思维。取自民间的自由表达始作于网络视听的UGC时代,用户不仅是内容的消费者,也是内容的生产者,或是生产型消费

者。生产主体的平民化,渗透到社会各个阶层、各类群体,普通人获得了更多的表达和展示机会,他们的日常生活在互联网空间中被看见、被关注。人与内容高度统一,优质内容的背后是鲜活的个体与火热的生活。以快手创作者为例,“其已从单纯的内容生产者进化成社会连接者,链接人与人、人与商品、人与机会,而创作者和粉丝的关系,也从价值认同升级为情感建构,建立了更深的情感及私域关系”^[4]。

第三,表达自我使个体强化获得感。马克思曾指出,社会主义和共产主义是比资本主义更高级的“以每个人全面而自由发展为基本原则的社会形式”^[5],实现人的全面自由发展,强调个人在社会和自然中能够自由地发展自己的潜能和能力,实现自身的价值和目标,是现代性的终极目标。网络视听平台给予创作者的,不仅有创作收益,还有很多情绪价值和精神价值。在抖音平台上,全职创作者坚持创作的原因排在前三位的分别是:能够获得创作收益(占51.3%),希望作品能够被更多的人认可、成为职业创作者更好地满足自己的成就感(占51.3%)以及对生活的热爱、喜欢用创作记录生活、分享生活等(占42.7%)^[6]。这种获得感已经提升到一种身体功能延续和本能需求被激发的水平,视频的生产 and 传播甚至成为用户社会生存的基本实现方式。“大众文本是意义和快乐的唤起者,只有在被人们接纳并进入他们的日常文化后才能实现价值。”^[7]习近平提出:“人民不是抽象的符号,而是一个一个具体的人,有血有肉,有情感,有爱恨,有梦想,也有内心的冲突和挣扎。”^[8]“人民”这一概念从一个总体性的表述落实到一个个具体的有血有肉的个体身上,而一个国家的形象、一种民族的精神正是由千千万万个体的形象和精神凝结而成,网络视听媒体所展现的当代中国百姓的群体画像、生活图景、生产风貌正是中国式现代化的有力彰显。

2. 根脉一致:文化“双创”彰显中国特色

习近平指出,在五千多年中华文明深厚基础上开辟和发展中国特色社会主义,把马克思主义基本原理同中国具体实际、同中华优秀传统文化相结合是必由之路。“第二个结合”让马克思主义成为中国的,中华优秀传统文化成为现代的,让经由“结合”而形成的新文化成为中国式现代化的文化形态^[9]。当前,网络视听平台以其发现生活、记录生活的便利和触达社会毛细血管的强大辐射力,加之年轻一代的创新活力,已成为中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展的重要力量。

多元新技术为中华优秀传统文化展示和传播提供了重要支撑。5G 等互联网技术高速发展,极大地扩展了优秀传统文化的传播范围,同时也更深入地集纳了无数流淌于民间的宝贵文化遗产和传承人;视听制作技术的普及和工具的智能化、低门槛以及文本、图像、声音和视频等多种网络视听媒介形式,以更丰富的文化体验让更多优秀传统文化被关注;多维感知技术、互动技术的加持,让优秀传统文化的传播更具有参与性和趣味性;大数据和人工智能技术所带来的个性化推荐机制,让优秀传统文化的传播更有针对性和有效性。抖音《2024 非遗数据报告》显示,2023 年,抖音上平均每天有 5.3 万场非遗直播上演,平均每分钟就有 37 场非遗内容开播,每场平均观看人数为 3534 人^[10]。

网络文化空间为优秀传统文化风行注入了推动力。网络文化作为一个动态、开放和多元的系统,对现代社会的文化形态和传播方式产生了深远的影响。一方面,去中心化的互联网特性抹平了权威和中心意识,使信息的生产与流通更加分散,带来了极丰富的多样性和对不同文化元素的包容性。各式各样的、小众的文化元素,都能在互联网上找到展示的空间和认同的圈层。另一方面,网络文化鼓励用户参与内容的创造和传播,形成了一种用户主导的文化生产和消费模式。这与旨在对消费者反馈响应更为积极的新技术手段所指向的“互动”不同,“参与”是由文化和社会规范影响塑造的^[11]。这种参与性文化(participatory culture)不仅使网络视听用户在观看有关优秀传统文化的视频时点赞、转发、评论、分享,也通过观察、模仿甚至是再创作,促进了社会性学习,从而实现优秀传统文化的传播和传承。同时,网络文化的圈层性和创新性,也使得同样关注中华优秀传统文化的个体,打通网络空间与现实空间,以年轻语态形成具有独特文化规范和标识的亚文化群体,如汉服、国潮等,进一步强化中华优秀传统文化在现代化实践中的文化内生动力。

3. 目标一致:产业驱动打造共同富裕

中国式现代化的内涵在于实现全体人民共同富裕,这一理念构成了中国特色社会主义现代化发展的核心价值取向。共同富裕不仅是中国特色社会主义现代化建设的重要目标,也是中国在全球化背景下实现现代化强国梦想的关键路径和战略选择。2023 年,在传统广播电视广告收入不断收缩的情况下,网络视听服务机构总收入同比上涨 23.61%,占行业总收入比例超过一半,成为整个产业发展的重

要支柱;短视频、网络直播等其他收入 4382.52 亿元,同比增长 33.39%^[12]。

这一方面表明,网络视听媒体已成为社会生产生活的重要工具。随着互联网、视听创作以及人工智能技术的快速发展和平民化应用,网络视听媒体已经超越了单纯的观看功能,泛知识传播趋势打造全民视听在线学习生态,催生了知识生产群体不断扩增,靠传播知识获取收益不再是老师的专属权利。通过网络直播助农带货、推动地方文旅发展,已成为各地政府提振经济的普遍做法。创作者个人也通过电商、直播、广告商单、知识付费等丰富的变现渠道获得收入。2023 年,超过 2200 万名创作者在快手平台获得收入,直接和间接带动 174 种新职业^[13]。在 2023 年新注册的抖音达人中,企业认证号达到 22%,抖音不仅是个人的表达渠道,也成为品牌和商家营销的重要阵地^[14]。

另一方面,网络视听的产业模式核心是共享、共创和共赢,恰恰应和了共同富裕的现代化目标。网络视听产业采用平台经济模式,通过构建一个多方参与、互利共赢的生态系统,连接内容创作者、用户、广告商和其他利益相关者。平台提供技术支持和推广机会,内容创作者获得展示和变现机会,用户获得丰富多元的内容享受,广告商获得品牌曝光机会。这不仅促进了视听内容的多样性和丰富性,还通过与其他行业的跨界合作,如电商、旅游、教育等,拓展业务范围,实现资源共享和市场拓展,在一定程度上促进经济机会的均等分配。视听产业已成为现代化建设中不可或缺的新质生产力。

二、网络视听媒体在构建中国式现代化图景中的现实表征

作为一种互联网用户精神生产的产品,无论是网络电影、网络剧、网络纪录片,还是短视频、网络直播等,都是凝结着创作者的劳动及其思想、意识、观念、道德等多种精神的产物。本文将以国家广播电视总局 2019—2023 年度以及 2024 年度第 1 季度优秀网络视听作品推选活动的评审结果为基础数据,结合抖音、快手等社交平台的优质创作内容,阐释中国式现代化在网络视听空间中的生动图景。

1. 以解决现实问题回应人口规模巨大的现代化

我国人口众多,在实现现代化的目标实践中,不可避免地面临一系列复杂的挑战,如教育、医疗、就业、城乡差距、环境保护、社会治理、人口老龄化和区

域发展不平衡等问题。党和政府采取多方面的策略,以人民为中心,保民生,促发展,解决现实问题。优秀网络视听节目以百姓关注和热议的现实问题为依托,成为记录社会变迁的重要载体,以多样化的题材和创新的表达形式,回应社会现实问题。

第一,以关切视角直面现实问题。网络视听作品通过真实记录或是艺术创作,以剧集、综艺等多样形态展现社会问题,并通过弹幕互动、点赞转发以及社区讨论引发公众对重要社会议题的思考和关注。这类作品往往来自生活又高于生活,不仅强调内容的真实性,具有迅速传播和影响广泛受众的能力,还隐含着创作者的社会责任和改善现状的渴望。例如,网络剧《你安全吗?》以互联网信息安全为切入点,聚焦婚恋、教育、养老、职场等社会热点和民生话题;网络微电影《你这老头儿》在展现数字时代的代际沟通中深刻回应老龄化的社会议题;网络剧如《不完美受害人》《三悦有了新工作》等,以不同风格聚焦女性生存与发展问题。

第二,以探索姿态破解现实困境。创作者不仅描述或批判现实问题,还通过深入研究和分析问题的根源,探索其复杂性和多维度的影响,尝试寻求解决方案并切身体验。这一过程用综艺、纪录片或影视剧集的方式进行复现,不仅让面对共同问题的用户得到建议和帮助,更重要的是让在网络视听空间中与虚拟同在的无数个体通过影视艺术作品以角色替代的方式先行体验、互相分享,增强了他们解决问题的信心和方法论。例如,网络综艺《爸爸当家》以观察类真人秀的方式记录全职爸爸的育儿过程,不仅正向引导社会对育儿关系和家庭教育的认识,而且同步提供多元化的育儿模式建议和示范。此外,网络电影、网络剧等艺术作品,往往以“温暖现实主义”风格共谋现实方案。这些作品以艺术化的视角直面现实问题,以更加积极进取的思想与情感状态,从种种社会矛盾与问题中深入挖掘提取具有建设性的、积极向上的正能量,给人们带来思想和情感的温暖抚慰和激励,同时在视听审美和叙事风格上温暖明亮、乐观励志。如网络电影《抬头见喜》涵盖了中年危机、家庭责任、老人关爱、子女教育等热门话题,以轻松欢乐的桥段、治愈暖心的故事为面临同样经历的中年群体提供参照。

2. 以见证辉煌成就描绘全体人民共同富裕的现代化

全体人民共同富裕的现代化是中国式现代化的重要特征之一,其核心理念是实现人的全面发展和

社会的全面进步,让发展成果更多更公平地惠及全体人民。优秀网络视听作品在内容创作上聚焦建设过程与发展成果,采取“小人物”与“大时代”的创作思路,以微观视角通过各行各业的人物故事,展现国防、民生、教育、医疗、大国工程、乡村振兴等领域中国的发展巨变和成就。这些“典型人物”是时代洪流中的普通个体,他们的经历、情感和命运承载着社会现实的缩影,极易引发用户的情感共鸣。例如,2022年芒果TV创制的微纪录片《这十年》,集纳了50个这样的小人物故事,第11集《汉服奶奶的潮流岁月》以长沙一位七旬老人刘维秀为主角,讲述她在短视频平台上展示汉服文化并受到年轻人热烈追捧的老年生活,以小见大、生动呈现了中国在应对老龄化、传播传统文化以及数字产业发展等多个领域的欣欣向荣之貌。同时,网络视听产品也忠实记录共同富裕的创造过程,其中既有榜样的力量,如优酷相继推出的“追光”系列网络纪录片《追光者:脱贫攻坚人物志》《追光者:奋斗的青春》《追光者:这就是高手》,讲述第一书记驻村扶贫的网络电影《毛驴上树》《春来怒江》;也有平凡个体的生活写真,如网络纪录片《柴米油盐之上》将镜头对准女卡车司机、杂技演员、民营企业等普通中国人,记录他们凭借自己的智慧和辛勤和汗水,追寻美好生活的故事,他们是中国变革故事的亲历者,更是创造者。

社交化短视频和网络直播通过广泛的社会参与、教育普及和电商文旅等方式,使个体通过网络视听平台享有共同创造财富的机会和成果。网络视听产业蓬勃发展勾画出共同富裕的温暖群像。互联网视频年度付费用户达7.32亿户,短视频上传用户超过7.5亿户^[15],短视频成为人们记录生活、创新创业的重要途径。2023年中国直播电商市场规模达到4.9万亿元,同比增速为35.2%,71.2%的用户因观看短视频/直播购买过商品,40.3%的用户认同“短视频/直播已成为我的主要消费渠道”^[12]。此外,电商直播成为乡村振兴的“新农具”。如快手发起的“繁星计划”,预期为160个国家重点帮扶县培养100万名“村播”和1000名乡村创业者^[16]。

3. 以深耕文化自信引领物质文明和精神文明协调发展的现代化

物质文明和精神文明相协调的现代化是全面发展理念的体现,强调在经济增长的同时,也注重文化、道德、艺术等精神层面的发展,尊重和保护的多样性,让每个人都能在物质富裕的同时享受到精神文化的滋养。优秀网络视听节目在主题和内容上

积极倡导社会主义核心价值观,将爱国主义、集体主义、英雄主义精神悄然融入作品。同时,网络视听平台已成为当前中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展的重要场域,无论是精品频出的网络视听节目,还是平台上创作者的UGC内容,均呈现出文化自信与文化自信的繁荣气象。剧集、综艺、纪录片、动漫等网络视听领域的不同内容与中华优秀传统文化双向融合、互相赋能,展现文化自信的不竭动力。例如,文化探索纪实节目《闪耀吧!中华文明》以悬疑探索+国漫的叙事方式,在层层推理中挖掘中华文明历史上的闪耀时刻。网络动画片《中国奇谭》借由素描与中国水墨韵味相结合,以传统故事人物隐喻时代问题,承载中国民族文化与东方哲学。网络剧《逃出大英博物馆》则以中华美学为核心,将历史文物“拟人化”,引发了观众对流失海外文物的关注与共鸣。社交短视频平台展现传统文化传承,实现经济效益与社会效益双丰收。《2022 抖音戏曲直播数据报告》显示,抖音平台已有 231 种戏曲开通直播,过去一年开播超 80 万场,73.6%的已开播戏曲获得直播收入,不少濒危剧种通过直播再现活力,传统戏曲流派纷纷与说唱、流行音乐、动画形象等现代元素相交织,与时俱进传承文化力量^[17]。

网络视听媒体也成为文化产业与多元领域联动的创新机遇,文旅、美食、健康等行业纷纷以优质网络视听内容为先导,以平台经济为依托,打通网络视听空间与现实世界的消费和生活。例如,2024 年 5 月《我的阿勒泰》播出以来,新疆阿勒泰地区布尔津县、哈巴河县等地接待游客 267.87 万人次,同比增长 80.65%,实现旅游收入 22.14 亿元,同比增长 93.19%^[12]。在网络视听助力下的这种旅游行为作为一种“媒介朝觐”,以媒体叙事对特定景观空间的展示成功吸引大众前往亲身体验,带动了超越观看的多元经济增长。正如库尔德里所说,“媒介朝觐”既是在空间中的真实旅行,又是在普通世界和媒介世界之间被建构的“距离”空间中的表演^[18]。

4. 以倡导绿色发展书写人与自然和谐共生的现代化

现代化进程中,人与自然和谐共生原则倡导可持续发展的模式和生态文明的构建。这一原则坚持将资源节约、环境保护和生态系统的自然恢复置于优先地位,坚定不移地推进一条生产增长、社会繁荣和生态环境持续改善的文明发展路径。作为当代传播的关键渠道,一方面,网络视听通过创造性的内容与多样化的表现形式,高效推广生态文明的核心理

念。网络视听作品紧扣人与自然的的关系,以故事性、情感化的切入,将生态文明理念与当地文化相结合,展现不同文化背景下的生态智慧和实践,促进文化多样性和生态保护的融合。例如,网络纪录片《众神之地》通过探访各种极致的自然地貌,以生命为主题展现人与动物、自然的和谐共生;《一路“象”北》生动记录了云南西双版纳野生亚洲象北上迁徙之旅,展现了沿途民众、特警消防、专家以及西双版纳的“象爸爸”等人与大象之间的温馨互动。另一方面,网络视听节目在技术应用上充分调动视觉、听觉甚至触觉互动等多维感知创设影像空间,尤其是普通人难以到达、难以观测的自然场景,为用户提供更加直观感受自然之美和生态保护重要性的沉浸式体验。例如,网络纪录片《水下中国》采用 4K 水下摄影技术拍摄了未曾被触及的海洋角落和自然生态;《我们的国家公园》采用高速摄影、微距摄影、热成像等多种先进技术,以更为真实、丰富且生动的视觉表现让观众融入国家公园中动植物的生活状态,感受自然之美。此外,网络视听媒体还利用线上线下的互动和垂类社区,提高公众的环保意识和参与度,如利用在线问答、虚拟种植、环保挑战等,以对自然的平等视角和参与状态共同促进社会绿色发展。如网络纪录片《零碳之路》以外国访客视角详尽探究中国在生态修复、能源节约与减排以及环境保护领域的实际行动与显著成果;制作完成后,制作方特别委托专业机构对拍摄过程中产生的碳足迹进行审核,并在碳交易市场上购买了相应的核证自愿减排量(C CER)抵消排放^[19]。

5. 以展示自立自强彰显走和平发展道路的现代化

通过走和平发展道路来实现现代化,是中国式现代化的突出特征。它强调坚持独立自主、自力更生,始终高举和平、发展、合作、共赢旗帜,奉行互利共赢的开放战略,不断以中国新发展为世界提供新机遇^[20]。面对这样的宏大选题,网络视听媒体以自身的创作规律和用户消费习惯为基础,大题小做,硬题软做,突出主体对作品的感性体验,以人类共通的情感面对共同的挑战和问题,以个体叙事和主体间互动交流相结合,营构主体共情的共在空间。例如,在构建和平发展的大国形象上,网络视听作品用“软传播”展现“硬实力”。2023 年度中国军队国际形象短视频《FOR PEACE》和网络纪录片《为和平而来》均打破宏观、硬派的单一中国军队形象,从真实事件、具体人物入手,展现中国军人的可亲、可敬、可

爱,他们不仅是危难时刻挺身而出的救援者、和平捍卫者,也是父亲、爱人和朋友,受到国内外舆论的高度评价。在展现独立自主、自力更生的发展路径上,网络视听作品用“新科技”书写“重担当”。剧集、动画片等节目类型生动展现各个领域中国人民依靠自主创新创造取得关键核心技术并以此惠及更多全球伙伴的故事,深刻阐释了通过激发内生动力与和平利用外部资源相结合的方式来实现国家发展的必由之路。例如,网络纪录片《了不起的中国创造》将科技与时代性、创造性和艺术性相结合,聚焦深海探索、人工智能、工业互联网、卫星导航等中国自主研发的科技领域创新成果,展现其对世界的影响,激发观众的民族自豪感和凝聚力。而在展现开放包容、文明互鉴的大国风范中,网络视听媒体用“东方美”融汇“全球风”。各类节目均发挥自身特色,虚实并进地展现不同文化之间的相互学习和交流,如网络综艺《花儿与少年·丝路季》用有烟火气的视角,借自助穷游之旅将“一带一路”的庞大主题拆解成一个个让观众易感知、易理解、易共鸣的生活细节,在展现基础设施“硬联通”中感受共建国家“心联通”的深厚情谊。随后,外交部新媒体矩阵多个账号转发了节目短视频,经过网络空间二次及N次传播,最终实现在“共享时间”中超越圈层的对话。

三、网络视听媒体在构建中国式现代化图景中的生成逻辑

早在21世纪初,伴随着电视的黄金时代和互联网的兴起,视觉图像僭越文字的霸权几乎无处不在,人们认知世界的方式悄悄变革。“图像成为这个时代最富裕的日常生活资源,成为人们无法逃避的符号情境,成为我们文化的仪式。”^[21]正如鲍德里亚所言,现代社会中影像生产能力的逐步加强,影像密度的加大,所涉及的范围广泛,导致“实在与影像之间的差别消失”,是为“拟像”。而拟像说到底是有文化的、传媒的拟像,因为正是文化和传媒,在创造并且指导人们如何感知现实。尤其是伴随着互联网视频制作和传播技术前所未有的普及化和智能化,“以视频为主的广义图像,以其强大的技术与商业特征渗透到社会文化生活的方方面面”,成为当代叙事的主因^[22]。网络视听媒体在基于数字媒介的多模态互动体验层面,从个体参与到群体认同,从技术逻辑到文化影响,都在不断形塑人们的日常生活世界。

1. 引领者:弘扬主流价值的重要阵地

网络空间隐匿、自由而多元,不同于电视等大众传播媒介对受众的单方涵化,网络视听空间中的涵化是双向而隐蔽的。一方面,用户接触的视听内容塑造了一个镜像中的虚拟世界,影响用户对现实世界的认知;另一方面,受到算法机制的影响,用户的视听行为和喜好也将深度涵化向其推送的内容及方式。这就更需要平台及管理者的关注。在展示现代化进程中的多样性和复杂性的同时,要坚守社会主义核心价值观,弘扬向上向善的中国气度,以平民视角反映宏大的社会变迁,彰显主流情怀,才能保证网络视听空间营构中国式现代化的理想之城。

第一,面向时代创作。近年来,各类网络视听产品围绕主题主线,宣传新时代社会主义各领域建设发展成就,运用新兴技术展开内容生产与传播,成为描绘中国式现代化的动态画卷。根据各平台的统计数据,2023年上线的主旋律类长视频作品播放量达515.34亿次,主要短视频平台传播主题主线相关内容播放量达580多亿次,正能量话题阅读/观看量达776.8亿次^[1]。

第二,引领时代风尚。网络视听媒体因时而生,因势而动,作为中国式现代化的书写者,不仅创新表达方式,用年轻语态讲好中国故事,同时深耕细分垂类,在知识传播、乡村振兴、城市形象、日常审美等方面引领生活方式与生产路径的变革。例如,2021年12月至2023年12月两年间,农村网络视听用户规模及使用率增速远高于城镇,农村网络视听用户规模达到3.2亿,网络视听在乡村振兴中扮演着重要角色^[1]。

2. 记录者:打造多模态的中国文化符号

费瑟斯通认为,世界城市场域中不断出现的全球化过程,提供了新的文化资本形式和更广泛的符号体验,也就是说,通过金融(金钱)、运输(旅游)及信息(广播、出版、媒体),这些文化资本形式和符号体验更容易获得了^[23]。人是通过符号来认识世界的,同样,人也是通过符号来建构世界的,在能指与所指之间,是文化的基本规律决定了符号的规律。符号是一个整体框架、关系系统、意义系统,因此符号世界意味着一个事物在不同的符号系统中其意义是不同的^[24]。网络视听空间充斥着复杂、碎片化的符号信息,其阐释与解析高度依赖场景和语境,并具有天然的亚文化属性。

在网络视听空间中营构蓬勃发展的中国式现代化图景,就要着力挖掘具有中华民族共同体表征的

文化符号,并使其具象化、立体化,从而激活集体无意识的共同体情怀。这类文化符号不仅包括凝聚中华优秀传统文化的已有共识,也应该涵盖基于传统文化创造性转化与创新性发展的新IP,如“中国节日”系列节目中的唐小妹、国潮元素等;它还应该集纳更多新时代中国新发展中的新气象,如展现国富民强的大国重器、反映新时代乡村文化的“村BA”“村超”甚至某一类某一地的中国味道,《风味人间》《早餐中国》《人生一串》《老广的味道》之类的网络纪录片中色香味俱全又充满人情味的中华美食符号,呈现中国式现代化中的烟火生气。

在依托网络视听符号表意构建上,也要综合考虑其多模态互动和协同。无论是长视频、短视频还是网络直播、网络音频等,它们与用户、社会之间的互动几乎都是多模态的,即根据人的感知方式,运用视觉、听觉、嗅觉、触觉与味觉等语言与非语言方式进行交流和对话,这恰是数字媒介时代交互性体验的必备要素。因此,要理解并关注每一种感知觉的特点及其所代表的不同文化。视觉符号强调空间性和持续性,可反复琢磨审看;听觉符号强调时间性和瞬时性,需要渐进性理解但难以保存。而在短视频中,由于图像符号的多重含义,其情感表征往往需要文字的锚定能力来提供清晰的指引和界定,这也是一种点染和促发。融媒体微广播剧《千里江山》以声音塑造情境,以真实的配音纪实影像揭秘幕后故事,以指尖互动的H5再辅以AR技术“活化”《千里江山图》,突破了绘画、声音、影像、舞蹈等单一形态,创构了虚实相生的艺术空间,同时又利用多语种、跨媒介及联手达人二度创作等方式,以微见长,以融见丰,展现新时代网络视听创作的潜力和魅力。

3. 讲述者: 激发情感共鸣的时代语态

如果说“改变电视的语态”是让电视新闻“表达与叙述的态度变得真诚、平和,表达与叙述的内容变得真实、鲜活,表达与叙述的手段变得更遵循电视规律”^[25],那么,今天网络视听媒介的语态变革便是在遵循互联网传播规律和彰显主体间性的基础上,理解平台属性,明确个体或机构定位,对视听内容的叙述方式、表达情态和传播手段更细分、更有针对性的应用。其目的是生成适度且正向的网络视听“媒介依恋”。因为,媒介依恋是用户生成高质量评论重要的动力来源、内容来源与情感来源,它为用户创设出特定的心理情境,影响用户在社交媒体上的主题选择、内容分享和观点阐发^[26]。这是高质量互动的基础,也是引发情感共鸣的起点。例如,网络综

艺《种地吧》通过记录十位年轻嘉宾192天真实的农耕劳作,以“长视频+短视频+沉浸式直播+直播带货”等多语态、多平台协同传播,展示了中国农业现代化的发展^[27]。节目重新拾起中国人的躬耕精神和乡愁情结,也在一次次的直播陪伴中潜移默化地使观众感受“一分耕耘一分收获”的朴素真理,从而引发情绪价值的共鸣。

短视频将镜头对准日常生活,塑造了一种独特的现实视觉体验。由于创作者和移动拍摄技术的特定属性,纪实性短视频在再现现实的过程中,展现了鲜明的“身体在场”的真实性,为观众提供了一种与传统媒体相异的真实感知和认知途径。如以主体间性为基础,在影像中以具有个体身份的“我”作为事件的叙说者,面对镜头以及虚拟中的“你”展开言说,营造出“我在对你说”的表达语态和“快来一起看”的召唤结构。在这一过程中,短视频创作者不仅捕捉了现实世界的瞬间,更对社会现实进行了重构和解读,以一种新的视听叙事形式,为观众提供了全新的感知和理解现实的途径。例如,国内首部竖屏院线电影《烟火人间》集纳快手平台上的509位用户的887条短视频,以衣、食、住、行、家的主题重新结构和编排^[28],呈现了农民、工人、司机等普通人的真实生活,构成了当代中国最生动的影像备忘。

4. 参与者: 构建多元互动的社会场景

短视频平台的社交属性和商业逻辑让移动短视频成为“大众参与文化创造的一种动员方式”,并因“褻玩”而成为“大众参与的文化狂欢”^[29]。参与性文化是一种充满活力的文化环境,其核心在于成员的主动参与和创造性表达。在这样的文化氛围中,个体不再是被动接收者,而是积极投身于文化内容的创作、分享和讨论。在网络视听空间中,用户通过原创视频、二创、直播展演、评论、点赞、转发、弹幕甚至打赏等形式,与他人建立社交联系,在主动与无意识主动之中共同推动文化产品的生产、迭代和传播。这种互动参与依托技术的进步,降低了参与门槛,使得知识共享和文化表达变得更加容易。通过线上搭建的互动场景或线上线下联动,使每一个参与者都有机会对文化产生影响,在某种程度上促进了文化的民主化。这本身就是对开放包容的现代化中国文化最好的注脚。《抖音演艺直播数据报告》的数据显示,2023年抖音演艺类直播中,共开展了45.5万场传统文化演出PK^[30],戏曲主播更偏爱梨园同行间的擂台。戏曲演员直播PK,互相切磋技艺;线上用户通过点赞、送花、打赏评定高下,重现了

传统节日围观“擂台戏”的热闹景象。从观看的仪式到参与的日常,从影像的再现到精神的在场^[31],短视频、直播以接近现实的方式融会了线上线下的观看场景,在互动中延伸和扩展了审美体验。

移动传播的本质是基于场景的服务,即对场景(情境)的感知及信息(服务)适配^[32]。网络视听媒体以其突出的即时性、互动性和场景性,不同于现实空间的物理场景,更强调虚拟空间中的情绪激发、心境适配,唤起社会共在、情感共通的集体记忆和共同认知。社会临场感认为,这种对与他人共在的意识和对场景(人或事物)的内在参与感,以及在媒介中感知到的亲密程度是用户采纳和使用特定媒介的关键理由^[33]。例如,快手平台打造的“500个家乡IP”即通过短视频、“00后”纪实拍客联创地域纪录片、共构“我在家乡的精神角落”H5以及线下家乡地标大屏广告打卡合影等多元视听场景的主题性互动^[34],实现了身体参与、时间参与、空间参与和情感参与的多维统一。

5. 驱动器:正确处理技术赋能与艺术实践的关系

当前和今后一个时期是以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业的关键时期^[35],网络视听媒体作为这一进程中的重要参与者,技术驱动扮演着重要角色,成为新质生产力的重要指征。除了传统意义上网络视听媒体利用先进的拍摄制作技术手段,增强观众的沉浸感和参与感,使现代化图景的感知更加生动和真实,人工智能技术的突破性发展,特别是生成式人工智能的兴起,正在重塑网络视听行业的生态。通过提升内容生产的质量与效率,AI技术不仅拓宽了视听产品的生产想象空间,在剧本创作、画面制作、视频运营等中的应用为视听生产带来了更多可能性,还催生了短视频领域的“超级生产者”,进一步降低短视频制作难度,使便利性与个人风格可创造性同步提升。此外,数字人直播等新技术丰富了网络直播的消费场景,带来更多元的互动体验,网络音频领域也因此掀起变革。在人工智能技术已经全流程、全方位介入视听生产的场景下,如何应用好AI技术呈现中国风貌、中国气度才是网络视听构建中国式现代化图景的关键。例如,可以建立中国元素数字资产库,以东方美学经典力作来训练AI,同步培育能够应用人工智能技术的前沿人才等。当然,我们也要始终遵循一切创作技巧和手段都是为内容服务的要求,正确运用新技术、新手段,激发创意灵感、丰富文化内涵,充分调动各种艺

术门类互融互通,充分发挥各种表现形式交叉融合,共同为讲好中国故事助力。

结 语

中国式现代化是一个全面、协调、可持续的发展过程,它强调中国特色,注重社会公平,不仅体现在经济的快速增长和社会的全面进步,更体现在文化的繁荣发展和价值观念的更新。网络视听媒体以其突出的视听艺术特性和共创共享的互联网品质,以前所未有的互动性和参与性,为构建中国式现代化实践的生动图景提供了新的叙事空间和表达方式。通过网络平台,我们能够更加生动、直观地展现中国现代化的建设成就,讲述中国人民的奋斗故事,传递中国发展的正能量。同时,网络视听产业将虚拟化的日常生活空间与真实的日常生活世界悄然弥合,成为不容忽视的一股经济力量。未来已来,当媒介化生存已成常态,网络视听仍面临诸多挑战。期待网络视听媒体和产业能经济和文化双管齐下,推动文化强国建设和经济高质量发展,为构建一个更加和谐、进步的中国式现代化图景贡献力量。

参考文献

- [1]《中国网络视听发展研究报告(2024)》在蓉发布[EB/OL]. (2024-03-28)[2024-07-18]. http://www.cnsa.cn/art/2024/3/28/art_1977_43660.html.
- [2]习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N].人民日报,2022-10-26(2-3).
- [3]巨量算数,抖音热点.心向远方,步履不停:2023抖音年度观察报告[EB/OL].(2023-12-20)[2024-07-18]. <https://trendinsight.oceanengine.com/arithmetric-report/detail/1035?source=undefined>.
- [4]以人为本,快手创作者生态的“飞轮”正在加速旋转[EB/OL]. (2023-08-14)[2024-07-18]. <https://new.qq.com/rain/a/20230814A02QL800>.
- [5]马克思恩格斯选集:第1卷[M].北京:人民出版社,1995:294.
- [6]巨量算数.创作的力量 2023[EB/OL]. (2023-04-18)[2024-07-18]. <https://trendinsight.oceanengine.com/arithmetric-report/detail/921>.
- [7]贾毅.狂欢创造与价值引领:站立式喜剧脱口秀研究[J].河南大学学报(社会科学版),2023(6):128-133.
- [8]习近平.在文艺工作座谈会上的讲话[N].人民日报,2015-10-15(2).
- [9]习近平.在文化遗产发展座谈会上的讲话[J].求是,2023(17):4-11.
- [10]郭文娟.2024抖音非遗数据报告:00后、60后最爱看国家级非遗内容[EB/OL].(2024-06-06)[2024-07-18]. <https://new.qq.com/rain/a/20240606A02QL800>.

- qq.com/rain/a/20240606A0507U00.
- [11] 詹金斯.融合文化:新媒体和旧媒体的冲突地带[M].杜永明,译.北京:商务印书馆,2012:209.
- [12] 贺涛.数字视听产业成为数字经济发展重要引擎[EB/OL].(2024-07-16)[2024-07-18].<https://mp.weixin.qq.com/s/NmTApLLzlkCl709iqwxHqg>.
- [13] 快手年度数据报告发布:2023年超过1.38亿用户首次发布短视频[EB/OL].(2024-02-09)[2024-07-18].<http://www.xinhuanet.com/tech/20240209/83ecea7d42ea4ede8a841dea49e73ad7/c.html>.
- [14] 飞瓜数据.年度报告 | 2023年短视频直播与电商生态报告[EB/OL].(2024-02-02)[2024-07-18].<https://dy.feigua.cn/article/detail/890.html>.
- [15] 2023年全国广播电视行业统计公报[R/OL].(2024-05-08)[2024-07-18].http://www.nrta.gov.cn/art/2024/5/8/art_113_67383.html.
- [16] 袁璐.为“村播”加把火!快手发起“繁星计划”[EB/OL].(2023-09-12)[2024-07-18].<https://news.bjd.com.cn/2023/09/12/10561250.shtml>.
- [17] 抖音发布戏曲直播报告:线上成新戏台,过去一年开播80万场[EB/OL].(2022-04-15)[2024-07-18].<https://world.chinadaily.com.cn/a/202204/15/WS62592266a3101c3ee7ad0aa8.html>.
- [18] 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,2016:87.
- [19] 聚焦中国碳达峰碳中和,纪录片《零碳之路》开播[EB/OL].(2023-09-23)[2024-07-18].<https://www.whb.cn/zhuzhan/xinwen/20230923/540872.html>.
- [20] 习近平.中国式现代化是强国建设、民族复兴的康庄大道[J].求是,2023(16):4-8.
- [21] 周宪.视觉文化与消费社会[J].福建论坛(人文社会科学版),2001(2):29-35.
- [22] 于德山.新型图像技术演化与当代视觉文化传播[J].现代传播—中国传媒大学学报,2018(4):21-25.
- [23] 费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明,译.南京:译林出版社,2000:160.
- [24] 张法.20世纪的哲学难题:符号世界的发现及其后果[J].中国人民大学学报,2001(4):31-36.
- [25] 孙玉胜.十年:从改变电视的语态开始[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2003:52.
- [26] 毕达宇,张苗苗,曹安冉.基于情感依恋的用户高质量在线评论信息生成模式[J].情报科学,2020(2):47-51.
- [27] 网络综艺节目《种地吧》重拾躬耕精神,见证“认真做好一件事”的生长力[EB/OL].(2023-02-07)[2024-07-18].<https://news.bjd.com.cn/2023/02/07/10327683.shtml>.
- [28] 国内首部竖屏院线电影《烟火人间》值得看吗?[EB/OL].(2024-01-16)[2024-07-18].<https://www.1905.com/m/news/touch/1657054.shtml>.
- [29] 郑宜庸.移动短视频的影像表征和文化革新意义[J].现代传播—中国传媒大学学报,2019(4):29-33.
- [30] 抖音演艺直播数据报告:全年7143万场演出,同比增长47%[EB/OL].(2024-03-01)[2024-07-18].<https://news.bjd.com.cn/2024/03/01/10712523.shtml>.
- [31] 王晓红,魏韬.短视频平台传播中华优秀传统文化的媒介逻辑[J].中国编辑,2024(2):11-15.
- [32] 彭兰.场景:移动时代媒体的新要素[J].新闻记者,2015(3):20-27.
- [33] 金恒江,刘圆圆.社会临场感和情绪响应:青少年移动短视频依恋的影响因素:基于混合方法[J].新闻与传播研究,2023(8):96-113.
- [34] 吴怱怱.年关重启“快手的500个家乡”,用烟火底色唤醒生活信念[EB/OL].(2023-01-08)[2024-07-18].<https://new.qq.com/rain/a/20230108A0391000>.
- [35] 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定[N].人民日报,2024-07-22(1-3).

The Realistic Representation and Construction Logic of the Chinese-style Modernization Landscape Within the Framework of Online Audio-visual Perspective

Wang Xiaohong Zhang Qi

Abstract: With the advancement of information technology, online audiovisual media has become a vital medium for cultural dissemination and an integral part of daily life, increasingly emerging as a significant domain in cultural production. The online audiovisual sector shares a profound and coherent intrinsic relationship with Chinese-style modernization, encompassing innovative subjects, core roots, and key objectives. This includes the people-centered empowerment of imagery, the promotion of cultural innovation with Chinese characteristics, and the industrial drive towards shared prosperity, which are inherent advantages. Revolving around the five characteristics of Chinese-style modernization, the online audiovisual space, through a wealth of case studies, multi-dimensionally mirrors and shapes the vivid landscape of Chinese-style modernization. The underlying logic of its emergence is attributed to the sector's assumption of five roles: as a “leader” in promoting mainstream values, as a “recorder” in creating multimodal Chinese cultural symbols, as a “narrator” in evoking emotional resonance with the zeitgeist, as a “participant” in constructing diverse and interactive social scenarios, and as a “driver” in properly managing the relationship between technological empowerment and artistic practice. The online audiovisual media, with its distinctive characteristics of audiovisual artistry and the collaborative and shared qualities of the internet, is becoming a significant force in telling the story of Chinese-style modernization effectively.

Key words: online audio-visual media; Chinese-style modernization; cultural production; daily life

责任编辑:沐 紫