

信息饱和时代下媒介环境泛娱乐化的反思

倪恺彬

苏州大学传媒学院 江苏苏州 215000

摘要：信息饱和时代，娱乐元素在网络信息中过度泛滥，网络文化出现了“泛娱乐化”倾向，这一倾向有着深刻的社会和媒介原因。网络空间普遍传播的内容出现了荒诞改写、低俗创造、错误导向等现象表征，这不仅导致了严肃议题的娱乐化，还消解了日常暴露在大量信息、新闻、广告等内容中的社会公众的社会责任感，使网络主体对技术效果尤其是感官满足效果产生依赖与迷恋，从而削弱了其文化反思能力和否定能力。在网络的泛娱乐化倾向面前，我们需要保持高度的思维自觉，并对其进行深刻的溯源与反思。本文将站在媒介素养的视角，通过针对泛娱乐化的网络环境形成机制的探讨以及受众心理的分析，对这种泛娱乐化倾向进行解析和批判。

关键词：信息饱和；媒介环境；泛娱乐化；媒介素养

尼尔·波兹曼在其著作《娱乐至死》中第一次提出泛娱乐化的概念：“在一切公众话语都以日渐娱乐的方式出现，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。”^[1]在如今泛娱乐化的网络空间下，娱乐不再是生命本体发展、丰富和完善的有益补充，而是成为一种人生观念和生活态度。在这种人生观念和生活态度的影响下，泛娱乐主义也应运而生。

一、媒介环境泛娱乐化的表现

娱乐是一种基本生活需要，从媒介素养的角度来看，娱乐是“现实和幻想元素的创造性融合，旨在激发观众愉快的情感体验”。人们能够通过娱乐感受到比现实生活更多的情感，具有缓解压力、愉悦身心的功能。然而，当娱乐元素在网络空间中过度泛滥，媒介环境显露出了泛娱乐化的表征，人们对娱乐信息 and 产品产生了一种不自觉的“过度消费”，这种过度消费挤占了人们对严肃话题进行深度思考的时间和能力，阻碍了人的自由全面发展。

媒介环境的泛娱乐化具体体现在两个方面：娱乐心态和情绪广泛存在于媒介环境之中；娱乐信息充斥新闻版面。

娱乐心态和情绪在媒介环境中的广泛存在有以下三个方面的体现：在观念建构上追求娱乐至上，在思维方式上习惯从娱乐的视角看待事物，在价值取向上注重事物的娱乐价值。

近期，广州地铁的川大女生诬陷偷拍事件甚嚣尘上，网络舆论中出现了对学生无理行为的指责，也出现了对女性群体频遭偷拍的社会关切，值得注意的是，肯德基不合时宜地蹭上了热点，发布了如下广告词：“大叔，你是不是在偷拍我？”“起开点！姑娘！你挡住肯德基疯狂星期四的二维码了”。这条广告朋友圈一经发出，便遭到了广大网友的声讨，不过舆论并没有一边倒，竟有许多人为这种营销方式叫好：“很有创意，但是偷拍和扫码二者可以兼得”“姑娘你没有疯狂星期四诱人”……

上述事件是企业出于营销效果和商业利益，对严肃的网暴事件所进行的娱乐化解构。而越是骇人的恶性事件，越会成为广大网友娱乐的素材和谈资，从中显示出众多网民看客心理背后扭曲错位的娱乐观。而在2022年6月，河北唐山发生一起情节恶劣的“烧烤店打人事件”，引发了人们在社交媒体上的广泛关注与讨论。在众多表示必须严惩施暴者和表示同情受害者的公众言论之外，也出现了许多“玩梗”行为，即使用戏谑的语句调侃该次事件，类似“带你去唐山吃烧烤”的类似言论广泛传播。这类不合适的“玩梗”行为不仅低俗和充满恶意，还极大地伤害了公共情感。

此外，通过观察各大社交媒体的热搜榜单，我们可以发现占据热搜榜单大部分的是娱乐新闻，具体表现为以明星为主设置议题、话题杂乱琐碎无价值、社会性议题娱乐化等，占据了相当份额的公共注意力资源，导致重要的社会事件被遗漏，让社会逐渐缺乏精神底蕴的累积。

二、媒介环境泛娱乐化的形成机制

资本逻辑掌控下的网络媒介想要赢得流量，必须要迎合受众的特定心理，而娱乐信息因其诙谐、轻松的内容特点，娱乐话语因其幽默化的语言特点满足了受众的娱乐欲望和移情心理，在网络媒介对于受众需求的过度迎合下，文化产品的属性走向了极端娱乐化，形成了泛娱乐化的现实景观。它所勾画的景观世界是以娱乐为唯一标尺，所有的文化产品乃至网络信息均被悬置于娱乐的秤杆上以重新度量其价值。^[2]这样一来，娱乐化的话语体系不仅在原先的文化领域更加盛行，还跳脱进政治、经济等严肃话题的讨论中，成为一种新的潮流和风格。

而受众在这种低成本、高爽感的媒介使用中，丧失了思维自觉，沉迷于轻松、诙谐的消遣中，把娱乐当作精神的麻醉剂，造成了精神世界的“荒漠化”，彻底沦为了资本的附庸和情绪的奴隶。

（一）资本逐利背景下的信息生产逻辑

第50次《中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至2022年6月，中国网民规模达到10.51亿，手机网民规模达到10.47亿。在互联网网民人数增长的同时，互联网市场也随之不断扩大。

马克思提出，为了把现有的消费推广到更大范围以造成新的需要和生产出新的需要，资本需要发现和创造出新的使用价值，这使“资本家不顾一切‘虔诚的’词句”，来“寻求一切办法刺激工人的消费，使自己的商品具有新的诱惑力，强使工人有新的需求等等”。^[3]逐利性驱使资本以最少的成本获取最大的经济利益，现代技术的快速发展推动了资本的逐利行为，更新了资本逐利手段。资本逐利和技术发展双重需求的结合，孵化了网络环境中的“泛娱乐化”现象。在这样的逐利逻辑中，创作者或被公司驱使，或被利益鼓励，进行娱乐化的作品创造，以此换得更高的流量，获得更高的利润。

在这一多重利益链条的缠绕下，严肃事件被海量的娱乐化言论消解，健康、积极的网络文化在逐利过程中被忽视，创作主体选择不断以资本增值为目的进行创作。传播内容不断推陈出新，用爆炸性泛滥的信息和刺激性的内容吸引用户。

（二）受众娱乐欲望的低成本实现

在互联网时代，网络 and 一部手机就几乎满足实现大部分人群的娱乐需要。表面上来看，人际关系通过便捷的交际工具得到了加强，但实质上这却加速了每个人的原子化发展。每个人都在被更加面前的手机屏幕，即

“近距离的‘遥远’”麻痹，个体的需求越来越被针对性地“孤立”满足，先进的技术则成了推动个体低成本获得这种麻痹的推动因素。

与此同时，市场根据受众的特定需要制作出迎合娱乐需求的服务和产品，并采用算法等机制进行推送。这种机械化的服务制造并传播了低俗化的娱乐内容，人们难以从这种低成本、高爽感的低质量享受中脱身，丧失了媒介使用中保持信息自觉的能力，只能在信息的接受和情感的宣泄中逐渐麻木并沉沦。

（三）受众群体心理认同的高爽感实现

严肃议题在最开始被权威性媒体发布时，往往不会带有娱乐化的色彩，但在多次带有个人选择和加工的传播中，原先严肃的信息内容被不断改编，最终根据受众的偏好特点进入了更加精准细分的拟态环境。在算法环境中，受众自己的偏好和设想会接收到更为具体的讯息，进入了信息环境中的“舒适圈”。在人们追求舒适或乐趣的心理导向下，人们进入了充满娱乐化信息的拟态环境中，从而加深娱乐化信息的影响力。而在拟态环境中人们又往往因为选择的“抱团”而感到安全，严肃议题娱乐化现象的弊端被忽视，这也就导致了人们在严肃议题娱乐化的环境里能够获取群体认同，更加接纳娱乐化的严肃议题的信息传播。

三、网络文化的合理建构方式

（一）提高受众媒介素养

媒介素养影响人们对信息的认知、判断、评价和使用能力。在如今泛娱乐化的网络环境下，媒介素养的缺位使得受众对信息的选择和判断更加困难，沉迷于低成本、高爽感的媒介使用中，倡导公众媒介素养教育迫在眉睫。我们要使大众意识到泛娱乐化的负面影响，把注意力更多地集中到与受众息息相关的公共议题上来，增强受众对各种媒介信息的解读、分析和批判能力，引导大众自觉抵制泛娱乐主义的侵扰。培养受众的批判性思维技巧，让他们能够自主分析和解读媒体信息，而不是被动接受，帮助他们构建自己的知识体系和思考框架，树立独立自主的思考观点和价值观。

（二）加强网络内容建设

尼尔·波兹曼在《娱乐至死》中指出，有两种方法可以让文化精神枯萎，一种是文化成为一个监狱，另一种是文化成为一场滑稽。而泛娱乐化无疑是一种让文化成了滑稽的形式。网络环境中的乱象助长了人们不思进取、好逸恶劳的气焰，导致勤劳、坚强等优秀品质被

娱乐化的信息所弱化甚至丑化,公众对严肃的社会事件的责任感也与日递减。为了对抗这种泛娱乐化的媒介环境,仅仅靠法律和政策打击是远远不够的,这势必会导致满足公众精神需求的信息的真空,让低俗信息再次占据网络空间,这就要求我们必须建设一种健康的社会文化氛围来满足人们的精神需求,走出泛娱乐化、同质化的怪圈,通过技术、方式、题材等创新,摆脱浅层次的模仿和抄袭,为受众提供多元化的选择健康、充实的网络内容。

随着技术进步、社会发展和社会心理的变化,娱乐元素与严肃事物的适度结合既是大势所趋,也是民心所向。^[4]例如,“网红+直播+扶贫”模式的暖心助农活动就是娱乐元素与严肃事物成功结合的表现,“李子柒”和“张同学”等短视频博主以娱乐的形式宣传乡村文化和生活,扎实地推动了乡村振兴。

结语

大众媒介打破了传统的信息壁垒,为我们带来了带来信息、娱乐、知识、价值观,在一定程度上满足了公众的精神生活需求。但是,媒介环境的泛娱乐化让夹杂

着错误导向的内容被传播,消解了部分社会议题的严肃性,严重腐蚀了公民群体的社会责任感和社会文化氛围。我们需要注意的是,严肃议题的讨论和指向性决定了一个社会的价值标准和道德底线,影响着公众的媒介素养和深度思考的能力。因此,当我们讨论公共事件时,应当回归到作为人类这一共同体的基本道德审视和思考当中,在媒介使用时端正使用态度,正视并深入思考媒介内容,提高自身的思维自觉,才能够不被技术所支配,被舆论所裹挟,避免走向“娱乐至死”的深渊。

参考文献

- [1] 尼尔·波兹曼.娱乐至死[M].章艳,译.北京:中信出版社,2015.
- [2] 杨章文.网络泛娱乐化:青年主流意识形态的“遮蔽”及其“解蔽”[J].探索,2020, No.215(05): 181-192.
- [3] 《马克思恩格斯全集》(第30卷),北京:人民出版社,1995: 32-33.
- [4] 王娟,刘文雅.泛娱乐主义的审视与超越[J].思想教育研究,2020, No.317(11): 62-66.