

# 《建军大业》传播中的主流意识形态领导权建构：第三代话语理论进路的分析

汤敏

## 摘要

为探求主流意识形态具体的运作机制与认同形成机理，走向中-微观的话语实践分析成为一种值得重视的研究范式。基于第三代话语理论的进路，围绕国家与社会在意识形态话语实践中的互动这一实证化视角，本文考察了电影《建军大业》传播中的主流意识形态领导权建构。作为一次典型的意识形态话语实践，《建军大业》及其传播在后现代多元身份认同与主客体错位的历史语境中，通过打造一种“年轻派”的话语纽结点将各差异性的主体立场与能指因素加以接合，在很大程度上完成了对多样化主体立场的重塑与身份认同的统合，从而相对成功地实现了面向广大受众尤其是年轻观众的意识形态认同召询与领导权建构。本研究还表明，从话语实践的角度推进主流意识形态相关问题的实证研究，第三代话语理论的“接合分析”对此具有鲜明的理论解释力与方法可行性，值得相关研究的探索性开掘。

## 关键词

意识形态、领导权、接合分析、第三代话语理论、后马克思主义

## 作者简介

汤敏，中山大学传播与设计学院政治传播学博士研究生。邮箱：670386976@qq.com。

本文是2016教育部哲学社科研究重大课题攻关项目（16JZD006）“大数据时代国家意识形态安全风险与防范体系构建研究”的阶段成果。

## Hegemonic Construction of Mainstream Ideology in the Communication of *The Founding of an Army*: Analysis in the Approach of the Third Generation of Discourse Theory

TANG Min

## Abstract

In order to explore the concrete operation and identification mechanism of mainstream ideology, discourse practice analysis in the middle-micro level has become a research paradigm worthy of attention. Through the analytical approach of the third generation of discourse theory, and focusing

on the empirical perspective of the interaction between state and society in the ideological discourse practice, this article examines hegemonic construction of mainstream ideology in the communication of the movie *The Founding of an Army*. As a typical ideological discourse practice and in the historical context of post-modern with various identities and subject-object dislocation, the film and its communication has articulated various differential subject positions and signifier elements by creating a "young style" discourse nodal point. Thus, to a great extent, the differential subject positions have been modified and various identities been integrated, which means the relative success of the identity interpellation and hegemonic construction of the mainstream ideology in the film disseminated to the mass audiences, especially the young generation. This study also shows that the articulation analysis in the third generation of discourse theory has distinctive theoretical explanatory power and methodological feasibility as to facilitating empirical study on mainstream ideology related issues from the perspective of discourse practice, which is worthy of academic exploratory excavation.

### Keywords

Ideology, Hegemony, Articulation Analysis, The Third Generation of Discourse Theory, Post-Marxism

### Author

Tang Min is a candidate for PhD of political communication in School of Communication and Design, Sun Yat-sen University of China, Email:670386976@qq.com.

This paper gets support from 2016 Ministry of Education's foundation research project of philosophy and social science (16JZD006) "Security Risk and Its Prevention System Construction of State Ideology in Big Data Era".

## 一、引言

自移动互联网、Web2.0与社交媒体等新兴传播技术和形态蓬勃发展导致的“新传播革命”（李良荣，郑雯，2012）以来，Manuel Castells（2000，2003）在世纪之交所观察到的信息时代“网络社会的崛起”（the rise of network society）和“认同的力量”（the power of identity）越发显见。所谓信息化社会，意即知识生产、经济生产力、政治-军事权力，以及媒体传播的核心过程，已经被信息化范式所深深转化并且连接上依此逻辑而运作的财富、权力与象征的全球网络的社会（卡斯特，2000/2001：24）。信息化范式的一个基本特征是身份认同（identity）的彰显，“对于集体或个人认定与建构之认同的追寻，成为社会意义的基本来源”（卡斯特，2000/2001：3），甚至是唯一来源。这使得信息化时代的权力不再集中于机构（如国家）、组织（如资本主义企业）和符号的控制者（如公司制媒体、教会）之

手,而是存在于信息的符码中,存在于再现的影像里;信息时代的权力既是可以辨认的又是可扩散的,它是一种围绕社会的文化符码展开无休止战争的能力,其作用的场域是人们的心灵;无论是谁,也不管是什么,赢得了人心也就赢得了统治(卡斯特,2003/2006:416)。

意识形态问题,可以说是直接关乎人心、关乎认同进而关乎信息时代社会权力变迁与统治格局的重大问题。卡斯特(2003/2006:411)观察到,在网络社会的变迁中,从工业制度和组织中发展出来的政治意识形态,不管是以民族国家为基础的民主自由主义,还是以工人为基础的社会主义,都发现自己在新的社会语境下被剥夺了现实的意义。可以说,互联网等传播技术的发展,不仅重塑了媒体传播的核心过程,更是对一个社会的意识形态发展与运作产生了重大影响。本研究所要关注的,则是在移动互联网的社会化传播语境下,当代中国主流意识形态如何基于日常化的传播实践进行其领导权的建构。正如郑永年(2016:03)所言,对中国共产党来说,其意识形态的意义在很大程度上远超作为一个政党组织的意义,如果说党的组织对象是政党及其政府,那么其意识形态的触角则远远超越于党及其政府本身而深入到整个社会。

正是出于此种问题的重要性,近年来在全球化、社会转型与互联网传播革命的大背景下,有关主流意识形态问题的研究逐渐升温而成为“热门话题”。学界有关主流意识形态问题的研究,多是围绕马克思主义或社会主义意识形态话语权、领导权建设面临的机遇、挑战与困境及其应对策略与路径等议题而展开,取得了一定的知识成果。然而,据众多相关综述性研究文献的梳理,目前国内学界对主流意识形态的研究还存在有诸多方面的不足。比如,杨昕(2012)认为,“理论界虽然对当代中国主流意识形态话语权面临的困境和挑战进行了综合性与系统性的分析,但这些分析主要采用的是概括、归纳和阐释等一些比较传统的理论性分析方法,而缺乏对这一问题的实证性研究”。胡银银(2013)也认为,“目前关于意识形态话语权问题的研究,理论界虽然对其面临的困境和挑战进行了综合性分析,但这些分析主要采用的是归纳、总结和概括等传统理论性分析方法,也就是停留在理论推演和阐释上,缺少一定的实证支撑,因而提出的路径和对策就难免有些理想化,缺乏可操作性”。在综述互联网时代条件下社会主义意识形态建设相关研究的成果时,李宁、刘媛媛(2015)也发现“从2007年至2013年,学界相关研究大同小异,一些研究成果多停留于口号式的理念或者形式化的实践途径,少有与时俱进、有针对性的创新……也因为此,较为成熟的理论观点和较具实效的指导性意见尚未形成”。李

超民、邓露（2017）则进一步指出，对意识形态领导权面临的挑战及问题方面的研究学术成果颇丰，但对意识形态领导权发生机理的研究略显不足。

储著源（2016）指出，“目前，比较薄弱的研究领域是如何在现有成果基础上将主流意识形态建设战略大众化、微观化、实践化、措施化”。可以说，众多关于主流意识形态建设的对策性研究成果之所以缺乏指导的实效性与可操作性，是因为这些研究本身大多缺乏实证品格，它们多是基于直觉性经验观察的思辨与阐释，对意识形态及其领导权具体通过何种认同的手段与手法来运行和建构，鲜有基于经验调查上的实证研究，因此急需推进对意识形态运行与功能发挥机制的实证研究。但正如戈士国（2013：8-9）所总结的，关于意识形态功能发挥机制问题的研究，或因其“诡谲”，或由于意识形态强调“灌输”的传统思维定势而被冷落；这导致现有对意识形态功能机制的研究，往往停留于表象，作发生学式的描述与归纳，意识形态生成、运转与调适的内在机理和规律没有得到自觉的和学理性的阐释。

因此，一方面我们需要提升主流意识形态相关问题研究的实证品格，另一方面我们需要提升意识形态生成、运转与调适等相关问题研究的学理品质。正是在这种研究现状的背景下，有学者提出，对意识形态问题的研究应该发生“话语实践”转向，也就是说考察国家与社会在意识形态话语实践中的互动，应该成为意识形态研究的核心议题（王国勤，2015）。“意识形态建设必须考虑嵌入在话语实践中的国家意识形态如何更好地实现和社会日常生活话语之间的良性互动”，因为意识形态功能的发挥是通过一个个具体场域的话语实践来实现的，因此“需要去探究意识形态作为理想与价值或一个改造社会的计划如何通过各种实践技术得以渗透到地方或基层社会和人们的日常生活的”（王国勤，2015）。这也恰如诺曼·费尔克拉夫（1992/2003：81）所言，“嵌入到话语实践之中的意识形态在其被弄得自然化或获得‘常识’地位时，效力最大。”

因此，为了探求主流意识形态具体的运作机制及其认同形成机理，走向中-微观的意识形态话语分析，就成为一种值得重视的研究范式。因为“一种意识形态的传播效果并不是由少数统治者和传播者决定的，而是由社会公众认同状况决定的，只有得到大众认同并达成共识的价值观，才会最终形成这个社会的主流意识”（孔德永，2012）。也就是说，得到大众广泛参与与意义体认并产生认同效果的主流意识形态才可能成其为“主流”。故此，有关主流意识形态的研究，尤其需要抓住一些主流意识形态话语实践的“热点时刻”（hot moment），去考察大众如何参与典型的意识形态传播事件，如何在意识形态性的意义实践中产生认同、冷漠乃至反向



认同。

沿着这一思路,本文聚焦电影《建军大业》这一意识形态性的传播实践,将该电影的传播视为一个带有特定主流意涵的国家意识形态话语同社会日常生活话语两相互动的热点时刻,来从第三代话语理论(the third generation of discourse theory)的基本概念与分析视角出发,探寻这一主流意识形态话语实践中意识形态领导权建构的具体策略和意识形态认同效应的发生机理及其固有特性,从而为主流意识形态相关问题的研究提供一种实证化的进路参考,以及一种有关主流意识形态安全维护工作的理论启发。

## 二、理论起点与分析进路:第三代话语理论的基本概念与分析逻辑

话语理论(discourse theory)在广义的社会科学中具有不同的概念版本与分析的操作思路。根据Torfing(2005: 5-9)的梳理,在广义社会科学领域,至今已有三代话语理论:第一代话语理论以狭义的语言意义来界定话语,将“话语”视为一个比句子更大的语篇单位,并侧重于口语或书面语的语义方面(Holsti, 1969; Downes, 1984);第二代话语理论受到福柯(Michel Foucault)话语实践分析(analysis of the discursive practices)的思想启发,将对“话语”的界定不再局限于口头或书面语言,而是拓展至更广阔的社会实践,并在批判性话语分析(Critical Discourse Analysis)中得到展开(Fairclough, 1992; Van Dijk, 2003);受福柯、德里达(Jacques Derrida)、拉康(Jacques Lacan)等后现代思想家的影响,作为对第二代话语理论的扬弃与发展,第三代话语理论将话语概念拓展到一切语言和非语言的社会意义实践,并经由政治理论家、英国“埃塞克斯话语分析学派”(Essex School of discourse analysis)学者拉克劳与墨菲(Ernesto Laclau & Chantal Mouffe, 1985/2001)在《领导权与社会主义的策略:走向激进民主政治》(*Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*)一书中的整合性阐释,而逐渐发展成为一种后结构主义(post-structuralist)、后现代(post-modern)与后马克思主义(post-Marxist)的话语与政治理论。

徐桂权(2016: 7)总结发现,近年来,由拉克劳与墨菲整合性发展的第三代话语理论开始应用于文化研究和媒介研究,展现出该理论对于媒介、文化与社会现象的独到洞察力(Carpentier & De Cleen, 2007; Carpentier & Spinoy, 2008; Dahlberg & Phelan, 2011)。比如,针对网络民粹主义这种媒介文化现象,刘小龙(2017)就围绕“延迟退休年龄”政策制定时刻网民在微博、微信等社交媒体上生

产的文本,以该话语理论作为分析视角,研究出了中国网络民粹主义话语建构与解构的双重逻辑,从而从话语博弈的微观机制中透视出了民粹主义的理论主张及其本质特征。此外,该话语理论也逐渐被应用到对社会思潮与意识形态变迁的分析中,比如针对20世纪90年代的社会民主党意识形态(social democracy ideology)如何实现更新(renewal),De Vos(2003)就基于此种话语理论的分析视角,阐释出了西方社会民主主义如何在历经1970年代以来福利国家危机的情况下,通过诸种要素的调整而修正为90年代后新工党“第三条道路”(the Third Way)的意识形态。这一理论视角“尽管其哲学基础值得商榷,但在方法上却有着优势:把关注点从宏观的系统分析转向具体的话语逻辑生成过程”(刘小龙,2017)。本研究所遵循的话语理论与分析进路,正是后马克思主义的第三代话语理论的分析进路(如图1)。

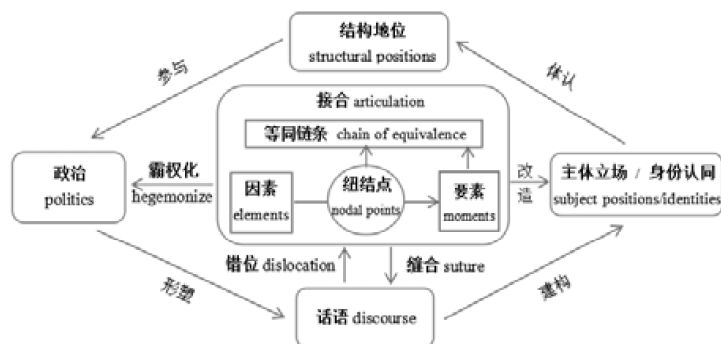


图1：第三代话语理论的核心概念与理论逻辑示意图

首先,后马克思主义的话语理论预设性地认为,客体(object)的存在是被建构的,任何客体事物都是话语的客体,它们的意义取决于一个社会化建构起来的规则系统与意义差异体系(socially constructed system of rules and significant differences)(Howarth & Stavrakakis, 2000: 3)。也就是说,“事物的意义取决于那些构成其身份与意义的话语秩序,每一种话语都是一种社会和政治的建构,这种建构确立起了一种有关不同客体与主体实践之间关系的体系,同时为社会行动者(social agents)提供了一种用以形成身份认同(identify)的主体立场(subject positions)”(Howarth & Stavrakakis, 2000: 3)。于是,该话语理论“把话语(discourse)定义为一个形成主体与客体之身份认同的意义实践体系(systems of meaningful practices)”(Howarth & Stavrakakis, 2000: 3-4)。因此,遵循德里达“文本之外一无所有”(‘There is nothing outside the text’)的理念,该话语理论在本体论(ontology)上将一切语言的和非语言的社会实践皆视为可以当作“文本”来加以构造或解读的“话语”,因为任何社会实践都是具有特定意涵与符号结

构的表意实践（signifying practices），主客体在其中获得意义（meanings）、立场（positions），并由此形成身份认同（identities）。

其次，在拉克劳与墨菲看来，话语的形成其实是接合实践（articulatory practice）的结果。“我们将任何在各因素之间建立起关联、从而它们的身份认同因之而得以被改造的实践称为接合（articulation）；由这种接合实践所产生的结构化的总体我们称其为话语；有差别的主体立场（differential subject positions）只要在话语中被接合起来（articulated），我们就称之为要素（moments）；相反，我们称任何没有被话语接合起来的差异性为因素（elements）”（Laclau & Mouffe, 2001: 105）。而任何话语都被建构成对话语场域形成主导、以阻止差异流动和构造起一个中心的尝试，那种占主导地位的局部固定的话语点（discursive points）被称为纽结点（nodal points）；因此，接合实践便围绕着局部固定意义的纽结点的建构而进行（Laclau & Mouffe, 2001: 112-113）。纽结点倾向于对相邻的主体立场施加整一性的影响，结果这些被影响了主体立场丧失了其漂浮不定的性质而“成为意义结构网络的一部分”（史密斯，1998/2011: 134）。围绕着纽结点，不同的主体立场接合在一起从而形成一个等同链条（chain of equivalence），这些要素被符号性地共同锁定在另一个阵营的对抗地位上，结果它们之间一部分共有的信念使其产生了身份认同的重叠，从而相应地改变了其主体立场的内涵（史密斯，1998/2011: 121-122）。

然后，因为主体的身份认同也即其意义需要在与“他者”（the ‘other’）的关系中被建构，也就是说只有实现与“他者”的差异性承认才能实现“自我”的认同。而这一“他者”因素又阻止“我”成为完全意义上的“我”，也即无法让主体形成完整的身份认同，于是对抗（antagonism）便会发生。由于对抗性的必然存在，将各种因素围绕纽结点而完全接合到某一个话语形构（discourse formation）中的过程是永远无法完成的，同时“等同链条决不会消解为一个单一的同质群体，主体立场之间的共时差异总是在一定程度上被保留下来”（史密斯，1998/2011: 122）。正因为如此，话语结构做不到终极闭合（ultimate closure），意义的固定永远只是局部的与偶然的。而使话语结构的偶然性与非闭合性得以显现的过程便是错位（dislocation）：通过结构的离散化，某些社会进程让业已形成的身份认同遭到消解并逐渐引发了主体的认同危机；而尽管错位消解了认同与话语，但它同样在意义层面造成了空白而得以激发新的话语建构，以此来缝合（suture）错位了的结构（Howarth & Stavrakakis, 2000: 13）。也就是说，话语结构的错位会导致空白能

指 (empty signifier) 的产生, 这为话语接合造成了必要性与可能性。而为填实这一空白能指, 主体立场与主客体的身份认同不可避免地要被改造与形塑。在后马克思主义看来, 主体立场 (subject positions) 是指个人信念的集合, 个体借此解读并回应其位于社会形式内部的结构地位 (structural positions) (史密斯, 1998/2011: 78), 它“并不意味着一种拥有特殊利益的同质化主体, 而是任何‘具体的人’都可能多种不同的主体立场” (Howarth & Stavrakakis, 2000: 13)。正是因为对抗性的存在与错位不可避免地发生, 每一个主体立场都像“漂浮的能指” (floating signifiers): 它们的意义从来不是完全固定的, 而是始终向改变敞开着 (史密斯, 1998/2011: 119)。因此, 主体立场与身份认同是非本质主义的、偶然的和流动的, “社会空间也因此被揭示为一个永远也无法闭合并被建构为一个完整客观性呈现的场域” (Howarth & Stavrakakis, 2000: 10)。

最后, 填实空白能指与缝合错位以形成相对固定之话语结构的努力, 也就领导权接合实践 (hegemonic articulation practice)。Hegemony 这一理论概念 (译为“领导权”或“文化领导权”), 是后马克思主义话语分析的核心旨归。该理论认为, 任何一项政治规划 (political project) 都试图将不同的话语束加以编织整合, 以努力实现对一个意义场域的组织与主导, 由此以一种特定的方式固定客体事物的意义与主客体的身份认同 (Howarth & Stavrakakis, 2000: 3)。也就是说, “任何一个政治项目的成功是由其在特定语境中固定、至少是相对固定起意义的能力来衡量的, 这种能力便是领导权, 话语场域的表面闭合 (apparent closure) 便是为实现领导权而采取的各种策略的运作结果” (Sayyid & Zac, 1998: 261)。所以, 领导权建构本质上是一种话语接合实践, 它“预设了一个充满对抗性的社会场域以及可被接合的各种因素的存在; 领导权项目 (hegemonic projects) 推行的主要目标就在于建构纽结点并使之稳固化, 由此通过接合尽可能多的漂浮的能指因素来建构出具体社会秩序的基石” (Howarth & Stavrakakis, 2000: 15)。而由于终极闭合的不可能性,

“任何领导权都终将面临无法为人们感知这个世界提供一套有说服力的、合法化的模型的一天” (De Vos, 2003)。所以, 领导权既作为话语接合的结果而存在, 也作为一个永无休止的接合实践而运行。当不可避免的错位效应发生时, 试图建构领导权的话语便会通过不断地接合差异化的因素来生产主客体新的身份认同, 以此缝合错位了的结构, 从而实现其领导权的生产与再生产。从这个意义上讲, 政治 (politics) 的成功运作就要不断地领导权化 (hegemonize) 其话语, 不断实现意识形态领导权的重建。

### 三、研究对象与方法说明

于2017年7月27日在中国大陆上映的《建军大业》（*The Founding of an Army*），是一部为庆祝中国共产党建军90周年而制作的献礼影片。该电影由中国电影股份有限公司、八一制片厂等国有电影公司或官方部门牵头制作，联合博纳影业、英皇影业等民营影视公司共同出品，讲述了从1927年四·一二反革命政变导致国共第一次合作破裂，到周恩来、贺龙、叶挺、朱德等人8月1日发动南昌起义，再到经历三河坝战役朱德与毛泽东会师井冈山的中共建军历程和革命故事。它同2009年上映的《建国大业》、2011年上映的《建党伟业》一道构成近年被称为“建国三部曲”的主旋律献礼影片系列，因而是一个主流意识形态宣传的典型文本与话语实践。

之所以将该电影及其传播视为代表国家意志的主流意识形态话语同社会生活日常话语交相互动的一次典型实践，是因为一方面它承载了党建立与指挥军队进而挽救革命与建立国家的执政合法性意涵，另一方面又将自身传播的话语实践深度嵌入到了社会文化传播语境下的日常消费文化中，并在话语风格与营销模式上进一步展现出主旋律电影的商业化运作趋势。也就是说，无论演员阵容还是宣传营销，《建军大业》是近年主旋律电影商业化趋势中对异质性文化因素吸纳得最为鲜明的一次话语实践，这明显地赋予它一种有别于其他意识形态领导权策略的独特内涵——通过融合官方文化与非官方的娱乐文化因素来完成意识形态产品的产制、推广与意识形态的认同建构，由此作为一个“意义实践体系”而典型地展现了后马克思主义话语理论所阐释的领导权接合逻辑。

所以，本文把该电影本身及从开始进入公共讨论视野到上映期间这一时段内所发生的任何与该电影有关的直接宣传、两级传播、媒体报道以及社交媒体等平台上的受众反馈，视为一个“意义实践体系”，也即一个由各意义实践的行动主体所参与产生的“结构化的总体”，来从第三代话语理论的进路进行分析，由此围绕“国家与社会在意识形态话语实践中的互动”这一实证化视角来探析主流意识形态话语运作的某种机制及其认同建构的固有规律。为此，本文主要采用在线民族志和文本分析的方法，结合受众访谈，来考察作为一个意义实践体系的《建军大业》及其传播所置身的历史社会语境、所运用的话语接合策略与认同建构手法，及其所产生的意识形态认同效应。

首先，除了将新闻媒体对该文化事件所做的报道作为分析的基本事实来源，本文还主要采用在线民族志（online ethnography）的方法将网络的特定空间作为民族志观察对象。做在线民族志时，通过阅读文本和查看可视图像（如图标、符



号等),可以发现存在“基于兴趣的互动”(interactions of interest)的地方;若以一个标记(logo)或标语(banner)为线索,可以确定一个网络社群(websites affiliation);同时应该把注意力转向行动者在其中参与活动的多个地点之间的联系(卜红梅,2012)。通过使用标签或关键词#建军大业#检索微博、微信等社交平台与猫眼电影、淘票票、娱票儿、豆瓣网、时光网等观影票务平台,可以观察到这一文化传播事件中各方行动者所采取的行动与话语。观察的起始时间为电影的“全阵容海报”在官方微博@电影建军大业正式发布的2017年6月12日<sup>1</sup>,结束时间为本文初稿完成时的2017年8月25日。笔者将行动者划分为主流意识形态话语的推行主体、演员尤其是“小鲜肉”明星的参演主体、作为认同召询(identity interpellation)客体与文化消费者主体的网民以及参与论争的其他相关当事人这四大类型,观察与记录他们在各种在线社区与媒体平台所进行的传播行为和话语实践,具体涵盖:1.影片本身的话语建构以及代表电影制作发行方意志和代表主流意识形态意志的媒体或自媒体围绕该影片所进行的话语实践,包括微博@电影建军大业、主创人员比如导演@刘伟强,军队机关新媒体@军报记者、党的机关新媒体@人民日报等为电影所作的宣传、营销与评介;2.参演明星尤其是“小鲜肉”演员,比如@鹿晗、@李易峰、@张艺兴、@欧豪等对该影片所做的“两级传播”<sup>2</sup>,包括原创、转发或参与话题互动;3.在上述这些行为主体的微博帐号等页面进行评论、点赞的观众反馈与互动行为,以及观众在猫眼电影、豆瓣、时光网等票务与观影平台上的影评话语;4.最后就是相关当事人比如@叶大鹰参与相关话题论争的传播行为,以及相关网友和观察人士就此作出的反馈和讨论。其次,通过运用文本分析法,对作为一个影像文本的《建军大业》本身进行故事内容、叙事技法等维度的分析与含义解读,对经由在线民族志所获取的各方行动主体生产的典型文本,无论是文字的、图片的还是符号的,进行分析解读。最后,作为对上述方法的补充,在对各方话语行动者的行为事实进行典型性把握的基础上,还对观众进行一定的访谈以获知他们因这一传播事件而产生的心理变化与认同效应等心理事实,以同对电影意识形态认同效果的分析形成补充性验证。

#### 四、语境、接合与认同:《建军大业》传播中的意识形态领导权建构分析

从第三代话语理论的基本概念与分析视角出发,基于上述研究方法,笔者考察了作为一个“意义实践体系”的《建军大业》及其传播所置身的历史社会语境、所运用的话语接合策略与认同建构手法,及其所产生的意识形态认同效应。

（一）多元身份认同与主客体错位：《建军大业》领导权接合实践所处的历史语境

拉克劳在其早期著作中坚持认为，策略性话语介入的每一次分析都必须从历史的语境化开始（史密斯，1998/2011：222），因为“任何事件的意义都是它所发生的那个语境和（或）对它进行阐释的那个语境‘多元决定’的结果”（鲍曼，2011）。作为一个担负主流意识形态传播使命的媒介文本与话语实践，《建军大业》及其传播的策略性话语介入所发生的语境是一个现代性与后现代性交相并置的当代中国。作为一次主流意识形态的话语实践，其所要实现的最基本接合，就是将90年前发生的历史事件及其承载的历史与现实意涵同现代与后现代相重叠的政治社会状况及文化生态中的主客体进行勾连。

Eagleton（1996：x）认为，后现代性的物质基础是资本主义的新形式，诸如瞬息万变的、非中心化的技术领域，消费社会和文化工业；这种新的物质环境造成了传统的制造业被服务业、金融业和信息产业取代，也促成了传统的以阶级为核心的政治领域向各式各样的（基于族裔、性别、社区等的）身份认同政治转化。<sup>3</sup>建基于中国革命和社会主义国家体制这一“中国现代性集大成者和最高形态”（张旭东，1999）的当代中国，经历了改革开放近40年的市场经济发展与社会阶层分化尤其是互联网“新传播革命”（李良荣，郑雯，2012）以后，碎片化的社会利益格局与大众化的信息社会、消费社会进一步发展，这让后现代性某种程度地在中国得以生长。单一理论框架、宏大叙事或终极性解释进一步瓦解，反中心、飘移性与流动化的多样社会思潮和多元文化认同兴起。

作为隶属于民族国家建构之现代性逻辑的革命叙述，历经社会形态转型与文化生态变迁之后，《建军大业》所承载的话语意涵在建军事件发生90年以后的民众尤其是年轻一代所浸淫的去政治化、娱乐化和商业化的日常文化空间中，显得有点格格不入。尤其是年轻一代，他们借以观赏该影片所应具备的最基本的历史常识，有时候都付诸阙如。

@烟雾与镜像：刚刚去看《建军大业》，看到朱德率领部队打到广州以后处处受挫，旁边一个妹子太入戏自言自语：现在怎么办呀？我说：上井冈山！这时候前面一个妹子转过头说：不要剧透！……这还用剧透吗，你有没有历史老师！

@ballball我光哥让我晃一晃：恍恍惚惚哈我旁边一个妹子 三河坝的时候一直说完了完了朱 德要死了吧好悲壮……我寻思……那后来开国大典天安门城楼上

那是谁👤👤👤

@朱小才有间歇性精神病：哈哈我也是！今天下午陪我妹妹去看，里面毛说要送朱德八个字，我随口接了一句“星星之火，可以燎原”，然后果然是这句，旁边妹子惊呼：“太神了吧！你怎么知道！”我：？？？<sup>4</sup>

一个粉丝数不到1000的普通微博用户所发表的一条观影体验，在短时间内获得19000多次转发与8000多条评论互动，并引发大量如上述第二、三条微博之类的观影反馈，不得不说，曾经一度占据主导地位的一元化革命叙事与阶级话语在后现代多元文化认同的语境中遭遇了某种程度上的主客体错位（dislocation）——从高度闭合型社会的经典社会主义走出，那种借以进行合法性论证的单一版本的历史叙事逐渐因社会文化结构的离散化而遭遇认同乃至认知的危机。不过，错位造成了话语与认同的消解，但也在意义层面造就了空白而让新的话语建构得以激发，这同后现代语境中主体立场与身份认同的非决定性、偶然性和流动性一道，为主流意识形态的领导权重建提供了可能。从2009年的《建国大业》到2011年的《建党伟业》，我们看到，承载党和国家主流意识形态诉求的文化产品逐渐表现出商业化的运作风格，并对原本阶级性的意识形态内核有所松动，以在变迁了的政治社会语境中进行与之相适应的话语建构。

对于借由《建军大业》推行内含着爱国主义、历史合法性等要素之主流意识形态的行动者来说，他们依旧面临着与作为认同召询对象的民众尤其是年轻一代观众间的话语错位。这种错位不仅存在于主客体之间的认知结构与文化调性，还在于主旋律影片的天然严肃性同电影商业化趋势下作品可观赏性之间的内在矛盾。一部分年轻人对宏大叙事与革命历史的陌生感，以及他们主动建构自身文化生存意义的主体性对传统意识形态宣教的无感，共同为《建军大业》造就了一个需要通过某种话语接合而加以填充的空白能指，其领导权接合的实践便是围绕着某种组结点的建构而将空白能指加以填充、将话语错位加以缝合的过程。也就是说，广大观众尤其是年轻人对建军建党等爱国主义与革命式意识形态叙述的体认、对执政党历史合法性的了解与认同，在社会思潮多样化、各种亚文化和多元身份认同崛起的新媒体文化生存语境中，越来越成为一种指意空白（signifying emptiness）。围绕这一指意空白，主流意识形态的领导权建构获得了必要性与实践目标。

更具体地，对于《建军大业》所要实现的主流意识形态领导权建构效果来说，填充这一待填充的空白能指，就是要通过某种话语接合让广大观众产生一系列的意指实践（signifying practices），这些意指实践所造就的各种能指（signifier）符号，

无论是语言性的文本还是非语言性的行为,其所指(signified)就是那种对电影文本所蕴含的主流意识形态要素的认知、认可乃至认同。让这种主体立场的改造与认同效应的生产尽可能广泛与深刻地发生,便是在最大程度实现国家主流意识形态话语与社会日常生活话语之错位的重新缝合,而这,便有赖于一定的话语接合策略与认同建构手段。

## (二) 意义组合与认同传递:《建军大业》领导权接合实践的运作机理

话语理论探究社会实践如何在一个开放性的话语场域(discursive field)中通过接合一系列偶然性能指因素来系统性地建构起主体与客体的身份认同(Howarth & Stavrakakis, 2000: 7)。作为一次推行革命的英雄主义、爱国主义、执政党历史合法性以及党对军队的领导等主流意识形态要素的话语实践,《建军大业》在多元身份认同与主客体错位的社会语境中遭遇的其实是一个开放性的话语场域。也就是说,它面临着一系列的偶然性能指因素,这为其领导权建构的话语接合提供了多种可能。从建构起某种合理有效的纽结点,再围绕这一纽结点吸纳与整合多种差异性主体立场与能指因素,以在话语体系中固定起一系列的主流意识形态所指要素,到最终通过协同式的社会文化传播将各方行动者接合进这一意义实践体系而形塑其认同,《建军大业》意识形态的领导权接合逻辑就此展开:

接合的最基本含义,是通过一种中介或活动将不同的因素或构件连接成一个整体的实践活动(周凡, 2010: 94)。在《建军大业》所处的开放性话语场域中,各种与其接合实践相关的因素或构件包括:影片本身所要再现的发生于90年前的革命故事与建军话语,远离革命叙事与去政治化的社会大众尤其是年轻世代及其携带的文化生存方式与体验惯习,互联网语境下传播场域的新结构及社会文化传播的粉丝效应模式,以及商业化、娱乐化主导的电影市场新生态。这些差异性因素背后其实包含着多种差异性的主体立场,具体包括:党及其意识形态推行主体(包括影片制作发行方、主流媒体等行动者)传播主流意识形态以获取民众认同的政治立场,作为一种经济实体的文化工业生产者吸引消费者以获取价值增值的经济立场,作为消费者主体的大众自主多元地寻求精神体验与文化认同的文化立场。这些差异性因素与主体立场因其在话语错位时刻所具备的能指漂浮性而可以被接合起来,以获得意义的局部固定。如何打造出一个纽结点以让这些差异性主体立场被改造而达成同一,成为《建军大业》领导权建构的关键一步。

政治项目试图缝合错位的方法便是围绕新的纽结点而接合出一个能指链条(a chain of signifiers)(De Vos, 2003)。通过对电影的文本以及演职人员等背景信息

进行分析，对相关行动者在社交媒体等传播场域的营销话语进行民族志观察与文本分析，笔者发现，在建构起相应主流意识形态意义实践体系的过程中，以“趁年轻、干大事”为核心能指的纽结点被打造出来，也即通过电影叙事与宣传话语建构一种“年轻派”的核心意象与话语点（详见图2和表1），作为话语客体的建军历史故事、作为意识形态推行主体的发行制作方与同时作为意识形态认同召询客体与自主性文化意义寻求主体的观众，得以勾连与融合，上述差异性主体立场与能指因素被接合在了一起而形成一個等同链条（a chain of equivalence）。



图2：《建军大业》官方微博@电影建军大业所发布的部分“年轻派”宣传海报

表1：《建军大业》官方微博@电影建军大业为各年轻角色/演员定制的宣传话语

剧中角色（年龄）	饰演者	“年轻派”话语
叶挺（31）	欧豪	年轻就是战斗力
卢德铭（22）	张艺兴	年轻就是兵来将挡
粟裕（19）	刘昊然	年轻就是一腔热血
何长工（27）	李易峰	年轻就是全力以赴
蔡晴川（24）	白宇	年轻就是为理想而战
邓小平（23）	董子健	年轻就是心怀天下
任弼时（23）	陈晓	年轻就是风雨无阻
杨开慧（26）	李沁	年轻就是坚定不移
范桂霞（22）	周冬雨	年轻就是相信未来
洪门老八（不详）	陈伟霆	年轻就是义无反顾



正如安娜·玛丽·史密斯所言, 纽结点倾向于对相邻的主体立场施加整一性的影响, 结果这些被影响了主体立场丧失了漂浮不定的性质而成为“意义结构网络的一部分”。在《建军大业》传播话语的等同链条中, 我们看到, 围绕“年轻派”的话语纽结点, 各因素原本所具有的漂浮性多元意义被扭转而统合到了一起。一个发生在上述历史社会语境中的意义组合过程得以发生: 为使电影叙事更符合商业化趋势中的可观赏性诉求以及吸引年轻的观影群体, 承载特定信仰意涵的革命故事某种程度上被演绎成恩怨情仇式的江湖义气和年轻人“青春逐梦”的奋斗故事, 军事重工业电影的“暴力美学”也被运用以塑造强烈的视觉冲击; “年轻派”的叙事话语与宣传话语也为大面积起用“小鲜肉”明星以吸纳明星符号背后所附着的庞大的认同力量提供了合理性; 而对年轻“小鲜肉”演员的起用更是让一些对革命历史丧失基本认知与兴趣的年轻观众因其“爱豆”(idol)的参演而走进电影院来接受革命叙事的“洗礼”, 或者说, 遵循娱乐化与自主性意义获取与文化认同惯习的“去政治化”观众, 在其偶像的“召唤”下而被接合进这一政治化的主流意识形态的意义实践体系之中, 并由此展现出一个认同传递的过程。

通过上述纽结点的建构与各差异性主体立场的意义组合, 一系列话语要素得以在《建军大业》及其传播的话语形构(discursive formation)中被局部固定。具体包括: 年轻人为民族与国家命运英勇献身的爱国主义要素、青春应为信仰与理想而奋斗的英雄主义要素、党通过建立人民军队以完成现代民族国家建构的革命话语要素及由此所论证的党的执政合法性要素等等。电影对这些意识形态要素的宣扬, 显然不是通过直接的灌输来达成, 而是通过上述话语形构的过程, 尤其是借用一股重要的认同召询力量来实现——通过接合进“小鲜肉”演员及其所附着的庞大认同力量来完成认同的传递: 广大观众尤其是年轻粉丝对其“爱豆”的喜爱和认同, 被传递和转化为对其所参演的电影及其所附着的主流意识形态意涵要素的体验与认同。

表2: 对演员在微博上参与电影营销“两级传播”所进行的统计<sup>5</sup>

观测指标 微博账户(演员)-所饰演历史人物	微博粉丝数	传播条数 (条)	转发+评论+点赞数 (取总数最高一条)	互动率 (互动数/粉丝数)
@努力努力再努力 x(张艺兴)-卢德铭	26214111	2	1199010	4.574%
@马天宇(马天宇)-林彪	24988678	1	998140(评论关闭)	3.994%
@M鹿M(鹿晗)-联络员	37660573	1	1166308	3.097%
@刘昊然(刘昊然)-粟裕	12434407	2	236638	1.903%
@李易峰(李易峰)-何长工	38040007	1	674899	1.774%
@李沁(李沁)-杨开慧	12374160	2	211203	1.707%
@杨祐宁 YOYANG(杨佑宁)-钱大钧	2527925	2	40443	1.600%
@欧豪(欧豪)-叶挺	8387274	1	105658	1.260%

@张天爱(张天爱) — 宋美龄	10942007	1	132551	1.211%
@郑元畅小综(郑元畅) — 俞济时	10217069	1	105379	1.031%
@陈赫(陈赫) — 斯励	43070787	2	420328	0.976%
@关晓彤(关晓彤) — 邓颖超	17643974	2	161644	0.916%
@朱亚文(朱亚文) — 周恩来	8088579	5	73133	0.904%
@余少群(余少群) — 汪精卫	1097245	3	8349	0.761%
@董冬咚d(董子健) — 邓小平	4800756	1	31287	0.652%
@周冬雨(周冬雨) — 范桂霞	16748054	3	106441	0.636%
@cucn201 白客(白客) — 瞿秋白	5379331	2	21474	0.400%
@释小龙 Ashton(释小龙) — 聂荣臻	2800552	4	10782	0.385%
@演员黄志忠(黄志忠) — 朱德	533579	4	1888	0.354%
@演员王景春(王景春) — 贺龙	191278	3	513	0.268%
@韩庚(韩庚) — 张学良	49770752	4	114429	0.230%
@刘烨(刘烨) — 毛泽东	52562595	2	94799	0.180%
@包贝尔(包贝尔) — 守城军官	11129000	1	19564	0.176%
@宋佳(宋佳) — 宋庆龄	11756386	1	19832	0.169%
@吴樾(吴樾) — 张国焘	1074204	1	1426	0.133%
@于和伟(于和伟) — 陈独秀	8085020	2	7272	0.090%
@马伊俐(马伊俐) — 向警予	41735427	2	18086	0.043%

通过表2的不完全统计和梳理我们可以发现,数十位参演人员在社交媒体上所聚集的庞大粉丝群体(拥有千万级微博粉丝量的演员就多达至少16位),成为电影经由明星的“两级传播”而广泛触达的传播对象。其中,张艺兴、马天宇、鹿晗、刘昊然、李易峰、欧豪等被舆论称为“小鲜肉”而让电影遭受质疑的年轻演员,对影片宣传所做的再传播无一不进入了单条微博互动率的前10名。可见,这些拥有强大粉丝号召力的“小鲜肉”在电影营销方面居功至伟。对这些拥有强大影视文化影响力的年轻演员或“流量小生”进行接合,让国家层面的主流意识形态同社会层面的日常文化消费话语找到了最便捷和有效的互动桥梁。通过这些桥梁,很多年轻观众“是因为自己的爱豆而去看这部电影的”<sup>6</sup>,并在观影之后主动进一步了解相关的历史人物与故事。

观众维C:因为阵容比较强大,里面又有自己比较喜欢的明星,所以就去了,我喜欢刘昊然、张天爱。<sup>7</sup>

而经由电影叙事的视觉冲撞与情感冲击,他们对“爱豆”的喜爱和认同被传递为对电影故事及其意识形态要素的体验与认可。

@爱笑的兔比小姐：谢谢对李易峰的肯定，通过他我们认识了何长工爷爷，很了不起的先辈👍人民一辈子的长工，中国人民解放军第一面军旗的设计者👍向你的外公何长工同志致敬，吾辈必当勤勉，持书仗剑耀中华，铭记历史。<sup>8</sup>

@凌果依：让更多的新一代更深刻的认识历史，知道现在的和平来之不易，我前座就是妈妈带着孩子来看的，可惜即使有这么多“小鲜肉”也不能使这电影满座，看完电影对国家又多一份尊敬，在这来之不易的和平时代更要努力完成自己的梦想，回来坐地铁时被检查背包，因为一瓶水被叫停下来检查，我更感觉到安心，因为我在一个相对很安全的国家里生活不用担惊受怕，提醒一下各位迷妹们请保持冷静，保持对这电影一点尊重，看到自己爱豆出现心里开心就好了，大呼小叫的我觉得是对烈士的不尊重。我也是迷妹。<sup>9</sup>

观众flower040：经过这部电影，我觉得党和政府在我心目中的形象变得更加正面、更加伟大了。<sup>10</sup>

（三）必然性对抗与偶然性认同：《建军大业》意识形态领导权建构的现实效应通过意义的局部固定而产生的话语与身份认同，天然地是一种政治性的存在，因为涉及到对抗性的建构与权力的行使（Howarth & Stavrakakis, 2000: 9）。在后马克思主义的话语分析看来，任何话语的领导权接合都必然意味着并面临着对抗性的建构，而正是因为对抗性的存在，任何一个话语结构也无法做到终极闭合。也就是说，任何一个试图建构领导权的话语都无法将所有差异性因素的身份认同加以统一化形塑，认同效应是偶然的和不确定性的。对抗的必然性意味着认同的偶然性，这在《建军大业》话语实践的争议性传播过程中典型地表现了出来。

通过打造“年轻派”的话语纽结点来进行参演人员的选用、电影叙事的设计和营销策略的定位，在上述意义组合和认同传递机制的作用下，《建军大业》在整体上获得了良好的观影反馈与主流意识形态传播效果，这可以从该影片的票房表现、各观影票务平台的观众评分和主流媒体的报道中得到证明<sup>11</sup>。然而，这并不意味着“年轻派”的话语形构能阻止差异化因素的流动而形成对话语场域的绝对主导。事实上，从曝光演员阵容开始直到上映后，该电影就始终面临着演员选用不当、用江湖义气遮蔽信仰大义、建军历史反映得不够充分和准确等反向认同话语的批评。例如，上映前在@人民日报、@军报记者等官方新媒体对影片所做宣传推介的网民反馈中，不少网友表达了对“小鲜肉”参演的不满。

@小宋先生09：不好意思，看了阵容以后我感觉他们好像在开玩笑一样！没演

员了吗? 🤔🤔我表示相当不期待! 🤔🤔<sup>12</sup>

@是俊no静: 我怎么感觉革命有一定难度 🤔🤔<sup>13</sup>

@哟鸿儿: 万万没想到, 建军大业的选角是这样 🤔🤔🤔过度迎合年(nao)轻(can)人(fen)了吧 🤔🤔🤔<sup>14</sup>

对演员起用不当表达不满的, 更有革命先烈的后代。比如叶挺之孙叶大鹰就认为“小鲜肉”的参演让“革命历史被严重地娱乐化, 是对革命历史的羞辱和歪曲”<sup>15</sup>。更重要的是, 有不少声音质疑影片对历史的叙述偏离了建军的真正历史及其本真意涵: “《建军大业》成了一部没有秋收起义、没有三湾改编的好哥们起义剧, 起义倒是蛮悲壮蛮热血的, 可是, 如果没有三湾改编, 你建的是哪门子军”(飞岸, 2017)? 更有观察家直接指出, “对‘建军大业’最有决定性的事件是三湾改编和古田会议, 但前者在影片中只有一句话, 后者则是影片结尾处匆匆打起的一块只有几分钟的补丁, 不了解历史的观众根本无从感受这两件事的重大意义。”(郭松民, 2017)

以上反向认同的批评话语表明, 领导权的建构始终面临着对各种社会规范性因素的艰难接合。“意识形态话语模式渗透社会的程度或控制社会的效力, 是与其同日常生活话语模式的嫁接或者融合程度相关的; 一般而言, 意识形态与社会规范融合度越高, 国家权力在话语实践中就越能得到民间社会的支持与合作, 反之, 得到的抵制与反抗就越多”(王国勤, 2015)。一边是随着社会结构与文化环境的变迁而不断生长着的新的话语规范, 比如互联网后现代思维与女性消费群体所助推的“鲜肉美学”与参与性的大众文化趋势, 另一边却是现代民族国家建构历程中所形成的规范性革命话语, 试图贴合新规范而改变旧规范的《建军大业》其话语实践必然面临着对抗性因素的质疑和挑战。也正是因为如此, 其所试图生产的意识形态认同效应, 具有很大的偶然性。

这种偶然性, 即使在认同新规范话语的行动者那里, 也是如此。比如, 那些认同“小鲜肉”参演电影的观众, 在其认同发生的客体对象上表现出模棱两可的不确定性——不知是粉丝因其偶像的参演而被接合进《建军大业》的意义实践体系, 进而产生了对主流意识形态要素的意义体验与认同, 还是《建军大业》作为一种因素而被接合进了某个粉丝消费与认同其偶像的意义实践体系, 进而让粉丝看到偶像身上新增了某种“革命英雄主义”的气质而对之更为“死忠”, 以至于电影在其脑海中根本就没留下什么特别的印象。在线田野观察和受众访谈表明, 对电影内容过目即忘而对“爱豆”的表现记忆犹新的情况是存在的。



@开心的威武姐姐：片中全明星阵容，有的即使只有一个镜头，甚至一句台词，但也都做了不少准备的。就像鹿晗饰演的联络员虽然只是在船上煮了一锅粥，只有一句台词，但还是格外的帅啊❤️比心~<sup>16</sup>

@天下太平：今天上午看了这部影片，观影者多人在分辨小明星而不是历史，令人长叹！<sup>17</sup>

这表明，“因素通过话语接合所获取的新的意义是偶然性的，且并非其先前隐藏含义或本质含义的揭露。不存在对意指实践领域的先验性所指限制，因为话语接合仅仅只受限于能指因素的可用性以及卷入接合实践中的政治力量的创造性”

（Howarth & Stavrakakis, 2000: 21-22）。尽管作为某种文化“政治力量”的主流意识形态推行者，将明星及其附着的认同召询力等因素“创造性”地接合进了其意义实践体系，但观众所进行的意义体验并非一定是对明星所演绎的人物及历史所固有意涵的体认，而很可能只是对明星的现时消费。这种对历史严肃性的娱乐化消解，也正是“建国三部曲”“数星星”模式一定程度上被人诟病的地方。

所以，领导权接合实践所产生的只能是偶然性的身份认同，这和必然性对抗一道共同决定了，任何话语的完全闭合都必然是比喻性的。那些在特定语境中建构起让所有可能表征得以再现的视域以及确立起什么是“可说性”限度的话语形式，都必定是象征性的，它们是“绝对的隐喻”（Laclau, 2006）。故而，恰如拉克劳进一步所言，“意识形态是一种在特定语境中试图使意义被固定的象征性、隐喻性和不稳定的意义闭合”（Laclau, 2006），《建军大业》若想完成意识形态领导权的完全重建与意义闭合，那么也必然是种象征性的“绝对的隐喻”。

## 五、结论与讨论

经由第三代话语理论的分析进路，在对《建军大业》传播的意识形态领导权建构所进行的实证化考察中，我们发现，作为一次典型的主流意识形态话语实践，《建军大业》及其传播在后现代多元身份认同与主客体错位的历史语境中，通过打造一种“年轻派”的话语组结点将各种差异性的主体立场与能指因素加以接合，在很大程度上完成了对多样化主体立场的重塑与身份认同的统合，从而相对成功地实现了面向广大受众尤其是年轻观众的主流意识形态认同召询与领导权建构。然而，争议性的传播过程与认同对象的模棱两可表明，《建军大业》所试图建构领导权的话语无法将所有差异性因素的身份认同加以统一形塑，从而让其意识形态认同效应表现出很大的偶然性和不确定性。



通过本文的研究,我们还可以发现,从话语实践的角度推进主流意识形态安全问题的实证研究,融合语境、接合与认同这三重分析维度的第三代话语理论的“接合分析”(articulation analysis)对此具有鲜明理论解释力与方法可行性。恰如霍尔所认为的,“一种接合理论(theory of articulation)既是一种理解方式,即理解意识形态的组成成分何以在一定的历史条件下通过一种话语聚合在一起;同时也是一种追问方式,即追问意识形态的组成成分何以在特定的事态下变成或不变成某些政治主体”(Grossberg, 1986)。对于以接合(articulation)与领导权(hegemony)为核心概念与分析旨归的第三代话语理论来说,认同的形成、新意识形态的产生、社会运动的逻辑,以及多元社会想象的社会形构等议题,是其所要探究的目标核心(Howarth & Stavrakakis, 2000: 2)。这些目标核心都与当代中国各种非主流意识形态和社会思潮的产生、接合与认同建构问题直接对接,因而让该分析进路足以成为填补主流意识形态相关研究实证性薄弱环节的“新”的路径与方法。

当然,对当代中国主流意识形态更多要素意涵及其领导权建构,以及影响主流意识形态安全的各种社会思潮与非主流意识形态之话语接合实践的研究,远非本文的个案研究所能涵括。而更多有关第三代话语理论的概念原理与分析逻辑,囿于单一研究的局限,本文也难以作出全面阐释。这些都有待于进一步研究的阐发,也有赖于相关学术研究和知识生产者的探索性开掘。

(责任编辑:孙彤昕)

### 注释 [Notes]

1. 发布“全阵容海报”的微博被转发24万+次,评论5万+条,因曝光了争议性“小鲜肉”演员而开始成为社交媒体讨论与传统媒体报道视野中的舆情热点。
2. 传播学的“两级传播”理论认为,有时大众传播并不是直接“流”向一般受众的,而是要经过意见领袖这个中间环节,即“大众传播→意见领袖→一般受众”;明星演员在其粉丝群体面前,某种意义上可被视为意见领袖;详见郭庆光:《传播学教程》,北京:中国人民大学出版社,2011年,第178、189页。
3. 详见伊格尔顿(Eagleton) *The illusions of postmodernism*一书的前言(Preface)部分。
4. 此三条微博来自于微博用户@烟雾与镜像所发表的一条观影体验及其网友反馈;发表日期:2017.07.29,可检索于[http://weibo.com/1768636231/FeDtyq6AY?filter=hot&root\\_comment\\_id=0](http://weibo.com/1768636231/FeDtyq6AY?filter=hot&root_comment_id=0),访问日期:2017.08.20。
5. 对参演该电影的所有演员的个人微博进行田野观察,统计其粉丝数和直接与电影宣传有关的微博条数,未发布任何相关微博内容的演员微博不予记录,发布不止一条的取其中互动数最高的一条,进行单条互动率降序排序;统计日期:2017.08.21。

6. 来自于对观众flower040的访谈, 访谈日期: 2017.08.20。
7. 来自于对观众维C的访谈, 访谈日期: 2017.08.22。
8. 来自于网友对何长工外孙在微博所发文章《看完<建军大业>后, 我有些话想说...》的评论, 发表日期: 2017.07.26; 可检索于[http://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404133874849473229#\\_0](http://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404133874849473229#_0), 访问日期: 2017.08.22。
9. 来自于猫眼电影客户端上《建军大业》专区的观众短评, 该短评获网友近1000次点赞和评论; 发表日期: 2017.07.27, 访问日期: 2017.08.22。
10. 来自于对观众flower040的访谈, 访谈日期: 2017.08.20。
11. 截至本文初稿完成时的2017年08月25日, 《建军大业》在各票房统计平台的平均票房已经达3.847亿元人民币, 观众的平均观影评分为8.9分。
12. 来自于微博帐号@人民日报; 发表日期: 2017.06.12, 可检索于[http://weibo.com/2803301701/F7x2wwspY?refer\\_flag=1001030106\\_&type=comment#\\_rnd1503400973761](http://weibo.com/2803301701/F7x2wwspY?refer_flag=1001030106_&type=comment#_rnd1503400973761), 访问日期: 2017.08.22。
13. 来自于微博帐号@军报记者; 发表日期: 2017.04.07, 可检索于[http://weibo.com/2280198017/EDpu2nrKF?filter=hot&root\\_comment\\_id=0&type=comment#\\_rnd1503395927692](http://weibo.com/2280198017/EDpu2nrKF?filter=hot&root_comment_id=0&type=comment#_rnd1503395927692), 访问日期: 2017.08.22。
14. 来自于微博帐号@军报记者; 发表日期: 2017.04.07, 可检索于[http://weibo.com/2280198017/EDpu2nrKF?filter=hot&root\\_comment\\_id=0&type=comment#\\_rnd1503395927692](http://weibo.com/2280198017/EDpu2nrKF?filter=hot&root_comment_id=0&type=comment#_rnd1503395927692), 访问日期: 2017.08.22。
15. 来自于微博帐号@叶大鹰, 发表日期: 2017.07.25, 可检索于[http://weibo.com/1248608975/Fe1FxxVkM?filter=hot&root\\_comment\\_id=0&type=comment#\\_rnd1503403653997](http://weibo.com/1248608975/Fe1FxxVkM?filter=hot&root_comment_id=0&type=comment#_rnd1503403653997), 访问日期: 2017.08.22。
16. 来自于微博帐号@电影建军大业某条微博的评论区; 发表日期: 2017.07.28, 可检索于<http://weibo.com/5993570920/FeqMgmjIA?type=comment>, 访问日期: 2017.08.22。
17. 来自于微信文章《<建军大业>还不如改名叫<血战三河坝>算了》的留言区; 发表日期: 2017.07.28, 可检索于<https://mp.weixin.qq.com/s/kqwocq5v0r-sANo7SC-80g>, 访问日期: 2017.08.22。

### 参考文献 [References]

- 安娜·玛丽·史密斯(1998/2011)。《拉克劳与墨菲: 激进民主想象》(付琼译)。南京: 江苏人民出版社。
- 保罗·鲍曼(2011)。后马克思主义的话语理论。《国外理论动态》, (4), 78-86。
- 卜玉梅(2012)。虚拟民族志: 田野, 方法与伦理。《社会学研究》, (6), 217-246。
- 储著源(2016)。主流意识形态研究述评。《湖南人文科技学院学报》, 33(5), 1-5。

- 飞岸(2017)。《<建军大业>这种伪意识形态秀,不作也罢!》。检索于<http://www.wyxxwk.com/Article/wenyi/2017/08/381841.html>。
- 戈士国(2013)。《重构中的功能叙事——意识形态概念变迁及其实践意蕴研究》。北京:人民出版社。
- 郭庆光(2011)。《传播学教程》(第2版)。北京:中国人民大学出版社。
- 郭松民(2017)。《<建军大业>还不如改名叫<血战三河坝>算了》。检索于<https://mp.weixin.qq.com/s/kqwocq5v0r-sANo7SC-80g>。
- 胡银银(2013)。近年来国内意识形态话语权研究回顾与述评。《武汉科技大学学报(社会科学版)》,(6), 649-653。
- 孔德永(2012)。当代我国主流意识形态认同建构的有效途径。《马克思主义研究》,(6), 91-99。
- 李超民,邓露(2017)。近五年来国内意识形态领导权研究述评。《求实》,(4), 13-22。
- 李宁,刘媛媛(2015)。互联网时代条件下社会主义意识形态建设研究综述。《党史文苑》,(4), 78-80。
- 李良荣,郑雯(2012)。论新传播革命——“新传播革命”研究之二。《现代传播》(中国传媒大学学报),34(4), 34-38+65。
- 刘小龙(2017)。解构与建构:当前中国网络民粹主义话语的生成逻辑。《中共浙江省委党校学报》,33(04), 82-91。
- 曼纽尔·卡斯特(2000/2001)。《网络社会的崛起(信息时代三部曲:经济、社会与文化·第一卷)》(严铸九等译)。北京:社会科学文献出版社。
- 曼纽尔·卡斯特(2003/2006)。《认同的力量(信息时代三部曲:经济、社会与文化·第二卷)》(曹荣湘译)。北京:社会科学文献出版社。
- 诺曼·费尔克拉夫(1992/2003)。《话语与社会变迁》(殷晓蓉译)。北京:华夏出版社。
- 王国勤(2015)。国家治理视域下的意识形态研究。《浙江社会科学》,(3), 38-43+157。
- 徐桂权(2016)。《从群众到公众——中国受众研究的话语变迁》。北京:人民日报出版社。
- 杨昕(2012)。当代中国意识形态话语权研究述评。《探索》,(3), 19-24。
- 张旭东(1999)。后现代主义与中国现代性。《读书》,(12), 12-20。
- 郑永年(2016)。《再塑意识形态》。北京:东方出版社。
- 周凡(2010)。《后马克思主义导论》。北京:中央编译出版社。
- Castells, M. (2000). *The information age: Economy, society and culture. Volume I: The rise of the network society*. Oxford, UK: Blackwell.

- Castells, M. (2003). *The information age:Economy,society and culture. Volume II:The power of identity*. Oxford, UK:Blackwell.
- De Vos, P. (2003). Discourse theory and the study of ideological (trans-) formations:analysing social democratic revisionism. *Pragmatics(Quarterly Publication of the International Pragmatics Association)*, 13(1),163-180.
- Eagleton, T. (1996). *The illusions of postmodernism*. Oxford,UK:Blackwell Publishing.
- Grossberg, L. (1986). On postmodernism and articulation:An interview with Stuart Hall. *Journal of Communication Inquiry*, 10(2), 45-60.
- Howarth, D. & Stavrakakis, Y. (2000). Introducing discourse theory and political analysis. In Howarth, D. ,Norval, A. J.& Stavrakakis, Y. (Eds.) *Discourse Theory and Political Analysis:Identities, Hegemonies and Social Change* (pp. 1-23) .Manchester:Manchester University Press.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (2001). *Hegemony and socialist strategy:Towards a radical democratic politics*. London, UK:Verso.
- Laclau, E. (2006). Ideology and post-Marxism. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 103-114.
- Sayyid, B. & Zac, L. (1998). Political analysis in a world without foundations. In Scarbrough, E. & Tanenbaum, E.(Eds.) *Research strategies in the social sciences: a guide to new approaches*. Oxford, UK:Oxford University Press.
- Torfin, J. (2005) .Discourse Theory:Achievements, Arguments, and Challenges. In Howarth, D.& Torfin, J.(Eds.) *Discourse theory in European politics:Identity, policy and governance*. New York: Palgrave Macmillan.