

# 建构“参与式认同”：主流意识形态在微博超话社区的圈层化传播与青年动员研究

朱月月

山东大学文化传播学院 山东 威海 264200

**【摘要】**：主流意识形态在青年群体中的传播效能，体现为其能否在圈层化的网络社会中有效凝聚青年共识、建构价值认同的能力。这种“参与式认同”的建构，是主流价值引领能力的关键表征。主流意识形态在微博超话社区创造性调适平台与青年文化逻辑，通过将宏大叙事转化为青年可感的文化符号、构建情感共同体、激励持续参与、赋权用户激发协同生产等方式，将青年转化为主流价值的积极共建者，提升了数字时代主流意识形态的引领力。

**【关键词】**：参与式认同；圈层化传播；青年动员

DOI:10.12417/3041-0630.26.02.092

当代中国青年作为“数字原住民”，其社会交往、文化实践与价值认同日益深度嵌入微博超话、B站社群等以趣缘关系为核心的网络圈层。传统主流意识形态传播的中心化、单向度模式，在这一新的社会语境中，时常遭遇“渠道悬浮”与“话语隔膜”的困境<sup>[1]</sup>。以共青团中央官方微博账号为代表的多元官方力量，正主动调整角色，深入青年文化的“前沿地带”。它们不再仅仅是权威信息的发布者，而是转型为超话社区的“策展人”、文化议题的“共建者”。

本文旨在对“参与式认同”这一核心概念进行系统的概念化解构与操作化定义，以官方运营的微博超话社区作为研究对象，对其传播策略进行深度解构，为相关主体在圈层化网络空间中有效引领青年、凝聚价值共识，提供兼具理论纵深与实践路径的参考框架。

## 1 文献综述与理论框架

研究“参与式认同”，首先要厘清其得以生成的具体语境与理论脉络。青年网络社群的实践逻辑是基础，揭示青年如何在趣缘联结中进行文化生产与身份建构；主流传播的现实挑战与转型探索是动因，呈现传统模式在数字环境中的局限与调适努力<sup>[2]</sup>；而微博超话的圈层化场域特性则是焦点，它为前两者的相遇与互动提供了具体的时空情境。

(1) 网络青年社群的兴起与“参与式文化”的赋能。随着互联网尤其是社交媒体的普及，青年人的社交场域逐渐从线下转向线上，形成了众多以共同兴趣、情感或目标为核心的网络社群。这类社群不仅为青年提供了情感归属与身份认同的空间，也催生了一种新的文化形态——“参与式文化”。亨利·詹金斯等学者指出，在新媒体环境中，受众不再是被动的信息接收者，而是转变为积极的内容创作者、传播者和社群活动的参与者<sup>[3]</sup>。现有研究丰富了对青年亚文化、粉丝经济等现象的理解，揭示了社群内部的知识共享与集体创造力。然而，主流政

治力量如何进入这些由青年主导的趣缘空间，以及青年的“参与”行为如何导向对主流价值观的内在“认同”，尚未得到充分探讨。

(2) 主流意识形态传播的困境与转型探索。面对青年群体向网络圈层“迁移”的现实，传统以机构为中心、以单向宣传为特征的传播模式显得力不从心。从《人民日报》到各级广电机构，纷纷通过入驻社交平台、运用网言网语、创新视听表达等方式，试图拉近与年轻受众的距离，提升传播的亲合力与有效性<sup>[4]</sup>。但其研究视角大多仍将青年预设为被动的“受众”或“引导对象”，重点考察的是“传播者如何改进说话方式”。对于主流力量如何真正“融入”青年社群的内部运作逻辑，通过机制设计激发青年的主体性的相关探讨仍显薄弱。

(3) 微博超话社区：一个圈层化传播的关键场域。微博“超话”功能，以其鲜明的兴趣导向和强大的社群聚合能力，成为观察网络圈层化传播的绝佳窗口<sup>[5]</sup>。在这里，用户可以形成互动紧密、认同感强的社群。官方机构也纷纷开设并精心运营超话社区，这不再是简单的“入驻”，而是试图在青年文化的土壤中生根发芽。现有研究往往停留在描述层面，未能深入剖析其背后复杂的传播策略与认同建构机制。

(4) 提出核心概念：参与式认同。“参与式认同”指在主流力量主动适应并融入的圈层化传播场域（如微博超话）中，青年用户并非作为被动客体接受灌输，而是通过持续性的仪式互动、文化生产与意义协商，在情感共鸣、实践投入与社群归属的交织过程中，主动建构起来的一种对主流价值的内在认可与身份融合。其强调三个层面：一是圈层适配的生成性：认同的生成紧密契合圈层化传播的节奏与逻辑。它不是一次性、外部的价值注入，而是在符合圈层趣缘特点的持续互动与内容共创中，逐渐内化、不断强化的动态过程<sup>[6]</sup>。二是实践驱动的嵌入性：认同深深植根于圈层内具体的、可参与的日常实践（如

打卡、创作、挑战)。三是协商共建的主体性:认同的形成是主流引导与青年圈层文化主体性之间持续对话、协商甚至博弈的结果。

## 2 “参与式认同”建构的四重传播机制

主流意识形态在微博超话这一典型的圈层化场域中,并非依靠传统的单向宣传,而是通过环环相扣、与圈层逻辑深度咬合的传播策略,系统性地引导青年从“围观”走向“参与”,从“参与”走向“认同”。

(1) 机制一:符号转换——话语的“圈层翻译”与意义嫁接。圈层化传播的首要特征是拥有独特的“话语体系”和符号认同。官方运营的核心突破点在于,扮演精明的“文化转译者”,将抽象的政治话语与国家叙事,创造性“翻译”成圈层内部认可、乐于接受甚至主动炫耀的“文化资本”<sup>[7]</sup>。这种转换不是生硬的植入,而是将主流价值的“内核”巧妙嫁接在青年熟悉的趣缘“枝干”上,使之在圈层内自然生长。

具体策略体现在三个方面:一是具象化,将“科技强国”转化为可触摸、可收藏的“航天员同款笔记”或“火箭残骸文创”,让宏大叙事变得可感可及。二是审美化,将“文化自信”演绎为一场视觉盛宴,如发起“国风四季”穿搭大赛、展示非遗工艺的微距之美,使价值认同附着于审美愉悦。三是人格化,将“奉献精神”具象为有血有肉的“蓝朋友”消防员日常Vlog、航天“星航员”的奋斗故事,让价值理念拥有可亲可敬的人格面孔。

(2) 机制二:情感共振——仪式互动与圈层“情感共同体”的缔结。圈层的凝聚力,很大程度上依赖于共享的情感体验与集体仪式。主流传播通过策划各类线上仪式,在超话内构建临时的“情感共同体”,将分散的个体情感汇聚为强烈的集体归属感<sup>[8]</sup>。

仪式主要分为两类,一是日常仪式,如“早安打卡”“晚安共读”,通过低门槛、高频率的重复,培养用户稳定的“社群在场感”,建立细水长流的情感连接。二是巅峰仪式,则围绕重大事件(如航天发射、国家庆典)展开,在发射任务期间发起“点亮我的星星”全球实时互动,评论区被“加油”“致敬”的弹幕瞬间刷屏。在此期间表达“自豪”“激动”“感动”等情感的评论量激增数倍。巧妙地利用了圈层的群体动力学,将外在的价值倡导转化为内在的情感认同。

(3) 机制三:游戏化设计——规则激励与参与“惯性”的养成。圈层文化中往往蕴含着强烈的互动、竞争与成就导向。官方运营深度整合了游戏化思维,将价值传播嵌入一套精心设计的“行为激励系统”<sup>[9]</sup>。

超话本身就是一个游戏化平台:发帖、评论可获得“经验值”升级;完成特定“任务”(如带话题发帖、参与投票)能

收获虚拟勋章;积分榜和贡献榜公开排名,激发友好的竞争氛围。此外,官方会定期推出短期“主题挑战赛”,如“发现身边的中国智造”摄影赛,优胜者获得官方认证或实体奖励。游戏化机制塑造了稳定的参与习惯,为更深层次的价值认同铺就了行为基石。

(4) 机制四:协同生产——权力让渡与意义“所有权”的共享。圈层化传播的活力,根植于成员主动地创作与分享。最高阶的认同发生在青年从“参与者”转变为“共建者”的时刻。通过策略性赋权,将意义生产的部分“所有权”让渡给青年,使其在创造性的劳动中完成对主流价值的深度内化与身份融合。

官方主要扮演平台搭建者与资源赋能者的角色:一是设立开放议题框架,如“#我眼中的中国式现代化#”征集,只设定主题,不限制形式,鼓励多元表达;二是提供创作“原料”,如发布高清文物素材包、邀请专家进行线上指导;三是给予至关重要的身份认可,即官方账号对优质用户生成内容进行“翻牌”转发或评论。一旦用户的创作被官方“加冕”,其后续创作活跃度与在圈层内的影响力会显著提升,并会带动其粉丝圈层卷入。这一机制从根本上重塑了青年与主流价值的关系。

## 3 青年动员范式的转型:权力关系的重构与认同逻辑的迭代

“参与式认同”的建构与四重传播机制的运作,表面上是一套新颖的传播策略。但实际上,是在数字时代的青年圈层中,主流意识形态的传播发生了一场静默却深刻的范式转型,重塑了数字时代青年动员的路径与效能。

(1) 权力关系的重构:从“单向宣导”到“协同共建”。在传统的宣传模式中,权力关系是清晰而稳固的。官方机构是唯一、权威的“发布者”,青年群体则是被动的“接收者”或“受教育者”。但在微博超话这样的圈层化空间里,青年聚集于此,是因为共同的兴趣,而非层级命令。权威在这里需要被重新“挣得”。权力关系发生了根本性的重构,呈现出一种“分布式”和“协商性”的新面貌。

首先是官方角色的“软化”与“转化”。官方账号不再是一个高高在上的“主导者”,更像一个社群的“资深玩家”“资源策展人”或“活动发起人”。它的影响力不再来自“我是谁”,而越来越多地取决于“我能为大家带来什么”。只有当它持续提供这些“价值服务”时,才能赢得青年的真心跟随和合作。权力,从一种固定的“所有权”,变成了一种流动的、需要持续维护的“影响力”。

其次,是青年主体性的“激活”与“显化”。在超话中,青年的知识、创意、组织力和网络幽默感,都成了宝贵的“资本”。一条用户自制的科普动画,可能比官方的通告贴传播更

广；一幅网友创作的插画，可能引发更强烈的情感共鸣。青年不再只是“受众”，他们成了内容的共同生产者、社群活力的贡献者乃至意义解读的参与者。他们用点赞、转发、创作和评论，实实在在地行使着话语权。

最后，“引导—协商—共建”的新型关系模式得以形成。官方提出框架、设定主题、提供资源；青年则在框架内发挥创造力，用自己的方式填充内容、诠释意义。认同，不再是官方“授予”的，而是在这个你来我往、互相激发的协作过程中，被共同“建构”出来的。权力从单向的灌输，变成了双向的流动与共享。

(2) 认同逻辑的迭代：从“说服—接受”到“实践—生成”。与权力关系变化相伴的，是人的内心如何形成认同的逻辑发生了更新。过去认同遵循“认知—态度—行为”的直线逻辑：先听懂道理，再形成认同，最后付诸行动。然而，在超话社群的观察中，青年的认同之路更常见的路径是：先行动，再感受，最后才形成深刻的认同和身份，形成新的认同逻辑——“实践—情感—身份”的螺旋生成模型。

首先，是低门槛的“实践”先行。青年往往不是先被道理说服，而是先被一个有趣的活动吸引。一个设计精美的“星空打卡”活动，一个有机会展示才华的“视频挑战赛”，因为“好玩”“好看”或“想试试”而参与进来，完成了第一次打卡、第一次投稿。行动跑在了理性认知的前面。

### 参考文献：

- [1] 蔡骐.网络圈层化下的青年社会交往与社会认同[J].中国青年研究,2019(7):5-12.
- [2] 潘霁,刘晖.数字时代主流意识形态传播的“粉丝化”转向及其调适[J].现代传播,2022,44(3):8-15.
- [3] Jenkins,H.,Ito,M.,&boyd,d.(2016).Participatory Culture in a Networked Era.Polity Press.
- [4] 董天策,李诗.舆论引导力解码:《人民日报》官方微博评论研究[J].现代传播,2025(7):70-82.
- [5] 彭兰.网络社会的圈层化:基于微博用户关系的分析[J].现代传播,2019,41(9):26-33.
- [6] 曾国明,李沁.媒介化生存:人的解放与异化[J].社会科学战线,2020(12):168-176.
- [7] Thornton,S.(1995).Club Cultures:Music,Media and Subcultural Capital.Polity Press.
- [8] Collins,R.(2004).Interaction Ritual Chains.Princeton University Press.
- [9] Deterding,S.,Dixon,D.,Khaled,R.,&Nacke,L.(2011).From Game Design Elements to Gamefulness:Defining"Gamification".MindTrek, 9-15.

其次，在持续实践中积累“情感”体验。在参与的过程中，个体不是孤立的。他们会看到无数同伴也在做同样的事，会在集体仪式中感受到万众一心的沸腾，会因为作品被点赞而获得成就感。这些体验催生了强烈的情感：归属感、自豪感、集体荣誉感。此时，情感不是理性思考的产物，而是实践带来的直接回报。

最后，情感固化为稳定的“身份”。当一个人持续参与国风创作，并被社群认可为“大神”时，“国风爱好者”或“文化传承者”就成了他重要的网络身份。关键在于，主流价值观（如“文化自信”）已经巧妙地编织进这个身份的内涵里。维护这个身份，分享相关作品，自然就成了践行这种价值的方式。价值认同从一种需要外部灌输的“结论”，变成了一个由内部生长出来的“过程”。

### 4 结论

主流意识形态在微博超话社区通过建构“参与式认同”为提升其传播效能提供了可供借鉴的经验。主流媒体的角色从“权威主导”转向“引导协商”，成为善于搭建平台、策划互动、激发共创的“场域架构师”，价值认同的生成逻辑也从“认知—态度—行为”的线性模式，迭代为“实践—情感—身份”螺旋上升的动态模型。青年不再是被动的信息接收者，而是在富有创造性的文化实践与社群互动中，逐步完成从参与者到价值共建者的身份转变。