



社会学丛书

“制造青春”： 当代流行文化与青少年的自我认同

刘芳著

中国社会科学出版社



社会学丛书

“制造青春”： 当代流行文化与青少年的自我认同

刘芳著



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

“制造青春”:当代流行文化与青少年的自我认同 / 刘芳著. —北京:
中国社会科学出版社, 2015. 12

ISBN 978-7-5161-7244-5

I. ①制… II. ①刘… III. ①现代文化—关系—青少年—
自我评价—研究 IV. ①C913.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 291072 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 冯春风
责任校对 张爱华
责任印制 张雪娇

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2015 年 12 月第 1 版
印 次 2015 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 21.75
插 页 2
字 数 355 千字
定 价 78.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话:010-84083683

版权所有 侵权必究

前 言

在大众媒介技术高度发达的当代社会，信息具有全球化的特征。地方性的传统秩序和日常的“生活世界”日益被重构，传统社会中相互分离的公共空间和私人空间正在媒介技术的作用下相互融合。传统社会学中所谓的“结构”和“互动”的差异正在媒介信息的影响下日益消解。

在传统社会，公共空间是与私人空间相分离的，个体因某些社会分层属性（如性别、种族、等级等）而清楚地将自我与他人相区别。但是，随着沟通工具的发展，传统的公共空间被打破，取而代之的是新的公共空间的形成：由传播技术引发的社会和文化在空间上的重组有效地废除了“公共的”和“私人的”的传统区别，人们足不出户便可尽知天下事，近如自己居住的社区，远至“索马里海盗”；上至“嫦娥二号”，下至“地沟油”……公共空间日益侵入私人空间。而私人空间也越来越融入了公共空间的元素——本属私人空间的博客、微博可以因某个言论而引发公共领域的讨论；而“政客落马”，“本·拉登被灭”等公共话题也照样会成为老百姓的日常谈资。“一人一电脑一世界”、“一人一手机一世界”就是我们生活于这个世界的素描画像。电脑、手机，确切地说是互联网技术，将属于私人空间的“个人”和公共空间的“社会”联结起来，这样，来自于“公共空间”社会要素中的快速变化性和多样性很快便会对个人的私人生活产生影响。于是，自我、他人和外部世界之间的界限也相应地变得模糊起来。

“在高度现代性的时代，远距离外所发生的事变对近距离事件以及对自我的亲密关系的影响，变得越来越普遍。在这方面，印刷或电子媒体明显地扮演着核心的角色……伴随大众传媒尤其是电子传媒的发展，自我发展和社会体系之间的相互渗透，正朝向全球体系迈进，这种渗透被愈益显

著地表达出来。”^① 吉登斯所描绘的“社会”和“自我”的关系图景，正是我们今天所面对的“社会事实”——“自我”与“社会”的关系问题，被当代的媒介传播推至个人问题的中心。

然而，正是在这种时代背景下，新型媒介（主要是指互联网）所传递的共同经验越来越使世界变得复制化、单一化——放眼全球，全世界的“STARBUCKS”都是同样的 LOGO 和同样的口味；全球知名的服装品牌在任何一个发达国家和发达城市的商业橱窗内都可以看得到；拥有“世界第×高楼”的“建筑奇观”给城市管理者所带来的“国际化姿态”和“至上荣耀”……在每个国家、每个地域都害怕被全球化“甩掉”而在拼命地向世界“开放”的同时，复制化、单一化也成了我们这个世界的景象，以至于我们虽然身处异乡却也会忽然因某种似曾相识而突然不再陌生……

而作为媒介信息最重要部分的流行文化，无疑是重塑我们的社会结构和生活世界的重要影响因子。流行文化是与工业社会尤其是晚期资本主义社会高度相关的一种特殊的文化现象，它不仅依托于高科技大众传媒而具有全球化传播的特质，而且，通过“赋意”的符号学特征而成为一种具有社会学意味的文化现象，对当代人的心理、行为产生了广泛和强烈的影响。在宏观上，流行文化对经济、政治、社会等一系列领域产生了巨大的影响和推动作用；在微观上，流行文化则体现为对人的心理、行为、社会交往、生活方式等方面的冲击。而更令我们感兴趣的，是流行文化通过其“社会化”的职能，成功地将其塑造的结构化的“意识形态”转化为日常生活世界中的“互动意义”。流行文化从而得以“自然地”、“令人心身愉悦地”、“毫无强迫地”影响了个体最为内在的部分：自我认同。作为个体对反思性的自我身份的认可与接纳，自我认同必然不能脱离流行文化这一后现代语境的影响。青少年期是自我认同发展的关键时期，同时青少年也是对流行文化最为敏感的群体。这种影响增加了青少年产生自我认同危机的可能性。

当然，以上仅是理论上的猜想。应当说，流行文化和自我认同各自并

^① [英] 安东尼·吉登斯：《现代性与自我认同》，赵旭东、方文译，生活·读书·新知三联书店 1998 年版，第 5 页。

不是崭新的话题，而于两者之中探寻其关系并辅之以经验研究的手段，则是令人期待的。加之文化的更迭与演进总会生出许多新的现象，并与生活在其中的人们产生千丝万缕的联系。因此，流行文化与自我认同的研究是一个生生不息的课题。那么，从经验层面上，流行文化作为现代社会尤其是 20 世纪以来人类所面临的最重要的文化情境，对青少年的自我认同究竟会产生怎样的影响？影响的程度和状态是怎样的？这种影响的发生机制又是怎样的？作为研究者，又如何对这种影响提供一些有价值的建议？种种思索使我们感到，以青少年为研究对象的该命题的验证工作具有强烈的时代性和紧迫感。

带着前人理论的鼓励和对社会现象的观察，作者提出了“流行文化对自我认同产生影响”这一假设命题，并从“作为一种宏观社会结构要素的流行文化”和“作为人际交往纽带的流行文化”两个层面来论证这一影响的发生机制。在实证主义研究范式的指导下，利用山东三个城市在校青少年的抽样调查数据，对该问题做出解释。得出的结论是：从总体上说，当代流行文化对青少年的自我认同具有显著的影响作用。其中，媒介流行文化通过社会化的方式，型塑青少年的自我认同。当代媒介流行文化通过“类型化”和“序列化”的商业运作手段，使个体在对“物”的功能消费和“符号”的文化消费之上确认自我在社会中的位置。又通过“赋予意义”和“识别意义”的手段传达自我认同。与此同时，媒介流行文化又通过广告、消费刺激等媒介手段，不断诱导着青少年违背现实、作出不切实际的自我心理期望值，导致期望和现实之间的认同落差，必然增加了自我认同危机的发生率。可以说，媒介流行文化在青少年自我认同发展中是“塑造者”的角色。而作为青少年重要交往纽带的群体流行文化，却在青少年自我认同发展中扮演着“颠覆者”的角色。群体流行文化的传播，干扰了青少年对自我确定性的认识，同时也降低了自我认同的心理需求度，因此一定程度上也消解了自我认同危机发生的可能性。

借用经验研究的结果，本书试图对“流行文化与青少年的自我认同”研究的相关理论成果进行验证，希望能够弥补在这一主题上缺乏实证研究的缺憾，丰富和拓展“文化与自我认同”研究以及“自我”与“社会”研究的相关理论。同时，尝试性地提出适合我国文化环境和青少年成长特点的“流行文化鉴别术”，减少其自我认同危机的发生，也希望能对家

庭、学校、社会的青少年教育和心理辅导起到一定的实践指导作用。而更值得我们关注且倍感责任重大的，是如何在流行文化无孔不入的时代语境下，促使青少年自我认同的稳定、健康地发展，从而使之获得“心理安宁”的真正幸福感，而不是任由其在紧张、焦虑、矛盾的心理状态下度过人生中最美好的时光。

需要指出的是，本书意在通过小范围的经验研究来反映当代流行文化与青少年自我认同的关系问题，因此并没有刻意追求数据的广泛代表性。在资料取证和测量工具的验证方面还存在不足，有待于进一步后续研究。恳请同行和读者给予批评指正。

刘芳

2015 年于鲁东大学

序 言

流行文化已经覆盖了我们的生活。

这是一种以满足“为需要而需要的虚拟幻想”为目的的文化，也是一种造梦与圆梦的文化，一种让“美梦成真”同时也让“恶梦成真”的文化。

而今，最最无法想象的，就是去想象当下的人类倘若失去流行文化将会怎样？

然而，就学术界而言，流行文化却又堪称不速之客，天才的文化先知麦克卢汉早年担任大学教师时，就曾经不无尴尬地发现：在西方，人们往往对流行文化不屑一顾，即使是到了他所生活的时代，也没有证据可以表明，学者们已经改变了长期一贯的对之置之不理的鸵鸟政策。以至于，直到今天，哪怕我们再竭尽心力，却仍旧无法为其在学术国寻觅到一个适宜的角落。

就我而言，情况倒是有些不同。从1995年出版《反美学——在阐释中理解当代审美文化》（学林出版社）到2002年出版《大众传媒与大众文化》（上海人民出版社）、《流行文化》（江苏教育出版社），在将近十年的时间中，流行文化，都始终是我密切关注的领域。

在我看来，20世纪，既是一个自然人化的过程（以符号交流的信息世界取代实体交流的自然世界），也是一个个体社会化的过程（以等价交换原则实现人的全部社会关系），还是一个世界大同化的过程（以开放、流动的公共空间取代封闭特定的私人空间与共同空间）。在这当中，审美、文化的能力被技术化加以转换，审美、文化的本源被市场化加以转换，以及审美、文化的领域被全球化加以转换，显然是关键中的关键。在这当中，技术化的介入为审美与文化提供了特殊的载体，市场化的介入为

审美与文化提供了特殊的内容，全球化的介入则为审美与文化提供了特殊的领域。当然，在这一切的一切的背后，最为集中的体现，就是：流行文化。

而且，凭借着技术化、市场化、全球化的力量，流行文化甚至已经成为所谓的“美学意识形态”。现实作为一种“他者形象”既不被建构，也不被反映，而是在想象中被虚构、被重新定义，被不断地生产、再生产、再再生产。进而，流行文化还存在于对个体的召唤之中（个体因此而“自由地同意”成为主体），以话语权力的形式诱惑大众去默认它所提供的“美好生活”的观念是既“合情”也“合理”的，并且主动承担起被召唤者与召唤者的双重角色，从而得以完成了通过事物 A 来传达概念 B 这一看似不可能的历史使命。犹如以事物“鹿”来传达概念“马”，并且“指鹿为马”，流行文化也以它的在毫无必然联系的事物 A 与概念 B 之间建立必然联系的神奇叙事而成为我们这个时代的特定文化症候，并且由“革命”的时代长驱直入了“消费革命”的时代，从而，在客观上维护并且再生产着一种带有特定意识形态内涵的社会生活方式与利益格局。

也因此，20 世纪精神生产与消费的内在机制与流行文化存在什么根本的联系？这成为刚刚跨入新世纪的人们所必须共同关心的问题。而且，不言而喻，正是这一对于 20 世纪精神生产与消费的内在机制与流行文化的根本联系的深刻反省，推动着人类文化在新世纪的健康发展，也内在决定着人类文化在未来的发展方向。

遗憾的是，因为种种原因，在十年之后，也就是从 2002 年开始，我的这一研究却停滞了下来。为什么会如此？原因当然不止一个，但是，其中最为重要的，却无论如何都应该是对于实证研究、具体研究的渴望。流行文化的研究，不应该仅仅是美学的，更不应该止步于美学，而应该引进社会学的维度、引进实证的研究方法。而这，对我这样一个长期从事美学研究的学者来说，却是一个致命的先天缺憾。无疑，这也就是我之所以涉足流行文化研究十年却又从 2002 年开始嘎然终止的重要原因。

令人欣慰的是，刘芳博士的新著《制造青春》在弥补我的这一缺憾方面，迈出了坚实的一步。

刘芳博士发现：作为媒介信息最重要部分，流行文化是重塑我们的社会结构和生活世界的最重要的影响因子。流行文化，是与工业社会尤其是

晚期资本主义社会高度相关的一种特殊的文化现象，它不仅依托于高科技大众传媒而具有全球化传播的特质，而且通过“赋意”的符号学特征而成为一种具有社会学意味的文化现象，对当代人的心理、行为产生了广泛和强烈的影响。在宏观上，流行文化对经济、政治、社会等一系列领域产生了巨大的影响和推动作用；在微观上，流行文化则体现为对人的心理、行为、社会交往、生活方式等方面的冲击。尤其是，流行文化通过其“社会化”的职能，成功地将其塑造的结构化的“意识形态”转化为日常生活世界中的“互动意义”，从而得以“自然地”、“令人心身愉悦地”、“毫无强迫地”影响和干扰了个体最为内在的部分：自我认同。由此，一个重要的研究课题也就凸现而出。这就是：作为个体对反思性的自我身份的认可与接纳的自我认同，必然不能脱离流行文化这一后现代语境的影响。尤其是青少年时期的自我认同。青少年时期是自我认同发展的关键时期，同时，青少年也是对流行文化最为敏感的群体，无疑，这就决定了流行文化在对于青少年时期的自我认同的关键影响。

当代青少年是在流行文化中“泡”大的一代，在一定意义上，甚至可以说，流行文化事实上就是一部“生产”青春、“制造”青春的机器，就像三十年前的一首流行歌曲中所唱的，是“我被青春撞了一下腰”。可是，犹如人们常说的，流行文化中的爱情其实都不是“爱情”，而是“煽情”，其实，流行文化中的“青春”其实也并非真正的青春，而是被构成、被制造、被开发的。青年接受了流行文化，可是，却并不是把流行文化当作“文化”来接受的，而是把流行文化当作一种理想的、渴望一过的“青春”来接受。他们不约而同地认定：只是从流行文化中才第一次找到了自己、认识了自己。因此，对他们而言，投身流行文化，就犹如投身一场无比神圣的现代的“成人仪式”、“青春仪式”。

然而，流行文化对于青春的隐形书写究竟是什么？流行文化又究竟是如何“生产”青春、“制造”青春的？这又毕竟还是一个令人困惑的流行文化之谜和青春之谜。我不由想起，当年东西方在批评流行文化时候的口气却竟然又往往会不约而同。西方报刊宣传说：流行歌曲是东方无产阶级进攻西方资产阶级的“糖衣炮弹”；东方报刊也宣传说：流行歌曲是西方资产阶级进攻东方无产阶级的“糖衣炮弹”。可惜，对于流行文化本身，却偏偏全都一无所知。我还不由想起，罗大佑在一首歌曲中感叹说：“是

我们改变了世界，还是世界改变了我和你，谁能告诉我，谁能告诉我”。对于流行文化的“生产”青春、“制造”青春，我们是不是也会问：是流行文化改变了青春，还是青春改变了流行文化？从经验层面上，流行文化作为现代社会尤其是 20 世纪以来人类所面临的最重要的文化情境，对青少年的自我认同究竟会产生怎样的影响？影响的程度和状态是怎样的？这种影响的发生机制又是怎样的？作为研究者，又如何对这种影响提供一些有价值的建议？“谁能告诉我，谁能告诉我”？

而这就恰恰正是刘芳博士新著的一个突破。

《制造青春》从流行文化与青少年两者之间去探寻其内在的隐秘关联并辅之以经验研究的手段，提出了“流行文化对自我认同产生影响”这一假设命题，并从“作为一种宏观社会结构要素的流行文化”和“作为人际交往纽带的流行文化”两个层面来论证这一影响的发生机制。根据山东三个城市在校青少年的抽样调查数据，刘芳博士得出的结论是：从总体上说，当代流行文化对青少年的自我认同具有显著的影响作用。其中，流行文化通过社会化的方式，形塑青少年的自我认同。流行文化通过“类型化”和“序列化”的商业运作手段，使个体在对“物”的功能消费和“符号”的文化消费之上确认自我在社会中的位置。又通过“赋予意义”和“识别意义”的手段传达自我认同。与此同时，流行文化又通过广告、消费刺激等媒介手段，不断诱导着青少年违背现实、不切实际的自我心理期望值，这样一来，期望和现实之间的认同落差，就必然增加自我认同危机的发生率。总之，媒介流行文化在青少年自我认同发展中是“塑造者”的角色。而作为青少年重要交往纽带的群体流行文化，却在青少年自我认同发展中扮演着“颠覆者”的角色。而且，群体流行文化的广泛传播，干扰了青少年对自我确定性的认识，同时也降低了自我认同的心理需求度，因此一定程度上也消解了自我认同危机发生的可能性。

更加令我赞叹的是，借用经验研究的结果，刘芳博士不但试图对“流行文化与青少年的自我认同”研究的相关理论成果进行验证，希冀能够弥补过去学界在这一主题上缺乏实证研究的缺憾，丰富和拓展“文化与自我认同”研究以及“自我”与“社会”研究的相关理论。同时，更尝试性地提出了适合我国文化环境和青少年成长特点的“流行文化鉴别术”，以达致减少青少年自我认同危机的发生与对家庭、学校、社会的青

少年教育和心理辅导起到一定的实践指导作用的目的。

当然，正如刘芳博士所已经意识到的那样，《制造青春》一书毕竟还是借助于小范围的经验研究来考察当代流行文化与青少年自我认同的关系问题，在数据的广泛代表性上还有着难以避免的遗憾。而且，在资料取证和测量工具的验证方面，也还存在不足。不过，相对于这本书所给与我们的惊喜，这毕竟是次要而又次要的。

刘芳博士就读于南京大学。在三年的学习期间，由我担任她的博士指导教师。我记得，我们师生的第一次见面，是在她被录取以后，2009年的暑假，我应邀去青岛的某高校讲学，而她的工作单位鲁东大学，也正好就在附近的烟台市。于是，她专程赶来，并且陪同我在青岛讲学。当时，她给我的第一印象，是谦逊、朴实、热情、聪慧。后来，进入学习阶段以后，她所留给我的，也始终还是这一印象。遗憾的是，就在她入学一年以后，我应聘澳门科技大学人文艺术学院副院长（院长余秋雨教授因为事物繁忙，除了开学典礼和毕业典礼，绝少到校视事），开始了长达几年的每周一次往返南京与澳门之间的航空旅行。这样一来，尽管我们师生彼此都很珍惜每次的见面时间，而且我每周回南大上课，那怕是本科生的课，也都会安排她去参加，但是，无论如何，我对她的指导，却毕竟少了一些。这在我，是有些歉疚的。可是，刘芳博士却因此而更加努力。而现在，她的博士论文能够被国内的著名出版社——中国社会科学出版社接受出版，应该说，也是对于她的博士阶段的学习状况的一个肯定。

当然，这一切又远远不够！西方著名学者卡西尔说过：“事实的财富并不必然就是思想的财富。除非我们成功地找到了引导我们走出迷宫的指路明灯，我们就不可能对人类文化的一般特性具有真知灼见，我们就仍然会在一大堆似乎缺少一切概念的统一性的、互不相干的材料中迷失方向。”流行文化同样是人类的一笔“事实的财富”，但它也确实曾经使很多学者“迷失方向”。其中的原因，就在于人们往往只注意到它是一笔“事实财富”，但是却忽视了它还是一笔“思想财富”。然而，只有把流行文化从“事实财富”提升为“思想财富”，对于流行文化，我们才可以说，是“具有真知灼见”，也才可以说，已经成功地找到了“引导我们走出迷宫的指路明灯”。再进一步，假如这一探讨能够与流行文化本身的成长同步，那么，我们才能够毫无愧色地宣称：自己的思想已经无愧于这个

时代，并且无限自豪地发现：我们以及我们所置身的全部世界都在对于流行文化的思考中变得聪明了起来。

而要“具有真知灼见”和“聪明起来”，当然还要期待继续努力。

为此，我有理由寄希望于刘芳博士今后的努力，也有理由寄希望于刘芳博士的下一个未知的精彩！

潘知常

2015年10月25日 南京大学

目 录

前 言	(1)
引论 流行文化语境中的自我叩问	(1)

第一篇 概念梳理：理解流行文化 with 自我认同

第一章 流行文化的内涵及研究范式	(17)
第一节 何谓文化?	(17)
第二节 流行文化的概念体系	(21)
第三节 流行文化的内涵及特征	(35)
第四节 西方流行文化的研究范式	(37)
第五节 中国流行文化的研究立场	(44)
第二章 自我认同的内涵、理论视角及学科取向	(49)
第一节 “自我”的三重视界	(49)
第二节 “自我概念”及其形成与发展	(59)
第三节 自我认同的内涵及意义	(63)
第四节 自我认同研究的理论视角和学科取向	(73)

第二篇 理论探源：变迁、互动与自我认同

第一章 从宏观到微观的阐释：社会变迁与自我认同	(89)
第一节 现代性与自我认同：吉登斯的“自我认同”理论	(89)

第二节	“逃避自由”的现代人：弗罗姆的现代人格理论	(91)
第三节	“孤独的人群”：里斯曼的“他人导向 性格”理论	(93)
第四节	“连续性和同一性的困扰”：埃里克森的 自我认同危机理论	(95)
第二章	从中观到微观的阐释：“时尚”与自我认同	(98)
第一节	时尚的内在机制：西美尔关于“时尚” 的社会心理学	(98)
第二节	时尚的模仿定律：塔尔德关于“时尚” 的社会心理学	(100)
第三章	逃不出的迷笼：媒介、群体与个人	(102)
第一节	新媒介的“魔力”	(102)
第二节	流行文化的传播机制	(105)

第三篇 经验研究：流行文化与自我认同的关系模型

第一章	流行文化涵化程度测量	(113)
第一节	预测题本的编制及初步检验	(114)
第二节	问卷结构效度的探索性因素分析	(119)
第三节	问卷结构效度的验证性因素分析	(130)
第二章	自我认同发展程度测量	(146)
第一节	自我认同量表选介	(146)
第二节	QII—III 和 QIF—III 的结构效度验证	(152)
第三章	建模与验证	(173)
第一节	模型建构	(173)
第二节	流行文化对自我认同的影响之结构模型检验	(175)
第三节	流行文化对自我认同落差的影响之结构模型检验	(181)
第四节	研究结果的总结与讨论	(185)

第四篇 活在流行文化中的自我

第一章 媒介流行文化：让“我”欢喜让“我”忧	(193)
第一节 共同的经验框架：媒介流行文化的 “社会化”功能	(194)
第二节 “被建构的自我”：媒介流行文化对自我认同的 塑造和诱导	(199)
第二章 群体流行文化：“我”颠覆，“我”快乐	(226)
第一节 青少年亚文化及其时代特征	(226)
第二节 “他人导向”：“抵抗式”亚文化影响下的 自我认同	(233)
专 题 你是我的“瘾”：“粉”和“粉团”的文化实践 与群体认同	(247)
第三章 心理魔镜：照出怎样的“自我”？	(265)
第一节 流行文化影响下的自我认同认知过程	(265)
第二节 流行文化的心理学解读	(271)

第五篇 管理自我认同：社会和个体的共同课题

第一章 维护自我认同：国外媒介素养教育及启示	(283)
第一节 国外的媒介素养教育	(284)
第二节 发展适合中国青少年的媒介素养教育	(287)
第二章 发展自我认同：在积极的社会参与中发展自我	(289)
第一节 网络平台中青年社会参与的新特征	(290)
第二节 在积极的社会参与中发展自我认同	(294)
专 题 “南京义工联”的自组织社会参与	(299)
结语	(305)
参考文献	(309)

引论 流行文化语境中的自我叩问

当满大街行走的都是黄头发和长筒靴，当每个角落里都是低头不语、“指点”江山的手机一族，当遍地传唱的都是撕心裂肺的“死了都要爱”……抑或如约翰·费斯克曾做过的那个有意思的小调查一样——费斯克有一天询问他的125个学生，发现其中有118名穿着牛仔裤，而另外的7人也有牛仔裤，只不过碰巧那天没有穿罢了^①——从晚期资本主义的西方当代社会，到今天的中国当代社会，我们不禁要问，是谁，使我们如此雷同？

这一思考触及了三个层面的观照：社会学式的观察、哲学式的追问以及心理学式的反思。三个层面的观照既是全书提出问题的逻辑起点，同时又贯穿着全书的思维逻辑架构。

对人的主体性地位以及人与宇宙、与世界、与周围环境的关系的思考与追问向来是哲学思考的重心。但是，不可忽略的事实是，哲学观照虽强调理论思辨，但其起点一定是社会学式的观察，即由“社会事实”导入，然后再上升为哲学思考。而哲学思考究其本源就是“我们是谁？”“人类从何而来？”“应该去向何方？”等关于人类自身的反思性问题。当然，本书中，这种反思更多是心理学式的反思，而不是纯粹思辨式的反思。因而，本书中，社会学式的观察是起点，哲学式的追问是问题，而心理学式的反思则是落脚点。即，本书从当代流行文化这一“社会事实”入手，提出“流行文化会对青少年个体的自我认同产生怎样的影响？”这一研究问题，然后以心理学的概念和视角对这一问题进行反思。

^① [美] 约翰·费斯克：《理解大众文化》，王晓珏、宋伟杰译，中央编译出版社2001年版，第5页。