

数字娱乐与文化产业
研究丛书

丛书主编：李思屈

互动媒介论： 电子游戏多重互动 与叙事模式

关萍萍◎著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

数字娱乐与文化产业
研究丛书

丛书主编：李思屈

互动媒介论： 电子游戏多重互动与叙事模式

关萍萍◎著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

互动媒介论: 电子游戏多重互动与叙事模式 / 关萍萍著.
—杭州: 浙江大学出版社, 2012. 3
ISBN 978-7-308-09679-9

I. ①互… II. ①关… III. ①电子游戏—研究
IV. ①G899

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 027760 号

互动媒介论: 电子游戏多重互动与叙事模式

关萍萍 著

责任编辑 李海燕
封面设计 续设计
出版发行 浙江大学出版社
(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)
(网址: <http://www.zjupress.com>)
排 版 杭州中大图文设计有限公司
印 刷 杭州日报报业集团盛元印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 16.5
字 数 324 千
版 印 次 2012 年 3 月第 1 版 2012 年 3 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-308-09679-9
定 价 46.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

总序：文化产业理论需要“归位、落地、生根”

李思屈

文化产业的迅猛发展呼唤着基础理论的建设，而基础理论研究的推进则需要沉心静气做学问的功夫。

凭借着“猫论”和“摸论”，中国释放了巨大的民间智慧，创造了30年的发展奇迹。现在中国像一只驶出大海的巨轮，再也不能靠“摸石头过了”，它需要罗盘、雷达、GPS卫星定位系统，才能又快又好地航行。经验不能代替知识、意见不能代替理论，机智的对策不能代替基于原理的推论。到目前为止，研究文化产业的国内外著述已经非常丰富，但仍然不能满足文化产业迅猛发展对基础理论的现实需要。文化产业理论的学科体系尚待建立，文化产业政策效果需要科学的评估，国际文化产业的发展模式和经验需要系统的整理，动漫、游戏等以及文化与科技结合而涌现的文化产业新业态的内在规律需要深入的探索。而完成这一系列任务的前提，一是研究者要沉下心来，沉心静气，扎实问学；二是要着力解决理论建设的“归位、落地、生根”。

—

“归位”即回归文化产业的学科本体，以独特的研究领域，解决特殊的问题；以特有的方法，形成相对独立的概念、范畴体系，建构基本的理论内容框架体系，从而完成文化产业学基本理论的构建。

文化产业作为一个现实领域，文化、经济、管理、美学等各个学科皆可对它进行研究。但是，一门独立的学科必须有独特的研究方法、研究框架。文化生产与物质生产最根本的区别在于，文化生产、传播和消费是符号的生产、传播与消费。这就是文化产业的特殊性，即是研究对象的特殊性。归位首先就要回归这一特殊性。文化产业是精神创造逻辑与市场逻辑的矛盾统一。精神创造的逻辑是传承、公共产品、分享、保护少数人新的创造。而市场的逻辑是效益最大化与利润的最大化。本项目以符号和符号产品作为文化产业研究的基本对象和逻辑起点。文化产业是梦想产业，中国文化产业面临的最大难题归根结底是没有打通内容的生产（符号的

生成)与意义的有效传播,导致文化产业发展现状“有产业,没文化”。内容为王是文化产业竞争的内在逻辑,更加强调创意、强调高科技与文化结合的文化产业发展,必须提升“3P”,即文化产业的影响力、创意力和文化资本转化力。

符号学作为汇通人文、社会科学研究的基本方法,在研究文化产业方面具有天然优势。文化创意产业是以文化为内容,以创意为核心的产业形式,“文化内容”和“创意核心”,是文化创意产业的本质特征。(李思屈,2007)文化产业除具有一般产业属性之外,特殊性在于文化消费是审美消费与符号消费。文化消费中的情感体验,其实就是通过一定的符号(包括仪式)对自我深层结构的深入(审美)或反复(游戏),以实现精神的回归(李思屈,2007)。因此,本项目将符号作为研究文化产业的逻辑起点。同时,传播学自创建以来建立了文化与市场的研究最为丰富的资源库,特别是对人类消费行为的集中研究,成果丰硕。基于以上两点考虑,本项目中,精神符号学作为文化产业研究的基点,系统研究文化产品内涵的精神符号、意义及其生成、传播机制;符号消费研究关注文化产业市场与文化产品消费者,从符号政治经济学(鲍德利亚,2008)到符号经济(斯科特·拉什,2006)的研究,文化产业消费的符号研究越来越多地为学界所接受。以费斯克的传播符号学理论为代表,将传播看做意义的生产与交换,关注文本的文化角色,传播研究就是文化和文本研究。此外,广告符号学打开了研究大众传播的一个新的视域。(李思屈,2004)据此,传播符号学作为支点链接精神符号学与符号消费研究。



“落地”即以现实问题和现实需求为导向,切实研究现实中急需解决的问题,为政策提供依据,为创意提供人才,为企业提供参考。这就需要在学科建设和人才培养工作中,以“学环思维”打通文、理、工、管、经、艺术等各学科,以“人才方阵”为工具寻求人才需求、职业能力与学校教育的匹配,力求务实、高效。

“学环”概念源自日本东京大学情报学环与学际情报学府。学环意指将文、理、工、艺术、教养五大领域所关心的生命、人、系统、表现、社会环扣在一起,落实“全大学规模”的跨学科合作。重视实践能力是东京大学情报学环与学际情报学府明显的特色,促成此特色的是灵活的人事制度和广泛的招生对象,使业界资深人士可进校园当教授,主持研究项目;同时业界人士也可进校园当学生、进研究所参与研究项目。文化产业学环有效链接文、理、工,符合文化产业交叉性、前沿性的特点,符合文化产业专门人才复合型、创意型的特点。

构建“人才方阵”是对文化产业人才需求精确定位的基本工具,也是文化产业学科培养体系实现“落地”的重要保障。“人才方阵”源自日本财团法人数字内容协会联合数字内容产业所发行的《动画产业指南》是根据人的性格、技能、志向而设定

的职业研究工具,通过诊断测试来寻找适合于人的职业的工具。以人才方阵为基础,本项目通过实证研究判定文化产业不同行业的人才需求及其能力要求,进而设计文化产业学科的教学内容与教学模式。设计出“TII 创意策划能力培养框架”。

三

“生根”即让文化扎根现实生活,让文化产业服务广大人民现实的文化需求,让文化消费成为广大人民生活中不可或缺的有机部分,在人民生活中获得丰富的营养,从而使文化产业之树根深叶茂,硕果累累。

只有重视现实生活中活的文化形态和广大人民真实文化需求,重视市场上实际的人才需求,以实验实践为基础,文化产业研究的学科理论才能真正发展起来。这就需要我们的理论研究从文化需求的分析入手,分析文化产业发展,研究文化企业经营管理与国家文化产业政策制定。

四

《数字娱乐与文化产业研究丛书》的宗旨,就是倡导和实践沉心静气做学问的风气,为破解中国文化产业研究的“归位、落地、生根”的难题进行持续的努力。

《中国文化产业政策研究》一书的6位作者,历时3年,4易其稿,搜集数据,建立模型,他们冲击的是中国文化产业的一个非常现实的问题:文化产业政策及其效果。

中国对文化产业制定了税收、金融、奖励、广告优惠等扶持政策,另外还有每年数十亿的文化产业扶持基金,以财政投入的形式投入到各种文化产业项目和相关企业,一方面促成了中国文化产业的快速良好的发展,另一方面也有待于对这些政策的效益是否达到最优化进行研究,以推动中国文化产业更加科学地发展,财政投入更加有效和公平。

文化产业是一种新兴产业,中国对其本质、特征和发展规律的认识还有待进一步深化。这一认识的深化过程,同时也是中国文化产业政策的优化过程。《政策效果论:中国文化产业政策研究》所作的文化产业政策分析,就是基于收集到的各级各类文化产业政策性文件517个,逐一进行内容分析而得出的结论。

这本著作的研究以实现文化产业综合效益的政策评估为目标,以产业经济的逻辑基点为入口,进而追求包含社会文化等公益因素,为文化产业政策研究与文化事业政策研究留下接口。本书采用的“3P模型”,是基于中国文化产业实际的一种指标体系,同时又吸收了欧美“创意指数”的基本思想,以求与国际学术思想的研究模型接轨,便于国际学术交流和对话。

在内容上,本著作侧重点研究中国动漫产业、游戏产业、网络文化产业、数字电视产业等数字娱乐产业及其相关政策,以突出“文化与科技”的文化产业发展动向。

文化体制改革作为中国文化产业发展的主要困结与主要线索,也是这部书关注的重要内容。在文化体制改革方面,我们不仅考察了动漫产业的发展与产业政策,同时也结合浙江等地舞台艺术体制改革的实践,对相关的政策发展及其效果进行了评估。我们希望以这种借一斑以窥全豹的方式来揭示中国文化产业发展中体制改革的特殊性和复杂性。

《动画符号与国家形象》以动画形象研究为切入口,突破动画和传播各自研究藩篱,运用符号学方法探析动画传播中的国家形象,以及动画形象、国家形象与价值构建的关系论题。研究结合票房、获奖、社会价值和受众接受度调查,建立226个美、日百年经典动画形象样本库,研究动画形象的文化内涵,分析经典动画形象塑造国家形象的内在关系,探查动画传播国家形象的真实面相。

动画符号构成了动画文本表达理解方式的逻辑,动画语言是有别于日常熟悉性语言的特殊门类,将可感知的日常世界,用异于日常话语的动画语言进行描述,或者将不可用日常语言表达的场景、心境用动画语言进行表现,是动画语言呈现意义的主要功用。动画语言创造着动画图景,同时也建立一个价值世界。

动画传播行为包括动画传播行为涉及内容与技术,如果传播内容研究归队到人文社会科学,传播技术却需要纳入自然科学。因此,动画传播成为横跨人文社会科学和自然科学两大科学部类的研究。动画理论研究的语境势必随同文化研究的总体趋势,由现象描述转向深层结构研究,是深刻揭示动漫产业内在规律的必由之路。符号学研究作为一种实用而典型的深层结构研究方法,动画文化中导入符号学的研究方法,可以实现动画文化研究的深化,即研究从个案研究转向整体文化研究,从文本中心研究转向传播中心研究,从作者中心研究转向了读者中心研究,从传者研究转向了受者研究。这种现代动画基础理论研究中的学术转向,及时地调整动画形象研究适时地追随新的学术研究方向,从而科学地指导动画的创作实践。

《互动媒介论:电子游戏互动叙事模式研究》选取电子游戏这一新型媒介形态,运用访谈、观察、案例分析等方法并综合研究者的个人游戏体验,在厘清游戏、媒介及电子游戏等基本概念、描述电子游戏发展历程基础上,重点建构出电子游戏以“玩家的践行”为中心的“游戏多重编解码信息模式”,对电子游戏中存在的玩家与计算机、玩家与游戏、玩家与玩家的三层互动进行深入系统的分析,在此基础上对其基于玩家的游戏选择之上的新型叙事模式进行系统探讨。

随着互联网的日益普及,电子游戏已经成为现代文化与信息传播的重要媒介,并对传统的媒介传播体系提出了巨大的挑战,甚至彻底改变了传统文化与信息传播规则。电子游戏的信息传播遵循着与传统媒介迥然不同的传播规则和模式,经

过“三步走”过程与结构,在编码与译码之外增加了“玩家的践行”这一重要环节,是多重编解码的信息传播模式。电子游戏颠覆了传统文化与信息传播的叙事模式,而是以玩家的游戏行为构建“过程叙事”,这是一种典型的后现代叙事模式,彻底改变了当代的文化传播规则和体系结构,以及文化形成的模式。

电子游戏的新型传播模式与后现代叙事是建立在其多重互动的基础之上的,玩家与计算机、玩家与玩家、玩家与游戏三种互动并行兼容,共同构成了新型的电子游戏的媒介传播体系与互动模式。电子游戏在现代文化与信息传播中担负着重要的角色,因而需要在理论研究的基础上提出对其进行规制的具体模式和对策,从而成为构建新型媒介传播体系的重要组成。

《欧洲动画模式论:法、英、德动画产业发展研究》研究与中国动画产业发展相似的欧洲动画产业,为正处于转型期的中国动画产业提供借鉴,促进中国动画由量向质的提升。

欧洲是动画艺术的发源地,有悠久的历史,动画作品屡获各大动画奖项,有极高的艺术价值。其产业发展之路与中国动画相仿,在动画政策、基本功能、发展目标方面,与中国也有诸多相似,如政府都实施文化立国方针,对动画产业大力扶持。在新的市场形势下,都积极寻求适合自身的动画产业发展之路,都将动画做为教育儿童的重要手段之一,注重动画的教育意义,对欧洲动画进行全方位的产业研究,将对对中国动画提供宝贵的借鉴作用。

(1)欧洲动画产业发展经历了探索期(1888—1919)、繁荣期(1920—1938)、沉沦期(1939—1945)和复兴期(1946—1979)四个阶段,与中国动画产业的发展历程相似,为中国动画产业提供了借鉴的基点。

欧洲动画产业形成了以政府主导为主的法国模式,以政府协调为主的英国模式和地方集权为主的德国模式,每种模式都取得了巨大的成功。目前,欧洲动画产业正在由分散走向集中,融资、生产、发行、传播、运营的产业链日臻完善,欧洲整体竞争优势得以加强,欧洲动画以一个新的产业形象走向世界。

欧洲动画产业的发展独辟蹊径,注重精品,重视人才培养,划清政府职能,强调媒体参与和市场作用,对中国动画产业发展提供了重要借鉴。

对我们而言,沉心静气做学问的风气,和破解中国文化产业研究“归位、落地、生根”的持续努力,所有这一切都仅仅是一个开始。

摘 要

本研究选取电子游戏这一新媒介形态,对其信息传播、多重互动及叙事特征进行了深入分析,从传播学角度探寻电子游戏吸引巨量玩家的媒介特征,以期丰富传播学媒介理论,力图对新媒介生态环境下产生的新的传播学课题作出回应。

本研究综合运用访谈、观察、案例分析等方法并结合研究者的个人游戏体验,在厘清游戏、媒介及电子游戏等基本概念、描述电子游戏发展历程基础上,重点建构出电子游戏的以“玩家的践行”为中心的“游戏多重编解码信息模式”,这一模式突破了传统大众媒介的传者——受者的二元格局。

通过典型电子游戏案例、玩家与游戏研发者的游戏报告与访谈分析,本研究发现电子游戏呈现出三种互动共存的格局:玩家与计算机、玩家与游戏、玩家与玩家三种互动相互重叠交叉,构建了庞大的虚拟游戏社区和人际交互平台。以玩家与计算机的互动为基础,玩家既对游戏进行“使用与沉浸”,更对游戏内容进行“二度创作”;玩家对游戏世界的多向选择和能动介入,更多的表现在玩家在虚拟世界中建立了大量的不同类型与功能的游戏社区,与其他玩家进行深入和广泛的人际互动。电子游戏的多重互动直接催生了其迥异的叙事模式与意义生成机制,这是一种基于玩家的游戏选择之上的新型叙事模式。玩家在游戏世界中个性化设置游戏角色,以多重视角和重叠性的叙述身份游走在虚拟世界中,构建出非线性与共时叙事,较之其他媒介更加贴近现实世界的叙事模式。

本书共分七章。第一章为导论,提出问题并简要介绍本论文的研究意义与方法;第二章对国内外的游戏与电子游戏研究文献进行综述;第三章对游戏、媒介和电子游戏进行概念界定,从词源角度论证电子游戏成为媒介的缘由;第四章通过历述电子游戏的发展历程,为后文分析电子游戏的媒介特征及其对传媒生态产生的影响奠定历史基础;第五、六、七章是本论文的重点章节,第五章深入分析以玩家为中心的“游戏多重编解码信息模式”;第六章对电子游戏的三种互动及其特征进行探讨;第七章分析了基于玩家的游戏选择的特殊游戏叙事与意义生成机制。结语部分总结全文,进一步归纳了电子游戏所具有的全新的媒介特征。

关键词:电子游戏;媒介特征;多重编解码;多重互动;游戏叙事

Abstract

Since the digital game can be viewed as a typical form of new media, this study analyses its communication model, multiple interactivity character and narrative patterns in order to figure out its media features which attracts massive players. The findings of this paper can enrich communication theory and media theory and tries to answer the new questions of communication theory under the new media environment.

By using interviews, observation, case analysis in conjunction with the researchers' gaming experience, the paper clarifies the concepts of game, media and digital game, reviews the development of the digital game and constructs the game's communication model: Game's Multiple Encoding and Decoding Model, which shifts the traditional binary pattern between senders and receivers in the mass media. The main part of this model is the behavior of players with the coexistence of multiple encoding and decoding.

Then through the study of typical case of digital games, game reports and interviews with players and game developers, the paper finds out the coexistence of three types of interactivity: player-to-computer, player-to-game, and player-to-player, which builds huge virtual game communities and interpersonal interaction platform. Based on the player-to-computer interactivity, the players not only "use and flow in" the games, but also put their own intelligence into the game's content. The players' multiple choice and active involvement means that in the virtual world the players build a large number of game guilds of different types and functions and communicate with other players deeply and extensively. The multiple interactivity of the digital game spawns the game's different narrative patterns and the mechanism of generating meaning, which is based on the players' own game-choice. In the game world, the players personalize the setting of the avatars and wander with the multiple viewing angles and overlapping narrative identity, the nonlinear-narrative and synchronic-narrative of that is closer to the narrative rules

and patterns of the real world than other media.

The dissertation is consisted of seven chapters. The first one introduces the topic, study significance and methods. The second chapter reviews the research literature of games and digital games at home and abroad. The third one defines the concept of game, media and digital game in order to demonstrate that the digital game can be treated as a new media from the etymological point of view. In the forth chapter, the paper provides a clear development history of digital game as the history basis of the study on the digital game's media features and the impact on the media ecology. The fifth, sixth and seventh chapter are the key sections of the paper. The fifth one analyzes the game's multiple encoding and decoding model. The sixth chapter analyzes the game's three types of interactivity and its feature. The seventh one analyzes the difference of game narrative and the mechanism of generating meaning based on the players' own game-choice. The conclusion summarizes the paper and further generalizes the new media features of digital game.

Key Words: Digital Game; Media Feature; Multiple Encoding and Decoding; Multiple Interactivity; Game Narrative

目 录

第一章 导论：后现代传媒时代的媒介与互动	
第一节 问题提出	3
一、“媒介互动”与“互动媒介”	4
二、电子游戏成为全新互动媒介	5
三、全新的互动模式引发后现代叙事的最佳展示	7
四、工具沉迷与使用理性——游戏成瘾问题	8
第二节 研究意义	12
一、理论意义	12
二、实践意义	13
第三节 研究方法	14
第二章 国内外研究文献综述	
第一节 国内外“电子游戏”研究	19
一、国外电子游戏研究	19
二、国内电子游戏研究	32
第二节 先贤视野中的“游戏”	34
一、国外游戏研究	34
二、国内游戏研究	37
第三章 概念界定：游戏、媒介与电子游戏	
第一节 游戏与电子游戏	41
一、“游戏”的定义	42
二、电子游戏的定义	46
三、电子游戏的分类	48
第二节 电子游戏与媒介	52
一、“media”词源分析	52
二、电子游戏的媒介属性	54

第四章 “逆势而行”的娱乐媒介:电子游戏的发展历程

第一节 电子游戏的诞生与发展	61
一、电子游戏的诞生	61
二、电子游戏诞生与发展的社会背景	64
第二节 抓住经济危机的机遇:21世纪初电子游戏产业的发展	69
一、全球电子游戏产业的逆势发展	70
二、我国电子游戏产业的逆势发展	70
第三节 电子游戏何以能“逆势而行”	71
一、消费时间与价格	71
二、寻求两种效用产出的平衡	72
三、佐证:萧条时期媒介消费的普遍增加	73

第五章 电子游戏多重编解码信息模式

第一节 CMC 的新型信息传播态势	79
一、CMC 的出现与特征分析	79
二、CMC 传播模式分析	83
第二节 多重编解码并存的游戏信息模式	85
一、电子游戏媒介的交互主体性	85
二、外层编解码:游戏开发者与玩家之间的信息传播	88
三、中心层编解码:玩家与玩家之间的信息传播	90
四、构建新型人际交互渠道	94

第六章 三种互动的共存:电子游戏的多重互动

第一节 互动性的概念及已有研究	101
一、新媒体的互动性研究	101
二、电子游戏中的三种“互动”	107
第二节 游戏互动主体:游戏玩家的动机与类型	109
一、玩家游戏行为的基本模式	109
二、玩家游戏动机与玩家类型	112
三、玩家类型与游戏类型的关系	119
四、游戏互动中的角色与角色扮演	122
第三节 电子游戏互动之一:玩家与玩家的互动	130
一、电子游戏内的虚拟社区——游戏公会	131
二、游戏公会运作机制及类型分析	134
三、四种类型玩家的互动特征	141
四、玩家之间互动的实现条件	148

第四节	电子游戏互动之二:玩家与游戏的互动	151
一、	玩家与游戏的互动过程	151
二、	玩家对电子游戏的“使用与沉浸”	153
三、	玩家对电子游戏的“二度创作”	157
第五节	电子游戏互动之三:玩家与计算机的互动	161
一、	什么是玩家与计算机的互动?	162
二、	电子游戏软件中的 HCI	163
第七章	基于游戏选择的叙事呈现:电子游戏的叙事模式	
第一节	电子游戏与后现代叙事	169
一、	电子游戏的叙事性	169
二、	游戏中的叙事——以《博德之门》和《魔兽世界》为例	171
三、	基于游戏选择的叙事呈现:以“过程叙事”构建后现代叙事	175
四、	互联网时代的媒体后现代叙事	176
第二节	多重视角与叙述身份的重叠	177
一、	叙事中的视角、叙述者与叙述接受者	177
二、	电子文本的视角、叙述者与叙述接受者	179
三、	多重视角与叙述身份的重叠——玩家与主角的关系	181
四、	游戏的“潜在作者”:GM 在电子游戏叙事中的位置	187
第三节	电子游戏的故事设置与游戏行为选择	189
一、	叙事分析结构	189
二、	电子游戏的三种叙事	190
三、	功能非固定化的“行动元”——电子游戏的角色	200
四、	仿真与投射:电子游戏的场景	212
第四节	电子游戏的叙事语法	218
一、	叙事语法理论	218
二、	普罗普的“功能说”与电子游戏的功能设置	220
三、	“挑战”的四维展示:电子游戏中的格雷马斯方阵	225
结 语		
一、	电子游戏:信息传播的新样态	232
二、	电子游戏的多重互动:三种互动的共存	233
三、	游戏选择构建全新的叙事模式	234
参考文献	237
后 记	248

数字娱乐与文化产业研究丛书 ■ **互动媒介论**

第一章 导论：后现代传媒时代的媒介与互动

第一节 问题提出

随着信息技术的创新发展,我们全面进入了网络信息时代。与传播学诞生时期相比,现有的媒介生态已经发生了巨大变化,新媒体、多媒体乃至全媒体在人们的生活中日益占据着越来越重要的位置。随之而来的互联网事件层出不穷,“人肉搜索”的恐怖、各色网络“红哥”、“红姐”的喧嚣、各种网络流行语的流行,让我们不得不正视互联网巨大而迅猛的影响。而深入关照这些互联网事件的产生和发展的过程,不难看出其诞生及壮大之速全赖于互联网的“互动”功用,无数网友通过各种贴吧、论坛留言顶贴,在极为短暂的时间内迅速“造势”,无论是话题人物还是话题本身都会一夜红透,商家更是利用互联网的这一特点充分施展网络营销在市场运营中的巨大作用。

鲍德里亚曾强调,后现代是一种秩序的变迁,在从生产性社会秩序向再生产性社会秩序转变的过程中,技术与信息的新形式占有核心地位:在再生产性社会秩序中,由于人们用虚拟、仿真的方式不断扩张地构建世界,因而消解了现实世界与表象之间的区别。^① 这是一种“后审美主义”的图景。而如今的网络媒介对现实世界的投射与重构更是有过之无不及,体现出全新的信息传播与人际交互的特征,信息传播不再是传者——受者的二元格局,而是呈现出一种“去中心化”的状态,无数网民在互联网空间中通过各种途径进行各色互动行为,相互传递信息并不断丰富信息的主体意义。

由此,我们可以说这是一个以互动行为为中心的后现代传媒时代,后现代信息传播之意义的多样性、片段化与不稳定性超越了传统审美的“不确定”或“相对空白”,而是受众对文本的多向选择和能动介入。每一个处于新媒介网络中的个体都因其为媒介提供的个体文本和个性化意义而成为一个中心,整个网络媒介的“去中心化”导致媒介叙事的变革,即利奥塔所说的传统的宏大叙事被无数个小叙事所取代,这些表现也更加集中地反映了马克·柯里所说的后现代叙事的“多样化”和“解构化”特征。^②

① [英] 迈克·费瑟斯通:《消费文化与后现代主义》,刘精明译,译林出版社 2000 年版,第 4 页。

② Mark Currie. *Post modern Narrative Theory*, New York: St. Martin's Press, 1998.