

表达·戏谑： 青年的媒介想象

The Medium Imagination of Youth

严 亚 / 著



人 民 出 版 社

表达·戏谑： 青年的媒介想象

The Medium Imagination of Youth

严 亚 / 著



人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

表达·戏谑：青年的媒介想象 / 严亚著.

—北京：人民出版社，2017

ISBN 978-7-01-017710-6

I. ①表… II. ①严… III. ①青年—传播媒介—研究

IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 110819 号

表达·戏谑：青年的媒介想象

BIAODA · XIXUE: QINGNIAN DE MEIJIE XIANGXIANG

著 者：严 亚

责任编辑：阮宏波 韩 悦

出版发行：人 民 出 版 社

地 址：北京市东城区隆福寺街99号

邮政编码：100706

印 刷：北京市金星印务有限公司

版 次：2017年7月 第1版

印 次：2017年7月 第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：15.5

字 数：180千字

书 号：ISBN 978-7-01-017710-6

定 价：45.00元

销售中心：(010) 65250042 65289539

版权所有 侵权必究

目 录

绪论/1

一、研究背景与研究意义/1

(一) 研究背景/1

(二) 研究意义/4

二、研究现状综述/5

(一) 媒介形象/5

(二) 后媒介形象/24

三、研究范围/27

四、研究对象/31

五、研究框架/33

六、研究方法/37

第一章 新媒介语境下青年媒介想象的转向/40

一、青年媒介想象的转向/41

(一) 从他者建构为主导到自我建构为主导/42

(二) 从语言建构为主导到视觉建构为主导/44

(三) 从单维建构为主导到多元建构为主导/46

二、青年媒介想象转向的要素分析/47

三、青年媒介想象转向的原因/70

(一) 青年媒介想象转向的社会原因/70

(二) 青年媒介想象转向的媒介原因/72

(三) 青年媒介想象转向的教育原因/75

第二章 青年“符号游戏者”媒介想象/78

一、图像符号：青年“符号游戏者”媒介想象的介质/79

(一) 青年媒介想象的图像化趋势/80

(二) 图像符号意义再生产中的符号游戏/82

二、青年“符号游戏者”媒介想象策略与途径/85

(一) 青年“符号游戏者”媒介想象策略/85

(二) 青年“符号游戏者”媒介想象途径/96

三、青年“符号游戏者”媒介想象的特征/107

第三章 青年“文化参与者”媒介想象/115

一、青年“文化参与者”媒介想象/116

(一) 在意义改编中的“文化参与者”/116

(二) 青年“文化参与者”媒介想象的合谋逻辑/125

二、青年“文化参与者”媒介想象的总体轮廓/129

(一) 自我张扬却又物质化/130

(二) 反抗权威却又模糊责任/131

(三) 戏谑规则却又强调公平/133

(四) 个案分析——网络转喻中的文化参与者/133

三、文本转换中的青年“文化参与者”媒介想象/137

(一) 现实生活中的“文化参与者” /138

(二) 新媒介传播中的“文化参与者” /144

(三) 大众传媒关注中的“文化参与者” /151

第四章 青年“空间‘他者’”媒介想象/157

一、青年媒介想象的空间—身份叙事/158

二、青年“空间‘他者’”媒介想象/162

(一) 青年“空间‘他者’”媒介想象的空间—技术背景/163

(二) 青年群体的“第三空间”与“空间生产” /167

(三) 校园空间重新语境化的青年媒介想象/174

(四) 城市空间“场景”中的青年媒介想象/182

第五章 从青年媒介想象中探索高等教育发展的现实路径/199

一、媒介想象实践中的当代青年特点/199

(一) 认知方式的理性与自觉/200

(二) 行为方式的主动与失范/202

(三) 价值观念的主流与多元/203

二、人文素养缺失的高等教育现状/204

(一) 高校内部设置与人文教育需求之间的不对称/205

(二) 人文素养教育与专业技能培养的不均衡/207

三、加强人文素养高等教育的现实路径/210

(一) 遵循客观规律，合理调整人文素养教育重点/210

(二) 创新人文教育实践，拓宽人文素养教育实施
路径/213

(三) 践行以人为本理念，平衡教育主体与教育客体
间的关系/214

(四) 着力提升媒介素养，有意识地推进人文教育与
媒介素养的融合/216

主要参考文献/218

后记/237

绪 论

一、研究背景与研究意义

（一）研究背景

“在任何时期，青少年首先意味着各民族喧嚣的和更为引人瞩目的部分”^①，这种“喧嚣”与“瞩目”在很大程度上意味着在大众传媒中的被动地位和角色异化。很长一段时间以来，年轻人是被以成人价值观和世界观为核心的父辈文化话语来强行描述的，而非是由他们自己的语言来编码的。作为社会群体最为活跃的组成部分，青年同时也是社会生活的相对弱势群体和符号表征的焦

^① [美] 埃里克森：《同一性：青少年与危机》，孙名之译，浙江教育出版社 1998 年版，第 12 页。

点对象。“在社会上处于边缘的，通常在符号上是处于中心的”^①，正是当代青年在现实生活中的准确写照。他们对自身角色、地位和身份认知的改变努力在一定程度上反映着时代的变迁。他们对改变现状的表达欲望，体现在行为上就成为对自身角色和形象的解构与重构。新媒体技术重构的公共空间几乎向所有青年群体开放，而青年利用图像符号、青年亚文化、城市空间所实现的媒介想象在很大程度上是通过互联网络技术带来的新技术手段和技术装置来实现自我界定、自我言说、视觉呈现的，因而拥有更多个人主体的言说权利。从媒介形象建构的文献成果来看，当代青年的媒介再现呈现出娱乐化、标准化、妖魔化的趋势，性别认知方面出现对女青年性别歧视的现象，媒介建构仍以单向传播的传统媒介为主要途径。在青年亚文化领域，仍有学者简单地认为当代青年另类、张扬、叛逆的行为举止是对主流文化或支配性意识形态的抵制或反抗，而未注意到后亚文化最新研究成果所带来的启示意义。在视觉建构方面，视觉文化转向蕴涵着深刻的民主、自由的力量，尤其是新媒介所带来的技术支持，为当代青年利用图像符号、青年亚文化和城市空间来重构意义提供了强大的技术力量和更为宽容的社会氛围。媒介形象建构的缺陷、青年亚文化的发展、新媒介的兴起，为当代青年媒介想象既提供了现实动因，又提供了理论支撑，更为其目标的实现创设了技术机制。不仅如

① [英] 霍尔：《表征——文化表现与意指实践》，徐亮、陆兴华译，商务印书馆2003年版，第239页。

此,社会形态的更迭与青年主体性意识崛起为青年媒介想象铺设了不同以往的社会背景。

消费社会为青年媒介想象的勃兴提供了最有力的推动,也深刻改写了形象自身的运作方式。图像符号、青年亚文化、城市空间均能以商品形式出现,这使他们的媒介想象得以实现。将研究视角投向媒介想象,则会呈现出一幅有趣的画面:青年与大众传媒建构出相互差异的当代青年形象。在其过程中,建构主体各自发挥着怎样的作用,影响深度和广度各有多大,它们之间的相互作用如何发生,想象过程中显现出的意识形态是什么。对于这些问题,迫切需要得到回答,而现有文献尚未系统、全面地予以剖析,由此形成一个有待深入探讨的命题。另一方面,当代青年主动地将自身建构为图像符号与媒介事件,邀请家长、大众媒介、社会大众来进行解读。这个群体由于所处成长阶段的生理和心理特性,而对外界所建构的视觉形象有着自身的理解和体会,并通过自己的方式纠正、解构,甚至重构。《表征——文化表象与意指实践》(斯图亚特·霍尔)、《消费社会》(波德里亚)、《景观社会》(德波)、《流动的社会》(鲍曼)、《第二媒介时代》(波斯特)、《互联网政治学:国家、公民与新传播技术》(查德威克)、《视觉文化的转向》(周宪)等著作尽管未曾直接谈及当代青年群体,但仍能从中解读出新的社会形态、文化形态、新媒体技术对这个极其敏感、开放、具有强大创造力和想象力的群体所赋予的建构力量。长期以来,青年从青年问题的主体话语中缺失,青年亚文化研究者并非实践者,这种现象容易导致话语权的错位。有学者

对此的结论是“长期以来，我们研究青年问题的学术体系和学术话语来自于官方和主流文化，并以此建构青年亚文化，而亚文化实践的主体恰恰是缺失的”^①。显而易见，把年轻人当作社会主体去分析社会问题，就需要采用不同的话语体系和研究方法。对此，脱离所谓权威、传统的主流话语，建构新的话语方式迫在眉睫。从这个意义上说，从他人建构的媒介形象解构与重构出发，当代青年的媒介想象拥有原生的、强大的自觉意识和技术力量，这种意识和力量一旦为青年所体验和运用，旋即会对本人、家庭、学校、传媒、社会大众产生深刻的影响。同时，对青年媒介想象的认识，也有利于深入透析当代青年的所视、所思、所失。然而，现有文献较少触及这个主题，而使媒介想象问题存在理论研究不足与现实迫切需要之间的冲突，因而使本书有了较大研究价值和意义。

（二）研究意义

1. 将主题置于当代社会形态的迅速变革中，采用多种研究工具动态地展开研究，有益于前瞻性、跨学科、多角度地去把握青年媒介形象的发展趋势。

2. 从新媒介视角介入青年媒介形象的内在机制，有利于打破娱乐化、标准化、妖魔化的媒介形象的建构途径，而对新媒介的建构作用进行深入探析。

3. 摒弃大众传媒对青年媒介形象的单方面塑造视角，采用视

① 马中红：《2012年中国青年亚文化研究论略》，《青年探索》2013年第6期。

觉表征、青年亚文化、城市空间视角对其自我建构行为进行深入研究,有助于深入洞悉他们的媒介想象背后的真实诉求。

4. 从青年媒介想象实践中洞悉人文素养缺失的高等教育现状,进而探索高等教育发展的新路径。

二、研究现状综述

(一) 媒介形象

由于媒介形象概念界定不一,本书所指的媒介形象是指被传播者媒介形象。媒介形象是大众传媒组织采用特定价值观和意识形态选择特定角度建构的特定形象。不管研究者们对待传媒文化持肯定、否定或协调的态度,人们的社会经验大都是在大众媒体的参与下构建的,并且是在媒体环境的变化中被重构的。

1. 国外研究现状

“媒介形象”研究肇始于李普曼的拟态环境假设,而这个假设受到前期理论研究的深刻影响。正是在这些理论成果的聚合作用下,“媒介形象”逐渐受到学界和业界的重视,开始朝着独立的研究领域发展。“媒介形象”作为一个正式的学术概念出现于 20 世纪 60 年代,它在有关政治传播的研究中被明确下来。约瑟夫·特雷纳曼和丹尼斯·麦奎尔对英国政选中政治领袖的电视形象及其媒介传播进行了探讨,结果发现政党的媒介形象是客观存在的。他们还发现大部分投票者采取与宣传内容对立的立场,而没有接

触媒体宣传的选民比接触了这些宣传信息的人对国家重要事件的态度改变情况更少^①。然而，在他们的研究中，“媒介形象”概念仅仅属于被确认的事实，其本质、作用机制、客观效果等方面尚不得而知，20世纪60年代的美国学生运动则使学者有机会充分地、深入地剖析大众传媒是如何建构不真实的真实的。美国社会学家托德·吉特林在《新左派运动的媒介镜像》一书中详述了媒体形象的概念，如《纽约时报》和哥伦比亚广播公司是怎样歪曲报道20世纪60年代的美国学生运动的，并对媒体的选择如何影响学生运动和社会政治变迁进行了细致的研究和极具穿透力的思考。他用“尽管媒体不是反映现实的镜子，……它们更像是一面哈哈镜，变窄加宽、延长和缩短，扭曲和忽略了早已存在的事物”^②的结论来对揭示媒介形象的本质。随后，符号学的介入使得“媒介形象”研究进入了新的高度。意识形态在媒介形象建构中的影响开始受到学者的关注。英国学者斯图亚特·霍尔借用罗兰·巴特《神化学》中“今日神话”一文中法国黑人士兵的例子，从符号学角度分析了向法国国旗敬礼的黑人士兵这个符号/媒介形象中所隐藏的“更精妙更复杂和意识形态化的信息和意义”，强调不仅要分析直接意指层次的符号，更重要的是要深入探析

① J. Trenaman & D. MeQuail, *Television and the Political Image*, London: Methuen, 1961, p. 324.

② [美] 吉特林：《新左派运动的媒介镜像》，张锐译，华夏出版社2007年版，第3页。

“神话的层次”^①。罗兰·巴特对这个媒介形象背后所隐藏着的丰富信息做出的精彩判断是“神话并不否定事物，……它（神话）净化了它们，使它们纯净如初，它给予它们一种自然的和永恒的合理性，它给予它们一种不是事实的解释方面而是事实的陈述方面的清晰性”^②。霍尔和巴特对媒介形象含蓄意指层的分析，为此后研究增加了符号分析的新思路，这也为剖析媒介再现中的意识形态控制提供了极有力的工具。不久后，霍尔专就刊载在《星期日泰晤士》杂志奥运会特刊（1988年10月9日）封面上的加拿大黑人短跑运动员本·约翰逊的媒介形象进行表征实践的“定型化”分析。从它陷入权力游戏的角度（霸权，权力/知识）与它的某些深入的、较无意识的效果的角度（幻想，恋物崇拜，否认）观察了它运作的精炼化、简约化、本质化、二元对立等方法。正是霍尔的卓越成果，使媒介形象研究进入到表征的政治领域，这为后续研究创设了媒介符号意义设定与颠倒、符号编码的政治与控制的研究路径。与霍尔冷静、客观的研究态度不同，帕利兹和恩特曼以极其悲观的态度将媒介报道的结果界定为“挫折失落、错误引导的愤怒、冷漠无情、政治上缺乏洞见和消极主义”^③。与帕利兹等人的研究结果相类似，加姆森、克罗图、霍因斯和沙宣

① [英] 霍尔：《表征——文化表象与意指实践》，徐亮、陆兴华译，商务印书馆2003年版，第33页。

② [英] 霍尔：《表征——文化表现与意指实践》，徐亮、陆兴华译，商务印书馆2003年版，第182页。

③ D. L. Paletz & R. M. Entman, *Media, Power, Politics*, New York: Cambridge University Press, 1981, pp. 453 - 467.

等人则从政治经济学的视角，冷静、客观地对媒介形象与社会生活的关系进行透彻的剖析。他们认为，“不容辩驳的结论是，媒介通常以一种促进冷漠、玩世不恭和静默的方式运转而不是鼓励公民的积极性和参与性”。同时，他们发现受众在接受信息时的主动力量，即“媒体文本的不确定性允许挑战者（如社会运动）提供竞争性的真实建构，并从受众那里获得支持，这些受众的日常生活可能引导他们建构不同于媒介意图的意义”^①。值得强调的是，他们对受众解读信息时主动立场的发现为受众分析研究提供了有力支撑。

进入 21 世纪，“媒介形象”研究开始重点关注社会权力在媒介形象建构中的重要作用，并加强了对特定人群媒介再现的研究。赫尔曼和乔姆斯基从政府的宣传模式出发，深入地分析了大众传播媒介的公共意识。他们认为媒介的社会责任与公共意识是被人为了制造出来的，“这种制造出来的公共意识往往和事情的真相相差甚远甚至完全相反”^②。他们的研究结果强调，媒介真实与客观真实并不一定是完全吻合的，其原因在于意识形态和媒介机制在其中发挥着至关重要的作用。对此，麦克切斯尼直接用媒介行为背

① W. A. Gamson, D. Croteau, W. Hoynes, & T. Sasson, *Media Image and the Social Construction of Reality*, Annual Review of Sociology, 1992, Vol. 18, No. 1.

② E. S. Herman & N. Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political of Mass Media*, New York: Pantheon Books, 2002, p. 35.

后的政治经济权力^①来进行解读。大卫·阿什德进一步用权力关系来剖析媒介形象。他认为“社会秩序越来越成为一种经由大众媒介传播和调整的秩序”^②，权力因而是对社会秩序的巩固与强化，而媒介的传播过程则是巩固和强化的实现手段。文森特·莫斯可^③从现实的角度具体地描述了大众传播媒介如何在政治经济权力的调控中谨慎地运作。必须指出的是，学者们已经关注到媒介形象背后发挥关键作用的那股力量，指出媒介真实并不能简单等同于实际现实。另一方面，在前期研究成果的支撑和指引下，近年出现针对特定人群媒介形象进行描述性研究的趋势，尤以博士论文为主。如911事件后穆斯林和阿拉伯人的媒介形象对比研究^④、美国旅游杂志广告女主角形象嬗变^⑤、20世纪90年代英美国报纸媒体中黑人男性运动员的形象变化^⑥、超人形象与法西斯主义的相关

① [美] 克切斯尼：《富媒体 穷民主：不确定时代的传播政治》，新华出版社2004年版，前言。

② [美] 阿什德：《传播生态学：控制的文化范式》，华夏出版社2003年版，第32页。

③ [加] 莫斯可：《传播政治经济学》，华夏出版社2000年版，第237页。

④ A. Al-Kahtani, *The Post September 11 portrayal of Arabs, Islam and Muslims in the Washington Post and The New York Times: A Comparative Content Analysis Study*, Washington DC, Doctoral Dissertation of Howard University, 2002.

⑤ H. E. Bowen, *Images of Women in Tourism Magazines Advertising: A Content Analysis in Travel & Leisure Magazine from 1969 to 1999*, City of College Station: Doctoral Dissertation of Texas A & M University, 2002.

⑥ K. R. Moffitt, *Images of Black Male Athletes in British and American Newspapers, 1990 - 1999: A Comparative Content Analysis*, Washington, DC: Doctoral Dissertation of Howard University, 2001.

分析^①、巴基斯坦人媒介形象和美国对外政策之间关系^②、CEO 媒介形象及其在财经报告中可信度研究^③、黑人女性生活中的靓丽形象与自我形象间的社会政治关系验证^④、在黑人心目中的黑人形象^⑤等。从这些文献来看，学者们主要是对报纸、杂志、电视等大众媒体中不同人群的媒介再现现象及其成因进行了探讨。学者们认为不同媒介在建构不同人群形象上发挥着不同作用，而且时代变迁也使媒介形象的影响因素变得多元化。不可否认，这些文献对于深入剖析媒介形象的建构机制不无裨益，但却始终强调大众传播媒介对各类人群的单向度媒介再现，忽略了互联网络技术带来的新技术手段和技术装置对媒介形象建构的巨大影响。在新媒介时代，人与其生产出来的各类社会文化要素之间，已不是那种明确的主客体关系，或社会文化符号与物质世界的对应关系，而

-
- ① K. Kreiner, *The Age of Supermen: Fascism, Democracy and the Perception of the Heroic in the Mass Media, 1914 - 1945* Washington DC, New York: Doctoral Dissertation of New York, 2003.
 - ② Hanan Ahmad, *The media - foreign Policy Relationship: Pakistan's Media Image and United States Foreign Policy*, York : Doctoral Dissertation of York University (Canada), 2005.
 - ③ Sandra Gates, *Media Image of the Chief Executive Officer and Financial Reporting Reliability: An Auditor And Investor Perspective*, Phoenix: Doctoral Dissertation of Arizona State University, 2006.
 - ④ Jennifer Richardson, *Image Slavery and Mass Media Pollution: Examining the Sociopolitical Context of Beauty and Self Image in the Lives of Black Women*, Chicago: Doctoral Dissertation of Loyola University Chicago, 2012.
 - ⑤ Yuya Kiuchi, *The Black Image in the Black Mind: The History of African Americans' access to Cable Television in Boston and Detroit, 1963—1989*, East Lansing: Doctoral Dissertation of Michigan State University, 2013.