

【成长与社会发展】

打造“人设”： 媒介化时代的青年交往方式变革

段俊吉

【摘要】当前,媒介化生存已经成为当代青年日常生活的基本样态,在交往行为的发生场景中建立起青年与媒介的耦合关系。青年“人设”是在涉及学习、工作和娱乐等以数字媒介技术为内在驱动的交往活动中得以逐步彰显、形塑和重构的,遵循了特定的媒介逻辑和行动机制。从媒介的维度而言,如何理解媒介化时代的交往方式变革以及在数字交互的对话中认识自己与他者的关系,成为青年文化研究的重要议题。考察日常生活中数字媒介技术与青年交往实践之间的互构关系,探求青年媒介习惯的时代转向赋予了青年研究领域新的意义。

【关键词】“人设”;媒介化时代;青年交往方式

【作者简介】华东师范大学教育高等研究院博士研究生。

【原文出处】《中国青年研究》(京),2022.4.31~39

【基金项目】本文系2019年教育部人文社科项目“‘网络红人’现象对青少年价值观的影响及对策研究”(项目编号:ZX20119000370)的阶段性研究成果。

伴随着新兴技术的演进,电脑、智能手机等网络终端成为媒介化社会的重要表征。数字媒介的运算法则和识别方式改变了传统的信息生产模式,同时也改变了媒介的运作环境,重组了人类的思维习惯、行为风格和话语体系。“互联网整合,也可以说衔接起了所有的媒介,并通过重新塑造各个新媒介在新兴的网络语境下的可能性而再度媒介化(remediate)了这些媒介。”^[1]数字媒介对传统媒介施以“再度媒介化”的符号力量,以特有的流量生产模式引导了大众的行动逻辑。这种所谓的“引导”指向的是数字媒介的转译过程,使传统媒介在抵抗中被逐步同化,并在新的媒介语境中重新建构自身的符号意义。在媒介融合的社交语境下,青年群体的“独异性”及其社会地位的共同特征在一定程度上促成了独特的交往文化。作为数字技术的忠实拥护者,青年成为屏幕媒介的核心受众群体。屏幕媒介是动态影

像的传播介质,其功能性趋向多元化的过程中也改变了青年的行为方式。这意味着青年需要在“媒介前台”塑造他们的专属形象,以特有的身份参与到深层次的信息消费中。本文以青年“人设”为线索,阐释了媒介化时代的青年交往方式变革及其多元面向的符号呈现。

一、问题提出:青年交往方式的媒介转向

当前,数字媒介革命已然融入了大众的日常生活实践。“如果你了解‘网络一代’,你就会了解未来。”^[2]当代青年是成长于互联网广泛应用的一代人,即时通信软件和在线社交平台是他们日常交流、分享、参与和创造的基本工具,同时包括直播、Vlog等具备互动功能的交往方式也被青年所追捧,emoji的使用也有助于维系并增强社交关系^[3]。媒介变革在改变青年一代感知和理解人际交往的同时,引发了他们对社交软件的使用、交往模式的更迭以及交谈

方式的转变,“媒介化生存”成为青年一代日常生活的真实写照。进入媒介化时代,青年与数字技术的多重互动为在线交往提供了独特的机会^[4],意味着青年已经改变了他们与他者的互动方式^[5]。青年获得了更加广泛的线上社交范围^[6],可以建立新的交往关系并探索共同的兴趣和身份。从既有研究来看,青年的数字交往似乎并没有取代“面对面”的联系,反而增添了现实生活中补充和扩展社交联系的可能性。他们通过使用数字媒介颠覆现有的传播与文化模式,并借助这种创造性干预自身和他者的日常生活^[7]。更进一步讲,青年如何使用媒介进行交往并不是最重要的,最重要的是他们做的哪些事情是与媒介变革相关,从而影响了他们的交往习惯。

当媒介化时代的研究对象转向青年一代,与此关联的社交媒体及其运作方式往往会衍生出多元含义。数字媒介技术已然渗透进青年的日常生活,并与社交世界相互缠绕,可以被称作“深度媒介化”^[8]。在媒介人类学聚焦于“数字民族志”的实践探索过程中,可以发现媒介变革的时代转向和青年交往的行为习惯之间形成了强大张力,对二者关系的探讨也将被放置于特定的媒介实践中。青年生活在日益多元的媒介文化环境中,将青年的交往经验的复杂性与必要理论和方法的复杂性进行匹配则成为研究者需要攻克的难点。研究者应当从思考数字媒介及其传播实践对青年产生的具体影响入手,根据青年使用媒介的特定文化来理解他们媒介行为的差异性^[9],进一步挖掘日常生活中文化传统与媒介的互动关系^[10]。

从理论层面而言,首先不能全盘接受已有的理论框架和研究路径^[11],更要避免将媒介工具论、本质论和进化论等认识论误区^[12],导致对媒介的理解被窄化为某种从属于社会的结构性组成。“传播学中將媒介仅仅视为器具、工具的固有思维……最终留下的是用处、是效应,媒介却消失不见。”^[13]胡翼青从技术哲学的进路探讨日常生活实践中数字媒介与个体的互动关系,认为需要重新理解传播及其技术是如何嵌入个体的生活,并讨论传播与个体存在的意义

问题^[14]。沿着这条思路,部分学者探讨了数字媒介与青年交往的关系问题。汪黎黎、姚劲松(2015)通过对大学生2683条“QQ说说”进行文本分析并结合深度访谈,认为青年一代表现出“随时随地”“物尽其用”和“为我所用”的媒介使用图景,并通过数字媒介进行包括交往行为在内的日常生活管理^[15]。马祖尔等人比较分析了100位年龄段在18岁至25岁的美青年在社交网络上的信息介绍,进一步探究其媒介交往过程中身份认同和自我呈现的文化特征。研究发现,社交媒体已然成为青年交往的习惯方式,中国青年用户群体呈现出更多的自我关注和焦虑情绪。其中,女性青年比男性青年更关注社交媒体中的身体形象和外部评价,比如设计更加复杂、充满视觉性的个性化主页^[16]。在深度媒介化阶段,媒介与文化价值和社会结构的互动关系受到更多关注。

媒介技术的发展史可以视作以人为中心的衍变史,数字媒介的兴起则越发将技术与人的主体性相互勾连。研究者更多地将“媒介化”视作青年交往的发生背景、将网络空间视作青年交往的具体场所,较少意识到数字媒介的自有属性及其转向与青年交往之间的深层关系,还需要从技术哲学的角度重新理解数字媒介与青年交往的互动。已有研究聚焦于“是什么”的问题,即媒介化时代的青年交往是如何展开的;而没有解决“是什么”和“为什么”的问题,即青年交往的媒介本质是什么以及二者的关系哲学和意义所在。因此,对上述问题的回答也成为本文的重点。

二、青年“人设”的媒介语义

“人设”的全称是“人物设定”,原意是指动漫、小说等艺术作品中虚拟角色的基本设定,包括外貌特征、性格特点和行为方式等,现在大多用于指涉个体的形象设定。在传统交往过程中,“人设”的内涵往往受到物质的重新定位而引起的状态变化,包括全新的穿着打扮、恰当的行为举止和耀眼的社会头衔。“人设”通常有两种类型,即“被动赋予”和“主动设定”。前者是指因特定社会身份与角色而打上的形象与标签,而后者是将其定义为个人通过发挥思

维能动性根据自我期望与自我目的在头脑中形成的意识状态,是对自我形象与角色的一种设定^[17]。伴随着数字信息技术的演进,社交媒体平台成为青年打造“人设”的天然舞台。从本质而言,“人设”是一种虚拟的自我人格及其行为表现。它是想象与现实之间的相互勾连的符号表征,体现了虚拟与真实的张力关系。数字技术转换了媒介与青年的互动关系,提供了全景式的自我展演的舞台。从这个意义而言,数字媒介中“人设”是青年身体的再媒介化。“渴望得到超越的支持、得到根本性的肯定,是现代个人深层的欲望。”^[18]如果说传统媒介满足了青年对信息获取的渴求,那么数字媒介则解放了青年自我展演的欲望。青年建构“人设”的过程既彰显了数字文化辐射下的自我塑造,也是媒介技术对个体人格重新赋权的符号投射。在线上线下的交互转换和虚拟现实的技术革新的双重作用下,青年的自我角色从过去的“单一认同”转向了“多元创造”。

在现实生活中,青年长期接受来自家庭、学校和社会的文化规训,其社会角色的显现同样具有被规训的痕迹。他们对“理想人格”的虚拟性打造和呈现更多地存在于意识层面,直到数字网络的出现衍生出一系列的社交平台,也打破了青年群体的自我呈现的技术限制。在媒介文化的渲染中,青年打造的“人设”是一种表现性实践。它作为一种社交符号的表达形式,将传统意义上的个体自觉转变为媒介场域中的文化展演。社交媒体为青年展示媒介角色提供了平台,互联网自带的“迷因效应”也成为服务于青年“人设”的意义生产的助力。进入媒介化时代,数字服务的“去中心化”改变了过去受众单一身份的束缚和羁绊,青年群体拥有了多重身份。如果说过去的青年身份是由某一种或某几种话语力量建构起来的,那么媒介化时代的青年“人设”则是多元话语共同塑造的结果。

青年“人设”所指的不仅仅是某一特定个体的人物设定,而是意指群体范围内形象产生的生产者以及背后所代表的生活方式、行为表征和思维形态的塑造者,是当代社会媒介消费过程中的传播者。他

们借助数字媒介进行情绪表达和文化消费的同时,也在进行深层次的意义生产和符号互动。在媒介化时代,青年一代试图借助一系列的符号表征在社交平台彰显自身独特的文化取向和交往身份。青年打造“人设”也并非仅仅是出于标榜个性的目的,更重要的在于引起目标圈层的关注并寻求身份认同。中国传统文化中的集体意识形成了“融入群体”的交往心态,也影响了青年群体交往过程中对圈层文化的追逐。在媒介化时代,拟态环境中的圈层现象越发影响了青年的交往选择,他们不得不通过打造“人设”的方式彰显自己的存在,以及获得圈层中其他个体的认可与肯定。在某种程度上,这种融入圈层的方式“是以放弃他作为独立本体的存在为代价的,而且他放弃了一种最终将使他建设性地战胜孤独的东西,即发展他自己的内在资源、力量和方向感”^[19]。微博、抖音、微信朋友圈等网络社交媒介“如同镜子一样具有怡情的作用,照向基础,从表象中提取秘密,并且传播出去”^[20],为青年身份的符号结构的分化重组提供了平台,也为青年打造独特“人设”搭建了宽松的、显在的文化秀场。可以说,青年“人设”是一种被包装、被修饰和被建构的自我,通过虚拟化的想象逻辑成为标签化的存在。

青年的“人设”在网络化的媒介景观中获得了重塑的机会,借助文本、声音、图片和影像等元素构建出自身期望的“剧本”。媒介化时代交往生态是建立在多元媒介相互融合的技术基础上的:单一媒介足以产生一定的影响,而媒介融合则彰显出更具包容性的作用。“出于印象管理的考虑,个体会有意识地强化有利于自身形象方面的表现,而对于有损于所要达成的印象的那些行为会竭力抑制,以此来引导他人对个体美好印象的形成。”^[21]在数字媒介建构的虚拟环境中,自我形象的塑造和管理是青年交往的重要组成部分。他们通过合理运用印象管理技术在社交平台上呈现一系列的视觉文本和听觉符号,彰显独特个性和自我意识,从而营造理想化的虚拟形象特质和媒介交往性格。这是一种感官层面的“深描”:青年精心打造了自身独特的媒介形象,每

一次与他者交往的过程都是自我呈现的过程。事实上,社交平台的媒介属性使信息呈现和语境搭建相对有限,恰恰为青年打造“人设”提供了技术层面的便捷。

作为当代社会的立体单元,网络空间的多元生产方式成为青年寻求“集体意识”的重要平台。他们在数字媒介交往的过程中分享自身的知识体系、塑造他者,或者说打造“人设”的同时,也受到了来自他者对青年主体的信息覆盖和个性重塑。媒介化社会的青年“人设”是一种体现具象化自我的虚拟化身:他们创造了一个“延时性”的自己,通过自拍修图、化妆技术等方式创造一个理想中的自己。他们可以在网络空间中塑造现实生活中无法实现的形象设计,比如将自己与某种特定的刻板印象形成紧密联结。在某种程度上,这可以理解为罗杰·西尔弗斯提出的“媒介驯化”。“它是一个过程,我们在其中使某物隶属于我们,受我们的控制并能印染上、表达出我们的身份。”^[22]它不仅指向了一种“移动青年文化”^[23],更显现出日常生活中青年与媒介的关系问题。数字媒介的灵活性、可塑性和多样性鼓励着青年构建“千变万化”的自我,而网络空间也成为他们构建理想自我的平台。他们所有的身份角色都印刻在媒介化的交往空间中,每时每刻都成为他者所凝视的对象。“主体本身以为这就是自我,实际上这只是被虚构出来的自我。当他成为被凝视的对象时,他既在接受他人的凝视,又在接受自己的回望;既与他人遭遇,又与自己遭遇。”^[24]数字化的媒介交往使青年重新发现了自己,具体而言,是发现了作为媒介的自己。在媒介化社会,社交平台成为青年交往的新归宿,是他们日常生活的重要组成部分,是第二个“自己”。他们不断地寻找契合自己的符号定位,并试图突破既有符号化规约,塑造更具鲜活感的角色形象。但是,这并不意味着他们打造“人设”的过程是充满随意性的自发行为,而依旧是框定于特定结构的社会化行为。这种“结构”并不是某一客观实体,而是媒介交往的组织原则与青年行为的主观互动之间形成的经验性结构。

法国精神分析学家雅克·拉康提出了“镜像理论”,将混淆真实与幻象的情境意识称为“镜像体验”。在心理学的文化观念中,“镜子”早已被视为个体自我认知的符号隐喻。从索绪尔的语言学观点来看,“镜子”的能指意义也逐步过渡到所指层面,生动地呈现了心理认知的转换关系。它作为一种虚拟的意象,承载了有机体和真实世界之间的互动。拉康从结构主义精神分析学的视角阐释“镜像”的符号表征:主体在“镜像”的映照下已然从真实的“自我”走向了被凝视的“他者”。在青年交往的媒介语境中,社交平台的屏幕如同镜子一般,延伸了物理世界的时空概念,模糊了现实与虚拟的间隔。从表层意义而言,屏幕镜像触发了青年主体的自我凝视。他们在感知“镜子”映照自我的同时,也开始有意识地构建理想化“人设”。从深层意义来看,青年“人设”指涉了来自他者的“凝视”,提醒他者屏幕镜像下的青年形象是一种“有限真实”;同时也引导青年开启更加深刻的自我审视,重新回看镜像交往背后内心活动的叙事表达。这种来自他者的凝视表面上是外在动因,而实际上却是青年自己主动选择和推动的。在数字网络中,青年“人设”是一种建立在社交平台上的产物:既在平台中实现镜像化,也借助平台进行展演和维持。媒介化时代的青年交往成为拉康“镜像理论”的符号投射,在青年与他者之间建立了一种充满隐喻、亦真亦假、虚实结合的想象关系。

三、青年“人设”与媒介交往

在日益媒介化的文化背景下,青年身份也被赋予更多符号化的社会意义。这种意义在物质资源转向媒介资源的过程中形塑了青年的“人设”,跳出传统的现实身份结构,迎合了网络社交时代的新趋向。数字媒介改变了青年交往的可接触性,为媒介形象和真实自我之间的差异性提供了最大边界和可能,“可以帮助我们更好地了解自己的生活,周围人的生活,甚至我们的社会和文化是如何运作的”^[25]。因此,“理解媒介”成为洞悉青年交往方式与媒介技术变革之间关系的重要线索。

1. 媒介与身体

在前语言阶段,个体交往的唯一媒介是身体,或者说身体即媒介。身体的感官系统和认知系统在接收信息、理解信息和反馈信息的过程中发挥了关键的媒介作用,成为最直接同时也是最笨拙的交往介质。当这一阶段的交往方式无法满足个体间的思想交互,以语音为中心的口语交流取代前语言成为替代性媒介。在口语阶段,身体与媒介的关系失去了同一性进而发生裂变。音响和语词在相对程度上部分地解放了身体的现实负累,或者说遮蔽了身体的意义在场。但是,这并非意味着身体已经缺席了交往现场,而是始终以在场的形式限定了个体间的媒介互动。“任何发明或技术都是人体的延伸或自我截除。”^[26]口语交往重新分配了身体器官的既有平衡和组织比率,听觉超越视觉、触觉和嗅觉占据了主导地位。不同于前两个阶段,包括纸质媒介阶段和电子媒介阶段在内的符号化传播阶段将身体视作是暗藏其中的传播终端,而现实意义上的传播媒介则成为以技术为内核的机器和设备。“符号作为传播媒介就像货币作为流通媒介一样,它只关心自身的增值空间,而将其与物的关系通道完全关闭。这样,曾经作为媒介的身体就被搁置在符号中。”^[27]身体在符号营造的媒介狂欢中被不断割裂和解构,超越身体有限性的同时将身体排除于个体交往的具体过程。电子传播从内在机制上改变了媒介传播形式的基本格局,以视觉技术为中心的影像代替了身体的物质性肉身。在符号网络构建的媒介语境中,作为物理存在的身体已经失去了作为媒介传播终端的基本功能。“符号”是由身体所创制出来的,而媒介交往中的“符号”已经脱离了身体的宰制。

在一次次的媒介革命中,作为初始交往媒介的身体已经被悬置。“人的主体性问题在赛博化的过程中愈加以身体性的姿态出现,传播的具身性达到极高的程度,甚至传播成为身体本身。”^[28]媒介的迭代更新直接冲击了个体的感官认知以及与此关联的自我表达能力,构成了多重类型和不同容量的信息系统。过去对身体的符号指认已经转译为对结构化力

量的抵制,身体媒介和符号媒介也开始不断交融。从媒介与身体的关系流变来看,媒介改写了青年的身体及其自我呈现方式,更重要的是重塑了青年的交往方式。在网络空间中,青年在物理意义上的“身体不在场”的参与缺憾获得了相对程度上的弥合,或者说是一种补偿。补偿性媒介理论认为媒介进化是媒介与媒介之间进行补偿。青年在数字媒介中的“人设”一定程度上代替物理意义上的身体所表征的自身形象,是个体感官在虚拟空间中的延伸和再现。从这一意义上而言,数字媒介不仅整合了传统的媒介形式,更对青年不在场的身体进行了媒介化补偿。事实上,这一观点并没有脱离“媒介中心论”的立场,始终受限于既有的技术逻辑。理解媒介与身体的关系,应当从青年的身体角度透视媒介变革,或者将青年身体呈现于媒介之上,才能为青年交往的媒介文化提供新的解释路径和考察范式。青年的身体在线上虚拟场景中被不断消解,以特定的媒介化形式出现在交往活动中,以数字媒介专属的补偿性实现身体“缺席的在场”。在青年交往的共生行动中,媒介与身体已然实现了具身化联结。青年在网络空间进行交往时也成为数字媒介具身的行动者,与媒介一道不断适应变化着的时代语境。在媒介成为青年身体的一部分的同时,青年身体也成了数字世界中一种新的媒介形式。当前,数字技术生成的人工现实与青年身体和精神的交互已然成为对媒介与身体关系的核心阐释。在青年交往的具身化实践中,媒介并不是过去对象化、静态化和中介化的技术产物,而是以青年身体为建构维度并为青年打造“人设”提供了更多的可能与支持。“‘身体的缺场’使互动者摆脱了现实世界‘在场’的种种约束,原来只在大脑中想象和构造的虚拟自我找到了一种新的表达方式,从而衍生出依赖网络环境的虚拟自我”^[29]。数字媒介以青年的“虚拟人设”代替了物理身体的真实在场,形塑了新的身体呈现形式。如果说传统媒介延伸了青年人的部分感官,那么数字媒介则实现了身体全部感官的延伸。但是,它始终无法还原现实空间中以身体为中心的交往活动,

勾连着情感意义的“灵韵”也不可避免地消减了。当身体的真实在场缺席于数字社交中,物理意义上的性别特征、衣着打扮、种族特征、身材相貌、面部表情、言谈方式和身体姿态都被虚拟的“人设”所取代。“这是一种自我束缚,一种使人不安的孤立状态,人们通过移动设备把自己牢牢地拴在网络上,从而获得一种自我的新状态。”^[30]在媒介化社会,网络已经成为青年日常生活的重要组成部分。因此,在屏幕上塑造自我形象、打造“人设”则成为他们的媒介宿命。如何在这一过程中寻求新的交往平衡,则成为青年一代需要思考的问题。

2. 媒介与时空

从前语言阶段到口语传播,从纸质传播到电子传播,媒介技术和时空维度的共振使“媒介时空”的概念变得越发清晰。它们共同记录了社会形态的变迁,更表征了媒介化时代的理论内核。每一次媒介技术的变革都会导致媒介的时空偏向,从而影响到个体对时空关系的认知和理解。因此,稳定社会的运转需要时空观念维持某种特定的平衡:当出现时空失衡的情况时,需要有一种新的媒介出现。这意味着每一种新的传播媒介都以自身独特的方式操纵着时空的运转。在媒介化社会中,数字媒介的发展不仅改变了青年交往过程中对技术载体的选择和信息接收的方式,更使他们对时空变化的感知越发敏锐并相互依赖,一种专属于青年的“人设”也得以逐步建构。

与媒介空间相关联的不仅是媒介的生产和运作机制,同时也指向了媒介演变的时间线索和轨迹。数字媒介的深层衍生将更广泛的社群联结纳入青年交往的关系范畴,很大程度上归因于媒介技术对跨时空交往的推进。当代青年所处的“媒介时空”可以分为日常生活时空、网络交互时空和社会结构时空。“日常生活时空”指的是青年日常生活中真实的“场所”,即特定的时空语境。进入媒介化时代,数字媒介技术已然融入了青年的日常生活。因此,对青年交往的相关讨论也应当立足于日常生活的时空语境,在家庭、家族和社区的实践环境中理解媒介技术

与青年的关系。从媒介人类学的视角来看,青年日常生活的媒介转向呈现出历时性的演进特征。在日常生活的不同阶段,对青年交往的媒介化解读也具有多元面向。“网络交互时空”指的是经由数字信息构建起来的联动时空。“网络空间真实与虚拟交织、延伸与压缩并存”的特征,意味着建基于其上的网络社会具有不同于工业社会的特征。”^[31]不同于传统以书写为中心的交往方式,网络交互时空中的数字交往脱离了物理意义上的人和地理空间位置的制约,为当代青年提供了一种“比特式”的交往体验。互联网所具备的“匿名性”“交互性”“去中心性”等特征已然嵌入青年群体的交往生活,使信息交流和互动符号变得虚拟化。在媒介化社会,网络技术范式遵循了后现代社会的基本逻辑。移动互联的发展重新塑造了青年的媒介时空观念,数字化的媒介手段营造了虚实难辨的媒介景观。“社会结构时空”指的是作为个体的青年在社会中的位置以及与其他个体或群体之间的关系。作为独立个体的青年,他们首先是置身于社会结构时空中的“行动者”。“结构同时作为自身反复组织起来的行为的中介与结果;社会系统的结构性特征并不外在于行动,而是反复不断地卷入行动的生产与再生产。”^[32]青年在媒介化社会中的交往行动是流动的,而结构是稳定的。这种媒介交往不仅体现了行动对结构的彰显和落实,更指向了结构对行动的制约和推动。媒介建构起来的空间是一种包含“结构”和“行动”的场所,是“时空”和“结构化”的相互耦合。在社会结构时空中,一种成熟的媒介逻辑将青年的交往行为结构性地组织起来,同时以一种强大的规约力量引导和说服他者遵从统一的逻辑。在这个意义上,数字媒介似乎成了行动的主体。

四、青年交往方式的媒介化面向

青年通过数字媒介重新定义了自己,也重新定义了自己与他者之间的交往关系。在青年交往过程中,媒介对“他者”的表征深刻地影响了青年的理解方式。数字媒介具备一种“去中心化”的解构属性,不同信息节点之间的内容都是互通的。这种解

构并不是单一的、线性的,而是多元的、非线性的。而与此关联的青年交往文化同样也是多元的。下文将以“emoji”(表情符号)、直播、Vlog为例阐释媒介化时代的青年“人设”是如何在这种交往过程中建构起来的。

1. emoji: 社交平台的媒介符号

在媒介化时代,emoji已经成为青年交往的重要交流形式。它的入场在一定程度上弥补了数字社交实践中情感意味的缺席,改写了传统意义上以语言文字系统为核心的青年交往方式。“emoji似乎是为了传达情感信息——而不是足以改变信息本身的代价,但足以改变信息的强度影响。”^[33]在身体缺席的数字互动中,emoji的应用为青年交往提供了扮演特定角色并传递情绪的可能性,在社交双方身体不在场的情况下获得了一种生理性补偿。它指涉了青年交往过程中的情感劳动,在与他者交往的过程中进行符合文化规约的情感表达。事实上,不同年龄段群体对emoji的选择和理解存在相应的代际差异,也区隔了不同的圈层文化。“交往方式的差异一定程度上影响了emoji的意义生成,每一种关系都将发展出特有的emoji的使用规则。”^[34]从这个角度而言,emoji也成为辨识当代青年交往的文化符号。

emoji作为媒介化时代一种新的情感表达形式,改写了传统现实场景中以身体为中心的情感交互模式。“如果说传统互动过程中,交流者不得不通过言语符号、身体姿态、服饰、具体行为方式完成情感信息的传递,那么,在数字时代,基于新技术逻辑与视觉逻辑的社交模式依赖于新的符号形式,已有的情感规则被悄无声息地改写、颠覆,新的表达框架由此生成。”^[35]事实上,作为媒介的emoji不仅是一种传递信息、态度和情绪的表征符号,同时也以其特有的“情感流”功能勾连了青年交往方式的转型。emoji的运用展现了青年群体经营交往关系的微观过程,形成了一种新的网络社交的圈层文化。

在表达形式和呈现逻辑上,emoji大多表现出情感性的、非线性的和交互性的特点,在标识身份特征和进行圈层区隔的同时形成了去中心化的符号

结构。在不同的聊天场景中,青年通过使用不同的emoji掌控或调节聊天氛围。这不仅是改变社交关系、辅助交往开展的有效形式,更重要的是催生了媒介化时代特有的青年交往形态,成为他们打造“审美人设”的关键途径。传统以文字文本为核心的交流方式较为单一,无法体现信息交流者的视觉审美倾向和素养。从构成方式而言,emoji是以静态图像或动态图像为基本形式,其内在语法遵循了视觉符号所特有的图像表意逻辑。“受众的身份从缺席转变为在场,引发的审美情感也从间接感知的移情效应变为了直接体验的具身(embodiment)认知。”^[36]媒介化时代的视觉语境生成了更加多元化的图文互动关系及其意义生成机制,对青年交往的文本表达提出了更高的要求。因此,青年对emoji的使用也彰显了他们的审美旨趣,从视觉符号层面构建了他们的“人设”。

emoji遵循了特定的图像表意逻辑和文化生产机制,指向的是符号背后所暗含的约定俗成的社交规则。这也解释了它为何能够成为媒介化时代青年交往的情感符号。一方面,它体现了青年媒介交往过程中的个人风格和角色特征,折射出以“寒暄”“戏谑”为核心的网络圈层文化。另一方面,不同类型的emoji进行排列组合直接影响了文字文本的现实语义,在一定程度上成为抽象表意的重要形式,具备了成为特定“交往叙事文本”的媒介功能。从这个意义来看,emoji呈现出“元语言”的意义表征和价值属性,在不同圈层文化中具有相应的释义框架和关系联结。它验证了青年交往的“弱关系”基本立场,塑造了彰显时代特色和群体需求的“社交媒介景观”。需要注意的是,emoji可以被视作进入线上聊天的一种文化实践,但它只是推动青年交往方式转型的动因之一。

2. 直播与Vlog: 打造“人设”的动态表征

媒介化时代的青年交往不同于传统“面对面”的线下交流方式,衍生出场景丰富的交往实践及其媒介叙事文本,而数字媒介的符码流动则昭示着青年主体性的重塑。作为成长于媒介化时代的青年,他

们的交往行为也无疑成为重要的媒介文本。他们在打破传统秩序格局的同时也在网络空间中印刻了彰显青年群体文化的交往痕迹,诸如“直播”“Vlog”等等。在当代青年的媒介化交往过程中,直播和Vlog是打造“人设”的重要渠道。二者都采用第一人称视角进行媒介叙事,通过主动曝光的方式将精心设计的人物形象呈现在观众面前。他们试图以系列的印象管理策略确保“人设”的稳定性和一致性,从而获取不同层面观众的信任和支持。

在直播平台中,青年与主播短暂地形成了虚拟的交往共同体,同时也在互动过程中打造自己的“人设”。在不同类型的直播间中,青年对个体形象的塑造也呈现出多元面向。比如,在学习直播间中,青年大多意图树立专心学习、积极向上的“人设”;而在游戏直播间中,青年打造“人设”则侧重于彰显“玩商”,集中展示他们休闲、生活和玩乐的能力。他们或借助语音连麦,或通过弹幕评论在直播间与他者进行互动,共建交往情境的同时强化身份认同和群体归属。无论是学习互动或是休闲社交,青年交往的“娱乐性”似乎在话语体系中扮演了重要角色。而Vlog是一种新兴的媒介形式,以拍摄视频的形式记录和分享生活,是依附于社交网络的自我表达,是博主人格属性的选择性镜像呈现。青年打造“人设”需要营造一种神秘感:既要在交往过程中营造自己“掌握关键能力”的媒介形象,又要在特定的媒介语境中呈现这种能力。这意味着青年在网络空间中提供的“人设”信息是相对有限的:他们处于被关注和凝视的媒介环境中,呈现给他者的更多的是希望被看到和了解的部分。Vlog充分发挥了一种“过滤器”的功能,筛选掉那些与“人设”不相符的信息。它通过改变青年交往的语境信息,重新塑造了互动场景和媒介形象。

无论是直播或者Vlog,不难看出的是媒介化时代的青年似乎并没有被密集性、碎片化的信息阻碍认知,而是获得了更加多元的互动渠道和丰富的交往体验,进一步丰富了青年“人设”的动态表征。可以说,数字交往的出现恰恰迎合了当代青年对多线

性交往的渴望以及自主打造“人设”的诉求,指向的是媒介化时代的隐性本质,即去中心化。它绘制了多维度的、非线性的媒介互动的叙事图景,将交往活动从集体领域引入了私人空间,是对青年主体交往的自发性揭示。在虚拟与现实的交织构建中,青年“人设”也游移于缺席和在场之间。尽管青年借助社交软件等媒介平台参与了交往活动,但是在心理层面与他者形成了某种间离,不再被现实交往的强力关系所俘获。

五、讨论与启示:媒介与青年交往的真实关系

青年一代作为数字原住民,拥有独特的媒介化交往实践:成长环境不仅为交往叙事提供了文本,其身体也被镌刻了网络烙印。数字媒介融合了过去不同的交往场景,打破了传统的互动壁垒,也开启了新的对话。它为当代青年提供了信息共享的交往环境,但是这并不表明所有青年的行为表征和真实态度保持完全一致。它引发的深层次变化在于改写了青年打造“人设”的基本法则和一般方式,一定程度上割裂了与传统群体的紧密联系。过去的青年交往受到来自职业、民族、社会层次等背景性因素的影响,而网络空间的青年集聚则更多地根据审美品位、兴趣爱好和情感需求等内在化因素。算法、大数据等数字技术从根本上重塑了社交网络的基础设施和文化环境的基本形态,增强了青年在打造“人设”过程中的自主选择性。诸如微信、微博、B站等具备社交功能的媒介平台都是围绕算法和大数据建构起来的,它们并不是静止的,而是长期处于“试用”(beta)的变化状态。从运作机制的核心来看,这指涉的是社交媒介的“过程性本质”(process-like nature),即不断地收集用户的数据并进行分析和调整,从而引导青年持续打造“人设”。不可否认的是,媒介化时代的兴起改变了青年交往的基本法则,但是这并非完全是由数字媒介技术引起的。它使包括青年、研究人员等在内的不同群体从技术、情感等角度重新思考既有的交往习惯及其媒介图景。

在媒介化时代,以媒介为纽带的数字社群正不断浮现,为青年交往提供了新的氛围和场景。从数

字媒介的生态维度来看,社交软件更多地发挥了深度信息挖掘和人际网络搭建的功能,改写了它在青年交往过程中的媒介定位。它的表意逻辑体现了对技术的追逐和依赖,传统交往方式的局限性被数字化的符号机制所消解。“现代文化是对既定目标的工具性追求,即遵循理性的规则和程序,通过尽可能有效的方法达到目标。”^[37]媒介化时代的青年交往则是现代文化的重要表征。尽管交往形式和途径呈现出多元面向,但是最终都走向了“人设化”,是理性思维建构和实用主义倾向的共同产物。数字媒介并非是为青年提供了新的空间展示传统的形象,而是改变了正在呈现的角色。它不仅影响了当代青年的自我认知,同时也重塑了未来青年一代对“人设”的理解。正如海德格尔等技术哲学家所担忧的,技术的发展将过去作为“手段”的技术放在了“目的”的位置。同理,媒介与青年交往方式的关系问题也需要重新思考。事实上,媒介变革也并非是推动青年交往方式变革最根本的原因:虽然它改变了青年角色结构的信息流及其内在机制,但是新的“人设”必须是青年本身创造的。

当媒介化走向深度发展阶段,青年的“人设”及其交往方式的变革也会应时而生,为青年研究相关领域的探索提供了未来导向。如果研究者意图更加深刻地理解媒介变革与青年交往的关系,就必然需要发展一种多元的、非线性的“过程思维”。因此,数字媒介可以被视作一个“过程”:它从来都不是静止的,而是在不断媒介化的过程中掌握塑造客观世界的能力。这一观点事实上为媒介化研究提供了一个视角,即研究数字媒介如何改变社交的形式和功能^[38]。媒介逻辑指向的是媒介的组织运作方式,其符号隐喻是媒介化时代的重要投影,展现了媒介塑造力量的复杂性和多元性。它并不会对包括经济、文化在内的其他社会系统起到根本性的决定作用,但是会引发它们内部的深层次调节反应。当前,媒介化时代的技术内核形塑了青年群体的表达方式、行为逻辑和交往方式。在这种媒介化的交往实践中,青年在和他人的互动过程中创设具体的叙事场

景,丰富了“人设”的符号意义建构。

参考文献:

- [1][丹麦]克劳斯·布鲁恩·延森.媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度[M].刘君,译.上海:复旦大学出版社,2019:1-2.
- [2]Bronwen L. Valtchanov, Diana C. Parry. “I Like My Peeps”: Diversifying the Net Generation’s Digital Leisure[J]. Leisure Sciences, 2017, 39(4): 336-354.
- [3]Monica A. Riordan. Emojis as Tools for Emotion Work: Communicating Effect in Text Messages[J]. Journal of Language and Social Psychology, 2017, 36(5): 549-567.
- [4]Marjolijn L. Antheunis, Patti M. Valkenburg, Jochen Peter. Getting Acquainted through Social Network Sites: Testing a Model of Online Uncertainty Reduction and Social Attraction[J]. Computers in Human Behavior, 2010, 26(1):100-109.
- [5]Jordi López Sintas, Laura Rojas de Francisco, Ercilila, García Álvarez. The Nature of Leisure Revisited: An Interpretation of Digital Leisure[J]. Journal of Leisure Research, 2015, 47(1):79-101.
- [6]Diana C. Parry, Troy D. Glover, Caitlin M. Mulcahy. From “Stroller Stalker” to “Momancer”: Courting Friends through a Social Networking Site for Mothers[J]. Journal of Leisure Research, 2013, 45(1): 22-45.
- [7]Lelia Green, Sarah Pink. Using Digital Interventions to Engage in the Everyday[J]. Media International Australia, 2014 (153): 73-77.
- [8]Andreas Hepp. Deep Mediatization[M]. New York: Routledge, 2020: 3.
- [9]Kenichi Ishii. Implications of Mobility: The Uses of Personal Communication Media in Everyday Life[J]. Journal of Communication, 2006, 56(2): 346-365.
- [10]Jukka Kortti. Media History and the Mediatization of Everyday Life[J]. Media History, 2017, 23(1): 115-129.
- [11]黄旦.对传播研究反思的反思——读吴飞、杜骏飞和张涛甫三位学友文章杂感[J].新闻记者,2014(12):40-49.
- [12]黄旦.新报刊(媒介)史书写:范式的变更[J].新闻与传播研究,2015,22(12):5-19+126.
- [13][德]杰弗里·温斯洛—扬.基特勒论媒介[M].张昱辰,译.北京:中国传媒大学出版社,2019:9.

- [14]胡翼青.重塑传播研究范式:何以可能与何以可为[J].现代传播(中国传媒大学学报),2016,38(1):51-56.
- [15]汪黎黎,姚劲松.新媒介:嵌入大学生日常生活的自我管理平台——以“QQ 说说”的使用为例[J].新闻界,2015(15):45-50.
- [16]Elizabeth Mazur, Yidi Li. Identity and Self-presentation on Social Networking Web Sites: A Comparison of Online Profiles of Chinese and American Emerging Adults[J]. Psychology of Popular Media Culture, 2016, 5(2):101-118.
- [17]许高勇,王蕾婷.“人设戏精”网络亚文化的自我呈现、社会表征及其反思[J].新疆社会科学,2020(1):118-125.
- [18]肖鹰.青春亚文化论[J].艺苑,2006(5):4-14.
- [19][美]罗洛·梅.人的自我寻求[M].郭本禹,方红,译.北京:中国人民大学出版社,2008:18.
- [20][德]沃尔夫冈·弗里茨.商品美学批判[M].董璐,译.北京:北京大学出版社,2013:52.
- [21]林江,李梦晗.“精致”人设的自我呈现:青年超前消费问题探析[J].中国青年研究,2021(3):61-67+75.
- [22][英]罗杰·西尔弗斯.电视与日常生活[M].陶庆梅,译.南京:江苏人民出版社,2004:258.
- [23]Marie M.P. Vanden Abeele. Mobile Lifestyles: Conceptualizing Heterogeneity in Mobile Youth Culture[J]. New Media & Society, 2016, 18(6): 908-926.
- [24]徐强,胡婵.从人格到人设:数字化时代人格面临的新挑战[J].南通大学学报(社会科学版),2021,37(1):16-23.
- [25]Istiaq Mahmood. Influence and Importance of Cinema on the Lifestyle of Educated Youth: A Study on University Students of Bangladesh[J]. Journal of Humanities and Social Science, 2013 (6): 77-80.
- [26][加]马歇尔·麦克卢汉.理解媒介——论人的延伸[M].何道宽,译.北京:商务印书馆,2000:78.
- [27]王彬.身体、符号与媒介[J].中国青年研究,2011(2):45-49.
- [28]喻国明,徐子涵,李梓宾.“人体的延伸”:技术革命下身体的媒介化范式——基于补偿性媒介理论的思考[J].新闻爱好者,2021(8):11-13.
- [29]徐琳琳.虚实之间:网络中的虚拟自我研究[M].北京:人民出版社,2017:28.
- [30][美]雪莱·特克尔.群体性孤独:为什么我们对科技期待更多,对彼此却不能更亲密? [M].周逵,刘菁荆,译.杭州:浙江人民出版社,2014:166.
- [31]黄少华.网络社会学的基本议题[M].杭州:浙江大学出版社,2013:21.
- [32][英]安东尼·吉登斯.社会的构成[M].李康,李猛,译.北京:中国人民大学出版社,2016:352.
- [33]Monica A. Riordan, Lauren A. Trichtinger. Overconfidence at the Keyboard: Confidence and Accuracy in Interpreting Affect in E-mail Exchanges[J]. Human Communication Research, 2016, (43):1-24.
- [34]Kelly, Ryan, and Leon Watts. Characterising the Inventive Appropriation of Emoji as Relationally Meaningful in Mediated Close Personal Relationships[J]. Experiences of Technology Appropriation: Unanticipated Users, Usage, Circumstances, and Design, 2015, (20):1-8.
- [35]姚文苑.“Emoji 社交”:视觉语言媒介的入场与数字交流方式重构——青年群体在微信中的 emoji 实践解析[J].新闻与传播评论,2021,74(3):81-95.
- [36]王楠.从移情到具身:“镜像效应”的媒介化变迁[J].当代电影,2021(9):33-39.
- [37][英]戴维·英格利斯.文化与日常生活[M].张秋月,周雷亚,译.北京:中央编译出版社,2009:50.
- [38]Andrew Richard Schrock. Communicative Affordances of Mobile Media: Portability, Availability, Locatability, and Multi-mediality[J]. International Journal of Communication, 2015(9): 1229-1246.