

相亲角还是会友场?三重勾连的 交织与时间场景的纳入

——对上海人民公园相亲角的考察

乔丽娟

【摘要】上海人民公园相亲角的“白发相亲”模式配对率极低,但老人们仍旧日复一日、甚至年复一年的在此聚集摆摊,这一悖论引起了笔者兴趣。论文从媒介角度出发,以“三重勾连”理论为基本框架,探索相亲角中媒介勾连的不同面向和背后的社会内涵。在场景勾连层面纳入了时间维度,以进一步发现主体媒介使用时的流动性实践和由此产生的新的意义勾连。研究发现,物品层面,相亲角形成多元媒介矩阵,智能手机的技术可供性渗入“白发相亲”过程;文本层面,相亲角微信群聊勾连了老人个体与同辈群体,线上线下的勾连形成不同层面的社会联结;时空场景层面,老人们在相亲角开辟了临时性郊区,并获得了新的时间感。相亲角新时空场景的建构,体现出代际间时间结构的不平衡勾连,是老一代承受社会变迁和现代文化挤压后,从群体内部寻找情感支持的结果。

【关键词】相亲角;三重勾连;媒介;时空场景

【作者简介】乔丽娟,上海外国语大学新闻传播学院博士生。

【原文出处】《新闻与传播研究》(京),2023.5.75~92

“这里的相亲成功率可能是千分之一或万分之一,能配对成功并步入婚姻的年轻人寥寥无几。”在上海人民公园相亲角为儿子寻偶的张某告诉笔者。与低成功率相互矛盾的是,上海人民公园相亲角的人气十分旺盛。一到周末这里就会挤满老人,如果恰逢节假日更是摩肩接踵,这些老人自带干粮,摆摊设点,为其儿女来寻找良媳或佳婿。学者孙沛东将此现象称作“白发相亲”,即一种非制度、非正规的婚姻代理方式,父母代替子女在相亲角寻找结婚对象的择偶模式^①。这些老人们日复一日,有的甚至年复一年前来摆摊,相亲角这一低成功率与高人气的悖论引起了笔者兴趣。

已有研究认为,相亲角的低成功率主要由于两代人婚恋观念存在巨大差异^②,老人为子女择偶时更青睐年轻、容貌姣好的女性以及收入高、学历高的男性^③,这种保守的择偶观与新生代的要求存在差异。

同时,上海人民公园相亲角的高人气揭示出都市个体被卷入全球化浪潮后的发展与现状^④,具有其独特的地方性和区域化色彩。“白发相亲”这种中国特有的相亲行为,是现代多元价值体系促使婚姻观念变迁下,父母们的无奈之举^⑤,也是大众在社会主义转型时期借以排泄焦虑的手段^⑥,成为两代人沟通的新通道^⑦。

现有研究对相亲角的关注落脚点大多是“婚恋”或“代际关系”,属于社会学问题,很少涉及人际互动中所使用的媒介因素,或从传播学角度深入分析“白发相亲”现象。安东尼·吉登斯(Anthony Giddens)认为要从社会行动、媒介制度、实践场域和历史脉络等多种维度中,对社会生活开展一种总体性研究^⑧。当下媒介化已触及社会各个维度^⑨,笔者发现,手机成为老人们在相亲角的必备互动工具,新媒介技术更是融入了“白发相亲”的整个过程。因此,笔者试图

通过媒介角度入手,以媒介技术的“三重勾连”(triple articulation)理论考察媒介在相亲角的角色、老人们通过媒介互动展开的生活实践等。在此基础上,本文试图分析媒介技术对社会关系和情感结构带来的变迁影响,把握个人感悟、社会实践以及都市文化的关系,即采取“‘从村落看村外’和‘从村外看村落’的学术视野”^①。

一、文献综述

(一)双重勾连理论的起源与发展

三重勾连理论由双重勾连理论(double articulation)发展而来,“双重勾连”概念来源于语言学家安德鲁·马丁内特(Andre Martinet)的自然语言分析^②。他认为,当说话者想表达某种经验时,需要使用组成语句的单元——语素,然而如果说话者不能从口中发出与语素一致的声音,即音素,那么听者仍然理解不了说话者的话语意图。语素与音素的双重勾连组成完整的语言^③。罗杰·西尔弗斯通(Roger Silverstone)将“双重勾连”概念从语言学挪用到媒介研究中,但媒介领域“双重勾连”的理论意涵却来源于驯化理论(domestication)^④。

驯化理论起源于20世纪90年代,西尔弗斯通是最早公开使用这一概念的学者^⑤,用驯化来隐喻媒介产品从市场进入家庭后,使用者根据自己的理解对产品进行安排,赋予其独特意义,从而使其成为家庭生活的一部分^⑥。西尔弗斯通用“双重勾连”来概括驯化过程,探讨媒介技术如何从物质和符号两个层面连接到家庭生活中去^⑦。一方面,驯化过程凸显出媒介技术作为物品的物质性意义^⑧。新的媒介会被摆放至家庭的某处物理空间,影响整个家居的呈现。人们将新媒介技术的使用时间融入日常安排^⑨,体现出媒介作为物品对家庭生活的影响;另一方面,驯化过程也强调媒介技术的文本符号意义^⑩。新媒介技术的使用与内容观看,会改变家庭具体的认知、价值观和审美观等^⑪,使用者实践技术的个人意义也会反作用于家庭外在的社会结构。驯化理论的最大贡献就是将媒介作为文本的维度和作为物品的维度结合起来^⑫,驯化理论正式承认了媒介的双重意义勾连^⑬。

具体来看,媒介技术的第一层勾连指技术物品

的生产、营销和实践,研究对象包括作为物质实体的电视、录音机、电脑等。第二层勾连指媒介符号文本的接收与解释^⑭,研究对象包括节目、题材、广播议程等,也包括“观看座位如何设置,和谁一起观看,谁可以选择节目,在观看时讨论什么内容”等^⑮。西尔弗斯通以电视进入家庭生活为例对该理论进行阐释:“电视作为一个物品,被购买并且融入到家庭文化中,被放置在家庭的公共和私人场所中。作为一种媒介,电视通过节目的内容和结构,把家庭成员带入到一个分享意义的公共领域中。”^⑯因此,电视的意义,指的是电视作为文本和技术的双重意义^⑰。媒介物质层面的消费将个体留在私人空间^⑱,而媒介的“文本符号”可以让个体与世界、本土和全球相连接^⑲。

然而双重勾连理论的实际运用却异常艰难,受到一些学者的质疑和批评。首先,双重勾连理论研究总是无法兼顾物质与文本层面^⑳。索尼娅·利文斯通(Sonia Livingstone)认为双重勾连理论好像陷入传播陷阱中,重视一个勾连层面就会忽视另一个^㉑。萨拉·李(Sarah Lee)甚至宣称不存在双重勾连,比如网吧的电脑并不被视为“我的”物品,她只发现了第二层勾连,即通过电脑进行的交流体验^㉒;此外,双重勾连理论忽视了媒介消费时的场景^㉓。英国学者玛伦·哈特曼(Maren Hartmann)认为,挑战在于如何既分析线下的场景使用,又不忽略线上世界的符号丰富性,从文本到场景,再从场景到文本^㉔。尤其在网络媒体时代,人们可以在多样化的场景中运用多元化的媒介产品消费相同的内容^㉕,媒介物品已脱离了特定消费场景。有学者提出场景应该作为一个单独的勾连层面^㉖,引发了对三重勾连理论思考。

(二)三重勾连理论与时间场景的纳入

萨马拉吉瓦(Rohan Samarajiva)曾指出,有必要将媒介技术的勾连区分为三个层面,包括媒介物品、媒介使用的符号环境和“程序性”信息^㉗。哈特曼在吸取了双重勾连理论以及萨马拉吉瓦想法的基础上,提出三重勾连理论^㉘,包括作为物品的媒介(objects)、作为文本的媒介(texts)和作为场景的媒介(contexts)^㉙。这里新加入的“场景”并不是封闭的,而是媒介和社会生活相互融合并嵌入的时空^㉚,通过行动者的私人实践以及网络关系被建构和重构。三重勾连

理论主要关注使用何种媒介、媒介显示何种内容、何种场景使用媒介。有趣的是,三重勾连理论关注的三个层面与卡茨(Elihu Katz)等学者提出的受众媒介使用的满足来源:媒介信息的内容、媒介本身的接触、媒介接触的社会环境,呈现出惊人的一致^①。

库尔图瓦(Cedric Courtois)等学者首次将三重勾连从理论层面运用到实际研究层面^②,分析了青少年在媒介消费中作为物品的媒介(电视或电脑)、文本的媒介(歌词,游戏,视频)和作为场景的媒介(卧室或客厅)的意义。研究发现青少年喜欢在卧室私人空间玩电子游戏,以避免来自其他家庭成员的打扰,强调场景在影响媒介使用和内容消费方面有重要作用^③。拥有多元化媒介的家庭被证明存在更复杂的勾连模式,其中每一种勾连都具有单独的意义^④。还有学者发现,涉及多种媒介产品、媒介内容和场景勾连的媒介实践,已经成为当代青年文化的重要组成部分。在正式或非正式的活动,以及私人或公共空间中,青年的媒介物品使用、内容消费和场景转换,正不断进行着意义生产^⑤。

近些年来,国内学者多运用勾连理论阐释乡村或少数民族地区新媒介的使用和传播现象。通过对普米族乡村年轻人微信使用的民族志考察,发现微信使得村落内部和外部实现更为多元的互动,个体和族群的价值观念相互融合^⑥。而乡村社会和媒介呈现出复杂勾连的态势:科技物品层面智能手机受双重驱动,符号文本层面村民内容消费呈现出家庭分工模式差异,空间场景层面形成了农业生产“不在场的空间”等^⑦。疫情期间,乡村青年利用短视频沟通互动,创造出新的地理空间,勾连出媒介、人与环境三者的共生关系^⑧。

国内三重勾连理论研究多将第三层面的“场景”勾连,理解为空间意义上的场景,例如家庭的卧室与客厅、村落的内部与外部,由独特地理空间创造的公域与私域、虚拟与现实等。然而,不可忽视的是,哈特曼认为三重勾连理论的场景包括宏观和微观两个层面。宏观场景指变化缓慢的历史和社会场景(historical, societal context),而微观场景指即刻的社会空间场景(immediate social spacial context)^⑨。“历史的”或“即刻的”本身就包含时间场景在内。库尔图瓦等

学者也提出,三重勾连理论深描了媒介如何被嵌入时间和空间之中^⑩。之后的学者在分析运用三重勾连理论时,也或多或少涉及到了时间场景,探讨时间与物质媒介、符号文本与空间场景的互动过程。

一方面,媒介物品使用、媒介内容消费与空间场景选择,深受时间场景的影响。不同媒介的使用时间具有固定性。例如一些人习惯每天早晨喝完咖啡、抽完烟,确定醒神后,才开始查看邮箱信息^⑪。很多父母在晚上处理完家庭琐事和照顾孩子入睡后,才会使用媒介浏览新闻^⑫。而人们最常在晚饭后与家人看电视,将晚上作为放松时间^⑬。睡觉前的时间则成为一种专注或亲密时间,人们一般使用私人化的媒介,如手机等^⑭。

另一方面,媒介可以建构新的时间场景。例如,家庭成员在晚饭后一起在沙发上看电视,影响到人们对意义的重新感知^⑮,建构了一种亲密时间场景。而电视可以通过节目表,广播通过叙述方式来建构时间感知。西尔弗斯通认为:“肥皂剧、天气预报、新闻,这些加在一起,就把一年以小时、天数和星期结构起来了。”^⑯家庭的日常生活也经常根据电视时间来安排,例如在看完某电视节目后洗澡,“孩子们上床的时间被定为《草原小屋》播出后”^⑰。利文斯通发现,《广播时代》(The Radio Times)的节目安排和家庭成员的时间表相互嵌合,形成“家庭时间”、“我的时间”甚至“国家时间”^⑱。

这些研究虽然将时间作为媒介物品选择、内容消费和场景定位时的影响因素,但并未将时间单独列出,将其放在与空间并置的重要位置。事实上,时间会对媒介消费产生很大影响^⑲,英国文化学者戴维·莫利(David Morley)也认为,只有把媒介放入时空的语境中,才可以注意到并理解媒介所扮演的重要角色^⑳。时间不仅是历史定位的概念符号,还是“一种勾连人与自然、人与社会关系的媒介”^㉑,也是“研究社会变迁的基本维度”^㉒。哈特曼指出,需要在勾连理论研究中进行认识论和方法论的革新,需要挖掘在之前勾连理论研究中被忽略或没有受到充分关注的维度^㉓。因此,本文尝试将时间维度纳入“三重勾连”理论,将第三层面的场景勾连拓展为两个维度,从横向上拓展为空间场景,从纵向上拓展为时间

场景。时间视角的纳入可以帮助更全面地分析媒介、行动者与社会间的互动关联,进一步理解主体媒介使用时的流动性实践和由此产生的新的勾连意义,为本研究提供新的视角和讨论空间。

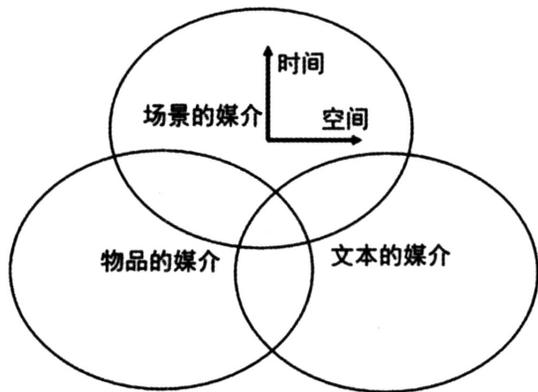


图1 三重勾连的概念图

二、研究问题和研究方法

本文以“三重勾连”理论为指导,将相亲角中老人们的物质媒介实践、创造的符号文本和对应的时空场景纳入考察范畴,本文的研究问题和研究方法如下:

(一)研究问题

1. 科技物品勾连层面,相亲角的老人如何将新媒介技术编织到“白发相亲”的过程中去?
2. 符号文本勾连层面,相亲角的老人如何利用媒介创造文本内容,从而开展生活实践、拓展社会关系?
3. 时空场景勾连层面,相亲角本身作为空间和时间场景的媒介,对于聚集此地的老人有何新的社

会意义?

4. 三个层面的勾连如何交织互动?相亲角老人们的媒介实践、意义生产与都市文化、社会结构之间体现了怎样复杂的关系?

(二)研究方法

采用实地调查和线上参与观察相结合的研究方法。

1. 实地调查。主要采用深度访谈和问卷形式。从2020年12月5日至2021年1月24日,笔者在上海市人民公园相亲角进行实地调查,获得直接体验和一手资料。另外,笔者于2022年10月1日到10月22日再次前往相亲角,做了补充性调查和访问。通过认识来自山东为其女儿相亲的李女士和为其儿子相亲的上海张某,与其接触、聊天,经过一段时间的参与式活动后,用滚雪球抽样法确定访谈对象如下。

深度访谈共12人,父母为主,子女为辅,男性7人,女性5人。每位受访者接受访谈的时间约为40-50分钟,通过面访或是微信语音的方式进行,在被访者同意的条件下进行全程录音。访谈结束后,通过整理录音,将有意义的访谈文字全部摘录下来,共得到23259字的采访资料。

除了深度访谈,笔者还对相亲角的老人进行了问卷调查,以更清晰地了解相亲角老人群体的媒介使用图景,最终获得有效问卷50份。问卷问题涉及在相亲角的媒介使用情况、媒介使用目的、通过媒介进行的交流与线下活动情况等,对全部问卷数据进

表1 访谈对象

序号	姓氏	性别	年龄	职业	户籍	访谈时间
1	李某某	女	57	纺织厂工人(退休前)	山东	2020年12月12日 2022年10月22日
2	赵某	男	61	农民	河南	2020年12月13日
3	谢某某	女	33	外企员工	浙江	2020年12月19日 2022年10月15日
4	洪某	女	58	教师(退休前)	江西	2020年12月19日 2022年10月16日
5	张某	男	65	机床工人(退休前)	上海	2020年12月20日
6	李某某	男	65	工程师(退休前)	河南	2020年12月26日 2022年10月15日
7	刘某某	男	68	地震局工程师(退休前)	山东	2020年12月26日 2022年10月22日
8	朱某某	男	61	家具店老板	武汉	2021年1月2日 2022年10月16日
9	吴某	女	24	幼儿园老师	上海	2021年1月3日
10	张某	男	57	小商品市场老板	浙江	2021年1月9日
11	孙某某	女	65	注册会计师(退休前)	山东	2021年1月17日
12	王某	男	67	公务员(退休前)	上海	2021年1月23日

行单变量的分类统计和相关性分析。接受问卷调查的对象中,男性占54%,女性占46%;51-60岁的占20%,60岁及以上的占80%。这些老人受教育程度较高:小学及以下占8%;中学占32%;大学专科占40%;大学本科占14%;硕士研究生及以上占6%。

2.线上参与观察。哈特曼认为,在运用三重勾连理论进行实证研究时,只进行访谈是不充分的,需要与研究对象不断的进行接触并参与到日常生活之中^⑤。2020年12月9日,通过结识山东刘某某,笔者进入以上海人民公园相亲角为基础建立的微信群,名为“知音联盟”,群成员为相亲角的老人及其儿女。加入后笔者保持“潜水”状态,观察收集信息,截止到2022年3月30日,将微信群聊内容全部导出,包括话语文本、信息发布者、发布时间等。

三、研究结论

(一)第一重勾连:媒介物品的示意与传情

1.以物示意:多元媒介矩阵

勾连理论认为媒介是物质的客体,拥有具体的美学和功能特性^⑥,上海人民公园相亲角的物质媒介丰富多样,首先映入眼帘的是老人们面前摆放的写有相亲信息的纸牌。这些纸牌或直接放在地上,或放在盒子上,或用夹子固定在手推车上。笔者2017年时曾来过此地,当时相亲角摆放的是五颜六色的雨伞,成为人民公园一景。山东李女士退休前是一名纺织厂工人,为女儿来相亲:“之前用伞代表俩人风雨同舟,无论幸福还是苦难,都共撑一把伞。今年(2020年)因为疫情相亲角停了一段时间,疫情好了以后来的人越来越多,纸牌占地小,可以放更多。”68岁的山东刘某某退休前是地震局的工程师,为了给儿子寻找人生伴侣,已经来相亲角摆摊四年:“相亲角规模最大时,简直就是风雨不透,之前还有因为争地方拿小板凳把头砸破的。2020年放成纸牌了,这样同样的地方就可以来更多人。”

人们对不同媒介使用的差异,首先取决于媒介的物质属性,即该物体在特定情况下可以发挥某种效能的特征^⑦。物质属性层面,雨伞颜色明丽,对感官的刺激性更强,但占用空间大;单纯的纸牌信息更简单明了,重视符号效果,占用空间小。其次,媒介实践还勾连了具体的社会场景,本身受其所在地理

环境的制约,还应考虑社会文化脉络的影响。疫情后,越来越多的人群和日益拥挤的空间促使老人们将雨伞替换为纸牌,以最传统的方式传递信息,使未到场的子女以另一种方式再现,形成新的“都市景观”。

雷吉斯·德布雷(Régis Debray)认为媒介包含了“物质技术、文本符码、身体面容等”^⑧。相亲角中老人们的衣着仪态也是一种媒介,“包含了一整套身体技术和工具系统并承载着大量含义和社会价值”^⑨,决定了他们能否为子女“招揽”来“潜在亲家”。从上海市政府退休的王某对自己的穿衣格外考究,基本上每一次笔者去相亲角,他的着装都不同。从2020年12月初的灰色大衣、2021年1月天气渐冷时的黑色皮衣,到2022年10月中旬的白色西服,都显示出其品味气质,暗示了其社会阶层。不同于其他父母摆摊等候询问,这位老人会用美声唱歌来吸引他人,果不其然,出自对“有其父必有其子”传统观念的解读,他的身边经常会围绕很多老人上前询问。

相亲角不仅渗透着传统的“以物示意”的纸牌等传播媒介,又聚合了现代性的如手机等电子媒介,既有依赖视觉的如着装等信号媒介,又有如公园广播等侧重听觉的媒介。它们彼此嵌合,形成媒介矩阵,其示意的信息相互勾连,宛若“柔和、轻巧、自在发生的婚礼圆舞”^⑩,不断开启着意义的生产过程。在这样的“圆舞”中,智能手机是当之无愧的“领舞者”,它渗透进“白发相亲”的整个流程,以媒介逻辑改变着传统的相亲场景和情感结构。

2.以“媒”为“媒”:智能手机的渗透

科技物品的生产、营销以及使用构成了第一重勾连的意义^⑪。相亲角的老人基本上人手一部智能手机,他们通过微信联系合意的“亲家”,用手机相册展示子女照片,还在摆摊期间通过手机浏览新闻。在观察期间,上海本地老人张某起初使用只能发信息、打电话的老人机,如果遇到中意人选,会用笔在小本子上记下对方手机号码。随着越来越多的老人询问微信,张某后来也购买了智能手机,以使用更加快捷的方式互发子女照片和资料。媒介的“可供性”(affordances)概念指的是技术物品为人类提供的行动可能性^⑫。智能手机诸如移动性、互动性、多功能性

等技术可供性,使其在相亲角得以推广并流行。

在智能手机诸多的应用中,微信以其超强的社交性、操作的便捷性和准入的低门槛,成为老人们最频繁使用的社交软件。问卷调查结果显示,74%的老人选择添加有意人选的微信,26%的老人选择留手机号码,他们更加看重微信的灵活性、可编辑性。老人间互加微信后,会将子女的资料发给对方,若子女满意,则进入到真正的主角相亲阶段,双方子女互加微信聊天,衡量对方是否合适。斯图亚特·霍尔(Stuart Hall)认为勾连就是将两个不同的主体通过某种方式聚合为统一体,从而生成新的意义^①。微信这一新媒介技术,宛若一位“媒人”,勾连了相亲双方的老人与子女,形成一个独特的信息交流空间。

电视给家庭带来的信息,不仅包括它所传送的画面内容,而且包括由它生成的新的感知模式、价值观念、家庭关系等^②。老人们以微信为“媒人”替子女相亲,也构造了一种新的交往模式和情感体验。相亲角的很多老人都会批量化添加微信供子女挑选,而子女也会同时加几个人的微信去了解。山东刘某某称:“我每次来都会加很多微信回去让孩子看,差不多一天加7到10个,有时候赶上节假日可以加20多个。合适就聊,聊不好就不处,不耽误时间。”微信可以让双方在短时间内交换信息,看似老人们得到了更多高效选择,可青年男女也失去了探索对方的欲望,造成审美距离的消逝。同时微信追求效率的媒介逻辑,产生了快速相遇快速离别的交往方式,呈现出齐格蒙特·鲍曼(Zygmunt Bauman)所描绘的“转瞬即逝的恋爱液态化趋势”^③。也许这正是相亲角配对成功率低的原因之一,但老人们依旧乐此不疲地来此摆摊,还以其为基础建立了微信群,实现了个体与群体、线上与线下的勾连。

(二)第二重勾连:文本的沟通与社会联结的建立

1. 老人个体与同辈群体的勾连

文本拥有自己的结构,文本内部存在重要的机制,暗含某种意义^④。分析相亲角中老人的媒介实践,不能忽视其媒介使用时所输出的文本内容,及其背后的动机和意义。笔者加入的人民公园相亲角微信群名为“知音联盟”,创建于2020年4月,有228人,群成员为相亲角的老人及其子女。“知音联盟”的群

主是山东刘某某:“我来这里为儿子相亲四年了,在相亲角认识的人越来越多,想着自己也建一个微信群,方便和认识的人交流,后来群规模越来越大。”有趣的是,该群名义上为相亲群,可青年男女却很少在群里发言,反而老人们会频繁互动,周六日的群消息有时可达几百条。几乎每天早上都有老人在群里发早安或励志话语,随后就会得到其他人的回应。

不忘初心:早上好,奋斗就是生活,人生只有前进,每天为之奋斗才能过上幸福美满生活!

踏遍青山解螺旋:幸福在奋斗的路上,劳动就是幸福。

乐虹:什么是幸福,就是降低欲望,知足常乐,经常怀感恩之心。(2021年1月18日)

“仪式”是一种“组织化的象征活动,用以界定和表现特殊的时刻、事件或变化所包含的社会与文化意味”^⑤,具有重复性、程式化、象征性等特征。在相亲角微信群里,早安问候成为一种日常仪式化行为,通过发送颜色艳丽的早安表情包、一段励志祝福话语,开启新一天的群聊,完成仪式实践。老人们在每天的早安问候打卡中,日积月累形成了实践惯习,培养起对这一群体的归属感。而对于没有在群内参与讨论的老人来说,每日的早安问候仪式也会使其感受到自己和他人的连接,获得陪伴感。

除了每天早上的问候打卡,老人们在群内的聊天主题包罗万象。通过问卷调查发现,相亲角的老年群体普遍学历较高,国内国际的热点新闻成为他们在群里经常讨论的话题。2021年1月23日,“空军雪原飞鸿”转发链接“通报新变化:只提地点不提人”,“抗疫联盟”问道:“保护患者隐私啥时候能立法,接轨国际?”2022年3月21日,“踏遍青山解螺旋”分享链接“3次申请中科院院士被拒,后成美国科学院院士”,并感叹中国如何留住人才?“勾连”是媒介使用者能动性的表现,体现出主体的生活追求和价值观念,甚至可以反映其社会阶层和意识形态等^⑥。老人们对时事热点讨论的文本、叙事,是一种主动的社会参与过程,由此将个体与同辈群体相连接,将自我表达与公共意义体系相连接。

此外,河南李某某告诉笔者:“我们会相互分享一些觉得感触比较深的故事和音乐”,例如董文华的

《故乡亲》音乐链接、1983年春晚姜昆说相声的图片、梁晓声《人世间》的原著链接等。媒介为同代人提供了分享“一代人记忆与经验”的平台,增强了“我们”的感觉以及共同文化身份的体验^⑦。由于同辈老人群体间有着相似的经历感悟,基于共享记忆的内容分享易在群内获得认同。总体来看,相亲角微信群聊勾连了个体与群体,成为老人间的一种互动载体和交往方式。从早安问候仪式到热点感悟分享,从共通的互动符号到细微的情感共鸣,“使个体意识到自我与他人同在,自己并非一座孤立的岛屿”^⑧。

2. 随迁老人线上和线下的勾连

除了线上互动,相亲角的老人们还存在通过微信线上组织、线下互动的交流模式,而这一模式尤其在随迁老人群体中较为凸显。相亲角有很多老人因为子女在上海工作,“为了与子女团聚或帮助打理生活,随之迁入城市,成了随迁老人。”^⑨问卷调查的结果表明,籍贯即是否是上海本地人,对在线上聊多元化话题、进行线下活动和发展为好友呈中度相关性,而教育程度和性别与上述三者不相关。也就是说,随迁老人比上海本地老人更倾向于通过微信发展线下活动,形成新的社会关系。

江西人洪某说,她在相亲角结识了几位来自江西赣州、吉安等地的老乡,添加了微信,并组建了“江西人在相亲角”的微信“小群”。偶尔有人因有事不能前往相亲角,会在微信里告知,让其他人帮忙留意合适人选。更多时候,他们在微信上相约一起去相亲角摆摊,摊位紧挨彼此,以方便闲聊。像这样同乡聚集型的摆摊方式并不是个例,笔者发现相亲角很自然的形成了以地域为单位的聚集摆摊方式,有东北区、江浙区、山东区等。随迁老人在迁入异地的过程中,过往的社会资本会发生断裂。而相亲角成为随迁老人在上海建立新关系的一处接口,在这里他们找到了随迁老乡,通过微信彼此倾诉,聚集摆摊进

行交流。这样的互动,拓展了随迁老人在陌生他乡的人际关系网络,一定程度减少了对上海的陌生感和疏离感。

除了用微信组织起相亲角各地“老乡会”,在“白发相亲”的随迁老人中,还有一些案例是子女没有结成姻缘,反而老人们通过线上频繁互动、线下经常交流,逐渐发展成为好友。河南李某某退休之前是工程师,给他的外甥找女朋友:“我外甥和一个女孩刚开始两人都没有意见,双方父母交往也很紧密。后来两人分手了,我们老人还有联系。父母人是很好的,子女不成也是朋友。她妈妈要回家了,我会开车送,过节会发微信问候,有时还会把家乡特产带给他们吃。”山东刘某某告诉笔者:“双方老人聊得来会成为朋友,别管子女成没有,家长交流还是开心的。和我一起摆摊的是一名退休法官,俩人很聊得来,而且都喜欢旅游,我们还一起去过外高桥镇,那里有清朝留下来的房子,我觉得很有意义。”

无论是以地域为基础的老乡沟通,还是以志趣为缘分的新友结识,微信聊天都将线上和线下相互勾连,两者发挥着“互补功能”^⑩。一方面,老人们在微信的情感交流往往促成线下互动,并使之更加紧密和稳定。另一方面,微信聊天越来越具有“折射”特征,映射出现实中相亲角的人际关系。相亲角的随迁老人通过“线下结识——线上交流——线下巩固”和“线上结识——线下会面——线上巩固”的关系建构路径,获得了不同层面的社会联结和支持网络。

(三)第三重勾连:新时空场景的构建

1. 空间开辟:都市一角与临时郊区的勾连

空间好像无声的语言,可以传递深刻的意涵。作为空间实体的相亲角,本身又可以被视为媒介,“不仅被社会关系支持,也生产社会关系。”^⑪“即使今天没有给孩子找到合适的朋友,我也可以和这儿的

表2 籍贯与聊天、线下活动与发展好友的相关性

	是否会聊相亲以外话题	是否会进行线下活动	是否会发展为好友
皮尔逊相关性	.478**	.521**	.459**
Sig.(双尾)	0	0	0.001
个案数	50	50	50

**在0.01级别(双尾),相关性显著。

老人聊聊天,要不太无聊了呀,你不知道退休以后自己有多无聊呀!”上海人张某来相亲角将近四年多,有时自己摆摊,有时索性就在相亲角闲逛,看看有什么新来的人和新鲜的事。张某还与其他几位相亲角“常驻”老人自发结成联盟,一起围攻撵走提供虚假信息、企图“骗财骗色”之人,维持相亲角秩序。在这里,老人们谈论着子女的工作与生活、自己退休以后的境况和感想,扎堆观看新出现的相亲者,很多之前的陌生人变成了熟人,摆摊时看到对方都会热情的打招呼。哈特曼认为“场景”意味着主体在媒介实践或社会行动时可能创造出一种新的交往环境或公共空间^⑧,从此角度看,相亲角已然成为老人们在上海市中心开辟出来的临时性郊区。

在我国郊区或村落通常存在一些公共场所,诸如茶馆、老树底下或空敞处等^⑨,人们经常在饭后聚集到此,话家常,聊农事,谈新闻或论国事。人民公园相亲角就类似于这样一个郊区空间,地处上海繁华商业圈内,北邻南京西路,南邻上海市人民政府。公园四周绿树将相亲角层层包裹,形成天然屏障,与外面的高楼大厦相隔。老人们在此扎堆讨论,形成了面对面以人为中心的传播网络。洪某说:“甭管找到找不到对象,在公园有其他老人陪我聊聊天也挺好。我有时心里堵得慌,和其他父母谈谈,就舒坦多了。”霍尔认为,只有在特定的时空场所,并且在行动主体有意愿的条件下,勾连才可能产生^⑩。由此,相亲角成为老人社会关系的联结之地,都市一角与郊区空间在此勾连起来。

也许正是因此,虽然此前的研究^⑪与笔者的访谈资料均表明,相亲角配对率极低,但老人们依然兴致勃勃地走进相亲角。作为被上海都市渐渐隐去的失落一代,老人们在这样的同龄群体聚集空间中找到了新的倾诉对象、情感寄托、身份认同。出生于20世纪50至60年代的他们,完整经历了中国社会从计划经济体制到社会主义市场经济体制的转型,时代的急遽变迁瓦解了他们习以为常的熟人社会和热闹的集体生活。正如大妈们用聚集跳舞的方式共同反抗孤独^⑫,老人们去相亲角或许“醉翁之意不在酒”,而是将其当做交友场,在断裂中寻找情感和

友伴支持,开辟康德(Immanuel Kant)所说的“待在一起的可能性空间”^⑬。

2. 时间重构:代际间时间结构的勾连

吉登斯将社会关系结构的本质理解为时空对称的地域一致性,即空间上的地域性关联和时间上的历史性关联在既定的地理边界内是连续和统一的^⑭。观众是媒介场景意义的积极制造者^⑮,相亲角的老人们不仅在空间上开辟出临时性郊区,还通过媒介实践和社会交往建构出新的时间场景。相亲角内的很多老人都已退休,没有工作需要忙碌,也没有儿孙可以照料,平时活动范围狭窄。山东刘某某说:“我从地震局退休后,现在有大把时间,平时周一到周五在家里就是忙一些家务,比如买买菜,看看新闻,挺无聊的,不知道怎么打发时间。”与工作日的“熬时间”相反,相亲角内以“媒”为“媒”的实践、密集的社会交往和丰富的活动意涵,赋予了老人们新的时间感。

在陪上海张某摆摊时,一位重庆老人过来询问其儿子情况,两人从子女谈到重庆旅游景点,聊得不亦乐乎。还有摆摊老人把未织好的毛衣带到相亲角,向旁边老姐妹请教接线针法;有参加老年合唱团而把乐谱带来,接受懂行老人指点的;甚至有一对夫妻,携带小音箱和麦克风,在摆摊期间放声歌唱,偶尔有其他老人加入并随乐起舞。相亲角之外,都市路人行色匆匆、避免交流,而相亲角内,老人们漫步游走,驻足搭讪,有的载歌载舞。直到天色全黑,纸牌信息已看不到了,老人们才相互告别,逐渐散去。“特定的社会时间只有在特定空间中才能够被生产和再生产”^⑯。相亲角内的交谈欢笑和乐声歌声,使老人们对时间的长短和流逝速度的主观感受产生变化,这时的他们与平日单调生活的“熬时间”场景脱钩,转而勾连的是具有生活关怀和情感意义的新时间场景。

但从另一个角度看,为何老人们要在相亲角寻找新的时间感并开辟新的意义空间?这实质上反映了相亲角老人们所获社会支持的不足和情感陪伴的缺失,也体现出代际间不平衡的时间勾连模式,即亲代对子代的时间勾连厚重而浓烈,而子代对亲代的

时间勾连却脆弱而稀薄。正如霍尔所言,勾连可以被理解为社会建构过程中不同的行动主体在权力场域中的较量^⑧,勾连过程中主体力量并不均衡^⑨。一方面,“白发相亲”其实是老人们期望用自己的时间,填补子女们被挤压的社交时间,以给其提供更多的交友机会。朱某某表示:“我儿子是软件工程师,平时太忙,周末就想休息,睡到10点多才起床。他没有时间找朋友,平时圈子又小,只有我来替他相亲了。”在相亲角,绝大多数待婚男女都是独生子女,除了择偶,父母们对其成长、教育、工作也都投入了大量的时间和心血。

另一方面,面对亲代的时间付出,子代却无力偿还,很多时候父母成为守在子女身边的“空巢老人”。改革开放后中国加速进行着经济、社会和文化转型,而这样高度的“时空压缩”进程^⑩与计划生育的人口政策对个体与家庭产生了叠加效应。再加上媒介时代的永久链接打破了工作与非工作时间的区隔,剥夺了青年可以自主支配的个体时间,综合起来形塑了当代中国家庭代际关系中不平衡的时间勾连模式。33岁的谢某感叹:“我经常加班,不敢请假,怕影响晋升,想多花时间陪我妈,真是有心无力。”从学历、职业情况看,白发相亲的老人大部分属于中产阶级,一定程度上减弱了其对于子女物质养老的需求,而更强调情感陪伴,这与子代有限的时间付出形成张力。

时间里的各种冲突都已平面化、空间化^⑪。子女陪伴时间的减少、代际沟通的困境以及都市邻里关系的淡漠等因素,使老人们渴望找到一个可以被倾听理解,获得情感慰藉的地方。而同辈群体聚集的相亲角恰恰是这样的所在之处,相仿的年龄、相似的角色、类似的人生处境以及对子女婚姻相同的担忧,都使相亲角成为老人们的天然交友场,让他们可以从群体内部获得精神支持,实现情感交流。表面上看,“白发相亲”的时间填补暂时缓解了年轻人的恋爱社交需求,而相亲角新的时空场景也一定程度上给予了老人们情感慰藉。但这实际上是一种无奈选择,代际间不平衡的时间勾连问题,仍未得到真正的协调和解决。

四、结论和讨论

库尔图瓦曾对三重勾连理论的发展做出展望:“我们坚信未来的研究,可以挖掘到更广阔的经验,看到更多变换的图景,而不仅仅是对三重勾连理论的经验性运用。”^⑫本文将时间维度纳入三重勾连理论,试图通过分析上海人民公园相亲角中作为物品、文本和时空场景媒介的不同勾连面向,发现媒介生活实践的新意义和可能性。第一重勾连强调了老人在相亲角中使用的媒介物质属性。相亲角内部形成多元媒介矩阵,智能手机渗入“白发相亲”过程中,勾连了相亲双方的老人与子女;第二重勾连重点分析相亲角的微信群聊文本,勾连了老人个体与同辈群体,成为一种互动载体和交往方式,而线上线下的勾连形成互补,获得了不同层面的社会联结;第三重勾连将空间和时间纳入场景媒介。相亲角在空间上勾连了与现代化城市短暂分割的郊区,而老人们在相亲角的媒介实践和社会交往又建构出新的时间场景。相亲角新时空场景的建构,体现出代际间时间结构的不平衡勾连,是老一代承受社会变迁和现代文化挤压后,从群体内部寻找情感支持的结果。

“解除理论”(disengagement theory)认为,老年人会因为以往人际交往的减少,而主动从社会系统中抽离出来^⑬。但上海人民公园相亲角的老年群体提供了老龄化的另一幅图景,他们通过媒介实践拓展社会资本网络,以补偿社会活动范围的缩小,通过有意义的社会交往赋予的新的时间感,延续生命的意义。据世界卫生组织预测,我国老年人口数量将在2050年前后达到峰值4.87亿,占总人口的34.9%。届时,我国将成为世界上老龄化最严重的国家之一^⑭。上海相亲角老人们的媒介技术实践过程,为我们观察中国积极老龄化提供了新视角。

尽管新媒介技术提高了老人们社会交往的能动性,但是他们的积极老龄化仍然需要社区、城市以及国家在制度上进行保障。有日本学者指出,“亚洲家庭主义”实际上体现了社会和国家对家庭的支持缺位^⑮。由于我国针对老年人的福利政策并不完善,社会保障制度也并未完全建立,中国老龄化速度的加快,使我国社会服务政策以及民生制度安排的问题

凸显出来。“不仅要给生命以岁月,而且要给岁月以生命。”^⑧老人们需要的不仅是来自都市一角同辈群体的内部支持,更需要的是子女的情感陪伴,一个可以被感知、被倾听和被认同的城市文化和在时空上不分年龄、人人共享的社会。

本文主要考察的是上海人民公园相亲角老人群体的媒介使用及其勾连的意义,但没有进行跨地域的调查比较,相关现象在不同城市是否存在以及其内在学理?为何“白发相亲”总出现在大中城市这种“陌生人社会”,而不是县城或乡村等“熟人社会”?“白发相亲”以及内部老人群体的特殊媒介实践是否与中国独特的国情与文化有关,在不同国别或文化场域会有何表现?上海人民公园相亲角的老年群体大多是中产阶级,他们对新媒介技术的运用和社会融入持较为积极的态度,这一研究样本是否具有特殊性?相亲角内,老年男性和女性的媒介实践和社交网络拓展模式有何不同?这些都是研究者未来可以进一步剖析的主题,分析这个同期群的数字媒介经验,可以为未来对老年人的数字媒介研究留下发展空间。

注释:

①孙沛东:《谁来娶我的女儿》,北京:中国社会科学出版社,2012年,第4页。

②Pettier, J., "Marrying the Perfect Child—Middle Class Norms and Intergenerational Arrangements in The Marriage Corners of Urban China," *Ethnography*, no. 10, 2020, pp. 1–22.

③Gui, T., "Devalued Daughters Versus Appreciated Sons: Gender Inequality in China's Parent-Organized Matchmaking Markets," *Journal of Family Issues*, vol. 38, no. 13, 2016, pp. 1923–1948.

④孙沛东:《中国式焦虑的婚姻缩影——以上海人民公园相亲角为例》,《探索与争鸣》2013年第5期。

⑤曹慧中:《为谁辛苦为谁忙——讲述父母相亲会背后的故事》,《青年探索》2007年第2期。

⑥孙沛东:《谁来娶我的女儿?上海相亲角与“白发相亲”》,北京:中国社会科学出版社,2012年。

⑦孙沛东:《相亲角与“白发相亲”——以知青父母的集体性焦虑为视角》,《青年研究》2013年第6期。

⑧刘少杰:《国外社会学理论》,北京:高等教育出版社,2006年,第410页。

⑨Finnemann, N., "Mediatization Theory and Digital Media," *Communications*, vol. 36, no. 1, 2011, pp. 67–89.

⑩刘朝晖:《村落社会研究与民族志方法》,《民族研究》2005年第3期。

⑪Silverstone, R., & Haddon, L., "Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life," in Mansell, R., & Silverstone, R., eds., *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford: Oxford University Press, 1996, p. 74.

⑫Martinet, A., "Double Articulation as a Criterion of Linguisticity," *Language Sciences*, vol. 6, no. 1, 1984, pp. 31–38.

⑬Haddon, L., & Silverstone, R., "Information and Communication Technologies and Everyday Life: Individual and Social Dimensions," in Ducatel, K., Webster, J., & Herrmann, W., eds., *The Information Society in Europe: Work and Life in an Age of Globalization*, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2000.

⑭Lemor, A., "Making a 'Home'. The Domestication of Information and Communication Technologies in Single Parents' Households," in Berker, T., & Hartmann, M., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2005, p. 168.

⑮Silverstone, R., *Television and Everyday Life*, London: Routledge, 1994, p. 83.

⑯Silverstone, R., *Television and Everyday Life*, London: Routledge, 1994, pp. 82–83.

⑰Hynes, D., & Rommes, E., "Fitting The Internet into Our Lives: IT Courses for Disadvantaged Users," in Berker, T., & Hartmann, M., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2005, p. 127.

⑱Silverstone, R., Hirsch, E., & Morley, D., "Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household," in Silverstone, R., & Hirsch, E., eds., *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, London: Routledge, 1992, pp. 18–22.

⑲Hynes, D., & Rommes, E., "Fitting The Internet into Our Lives: IT Courses for Disadvantaged Users," in Berker, T., & Hartmann, M., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2005, p. 127.

⑳ Silverstone, R., Hirsch, E., & Morley, D., "Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household," in Silverstone, R., & Hirsch, E., eds., *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, London: Routledge, 1992, pp. 15-31.

㉑ Courtois, C., & Verdegem, P., & Marez, L., "The Triple Articulation of Media Technologies in Teenage Media Consumption," *New Media & Society*, vol. 14, no. 3, 2012, pp. 401-420.

㉒ Haddon, L., & Silverstone, R., "Information and Communication Technologies and Everyday Life: Individual and Social Dimensions," in Ducatel, K., Webster, J., & Herrmann, W., eds., *The Information Society in Europe*, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2000.

㉓ Silverstone, R., & Haddon, L., "Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life," in Mansell, R., & Silverstone, R., eds., *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford: Oxford University Press, 1996, p. 62.

㉔ Morley, D., & Silverstone, R., "Communication and Context: Ethnographic Perspectives on The Media Audience," in Jensen, K., & Jankowski, N., *A Handbook of Qualitative Methodologies*, London: Routledge, 1991, p. 152.

㉕ [英] 罗杰·西尔弗斯通:《电视与日常生活》,陶庆梅译,南京:江苏人民出版社,2004年,第122页。

㉖ Morley, D., & Silverstone, R., "Domestic Communication: Technologies and Meanings," *Media, Culture and Society*, vol. 12, no. 1, 1990, pp. 31-55.

㉗ 郭文平:《新闻文本与科技形式的双重连接:日常生活中网络新闻消费实践的类型研究》,《传播与社会学刊》2014年第27期。

㉘ Livingstone, S., "On the Material and the Symbolic: Silverstone's Double Articulation of Research Traditions in New Media Studies," *New Media & Society*, vol. 9, no. 1, 2007, pp. 1-8.

㉙ Hartmann, M., "The Triple Articulation of ICTs. Media as Technological Objects, Symbolic Environments and Individual Texts," in Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y., & Ward, K., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2006, pp. 80-102.

㉚ Livingstone, S., "The Changing Nature of Audiences: From

the Mass Audience to the Interactive Media User," in Valdivia, A., ed., *A Companion to Media Studies*, Oxford: Blackwell, 2003, pp. 337-359.

㉛ Lee, S., "Private Uses in Public Spaces: A Study of an Internet Café," *New Media & Society*, vol. 1, no. 3, 1999, pp. 331-350.

㉜ Livingstone, S., "On the Material and the Symbolic: Silverstone's Double Articulation of Research Traditions in New Media Studies," *New Media & Society*, vol. 9, no. 1, 2007, pp. 1-8.

㉝ Hartmann, M., "The Triple Articulation of ICTs. Media as Technological Objects, Symbolic Environments and Individual Texts," in Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y., & Ward, K., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2006, pp. 80-102.

㉞ Courtois, C., Verdegem, P., & Marez, L., "The Triple Articulation of Media Technologies in Teenage Media Consumption," *New Media & Society*, vol. 14, no. 3, 2012, pp. 401-420.

㉟ Courtois, C., *The Triple Articulation of Audiovisual Media Technologies in the Age of Convergence*, Doctoral Dissertation, Ghent University, 2012, pp. 3-23.

㊱ Silverstone, R., & Haddon, L., "Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life," in Mansell, R., & Silverstone, R., eds., *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford: Oxford University Press, 1996, pp. 44-74.

㊲ Silverstone, R., & Haddon, L., "Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life," in Mansell, R., & Silverstone, R., eds., *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford: Oxford University Press, 1996, p. 74.

㊳ Hartmann, M., "The Triple Articulation of ICTs. Media as Technological Objects, Symbolic Environments and Individual Texts," in Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y., & Ward, K., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2006, p. 96.

㊴ Hay, J., "Locating the Televisual," *Television & New Media*, vol. 2, no. 3, 2001, pp. 205-234.

㊵ Katz, E., Blumler, G., & Gurevitch, M., *Utilization of Mass Communication by The Individual*, in Blumler, J., & Katz, E.,

eds., *The Uses of Mass Communication*, London: Sage Publications, 1974.

④1 Bjur, J., Schröder, K., Hasebrink, U., & Courtois, C., "Cross-Media Use: Unfolding Complexities in Contemporary Audiencehood," in Carpentier, N., & Schröder, K., eds., *Audience Transformations Shifting Audience Positions in Late Modernity*, London: Routledge, 2014.

④2 Courtois, C., Verdegem, P., & Marez, L., "The Triple Articulation of Media Technologies in Teenage Media Consumption," *New Media & Society*, vol. 14, no. 3, 2012, pp. 401-420.

④3 Courtois, C., Verdegem, P., & Marez, L., "The Triple Articulation of Media Technologies in Audiovisual Media Consumption," *Television & New Media*, vol. 14, no. 5, 2013, pp. 421-439.

④4 Abeele, M., "Mobile Youth Culture: A Conceptual Development," *Mobile Media & Communication*, vol. 4, no. 1, 2015, pp. 85-101.

④5 孙信茹:《微信的“书写”与“勾连”——对一个普米族村民微信群的考察》,《新闻与传播研究》2016年第10期。

④6 冯强、马志浩:《科技物品、符号文本与空间场景的三重勾连:对一个鲁中村庄移动网络实践的民族志研究》,《国际新闻界》2019年第11期。

④7 周孟杰、吴玮:《三重勾连:技术文本、空间场景与主体行动——基于湖北乡村青年抗疫媒介实践的考察》,《中国青年研究》2021年第1期。

④8 Courtois, C., *The Triple Articulation of Audiovisual Media Technologies in the Age of Convergence*, Doctoral Dissertation, Ghent University, 2012.

④9 Courtois, C., Verdegem, P., & Marez, L., "The Triple Articulation of Media Technologies in Teenage Media Consumption," *New Media & Society*, vol. 14, no. 3, 2012, pp. 401-420.

⑤0 Maria, B., *Internet Society: The Internet in Everyday Life*, London: SAGE, 2005, pp. 149-150.

⑤1 Lemor, A., "Making A 'Home'. The Domestication of Information and Communication Technologies in Single Parents' Households," in Berker, T., & Hartmann, M., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2005, p. 171.

⑤2 Ji, M., & Wood, W., "Purchase and Consumption Habits: Not Necessarily What You Intend," *Journal of Consumer Psychology*, vol. 17, no. 4, 2007, pp. 261-276.

⑤3 Courtois, C., *The Triple Articulation of Audiovisual Media*

Technologies in the Age of Convergence, Doctoral Dissertation, Ghent University, 2012.

⑤4 潘忠党:《“玩转我的iPhone,搞掂我的世界!”——探讨新媒体技术应用中的“中介化”和“驯化”》,《苏州大学学报(哲学社会科学版)》2014年第4期。

⑤5 [英]罗杰·西尔弗斯通:《电视与日常生活》,陶庆梅译,南京:江苏人民出版社,2004年,第22页。

⑤6 [英]戴维·莫利:《电视、受众与文化研究》,史安斌主译,北京:新华出版社,2005年,第311页。

⑤7 Livingstone, S., "On the Material and the Symbolic: Silverstones Double Articulation of Research Traditions in New Media Studies," *New Media & Society*, vol. 9, no. 1, 2007, pp. 1-8.

⑤8 Lemor, A., "Making A 'Home'. The Domestication of Information and Communication Technologies in Single Parents' Households," in Berker, T., & Hartmann, M., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2005, p. 169.

⑤9 [英]戴维·莫利:《电视、受众与文化研究》,史安斌主译,北京:新华出版社,2005年,第308页。

⑥0 吴飞、洪长晖:《现象学视角下媒介与时间关系的批判性重述》,《新闻大学》2022年第4期。

⑥1 [波]彼得·什托姆普卡:《社会变迁的社会学》,林聚任等译,北京:北京大学出版社,2011年,第42页。

⑥2 Silverstone, R., "Domesticating Domestication. Reflections on the Life of a Concept," in Berker, T., & Hartmann, M., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2005, p. 240.

⑥3 Hartmann, M., "The Triple Articulation of ICTs. Media as Technological Objects, Symbolic Environments and Individual Texts," in Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y., & Ward, K., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2006, p. 96.

⑥4 Morley, D., & Silverstone, R., "Domestic Communication-Technologies and Meanings," *Media, Culture and Society*, vol. 12, no. 1, 1990, pp. 31-55.

⑥5 Lievrouw, L., "Materiality and Media in Communication and Technology Studies: An Unfinished Project," in Gillespie, T., Boczkowski, P., & Foot, K., eds., *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, Cambridge: MIT Press, 2016, pp. 21-51.

⑥6 [法]雷吉斯·德布雷:《普通媒介学教程》,陈卫星、王杨

译,北京:清华大学出版社,2014年,第4页。

⑥[法]皮埃尔·布尔迪厄:《实践理论大纲》,高振华、李思宇译,北京:中国人民大学出版社,2017年,第238页。

⑦王庆节:《现代性问题的形而上学根源:海德格尔论“物”》,《中国现代外国哲学学会会议论文集》,2004年。

⑧Silverstone, R., & Haddon, L., "Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life," in Mansell, R., & Silverstone, R., eds., *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford: Oxford University Press, 1996, p. 62.

⑨Mcgreneire, J., & Ho, W., "Affordances: Clarifying and Evolving a Concept," *Proceedings of the Graphics Interface 2000 Conference*, Montréal, Québec, May 15-17, 2000.

⑩Morley, D., & Chen, K., *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, London: Routledge, 1996.

⑪[法]鲍德里亚:《消费社会》,刘成富、全志钢译,南京:南京大学出版社,2003年,第132页。

⑫[波]齐格蒙特·鲍曼:《液态之爱:论人际纽带的脆弱》,何定照、高瑟濡译,台北:商周出版社,2007年,第63页。

⑬Morley, D., *Television, Audiences and Cultural Studies*, London: Routledge, 1992, p. 21.

⑭[美]约翰·费斯克等编:《关键概念:传播与文化研究辞典》,李彬译,北京:新华出版社,2004年,第243页。

⑮Silverstone, R., *Television and Everyday Life*, London: Routledge, 1994, p. 175.

⑯June, E., & Turner, B., *Generations, Culture and Society*, Philadelphia: Open University Press, 2002, p. 16.

⑰Goffman, E., *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*, New York: Pantheon Books, 1982, p. 73.

⑱余昆:《关于随迁老人社会融入的文献综述》,《社科纵横》2013年第4期。

⑲Freeman, G., & Jacob, E., "Reconceptualizing Cyberspace: 'Real' Places in Digital Space," *International Journal of Science in Society*, vol. 3, no. 2, 2012, pp. 91-102.

⑳包亚明:《现代性与空间的生产》,上海:上海教育出版社,2003年,第48页。

㉑Hartmann, M., "The Triple Articulation of ICTs. Media as Technological Objects, Symbolic Environments and Individual Texts," in Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y., & Ward, K., eds., *Domestication of Media and Technology*, Berkshire: Open University Press, 2006, p. 96.

㉒熊芳芳:《我国农村公共空间人际传播的特征分析》,《新闻界》2008年第3期。

㉓Morley, D., & Chen, K., *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, London: Routledge, pp. 113-129.

㉔孙沛东:《“白发相亲”——上海相亲角的择偶行为分析》,《南方人口》2012年第2期。

㉕周怡:《“大家在一起”:上海广场舞群体的“亚文化”实践——表意、拼贴与同构》,《社会学研究》2018年第5期。

㉖[德]格奥尔格·齐美尔:《社会学——关于社会化形式的研究》,林荣远译,北京:华夏出版社,2002年,第461页。

㉗[英]安东尼·吉登斯:《现代性的后果》,田禾译,南京:译林出版社,2000年,第16页。

㉘Bjur, J., Schröder, K., Hasebrink, U., & Courtois, C., "Cross-Media Use: Unfolding Complexities in Contemporary Audiencehood," in Carpentier, N., & Schröder, K., eds., *Audience Transformations Shifting Audience Positions in Late Modernity*, London: Routledge, 2014, pp. 42-43.

㉙Lefebvre, H., *The Production of Space*, trans. by Donald Nicholson-Smith, MA: Blackwell Publishing, 1992, p. 339.

㉚Grossberg, L., *Bringing It All Back Home: Essays on Cultural Studies*, Durham and London: Duke University Press, 1997, p. 179.

㉛[美]约翰·费斯克等编:《关键概念:传播与文化研究辞典》,李彬译,北京:新华出版社,2004年。

㉜张艳涛:《历史唯物主义视域下的“中国现代性”建构》,《哲学研究》2015年第6期。

㉝[美]安德斯·史蒂芬森:《关于后现代主义——与弗雷德里克·詹姆逊的一次谈话》,《后现代主义》,李素描译,北京:社会科学文献出版社,1993年,第132页。

㉞Courtois, C., *The Triple Articulation of Audiovisual Media Technologies in the Age of Convergence*, Doctoral Dissertation, Ghent University, 2012, pp. 3-24.

㉟Wilson, J., & Tonner, A., "Doing Family: The Constructed Meanings of Family in Family Farms," *Journal of Rural Studies*, vol. 78, 2020, pp. 245-253.

㊱赵红艳:《智慧老龄化时代城市退休老人微信使用意愿与满意度》,《学术交流》2022年第1期。

㊲[日]落合惠美子:《亚洲现代性中的“亲密和公共领域重建”:家庭主义及其超越》,《中国家庭研究》第7卷,上海:上海社会科学院出版社,2010年。

㊳穆光宗:《老年发展论——21世纪成功老龄化战略的基本框架》,《人口研究》2002年第6期。