

大众文化视阈下的自媒体微叙事建构

王 静

[摘 要] 在后经典叙事学中，叙事被视为一个开放的文化系统，它所关注的是叙事作品与媒介、性别、思维等各方面的关系，认为任何叙事作品都不能脱离独特的社会文化范围而独立存在。进入数字媒介时代以来，比特叙事的融合性与交互性特征，不仅加大了媒介在叙事过程中的作用力，增加了叙事的复杂性与多元性，更使得叙事的社会文化属性进一步增强。自媒体微叙事作为当代最为流行的一种叙事方式，不仅改变了传统意义上作者和读者的身份及其相互间的关系，也创造出了新的结构模式与符号系统，它的建构过程既反映了当代大众文化的性质与特征，也推动了大众文化的创新与变革。

[关键词] 大众文化 自媒体微叙事 作者 读者

〔中图分类号〕I209 〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1000-7326 (2015) 05-0152-05

“自媒体微叙事”，指的是以自媒体为生产、存储、显示、传播与接受平台，依靠网络存在并发生作用的一种原发性、创造性的微叙事形态与方式。按照其内容及功能，可划分为微新闻叙事、微广告叙事、微散文叙事、微电影叙事、微小说叙事等几大核心类别。在经典叙事学领域，叙事是一个封闭的文本系统，关注被叙述故事的结构与话语，试图要在不论以何种媒介承载或传播的叙事作品中去探寻共同特征。而在后经典叙事学领域，叙事则是一个开放的文化系统，关注叙事作品与媒介、性别、思维、意识形态等各个方面的关系，认为任何叙事作品都不能脱离独特的社会文化范围而独立存在。进入数字媒介时代以来，比特叙事的融合性与交互性特征，不仅加大了媒介在叙事过程中的作用力，增加了叙事的复杂性与多元性，更使得叙事的社会文化属性进一步增强。基于此，笔者将通过叙事交流过程中作者、读者、故事、符号等四个层面，深入探讨自媒体微叙事的建构过程及其大众文化表征。

一、作者：显性的叙述者

自媒体所带来的话语解放，不仅使得作者的数量与类型不断攀升，也使得传统意义中作者的身份与角色发生了两大改变：自媒体微叙事的作者突破了传统意义上作品创作者的单一身份，转向发起者、修改者、维护者、出版者等多重身份。自媒体微叙事中的作者不再是固定的、职业的作家、艺术家或媒体机构，他们可能是学生、上班族、农民工，也可能是警察、教师、官员，还可能是集体作者，可以随时转换角色和视角，对同一个故事进行完全不同的表述，并根据叙事环境的变化作出快速反应。

20 世纪 90 年代初期曾经流传过一句俗语，“在互联网上，没人知道你是一条狗”，这是对当时网络

作者简介 王静，华南师范大学文学院博士生（广东 广州，510006）。

作者匿名性的生动写照。几年后,人们逐渐认识到,各种监控与把关措施让普通人几乎不可能以完全隐匿的身份进行书写。而到了现在,随着 web2.0 理念的提出和自媒体的普及,整个社会已然变成了人人彼此监控的“全景监狱”,只要大家想知道,那么就“人人都知道你是哪条狗”。因此,在当前的媒介语境下,传统叙事中往往隐身于幕后的作者走到了聚光灯下,成为了一个显性的“叙述者”。形成这一现状的原因,除了媒介技术的发展完善以及政府、企业的推动之外,更多的是源于大众自身的需求。首先,随着改革开放和市场经济体制的建立,我国的个人主体意识逐渐觉醒,这必然会导致个人对自身感受与经历的重视。在自媒体微叙事作品中,“我”或者“我们”是最常见的叙述者,而这些叙述者通常就意味着真实作者,这既是他们提升作品可信度与感染力的叙事策略,也是彰显其独特个性与身份的有效途径。其次,无所不在的网络监控,使得大众对隐私的期待和保护意识也随之减弱。同时,社会价值观的多元化以及社会开放度、自由度的日益提升,也使得人们乐于将自己的形象、生活、情感等各个方面展示出来,表演、披露、公开、曝光等等已经成为当代最流行的大众文化现象与社会心理。

由此可见,作者的多重身份与显性存在,是自媒体微叙事作为一种大众文化存在的必要前提。他们的显性存在,鲜明地彰显了大众的意识形态,促进了个人主体性的觉醒与建构。但与此同时,这一现状也导致了大量无意义、非理性叙事文本产生,以及享乐主义、民粹主义等不良思潮的滋生与蔓延。

二、读者:游牧的参与者

数字技术及其应用的不断发展,带来了信息生产与接受环境的巨大变革,尤其是伴随着自媒体的产生,我们进入了一个具有更多参与权的新媒介时代,媒介内容的生产和接受两端的对立也逐渐消失,由上而下的单向发布也转向了上下互通的双向分享。在传统叙事中,读者只是被动接受既定的故事与意义,自媒体微叙事的读者则每时每刻都在主动选择故事类型,并参与文本建构、影响意义的生成。这不仅使得读者看待作者、作品的方式及审美理念发生了巨大变化,更塑造出了一种以大众分享、参与、串联与自我呈现为特色的“参与式文化”。在这种参与过程中,读者时刻变换着角色与身份,他们如同一群在网络世界快速移动的“游牧民”,总是不停地在寻找新文本、挪用新材料、制造新意义。

在费斯克的大众文化理论中,大众生产自己的文化产品是不可能的,他们只能在消费环节发挥自己的主体性和创造性。因此,他将大众文化与大众文化产品区分开来,认为真正的大众文化是大众从文化工业提供的产品中,按照自己的意愿改造或创造出来的。在此基础上,他提出了著名的“粉丝文化理论”,认为粉丝文化是大众文化的一种强化形式,它们两者的区别主要在于:所有的大众受众都能够从文化工业提供的产品中创造出与自身相关的意义和快感,从而不同程度地从事着文化生产,但是“粉丝们却经常将这些符号生产转化为可在粉丝社群中传播的符号,并以此来帮助界定该粉丝社群的某种文本生产形式。粉丝们创造了一种拥有自己的生产及流通体系的粉丝文化”。^[1]一般的大众在消费文化产品时,往往止于个人解读,但粉丝却能够在此基础上创造出可以在自己圈子内交流的文化产品。

借用费斯克的这一理论,我们可以将自媒体时代的读者视为是扩大及强化了粉丝,他们不仅在数量上大大超越了传统意义上作为“过度的读者”存在的粉丝群体,而且在产品/文本生产过程中的参与度也大大加强。他们在消费别人创作的故事的同时,还能将自己喜欢的部分作品推荐给他人,甚至通过盗猎的方式进行文本再生产,并以此作为寻找社会认同、维护或扩大自身社交圈子的重要方式。“在这个过程中,个人的阐释经过和其他读者的不断讨论而被塑造和巩固”,^[2]那些被生产出来的意义更加完整而深刻地融入读者的生活,并在很大程度上模糊了读者与作者、生产者与消费者之间的界限。

读者多方式的积极参与,是自媒体微叙事作为一种大众文化存在的坚实基础。正是基于他们的解读、传播与创造,众多的叙事文本才拥有了更为强大的影响力与生命力。与此同时,由于自媒体微叙事的读者绝大多数也是作者,对这一叙事方式的复杂性与多元性有清晰认知,因此他们并不会简单地被“收编”,他们总是努力在碎片化的文本中不断地转换角色、身份以及立场,强调自己作为大众在叙事过程中的能力、态度与自主性,而这正是当代大众文化向“参与性文化”范式转型的重大推动力之一。

三、故事：开放的类型文本

在自媒体微叙事中，话题是叙事建构的前提，一个事件是否具有话题性决定了该故事是否具有吸引力与生命力。在叙事结构层面，自媒体微叙事虽因其创作的随意性与即时性而显得更为丰富多变，但作为一种大众文化文本，其类型化的结构模式特征依旧十分明显。

1. 话题。每个有价值的故事总是源于一个有意义的主题，这些主题既可以是现实的，也可以虚构，它们是故事中角色塑造、环境安排、情节发展的核心与主线。在自媒体微叙事中，一方面，作者的大众化与草根化使得以日常生活和个人情感为主题与内容的“小叙事”得到丰富与强化；另一方面，自媒体微叙事本身的时效性特征与社交性功用，也使得作者们往往将叙事主题转移到当前流行或热门的话题，以此来吸引“人气”。以新浪微博为例，每天都有数以万计的人在此发起话题，并通过各式各样的叙事文本吸引他人参与，这其中的主题大到国际时事，小到衣食住行，深到历史人文，浅到柴米油盐，可谓琳琅满目、包罗万象。其中有几个类别最为引人关注，它们能在短时间产生数量众多的叙事文本。

(1) 热点新闻。它首先是作为一种新闻媒体诞生的，可以让人们在最快的时间内将身边正在发生的事情记录并传播出去。因此，新鲜热辣的新闻事件往往最容易成为微叙事的热门话题。这其中可分为两个主要类别：一类是国际或国内重大新闻事件；一类是热点社会事件，其中既包括与老百姓生活息息相关的民生话题，也包括各种新近发生或流行的热点、焦点话题。

(2) 娱乐资讯。尼尔·波兹曼在其著作《娱乐至死》以警世之笔写道，随着电视的出现与普及，现实社会的一切公众话语日渐以娱乐方式出现，并成为一种文化精神。由此可见，娱乐化是大众文化的本质特征，而随着时代的发展，人们对娱乐的需求也日渐增多并多样化。因此，在自媒体平台上，各式各样的娱乐资讯常常居热门话题榜前列，尤其是文体娱乐明星的八卦消息以及娱乐作品的推介与讨论。

(3) 日常生活。在约翰·费斯克看来，与日常生活的相关性是评判大众文化文本的核心标准。与其他的大众媒体相比，自媒体具有更加鲜明的草根性、大众性特征，绝大多数用户都将其视为一个分享生活细节、心情感悟的平台，因而其大部分内容都是与日常生活密切相关的话题，如家庭小故事、生活小幽默、工作小体悟、旅游小心情，等等。这些极其平常甚至无聊的小事，往往以整体而非个体的姿态，成为自媒体微叙事经久不衰的热门话题，它们从来都不缺乏作者，也永远不会失去读者。

2. 结构。叙事结构的独特多变是自媒体微叙事的鲜明特征之一，因受到篇幅与阅读环境限制，它不得不打破传统叙事中对结构严谨性、完整性、稳定性的要求和习惯，而选取一些更为简约化、灵活化的方式来进行情节选择与安排。作为一种大众文化叙事，自媒体微叙事在叙事结构上普遍采用模式化情节类型，大多数作者都倾向于刻意模仿那些获得成功的结构模式，以此增加可读性与大众认同度。

(1) 单线模式。单线模式是传统文学作品，如童话故事、民间传说或短篇小说中最常用的结构模式，它的突出特征是围绕一条情节主线，按照人物活动和事件发生发展顺序展开，有较为明晰、完整的结构线索。这种叙事模式往往比较简单，符合人们的逻辑思维和日常叙事习惯，易于理解和接受。对于自媒体微叙事而言，单线模式除了具备以上特征之外，还展现出了自身的独特性：首先，它打破了传统单线叙事中所囊括的开端、发展、高潮、结局的经典叙事结构与节奏，呈现出一种更为简练、快速推进的特征。自媒体微叙事往往只会选择传统叙事结构中的某一部分进行拓展叙述，而将其他部分进行极大的压缩甚至省略。其次，由于受到体量的严格限制，自媒体微叙事尤其注重运用“突转”技法来增强单线叙事的效果。在信息高速膨胀的现代社会，注意力成为最稀缺的资源，人们越来越难以长时间地集中注意力，去观看或阅读线索复杂、意味深长的故事，尤其是在微媒体中，海量的信息以极快的速度在流动，读者只能通过快速浏览来抓取他们需要或感兴趣的内容，并时刻处于思维和兴趣的跳跃变动中，因此他们更为看重文本的易读易懂及其所能带来的阅读快感。

(2) 范畴模式。范畴模式指的是“用为数不多的具有指代意义的概念或短语去规范、统辖情节。在这一类型中，序列之间的关系是一种逻辑集合，情节被视为某一范畴的繁衍”。^[3]如“灰姑娘型”就是一

种情节范畴，其基本语义是某个人经过奋斗或机遇获得了承认或实现了自身的价值。范畴模式的产生，是生活现象与人生经验的总结与艺术化体现，因而叙事范畴的变化折射着一个时代社会与文化的变迁。

范畴模式意味着一种叙事成规，精英文化根据美学标准认为范畴型文本是缺乏想象力和创造力的表现，对此往往表示抗拒或不屑一顾，但是大众文化却恰恰相反。在当代众多类型的大众文化文本中，范畴型是最为常见的情节模式，如“欢喜冤家型”、“卧薪尝胆型”、“破镜重圆型”等等。这一结构模式的好处是，一旦读者或观众确定了其范畴，就能轻易地对作品的情节、人物、场景等各方面做出具体设想，并产生明确的期待，在很大程度上满足了当代大众的娱乐化需求。自媒体微叙事同样广泛采用范畴模式，以便充分利用大众的熟悉感来减少不必要的铺垫与陈述，满足其在篇幅上的要求，但更为注重对传统范畴的创新和突破。在人物形象上，自媒体微叙事往往刻意避免传统范畴型情节中过于理想化、完美化的类型人物，取而代之以一些更为现实化、草根化、个性化的人物形象，使之更为贴近大众化的读者。在情节设置上，自媒体微叙事往往更为注重某个部分“出乎意料”，故事的绝大部分基本上都是依照既定范畴推进，但是在高潮或结局部分却忽然变成了截然不同的情节，给读者带来新惊喜。自媒体微叙事往往会在相对固定的叙事范畴内，增强情节结构的开放性，通过留白、省略等各种方式设置了许多需要读者去思考、分析，鼓励读者参与情节的设想与建构，这在很大程度上增强了读者的阅读乐趣，也更好地诠释了当代大众文化“正以有力的新方式磨练着人们的大脑”。^[4]

(3) 散文模式。如果说单线模式和范畴模式都是以情节为结构中心的叙事模式，那么在自媒体微叙事中，还存在着另外一类最常见的，以人物情绪或背景氛围为结构中心的叙事模式：散文模式。

“散文化叙事”自“五四”运动以来便在中国的文学、艺术领域广泛流行，在精英文化的视野中，散文模式成为了突破传统情节模式、提高艺术品位、表现艺术个性的叙事结构。然而在大众文化的视野中，自媒体微叙事文本大量存在的散文式文本，绝大多数并非是基于艺术的追求或创新，而是源于现实语境下的必然选择。首先，自媒体微叙事的大部分作者都是普通百姓，基本上都是即时性、随意性的记录与发表，因此叙事的内容绝大多数都是平凡、琐碎、重复的日常生活，而散文模式正是展示与描绘这些生活细节与过程的最佳选择。其次，自媒体是一个彰显自我个性的平台，而以凸显个人情感与感觉为核心特征的散文模式则最能满足当代大众的创作与阅读心理。如何在纷繁的世界和平凡的生活中书写出不一样的感悟与体验，成为众多散文型自媒体微叙事所追求的目标。

四、符号：混合媒介的快感编码

符号是“信息的外在形式或物质载体，是信息表达和传播中不可缺少的一种基本元素”。^[5]叙事从根本上而言是一种信息交流行为，实现自媒体微叙事功能的载体则正是其符号系统。数字媒介以前所未有的包容性，融合了所有传统媒介形态，集文字、图像、声音、影像为一体。借助这一多媒体功能，自媒体微叙事的文本符号呈现出多样化形式，其中既有单一符号文本，也有多符号组合而成的文本。尤其是后者，已成为当前自媒体微叙事的常态。例如在微博、微信中最常见的，“文字+图片”、“文字+视频”、“文字+表情”等各种形式的混合符号文本，通过图文并茂的方式来完成叙事，既满足了微叙事在形式上的要求，又实现了符号间表意的交互、转换与融合，提供了更丰富的表现手段和审美旨趣。

巴赫金说过：“一切文化都可称为符号，因此，一切文化总是表现为各种各样的符号，文化的创造在某种意义上说就是符号的创造”。^[6]人类文化是在符号与符号的创造中产生的，符号并不是僵死的，而是不断变化的、灵活的。因此，自媒体微叙事中各种符号的运用与创新，既反映了当代大众文化的性质与特征，也推动了大众文化的创新与变革。学者周宪在《视觉文化与现代性》一文中曾经谈到：“晚近代以来，无论是西方文化还是中国文化，似乎都有一个越来越明显的发展趋向：视觉符号正在或者已经超越了语言符号转而成为文化的主导形态”。^[7]这一巨大的变迁在中国的大众文化文本中得到了最鲜明的体现，无论是以视觉符号为核心的漫画、电影、电视剧，还是将视觉符号加入传统小说而形成的绘本小说、多媒体小说，都昭示着作为非语言符号存在的图像符号已逐渐取代语言符号在大众生活中占据着最

主要的位置。在自媒体微叙事中,图片、影像、特殊符号、动画表情等的广泛运用,都可视为是这一趋向下的产物。然而,笔者认为,图像的转向并不是单纯的取代,而是一种媒介文化对另一种文化的补充。正如米歇尔所言,图像转向的意义在于“观看行为(观看、注视、浏览,以及观察、监视与视觉快感的实践)可能与阅读的诸种形式(解密、解码、阐释等)是同等深奥的问题,而基于文本性的模式恐怕难以充分阐释视觉经验或视觉识读能力”。^[8]在自媒体微叙事中,想要在极其有限的篇幅或时间内完成故事的讲述并具备一定的艺术性,充分利用各种符号的优势以增强其叙事效果是一种必然选择。一方面,语言符号的简易性、结构性与普及型优势使其成为自媒体微叙事中最基本,也是最核心的符号类型,尤其是文字语言符号,更是微叙事文本中不可或缺的元素。同时,自媒体微叙事对于语言凝炼性与艺术性的需求,在一定程度上重新提升了人们对语言符号的重视程度,促进了其在大众文化中的回归;另一方面,非语言符号的形象性、创新性与个性化优势大大满足了人们在自媒体微叙事创作与阅读过程中的需求,它们具有自身的叙事语法,是语言符号的有效补充、延伸或诠释。

多媒、多元符号的综合运用,是基于数字媒介技术而兴起的新型叙事方式,如果说在自媒体产生之前,人们能够从这类文本中获得更多新鲜、愉悦的阅读感受,那么在自媒体产生之后,则直接将这种符号的运用及创作权力下放到每一位普通民众的手中,让人们享受到自由创造的快感。在费斯克的大众文化理论中,快感是大众文化产生与形成影响力的核心要素与心理基础,躲避式的快感,它们围绕着身体,在社会的意义上倾向于引发冒犯与中伤;而生产诸种意义时所带来的快感,它们围绕的是社会认同与社会关系,并通过对霸权力量进行符号学意义上的抵抗,而在社会意义上运作。^[9]自媒体微叙事所带来的,正是一种生产式的快感,它往往比躲避所获得的快感更为主动、积极,也更为符合当代中国语境与大众需求。人们以日常生活中的事物作为对象,通过各式各样的符号对其进行编码,并在这种符号的创造、修正与交流过程获得“符号保障”与“解放”的双重快乐。正因如此,自媒体微叙事便成为了各种符号的狂欢场,这既是媒介技术发展的必然结果,也是大众在时代背景下的主动选择。

[参考文献]

- [1] John Fiske: *The Cultural Economy of Fandom. The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, ed. Lisa Lewis, London: Routledge, 1992, p.139.
- [2] Henry Jenkins: *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge, 1992, p.136.
- [3] 胡亚敏:《叙事学》,上海:华中师范大学出版社,2004年,第139页。
- [4] 史蒂文·约翰:《坏事变好事——大众文化让我们变得更聪明》前言,苑爱玲译,北京:中信出版社,2006年。
- [5] 郭庆光:《传播学教程》,北京:中国人民大学出版社,2007年,第43页。
- [6] 萧净宇:《超越语言学》,上海:上海人民出版社,2007年,第179页。
- [7] 周宪:《视觉文化与现代性》,陶东风等主编:《文化研究》第1辑,天津:天津社会科学院出版社,2000年。
- [8] 米歇尔:《图像转向》,陶东风等主编:《文化研究》第3辑,天津:天津社会科学院出版社,2002年。
- [9] 约翰·费斯克:《理解大众文化》,王晓珏、宋伟杰译,北京:中央编译出版社,2001年,第58页。

责任编辑:陶原珂