



“心灵鸡汤”与灾难叙事的情感规训 ——传媒的社交网络实践批判

黄月琴

摘要: 在灾难事件中,“心灵鸡汤”在媒体的社交网络实践中被密集生产,感动模式成为灾难报道的主流范式。媒体一方面运用“心灵鸡汤”掩盖新闻生产能力不足的窘境,另一方面通过征用国家修辞,进行灾难美学对应和情感动员,并试图进行网络空间规训。“鸡汤化”的灾难叙事给媒体带来专业价值消解的困境,同时面临着公众“反鸡汤”行动的批评与文化抵抗。
关键词: 心灵鸡汤;灾难叙事;情感规训;社交网络

“心灵鸡汤”是一种广为流传的文体。在中国,“心灵鸡汤”有受欢迎的独特社会心理基础,即它是中医原理的隐喻。“心灵鸡汤”的“配方”,是那些具有哲理的语录,励志的小故事,幽默卖萌的段子,加上绵密的煽情和抒情文风,字里行间充满了道德的自我感动。随着社交媒体的兴起,“心灵鸡汤”保持着迅猛的传播势头。不仅个人,各类企业和公关组织,还包括党政机关和新闻媒体,也纷纷加入制造“心灵鸡汤”的行列,成为在社交网络播撒情感博取注意的重要主体,“鸡汤化”成为各大传媒社交网络实践的主要特征。这种长于抒情感慨、拙于剖析梳理、乏于事实呈现的“鸡汤”风格,被称作新型“晚安体八股”。如遇突发事件或灾难事故,传媒“心灵鸡汤”和煽情报道更是密集生产,“感动”模式几近成为灾难新闻报道的“现象级”范式,引发社会广泛讨论和争议。

新闻传媒是现代性的产物,而理性是现代性的基础。在现代性启蒙视野中,不能以理性来阐明的经验、愿望和情感体验,基本被归为前现代(传统)的精神残余物,应退出公共领域,留给个人去抉择和安置,否则,公共精神就可能会陷入迷信和狂热,公共政治就可能走上危险的歧途。新闻业自西方产生以来,历经煽情新闻和黄色新闻的歧路,最终确立新闻专业主义的职业准则,即要求新闻媒体客观、中立、平衡和全面报道,排除情感和个人意见的掺杂。即使是面对灾难,公共传媒也应冷静叙事,立足于事实和公共理性,这已经成为一种专业常识。而社交网络时代传媒“心灵鸡汤”的大量出现无疑对这一专业常识构成了挑战。

本文以新闻传媒在社交网络实践中所生产的“心灵鸡汤”及其传播现象为研究对象,着重探讨灾难事件中传媒“心灵鸡汤”的产制逻辑、社会基础、情感规则和权力关系,以及由此激发的公众抗争性文化实践。

一、灾难叙事、国家与“灾难美学”

长期以来,灾难被视为外在于人类社会的、由外在因素造成的外源性事件,而不是社会内部本身的问题。2001年,克雷普斯对灾难提出新的定义:“灾难是在社会内或较大社会子系统内(比如地区或者社区)发生的非常态事件,这些事件来自于自然条件与人类社会受到损害和干扰的综合作用”^①。这一定义强调灾难是社会内部发生的非常态事件,而非外在于社会的现象。灾难多由地震、海啸、飓风等自然现象引起,但其根源却在于社会结构和社会过程,灾难的发生、定义、解释以及控制具有社会性^②。因

① G. A. Kreps, “Sociology of Disaster”, in N. J. Smelser & P. B. Bates (eds.), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Amsterdam: Elsevier Publishing Company, 2001.

② 肖力:《比较视野中的灾难、国家与秩序》,载《现代哲学》2010年第4期。

此,灾难是一个被建构和被诠释的过程,不单单关涉到一个群体切身承受的苦难,而且发展成为与其他社群相连接的公共话题。在这公共话语交织的场域,国家的强势出场往往主导着话语的范围、标准和性质,灾难叙事因而深深烙印着国家的权力轨迹。

灾难叙事不是一个独立的叙事系统,而是国家叙事的一环。国家对灾难叙事的起点是救助和秩序。因此由国家主导的灾难叙事侧重点在于重建社会秩序,即控制灾难带来的特殊秩序,并连接日常秩序。学者肖力认为,如果一个国家特殊秩序与日常秩序两者的联结是直接的和自动接轨的,那么秩序的构建与强化将体现在制度的覆盖性与渗透性上;如果两者的联结必须以国家的出场为前提,那么秩序的构建与强化则体现为政府力量的展示和地位的强化。中国偏向将灾难定义为“已发生”的外源性事件,常常构建出“个别诠释的灾难”叙事模式^①,这种叙事模式侧重于对单次灾难的处理、控制与善后,倚重于国家和政府的出场,进行紧急社会动员,从而派生出“万众一心”“众志成城”“多难兴邦”的情感与话语模式,而不是普遍预防与制度性应对的理性主义叙事。在这个过程中,国家往往构建并强力主导着灾难叙事,灾难成为不断构建与巩固国家和政府权力的因素。

中国特定的国家—社会结构和数千年灾荒史造成社会对于政府和领袖的心理期待很高。在建国后相当长时间内,中国政府和政治文化对灾难的界定尴尬地存在于宣传上的乐观主义与实际的灾难管理能力缺乏之间的落差^②。这落差需要宣传性媒体来修饰、遮蔽和诠释。在改革以来,面对灾难,现代国家展现出的强大的资源调配能力和宣传管控能力已经深深嵌入中国国家与社会关系之中,并持续形塑和强化国家形象,成为国家合法性的一环。

国家对灾难叙事的主导是通过对灾难的仪式化建构完成的,而媒体报道是仪式化建构最有力的实现形式和最方便的表现形式。灾难发生的地点以及灾难发生之前与之后的时间可以被视为一个场域,它不仅为国家及其组织提供特定的话语空间,而且还可以成为政治资源为国家及其组织所利用。在这个话语空间里,权力与传媒之间的共谋将直接对灾难的社会记忆产生影响^③。在媒体对灾难的仪式化建构中,情感的唤起与规训是微小而又重要的机制。媒体通过追忆惨状的发生和缅怀受难者,以及对奋不顾身的英雄气质的歌颂,唤起凝聚力和团结感的产生,这种情感的共享,可以带来一种神圣感和升华感,有助于强化政治、文化或者社会认同。在媒体所建构的仪式性符号空间中,通过共同参与,共享某种文本或者符号,人们容易卷入群情振奋的情感漩涡之中,灾难所带来的心理和生理的创伤以及灾难给人们带来的恐惧感,为培植“众志成城”的悲壮情绪提供了可能空间,从而催生集体意识^④。仪式激起情感,而不是催生思想和资讯,在治理术的意义上,仪式比思想更有效。持续的仪式性表达和情感规训对于稳固国家认同和政府形象行之有效。在这种仪式性建构和“鸡汤化”情感表达中,媒体引导公众将灾难客体化,并且作用于政府形象宣传时,就会寻求一种美学对应,形成“灾难美学”^⑤。

二、“心灵鸡汤”与国家修辞:灾难报道的情感编码

灾难事件的发生是“心灵鸡汤”生产的热点时刻。自2008年汶川地震以来,媒体的灾难新闻生产呈现出感动模式和问责模式的分野,在具体的事件场景中,二者还形成竞争和博弈关系。而随着时间推移和环境变迁,在“多难兴邦”话语和维稳体制的保驾护航下,“感动模式”已逐渐占据主导地位,并固化为“悲情”和“英雄”两种叙事策略。

2014年3月的马航MH370航班失联事件中,灾难新闻叙事的“感动模式”发展到高峰。人民日报、中央电视台等国家媒体在信息混乱、新闻资源贫乏的情况下在各自的官方微博上发布了大量鸡汤文字,用悲情化的语言制造催人泪下的“鸡汤文”。据新浪微博账户@社会网络与数据挖掘发布的统计,从3月8日至3月10日,@人民日报针对马航事件发布的数百条微博中,共有36次“祈祷”,在行文中使用100多次感叹号。

马航失联事件发生后的头十几个小时,中国媒体被裹挟进真假信息的洪流之中,事实掌握不足、新闻生产捉襟见肘,深感窘迫。外交部长王毅在记者招待会上提及马航客机失联称感到“揪心”,国家主席习近平和总理李克强对此事件也做了批示,在政治感召和报道压力下,各大媒体开始跳出事实的框架,以更加情绪化和感性的方式建构这一议题。钱江晚报、北京青年报等在头版使用“MH370,你在哪里?”的大字标题,京华时报借用海子的诗歌,在头版声泪俱下地说“从明天起,和每一个亲人通信”。在社交网络中,人民日报、央视等各个媒体账号用更加煽情的方式生产内容。人民日报官微借用一个名为“航空管制锐 Ray-ATC”的新浪微博博主的发帖,创造出“接机”话语模式,发布一幅“MH370,全中国都

①肖力:《比较视野中的灾难、国家与秩序》,载《现代哲学》2010年第4期。

②孙中伟、徐彬:《美国灾难社会学发展及其对中国的启示》,载《社会学研究》2014年第2期。

③范可:《灾难的仪式意义与历史记忆》,载《中国农业大学学报(社会科学版)》2011年第1期。

④范可:《灾难的仪式意义与历史记忆》,载《中国农业大学学报(社会科学版)》2011年第1期。

⑤参见张法:《全球化时代的灾难与美学新类型的寻求》,载《社会科学研究》2011年第2期;唐小兵:《中国的灾难美学》,载《南风窗》2010年第19期。

准备接机”祈福图,戳中人们泪点,情感的浪潮在官微召唤下奔涌而来,人们运用虚拟的“点蜡烛”、“祈祷”“流泪”的表情符号加以应和,大量转发和评论。接下来的几天,每隔数小时,每天的清晨和夜晚12点前,人民日报都会发布鸡汤文,并很快发展出一种新文本模式,即所谓“九连张”模式(由九张精美但并无实质信息内容的小图片拼合而成一张大图,配以一段悲情文字加以发布)。新华社、央视等其它媒体也毫不示弱,纷纷加入这一话语模式的生产,有关马航事件的新闻报道即转变成一场强煽情弱信息含量的“审美化表达”和“精致的符号美学”,与国外媒体对这一事件的事实挖掘性报道形成显著差异。

(一)“鸡汤”文本的情感语法

灾难报道中媒体鸡汤文本具有某些语用规律性和模式化特征,分析这些文本的句式和结构,可以辨识出如下一些语法:

1. 直接以第一人称对第二人称说话,运用喊话式或对话式句式:“我们”对“你”、“我们”对“你们”,制造一种亲密的、无社会距离的、家国一体的表意方式。
2. 集合概念和全称概念多,如:“我们”“你们”“他们”“同胞”“中国人”“亲人”“所有人”。这样的集合概念和全称命题暗含着群体动力学的心理基础,将情感的个体性、私人性和差异性悄然隐去,转化为集体性的公共情感,从而形成一种宏大叙事,生成情感动员的基础。
3. 使用强烈的祈使句、排比句句式,频繁使用语气助词、感叹号,甚至连用两个至三个感叹号,煽情色彩浓烈。
4. 用“祈祷”“祈福”这样的宗教性话语,开头框定“话题”,末尾“点燃蜡烛”是句法定式。通过这种语言句式,媒体制造一种祷告仪式空间。通过这种煽情的句式和语法,国家媒体俨然成为公众情感的代理人,以类似牧师或者心灵导师般的身份,来传递集体主义的情感和关爱。在国家主义和集体修辞的包装下,以“家一国互释”为编码框架,媒体生产出大量辞藻华丽、感情澎湃的“鸡汤”文本。

(二)“鸡汤”文本的权力编码规则

鸡汤文本的情感是被刻意或者集体无意识地编码的,具有一定的情感规则,它连接和派生于主流媒体的社会权力关系、话语优势位置和现实目的。

编码规则之一是媒体的权力层级与情感的宏大程度成正比,权力层级越高,情感基调越宏大,国家主义色彩越强。中央级媒体是“国家级权威+国家级心理按摩”,地方媒体的情感指向多针对小人物、平民和普通人,以感悟的、治愈性的、安慰的甚至是调侃的情感类型居多。而国家级媒体有更多励志话语和国家话语,更多催人向上的情感和宏大叙事,立意更加高调。

编码规则之二是不同权力位置的媒体在情感编码链条之中的位置不同,国家级媒体是“鸡汤”的主要生产者,而地方性媒体或类型化媒体多转载中央媒体的高调话语,生成“主导—跟随”或“主导—依附”的话语链条。

编码规则之三是情感基调的生产随着事态和情境的发展而动态调整。例如在马航失联事件的初期(3月8日至9日),鸡汤文主要内容是对亲属的安慰和鼓励,表现为一种私人性的情感话语,感情基调是悲情的、温暖的、充满期盼的。而随着家属淡出媒体关注的焦点,海上搜索成为新闻焦点,中国派出海军舰队参加搜救行动,媒体的情感基调发生了国家转向,鸡汤文本的“九宫格”照片不再是空荡荡的天空、忧伤的海洋或充满温情的星星、月亮,而是闪烁着金属光辉的扬帆远航的船舰和调整轨道中的通信卫星,媒体鸡汤文的情感基调随之变得昂扬、高远而充满希望,图文色彩也随之明亮,国家主义取代个体情感创伤,成为鸡汤文本的核心意义。即使在网民压倒性的批评声浪中,它们也显得“坚不可摧”和无可辩驳,占据着社会情感表达的优势位置。

三、“心灵鸡汤”的情感动员与网络规训

媒体在社交空间制造和传播“心灵鸡汤”,带有管理新型社会空间的规训性质。在情感的话语实践中,权力关系随之嵌入其中。情感动员是我国媒体组织在社会危机时刻的惯常反应,也是一种路径依赖。它根植于党的宣传工作在革命历史时期所积累的情感动员经验,也来源于过去几十年的激进政治话语和群众工作路线的延续^①。这种新闻抒情传统早期主要以新闻通讯和报告文学的形式体现,时至今日,中国官方媒体的抒情腔调已形成以央视、《人民日报》为代表的国家主义抒情和以《环球时报》为代表的民族主义抒情潮流,经由紧密的“家—党—国”稳定结构,形成互释关系,俱成一体。遇到灾难等突发状况,媒体已经形成一套“后方悲情、前方凯歌”式的报道模式,并垄断社会情绪的表达,达到思想动员和“社会团结”^②。

① 裴宜理:《重访中国革命:以情感的方式》,载《中国学术》2001年第八辑。

② 参见刘瑜:《因善之名:毛泽东时代群众动员中的道德因素》,载王奇生主编:《新史学第七卷 20世纪中国革命再阐释》,中华书局2013年,第116页。

情感动员是媒体所熟悉和惯常运用的话语运作技术。灾难事故往往引发公众问责,继而引发怨恨、不满和愤怒,从舆情治理的角度,这不利于社会稳定和政府形象。将公众感情引向悲情、感动,形成和谐的干群关系和社会氛围,有利于政府开展工作,因此,情感的引导和规训越来越成为媒体舆论引导工作的重要一环。无论是2008年汶川地震报道,“东方之星”沉船事故,还是天津塘沽化工爆炸,悲情加感动的美学叙事遮盖了“丑陋”的问责。新闻和情感混合搅拌,共生互补,建构着国民的现实感和道德秩序,并源源不断地生产集体意识、家国情怀与民族荣誉感。这种符号性运作沉淀为一套国家修辞和灾难美学,固定为中国媒体的道德语法,常常集体无意识地运作。

在社交网络空间,特别是微博这样的广场式社交空间,是去中心和去权威的无限生长的网状结构,依靠用户关系链条和信息自身结构而生成和壮大。在此空间,信息垄断权力被削弱了,公众被技术赋予质疑公权力和个人表达的机会和可能性,政治权力必须在新型空间重新证明其正当性和彰显自己的价值。在话语规则和约束性传播伦理没有确立之前,大众媒体的社交网络活动实际上处于一种实验状态和试错阶段。大众媒体在此新型空间常将公共叙事收缩为个体叙事和故事表达,通过源源不断生产“鸡汤”式新闻,收编个体苦难并遮蔽不满,消解质疑和怨愤。媒体刻意选取事实并进行象征符号的生产,将受难者摹写为“英雄”,在情感的宣泄中加以集体升华,转化为团结一致意识和力量,在道德的集体感动中,激发行动意义上的奉献和积极参与。通过这样的情感规训,媒体“心灵鸡汤”完成了一个关于灾难的情感动员的闭环。伴随着网民的点赞、点蜡烛、祈祷、转发和评论等微小情感机制的运转,灾难事件中的冲突和权力关系被隐匿和润滑化了。当心灵鸡汤成为自然化了的操作常规,网络空间的“和谐”就转换为权力目标和话语规则,在集体点赞的道德优越感面前,“问责”、不满和愤怒成为负面情绪和不和谐“噪音”,意识形态就以“常识”的面目悄然成为空间规训和网络宰制的力量。

四、“反鸡汤”行动:网络反叛与文化抵抗

在社交网络中,针对“心灵鸡汤”的泛滥而出现的“反鸡汤行动”由来已久。网络行动者采取了多种策略,抵抗“心灵鸡汤”的浇灌,包括成立小组,发动网友共同评选“鸡汤”账号,挑选行动目标,发起反鸡汤话题,编写反鸡汤段子,组织学者和大V传播反鸡汤的科学知识以及揭露各类事实真相等等。他们的目的是要厘清问题、揭开鸡汤背后温情脉脉的利益面纱以及背后的权力操控。“反鸡汤”行动对于推进网络空间的理性化提供了一种重要的平衡。

灾难事件中的“反鸡汤”行动常常表现为激烈的社会批评。2008年汶川大地震后,《齐鲁晚报》6月6日26版刊登了山东作协副主席王兆山的诗歌《江城子·废墟下的自述》,其中“党疼国爱,声声入废墟”“纵做鬼、也幸福”“只盼坟前有茱萸,看奥运,同欢呼……”这样的句子激起公众强烈的反感,网络空间掀起了一股“反心灵鸡汤”浪潮。在2014年马航事件中,专业媒体人、文化评论人及公共知识分子对媒体鸡汤又一次发起了猛烈批判。除了“中国媒体有三宝:转发,滴蜡和祈祷”这样的嘲笑外,他们还追问“当他们祈祷时,他们在向谁祈祷”。人们批评人民日报官微以“少女范、琼瑶腔、小清新”来应对灾难,是“媚俗”表现。资深媒体人石扉客(笔名)发微博直接批评媒体弱智:“当48小时过去了,事件的语境已经发生了变迁,人们从媒体欲求的不再是最初的情感共鸣,而是寻求更多的解读和资讯,以缓解信息饥渴。这个语境中,再发‘心灵鸡汤’,是‘反射弧’过长的弱智表现。”

如果说“心灵鸡汤”的弊端是消解大众媒体的公共性和专业性,灾难报道中的“心灵鸡汤”为害更甚,因为它们模糊新闻焦点,阻碍公共问责,甚至包庇罪责。灾难事件发生后,人们悼念和祈福罹难者和受害者,这是根植于人性中纯朴的善,发乎天性的怜悯和“共情”能力,是一种生物本能,它不需要人为去宣导、蛊惑、煽动。人类的理性和文明并非体现在这种生物性的善,而是理性的反思能力,即追求公共理性的善。当灾祸发生时,去追问“灾难或灾祸为什么会发生”“如何避免类似的灾难或灾祸再次发生”才是公共理性的表现。担当社会责任的公共媒体的重心不应是抒发对罹难者的悼念和对受害者的祈福,也不是引导公众集体抒情,而应当致力于探求和寻找真相。

如果说马航失联事件中,由于无法提供确定事实,媒体只能大量炮制鸡汤文字,那么到2015年8月天津塘沽大爆炸时,《天津日报》等媒体生产长篇累牍的“感动”式报道,已不是掩盖信息贫乏,而是掩盖事实真相,将公共问责导向集体感动。这一次,公众的不满已经不止于言语讥讽,而是直接行动起来,通过自媒体手段传递消息和图片。市场与专业导向媒体以及新媒体记者突破封锁和压制,进入新闻现场,发现真相和查找责任人。与此同时,公众也展开反鸡汤的话语行动,在众多的微信公众号、朋友圈、微博、QQ群上,传播着各种反鸡汤文,人们声称拒绝“感动”,要求问责。在这次灾难事故中,“感动”模式与“问责”模式激烈竞争,媒体“鸡汤”再难以轻易达到催眠公众的目的。

五、讨 论

情感是感性的,私人化的,但情感的表达具有社会性,因此与权力关系实践相关。肯珀(Kemper)和霍赫切尔德(Hochschild)等社会学家指出,情感表达有其社会规则,表现在社会的权力结构和不平等关系决定了什么主体位置的人

可以表达或需要压制什么样的情感^①。由于权力通常是隐而不显的,由权力所主导的情感表达也就成为隐蔽的自然化了的话语规则和常识,被编织成为意识形态的一环。权力的成功与它掩盖自身机制的能力成正比。

在“被个别诠释的灾难叙事”模式下,灾难的发生强化集体意识和危机意识,社会心理陷入一种不确定性和恐慌之中。这种不确定性和恐慌暂时切断制度理性和个体权利意识,情感的宣泄和国家的出场主宰了灾难叙事的旋律。悲情的诗歌、含着热泪的吟唱成为媒体仪式与集体催眠术,形象宣示和政治推销长驱直入。它迫使个人“管理”他们的情感,根据场合的需要,隐藏或者表达甚至刻意制造喜怒哀乐,这种情感文化的工具理性,导致情感的异化和政治化。

传媒将灾难事件或议题符号化和框架化的过程,也是意识形态化的过程。传媒长期的意识形态效果,就是葛兰西等人说的制造社会同意基础,从而建立文化霸权(文化领导权)。占支配地位的文化秩序总是在它的范围之内规范所有相互抵触的对于世界的解释和想象,它提供思想与行动的视野,并试图管理情感和规驯心灵^②。不过,文化霸权必须通过具体情境的考察来确立,它是一种流动的“动态的平衡”,常常面临从属者的抵抗、反叛和协商^③。

媒体“鸡汤”与“反鸡汤”行动的角力中,一场网络空间的规训与反规驯角力也在此展开。福柯认为,社会空间是权力实施的场所。社交媒体空间是新型的权力运作空间,也是权力争夺的空间。社会化媒体平台一方面征用并复制了现实世界的各种关系逻辑,另一方面又重构社会关系,在新的空间意义上发现、激活并搭建新的关系网络和情感连带^④。中国互联网上的话语行为充满了反叛的情感能量。社会学者翟学伟发现:对西方人际交往而言,互联网是一种现实交往的放大和延伸,但对中国人际交往而言,它是对现实交往模式的反动,即因为面子、礼节和权威等压迫所带来的释放。因此,越是官方的,越是“权威”的,就越可能成为反叛的对象^⑤。正因如此,尽管媒体“鸡汤文”复制和征用了现实世界的道德语法和情感规则,却不能获得预期的情感管理效果。在灾难情境中,官方媒体的“心灵鸡汤”成为公众对媒体长期压抑的怨愤情绪的宣泄口和火力点,公众情绪的背面,是对媒体长期以来集体情感灌输、虚假道德教化的心理反叛。当灾难发生时,公众最需要的是抒情而是报道真相。反对“心灵鸡汤”,是反抗集体情感表达中隐藏的权力“木马”,在其背后,是更具理性精神和公共意识的新型公众在网络空间的培育和崛起。

“Chicken Soup for the Soul” and the Domestication of Emotions in the Disaster Narrative:

A Critique of the Social Network Practices of the Mass Media

Huang Yueqin (Hubei University)

Abstract: In disaster events, “Chicken Soup for the Soul” is produced densely and numerous in the social networking practices of the mass media. The model of emotional touching becomes the dominant way of reporting disasters. “Chicken Soup for the Soul” is used not only to cover up the ability insufficiency of professional production of the mass media about disaster events, but also to form a disaster aesthetics and emotion mobilization through expropriating national rhetoric, so as to domesticate the network space. The “Chicken Soup for the Soul” style narrative diminishes the dilemma of professional values of the media. Meanwhile, it has to face the critique from the public action of “anti-chicken soup” and the cultural resistance.

Key words: Chicken Soup for Soul; disaster narrative; domestication of emotion; social network

●作者地址:黄月琴,中华文化发展湖北省协同创新中心,湖北大学新闻传播学院;湖北 武汉 430062。

E-mail: hbuhyq@126.com.

●责任编辑:桂 莉

① T. D. Kemper. “Toward a Sociology of Emotions: Some Problems and Some Solutions”, *The American Sociologist*, 1978, 13; T. D. Kemper. “Sociology, Physiology and Emotions: Comment on Shott”, *American Journal of Sociology*, 1980, 85(6); A. R. Hochschild. “Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure”, *American Journal of Sociology*, 1979, 85(3).

② 斯图亚特·霍尔、托尼·杰斐逊编:《通过仪式抵抗:战后英国的青年亚文化》,孟登迎等译,中国青年出版社 2015 年,第 114 页。

③ 阿尔都塞:《意识形态与意识形态国家机器》,载《哲学与政治:阿尔都塞读本》,陈越译,吉林人民出版社 2004 年;A. Gramsci. *Selections from the Prison Notebooks*. New York: International Publishers, 1971; R. Williams. *Marxism and Literature*. New York: Oxford University Press, 1977.

④ 刘涛:《社会化媒体与空间的社会化生产:福柯“空间规训思想”的当代阐释》,载《国际新闻界》2014 年第 5 期,第 49-63 页。

⑤ 翟学伟:《中国人的关系向度及其在互联网中的可能性表达》,载黄旦、沈国麟编:《理论与经验:中国传播研究的问题与经验》,复旦大学出版社 2013 年。