

网络媒介审丑对大学生社会化的影响*

■ 刘晓慧 吴灏鑫

从芙蓉姐姐到著姐、从凤姐到“Hold住姐”，当网络媒介塑造的这群另类“明星”大行其道时，大众陷入一场“审丑狂欢”中。在热情投入这场狂欢的人群中，最积极的是青少年^①，大学生阶段属于青少年社会化过程中的第二人格偶像崇拜阶段，对父母的养育式依恋转化为对他人的认同式或浪漫式依恋。他们将自己偶像崇拜的目光由家庭转向社会^②，网络媒介有责任为大学生社会化提供参照和学习的社会角色或榜样。本文试图从社会角色的角度探讨网络媒介所挖掘和追捧的“审丑明星”对大学生社会化的影响。

一、“审丑明星”：网络媒介为大学生社会化提供的社会角色

大学生社会化是大学生通过学习社会文化知识，接受教化，把自己培养成独立成熟的社会人的过程。社会化的施化者和受化者是社会化过程中的两大基本要素。大学生社会化的施化者包括家庭、同辈群体、学校以及大众传媒。20世纪末网络的出现和崛起使学者逐渐意识到其与传统媒体的区别，提出应将网络视为与家庭、同辈群体、学校、大众传媒并列的社会化机构予以探讨。风笑天教授曾撰文表示，家庭、同辈群体、学校、传统媒体、网络构成了一个连续性很强的施化者体系^③。在这一体系中，作为受化者的大学生其主动性渐次增强。与此同时，章洁教授的调查结果显示，2009年大学生获得信息的媒介渠道依次为网络、电视、杂志、报纸、广播，网络是大学生获取信息的首选媒介^④。笔者2011年对广西大学（包括独立学院）279名在校大学生进行《大学生与媒介角色认知与评价》的问卷调查，分析结果显示，目前大学生获取信息的首选途径仍然是网络。因为社会化的核心内容是社会角色的模仿、学习与培养，所以基于以上两个方面的考量，网络媒介所呈现的社会角色势必对大学生社会化产生重要影响。网络的普及彻底改变了信息闭塞的媒介环境，昔日大学生崇拜和模仿的“偶像”已然失去遮掩、全息呈现、光环消解，对目前许多大学生而言，已无传统意义上的偶像可言，现在的媒体塑造的只是角色，一个在大众媒介上扮演名人的角色^⑤。从2004年开始，电视节目、网络论坛相继塑造了一类新的媒介角色——“明星”（草根明星）。他们的成名有些源于受众对自我价值的认可，比如李宇春、张靓颖一类

的“审美明星”；有些则源于对传统价值观的颠覆，比如芙蓉姐姐、“Hold住姐”这类“审丑明星”。从“审丑明星”的影响力与商业价值看，网络媒介塑造的“审丑明星”这一社会角色似乎更被社会所认可，成为影响大学生社会化的重要因素。

二、以丑为美：网络审丑为大学生展现的媒介态度

芙蓉姐姐、“Hold住姐”等众多审丑明星的走红遵循着这样一个传播链条：论坛、BBS、社交网站、门户网站的炒作与关注→传统媒体跟进，大面积跟风报道→形成知名度，赢得广告商关注。要引发网民大量的讨论与关注，需要众多“网络水军”的铺陈，在校大学生就是“网络水军”的重要成员^⑥。从芙蓉姐姐到“Hold住姐”，网络媒介所塑造的相异于传统审美标准的媒介角色相继走红，他们的相似之处在于颠覆传统的审美标准、社会规范。他们的言行之大胆“出位”，搞怪作秀式的“自我展示”带有极强的目的性，甚至包含一定的商业目的，与明星的炒作本质上是一致的，都是为了引起大家的注意，成为社会话题。这里的“丑”是广义的，它以一种反传统、另类的方式呈现。在这样一个泛偶像时代，大学生们看惯了衣着光鲜的明星，对重复刺激的美反应减弱，而对一些另类的人更感兴趣。

作为大学生获取信息的首要渠道，网络媒体通过“审丑明星”所呈现的“假恶丑”的价值观，对大学生群体的冲击较大，笔者在调查中发现，89.7%的大学生在首次接触这类“审丑明星”时还是颇为震撼的。事实上，丑与审丑本身客观存在，并非问题所在，关键在于后现代社会网络媒介对丑的态度与解读。审丑的目的本应是通过“丑”鞭笞社会，激活理性，实现审美。但“以丑为美”却是目前网络媒介所展现的态度，甚至将其解读成是值得赞赏和纵容的。因此，大学生们透过网络媒体看到的是，马诺式“拜金主义”言论的反复出现、因艳照曝光成为网络红人的闫凤娇成功上位……这使得大学生们渐渐将其视为一种可以接受的常态，甚至是成功的捷径。这种审丑不具备任何历史批判价值，更不具备激发人意志、唤醒人心智的本质作用，是对丑的无意义解读。审视网络媒介所塑造的“审丑明星”，足见当今网络媒介的审丑已陷入英国美学家李斯托·威尔所指出的“对丑的病态追求”。

* 本文系教育部人文社科项目“从偶像丧失到角色颠覆——媒介化社会大学生对媒介角色认知与评价的社会学解读”（项目编号：09YJC860009）的阶段性成果。

三、角色不清 “审丑明星”对大学生社会化的影响

随着大学生社会化的推进,其“自我实现的需要”不断增加。这种需要随着网络媒介的发展所带来的社会隔离和原子化的加强使大学生更多地通过微博、博客、BBS等电子化形式来完成社会化中所必须的社会互动。在网络塑造“审丑明星”的过程中,大学生通过这些虚拟的社会互动逐步接受这一社会角色。然而,网络环境下这一社会互动强调的是具体形象和行为模式的灌输,忽视角色所应具有的、正确的社会规范的培养,从而导致网络媒介肆意追捧“审丑明星”的同时罔顾作为名人所应遵循的社会规范,使大学生在角色学习和培养的过程中行为方式社会化与角色规范社会化脱节,造成角色不清,即大学生不知道“审丑明星”这一社会角色的行为标准是什么,不知道这一角色应该做什么、不应该做什么和怎样去做。

芙蓉姐姐刚在网络媒介上亮相时,大学生在网上是一边倒的谩骂与攻击,之后著姐、凤姐等“审丑明星”的推陈出新,直至“Hold住姐”的出现,极好地诠释了大学生在网络环境下的审丑过程。面对网络媒介所塑造的这些媒介角色“自我表露”的“丑”,大学生从最初的新奇、惊叹发展为一种难以言喻的安全感,并逐步确认自我表露的可能及实施。使“丑的表露就能走红”的观念逐渐成型。在笔者所调查的大学生中,54.7%的学生认可这一观点,余帅在《网络传播下大众的“审丑疲劳”》一文中也明确提出大学生群体中出现“审丑明星”的追随者甚至实践者^⑦。

在这一“审丑”过程中,大学生从品评到模仿“审丑明星”的自我表露,成为其自我彰显的一种主要形式。这种“审丑”的快感,使他们从考试、人际交往、找工作等烦恼中暂时解脱出来。然而,这种快感是一时的,因为当今网络媒介的“审丑”是对丑的病态追求。网络媒介将丑的角色、现象原生态地呈现在大学生面前,不加掩饰,不予引导。这种“赤裸”使网络媒介在经济效益上收获颇丰,并掀起一场“审丑狂欢”,大学生群体在这场狂欢中作为围观者或参与者,首先给予的是嘲笑、讽刺甚至人身攻击。这种“审丑”违背了真正意义上的“审丑”原则。这种颠覆在缺乏把关人的网络媒介中随处可见,频繁地刺激着大学生的感官神经,“见惯不怪”使他们对于丑

的传播内容甚至现实生活中丑恶现象的反应能力逐渐减弱甚至麻木,而且网络媒介中“没有最丑只有更丑”的传播内容将大学生的麻木程度不断推向新的高度。现在查询有关大学生对芙蓉姐姐、凤姐、著姐等“审丑明星”的评价,会发现已然扭转了几年前一边倒的局面,越来越多的大学生对这类“审丑明星”的行为表示理解甚至给予支持,笔者在调研中也发现,64.3%的大学生通过网络媒体不断推陈出新的“审丑明星”逐渐丧失了批判的热情与动力,网络媒体对这种颠覆性“审丑”的追捧以及作为引导者角色的缺失逐渐模糊了大学生的美丑界限和是非标准,使他们不清楚“审丑明星”这一社会角色的标准和规范的同时,也导致他们在社会角色的学习与扮演中行为方式社会化与角色规范社会化的失序。

美国传播学家梅尔文·德弗勒早在20世纪60年代就指出,对于大众媒介所提出的新见解,受众若因此而改变了原有的看法,媒介则为社会树立了新的规范。根据这一观点,我们不难理解网络媒介通过频繁追捧“审丑明星”提出了与传统价值和规范相异的“新见解”,而大学生对这些媒介角色从原先的排斥与嘲讽到后来的接受与模仿,表明网络媒介无形中确实为大学生树立了“新的规范”。然而,网络媒介的颠覆性“审丑”使其树立的新规范与社会固有的规范之间无法调和,新旧规范的冲突使大学生在角色学习与扮演的过程中角色不清的问题进一步加剧。

四、结语

大学时期是人生道德意识形成、发展和成熟的重要阶段,在这个时期形成的思想道德、是非、美丑观对大学生一生影响深远^⑧。然而作为大学生社会化施化者的网络媒介为吸引受众,以“新、奇、特”的方式去挖掘所谓的“爆点”,当后现代风格与大众文化联手后,“新、奇、特”被消解成“丑、怪、异”,最终演变成持续的“审丑”。媒介角色的颠覆性,直接挑战了社会固有的审美标准,导致了“以丑为美”的扭曲取向。应该说,这种媒介角色的变迁、媒体引导角色的缺失使大学生的“审丑观”社会化为流于表面、无意义的“审丑”,改变了大学生的心理状况和认知状况,造成了大学生在社会化过程中的角色不清。

注释:

- ① 苟希敏 《省级卫视“审丑狂欢”的背后——从“伪娘”“凤姐”现象说起》,《青年作家》(中外文艺版),2010年第9期。
- ② 黄冲 《“平民选秀”类电视节目对大学生的心理影响探析》,《东南传播》,2009年第2期。
- ③ 风笑天、孙龙 《虚拟社会化与青年的角色认同危机》,《青年研究》,1999年第12期。
- ④ 章洁 《准社会交往中青少年明星崇拜的研究》,《当代传播》,2009年第1期。
- ⑤ 刘晓慧 《大学生社会化过程中媒介角色的社会学解读》,《广西大学学报》,2011年第6期。
- ⑥ 《网络推手大起底:三道工序“炒”出网络红人》,http://news.qq.com/a/20100609/000189.htm。
- ⑦ 余帅 《网络传播下大众的“审丑疲劳”》,《新闻世界》,2010年第8期。
- ⑧ 张龙鹏、王博宇等 《大学生“审丑疲劳”现状调查研究》,《知识经济》,2010年第19期。

(作者刘晓慧系厦门大学新闻传播学院博士研究生;吴灏鑫系广西大学新闻传播学院副教授)

【责任编辑:潘可武】