

媒介文化视域下读者接受的嬗变

罗东兰

广州大学人文学院，广东广州，511400；

摘要：媒介技术的迭代更新改变了传统的媒介生态，产生了新的媒介文化。麦克卢汉在《理解媒介》里指出，媒介是人类的延伸，可以使人产生新的感知习惯。麦克卢汉将人类历史上的传播媒介分为口头、印刷和电子媒体三种，正好对应人类交往部落化、去部落化和再部落化的历程。本文旨在分析不同媒介文化视域下，读者接受方式以及接受心理的嬗变，以及探索在“未完成式”的元宇宙空间内文学接受动机的嬗变转向和接受方式的迭变转轨。

关键词：媒介文化；读者接受；元宇宙；麦克卢汉

媒介是人感官的延伸，媒介的更迭带来了感官接受的变化。在不同的时空背景下，感官的互动与延伸、平衡与跌破成为接受者感知世界不可或缺的维度。在 20 世纪最具有探索精神的西方媒介理论家麦克卢汉的指引下，理解接受文化的新大门也在悄然打开。

1 口头文化下“在场”的读者

麦克卢汉将文字出现前的文化称为“口头文化”，其核心特征是面对面口语交流。在这一阶段，人们通过语言直接表达情感，催生了神话、故事等简单文学形式。部落成员依赖听觉空间，感官处于平衡状态，信息通过口耳相传形成无中心、无边界的部落网络。麦克卢汉指出，无文字社会的人会全身心投入情感交流，而文字的出现使个体能够通过书面表达疏离外界，成为“孤独者”。

口耳相传的部落时代，也是一个充满神话和高度仪式化的时代，人与人面对面地进行信息传递和情感交流，此时的读者是“在场”的，调动全部的感官参与，久而久之，一些简单的文学样式随之产生，例如口述的“神话”“故事”“古经”。部落人的情感和生活实践一定程度上能在当时简单的文学样式中反映出来，与后来的文字印刷时代不同，此时的部落人与外部世界是紧密联系在一起。

“言语是一种低清晰度的冷媒介，因为它提供的信息少得可怜，大量的信息还得由听话人自己去填补。”

^[1]部落人接收外界信息的渠道十分单一，主要靠口耳相传。麦克卢汉认为口头传播是一种冷媒介，冷媒介相较热媒介而言，要求的参与度高，要求接受者完成的信息更多。^[2]例如我们在听他者讲一个新故事时，在聆听的过程中，我们的大脑不仅要处理对方传递的信息，注意

其中是否蕴含言外之意，并将收取到的信息在脑海中整合成画面，并且还得及时地作出反馈，这样才能形成一个完整的闭环。可以说，此时的接受者依赖于即时即地，是毋庸置疑的“在场者”。

2 印刷时代“孤独”的读者

如果说口头文化是一种综合感官的外化，此时的人们生活在一个有部落深度和感觉共鸣的封闭环境里，那么印刷时代则是一种强调思想、弱化感觉的文字时代，拼音文字使得目光得以延伸，突出了视觉感知。由于大众主要用视觉这种感知方式接收外界信息，单向度地理解世界，高强度和高清晰度催生专门化和分割性，粉碎了原始部落化那种令人着迷的圈子和部落世界共鸣的魔力，因此去部落化的时代来临。此时的读者是“非部落人”，也是一种受视觉感官支配的“视觉人”。

文字印刷时代的读者，脱离了部落文化的束缚，走向独立。文字带来的是信息的分裂和社会的分割，“文字是目光的延伸和强化，它成为可以看得见、摸得着的外在客体。此后，它就可以分割肢解、抽象分析了。”

^[3]使用文字的人开始用一种理性的、线性的、序列的逻辑思维来观看这个世界。“带有专一视觉强度的印刷文字，创造了极端个体性模式的企业和垄断现象。”^[4]将其带入文学领域也是一样，比起部落文化接受者乐意与外在世界联系的狂欢，文字印刷时代从印刷版面来看，文字间隔有序，字体统一，利用视觉空间将读者和作者隔离开来，带给读者的阅读体验更多是私人化的，读者需要从成千上万的字句中，根据其结构，将其聚拢整合，形成读者自己私人化的阅读情感体验。印刷时代的读者是具有现代主体性的读者，有独立的思考，会用批判的

眼光和态度来面对眼前的文本,此时的读者采取的是一种“向内转”的审视角度,毫无疑问这加重了印刷时代读者的“孤独感”。

3 电气时代“狂欢”的读者

电子媒介的出现延伸了个体的感官,身体的技术性延伸打破了传统的线性接受模式,促使感官系统寻求新的动态平衡。在这一过程中,个体重新成为理论意义上的感知平衡的人,部落化的社会形态逐渐回归,开启了“再部落化”时代。这一时代不仅是媒介融合的产物,更是视觉、听觉等感官综合延伸的现实体现。听觉的回归跨越了时空限制,感官的动态平衡与互动成为即时现象。电影、电视和网络电子读物的兴起,深刻改变了人类的认知方式、行为模式和知识结构。

麦克卢汉指出,电子媒介使“地球在空间上缩小成了一个村庄”。读者与作者、读者与文本的关系不再是印刷时代的专门化与分裂状态,而是呈现出公开参与和互动的特征。^[5]媒介与信息的界限消失,时空边界模糊,形成了所谓“内爆”的传播环境。这种深度卷入的凝聚状态,通过微信、微博等社交媒体得以强化,传统的地理分割与信息壁垒被打破,人与人之间建立起新型的依赖关系。

在新媒体环境下,用户基于兴趣形成各种社群。微博的“超话”和豆瓣的“小组”就是典型代表。以文学领域为例,微博相关超话聚集了 11.9 万用户,累计 4.1 万条内容;豆瓣则有数千个文学小组,从严肃文学到网络流行文化无所不包。这些社群往往制定严格的规范,成员必须遵守,否则将面临警告甚至除名的处罚,充分体现了“再部落化”过程中成员间的高度联结。

这种媒介生态深刻改变了文学创作与接受方式。印刷时代强调深度和理性逻辑的线性叙事被打破,取而代之的是非连续性的象征表达。文本成为可写、可操作的开放空间,邀请读者参与其中,催生了解构、多元、狂欢等后现代特征。开放性结局成为常见手法,为读者提供续写空间。许多作家采用连载形式创作,实时吸收读者反馈进行调整,使“人人都是创作者”成为可能。

再部落化媒介生态最显著的特征是读者话语权的提升。以微博“晋江文学城”超话为例,204.6 万用户在此交流阅读心得,作者也通过这一平台推广作品。这种互动关系使得创作过程无法避免读者的“干预”。同人小说的盛行更是读者能动性的集中体现,读者通过二次创作改写原著情节,表达对角色命运的不同设想。

交互写作的新模式进一步模糊了作者与读者的界限。《临高启明》等作品的集体创作方式,使传统的社会历史批评方法失去效力,读者必须聚焦文本本身。新媒介时代的文学不再是完成的“复制品”,而是可以持续修改的“自制品”,读者强烈的参与欲望推动着文学形态的持续演变。

4 元宇宙空间内“自由”的读者

如果说电气时代的部落化还只是一种仅仅实现感官物理整合的机械化的部落化,而到了元宇宙时期,读者才真正成为感官融合与感知平衡的“部落人”。元宇宙为个体在现实和虚拟社会的感知与行为提供了可能,这个时期的媒介往往通过与人协商、对话形成主体间性,不断互动拓展新的社会实践。

“元宇宙”这个词在 2021 年被大众熟知,清华沈阳教授团队的《元宇宙发展研究报告》将元宇宙定义为:“整合多种新技术的下一代互联网应用和社会形态,基于扩展现实和数字孪生技术实现时空拓展性,基于 AI 和物联网实现虚拟人、自然人和机器人的人机融生性,基于区块链、Web3.0、数字藏品/NFT 等实现经济增值性。在社交、生产、经济系统上虚实共生,用户可进行世界编辑、内容生产和数字资产自所有。”^[6]元宇宙如果真的能最终实现,那将从社会的方方面面带来革新。这儿主要通过其在文艺领域的创造探讨给读者带来的新体验。

元宇宙体系下的文学生产打破了创作与接受的界限,文本由名义作者与多类型的读者共同完成。所谓多类型的读者,指的是在元宇宙空间的高维媒介生态,将会推动读者身体形成网络化的虚拟身体,使得读者得以以虚拟数字人的身份参与文本的消费、传播中。因此,元宇宙时代的文学,将会由现实人、数字人共同完成文学传播活动。同时,元宇宙可以根据不同参与者能力高低和需求多少进行调整,在这个虚拟空间内,生产传播、接受消费等均围绕参与者本身,也即读者成为主体,参与者生产传播和接受的权力趋于平等地位,因此文学生产、传播呈现出一种去中心化的样态。

元宇宙文艺开创更丰富的互动性。“元宇宙为用户提供新的元传播场景,模糊‘在场’和‘不在场’的界限,向内帮助人类探索自我,向外拓展生活世界,带来了全新的数字交往体验。”创作者足不出户就能实现超真实的零距离体验,甚至创设出多种样式的故事情境,正因后现代数字媒介操作性的“融入”式沉浸美学,读

者也能体验到各种类型的文学作品,发挥主体生成和创造的能动性。接受者不仅仅只是传统的观众或者读者,而是深度参与元宇宙文艺建构的玩家。读者可以先在电子屏幕上选择自己感兴趣的文本,然后戴上一套传感设备,继而进入到文本世界,如果所选择的文本世界本身元素足够丰富,读者则可以身临其境地体验一把时空穿梭之旅。“元宇宙交互的结构性和开放性依托于标准化的支持互操作性的网络协议,以及由此连接在一起的各种交互空间的开源版本,通过“去媒介”法呈现内容,强化用户的参与感、沉浸感和真实感。”例如此前热议的元宇宙小说《元宇宙 2086》,就充分利用了用户期望强烈参与的心理,创设了数字虚拟人物形象,打响了元宇宙 IP 符号。用户如果想加入“元宇宙 2086 俱乐部”,需要先集齐一套数字收藏品,利用这种方式让用户参与到再创作、动漫、改编开发中。这种方式就将文化效益和经济效益相结合,创作者和接受者共享原始创作带来的数字价值。并且这种模式产生的超级互文,将会在很长一段时间内持续。

元宇宙时空下,作者并不一定是文艺创作的主力,也即读者和作者的界限变得十分模糊。玩家将是文艺创作的重要提供者,对构建元宇宙发挥着重要作用。不妨根据现有的互联网技术大胆设想,元宇宙文艺搭建师创作了一种类型的原初文本,后续故事将靠不同的主体进行续写,这个主体或是先前的文艺搭建师;或是元宇宙文艺内自身的算法演化;也有可能是用户体验者们积极参与到大众内容生产中,使元宇宙的文艺作品充满活力,在交互构建中保持开放性。

元宇宙空间内文艺作品的题材类型并不受限。汇聚古今中外的艺术作品,每个读者都可以开启自己的智慧,释放自身能量,参与到创作、改编中,可以任意打通古今界限,运用任意手法、风格、题材、结构,构建自己想要的文艺世界,进而在小说文本里任意游行。“在超文本环境中所有的写作都是合作性写作”兰道的这句话体现了元宇宙时期是读者自身能动性极大调动的时期。

在元宇宙空间下,读者的接受动机发生了转向。体现在从追求生理上的“爽感”到寻求精神愉悦以及社会性互动双向并置。在网络进入人们生活不久时,许多读者都迫切需要通过阅读网络文学来寻求逃避现实生活的代偿,将自己代入阅读文本中的角色,在虚拟空间内寻求一种精神安慰。所以这个时期很多网络文学的质量参差不齐,呈现一种“谄媚”状态,读者也将生理上的

“爽感”放在阅读体验的首位。同时,读者对作品的质量也会有更高的要求,会有意识地筛除市场上质量堪忧的作品,呈现出一种更自觉的文化姿态,以此也会倒逼元宇宙空间的文艺玩家们提升自己的创作素质,促进文艺的发展。

读者的阅读方式也发生了变换更迭。印刷时代的读者追求深度阅读,期望通过阅读来获得学识、滋养心灵、凝神静气;到新媒体兴起初,则是一种碎片化、浅显化、娱乐化的浅层次阅读;到元宇宙时代的文学阅读则呈现对深层阅读的“回流”,元宇宙时期的阅读方式不仅延续了新媒体时代浅阅读方式的娱乐互动,也呈现出追求主体性、深度感的回溯性特质。读者在元宇宙空间既可以有多元互动的消遣体验,也可以体验多层次多维度的深度参与。

5 总结

本文旨在分析在口头、印刷和电子媒介等不同的媒介文化视域下文艺创作和传播的特性,来探寻由此引起的读者接受心理和接受方式的嬗变。新媒介革命激发元宇宙文艺,通过对元宇宙空间下文艺创作和接受的大胆构思和设想,期望以拥有综合感知、多元平衡的“元宇宙玩家”的角度,消除文艺壁垒,来创造一个更加健康、多元互动的文艺空间。

参考文献

- [1] 凌逾, 骆江瑜. 新媒介新思路: 构想元宇宙文艺新可能性[J]. 山西大学学报(哲学社会科学版), 2023, 46(1): 30-37.
- [2] 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: 120.
- [3] 李都, 马云阳. 重返部落化: 元宇宙社会的未来传播[J]. 青年者, 2022(09): 56-58
- [4] 钟祖流. 元宇宙时代网络文学的生产与消费[J]. 中国出版, 2023(11): 24-29
- [5] 徐敬宏, 郎冉. 作为传播场景的元宇宙: 数字集成时代要素升维与体验变革 [J]. 中国出版, 2023(2): 36-41.
- [6] 清华大学新闻与传播学院新媒体研究中心. 元宇宙发展 研究报告 2.0 版 [OL]. (2022-01-21) [2022-05-20].

作者简介: 罗东兰(2000-), 女, 汉族, 四川人, 硕士, 研究方向为文艺学。