

# 大众传媒对青少年流行文化的影响

赵广香,徐柳凡,郭广春

(安徽工程科技学院 人文社科系,安徽 芜湖 241000)

**摘要:**青少年流行文化是青少年群体意识的表现,大众传媒是其最好的表达工具。大众传媒对青少年流行文化既有正面影响也有负面影响。充分发挥大众传媒对青少年流行文化的正面影响需要传媒、社会与受众的多方面努力。

**关键词:**大众传媒;青少年流行文化;受众

**中图分类号:**G206.2

**文献标识码:**A

**文章编号:**1672-447X(2009)02-0128-04

青少年流行文化在我国新时期的崛起始于改革开放,改革开放以来逐渐获得主体意识的青少年不仅需要新的文化形式,也需要表达这一群体的意识形态,大众传媒就是用以表达青少年思想的最好工具。大众传媒与青少年流行文化之间存在双向互动关系。一方面,没有大众传媒的广泛撒播,青少年流行文化难以在短时间、大范围内推广和盛行;另一方面,大众传媒的时尚在很大程度上也依赖于青少年文化之“流行度”,青少年流行文化对大众传媒具有“反哺”作用。

## 一、大众传媒对青少年流行文化的双重效应

“电视统治一切”,<sup>[1]</sup>美国著名作家西奥多·怀特用这句话来概括电视对社会的巨大影响力。这虽是极而言之,但大众传媒对各国的政治、经济、文化的巨大影响力是无法否认的。大众传媒对于青少年流行文化的效应更是双重的,正效应和负效应两个方面同时并存。

### 1. 大众传媒对青少年流行文化的正效应

#### (1) 大众传媒是青少年流行文化的最佳载体

大众传媒对通俗性、娱乐性、时尚性、商业性的青少年流行文化的传播大大满足了自我意识越来越强烈的现代青少年,使他们拥有真正属于自己的文化空间。不断变幻的青少年流行文化需要大众传

媒的支撑与翻新,大众传媒是青少年流行文化的最佳载体。

首先,大众传媒的影响力和公信力是青少年流行文化得以短时间内迅速风靡市场的前提。大众传媒有着让青少年崇拜的“公信力”,青少年追随媒体,相信媒体,甚至迷恋媒体。从新闻传播学的角度来看,大众传媒是现代社会的“拟态环境”的主要营造者。所谓“拟态环境”是指大众传媒所传播的现实来源于客观现实但不等于客观现实,即媒介提供并选择性地建构了社会知识的社会影像。随着现代社会越来越巨大化和复杂化,青少年由于实际活动范围、精力和注意力有限,不可能对整个外部环境和众多事物都保持经验性接触,更多的则是通过大众传媒这扇“窗口”来认识世界,并不断接受媒体反复传播的流行文化。同时,青少年自身创造的某些流行元素也可借助有着深刻影响力和公信力的大众传媒在短时间内被广泛认同而流行起来。

其次,大众传媒强烈的视觉冲击力与青少年流行文化中的部分追求感官刺激文化形式相合拍。大众传媒集合了历史上所有传媒的传播手段,如电影就集合了多种艺术的特征,电视更是史无前例地包罗万象。可以说,以视像为主要手段,辅之以声音、文字、色彩等诸种手段的现代大众传媒对人类感官的刺激让追求及时享乐的青少年得到了极大满足,符合了相当一部分以追求感官刺激为特征的青少

收稿日期:2008-10-15

作者简介:赵广香(1983-),安徽蚌埠人,安徽工程科技学院人文社科系07级硕士研究生,研究方向为思想政治教育。

年流行文化的传播要求。

### (2)大众传媒是青少年流行文化的领头羊

在多元文化并存的全球化时代,大众传媒是最先接触国际时尚前沿,引进西方流行文化的,它始终保持一种兼容并包的开放性,又具有强烈的开拓精神和新锐意识。大众传媒是青少年流行文化的引导者和塑造者,是形成青少年流行文化的重要使者。实际上,大众传媒在传播一定流行文化的同时也在建构一定的价值意识形态。根据大众传媒的“议程设置功能”,青少年会认为那些被传媒高度关注和反复传播的内容便是流行的或值得认同和推崇的。

“议程设置功能”作为一种理论假说,最早由麦库姆斯和肖提出,他们认为大众传媒具有一种为公众设置“议事日程”的功能,大众传媒的新闻报道和信息传达活动以赋予各种“议题”不同程度的显著性的方式,影响着人们对周围世界的判断。<sup>[1]</sup>同样的道理,大众传媒通常以“时尚传媒”为重要理念,它们对各种流行文化的“议程设置”往往成为青少年流行文化的风向标和领头羊,使青少年流行文化得以最快的速度更新,流行周期缩短,流行性增大。

### 2.大众传媒对青少年流行文化的负效应

#### (1)大众传媒对青少年流行文化的设限作用

当肯定大众传媒对青少年流行文化的积极效应的同时,不能忽略其消极效应的一面。大众传媒对青少年流行文化具有设限作用。

首先,大众传媒限制了青少年选择文化享受的自由。大众传媒对时尚性、商业性、娱乐性很强的文化产品的高强度、高密度的宣传,使得在传媒时代成长起来的年轻一代花费越来越多的时间看电视、读漫画书、听流行音乐,而用于阅读经典名著、听古典音乐的时间越来越少,在不知不觉中失去了接触传统高级文化的机会。大众传媒最大限度地进入青少年的生活,最大可能地占领青少年的休闲时间,从而无形中剥夺了青少年对各种文化的选择自由,设限了青少年流行文化的内涵与高度。

其次,大众传媒削弱了文化本身的社会功能,使青少年成为“电视人”或“容器人”,降低了思考能力。文化的一个重要功能是超越现实,给人们提供一个理想性目标,从而保护、激发人们的创造力和思想自由。大众传媒的即时消费性导致其本身不能对文化进行深刻解读,而是将其中的异端观点现实化,将理想物质化。而所谓的“电视人”和“容器人”的概念又是建立在对现代青少年的一种社会病理现象——“媒介依存症”的批评的基础上。“媒介依

存症”有几个特点:过度沉湎于媒介接触而不能自拔;价值和行为选择一切必须从媒介中寻找依据;满足于与媒介中的虚拟现实互动而回避现实的社会互动等。<sup>[2]</sup>

因此,伴随着大众传媒的普及而诞生和成长的现代青少年,更多地成为传媒面前思想的“懒汉”,沉迷于表面的流行文化当中,降低了对现实的思考和批判能力。从这一点来说,大众传媒使青少年流行文化失去了文化本身应有的重要功能——超越现实,进行引领和规约。

#### (2)文化垄断,强势话语使青少年流行文化开始出现西方价值取向

不可否认,随着大众传媒的迅速发展,地球越来越小,简直成了“地球村”。但在大众传媒的发展过程中,在人力、物力、财力都比较雄厚的发达国家,却通过发达的媒介进行价值观、风俗习惯、生活方式的渗透,打出强势话语,进行文化垄断。比如从20世纪80年代中期开始,《一休》、《机器猫》、《天空之城》等一批日本动画登陆中国,与美国迪士尼的米老鼠、唐老鸭一起被中国青少年所认识,并以丰富的想象、紧凑的剧情、轻松的幽默感顺利占领青少年流行文化市场、中国青少年在悠然自得地欣赏动画片中,不自觉地接受了发达国家的文化价值观念,我国青少年流行文化开始出现西方价值观和世界观的倾向。

## 二、促进大众传媒与青少年流行文化的良性互动

### 1.大众传媒当好“把关人”

“把关人”(Gatekeeper)这一概念最早由美国社会心理学家、传播学的奠基人之一库尔特·卢因提出。传播学者怀特将这个概念引进新闻传播的研究领域,明确提出:社会上存在大量的新闻素材,大众传媒的新闻报道也不是“有闻必录”,而是一个选择取舍的过程。在这个过程中,大众传媒组织形成了一道“关口”,通过这道“关口”传达到受众那里的新闻只是众多新闻素材中的少数。<sup>[3]</sup>大众传媒作为现代社会“拟态环境”的主要营造者,作为现代国家对外开放的“窗口”,就要充分发挥“把关人”的角色,为全社会尤其是青少年群体创造积极健康的文化环境。大众传媒要当好青少年流行文化的“把关人”就要积极发挥它的传播信息、教育和引导功能,通过对信息的有目的的采集、选择、编辑出版或播出,优化信息传播,净化信息环境。

#### (1)正确引导青少年流行文化的发展方向

大众传媒不仅是传播青少年流行文化的主要阵地,更是引导青少年流行文化积极向上发展的一面旗帜。主要体现在:1)通过持续不断的信息流,构筑现代信息环境,作用于青少年的认知,为青少年流行文化指路导航。青少年流行文化在形成过程中受到大众传媒信息环境的制约,大众传媒的这种制约力潜移默化、作用持久。2)通过直接或间接的意见表达引导青少年流行文化。这是指大众传媒通过宣传报道中隐含的意见倾向,或通过直接的评论,表达立场观点,引导青少年流行文化的主流方向。由于大众传媒常以公众代言人姿态出现,它的意见传播具有公开、广泛、持续时间长、声势浩大等特点,在青少年群体中具有独特的权威性,容易成为主流意见,因此大众传媒可因势利导,积极发挥其在青少年流行文化发展中的先锋导航作用。

### (2)有力控制青少年流行文化中的不利因素

控制,首先需要鉴别青少年流行文化中的不良因素。大众传媒是一种制度性传播,是专业化的组织传播,有着一整套鉴别和筛选信息的流程。青少年流行文化虽然是一个时代的“时尚文化”,但由于青少年主体本身正在成熟当中,难免存在鉴别力微弱和混乱的情况,因此大众传媒要仔细甄别出其中的不良因素并进行有力地控制。对于整个大众传媒组织来说,要加强其社会教化的功能,为青少年流行文化创造一个积极健康的传媒环境,去粗取精,去伪存真;对传媒个人来说,要加强新闻工作者的社会责任感,坚持正确的原则和方向,不为商业利益而有损职业道德,立足于切实关心青少年的健康成长。

### (3)适度张扬青少年流行文化中的新锐成分

青少年较容易接受外来的新鲜事物,加上青少年自身骨子里的叛逆和创新意识,青少年自主选择和建构的流行文化必然有着与社会主流文化不同的新锐成分。这种新锐成分因为是新生的,又通常被主流社会当作另类,因此更需要大众传媒加以适度宣传和张扬。新锐不能和另类完全划上等号,其中也包含着一些积极因素,有利于加强整个文化环境的多元性,因此大众传媒能够也应该为青少年抒发心声、展示才华提供一个平台,适度张扬青少年流行文化中的新锐成分并加以肯定和推广。

## 2.青少年发挥积极的主体作用

大众传媒时代的一个显著特征就是“以传者为中心”向“以受众为中心”的转变。大众传播不再是单向的直线传播,激烈的市场竞争使得大众传媒为争取受众而越来越多地听取受众的意见,重视受众

的反馈,加强与受众的互动。因此,现代受众包括青少年群体处于主体的地位,不再是单纯被动的信息接收者。实际上,青少年流行文化作为青少年群体的特定文化,在很多方面、很大程度上是由青少年自身选择、建构并传播的,因此青少年在青少年流行文化中同样起着主体作用。青少年要澄清关于流行的认识,提高审美意识和文化格调,培养独立和创新精神,有效利用好大众传媒这一载体为青少年流行文化服务。

首先,青少年要澄清关于流行的认识,提高审美水准和文化格调。流行,并不一味指向另类,时尚和潮流,民族的同样可以是世界的,本土文化中有许多优秀传统仍然可以流行于当代,并获得穿越时空的永恒魅力。青少年既要以开放的心态接受外来的流行文化,更要以主人翁的姿态珍惜本民族历史文化遗产,继承优秀传统并加以创新,使之成为青少年流行文化的主旋律。同时,青少年要克服浮躁和游戏的心理,提高审美水准和文化格调,追求至真至善的美和高雅文化,不要过度沉迷于大众传媒浅表的娱乐信息中。

其次,青少年要有意识多阅读和接触经典文化,增强辨别优劣传媒文化的能力。大众传媒在传播一定文化的同时,也在建构自身的文化,是为“传媒文化”。传媒文化内容良莠不齐,需要青少年增强辨别与鉴赏能力,欣赏高雅的传媒文化,抵制低俗的传媒文化,避免遭受文化污染。最根本的是,青少年要从自身做起,有意识多阅读和接触经典文化,突破大众传媒对于青少年流行文化的设限作用,提高青少年流行文化的内涵与深度。

再次,青少年要有效利用大众传媒这一工具,培养独立思考能力,增强社会责任感。现代青少年比以往任何一代都更充分地享受到媒介资源的丰富,他们不仅是传媒信息的使用者和消费者,还是传媒信息的提供者和传播主体。青少年具有传媒接近权(the right of access to mass media),所谓传媒接近权即一般社会成员(这里指青少年)利用大众传媒阐述主张、发表言论以及开展各种社会和文化活动的权利,这项权利也赋予了传媒应该向受众(这里指青少年)开放的义务和责任。因此,青少年要培养独立思考的能力,不盲目跟风,不迷信媒体,形成和保持独立的流行文化品位,并充分而有效地利用大众传媒这一工具,彰显青少年流行文化的个性和魅力。这一点在网络传媒上体现得尤为突出,青少年要增强主人翁意识和社会责任感,科学合理

地利用网络吸收或制造自身流行文化,弘扬主旋律,提倡多样化。

最后,青少年要主动发挥在大众传媒中的主体作用,及时向传媒反映自身的文化需求,以舆论监督的形式规范大众传媒的运作,使之为创造和传播积极健康向上的青少年流行文化服务。在大众传媒不断走向市场的今天,青少年作为不可小视的受众群体,他们的意见在很大程度上左右着传媒节目的制作方向和今后的市场定位。

### 3.全社会构建“支持过滤网”

西方马克思主义的代表人物霍克海默指出,哲学真正的社会功能在于对流行的东西进行批判……批判的目的在于防止人类在现存社会组织慢慢灌输给它的成员的观点和行为中迷失方向。笔者以为,“批判”对于青少年流行文化似乎言之过大,与其说批判,不如说支持和过滤,重在“疏”而不在“堵”。方式不同,目的却是一样,防止青少年流行文化在自由发展中迷失方向。

青少年流行文化的兴起与盛行,除了得益于大众传媒的推波助澜,还生长在一定的社会氛围中。对于青少年流行文化,全社会包括家庭、学校及其他各种社会组织应正确认识到它并非“洪水猛兽”,而是时代的产物,在一定程度上反映了社会前进的趋势,一味的批判拒绝只会造成青少年视野狭隘、缺乏创造力和想象力等。因此,全社会各界应共同关注青少年的健康成长,引导青少年流行文化的健康发展,努力构建一张“支持过滤网”——既创造条件支持和吸纳青少年流行文化中的优秀资源,又过滤和摒除其中的消极成分,将其扶上正轨,促进健康发展,与整个社会的主流文化保持和谐一致而不失为一种亚文化的有益补充。

从社会管理层面看,由于整个社会的开放程度增大,多元文化泥沙俱下,对传统文化和本土文化构成了强烈冲击,青少年流行文化更容易受到不利影响。加之大众传媒在商业利润的驱动下,自律意

识式微,许多文化垃圾被广泛传播,对青少年流行文化造成了不良影响。因此,全社会需要通过“支持过滤网”对文化“垃圾”进行有效管理和控制,对大众传媒进行舆论监督和规范,限制在大众传媒尤其是网络媒体上散播对青少年有害的文化内容,使大众传媒真正做到以高尚的精神塑造青少年,以优秀的作品鼓舞青少年,推动青少年流行文化的健康向上发展。

从社会思想层面看,全社会要净化社会风气,形成高尚的社会道德风貌。家庭作为社会的基本单位,要更多从青少年思想的微观层面入手,从小培养他们高尚的思想品质和道德情操,熏陶他们多接触和学习经典文化、高雅文化。学校作为教育系统,要注重德育,教会青少年如何做人、做事、做学问,训练和提高青少年的审美意识和能力,以提高青少年的综合素养为旨归。大众传媒要利用宣传优势,弘扬社会主义主旋律,陶冶青少年的气质与情操。只有从青少年思想意识的根本入手,才能切实引导流行文化发展的正确方向。

从社会文化层面看,全社会要不断发展创新主流文化,增强主流文化对青少年的吸引力,使青少年流行文化更多汲取主流文化的价值观,以主流文化带动和规约青少年流行文化的发展,并保持多元文化的和谐一致,避免出现文化混乱现象。同时,主流文化要以包容的心态,积极创造条件,汲取青少年流行文化的新锐成分和优秀资源,大众传媒在引导青少年流行文化的同时,要为青少年流行文化的展示和张扬提供一方广阔的天地。

#### 参考文献:

- [1]郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,1999.
- [2]方建移,张芹.传媒心理学[M].杭州:浙江大学出版社,2004.
- [3]沙莲香.社会心理学[M].北京:中国人民大学出版社,2002.

责任编辑:高 煥

## The Influence of Mass Media on Juvenile Popular Culture

Zhao Guangxiang, Xu Liufan, Guo Guangchun

(School of Social Science, Anhui University of Technology and Science, Wuhu241000, China)

**Abstract:** Juvenile popular culture represents the group awareness of the teenagers and the mass media is the best tool for its expression. However, mass media has both a positive and a negative impact on it. A joint effort of the media, the society and the target group is needed to ensure that mass media exerts a positive effect on the juvenile popular culture.

**Key words:** mass media; juvenile popular culture; the target group

# 大众传媒对青少年流行文化的影响

作者: [赵广香](#), [徐柳凡](#), [郭广春](#), [Zhao Guangxiang](#), [Xu Liufan](#), [Guo Guangchun](#)  
作者单位: [安徽工程科技学院, 人文社科系, 安徽, 芜湖, 241000](#)  
刊名: [黄山学院学报](#)  
英文刊名: [JOURNAL OF HUANGSHAN UNIVERSITY](#)  
年, 卷(期): 2009, 11(2)  
引用次数: 0次

## 参考文献(3条)

1. [郭庆光](#) [传播学教程](#) 1999
2. [方建移](#), [张芹](#) [传媒心理学](#) 2004
3. [沙莲香](#) [社会心理学](#) 2002

## 相似文献(3条)

1. 期刊论文 [周舟](#) [星座文化下青少年的心理观 -青年探索](#)2004(2)  
星座文化是青少年流行文化的一种形式. 星座的流行反映了青少年自我认知、人际交往、信念系统等心理发展的需要, 同时也是来自外部的压力和传媒的共同作用结果. 通过分析星座在青年群体中流行的原因, 了解青年社会化过程的问题, 提出解决的办法, 引导青少年健康心理的发展.
2. 期刊论文 [甘彩霞](#) [青少年与选秀流行语话语分析 -湖南大众传媒职业技术学院学报](#)2008, 8(2)  
随着<超级女声>、<加油!好男儿>及<快乐男生>等电视选秀节目在全国范围内流行, 诸如“玉米”、“PK”、“秀”、“花生”之类的选秀流行语也得到大量使用. 作为流行语, 它们反映了时代的变化, 也折射出流行文化尤其是青少年流行文化的现状. 这些流行语言已成为青少年网民的亚文化群落的符号表征.
3. 期刊论文 [中国青少年流行文化现象报告 -中国青年研究](#)2003(2)  
近年来, 在我国城市青少年中不断出现一些流行文化层面的时尚现象, 如大众传媒中的“追星族”现象、网络世界中的“QQ热”现象、外来文化中的“韩流”现象、社会生活中的“流行语”现象等. 从中可以看出, 随着改革开放与市场经济发展的深入, 不同领域的社会文化形……

本文链接: [http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_hsxxyb200902031.aspx](http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_hsxxyb200902031.aspx)

下载时间: 2009年10月23日