

规训、抵抗与妥协： 微信头像背后的代际互动过程探析

戴颖洁，蒋凤祥

(浙江传媒学院新闻与传播学院，浙江杭州 310018)

摘要：微信中的“表演者”用户，通过复杂的编码程序在微信头像这个“前台”进行自我呈现。由于微信头像中存在鲜明的代际标签，并且代际对微信头像解读中“编码”和“解码”行为的不对称，引发了多元的代际互动过程。采用深度访谈法和网络民族志，对不同年龄段的用户进行深度访谈和网络观察，发现微信头像背后的代际互动呈现规训、抵抗与妥协的过程，用户在代际互动与自我意识的相互作用下，选择了微信头像自我呈现的方式。

关键词：自我呈现；编码解码；拟剧论；代际互动

中图分类号：G206.2

文献标识码：A

文章编号：2096-8418 (2022) 01-0029-08

一、引言

美国传播学者梅罗维茨认为，电子媒介所构造的场景会对人们的社会行为产生影响。在他看来，一种新的媒介的诞生会创造出新的社会场景，而新的社会场景的出现会产生新的行为方式。^[1]随着媒介技术的突飞猛进，社交媒体成了当前社会集通信、娱乐、获取信息等功能于一体的生活工具，社交媒体的不断普及伴随着除社交之外的功能扩展，不仅改变了人与人之间的交往方式，也为用户在线自我展示提供了越来越多的可能性。

微信头像是用户在微信平台上进行自我呈现的方式之一，对微信头像的选择是在一定的心理机制作用下，用户通过头像进行的一种独特的“叙事”。“文化研究之父”斯图亚特·霍尔的编码与解码理论认为，传播内容暗含传播者的意识形态倾向，信息接收者将传播者传递的符码按特定规则进行解读，接收者在解码过程中具有主观能动性。^[2]

在传统的中国社会中，每个个体的生活圈子里，年长一代掌握绝对的话语权。而在网络世界中，权力体系被颠覆，熟练运用媒介技术的年轻一代，如今却是绝对话语权的拥有者。但是网络世界的力量颠覆依然受制于传统社会根深蒂固的影响而略显滞后，当长辈逐渐涉猎微信领地时，管束的触角就会伸向网络世界中具有绝对话语权的一方。通过深度访谈和网络民族志的研究方法，笔者发现不同年龄段用户普遍认为代际在微信头像上的选择和使用上是存在明显差异的，这种差异又势必会带来由微信头像“编码”和“解码”不同而导致的代际互动，在这个互动过程中，又存在着话语权不平衡而引发的规训等过程。

目前学界关于代际划分没有统一的标准界定。本研究结合当下学界认可的Z世代的划分标准，将研究对象划分为四个主要年龄阶段，分别为Z世代：1995—2009年出生；青年，1980—1994年出生；中年：1960—1979年出生；老年：1959年以前出生。

二、文献综述

“代”“代沟”和“代际冲突”等问题是社会学、文化学中经常探讨的问题，人类文化学家玛格丽特·米德所著《文化与承诺——一项有关代沟问题的研究》一书是迄今为止论述代际理论最为经典的著作。在其另一部著作《代沟》中，玛格丽特·米德从整个人类文化传递的方式出发，把人类文化分为三种基本类型，即“前喻文化”“并喻文化”和“后喻文化”，分别是晚辈向长辈学习的文化，晚辈和长辈的学习都发生在同辈人之间的文化和长辈反过来向晚辈学习的文化。^[3]

目前国内外对于代际的传播学角度研究较少，林卡是最早进行代际变迁研究的中国学者。他指出“代沟”是两个世代的价值观矛盾冲突相当激烈时的表现，是社会进化速度加快的反映。他认为对于“代沟”的研究是有意义的。^[4]樊新民认为社会的发展、青年的思想特点和青年的特殊利益要求是形成两代人差异的主要原因，^[5]康斯坦丁也认为两代人的一个本质不同在于成熟人（成年人）的需要和青年人的愿望之间有着较为突出的不对称。^[6]

在信息社会无法从互联网中获取信息，将会对两代人的价值观、生活态度、人生视野、参与能力甚至生存机会产生难以估量的影响。^[7]在互联网时代的中国，由于生活境遇的巨大变化，年轻一代获得了老师、家长之外的学习途径，突破了中国传统传承模式，子代第一次拥有了自己的文化强势。^[8]社交媒体使用的代际差异是近年来学者关注到的课题。邢虹文研究发现，青年人对社交媒体依赖性大，上网时间远远高于其他群体。^[9]而中年人社交媒体使用呈现职业化和专业化的特征，大部分都市白领微信社交都是以职业交往关系为主，社交媒体通常被他们用来提升工作效率、寻求知识。^[10]目前国内对老年人社交媒体使用的研究结论较少，大部分研究还是集中在改善老年人社交媒体体验上。早在2010年，王萍就推断未来的老年群体将是新媒介的热心使用者。^[11]

诚然，随着移动智能手机的普及，越来越多的中老年人加入到了媒介的使用者队伍中，汇聚成为一股不容小觑的力量。甘勇灿在我国老年群体新媒介使用行为与影响因素研究中，认为老年群体偏好数字电视的互动服务和功能、互联网的信息及娱乐服务以及手机的情感信息交流功能。^[12]于博指出，老年群体也是网络中的积极传播主体，他们往往比年轻人有更多的时间和精力去经营和维持自己的网络社交圈，也更愿意在网络上分享和展示自己的生活和思考。^[13]然而，中老年人由于种种原因在使用媒介时，会遇到多重的障碍，韦大伟调查发现，缺少兴趣、动机、知识与技能是老年人互联网使用障碍的主要表现，而造成老年人互联网使用障碍的主要原因包括：不能掌握文字输入法，搜索和筛选正确信息的能力较弱等。^[14]

微信是代际在新媒介使用上具有共通空间的平台纽带。但是相对于青年人而言，中老年人尝试和接纳新事物的意愿稍显欠缺，这也使得中老年人容易被社会边缘化。^[15]同一家庭中的两代人在网络信息的选择、理解和传播上存在明显分歧，这极易引发代际关系紧张和疏离的危机。^[16]张涵静将微信的老年人使用者称为网络空间的“非匿名者”、家庭情感的“维系者”。^[17]并且，微信功能的使用也存在代际差异。微信头像是一个自我呈现的窗口，林升栋等人对比研究中得出结论：中国用户对自我形象呈现出高度在意和谨慎的态度，并且中国用户强调精神自我，倾向于借由客体“托物言志”，含蓄地表达自我情感和思想。^[18]目前对于代际间微信头像使用的差异研究较少，本研究将从这个问题的角度出发，探求在代际差异影响下，基于微信头像的互动过程。

三、研究问题及研究方法

（一）研究问题

各个年龄段的用户在对微信头像进行选择时都经历了一个独特的编码过程。在互动中，接收者要准确理解头像中的具体含义就要进行解码。而解码的难易程度取决于用户的设定，相对“直白”的图片有利于他人进行解码，而与用户的熟悉程度也对解码的难易程度有所影响。因此，本研究探讨的问

题是在微信头像“编码”和“解码”的过程中存在什么样的代际互动生态, 这一互动过程是如何发生作用的?

(二) 研究方法

1. 深度访谈法

本研究采用深度访谈法, 并采取方便式抽样、机遇式抽样、第三者介绍抽样等综合抽样策略, 选取了10名不同年龄段的微信用户为采访对象, 进行一对一的深度访谈。

表1 深度访谈对象信息

编号	年龄	性别	微信名	最高学历	职业	访谈时间	访谈方式
S1	16	女	旋风少年	高中	学生	2020. 12. 13	电话采访
S2	21	女	鸭鸭哲	本科	学生	2020. 12. 14	电话采访
S3	23	男	Wy	本科	私企职员	2020. 12. 14	电话采访
S4	24	女	小艾同学	硕士研究生	国企职员	2020. 12. 20	面对面采访
S5	27	男	天添	本科	公务员	2020. 12. 13	电话采访
S6	36	女	DDPHD	博士研究生	高校教师	2021. 1. 24	电话采访
S7	51	女	暖暖的阳光	本科	中学教师	2021. 1. 25	电话采访
S8	53	女	鲜	初中	自由职业者	2021. 1. 21	电话采访
S9	55	男	云峰	大专	企业管理者	2021. 1. 28	面对面采访
S10	65	女	百草园	本科	退休	2021. 1. 29	电话采访

2. 网络民族志

本研究采用网络民族志的方法, 有目的、有计划地在网络领域展开观察。利用微信、QQ、微博、知乎等社交媒体开放平台的便利性, 长期潜伏在各种类型的微信群中, 如家长群、工作群、代购群、红包分享群等, 观察自然状态下不同年龄段的用户对微信头像的使用习惯, 并参与关于微信头像使用的讨论帖, 从观察中提取可研究的方面。

四、作为“表演舞台”的微信头像

有学者将基于用户的真实头像与个人身份信息作为核心认证手段的网络社交称为“脸谱式”社交。^[16]而如今的社交平台普遍没有了真实头像的限制, 在头像中的呈现可以是任意的自主选择, 这极大地满足了用户的个性化需求。不论是在工作的场景, 还是在日常生活的社交场景中, 头像都能发挥名片的作用, 有时候分享爱好, 有时候彰显性格, 有时候突出志向, 是个人独特的名片。

微信头像是用户在社交媒体上个人化的窗口, 用户通过设定合适的头像和昵称, 逐步建立自身和微信账号的连接, 而自定义头像则可以看作是用户根据自己的喜好对账号进行的整饰。微信头像存在即时通信的对话框中、微信群中、朋友圈中, 伴随着用户使用微信的全过程, 不仅塑造了线上对话的在场感, 在一定程度上也是用户的身份象征, 是用户运用图像叙事性的个性化表达。从这个角度来看, 媒介延伸的不仅是人类的感官, 人类本身也被强大的媒介延伸到了虚拟的互联网世界, 让我们以“非在场”的方式存在虚拟的世界里。

(一) 头像符号的代际标签

在索绪尔的符号学理论中, 用以表示具体事物或抽象概念的语言符号被称为能指, 而语言符号所表示的具体事物或抽象概念被称为所指。微信平台的多媒体的特性和功能, 使得头像、朋友圈、视频号、表情包等形式都能弥补文字语言的不足, 以帮助用户更好地进行自我表达和呈现。在对微信头像进行选择的过程中, 用户不仅建立了头像与自身之间的连接, 也建立了头像作为符号的所指与自身之间的连接。

中年受访者 S7 在大年初一把头像换成了一个“福”字窗花，寓意着新的一年自己和家人能够得“福”。她说换头像是一种独特的仪式感，“我每年大年初一都换头像，生活要有仪式感嘛，预示着一个新的开始”。

中老年用户对于自己在社交媒体个人“化身”的选择，习惯使用风景符号展示自己的心态，不喜变化的他们更希望能体现出自己平和宁静的心态。例如中年受访者 S8 希望自己的生活安宁，便使用了“莲花”作为微信头像。老年受访者 S10 认为风景能让人感到舒展，用风景头像能向别人传达平和的心态。而这些“岁月静好”的头像在 Z 世代受访者 S1 的眼里，或许只能与“刻板”“单调”画上等号。

一张图片本身作为中性的媒介并不具有特殊含义，但当它被用户作为微信头像时，便不再仅仅是一张“图片”，而被赋予了超越图片本身的符号化意义，成为具有独特身份、功能属性的象征符，形成了不同用户之间彼此识别的机制。在围绕头像视觉符号的互动过程中，用户不仅是在传播信息，也是在完成自我呈现并获取社会反馈。

青年受访者 S6 是以个人形象照当微信头像。作为高校讲师，她认为一张妥当的头像对于她的业务是有所帮助的，因为这张头像也是她的身份和功能的体现。在谈到选头像的标准时，她说：

我要么就不放我的照片，要放的话首先不能拉低别人对我的评价，这是我对呈现我自身的头像的要求。如果这个头像是要跟我个人建立联系的，或是体现我个人的，那我在选择上肯定是比较严格的。

在 Z 世代的微信头像景观中，有很多独特的现象。例如好友列表里有时会看到“不瘦十斤不换头像”文字的头像。有些 Z 世代微信用户把微信头像当作一个公开的承诺，为了激励自己达到某一目标，而把这个目标写在微信头像中，让所有的微信好友看到，起到监督作用。Z 世代受访者 S4 曾在考研的时候把微信头像换成了一张夸张的惊喜表情包，她解释道，希望自己查到考研成绩时，脸上能是这样的表情，并表示查完成绩之后会换回原来的头像，目前用这个头像只是一种许愿的行为，表达的是内心的渴望。Z 世代受访者 S3 曾把自己的头像换成猫的图片，原因是：“我喜欢的女孩子喜欢猫，我就换成了猫的头像，想让她看到之后能产生共同话题，有兴趣和我聊天。”

（二）前台呈现的表演脚本

在戈夫曼的“拟剧”理论中，有一个重要的概念，那就是“舞台”，而“舞台”分为“前台”和“后台”。个体在自我呈现的过程中，必须具备表演的“舞台”，在这个“舞台”上，个体通过自身的期望有意识地选择希望呈现的部分，并根据推测观众的评价不断调整自己的表演行为。微信头像实际上就充当了用户在微信平台上表演的“前台”，用户通过对微信头像的整饰，在线上社交场域中呈现一个理想而未必“真实”的自我。

在网络世界的“舞台”上表演，每个用户都有自己的表演脚本。然而，微信是一个强关系社交平台，对于大多数用户来说，并不是陌生人社交的空间，而是线下熟人社会延伸至线上的交往空间。它不同于其他更具隐匿性的社交媒体，更多时候用户以线下真实的身份在线上与彼此展开交流，并不采取匿名的形式，因此微信头像其实具有逃不脱的真实身份的“藩篱”的限制。用户也许可以通过微信头像掩饰真实相貌，但却不能轻易地使用微信头像来隐匿真实身份或者创造虚拟的身份。

中年受访者 S7 使用的微信头像经常得到同事的正向评价，这让她在自我获得满足的同时，也在选择微信头像的时候更加倾向于把自己好的一面展示出来：

心里是在介意别人的评价的，所以想把好的一面展现出来。经常有人赞我的头像，比如我同事看我用这个福字的头像，就写了一个福字送给我，下次我换头像就会倾向于去找更好的，更积极的。

正是由于真实身份无法轻易隐匿的特性，微信平台在无形中限制了用户“表演”时的框架，它不像是微博、抖音等开放的社交平台，在微信平台中演出的“观众”是特定的，只是好友列表中的用户，而这些“观众”大多数掌握了“演员”本身的基本信息，因此“演员”只能“演”自己，无法摆脱自

己真实身份的“剧本”。

如果说微信头像的“丰富性”给了用户在选择头像时的自由,那么“公开化”这一特征又在一定程度上限制了用户在选择头像时的自由。Z世代受访者S4同学说:

微信头像不像朋友圈,有个性的内容我想发朋友圈,可以选择只给部分人看。但是头像所有的好友都能看到,包括长辈、领导和老师们,那就不方便放一些他们可能会认为“不正常”的图片了。

微信头像以其丰富性、叙事性和公开化的特性,在选择范围上给用户创造了极大的空间,又在叙事需求上给用户提供了“表演”的“前台”和丰富的互动中介,使得用户与好友在共通或不相通的意义空间内开展彼此的“自述”行为。但是囿于微信是强关系社交平台的属性及其他社会的规范和道德准则标准,又约束着用户表演的框架。

五、微信头像背后的代际互动过程

伴随着新媒体技术的飞速发展,年轻一代和年长一代之间对于新技术使用频率、学习能力和意愿的差异导致代际差距不断拉大,传统社会中“长幼有序”的代际关系无形中被重塑,网络世界中长辈的绝对权威旁落,不得不服从于子辈文化反哺的“教鞭”,这也在无形中孕育着代际间的冲突和矛盾。在微信头像使用上的冲突正是其表征之一,以家庭代际冲突为代表,这种矛盾常常发生在以Z世代为代表的新生代和以中老年为代表的年长一代之间。

在网络观察中笔者发现,微信头像选择背后代际互动的影响总是“自上而下”的,年长的一方总是以自觉或不自觉的方式在影响着另一方对于微信头像的选择,或控制,或约束,使其在自己的监视和教导下调整行为方式。而另一方或抵抗,或妥协,在隐形的力量博弈中悻悻退场。

(一) 规训——压制的实施

福柯认为话语即权力,当长辈逐渐涉猎微信领地时,管束的触角就会伸向网络世界中具有绝对话语权的一方。对微信头像的使用,便成为管束的主要内容之一,当年长一代对年轻一代的头像有所要求和建议时,规训就成为代际互动中影响年轻一代微信头像选择过程中的第一步。

在符号互动论中,符号意义的交换有一个前提,就是交换的双方必须要有共通的意义空间。即传受双方对传播中的符号具有相同的理解,或传受双方具有大体一致或接近的生活经验和相应的社会文化背景。传播的效果受共通的意义空间影响,而意义空间可以随着意义交换程度的日趋频繁或互动程度的加深而扩大。人气偶像范丞丞曾在综艺节目中“吐槽”其母亲对于自己微信头像选择的干涉,表示母亲希望自己在微信头像上放自己照片,并形容自己换的头像“乱七八糟”:“她就喜欢看我把自己的大头照片当头像”,引起网友的强烈共鸣,纷纷表示“同一个世界,同一个妈妈”。

在微博博主发起的“你会换头像的原因是什么”投票微博中,有一条高赞的评论是“附加一条,我妈觉得不好看不吉利,换!”并配上了“摊手”的表情,表示无奈。

游戏、动漫、二次元等都是Z世代乐于接触的文化圈层,但这些圈层也是相对“封闭”的,对于不了解这些文化的人,不论是其他年龄段的人还是同龄人都是难以理解的。因此,对于Z世代来说,微信头像有一套相对封闭的编码系统,他们用自己独特的兴趣、爱好进行头像的编码,需要解码就必须在特定的文化圈层当中。因此,这种不平衡的互动又带来了微信头像背后的“规训”行为。

例如Z世代受访者S1认为,用“酷酷的头像”能够显示喜欢的东西和别人的不一样。她喜欢使用小众动漫图片做头像,也是一个表达自我、取得认同感的过程。而她的父亲却认为她的微信头像色调太“阴暗”,这样容易给别人造成她自身不阳光的印象,因此经常“训斥”她,矛盾就在父女俩的沟通中反复发生。

这样的讨论还发生在领导对于下级的要求和规训中。在微博中搜索关键词“领导,头像”,会发现有很多的微博用户在个人空间中“吐槽”领导对于自己微信头像的管束,这类“管束”集中表现在为

为了更好地开展工作，禁止员工或下属使用不利于提升公司形象的头像。为此有网友发微博抱怨说：“领导叫我把头像换了，头像自由都没有了。”

Z世代受访者S3就曾被领导要求换头像：“当时是做社群软销售的工作，用的是大学的时候比较‘靓仔’的头像，却被公司总裁认为看起来像个‘骗子’，要求我换个头像。”“靓仔”和“骗子”是对同一个头像背后使用者的不同解读，体现出在上下级之间存在着对头像编码与解码的不相匹配。

由于上下级这种特殊的代际关系之间常掺杂着一些利益属性，“规训”的发生有时是自发的和自觉的。青年受访者S5是一名公务员，自从工作以来他换头像的频率明显变低，他说：

工作是我选择微信头像一个重要的参考范围，现在大部分的工作通过微信来完成，头像代表了自己的形象。领导也常会在工作场合提醒我们要多注意自己在网络平台的“形象管理”，所以我用头像也格外注意了，不能保证它能对形象带来积极影响，但是要极力去避免它产生不好的影响。

最近，微博平台上的话题“被导师私信要求换头像”阅读量上亿次，发起话题的网友晒出自己与其导师的微信聊天记录，聊天中其导师建议：“头像换个端庄雅致的，现在微信是了解一个人的重要媒介，出现动物、小孩会让人觉着心智不成熟，缺乏担当。”

对此，参与讨论的网友观点褒贬不一。从此话题中，我们可以看出，规训行为的发生说明微信头像背后的代际互动是广泛存在的，也从侧面反映出规训的一方肯定了微信头像的重要性。不可否认，在大多数情况下，规训的初衷是积极的，同时也是双方力量不平衡的表现，往往带来的是一个两代人之间在权力发挥和保持个性方面力量博弈的过程。

（二）抵抗——博弈的开展

如果说规训行为会在多种场合发生，那么抵抗的应对策略发生的场所则非常有限，常常只发生在直接的亲代和子代之间。在这代中年人心中，自己的孩子还不够成熟，微信是一个重要的社交平台，对作为名片的微信头像的选择需要他们来把关；而子辈则觉得父母管得太多、没品位、审美差，从而拒绝父母的管束。限于特殊的利益关系，这样的抵抗却很难发生在领导和下属或其他代际关系之间。

在中国年轻一代聚集的问答社区——知乎平台上，有一篇被高关注度的帖子，主题是“被母亲大人要求换微信头像，是个什么样的体会？”其中获得3411赞同的答主上传了自己与母亲关于换头像话题讨论的聊天截图，聊天中母亲要求他不要使用恶搞的头像，这样会有损自己的形象，并表示“没见过你一个像样的头像，头像和个性签名很重要，可显示一个人的修养”。另一位获2019赞同的答主因为用了电竞红人PDD恶搞的表情包做头像而被母亲指责其“作为一个女孩子不知道美”，该答主还表示母亲不仅要管束她的头像，微信名字、个性签名也要按照她的要求修改。

有网友在评论中写道：“要我我就不听我妈的。”还可以看到一些类似于“学到了，以后就这么对付我妈”的评论，从中可以窥见年轻一代追求个性的火苗有时不会在规训中被压制，反而是在抵抗的精神中愈演愈烈。

青年受访者S5自从换了一个不受家里人喜欢的头像，就持续受到家人的“轮番轰炸”，以软硬兼施的方式劝导他换头像，但是至今他的头像也没有变化。他表示：“我很爱我的家人，也很尊重他们，但是在换头像这件事情上我认为没有必要听他们的，要有自己的判断。”

在研究过程中，不难发现规训往往是从上至下，而不是从下至上的，如前文所述，“权威”是长辈掌握规训特权的直接原因。而从根本上来看，个性和包容是年轻一代在成长过程中主动汲取养成的性格特质，这导致他们往往更能接受多元的文化现象，同时并不乐于去干预别人的想法和态度。正如Z世代受访者S4对此表示，自己有时不听家长的建议是因为追求平等和自由：

我觉得爸妈管得太多了，他们习惯于干预我们的生活，总觉得我们独立作出的判断和决定都是不成熟的。但是我们对他们就不会干预，比如我们也不喜欢他们的头像，觉得花花草草什么的太土了，但是我们却从不会要求他们去换头像。

而在上下级、师生等其他代际关系中,关于微信头像的抵抗行为却受到来自外部和内部的干预。从外部来说,这些关系中的利益从属性质相对显著,而对于微信头像的管束也多从更为实际的意义出发。例如,上司可能会以头像不利于开展工作等角度对员工的头像进行规范,老师可能会以头像不利于发展学业等原因对学生的头像选择进行建议,这些原因往往让处在较低社会地位的低龄者难以拒绝。从内部来说,正是由于这种社会地位的差距,使得规训发生时弱势的一方不敢或不习惯于抵抗应对,而常常将抵抗停留在隐性的层面,却在表面采用相对保守的方式接受规训,因此我们看到了网络上的吐槽和发泄。

(三) 妥协——影响的生成

规训的积极作用在于促进人们进行反思与忏悔,而在这场代际博弈中,如前文所述,抵抗的行为发生场合有限,这场博弈总是以一方选择退让和妥协收尾,而更多的时候,妥协的是年轻的一方。

微信头像作为用户的个人名片和性格“外衣”,通过洞悉彼此的微信头像使用规律及风格,不仅能帮助代际间相互了解,也使得代际间的和谐关系得到极大的促进。

中年受访者S7表示Z世代的儿子喜欢用很有个性的图片做微信头像,曾用过骷髅和全黑的头像。但在与其讨论的过程中,她发现孩子用这类头像其实也有自己想要表达的意思,只不过是在沟通之前她不了解其中的故事,而错怪孩子只是想要追求个性和叛逆。因此,微信头像从某种角度上为互动双方搭建了沟通的桥梁,帮助彼此构建或扩展共通的意义空间,也在一定程度上促进了代际的良性互动。

在面对规训的时候,妥协的策略不是被动的过程,而是在使头像满足自我的基础上,达到改善、优化代际关系的目的。中年受访者S8一直来对于Z世代孩子的微信头像都有严格的要求,例如不可以用动物的,因为不吉利;不可以用不阳光的,因为看起来像坏孩子;不可以用乱七八糟的,因为会让人觉得你这个人不正派。这样的要求经常发生在她和儿子的微信对话框中,而往往以她的胜利告终,虽然儿子在嘴上会反抗,但是最后都会乖乖地换上她满意的头像。谈及为何最终还是妥协,这位Z世代孩子无奈地说道:“因为她是我妈。”

Z世代受访者S2也表示:“我爸爸的意见会左右我对头像的选择,比如他有一次不让我使用图片中有一对情侣的头像,我不听他的他就一直唠叨,最后我就换了。”“权威”看起来是低龄一方妥协的直接原因,但是从根本上来说,这种行为调整是出于对维护代际关系的价值判断,即在妥协的年轻人眼里,构建和谐的代际关系和微信头像中的自我释放相比,重要性不言而喻。

妥协有时也表现为高龄一方的反思和退让。中年受访者S9和孩子沟通之后进行了反思:

我总希望能传递一些正能量的东西,这可能是年纪大的人的一种通常的思维。但是我也反思了,这可能就是代沟,他喜欢用什么头像,不一定要考虑别人的看法。

管束不仅被施加在Z世代群体身上,青年受访者S6分享自己的经历时说:“有段时间特别不喜欢我当时的头像,觉得不够好看,其实我觉得没什么的,但是我认为长辈的意见也是重要的,而且我也想让我妈妈开心嘛,所以我就换了一个她认为好看同时我自己也满意的头像。”从这一角度看,微信头像引发的代际冲突虽然在一定程度上挑拨了代际关系,但同时也作为中介,对于促进代际沟通、增进代际了解起到了一定的作用。

在代际交流的场域中,有一种无形的力量在迫使年轻一代进行行为方式的调整,有时不得不压抑自己的真实想法,进行积极的自我呈现。

还有一种隐性的妥协隐藏在被动的防御中。例如在上下级、师生的代际关系中。初入职场的青年受访者S4在谈到自己工作后的转变时说道:“进入职场后我感到一种无形的束缚,没有人会像以前我受教育的场合那样,明确地要求我要去注意自己的言行举止,但是我就觉得应该要保持低调,所以我换了中庸的头像,一个卡通形象,也把自己的朋友圈设置了仅三天可见。”

有时不需要正面的规训和抵抗过程发生,仅仅无形中的威慑力就自动产生对微信头像的约束和影响力,正如在现实生活中,下级会刻意在上级面前积极地表现自己,当表现的场景延伸到线上,微信

头像就在一定程度上承载了自我呈现的光荣“使命”。

社会学中的常人方法学告诉我们，实践活动具有能动性，社会活动的权宜性是不可避免也是无法克服的，并不是一定要按照既定的方法和规则进行，规则总会遭到意外情况，行动者可以根据局部情况、场景条件，并依赖自身的努力完成活动。^[19] 面对代际互动的规制，在进行自我呈现时，低龄者在撰写“表演脚本”时总是或多或少地将被强加的标准加入考虑范围，期望以权宜之计获得平衡的关系。

六、结 语

微信头像给用户自我呈现提供了有效的表演“舞台”，本身也存在鲜明的代际标签，由于代际在文化接触层面具有显著的差异，在以 Z 世代为代表的新生代和以中老年为代表的年长一代之间，在对微信头像解读的过程中出现了一定程度的不对称，从而造就了代际以微信头像为中介的独特的互动生态。从总体上看，这种有趣的生态体现为规训—抵抗—妥协的过程，并根据个体的差异对用户的自我呈现行为产生不同程度的影响，即年长一代对新生代在微信头像上的不理解、不认同带来了规训行为，而年轻一代则以或抵抗或妥协的方式继续自己在网络世界中的自我呈现行为。

然而，在微信头像背后的代际互动中，我们不仅要看到“不平等”力量的博弈过程，更要看到微信头像作为中介发挥的作用，代际在碰撞、沟通过程中的良性互动能极大地推动代际关系和谐发展。相互的理解和退让是缓解代际矛盾并重塑代际和谐关系的重要一步，在微信头像背后的亲子代际互动中，从博弈到反思、从反思到促进是一个良性的循环系统。当代际通过沟通从而建立彼此共通的意义空间，障碍也许就不复存在。在促进代际良性互动的过程中，微信头像不仅是线上沟通的桥梁，这一桥梁的作用也能延伸至线下，从而塑造出更加和谐的代际关系。

参考文献：

- [1] [美] 约书亚·梅罗维茨. 消失的地域：电子媒介对社会行为的影响 [M]. 肖志军，译. 北京：清华大学出版社，2002：3-5.
- [2] [英] 斯图亚特·霍尔. 编码，解码 [M]. 罗钢，译. 北京：中国社会科学出版社，2000：356-358.
- [3] [美] 玛格丽特·米德. 代沟 [M]. 曾胡，译. 北京：光明日报出版社，1988：43.
- [4] 林卡. 论代际变迁——兼论“代沟”的意义 [J]. 青年研究，1985（4）：11-14+19.
- [5] 樊新民. 代际差异的现象及其原因 [J]. 中国青年政治学院学报，1987（4）：25-28.
- [6] 康斯坦丁，曹兴，姜丽萍. 代际关系与代际价值 [J]. 青年研究，1989（9）：27-32.
- [7] 周晓虹. 文化反哺与器物文明的代际传承 [J]. 中国社会科学，2011（6）：109-120+223.
- [8] 王诗瑶，王永红. 国内近 20 年社交媒体使用的代际差异研究 [J]. 新媒体研究，2018（12）：1-4+19.
- [9] 邢虹文. 新媒体环境下大学生的媒介使用与媒介信任——基于上海 11 所高校相关状况的分析 [J]. 新闻记者，2013（8）：66-70.
- [10] 郭瑾，清平. 重构与改造：都市青年白领的社交媒体使用与社会交往 [J]. 青年研究，2016（1）：1-4.
- [11] 王萍. 新媒体使用对老年人生活质量的影响 [J]. 理论界，2010（10）：186-188.
- [12] 甘勇灿. 我国老年群体新媒体使用行为与影响因素研究 [D]. 哈尔滨工业大学，2013.
- [13] 于博. 基于实现幸福感的老年人微信使用动机研究 [D]. 东北师范大学，2019.
- [14] 韦大伟. 数字鸿沟视角下的中国老年人互联网使用障碍研究 [D]. 武汉纺织大学，2012.
- [15] 陆瑶，王思宇. 真人表情包使用对代际沟通感知的影响研究 [J]. 东南传播，2018（2）：69-71.
- [16] 林枫，周裕琼，李博. 同一个家庭不同的微信：大学生 VS 父母的数字代沟研究 [J]. 新闻大学，2017（3）：99-106+151.
- [17] 张涵静. “使用与满足”理论视域下的老年人微信接触研究 [D]. 南昌大学，2019.
- [18] 林升栋，吴晶晶，易苑，刘红琪. 中国社交用户头像选择的文化解释 [J]. 深圳社会科学，2021（4）：76-85.
- [19] 杨述超. 常人方法学的基本主张及其内在逻辑 [J]. 天府新论，2020（5）：153-160.