

新时代青年文化的参与品格及其价值意蕴

闫翠娟

(天津科技大学 马克思主义学院, 天津 300222)

[摘要] 基于虚拟空间和互联网应用的参与品格是新时代青年文化共享的精神密码,折射出当代青年最鲜明的精神特质。根据价值诉求的不同,青年参与文化包括自我表达型、寻求归属型、利益诉求型、社会公益型四种类型,并从语言、休闲、政治三个领域向主流文化输送着青年的独特气质。当代青年参与文化以娱乐狂欢为表、以批判建构为里的功能特性,决定了主流文化对当代青年参与文化的吸收转化,应采取一种弹性多元的立场策略。当代青年参与文化所折射出的公共精神和公民美德的种子正在青年群体中扎根发芽并将开出绚烂之花。

[关键词] 参与文化; 青年文化; 网络流行语; 网络政治参与

[中图分类号] B432

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-6973(2019)03-0031-08

当今青年文化领域各种青年文化形态交叉并存,争奇斗艳,似乎很难找到一种统领性的青年文化形态来诠释当前青年群体的整体文化心态。但是,透过纷繁复杂的表象,我们依然可以发现在迥异的青年文化表达形态之下所掩藏的相似的精神密码,这种精神密码就是基于虚拟空间和互联网应用的参与品格,基于这种品格,当代青年文化正从震撼的风格表演演变为兼具风格表演特性,同时又能对宏观社会发展和微观日常生活实践产生实际影响和改变的“微观政治”,而基于这种参与品质形成的“参与文化”也成为当代青年文化领域最绚丽的色彩,折射出当代青年最鲜明的精神特质。

一、因何而参? ——“参与文化”

对新媒体的吸纳与运用

参与文化的产生是多种因素综合作用的结果,但从根本上说,参与文化是由网络新媒体技术催生并紧紧依托网络新媒体技术的一种青年文化类型。

(一)青年亚文化地位上升为“参与文化”的产生提供了前提基础

在前网络时代,知识遵循着由年长者向年轻者的传播路径,因此,青年文化在文化差序格局中始

终处于弱势地位,是依附于成年主流文化而存在的,是名副其实的“亚”文化、“支流”文化和“弱势”文化。而网络新媒体的普遍应用以及网络新媒体反等级、反权威的本质,打破了前网络时代以年龄为决定因素的文化差序格局,改变了青年在前网络时代“沉默羔羊”的处境,极大地鼓励了青年群体的参与热情,增强了青年群体的参与能力,使青年摆脱了现实生活中各种权力的束缚,在感知世界、介入事件、表明态度、交流思想方面获得了前所未有的自主权。青年亚文化不断改变着自己的“亚地位”,由文化格局的边缘向中心位移。

(二)青年主体意识增强为“参与文化”的产生提供了内在动力

主体意识是个体对自身主体地位、能力、价值的一种自觉意识,是“人自我反思、自我批判、自我审视、自我否定的内在生命意识、生命精神。”^[1]作为当前青年文化创制主体和传播主体的“90后”、“00后”,他们的主体意识鲜明地表现在四个方面:第一,对独立自我的执着追求。当代青年不喜欢追随别人的脚步,不喜欢被他人的思想左右,他们把自我实现放在第一位,以“做自己的主人”为信条,具有较强的自主性和独立性。第二,自信的人生态

[收稿日期] 2019-02-26

[基金项目] 本文系2018年度教育部人文社会科学研究青年基金项目“习近平总书记关于文化自信的重要论述与新时代青年文化自信建设研究”(课题批准号:18YJC710083)阶段性研究成果。

[作者简介] 闫翠娟(1982—),女,山东潍坊人,博士,副教授,研究方向为当代社会思潮与青年教育。

度。他们对自我的价值和能力有着积极的评估,思想活跃,具有强烈的探索精神,不迷信权威,不迷信传统,具有较强的成就动机和突出的创造性和能动性。第三,明确的权利意识。当代青年对自己应该享有的权利、对自己权利与他人权利之间的界限有较为清晰的认知,他们主张在道德和法律许可的范围内实现自身利益的最大化,对侵犯和损害自己权利的行为予以坚决抵制。第四,明确的责任意识。当代青年朝气蓬勃,胸怀理想、志存高远,能够自觉将自身发展与时代进步紧密融合起来。

(三)信息技术优势凸显为“参与文化”的产生提供了外在保障

互联网带有鲜明的青年特质,它由青年人创造,又主要由青年人使用,相比于年长者,青年掌握更全面的信息科学技术知识和更娴熟的计算机操作技能,有着更良好的信息素养,在自由运用互联网进行即时通信、网上冲浪、网上购物和娱乐等方面具有显著的优势。利用这些优势,青年以前所未有的活跃状态参与到知识和文化的建构之中,成为互联网世界重要的信息生产者和信息传播者,实现了知识、文化、技能、规范由青年向长辈的反哺式流动;他们借助互联网的开放性、平等性和互动性,往来穿梭于网络社会与现实社会之间,扮演着新观念、新思潮的宣传者和实践者的角色,发挥着现实社会矛盾的揭露者和调和者的功能,改变了自身在资源分配和话语权分配中的绝对边缘地位,重建了与成年社会的关系。

(四)文化开放性增强为“参与文化”的产生提供了广阔空间

web2.0时代的到来完全消弭了信息发出者和信息接收者的界限,信息传播由原来的单向线性结构变成了多向交织的网状结构。在互联网空间中,每一个个体都既是信息的接收者,也是信息的传播者和制造者;每一个文本都是可以被无限改写和续写的开放式文本,在文本改写和续写的过程中,每一个个体都具有平等的参与权,每一个个体的个性化解读和个体之间的交互式影响,共同左右着文本的意义走向。web2.0时代文化的这种开放性特征,让一直处于弱势地位的青年群体在文化的创制和传播领域获得了前所未有的主动权。他们利用论坛、博客、微博、微信等网络新媒体平台,自由地传播和接收信息,积极地参与文本的意义解读和创造,充分表达和交流自我的价值诉求,基于相似的兴趣爱好构筑稳定的文化交往空间,聚合形成具有鲜明特征的青年亚文化群体,通过特定的亚文化意

义生产机制,维系和巩固青年的自我认同和群体认同,并在此基础上实现与主流文化的关联互动。因此,在传统社会里,“青年”是一个受到一定限制和制约的行为主体,而在网络社会里,网络给予了青年一个更自由、更有影响力、也更复杂的新角色,这是一个在更大范畴内更有力推动青年与社会“共赢”的角色。^[2]

二、参欲何为?——“参与文化” 的价值诉求与现实功能

根据价值诉求的不同,“参与文化”划分为四种类型,从三个领域向主流文化输送着青年的独特气质。

(一)参与文化的价值诉求与类型划分

1. 自我表达型的参与文化

它是“虚拟一代”参与文化的基础类型。青年处在世界观、人生观、价值观确立的关键期,面临着升学、就业、婚恋等种种现实困惑,因而有着比其他群体更强烈的表达诉求,然而现实空间并不能很好地满足他们的需要,长辈对自己的不理解,同辈间的彼此不信任,使他们将视野投向广阔的虚拟空间,网络的匿名性让他们可以没有后顾之忧地袒露自我,而网络的无限关联性又可以让他们似乎在任何领域都能找到情投意合的“知音”。他们在网络中以虚构的名字、虚构的身份、虚构的性别、虚构的年龄、虚构的容貌、虚构的一切,向同样是一个完全陌生的虚构他者诉说着最真实的自我。这听起来似乎滑稽可笑,但却是互联网最真实的景象。青年诉说的冲动,经过互联网的发酵,以一种猝不及防的方式颠覆了人们原本的生活,网络成了青年最亲密的朋友,机器代替人成了青年最忠诚的爱恋。通过信息浏览与转发,通过撰写日志、博文、微博,通过晒心情、晒图片、晒评论,青年的诉说携带着他们的喜怒哀乐散向网络世界的各个角落,在这里或那里激起此起彼伏的回响。青年就在这种表达一回应的无限关联中搭建起错综复杂的支持系统,这种支持系统既潜移默化地改变着青年自身,也在无声无息地改变着青年生活其中的周围世界。

2. 寻求归属型的参与文化

如果说自我表达型的参与文化是青年让自己苦闷的心灵在网络空间中得到释放,那么寻求归属型的参与文化就是青年让自己漂泊无依的身份在网络空间中得到确认和妥善的安放。它是“虚拟一代”参与文化的主干类型。随着社会现代化程度越来越高,人与人之间基于情感和兴趣而产生的朴素

联系正在被各种现实利益包裹的理性联系所压制,现实中越来越多的人变得封闭而孤独。青年处在个体情感最充沛的年龄阶段,有着最强烈的交往需求,他们希望在交往中获得他人的认可,确立自我存在的独特价值。在网络虚拟空间中,青年基于共同的兴趣、情感、认知自发地聚合在一起,在网络空间中形成一个个亚文化社区。在同一亚文化社区中,青年以正式或非正式的身份参与社区活动,共享社区资源,拥有共同的兴趣、价值、观念和逻辑,心照不宣地与外界保持着一定的距离,营造出一片自由、自在和自治的小天地,在这个小天地里,没有组织形式的硬性标准,社区成员依靠“一种气氛”、“一种意识形态”建立起相对稳定的情感关联。

3. 利益诉求型的参与文化

伴随着当代青年主体意识和权利意识的觉醒,利益诉求型的参与文化已经成为“虚拟一代”参与文化不可或缺的重要组成部分。借助互联网络信息传播的开放性和互动性以及互联网在信息、资源整合方面的强大功能,青年获得了前所未有的话语能力和协作能力。他们以维护自身利益、他人利益或公共利益为指向,把现实空间中被压制的利益诉求搬到无限的网络空间中,充分运用微信、微博、论坛等网络新媒体平台,结合利益诉求设置议题,形成焦点,激发他者情感共鸣,并在此基础上建立利益诉求共同体,从而促进利益诉求的快速合理解决。从利益诉求型参与文化的指向来看,它体现出较明显的利他性和公共性,即青年利益诉求型的参与经常以维护他人利益和公共利益而展开,个人私利的获取要么完全隐而不现,要么只是作为附属物和衍生物出现。当一些侵害他人利益或公共利益的事件发生以后,青年网民往往会以极大的热情投入到事件当中,通过对这些事件的聚焦、围观和深挖以及为处于事件中心的当事人出谋划策,促进事件的顺利解决。当这些事件涉及到公共权力部门的执政行为或涉及到社会民生问题时,青年往往会投入更高的参与热情。

4. 社会公益型的参与文化

社会公益型的参与文化是青年参与文化的最高境界,是完全无私和利他的行为。在青年群体中,正有越来越多的青年将公益行为融入自己的生活,在参与社会公益的过程中践行着自己的理想和信念,释放着自己对他人和社会的正能量,担负起青年应该承担的责任与使命。青年社会公益型的行动参与形式多种多样,有时是针对贫困地区失学儿童进行的一次募捐,有时是针对环境污染、资源

枯竭所进行的一次呼吁宣传,有时是在一些重要的会议、赛事中担任志愿者,有时是在一些自然灾害救助中挺身而出、自觉担当……从扶贫、救困、关注弱势群体,到抗灾、抢险、维护社会秩序,从倡导文明风尚、传承民族文化精髓,到保护环境、节约能源、实现社会可持续发展……可以说,青年社会公益型的行动参与正在深入社会发展和社会生活的各个领域,成为促进社会发展重要而又可贵的力量。

(二)参与文化在语言领域的意识形态功能

语言动态地存在于社会之中,既是人们思维的外在表现,也是人们交往的重要工具和文化的重要载体。随着社会后现代特质的凸显,语言的词汇域和语法结构、语言符号能指与所指的关联以及语言符号与人们生活实践的关联都增加了诸多可变性,显得游弋不定。而青年群体在其中扮演了极其重要的角色,他们将现实世界中的语言符号与网络应用的特质创造性地结合,实现了对语言原有意义和形式的变异转换,并在网络无限的复制传播中将自己个体化的言语实践推广为具有普遍价值的语言规范。

1. 网络流行语:青年群体的语言创制实践

网络流行语是以青年为主体的网民在网络交流的过程中所形成的在一定时期和范围内被广泛“复制”和“模仿”的一套别具风格的话语规范和话语体系,它投射出一定时期青年群体的情趣、心态、观念与价值,具有深刻的现实意蕴,展现出鲜明的亚文化特征。

遵循语言生成的一般机制,网络语言也是网络使用者在网络使用过程中自然选择、约定俗成的产物,其创制初衷主要是为提高聊天效率,增强聊天效果,多属于一种无意识的语言创制行为,其创制方式也比较简单,多是基于谐音、形似等特点,通过赋予字母组合、数字组合、表情符号以特殊的含义来实现网络语言的创制。

随着以青年为主体的网民语言创制热情的不断高涨,网络语言的创制由最初的无意识行为逐渐演变为具有潜在文化意图的文化实践,他们将隐喻、拼贴、同构等方式广泛应用到网络语言的创制过程中,创制出了大量语义更加丰富的网络语言,使网络语言作为一种特殊语言形态的地位进一步显现。分析2004年至2016年的年度十大网络流行语,可以发现网络语言的表现形式呈现出由以字、词为主到以短语、句子、句式为主的变化;网络语言的风格更加诙谐幽默,诙谐幽默中又透出种种复杂

的现实情绪;网络语言的创制方式更加多元化,青年网民综合运用象形、谐音、缩写、隐喻、拼贴、替换等各种手法不断创制出语义丰富、形态多样的网络语言;网络语言的内容具有更强的现实指向性,是对现实的映照和隐喻,“躲猫猫”、“蒜你狠”、“且行且珍惜”、“世界那么大,我想去看看”、“70 码”、“小目标”等蕴含了青年对现实事件的回应。

2. 多重属性:网络流行语的意识形态功能解读

网络流行语是青年群体现实生活的镜像,是青年群体集体意识的表征,折射出青年群体的社会认知、社会情绪和社会心态,从多个向度发挥着重要的意识形态功能。

(1)网络流行语为青年群体提供了自治自洽的文化空间

网络语言是以青年为主体的网民所创制的不同于通行语言规范的话语体系,它潜在地发挥着文化区隔功能,把青年群体与其他群体自然地区隔开来,形成一个相对封闭的文化空间。在这个空间里,青年群体在一定程度上摆脱了官方话语规范的约束,在创造和生产属于自己语言的过程中获得了作为社会独立性存在的巨大成就感,在秘密分享共同语言规范的过程中获得了作为群体成员的集体归属感和相互认同感。在这个空间里,青年群体自由自在地交流,无拘无束地狂欢,尽情释放着社会压力下的焦虑情绪,表达着对社会结构矛盾的批判和对生活的娱乐化调侃,呈现出具有一定排他性的亚文化部落特征。

(2)网络语言为青年群体提供了权力诉求、权力对抗的重要机制

皮埃尔·布迪厄认为“语言不仅是思维的工具,也是行动和权力的工具”^[3]。因此,网络语言的创制与传播是青年群体对自身权力诉求的一种机制,是青年群体利用网络传播的力量而进行的一种话语权力扩张。青年群体利用一切可利用的官方语言资源,通过打破其原本的结构和意涵,创造新的语汇,形成新的语法,建构起与官方话语体系具有鲜明差别甚至对立的话语体系,实现对官方话语权威的挑战和对官方话语监控的反抗。青年群体以语言共同体的姿态,以更加有力的话语实践,参与到权力的争夺和主流意识形态的建构中来,在一定程度上改变了社会整体的权力分配格局。

(3)网络语言为青年群体提供了监督社会运行、参与社会发展的重要渠道

网络流行语流露出青年群体浓厚的社会关怀意识,传递出青年群体参与社会发展进程的殷切愿

望。在网络流行语中,青年群体力求以诙谐幽默的形式表达深刻严肃的问题,如他们以“高富帅”、“白富美”、“屌丝”、“逆袭”等词汇,表达对社会分配不公、贫富差距过大的不满和对弱势群体改变命运的希冀;以“坑爹”、“拼爹”、“我爸是李刚”这些词汇映射社会竞争机制不公平的现象;以“我就像一只趴在玻璃上的苍蝇,前途光明,出路没有”、“钱不是问题,问题是没钱”等词汇表达青年群体对现实生活处境的不满和对未来的迷茫;以“你是准备替党说话,还是准备替老百姓说话”来映射公权力和普通民众在一些问题上的紧张对立……可以说,网络语言已经由网络空间扩展到现实生活世界,成为青年群体民意表达的重要渠道和社会参与的重要空间。

(4)网络流行语作为一种语义紊乱机制扰乱了稳定的语言秩序

网络流行语作为个人言语,正在挑战当下的句法结构。^[4]其挑战表现在三个方面:一是转换、颠覆了官方语言中诸多词汇的原本意涵,造成了语义的紊乱。如沙发、马甲、潜水、灌水、围脖、鸭梨、囧、囧等网络流行语都是如此,青年网民所赋予这些词汇的新含义冲击并扰乱了其原本的含义,在语境不明的情形下会让人产生无所适从的困惑。二是挑战、冲击了官方语言的造词规范。汉语的造字以笔画为基本单位,造词以单个汉字为基本单位,造句要讲究主谓宾、定状补的语法结构,而网络语言的造字、造词、造句完全不受这种官方规范的约束,字母、数字、表情符号、汉字随意组合,任意摆放,不同程度地破坏了现代汉语的规范性。三是挑战、冲击了语言的稳定性。网络语言多是以青年为主体的网民带着一种游戏的心态所创制出的一种快餐文化,一种网络语言符号从创制到传播到流行再到消失往往只有很短的生命周期,昙花一现、此起彼伏的网络语言,不仅使语言的公信度大打折扣,同时也使语言领域乱象丛生。

(5)网络语言作为一种反哺更新机制推动着主流语言不断向前发展

任何意义的背后都不存在牢不可破的潜在结构,语言既要保证相对的稳定性,也要紧跟社会发展不断创新。所以,网络语言相对于官方语言而言,既是一种语义紊乱机制,也是一种必要的反哺更新机制。近年来越来越多的网络语言被吸纳进官方话语体系获得了正统身份,同时,网络语言的话语风格也在对主流话语风格产生着潜移默化的影响,其中,高校开学典礼或毕业典礼上校长发言风格的转变就是有力的佐证。近年来,各大高校校

长在开学典礼或毕业典礼上的发言纷纷借鉴青年群体中流行的新词汇,“俯卧撑”、“躲猫猫”、“喝开水”、“打酱油”和“妈妈喊你回家吃饭”等一连串网络热门事件和流行语,让毕业致辞充满了温情和幽默的气息,在青年大学生群体中激发了强烈的情感共鸣。

(三)参与文化在休闲领域的意识形态功能

除了在语言领域的网络流行语创制实践,参与文化在休闲领域也有着非常活跃的表现。当代青年基于互动共享的原则,在现实、虚拟两大空间,创制出种种风格各异、内容各异、旨趣各异的青年亚文化形态,既展现出青年对娱乐的诉求,也包裹着更深层的集体取向。

1. Cosplay 文化:亦幻亦真的逃离抵抗

自 1998 年在中国兴起至今,Cosplay 已经成为在青少年群体中具有广泛影响力和号召力的亚文化类型。戏剧性的人物扮演、易装和性别气质的颠覆、族群文化资本累积是 Cosplay 最为明显的文化表征。^[5] Cosplay 既是青少年群体自娱自乐的载体,也是青少年群体逃离和抵抗成年主流文化的方式,无论对参与其中的青少年群体而言,还是对成年主流文化而言,都发挥着重要的意识形态功能。

首先,Cosplay 为青少年构建理想自我和反思现实自我提供了渠道、空间。Coser 之所以喜欢一个角色,要么是自己与角色在外在和内在上具有较高的相似性,要么是具有较强的反差性。如果是前者,通过 Cosplay 的过程,扮演者对现实自我的认知得到进一步强化,如果是后者,Cosplay 的过程就是扮演者对现实自我的反抗过程和对理想自我的塑造过程,通过 Cosplay,扮演者在虚幻的想象空间中变成了理想的化身,获得了一种“梦想成真”的精神愉悦感和满足感。

其次,Cosplay 为青少年提供了逃离和抵制成年主流文化的文化空间。在 Cosplay 的世界里,青年不再是主流文化规制的对象,而是成为自由自在的文化创造者,他们可以完全根据自己的审美和喜好去塑造一个个极尽唯美的角色形象,并在塑造角色形象的过程中释放现实中被压抑的情感和需求,并基于共同的兴趣建立起对同一兴趣共同体的情感归属和身份认同,进而以联合的姿态反抗其无处不在的权力规训。

2. 快闪文化:转瞬即逝的集体狂欢

快闪(Flash mob)最早出现于 2003 年的美国,之后传到世界各地,成为国际流行的青年嬉皮运动。快闪通常被认为是年轻人自发进行的一种集

体性“恶搞”和无厘头表演,但事实上,“快闪”承载了更丰富的社会意蕴,在游戏的外表下隐藏了青年的价值取向和现实诉求。

首先,快闪满足了青年标榜个性,追求刺激的心理需求。快闪作为青年调解平庸生活的一种新奇方式和标榜个性的手段,带给青年以极大的精神愉悦,他们不需要有什么意义,他们要的仅仅是感觉的纯粹,一种青春欲望的歇斯底里般的发泄^[6],这是青年参与快闪活动的最直接的原因。

其次,快闪满足了青年解构意义,挑战秩序的心理需求。快闪以出其不意为内核,它的出其不意既体现在它始于突然、止于突然的外在形式,也体现在它目的与手段之间的错位以及形式与内容之间的无关联,快闪以这种不合逻辑或无意义,消解了人们的思维定势和认知习惯,构成了对人们思维世界和生活世界现实秩序的挑战。

再次,快闪满足了青年寻求社会认同,表达现实关切的心理需求。在现代社会中,人就像一个个孤立的原子,漂浮在无着的世界里。而网络的普遍应用又进一步将人们区隔开来,使人与人之间不依赖于机器的直接联系变得越来越稀缺。青年群体作为网络的主要使用者,虽然已经习惯了躲在电脑屏幕后方与周围的世界发生关联,但他们却时常感到孤独,因此,他们需要以更直接的方式与周围的世界发生关联。快闪强调一群人共同完成某一项任务,需要人与人之间的团结协作,因此能让青年在参与过程中感受到集体的力量,在与他人的同质行动中强化自我的存在感和归属感,为青年提供了一种全新的社会交往空间。

3. 粉丝文化:若即若离的集体沉迷

偶像崇拜在任何时候都是青年休闲生活中的重要组成部分,但成为一种独特的文化现象却并非是很久之前的事情。粉丝文化是伴随着广播、电视等大众媒介的产生而产生,并伴随着互联网的普遍应用而快速成长起来的。在我国,2005 年是粉丝文化发展史上的重要转折点。这一年,“超级女声”选秀节目红遍大江南北,它重新定义了明星的生产模式,并让“粉丝”这个词深入人心。2005 年以来的粉丝群与 2005 年以前的追星族相比表现出诸多不同。2005 年以前的追星族对偶像的喜爱是一种带有一定私密性和排他性的暗恋,是一种充满幻想的默默凝视,是一种爱在心头口难开的隐隐情愫。而粉丝群对偶像的喜爱则是一种公开的爱恋,他们不仅更加公开、更加直接地表达对偶像的狂热喜爱,而且把对偶像的喜爱作为标榜自身的一个重要标

签,并带着这个标签四处寻找与他们志同道合的朋友,进而缔结成具有相同志趣爱好的共同体。同时,他们也不再满足于沉浸在幻想中对偶像的默默凝视,而是通过多种途径建立与偶像的直接联系,作为一种不可忽视的力量介入偶像的生活世界。

粉丝文化作为休闲领域一种典型的青年亚文化,主要从两个维度释放着它的意识形态功能:

首先,粉丝文化作为一种重要的力量,正在改变着偶像生产的权力格局。在粉丝文化作为一种力量崛起之前,偶像是媒介精英推行霸权的产物,是精英文化的代表,是一种遥不可及的完美化身和让人魂牵梦萦的神话。在偶像符号的生产与传播过程中,媒介精英具有绝对的主导权,而普通民众几乎没有任何影响力,他们只是被动地消费媒介精英所提供的偶像产品。然而,在网络新媒体的助力下,横亘在粉丝与偶像之间的鸿沟被打破,粉丝在偶像符号的生产和传播中获得了前所未有的参与权,成为与媒介精英相抗衡的重要力量。粉丝不仅能够介入偶像符号的传播过程,左右一个偶像符号的存活周期,同时,粉丝还能介入偶像符号的生产加工过程,决定哪些符号可以成为偶像符号。从芙蓉姐姐到犀利哥再到 papi 酱,粉丝的参与颠覆了偶像的生产传播机制,重新定义了偶像的内涵,并且改变了偶像的供方市场结构。

其次,粉丝文化所衍生出的粉丝虚拟社区,革新了青年群体人际交往的传统模式。不同地域、不同身份的青年,基于对共同偶像符号的喜爱,在与相似他者的持续互动中共同营造一个集体狂欢的天地,形成稳定而凝聚的粉丝虚拟社区。在社区里,他们分享交流关于偶像的信息资讯,合力提升偶像在偶像市场中的影响力,共同策划完成增进与偶像情感或提升偶像影响力的集体活动,集体对抗来自其他粉丝群的侵犯等,在社群动力的作用下,粉丝展现出了后现代的创造力——蕴藏在大众草根中的个体创造力和微型自助式生产社群的集体智慧。^[7]

4. 拍客文化:无处不在的影像叙事

拍客文化是图像消费所催生出来的一种亚文化类型。拍客文化的精髓不在于拍摄画面的精雕细刻,也不在于拍摄主题的宏大深刻,而在于随时随地的拍摄精神和分享态度,因此,拍客文化是一种典型的参与文化。拍客文化是以青年为主体的拍客记录生活、表达思想、分享体验的一种机制,潜在地冲击着传统媒体的影像传播秩序和美学标准。

首先,拍客文化是青年群体自娱娱人的一种方

式。发现快乐、记录快乐、传播快乐是拍客所遵循的一条重要法则,他们用手机、相机、DV 等设备随时随地记录身边发生的趣事,然后将图像、影像传到论坛、微博、社交网站、YouTube 等视频点播网站上,引起他人围观、转发、评论,在这个过程中,发布者和观看者都获得了精神愉悦的感觉。

其次,拍客文化是青年群体进行表达和交往的一种媒介。拍摄内容和拍摄风格都是拍客区别于其他影像生产者的重要标签,向外界传递着拍客的内在喜好和身份特质。青年拍客以作品分享为纽带,不断寻求他人关注的目光,并与同道建立持续的互动关系,进而建立相互支持的情感关联。

第三,拍客文化是青年群体挑战影像生产和传播秩序的一种实践。拍客文化从“视觉奇观”的诱惑中跳脱出来,以平淡的风格记录身边的琐事,拾起传统影像叙事秩序下被忽视的角落,用拍摄的行为向人们传递生活更完整和更真实的面貌。因此,作为影像文本的生产者,拍客本身就是对自己身体或者是外在世界的某种冒犯,对意义和拥有创造意义权利的社会群体发起挑战,是确立亚文化身份和维系社会差异的重要部分。^[8]

(四)参与文化在政治领域的意识形态功能

在网络这个公共空间中,青年以其敏锐的感知力、朴素的政治热情和自觉参与的精神,利用网络平台获取政治信息资源,以其不断生长的公民意识和不断提高的媒介素养,在表达政治诉求,发起政治运动,影响国家政治决策方面正发挥着越来越重要的影响力,已经成为我国网络政治参与中当之无愧的主体性力量。从 2001 年的“陈自瑶”事件到 2003 年的“孙志刚”事件,从 2006 年的“虐猫女”事件到 2007 年的“周老虎”事件,从 2008 年的“抵制家乐福”事件到 2009 年的“躲猫猫”事件,从 2010 年的“李刚门”事件到 2012 年的“微笑局长”事件……,青年政治参与的兴趣中心涉及到国家时事动态、社会热点问题、国家政治改革、民生改革、国际政治关系、世界局势等各个方面。透过这些网络热点事件,可以归纳出青年网络政治参与通过四个环节发挥参与改变的现实功能。

1. 聚焦社会事件,确立参与中心

青年的网络政治参与始于网络信息浏览,通过网络信息浏览,青年不断筛选、聚焦,确立自己进行政治参与的兴趣中心。而一个事件要激发青年的参与兴趣,往往需要具备以下特点:第一,能够满足青年的猎奇心理。能够满足青年猎奇心理的事件主要包括两种类型,一种是突破了青年一般认知的

新奇性事件,如“周老虎”事件就属于此类;一种是突破了社会伦理道德的隐私性事件,如“艳照门事件”等。第二,不符合人们的一般心理预期。如“邓玉娇事件”、“罗彩霞事件”、“王帅事件”都属于此类。第三,与社会大众的现实利益密切相关。从目前来看,与社会大众现实利益密切相关的事件主要集中在教育、住房、医疗、社会保障、环境污染、食品安全等社会民生领域。第四,与社会的某些特殊群体密切相关。这些特殊群体包括政府官员、公众人物、“×二代”、弱势群体等,“赵薇删帖事件”、“微笑局长事件”、“郭美美事件”等都属于此类。第五,与国家的安全、发展、利益密切相关。比较典型的事件有“钓鱼岛事件”、“石首事件”、“香港占中事件”、“瓮安事件”等。

2. 选取参与阵地,形成舆论中心

时事论坛、博客、政府网站、百度贴吧、微博、微信等都是当前青年网络政治参与的重要阵地。论坛起步最早,1994年国内就出现了第一个网络BBS站——曙光BBS站,目前比较有影响力的论坛有天涯论坛、强国论坛、西祠胡同——强国之路、北大未名——时代论坛等。博客,2000年进入中国,2004年因“木子美事件”得以迅速流行。尽管近年来,博客的影响力在不断下降,但由于博客在信息容量、评论深度方面具有自身优势,博客目前仍是青年网民发表政治言论,分享、交流政治观点的重要载体。百度贴吧2003年上线,它凭借强大的搜索分类功能将人们按照相似性聚集在一起,形成一个个兴趣主题互动平台。微博兴起于2010年,主打陌生人社交,比较好地平衡了传播速度和内容深度的矛盾,一度成为青年网民政治参与的首选。微信于2011年推出,主打熟人社交,是当前最受青年青睐的网络应用。此外,青年网民也会通过政府网站进行政治参与。总体而言,上述网络应用的产生时间与其在青年政治参与中的影响力基本呈反比关系,即产生时间越晚影响力越大,青年进行网络政治参与时,通常会选择一个主阵地,并同时依托多个阵地,通过不断的跟帖、转发、评论,在短时间内形成舆论中心,在获得广泛关注的基础上推动事件的解决进程。

3. 挖掘事件真相,形成舆论导向

通过不断的跟帖、转发、评论形成舆论中心之后,下一步就是将公众的注意力由事件表象引向事件背后,深挖事件发生发展的来龙去脉,深挖事件当事人的真实身份和事件背后错综复杂的利益关系。在挖掘事件真相的过程中,青年网民往往会自

发形成合作机制,并在其中扮演不同的角色——有摇旗呐喊、壮大声势的围观群众,也有出谋划策的智库人员,更有号令全局的意见领袖。意见领袖是那些在网络政治参与中热情最高、并且掌握着影响事件走向重要信息资源的人或团体,他们是挖掘事件真相的领头羊,也是维系临时性合作机制的粘合剂。在赵薇删帖事件中,最初在赵薇微博中发现《没有别的爱》电影主创人员身份有问题的网友是第一阶段的意见领袖,而共青团中央、《中国国防报》是第二阶段的意见领袖,而撰写《赵薇删帖激怒共青团中央,背后力量何许人也?》一文而后又因此发表公开致歉信的网友“瘪犊子曰”可谓是第三个阶段的意见领袖,他们分别在三个阶段发挥了影响舆论走向的关键作用。

4. 施加集体压力,推动事件解决

语言层面的集体声讨和道德层面的集体谴责并不是青年网络政治参与的根本目标,当事件的真相浮出水面和针对事件的舆论导向形成以后,青年网络政治参与的重心将转向对事件现实解决途径的寻求。从青年网络政治参与开始作为一种话语力量介入公共决策的孙志刚事件,到乙肝事件、“躲猫猫事件”,再到2016年的雷洋案、魏则西事件,无不体现出青年网民在虚拟空间中的参与行动所带来的现实改变。在2003年的孙志刚事件中,由于网民的普遍质疑和声讨,国务院废除了运行二十多年之久的“收容遣送制度”,而代之以《城市生活无着的流浪乞讨人员救助管理办法》;在2003年的乙肝事件中,青年网民和社会各界共同推动国家人事部、卫生部修改制定了《公务员录用体检通用标准(试行)》;在雷洋案中,涉案警务人员在执法中因存在不当行为,被依法移送公诉部门审查;在魏则西事件中,武警北京总队第二医院停诊,两负责人被撤,百度对搜索页面进行全面整改,中源协和收购上海柯莱逊生物技术有限公司夭折……这些实例都表明,以网络为空间,以参与为核心的当代青年亚文化已经不再是停留在风格层面的符号游戏或风格表演,它还是有着复杂政治意蕴,能够对现实产生实际改变的重要行动力量和“微观政治”。

三、参归何处?——主流文化对“参与文化”的吸收与转化

当代青年参与文化在语言、休闲、政治领域所体现出来的以娱乐狂欢为表、以批判建构为里的功能特性,决定了主流文化对当代青年参与文化的吸收转化,应采取一种弹性多元的立场策略。

(一)对青年在语言领域的创造性实践,主流文化应持开放、包容、吸纳的态度

主流文化应将网络流行语视为是一种与官方话语相互映照、相互补充的新鲜元素,是一种促进青年之间互动交流的重要载体,是一种青年表达心声、参与文化变迁的重要途径,因此,除了对极少数格调不高的网络流行语不予提倡之外,对绝大多数网络流行语应给予宽松的发展空间,对网络流行语中的一些精华,应积极地吸收,将其转化为自身的一部分。

(二)对青年在休闲领域的多元文化追求,主流文化总体上应采取不鼓励也不限制的态度

无论是Cosplay文化、快闪文化,还是粉丝文化、拍客文化,抑或是虽未专门提及但同样具有重要影响力的网游文化、御宅文化等,它们主要是青年休闲放松的一种方式,而并不太关涉诸如批判、抵抗的深层意涵,因此不必过多干涉这些青年亚文化形态的发展,只有当这些青年亚文化形态触及到一些敏感内容或者威胁到公共的安全又或者不利于青年的健康发展时——譬如青年在Cosplay中扮演了一些负面人物形象并损害了公众的集体情感,青年的快闪活动演化为一种非正常的公共集会并且危害到了公共的安全秩序,青年在粉丝文化中,因过度沉迷于对偶像的狂热追求,而使自己的生活完全处于混乱状态并且引发了负面的社会影响;青年在拍客文化中违反伦理道德规范,侵害了他人的隐私并且对他人造成了实际的伤害时,才应进行干涉。

(三)对政治领域青年的网络政治参与行为,主流文化总体上应采取鼓励联合为主,规范引导为辅的态度立场

青年的网络政治参与行为是青年公民意识的重要体现,是调动社会活力和推动社会进步的重要力量。青年借助网络,参与民意表达、参与政策法律制定、参与政策执行和监督、参与投票选举,以青年的视角关注社会发展脉动,以青年的担当参与社

会发展变革,聚焦社会热点,表达改革诉求,影响公共决策,对公权力而言无疑是一种重要的监督机制和补充力量。因此,主流文化对青年的网络政治参与行为总体上应采取鼓励联合的态度。但是,对青年网络政治参与中的一些无序因素和非理性因素也要进行积极有效的引导,从而推动青年的公民意识进一步走向成熟。

总之,“参与”是当代青年文化最鲜明的品格,“虚拟一代”的“参与”文化是对当代我国青年文化的最好概括,以“90后”、“00后”为主体的“虚拟一代”扎根网络空间,通过各种形式的行动参与,深刻影响着经济、政治、社会、文化生活的方方面面,它所折射出的公共精神和公民美德的种子正在新青年群体中扎根发芽并将开出绚烂之花。

[参 考 文 献]

- [1] 李银笙.三个“热词”引发的对青年大学生主体意识的再思考[J].中国青年研究,2010(5):35—39.
- [2] 陆士桢,郑玲,王骁.青年网络政治参与:一个社会与青年共赢的重要话题[J].青年探索,2014(6):5—11.
- [3] [法]皮埃尔·布尔迪厄.言语意味着什么——语言交换的经济[M].褚思真等,译.北京:商务印书馆,2005:6.
- [4] 陈桂琴,林如鹏.主流媒体网络流行语的合理使用[J].重庆社会科学,2012(12):48—54.
- [5] 马中红.身份认同:Cosplay亚文化的实践意义[J].青年研究,2011(5):8—19.
- [6] 宗倩.青春审美文化视野下的“快闪族”探析[J].电影评介,2012(23):107—109.
- [7] 陈或.从文本再生产到文化再生产——新媒体粉丝的后现代创造力[J].学术论坛,2014(2):129—132.
- [8] 陈一.拍客炫目与自恋[M].苏州:苏州大学出版社,2012:122—123.

(责任编辑:谢光前)

(下转第126页)