

从消费主义看 DIY 一族的文化实践

■ 陈 敏

(中国青年政治学院 外国语言文学系,北京 100089)

【摘要】自 21 世纪中国进入消费社会以来,消费主义开始在中国盛行并产生巨大影响。青年文化研究者对于消费主义与青年文化的关系一直存在争议。DIY 一族在虚拟空间的崛起显示青年亚文化族群并未放弃对消费主义的抵抗。DIY 一族秉承亚文化“自主选择,自我设计,自我创造”的精神,通过实物改造、影像制造和自主游走三大文化实践,消解消费异化的魔咒,改造媒介景观,发起对消费空间的突围,积极实践着对消费主义的抵抗。他们在现实和虚拟世界中形成一股积极的力量,在抵抗消费主义的文化实践中创造了新的自我和群体的身份,创造了新的亚文化景观,同样也将带来消费社会的变革。

【关键词】消费主义 DIY 一族 文化实践 青年亚文化 虚拟空间

一、消费主义在中国的兴起和影响

21 世纪以来,中国社会开始从生产型社会向消费型社会转型,这一根本变化使中国社会呈现出一系列新的特征,其中最令人瞩目的就是消费主义的日渐盛行。消费主义的兴起对中国社会产生了巨大影响。一方面,消费主义对经济发展起到了一定的推动作用,另一方面对消费的过度追求也为当代中国带来了精神困境和生态危机。

伯明翰学派最早开始对消费主义与青年亚文化的关系进行研究。他们认为,亚文化通过对消费品的改造实现对商业主义的抵抗,然而最终却难以摆脱被商业收编的命运^[1];后亚文化学者默克罗比则认为亚文化与商业主义的关系并非势不两立,相反,亚文化通过生产和消费活动获得文化空间,加强了文化实践^[2]。国内学界对此也有争议。周凤梅认为青年亚文化在消费社会中“精神光芒悄然隐遁”,出现了容易被物化和异化,抵抗性被商业收编,庸俗性替代其先锋品格的一系列问题^[3];然而马中红却认为,青年文化与商业逻辑之间相互依存,充满张力,商业逻辑的介入成为部分青年文化的始作俑者^[4];而蔡骥更是认为青年文化由于消费主义的推动实现了青年亚文化对主流文化和整体文化的渗透和影响^[5]。从这些观点我们可以看到,在大多数研究者眼中,青年亚文化族群只是被动的消费者,最多不过是“消费英雄”,他们在消费主义的

收稿日期:2017-06-01

作者简介:陈 敏,中国青年政治学院外国语言文学系讲师,主要研究青年文化、话语分析、英语教学。

基金项目:本文系 2017 年中国青少年研究会立项课题“消费主义浪潮下青年亚文化的抵抗”(课题编号:2017B17)的研究成果。

诱惑之下成为消费社会的“共谋者”^[6]。本文通过网络文本分析和观察法对网络中新兴的青年亚文化族群——网络 DIY 一族进行观察和梳理,试图描述网络空间中青年亚文化族群在消费主义语境下的另一面。

二、DIY 文化的起源及在网络时代的发展

DIY 是英语“Do It Yourself”的缩写,意思是“自己动手做”。DIY 文化最早可以追溯到 19 世纪末 20 世纪初在英美两国兴起的“艺术和工艺品运动”,该运动的创始人罗斯金和莫里斯提倡手工艺劳动,认为人们通过工艺创造,可以建立人与自然、人与自我、人与社会的和谐关系,促进个体价值的自我实现。真正的 DIY 文化出现在现代工业社会,虽然形式多样,但是都体现了一个特征:自己动手做本来用不着自己做的事^[7]。DIY 文化与青年文化相联系出现在 20 世纪 60 年代的嬉皮士运动。嬉皮士们反对中产阶级的生活方式,在美国建立了成千上万的嬉皮士公社,用自己的双手打造他们的乌托邦。处于运动中心的嬉皮士运动家斯图尔德·布兰德为嬉皮士们创办了影响深远的嬉皮士杂志《全球目录》(The Whole Earth Catalog),其中介绍了各种手工工具和资源,帮助嬉皮士建设梦想中的家园。《全球目录》成为嬉皮士们的圣经,布兰德所提倡的 DIY 文化也成为嬉皮士运动重要的文化遗产。

在青年亚文化的历史上,嬉皮士可以被称为最早的 DIY 一族。嬉皮士在行为方式、态度和观念上都显示出 DIY 文化的特征:自主选择、自我设计、自我创造。进入 21 世纪,DIY 族群并未消失。相反,借助网络的力量,更多的 DIY 文化族群从虚拟世界兴起。他们通过丰富的文化实践活动,建构起与消费文化不同的网络 DIY 文化。他们借助新媒体技术的力量,消解消费异化的魔咒,打破大众媒介的景观垄断,发起对消费空间的突围,实践着对消费主义的抵抗。

三、DIY 一族的文化实践

DIY 一族的文化实践主要包括实物改造、影像制造、空间游走,通过在实物、影像和消费空间中的创造性活动,他们重新获得了人们在消费社会中久违的自主性和创造性。

(一) 实物改造

实物改造是 DIY 一族最具历史渊源和相对简单的亚文化实践。通过重塑消费社会中人与物的关系,实物改造为 DIY 一族建立起反消费主义的文化身份。改造的实物可能是崭新的原料,也可能是生活中的旧物,甚至是人们扔弃的废品。通过对各种材料的设计加工,DIY 一族创作出木器、布艺、服饰、刺绣、陶器、皮具等手工作品,甚至变废为宝。进入网络时代,喜爱改造实物的 DIY 一族跨越时空的界限,在网络社区中聚合形成了一个网络社群,自称为手工客。他们在网络中传播手工知识、分享手工作品、交流制作体验,利用网络的力量形成了庞大的族群。

在网络社区中,实物 DIY 族主要的文化实践是传播手工制作知识和信息。由于实物 DIY 族往往是手工的业余爱好者,热情满满,却没有受过手工技能的专业训练,因此分享学习各种手工知识和信息成为了小组论坛上最常见的话题。以最大的手工小组“手工 DIY 教程”为例,这是一个传播分享手工制作知识的手工小组,成立于 2008 年,组员超过 30 万人。小组的创始人郭小虎在小组版面的主页上就提供了国内外著名的手工网站、博客和论坛链接,方便组员查找手工知识。小组中回复超过 1 000 个的话题都是手工知识的电子书、杂志和视频的分享。例如,小组成员 umica 发起分享了一本载有手工布艺制作方法和纸样的日本杂志《和风手作小物》,在群体成员内的分享就超过了 9 000 次。

手工知识传播的形式主要有两种:单一式传播和交互式传播。单一传播即由一位专家型成员发起分享帖,介绍分享内容,留下邮箱或者链接,而其他小组成员以回复的方式留下自己的邮件地址,请求知识分享,这是手工知识传播的最常见方式。交互式传播则是一位小组成员提出问题,其他小组成员分别回应,或介绍本人经验,或分享相关的知识。由于多样化的网络传播,手工知识得以在手工客中迅速传播和积累,达到了手工知识共享的目的。

实物DIY族另一个重要的活动是分享手工作品,也即是“晒”作品。“晒”已经成为90后青年媒介生活的一部分。手工客的晒有所不同,他们晒的不是自己的衣食住行,而是自己作品的制作过程图片,或者成品图片。以豆瓣手工小组“木工DIY”为例,小组中都是喜欢制作木工的青年。小组成员“悟空”就在小组中上传了自己制作木勺过程的13张照片,同时还用文字描述了自己热爱木工的原因:“在制作木勺的过程中,我更加坚信了对木质器皿的喜爱。把一块普普通通、甚至奇形怪状到有些丑陋的木头变成与你每日相伴的日常工具,无疑是一件非常美妙的事情。修凿外型的一笔一刀,让你沉浸其中,享受不紧不慢的过程;给木头抛光、上油,让你感受一块木头蜕变成‘艺术品’的惊喜瞬间。还有观察木头一层层显露出来的纹理,手摸木器的光滑质感,没有理由不让人喜欢上它。”“悟空”在晒作品的过程中表达了对木工劳动的理解和热爱。在他的帖子之下,有不少小组成员都表达了对其作品的欣赏和喜爱。闫方洁认为,“晒”是当代青年具有主动性的自我认同行为,是他们建立自我认同的新途径^[8]。在晒作品的过程中,实物DIY族展示、阐述、凝视和品鉴自己的作品,建构起作为DIY一族的自我认同。

在网络社区中,实物DIY族也交流制作体验。在一篇讨论为什么会选择将木工作为爱好的帖子中,木工DIY小组的成员大多赞同木工是一种创造性的劳动。例如,组长herolaozhang提到:“我喜欢那个过程,从木头或者木板慢慢的经过自己的手变成实用或者漂亮的东西”;另一位网名为“韦韦”的成员说:“喜欢木的纹理,喜欢木的色彩,喜欢木的清香,喜欢做木工的过程,喜欢成就感”;网名为“温柔的狮子”的成员则说:“喜欢自己动手来创造生活!”由此看来,手工劳动赋予这些青年人创造的愉悦和成就感。这种情感体验与消费带来的情感体验具有本质的区别。消费者虽然在消费的过程中也享受到了快感,但他们的快感却是建立在物质占有和物质欲望满足的基础之上,而木工劳动所带来的愉悦感则来源于对物品的改造和创造性实践。在木工DIY小组中,相似的情感体验将手工客们联系起来,成为手工客族群显著的情感特征。

实物改造实践消解了消费主义意识形态的控制,为DIY一族重新找回了人的自主性、创造性,打破了产业资本对商业生产的垄断地位,积累了抵抗消费主义逻辑的文化资本。在晒作品的过程中,DIY一族从被动的消费者角色转换为主动的劳动者,找到了建构DIY族群认同的新范式。在实物改造劳动中,他们与消费者不同的情感体验重新定义了人与物的关系,肯定了劳动在建构身份和形成群体认同中的作用,消解了消费主义的异化作用。

(二) 影像制造

在消费主义向全社会蔓延的过程中,媒介影像成为消费主义神话的重要背景。大众媒介通过精美的广告直接向社会提供海量的商品信息,通过各种影视大片、真人秀等媒介制作彰显带有消费社会特征的消费理念和生活情境,营造出完美却虚幻的物质世界。人们通过媒介构筑的消费景观认识社会,认知自我,从而刺激着现代消费关系和消费主体的形成。然而,随着照相机、摄像机、DV、手机等视频摄录设备的普及和网络视频制作技术的发展,影像的制作不再只是大众媒介从业者独占的领域,DIY一族开始介入影像制造,他们通过制造原创影像和加工影像,重塑社会景观,抵抗消费主义的媒介垄断。

在原创影像制造中,DIY一族全程自我创作、拍摄、编辑内容,充分发挥了自己的创造性。DIY一族拍摄的原创影像有静态影像和动态影像。静态影像是DIY一族利用自己的数码相机、

手机等摄影类工具拍摄的照片。由于拥有摄录像功能的手机已成为人们日常生活中随身携带的设备,因此 DIY 一族实现了随时随地拍摄,照片也就记录了他们平时的所见所闻,包括私人日常生活的细节和他们看到的自然风景。例如,在百度拍客吧,网名为“莫妖娆 123”的拍客从 2014 年到 2016 年两年时间几乎每天更新分享自己随手拍摄的 100 多张照片,在这些照片前都配有一小段文字说明,从中可以看出影像内容全是关于日常的生活、学习、朋友和周围环境,甚至包括自拍,形成了个人的影像日志。在百度拍客吧中,还有一部分拍客分享的摄影作品都是自然风光,而拍客本人出现在影像中的频率也很高,可见,静态影像中私人化的特征十分明显。在动态影像中,DIY 一族则更多地对准了公共空间,捕捉社会生活各个方面。例如,网上知名拍客非我非我我拍摄的《唐家岭的除夕夜》、糟糠宝宝拍摄的《外滩老人》、痞子乐拍摄的《贫困山村美丽女老师和她的孩子们》反映了北漂族、流浪者、乡村女教师等社会边缘群体的生活困境。同时,DIY 一族还热心记录社会民生热点和非主流事件。拍客高达王子的《黄浦江上游水域的饮用水污染》、YK 钻粉丝的《武汉南湖污染水域十多万斤》、yakaka 的《四川绵阳涪江饮用水源被污染》对各地水污染的记录同样获得了很高的点击量,引起网民的广泛围观和讨论。原创影像用私人化和平民化的视角记录了一个原生态的社会,既有对私人空间的个人纪录,也展现了社会公共空间中的各种问题与矛盾,警示我们消费社会并不完美,物质世界的危机和困境离我们并不遥远。通过短小直白的原创影像,DIY 一族打破了大众媒介的影像神话,构筑起贴近现实生活的“小众景观”^[9]。

DIY 一族除了全程自我创作原创影像,还进行影像加工制造。影像加工制造是指截取既有的视频影像,采用拼贴、戏仿、融合等后现代风格手法重新编辑配音,达到讽刺和娱乐的目的,解构大众媒介景观的神圣光环。以 2006 年胡戈的《一个馒头引发的血案》为例。《馒头》采用戏仿的手段,以《中国法制报道》的形式,将当时的大制作商业影片《无极》的镜头拼贴重组,加上恶搞的台词和情节,夸张地讲述了公安机关侦破发生在圆环套圆环娱乐城的所谓血案的全过程,讽刺了大片《无极》的内容和逻辑,成为这一类影像制造的经典范例。在更多的加工影像中,DIY 一族将大众熟悉的电影、电视节目、MV 歌曲重新混搭、编辑和配音,通过图文、动画、影像、特技的融合,传达 DIY 一族的经验和讯息。例如,中国青年政治学院的影像 DIY 族模仿《舌尖上的中国 2》中的解说词、拍摄方式和配乐,自导自演拍摄了《舌尖上的宿舍·泡面篇》。这个 DV 短片聚焦最平常的校园食品,用前者的宏大叙事方式来讲述简单食品泡面的泡制过程,形成了令人捧腹的幽默效果。通过加工影像制造,DIY 一族为大众呈现出具有后现代风格的荒诞景观,从而解构和颠覆了大众媒介编制的消费社会的完美图景。

在传播手段上,影像 DIY 一族一般通过网络自己上传作品,与网民分享。这与大众媒介一体化、标准化、商业化的传播模式完全不同。大众媒介在传播信息时,往往通过少数媒介机构的既定渠道、标准化的流程和固定的时间表建构媒介讯息。而 DIY 一族栖身于网络之中,便利的网络空间使得他们可以随时随地上传自己的作品。同时,在传播分享个人制作的影像时,他们也利用一切网络渠道,如博客、贴吧、网上论坛、综合网站、视频网站、拍客网站等上传、分享自己的作品。由于 DIY 一族的视频传播与分享已成为一种趋势,各大视频网站甚至专门设立了 DIY 视频频道。例如,视频网站爱奇艺设立有拍客频道,优酷也设立了原创频道,为影像 DIY 一族提供了更好的传播分享平台。

DIY 一族以原创和改造加工的制造方式呈现出私人化、平民化和即时性的影像,打破了大众媒介在消费社会的话语霸权,建构起个人化和平民化的小众景观,使大众媒介建构的消费世界褪下华丽的外衣,显露出现实生活的本来面目。

3. 空间游走

除了实物改造和影像制造之外,DIY 一族的文化实践还包括空间游走。城市是现代人生活

的空间,但同时也是消费主义赖以维持和发展的物理空间。在工业化的进程中,城市成为人们消费的中心,也成为现代消费的象征。城市的空间被精心规划以满足和刺激人们的消费欲望。购物中心、百货商场、商业街、超市遍布大街小巷,向人们展示着琳琅满目的商品,唤起人们的消费欲望。各种广告牌、霓虹灯、电子显示屏出现在城市的每一个角落,创造出浓厚的消费气氛,而高速公路、地铁、出租车、公交车将人们与各种消费场所和消费活动相连。城市的迅速发展显示着消费主义在空间上的扩张。面对现代人生存空间的日益物化和异化,DIY一族通过在不同空间中的游走实现对消费主义空间上的突围。

空间游走是指DIY一族通过自我规划、自主选择实现从消费空间到自然空间的转换和穿梭。其实,这种游走行为早在20世纪六七十年代就在西方国家出现,旅游社会学家Cohen称这些游走一族为“探索者”和“漂流者”^[10]。他们以特有的探索和自主精神受到了西方研究者的关注,如今他们也被称为背包客(backpacker)。进入21世纪以后,背包旅行在国内日渐流行,背包客们开始在网络空间中聚集,成为一个显著的网络群体,被戏称为“驴友”。在百度“驴友吧”和“背包客”吧,关注人数均超过了一百万。在各种旅游网站和旅游论坛,如携程网、蚂蜂窝网、驴妈妈网、穷游网、磨房网上,空间游走族们自主设计路线、选择出行方式、分享旅游经验,成为虚拟空间中最为活跃的DIY族群之一。

空间游走族一般会自主设计路线和游走方式。他们不会跟随旅行社等商业机构去常规的旅游景点,而是选择远离喧嚣都市的自然空间。原生态、充满异族风情的地区成为他们首选的目的地。在现代城市中,令人目眩的消费景观禁锢了人们的空间想象力,以消费物品和满足物欲为乐趣的城市生活磨灭了主体的自主性和创造性。在大自然中,人们能够逃离都市的商业气氛,转换自我的生存空间,感受自我和自然,这是游走DIY族选择出行的主要原因。以磨房网为例,这是一个以自助旅行和户外运动为主题的网站,聚集了大批热爱旅行的游走DIY族。在磨房网论坛上的“长假旅行(backpacking)”版面中,热门的精华帖和推荐帖有1000多篇,其中大部分目的地都是西藏、云南、新疆等远离都市、风景原始的地方。在一篇名为“旅行,是为了……你答案是什么”的帖子下,游走族们给予了热烈的回应,截至2017年2月14日,共有1608个回帖,世界、风景和自由成为这些回帖中出现频率最高的字眼。通过游走的方式,DIY一族跳出了封闭的城市空间,实现了从消费空间到自然空间的流动和转换,在身体与大自然的接触中获得身心的解放。

空间游走族通常选择经济型的交通工具,甚至是徒步的方式。他们抛弃城市空间的舒适享受,选择徒步、骑行、驾车甚至搭车旅行,体验长途跋涉的艰辛;他们还常常自备野外生存工具,自带干粮,风餐露宿;他们旅途的落脚之处往往选择客栈、青年旅舍、野营地这样的低成本住宿地,在他们中甚至衍生出沙发客这样的住宿形式。通过这种近乎“自虐”的方式,驴友从身体这一最基础的个人层面背弃了消费社会中的生活实践,反抗消费空间对身体的统治和异化,从而实现了对消费主义的抵抗。

在网络空间中,他们分享游记攻略、交流DIY旅行经验、寻求情感认同。在游记中,游走DIY族会提供行程路线、食宿费用、交通说明,给予后来者参考。此外,他们除了用图文呈现沿途风景的优美外,也叙述旅途的艰辛:“哨所正在修建岗亭,工人们就睡在上面的工棚里面,我们一众野驴第一晚上也狠狠的野了一把,把自己塞进睡袋里,两眼一抹,在工棚里体验了一把,与天斗,与地斗,与冷斗,其乐无穷。”“刚下去一会,觉得危险,想爬上来,哪知道是下去容易,上来难,脚底都是沙子,爬一步滑一步,十分艰难。靠着旁边的石柱往下看,我感到头晕。”这些相似的旅途艰辛将空间游走族从情感上联系起来,从而产生出群体身份的认同感。同时,他们还通过旅游论坛相互学习旅行的知识。他们阅读他人的游记和攻略,了解目的地和旅程的信息。

在磨房网上,不少游记作者都提到如何从别人的游记中了解出行目的地。游记《勇敢远行,在我们老去之前——记2016年4月底西藏山南环线》点击量超过二万,网名为花花的网友在游记中写道,“从3月决定组队到4月底出行,中间一个多月的时间里,不间断的学习皮叔,五厘米的游记大作,认识一个个陌生的地名”。而网名为 phonexy 的成员在自己的阿里游记《云和山的彼端》中也提到“两年前,第一次在磨房上认真研读阿里的游记和攻略,并开始产生种种憧憬。一年前,我开始规划这条线路,看得越多,就中毒越深不可自拔”。此外,他们还通过发帖询问了解旅行中的相关问题。“请问现在成都去四姑娘山路况?只有茶店子那里可乘?车程多久?”“10月17号到三清山,山上需扎营,用气罐点,请问玉山哪有气罐卖?”这些询问帖将游走DIY族从独自行走的背包客变成互助互联的网络亚文化群体。

身体是一种不容忽视的反抗力量^[11]。面对异化的消费空间,游走DIY族积极发挥个人的主动性和创造性,通过身体的游走,摆脱消费空间对个体的控制和压迫,重新获得身体的自由。通过自助和互助,他们打破了僵化的城市行为模式,穿梭于真实和虚拟之间,重建在消费空间中迷失的自主性。

结语:21世纪以来,消费主义浪潮席卷当代中国社会,青年亚文化群体的走向引人注目。透过虚拟的网络空间,我们看到DIY一族活跃的文化实践。他们从实物改造中获得喜悦和满足,用劳动而不是消费建构身份认同;他们利用新媒体技术制作影像,创造个人化和平民化的小众景观,打破大众媒介的话语垄断;他们不甘于消费空间对身体的束缚和禁锢,游走于城市和自然之间,用自助和互助的方式摆脱物化的城市空间,追求身心的自主自由。DIY一族使用了传统的亚文化策略,同时也通过互联网的力量传播DIY知识、分享DIY作品、交流DIY体验,从而获得更多的亚文化资本,成为在虚拟和现实世界中逐渐壮大的青年亚文化群体。

当人们担心消费主义会使青年亚文化走向庸俗、走向消亡时,DIY一族却用行动证明,青年亚文化族群从未放弃抵抗的姿态,也未停止前进的脚步。历史上的嬉皮士曾创造了美国20世纪60年代辉煌的反文化运动,影响了美国一代青年,改变了美国社会的面貌。今天的DIY一族也在现实和虚拟世界中形成一股积极的力量,在抵抗消费主义的文化实践中他们创造了新的自我和群体的身份,创造了新的亚文化景观,同样也将带来消费社会的变革。

[参 考 文 献]

- [1]迪克·赫伯迪格:《亚文化:风格的意义》,陆道夫 胡疆峰译,北京:北京大学出版社2009年版,第116-119页。
- [2]安吉拉·默克罗比:《后现代主义与大众文化》,田晓菲译,北京:中央编译出版社2001年版,第186-187页。
- [3]周凤梅:《青年文化在消费主义时代的嬗变与当代建构》,载《江淮论坛》,2016年第2期。
- [4]马中红:《商业逻辑与青年文化》,载《青年研究》,2010年第2期。
- [5]蔡 骐:《从苹果效应透视青年亚文化的演进》,载《苏州大学学报》,2015年第1期。
- [6]成伯清 李林艳:《现代消费与青年文化建构》,载《青年研究》,1998年第7期。
- [7]薛 红:《DIY精神和现代社会》,载《青年研究》,2001年第5期。
- [8]闫方洁:《自媒体语境下的“晒文化”与当代青年自我认同的新范式》,载《中国青年研究》,2015年第6期。
- [9]徐尚青 王 伟:《移动新媒体时代:拍客对景观社会的反叛》,载《新闻界》,2012年第22期。
- [10]Cohen, Eric. Toward a Sociology of International Tourism. Social Research,1972(1)
- [11]任 政:《空间、身体与生存境遇》,载《社会科学论坛》,2016年第9期。

(责任编辑:任天成)