

Z世代网络话语圈层的生成、特征与引导

■ 卢 刚 李婷婷

中国矿业大学(北京)马克思主义学院,北京 100083

【摘要】2021年“EDG夺冠”事件的发酵表明,二次元文化已经在Z世代群体中形成了很强的社会动员能力,同时二次元网络话语表现出明显的圈层壁垒特征。二次元文化从语义内容、情感价值和平台逻辑三个方面,持续加固Z世代与主流意识形态之间的话语区隔。在话语区隔形成的同时,二次元文化却持续“破圈”对外进行线下动员和文化输出,弱化了社会共识整合,加剧了青年交往格局和语言运用的庸俗化。因此,我们要加强对二次元文化群体集体行动的对策研究,完善二次元空间的法律法规体系,强化主流意识形态话语在二次元空间的“解梗能力”“借梗能力”和“造梗能力”,多措并举破解话语壁垒,引领二次元文化有序健康发展,为青少年营造风清气正的网络空间。

【关键词】Z世代 二次元文化 网络圈层 话语壁垒

DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2023.04.002

2021年11月7日凌晨,在冰岛举行的年度英雄联盟全球总决赛(League Of Legends World Championship)上,中国战队EDG电子竞技俱乐部(Edward Gaming)在1:2比分落后的情况下连扳两局,最终以3:2的比分,力克英雄联盟领域的绝对霸主、卫冕冠军韩国DK战队,赢得EDG队史上的首个全球总决赛冠军。尽管这已经不是中国战队第一次获得全球冠军,尽管“央视新闻”等主流媒体第一时间发布消息,但是“EDG夺冠”的热度还是以超出官方预料的方式,迅速引发了现象级的媒体热潮和山呼海啸般的群体狂欢。据统计,“EDG夺冠”霸屏微博热搜,相关上榜热搜达到80个,微博话题9小时阅读量突破30亿,以大学生为主体的国内英雄联盟玩家以倒立洗头、异装游行等方式进行狂欢庆祝,导致校园夜间秩序一度混乱,少数学生行为滑向失控甚至违法违规的边缘。

“EDG夺冠”扰动校园秩序,其间既有大学生乐见逆风翻盘的青春热情,也掺杂着大学生看到中国战队能在国际舞台崭露头角的爱国主义情绪,但引发学者关注的焦点问题是,事件中陌生的学生话语体系和热搜上满屏数字字母的奇怪组合,对于这些青年中流行的亚文化,很难理解其涵义。换句话说,大学生在网络空间汹涌的情绪宣泄以及引发的线下聚集狂欢,是以一种外界完全陌生的话语体系进行的。如果不能弄清事件来由,那就无法保证在类似事件再次来

收稿日期:2023-05-12

作者简介:卢刚,中国矿业大学(北京)马克思主义学院党委书记,副教授,博士生导师,中国历史唯物主义学会理事,主要研究马克思主义大众化;

李婷婷,中国矿业大学(北京)马克思主义学院中国近现代史基本问题2022级硕士研究生,主要研究中国共产党意识形态话语体系建设。

基金项目:本文系国家自然科学基金重大项目“新时代马克思主义意识形态话语权建设研究”(课题编号:22&ZD007)的阶段研究成果。

临时做好充分的预案。“EDG 夺冠”网络事件在很多方面都对高校学生管理工作敲响了警钟,但尤其值得深入研究的是,这一代青年大学生的话语体系圈层是如何构建并持续强化,以致形成了隔绝主流话语体系的坚固壁垒的?

一、Z世代与二次元空间

国内当前的在校大学生,2023年秋季新生出生于2005年前后,2023届博士研究生出生于1995年前后,1995年至2005年间出生的青年一代,正好契合了社会学描述人口的一个概念——Z世代。Z世代(Generation Z)是指出生于1995年至2009年间的人口,其国内规模根据第七次全国人口普查结果约为2.62亿人^[1],而2022年全国教育事业统计公报显示,全国高等教育在学规模为4655万人^[2],换句话说,当前在校大学生占到国内Z世代的18%,在人口数量和显著特征方面都是Z世代的典型人群。

(一)Z世代的数字化生存

纵观国内Z世代的成长经历,始终与中国互联网的飞速发展同频共振。1994年,中国正式接入国际互联网,从此互联网开始深度重塑中国的社会生态,在现实生活之外开启了一个独具特色的“网络空间”。此后,互联网社交应用场景得到广泛开发,如果说Z世代对门户网站、BBS论坛还略显陌生的话,那对小学阶段异军突起的QQ肯定记忆犹新,随后中学和大学阶段移动互联网上的微博、微信、短视频等网络媒体,已经成为Z世代进行社会化交往的重要媒介。对于Z世代来说,与“80后”在成长过程中逐渐“迁入”互联网不同,他们的成长是深度“嵌入”互联网的,他们的学习、生活、社交等社会化进程高度依赖虚拟的互联网,他们是典型的数字化生存的第一代人。

国务院2022年4月发布的《新时代的中国青年》白皮书指出,到2020年底,中国6岁至18岁未成年人网民达1.8亿,未成年人互联网普及率达94.9%,互联网已经成为当代青少年不可或缺的生活方式、成长空间、“第六感官”^[3]。在国内学界关于“80后”人群的各类研究中,“互联网”只是一个研究视角或者重要变量,但是对于Z世代人群的研究来说,离开了“互联网”几乎不能对Z世代做出任何描述。正因为如此,Z世代还有许多别称,诸如“M世代”(Multitasking Generation,意指多重任务的世代)、“C世代”(Connected Generation,意指联结的世代)、“网络世代”(Net Generation)以及“因特网世代”(the Internet Generation),无一不与互联网有着密切联系。

(二)Z世代集聚二次元空间

互联网深刻塑造了青年,青年也深刻影响着互联网。虚拟的互联网世界为Z世代的社会化进程提供了多样的媒介,而Z世代的想象力则对互联网的应用场景提出了更高的要求。Z世代不满足于容纳人数有限的现实互动游戏,于是网络游戏大行其道;不满足于传统的文字叙事,于是有着强烈视听体验的动漫成为他们获取新知和寄托情感的重要载体;不满足于互联网对现实生活镜像般的简单反射,于是再造一个瑰丽的“平行宇宙”成为他们社会化进程中的刚性需求。以动画(Animation)、漫画(Comics)、游戏(Game)(以下简称“ACG”)为主要样式的二次元文化逐渐成为Z世代在网络空间的主流文化样态,二次元叙事成为Z世代的主要话语体系,二次元空间成为Z世代最重要的网络聚集地,而二次元产业在经历了萌芽和成熟过程之后,近年来开始进入市场爆发期。

艾媒咨询《2021年中国二次元产业研究报告》显示,泛二次元用户规模在2020年突破4亿,有望3年后突破5亿^[4],完全覆盖Z世代人群。哔哩哔哩弹幕网站(以下简称“B站”)是国内二次元空间的头部网站,自从2009年创建以来,凭借鲜明的二次元文化风格和PUGC生产模式(

Professional User Generated Content, 专业用户生产内容), 发展成为涵盖 7000 多个兴趣圈层的优质文化生态系统, 曾获得 QuestMobile 研究院评选的“Z 世代偏爱 APP”和“Z 世代偏爱泛娱乐 APP”两项榜单第一名, 并入选“Brandz”报告 2019 最具价值中国品牌 100 强。根据 B 站 2023 年第一季度财报数据, 第一季度 B 站日均活跃用户达 9370 万, 同比增长 18%, 月均活跃用户数达到 3.15 亿^[5]。有着如此巨大规模活跃用户的 B 站, 无疑是观察和分析 Z 世代人群特征的最重要窗口。

Z 世代人群丰沛的二次元文化还会外溢到其他网络社交平台, 这集中体现在 Z 世代微信头像和昵称的选择上。笔者在高校教学过程中发现, 大学生的微信大多选择有着浓厚二次元风格的卡通动漫类头像和个人昵称, 以便功能性地表达自身的个性特征和社交习惯, 这与大多选择风景、人物自拍为头像和以“上善若水”“随遇而安”等为昵称的中老年群体, 形成了极为鲜明的对比。

二、ACG: 二次元空间青年网络话语的生成场域

二次元空间中的 Z 世代之所以形成稳固的文化圈层, 乃至逐渐对外构筑起坚固的话语壁垒, 可以从纵向和横向两个维度加以分析。纵向而言, 互联网的产生和广泛运用, 给人类社会生活带来持久性的变化, 最主要还不是新的商业模式和算法, 而是在互联网原住民与互联网移民之间创造了一条几乎难以逾越的代际鸿沟。横向而言, 中文语境中的 ACG 系列作品, 源起于日本文化创作传统, 不管是话语内容还是表达方式都有着浓重的日本文化色彩, 这使得 Z 世代在文化表征上与主流文化区隔开来, 并体现出自觉的亚文化意识。纵向和横向两个维度的叠加, 让日本大量的 ACG 作品可以同步导入国内的二次元空间, 不断滋养二次元文化群体的野蛮成长。本节试图从语义内容、情感价值和平台逻辑三个方面, 分析二次元空间青年话语体系圈层化甚至壁垒化的生成过程。

(一) 语义内容

对于任何文化圈层来说, 语义内容都是圈层话语体系的核心要素, “语义内容的共享是维系圈层的有效黏合剂, 也是圈内交互流动的内容基础”^[6]。二次元话语体系经过三个层次的持续建构, 最终形成了坚硬的语义外壳。

首先是基本术语层面。大量的 ACG 作品不断推出数量惊人的角色、器物、场景、情节、特定简称等语料, 而且各自都有明确的术语加以标记。同时, ACG 作品在跨语言、跨文化的传播实践中, 又产生出花样繁多的译名、简写, 以及汉字与外文的各种奇异组合。了解这些基本术语, 是了解二次元文化圈层的最低门槛。但是, 往往就是这个最低门槛将圈外人士牢固地隔离在圈外。2022 年 6 月, 新东方带货主播董宇辉在“东方甄选”直播间介绍《李白传》的时候, 突然飘来一条弹幕“李白是不是刺客”, 这让董宇辉迷惑不解。在听到工作人员的解释, 李白在手机游戏“王者荣耀”的刺客角色后, 他无奈地说了句“很难过, 也许这就是代沟吧”。又如在本文开头提到的“EDG 夺冠”事件中, 也正是“S11”“JieJie”“娜美”这些最基本的术语, 是外界根本无法突破的“次元壁”。

其次是高度语境化的语义延伸。二次元文化群体在对 ACG 作品的讨论交流过程中, 会对不同作品的相似情节、角色进行叠加, 甚至将自身现实生活经验代入讨论, 从而建构起只有圈内人才能心领神会的观看共识, 大大拓展了基本术语的涵义, 以致形成离开语境完全不能理解的“圈话”或“隐语”。在美国跨文化传播研究学者萨姆瓦看来, 隐语不仅是一种特定的语言形式, 更反映了一种生活方式, 是语言与行为的结合^[7]。正如离开了 20 世纪 90 年代的大陆文化语

境,人们不可能知道“宫廷玉液酒”的下一句是什么一样,如果没看过《机动战士高达》,就不可能理解“人形高达”所指向的涵义;如果没有长期对英雄联盟LPL解说的关注,自然不能理解“米勒单防管泽元”为什么在“EDG夺冠”事件中冲上热搜。尽管现在可以通过网络检索很便捷地知道相关“隐语”的涵义,但是要做到贴合语境的应用,必须要有相当一段时间的浸润才有可能。有学者敏锐地指出,网络空间的隐语“作为得以保存、展示和传递的口语,本身从对话情境中产生,其使用也是高度语境化的,这带来了理解与交流的区隔,构成了ACG亚文化的语言边界。”^[8]

最后是深入的ACG文本考证。二次元话语体系在经过术语和隐语的层层设防后,凭借骨灰级玩家深入的文本考证和钩沉索隐,保证了自身的稳定性和连贯性。如果说能够掌握基本术语和熟练运用隐语的二次元用户是高手的话,那么能够进行文本考证的用户则是二次元空间常说的“B站大神”。“大神”们长期持续地混迹于二次元空间,在熟稔各种圈层文化语境的基础上,往往精通某一类作品,并能够依靠自身强大的文本解读能力,将作者都未在意的虚构细节进行二次创作和再生产,有的甚至能创作出令学者惊叹的考证作品。比如,对于日本著名动漫导演宫崎骏的经典代表作《千与千寻》,经过各路“B站大神”持续性的解读和索隐,仅关于《千与千寻的神隐》(影片的日文名称全译)标题的解读就有五六种之多^[9],以致形成了蔚为壮观的“千学”。深入的文本解读和考证索隐,既是二次元文化群体内聚力的证明,同时也支撑了ACG文化的连贯性,使之不同于忽聚忽散的粉丝文化,从而构筑起稳定的区隔和壁垒。

(二)情感价值

就本质而言,二次元文化圈层是一个因“趣缘”发生连接进而形成话题共议、经验共享的网络圈层,话语体系构筑起圈层的外壳,相似的价值观念和情感体验则为其提供核心动力。在日本动漫文化中,ACG文化消费群体通常被指称为“御宅族”。日文中的“御宅”(おたく),指的是“贵府”“府上”或“您”的意思,自从在1982年的日本原创TV动画《超时空要塞》中被使用之后,“御宅族”就成为动漫爱好者群体的代称,其在广义上也可以指称“对某种亚文化拥有高度热情和深度知识掌握的人群”。但在中文语境的流变中,“御宅族”中“宅”的意象被放大,凸显这个群体“足不出户”的行为特征,国内动漫爱好者群体也常以“死宅”来自称和互称,以戏谑般的方式显示自身与主流社会的区隔。

二次元文化群体通常在两个方向上加固自身圈层的价值壁垒。其一是对外展示小众的价值观。“小众”也是“大众”的一个部分,因此“小众的价值观”并不是指二次元群体与主流价值观的对抗,而是指与主流价值观有别的一种异样和疏离。一方面,面对现实生活的巨大压力,二次元文化群体“宅”进ACG作品,在二次元空间表达他们对看起来不太友好的社会公共生活的质疑和嘲讽。这与日本动漫文化中的左翼传统有着极深的渊源。20世纪70年代后,日本左翼运动逐渐归于失败,像安彦良和、押井守等在运动中失意的年轻人,随时代大潮进入时值上升期的日本动漫行业,在幻想的世界里让稚嫩的少年登上机器战甲,以无敌的姿态继续战天斗地,表达他们对日本现实社会的反抗。另一方面,二次元文化群体怀揣朴素的爱国主义情感,在某些社会时政热点事件中,自觉担当起想象中“卫国护民”的责任,成为冲锋在网络阵地最前沿的战士^[10]。比如2015年国漫《大圣归来》在该群体中引发的“自来水”(自发而来的“水军”)现象,又比如近年来“帝吧出征”等令人瞩目的青年网络集体行动,令这个群体被贴上“小粉红”的标签。有些学者认为,以“EDG夺冠”事件而论,国内游戏粉丝的集体狂欢,与对手是韩国战队也有密切的关系^[11]。

其二是对内凝聚小众的情感认同。“治愈”是二次元文化的核心关键词。二次元文化群体通过隐秘的话语体系和文化实践,获得圈内人心领神会而圈外人很难理解的情感共识,用以排遣现实生活的苦闷和孤独,从而获得情感上的“治愈”。在这个过程中,“ACG如同高档玩具成

为青少年在社会化过程中的‘过渡性客体’,并建构了一个极富想象力的、无限自由的虚幻世界,满足了青少年的社会差别需要”^[12]。在“圈外人”看来,二次元群体的情感寄托,经常以怪异的方式投射到虚幻的动漫和游戏角色中。20世纪70年代,拳击类连载漫画《明日之丈》曾在日本引起轰动,男主角矢吹丈不惜一切代价贯彻信念,将自己完全燃烧的形象,让很多日本左翼青年看到了自己的影子。1970年,日本“赤军”策划“淀号”劫机事件时,就声称“我们是明日之丈”,可以说是将自己完全带入剧情中了。

(三)平台逻辑

在二次元文化圈层壁垒形成的过程中,深耕二次元文化的互联网文化企业在ACG资源调运、话语体系引导、消费方式塑造等方面,都起到独一无二的作用。大量资本瞄准二次元文化巨大的商业潜力,在二次元空间广泛布局,已经推动国内二次元产业逼近千亿级大关。

作为国内二次元文化产业的头部平台,B站拥有整套适配PUGC内容生产模式的创作激励机制,用点赞、转发、评论等数量指标区分用户等级、分配网络社会地位,在培育众多大神级别的“Up主”(内容上传者)的同时,形成了忠诚度很高的庞大用户群体,保证优质视频内容能够得以持续供应。B站设置会员注册门槛,在网站运营早期,用户只有正确回答40道关于弹幕文化和60道关于ACG文化的题目,才有资格注册会员,以此形成以ACG文化为文化资本的身份分层。自2015年之后,B站将题目删减到50道,考核内容也从相对专业的ACG内容转向“泛二次元文化”内容,但即便如此仍然将Z世代之外的群体区隔开来。

在市场驱动下,平台企业会借助媒体宣传和线下活动推动二次元文化破圈营利,比如B站举办《bilibili最美的夜》跨年晚会、虚拟歌姬洛天依演唱会等,在一定程度上推动了圈层内外的交流。但是,这种交流与其说打破“次元壁”,不如说在社会公共空间展示了“次元壁”。《bilibili最美的夜》跨年晚会瞄准的受众群体,仍然是二次元文化群体,有些节目更是指向深度ACG爱好群体。Z世代之外的大部分社会群体,除了看到二次元青年的疯狂和喧嚣之外,只能看到“次元壁”的牢不可破。

三、Z世代网络话语圈层的特征

圈层并不可怕,因为只要有不同的连接关系,比如血缘、地缘、业缘,就一定会形成不同的圈层,现在的网络圈层反映的只不过是以“趣缘”为纽带的“互联网连接的新兴范式”。甚至说,圈层进一步形成话语壁垒,也并不可怕,因为有时候相对的封闭的话语体系可以最大程度降低圈层内的交流成本,比如自然科学领域内的专业术语、简写、符号和公式等。需要警惕的是,这个网络圈层本身有着极广的圈外产业布局和超强的社会动员能力,又已经形成了坚固的话语壁垒,而且壁垒内的又是一种名副其实、持续单向外输的亚文化。

(一)“圈地自萌”弱化社会共识整合

关于“圈层”的研究由来已久,不管是德国经济学家冯·杜能的圈层概念,还是费孝通先生的“差序格局”理论,以及当代学者的深入研究,都揭示出圈层“多层次连接”的特点,即“圈层”会像细胞一样不断继续分裂成更多小圈层。“圈层分裂”一方面是社会生活多样化的证明,同时也给整合社会共识提出了挑战,而二次元文化内部的“圈层分裂”尤其令人担忧。

从目前国内二次元文化发展趋向看,能够承载主流价值观和厚重思想的ACG作品创作势头较弱,近年来鲜见像日本的《千与千寻》《火鸟》等经典作品,反而“暗黑文化”“鬼畜文化”“低幼文化”大行其道。以“低幼文化”为例,越来越多的Z世代面对社会压力,“宅”进二次元空间,从小巧可爱、萌态十足的“萌宠”中获得治愈,因而也衍生出具有明显“动物化”特

征的网络话语。但是,越是从中获得更多“治愈”,就越沉陷于“宅”的状态,反过来“宅”的状态产生的苦闷和孤独,越需要萌宠来“治愈”,从而形成一个怪圈,让圈层内的青年人丧失了对现实社会生活的感知和理解能力。探讨日本流行的“可爱文化”的学者指出:“‘可爱文化’背后的社会问题就是日本人整体性的自我封闭,不想长大,以及由此造成的内聚力的涣散、学习力的下降和责任意识的缺失。正是这种弥天彻地的‘可爱’风潮,造成了今天日本社会的向下沉沦。”^[13]

随着大数据技术的发展,平台媒体在“算法”加持下,基于用户个人偏好精准推送的信息则更为单一化,从而使得用户被大量同质化的信息所包围,“信息茧房”“过滤泡”等现象随之产生,这使得二次元文化圈层壁垒更加坚固,部分二次元用户的价值观更加倾向于偏激和固化,政治、社会和文化层面的社群区隔与意识形态分化可能会愈发严重。

(二)“二次元破圈”展示强大社会动员能力

表面看起来“二次元文化”是一个话语体系相对封闭的文化圈层,但是与其他亚文化不同,二次元文化从来没有停止过对外的产业布局和文化输出,并在这个过程中展示出强大的社会动员能力。

多年来,B站进行了大量的破圈尝试。2013年,B站进行改版,增设新的影视分区,并举办第一届大型线下活动BML(Bilibili Macro Link),同时提供漫画周边服务。除了漫展、同人展等票务服务外,B站还涉足了音乐会、话剧等相关亚文化圈的业务。2016年,B站开始以IP输出的方式,同实体店开展合作。2019年,B站甫一推出《bilibili最美的夜》跨年晚会,即引起巨大的反响,在线观看人数“吊打”各大地方卫视推出的同类晚会,被誉为“最懂年轻人的跨年晚会”。2022年12月31日,B站迎来第四个“最美的夜”跨年晚会,当晚,B站跨年晚会直播人气峰值达到3.3亿,远超首年晚会的8000万,创造出新记录。在“二次元破圈”的同时,官方也在与B站积极开展合作,逆向输出试图引领二次元文化。2020年5月3日,B站推出“献给新一代青年的宣传片”《后浪》,并登陆《新闻联播》前的黄金时段。尽管《后浪》凭借过硬的文案、深沉的表演、精良的制作一时间刷屏青年人的社交网络,引起巨大反响,但是也遭遇了不少诸如“爹味十足”的批评和质疑,可见主流价值观反向输出的困难。

如果深入了解前文提到的英雄联盟游戏,会发现这个由美国“拳头游戏”推出的游戏品牌,已经凭借短片、音乐以及全球赛事等一系列衍生文化产品,形成了独特的电子竞技文化。根据英雄联盟2019年发布的数据,该游戏每日有超800万玩家在线。而本文提到的“EDG夺冠”事件的前夜,即2021年11月6日,仅在B站平台,S11总决赛的直播便吸引了3.5亿人。话语体系如此隐秘而动员能力如此强大的二次元文化,其存在本身就值得引起高度重视。

(三)“话语倒灌”加剧交往格局和语言运用的庸俗化

二次元文化的屡屡“破圈”,必然带来二次元话语向网络公共空间乃至日常生活的“话语倒灌”,从圈层传播转向共同体传播。不可否认,有些二次元话语因为呼应了社会热点、契合了青年心态,而得到广泛流行和运用,丰富了日常话语体系。比如,萌、控、腹黑,以及应用更加广泛的违和感、存在感、既视感等,都是来源于二次元文化中的日语借词。但是,同时有大量动漫和游戏用语,只是因为低浅的趣味性,迅速占领网络话语空间,侵蚀青年的语言表达能力。比如,“YYDS”“666”可以用来表达一切对事物的赞美、“蟹蟹”取代“谢谢”、“神马”取代“什么”、“大吃一鲸”取代“大吃一惊”等,这些遣词造句没有带来任何词义的扩展,却严重妨碍了青年对优美中文的学习和运用。尤其值得警惕的是,这种网络用语大量的随意使用,会在网络空间营造庸俗化的话语氛围,一旦将主流意识形态话语纳入进来,就会消解主流意识形态话语的严肃性及其背后的引领和约束功能。

四、Z世代网络话语圈层的规范与引导

Z世代正处于人生的“拔节孕穗期”，他们在二次元空间厚厚的话语外壳下，通过ACG作品和“二次创作”，表达自己对中国社会现实的想象和思考，难免会出现一些“失控行为、畸形怪相和挑战社会伦理道德及法律规范的情况”^[14]。因此，有效引导二次元文化的有序发展和Z世代的健康成长，就要在尊重网络亚文化特点和规律的基础上，加强对二次元文化群体集体行动的对策研究、提升二次元文化群体的媒介素养和法律素养，以及强化主流意识形态在二次元空间的引领能力。

（一）加强对二次元文化群体集体行动的对策研究

2021年的“EDG夺冠”事件给网络空间治理敲响了警钟。近两年来，国内学术界还没有对该事件背后隐藏的问题和风险给予充分的重视，高校的宣传、学工和保卫部门对此也没有针对类似事件的成熟预案。要从完善高校治理体系和治理能力现代化的高度，密切关注二次元文化的“破圈”现象，加强对高校二次元文化群体集体行动的对策研究。

在平台方面，要密切关注二次元产业中的“头部”企业及其组织的线下活动，尤其把握跨国跨境举办的二次元文化赛事，比如英雄联盟全球总决赛。2022年之所以国内绝少关于英雄联盟决赛的信息，是因为中国战队没有闯入2022年的全球总决赛。而2023年全球决赛的入围赛即将于10月份在韩国拉开帷幕，值得高度关注。在校内治理方面，要关注校园内活跃的二次元文化社团，将其作为观测校园二次元文化涨落的风向标，发挥其正向引导作用。在风险处置方面，要通过宣传部门的舆情处置规程，实现宣传、学工和保卫部门的联动，在重大赛事之前做好风险防范的准备工作。

（二）完善二次元空间的法律法规体系

互联网不是法外之地，从“EDG夺冠”事件和近期四川大学研究生违法“偷拍”事件可以看出完善网络空间法律法规体系和提升大学生媒介素养、法律素养的迫切性。习近平总书记指出：“要本着对社会负责、对人民负责的态度，依法加强网络空间治理，加强网络内容建设，做强网上正面宣传”，“为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络空间。”^[15]

其一，完善网络空间法律法规体系，完善互联网信息内容管理、关键信息基础设施保护等法律法规，依法治理网络空间。2023年7月10日，中央网信办发布《关于加强“自媒体”管理的通知》，用13条有力措施对“自媒体”做好自我约束与管理提出了明确要求，为健全“自媒体”常态化管理制度机制，尤其是为加强高校校园师生自媒体管理提供了坚实依据。

其二，加强普法教育，提升大学生的媒介素养和网络素养。要发挥学校的引导教育功能，通过思想政治理论课和校园普法宣传，引导大学生树立权利边界意识，让学生明白网络表达和线下行动都有法律边界，绝对不能逾越法律红线，更不能破坏正常的社会秩序。

其三，借助对重点平台和圈层的治理，发挥网络文化管理的监督、引导、规范、惩戒职能。总结“饭圈”专项整治的有效经验，加强对二次元空间违规平台和圈层的治理整治，为庸俗低俗的二次元网络话语建立约束机制，净化网络话语环境，为青少年营造风清气正的网络空间。

（三）强化主流意识形态话语在二次元空间的引领能力

习近平总书记指出，党的青年工作“要从政治上着眼、从思想上入手、从青年特点出发”，“做青年朋友的知心人”^[16]。要在研究和把握Z世代网络二次元话语体系的基础上，分析青年特点，做到“知心”，强化主流意识形态在二次元空间的引领能力。

在“破”的方面，增强主流意识形态的“解梗能力”。二次元文化通常表现为“流行语”“网络

梗”。对于那些非理性和错误的“网络梗”，主流意识形态要主动出击，以正能量灌注其中，消解“网络梗”的负面含义，甚至达到“扭负为正”的效果。2023年6月，长安马自达公司举办第五届粉丝盛典，邀请影视明星梁家辉出席活动，通过“解梗还须系梗人”的方式，成功化解长期以来梁家辉电影《黑金》台词衍生出“马自达塞车梗”，堪称一次完美的“解梗”示范案例。面对二次元空间“萌腐宅”的一些负面话语，主流意识形态有必要借鉴相关“解梗”案例，争夺并引导话语解释权。

在“立”的方面，增强主流意识形态的“借梗能力”和“造梗能力”。近来，官方主流媒体平台借助“热梗”，旧瓶装新酒，实现主流意识形态话语的“破圈”，频频打造现象级的传播现象。比如，共青团中央改编网络歌曲《错位时空》致敬百年征程、抖音账号“人民日报”改编《向云端》、“央视军事”改编《给他一电炮》、“中国军号”改编《恐龙扛狼》等，都是将中国综合国力发展的正能量信息注入一些流行的网络歌曲中，获得了巨大网络流量和网友点赞转发，及时有效地净化了网络话语环境。

此外，主流意识形态建设还需要通过推出导向正确、思想厚重、制作精良的ACG系列作品，主动“造梗”以引领二次元文化走向。前些年，网络动画《那年那兔那些事儿》在青少年爱国主义教育方面取得了现象级的巨大成功，“兔子”这一形象，成为爱国青少年群体在“二次元空间”互相辨识的文化符号。要持续增强主流意识形态在青少年群体中的话语权和穿透力，当下中国还需要大量像日本经典动漫《千与千寻》等思想性更加厚重的文艺作品，从中生发出众多经典性的人物、事件、意象，使之成为承载中国故事的重要文化符号，不断丰富和建构中国特色话语体系。

综上所述，Z世代的数字化生存是一个既成事实，“二次元文化”已经成为他们进行社会化的重要文化媒介。Z世代在二次元空间的交往互动实践，尽管产生了一些失范和偏差，但是要从青年成长规律的角度准确理解和积极引导，其间既折射了当前中国社会发展的矛盾和问题，也反映了Z世代群体对二次元文化圈层话语健康互动的现实诉求。同时要看到，主流意识形态与Z世代，并不是简单的引导和被引导的关系，随着Z世代社会化的完成，特别是大量Z世代人群进入主流意识形态建设队伍，必然会给主流意识形态在二次元空间的引领工作打开新局面，近年来各类平台媒体上官方账号展示出的“借梗能力”和“造梗能力”就是一个明显的例证。

[参 考 文 献]

- [1] 沈 杰：《Z世代：时代与社会多重规定性的建构》，载《中国青年研究》，2022年第8期。
- [2] 《全国共有各级各类学校51.85万所》，载《中国教育报》，2023年7月6日。
- [3] 国务院新闻办公室：《〈新时代的中国青年〉白皮书》，www.scio.gov.cn
- [4] 澎湃新闻：《2021年中国二次元产业研究报告》，https://m.thepaper.cn/baijiahao_16405246
- [5] 封面新闻：《B站2023年Q1财报：总营收50.7亿人民币 净亏损同比大幅收窄72%》，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1767545046825042610&wfr=spider&for=pc>
- [6][14] 张改凤：《青年网络圈层话语共享：特征、规律、引导》，载《中国特色社会主义研究》，2022年第4期。
- [7] 萨姆瓦 等：《跨文化传通》，陈南 龚光明译，上海：生活·读书·新知三联书店1988年版，第192-198页。
- [8] 李 明 周梦青：《虚拟社区中ACG爱好群体的区隔建构》，载《新闻大学》，2018年第3期。
- [9] 卢 刚：《隐喻与批判：〈千与千寻〉的意识形态话语表达》，载《求索》，2023年第2期。
- [10] 刘 能：《网络话语权与青年社会地位的获得》，载《青年探索》，2023年第3期。
- [11] 陈 琦 王立波：《狂欢、失控与规整：互动仪式视角下的EDG夺冠后的极端flag现象》，载《现代传播》，2022年11期。
- [12] 陈文敏：《当下国内ACG文化进路解析》，载《吉首大学学报(社会科学版)》，2012年第2期。
- [13] 燕道成 谈阔霖：《青年网络话语“动物化”的传播逻辑及其规制》，《当代青年研究》，2020年第1期。
- [15] 《习近平谈治国理政》(第二卷)，北京：外文出版社2017年版，第337页。
- [16] 习近平：《在庆祝中国共产主义青年团成立100周年大会上的讲话》，载《人民日报》，2022年5月11日。

(责任编辑：张 丹)