

文化资本:青年话语权获取的路径分析

■ 马中红

(苏州大学 凤凰传媒学院,江苏 苏州 215123)

【摘要】 互联网络中多元化的青年亚文化实践在于试图以区隔的方式建构稀缺性、个性化的文化类型,这是青年亚文化群体累积文化资本的路径之一。除此之外,将亚文化实践过程具体化、客观化、体制化也是积聚文化资本的常见方式,当然,各类媒介力量也介入其中,共同为青年亚文化的参与者获取了属于青年自身的、并且无法被他人剥夺的文化资本,进而将文化资本转换成经济资本,帮助青年群体参与到社会权力的争夺和再分配中。

【关键词】 文化资本 青年话语权 青年亚文化

活跃在新媒介领域的青年亚文化有一个值得深思的文化表征是:多样化文化实践与权力的关系。诚如许多研究者所认为的那样,青年群体由于年龄、经济收入、社会地位等诸多因素的影响,通常处于现有社会结构的边缘,在社会的组织结构和话语结构中缺少基本的权力,包括表达自身的权力、参与社会变革的权力以及文化权力等,尤其是那些身处社会底层的青少年,更是被剥夺了最基本的话语权,成为贝克尔所谓的这个社会的“局外人”。不过,这样的局面,在新媒介普遍使用、青年人掌握“技术权”的当下需要重新审视和考察。

为此,在展开的一系列有关网络青年亚文化的研究中,我们特别关注了以下问题:在与三次元现实世界不同的二次元或二点五次元的网络、移动网络以及虚拟与现实连接的世界中,青少年为何如此舍得投入时间、精力、金钱,浸润其间,甚至不能自拔?除了学者们将青少年亚文化视为“仪式抵抗”、“娱乐至死”、“身份认同”等意义的阐释外,是否与青年人为累积自身的文化资本有关?或者说文化资本在多大程度上能解释网络青年亚文化的表征与意义?青少年群体创造专属于自己的文化资本的路径又是怎样的?“文化资本”在青年亚文化实践中是孤立存在的价值,还是可以与其他各类资本构成对接、互构、相嵌或融合?其生产和传播的机理又是怎样的?本文将围绕着这些问题展开讨论。

一、青少年积累文化资本的最初路径

在我们的研究假设中,互联网络多元化的青年亚文化实践除了自娱自乐,在狂欢中“弑

收稿日期:2016-02-13

作者简介:马中红,苏州大学凤凰传媒学院教授,博士生导师,苏州大学新媒介与青年文化研究中心主任,主要研究新媒介青年文化、品牌传播。

基金项目:本文系国家财政专项资金课题——中国青少年研究中心“共青团在构建健康网络环境中作用研究”(课题编号:ZD201502)的阶段性研究成果。

父”，在痛快中释放自由个性，更在于试图累积属于青年人自己的、无法被他人剥夺的文化资本。

“文化资本”，是布尔迪厄(Pierre Bourdieu)社会再生产理论中的核心概念。布尔迪厄认为，虽然表面上来看，不同阶级的人获取文化资本的累积路径是公开的、公平的，但本质上却恰恰相反，对文化资本占有的前提条件是对于某些特定技巧和能力的熟练掌握，“它只为有办法占有它的人，或者说破译它的人而存在，而且必要的知识和能力的获得途径，也是系统性分配不公的。”在《继承人：大学生与文化》《区分：判断力的社会批判》中，布尔迪厄以大量的调查数据和实证材料论证出身于不同阶级的孩子在教育和学术上所能获得的特殊利益与他们所在阶级之间的经济状态有着明显的对应关系，换句话说，就是通向文化资本累积的道路是被其所属的阶级位置所决定的，这相当于“毛时代”所谓的“血统论”以及当下的“阶层固化”。因为，在布尔迪厄看来，一个工人家庭出身的孩子，无论他是否有机会上大学，都不能改变他的阶级基因中的文化无力感，“因为学习是一个不可逆的过程，在家庭获得的习性形成了对于教室信息的接收和消化的基础，而在学校环境中获得的习性，则决定了对于文化工业所生产和散播的信息的接收水平和消化程度。”这使得处于社会结构上端的社会群体仿佛天生就具备了文化能力，并且通过种种社会制度、社会设施、社会话语和文化符号合法化自己的文化权力，从而排斥、抑制中下端社会群体的文化权力路径。但是，布尔迪厄也指出，这一特定的社会权力结构并不是超稳定的，要想在争夺文化主导性的竞争中立于不败之地，必须时刻付出数额不菲的经济和文化投资，以保证主导阶级的阶级结构再生产能够进行，确保他们对符号生产的掌控。而处于非主导阶级位置的群体，显然无法从被压制中获得利益。如此，非主导阶级所能做的只有两个方面，一是进入主导文化的领域，认同主导文化意识形态的“惯习”，愿俯首称臣；二是将自己的文化标榜为稀缺性的、差异性的文化，因这种独特性而形成与主导阶级的文化区隔。

布尔迪厄的这一理论被广泛应用于许多领域，包括青年亚文化研究。青年亚文化的研究者萨拉·桑顿在讨论英国青年音乐趣味文化时借鉴布尔迪厄的思想，提出“亚文化资本”^[1]的概念，用以探讨在青年亚文化集聚地诸如俱乐部中如何建构青少年群体类似“酷样(hipness)”的独特风格，从而形成区隔，并赋予青少年群体文化权力的意义。“亚文化意识形态是一种手段，年轻人通过这种手段想象他们自己和其他的社会群体，坚持他们的独特个性，确保他们不是芸芸众生里的无名之辈。”

互联网时代成长起来的新一代，与此前所有青年亚文化的不同之处是，他们因网络技术赋权而获得了前所未有的文化符号生产的可能性。在青年人主宰的网络空间中，他们娴熟地玩起各种技巧，设置种种技术壁垒——设置注册门槛、定制认同符号、共享情绪感觉——形成了一个又一个“文化圈子”，呈现出“新部落化”的存在样态。这些“圈子”不仅标志着特定文化类型与主导文化的差异性和隔绝，也构成了不同青年亚文化类型之间的区隔和界限。

青年亚文化的这类文化实践刻意形成的区隔，不仅是空间上和知识上的，更内在为语言符号层面上。譬如90后创造的火星文，有非常复杂的语言结构，融入了古今中外的图形文字元素，圈内人都能懂，没有沟通障碍，圈外人却无从索解。他们这样做的目的就是有意识地通过语言来隔绝父辈，让父母们看不懂，如同一堵无形的高墙。在我们考察的耽美文化中，可以发现这个群体有自己专属的语汇系统，大量的词汇都是通过对既有语言的挪用和对词语意义的篡改、改编和转译而来。他们采用“拼贴”、“同构”的策略，生产了大量的语汇，如“攻”和“受”，并在此基础上，分别搭配不同的语素或词汇而扩展出庞大的系列语群，指称耽美文化中新出现的事物或概念，如“强气攻”、“傲娇攻”、“鬼畜受”、“天然受”、“弱攻强受”等。耽美群体的这套语汇，已经在网络上得到了充分发展，它不仅使耽美群体和其他亚文化群体区别开来，同时，也将这个群体中的个体紧密地凝聚在一起，更进一步，也实现了耽美文化与主导文化的区隔与对立，

积极地创造出一种有意义的亚文化。

二、青年亚文化资本累积的分层路径

布尔迪厄将资本清晰地分为三大类型,即文化资本、社会资本和经济资本。前两者又合称为象征资本,它们在一定条件下可以转换成经济资本。对大多数出身普通的青年群体而言,社会资本和经济资本与他们几乎“绝缘”,既无法从父辈或家族继承,也无法在求学期间或进入社会之初就轻易获取,因此,唯有在文化资本方面或许尚有一定的空间容许青年人施展才能。萨拉·桑顿敏锐地发现,20世纪70、80年代的青年俱乐部、锐舞空间、酒吧等休闲时光和场所都孕育了大量具有“自由品味”、逃离日常的、纵情享受的青年亚文化。泰可特·帕森(Talcott Parsons)认为“年轻人支持一个不同的声望象征的秩序”^[2],比方说,在成年人看来,学业或工作上的奖罚非常重要,但青年人可能并不这么认为,相比之下,他们会觉得休闲娱乐中对自尊、地位、公正、公平的幻想更重要。当下,青年人将大量的休闲时间用于参与新媒介空间中的文化实践活动,这的确是值得我们关注的互联网现象。

布尔迪厄认为,文化资本是指“一种标志行动者社会身份的,被视为正统的文化趣味、消费方式、文化能力和教育资历等的价值形式”^[3]。他还将文化资本进一步细分为具体的、客观的和制度的三种形式,以此赋予文化参与者不同类型、不同级别、不同质地和价值的文化资本。

所谓具体的形式,布尔迪厄自己阐述道:“文化资本具体的形式即以精神或肉体持久的性情的形式存在。”^[4]文化资本积累是在具体形式中进行的,依托于实质性的、实体化的、可见的方式,如我们所谓的文化实践、教育程度、修养行为等。换言之,具体形式的文化资本与参与者个体密切相关,无论是受教育的过程还是文化实践活动,其基本前提都是个人必须亲历其间,需要花费时间和精力去行动,从而获得区别于他人的独特的文化资本,是一个具体化和实体化的过程,该过程十分漫长,而且必须由行动者身体力行,就像健壮的体格和黝黑的皮肤不能通过他人的锻炼获得一样^[5]。结合COSPLAY青年亚文化实践活动,我们可以把获得具体形式的文化资本做如下理解:首先,青年个体投入亚文化实践活动时间的先后、长短对获取文化资本有重要影响。相对于刚刚进入某个亚文化部落和群体的新手来说,那些资深的COSPLAY玩家已经投入了大量的精力和时间,也熟谙COSPLAY需要的多项专业技术,扮演的角色可以列出长长的名单;二次元世界中的资深玩家都是“横跨漫画、动画和电玩游戏三界的鬼才,不论在ACG上,还是在网络媒介上,都投入了大量的精力和财力”^[6]。正如劳动可以转换成一种物质财富那样,时间同样也可以积累文化资本,可以使文化资本具体化^[7]。其次,长期的浸润,使他们对自已所涉足的亚文化领域和活动内容了如指掌、如数家珍,从而自然而然地成为特定亚文化活动的意见领袖,并由此积累起一种必须经由个人努力才能得以体现、无法由其他人代理执行、也无法不加任何修改就可以完整转移或赠送给他人的文化资本。一个COSPLAY玩家,在时间、精力、金钱上的持续投入,对COSPLAY的认知、理解、趣味、技能,等等,慢慢就累积起属于他个人的文化资本,这些资本不会因为这个COSER要退出COS圈了,或者他需要照顾某个新手,就可以作为礼品馈赠或作为商品出售。文化资本是一种真正意义上个人独享的财富,一旦拥有就无法转让他人,他人更无法掠夺。

具体形态的文化资本是弥散的、潜隐的、不为人特别关注的,因此它必须借助物质化的形态表现才能更确切地将自己呈现出来,这物化的形态就是布尔迪厄所说的“客观的形式”。譬如,一个玩家长达数年的网游经历如果不能以“经验值”和财富来体现,一个同人创作者如果多年之后级别依然停留在入门级,被圈内认同和传播的作品依然很少,一个COSER能拿得出来的

COSPLAY 作品名录寥若晨星,也即缺乏被亚文化群体所认同的“客观”形式,他那长时间的浸润和大量精力的投入是无法转换成文化资本的。因此,对亚文化的实践者来说,最大“客观的形式”的文化资本是他们经由时间和精力投入转换而来的“成果”,拥有属于自己的成果,就拥有了文化资本。另外,文化资本一旦被客观化,就成为可以度量、可以称重的物化的商品,可以进入流通渠道了。上文提及的属于个人私有财富的网游“经验值”、同人文本作品、COSPLAY 服装道具等,在成为个人文化资本标识的同时,也成为物化了的的文化商品,可以自由地买卖。比较有意思的是,文化资本的交易与一般商品交易的差别在于,购买者也需要或多或少地具备相应的文化资本。在 COSPLAY 亚文化实践活动中,拥有丰厚个人文化资本的 COSER,通常是 COSPLAY 社团或经营性公司意欲花钱引进的对象,但是如果该社团和经营性公司自身并不具备任何文化资本,那就很难获得 COSER 的青睐,这类似于明星球员的转会,只有双方的高度匹配才能使文化资本顺利地向经济资本转换。

与具体化的形式和客观化的形式息息相关的是体制化的形式。文化体制化的形式就是以权威的方式对文化产品加以鉴定和认可,使其被表征为一种学术的“资格证书”。布尔迪厄论及教育问题时指出,学术资格和文化能力的证书的作用是很大的,他给了拥有者一种文化的、约定俗成的、长期不变的、得到合法保障的价值。我们可以这样说,正是社会炼金术生产了这种文化资本,这种文化资本相对于其拥有者而言,甚至相对于该拥有者在一定时期内有效占有的文化资本而言,均具有一种相对的独立性^[8]。体制化的文化资本通常由权威机构赋予,它是对文化资历的认证,也是对文化资本合法性和永久性的承认,如同一个人经过高等教育之后,获取的学历证明和学位证书。对青年的亚文化实践而言,“体制化的形式”主要体现为亚文化部落内外的认可、各类具有影响力的比赛奖项、通过媒介发布的各种“排行榜”等,其中,媒介的参与尤为重要。

三、媒介与亚文化资本的凸显和增值

布尔迪厄在探讨文化资本时重点强调了阶级、家庭、学校、消费等在“惯习”^①形成中的作用,在谈到媒介影响时显然有点轻描淡写。萨拉·桑顿借用布尔迪厄的“文化资本”概念,创造性地提出了“亚文化资本”一词,并将媒介的考察放在首要位置,“如果不对年轻人媒介消费进行一些系统调查的话,将无法理解年轻人的亚文化的区隔”,很显然,亚文化的区隔有赖于媒介作用。那么,媒介是如何作用于亚文化资本的呢?桑顿继续说,“媒介不仅仅是另一个象征性商品或区隔的标志者,而是一个对定义和传播文化知识至关重要的网络。”^[9]我们是否可以将此理解为,亚文化群体被命名、被认可、被传播、被显示与大众媒介对其的认知程度、兴趣投入以及媒介曝光度密切关联?比如,COSPLAY 亚文化实践活动在为大众所知之前,已经以“私影”的方式存在很久,那是 COSER 们私底下的自娱自乐。ACG^②中其他亚文化群体的文化实践行为也不例外,在圈子内部,那些资深玩家们被其他成员所拥戴,尊称为“大手”、“大拿”。

“大手”、“大拿”的影响力突破圈子的边界,与媒介介入相关。我们的考察发现,媒介的力量大体以以下几种方式表现出来:一是粉丝群体借助社交媒体或自媒体进行“神一般”的传播。一般而言,“大手”、“大拿”周围往往簇拥着众多的铁杆粉丝,作为某类文化活动的“迷狂者”,这些粉丝在追随、效仿“大手”、“大拿”的同时也成为他们作品的积极分享者和传播者,他们“开

^①“惯习”是布尔迪厄理论中的重要概念,指的是社会群体的各种趣味、习惯和生活方式,代表着社会竞争的策略,惯习在其中发挥着阶级标识的功能。

^②ACG,动画(Animation)、漫画(Comic)、游戏(Game)的英文缩写和总称。

吧”，建“小组”，创建“论坛”，或者如李宇春的歌迷们专门为她制作电子杂志《LEE 周刊》，用来收集和呈现与李宇春有关的所有信息，表达粉丝们对她的热爱和膜拜。二是大众媒介报道亚文化群体时的误读和曲解。这有可能增加社会大众对亚文化群体的偏见，甚至引发所谓的“道德恐怖”，但也有可能提升该亚文化群体的“知名度”，如几年前河南郑州警方对耽美创作者发布的通缉令，使这类默默无闻的小众群体引起广泛关注。三是媒介普遍喜欢玩弄命名的游戏以及建榜立单，此类高度吸睛的媒介行为，恰恰为亚文化群体文化资本的累积贡献了巨大的力量。以 COSPLAY 为例，大众媒介打出了“十大著名 COSER”、“中国动漫界十大最美丽 COSER”、“中国玩家心中最美的 COSER”、“COSPLAY 界的‘蔡依林’”之类带有“资格证书”性质的言辞，都在客观上帮助了青年亚文化的传播，并使参与者赢得文化资本。四是商业媒介在青年亚文化资本形成中的力量也不可小觑。通常来说，“大手”、“大拿”不会拒绝来自商业经营活动的橄榄枝，他们非常乐意出现在各类展会、赛事以及活动中，或作为表演者、参与者，或受邀担任主持人、嘉宾或评委，受到圈内圈外的关注。

在此意义上，我们也可以说是主导文化、商业主义和媒介力量建构了青年亚文化最初的文化资本，但是，亚文化群体并不是这些力量操纵的盲从者，接受这些“体制化的形式”也并不意味着就被收编或招安。我们不应该忽视的是，亚文化群体借此累积起来的文化资本既保证了青年亚文化个性化生存以及与社会其他文化的区隔，而且也成为他们努力与主导文化进行交流、对话的资格。假以时日，那些预言了社会未来发展趋势的青年亚文化以及拥有丰富文化资本的亚文化成员还可凭借此转化成或获得独特的社会资本，犹如 20 世纪 40、50 年代“垮掉的一代”及其代表人物金斯伯格，或 20 世纪 80 年代国内摇滚乐界的崔健。

萨拉·桑顿在讨论青年俱乐部文化时清晰地指出了亚文化资本对于青年人的意义和价值，她认为，青年的亚文化实践活动以亚文化资本为区隔，界定圈内圈外的身份，并且影响他们各自的身份，只有那些拥有亚文化资本的青年，在圈内才能拥有足够的地位，与此同时，亚文化资本最终能兑换成经济资本，直接转化成为“各种职业和收入”，并且“在形成和创造亚文化资本中发挥作用”^[10]。值得注意的是，在文化资本转换为经济资本和社会资本时，真正得益的是亚文化群体中那些拥有较丰厚文化资本的“大手”、“大拿”、“名人”以及“资深者”，在与动漫公司、杂志社、游戏公司等经营性机构接触合作中，他们不但壮大了自己的力量并提高了知名度，而且获得了实实在在的经济收益。相反，大量名不见经传的亚文化实践活动的个人和社团，因为拥有的文化资本极其有限，很难获得社会或经营性机构的资助和扶持，也就很难将文化资本顺利地转化成经济资本或社会资本。

[参 考 文 献]

- [1] Sarah Thornton, *Club Culture: Musics, Media and Subcultural Capital*, Middletown: Wesleyan University Press, 1996.
- [2][9][10] 陶东风 胡疆锋:《亚文化读本》，北京:北京大学出版社 2011 年版，第 363、360、360 页。
- [3] 陶东风等:《文化研究》(第 5 辑)，桂林:广西师范大学出版社 2005 年版，第 268 页。
- [4][5][8] 包亚明:《文化资本与社会炼金术——布尔迪厄访谈录》，上海:上海人民出版社 1997 年版，第 192、194、200 页。
- [6] 易前良:《御宅:二次元世界的迷狂》，苏州:苏州大学出版社 2012 年版，第 85 页。
- [7] 朱伟钰:《“资本”的一种非经济学解读》，载《社会科学》，2005 年第 6 期。

(责任编辑:任天成)