

新媒体时代青年大众文化的自主性解析 ——兼论对青年群体“娱乐至死”的误判

■ 陆一琼 唐 伟

(中国人民大学社会学理论与方法研究中心,北京 100872;四川外国语大学国际法学与社会学院,重庆 400031)

【摘要】新媒体背景下,青年群体大众文化的实践确实存在部分娱乐性表征,但基于主体性视角审视青年群体参与大众文化,发现无论是解构经典文学影视文本中的反讽,还是百度贴吧内的戏谑调侃,抑或是新浪微博中的围观“吐槽”,都显现了新媒体时代青年大众文化更加宽阔和自主的参与空间,这种“非娱乐性”文本表达可抽象化为三种类型:编码—译码转译型、从众型和倒置型。娱乐信息呈现的片段化,以及青年群体隐蔽化的抗争策略,使部分学者产生了“过度娱乐”的误判,因而需要在重视青年群体主体性功能的基础上,纳入微观政治研究视角,重塑对青年群体特征的认知,更加清晰、准确地认识新媒体时代青年大众文化的自主性,展现当代青年群体的本质面貌。

【关键词】新媒体时代 青年大众文化 自主性 娱乐至死

DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2021.04.009

一、问题提出

新媒体时代的到来彻底改变了信息的传播范围、传播方式以及传播渠道,也极大地改变了人们的生活方式。在新媒体时代,学界始终充斥的一类观点认为,中国的大众文化像尼尔·波兹曼所说的那样陷入了“过度娱乐”。靳琰等在研究新媒体语境下网络泛娱乐化机理时指出,新媒体的诞生、应用和传播虽然改变了人们的生存方式和思维方式,缩短了人们的交往空间,但其浅薄、恶俗、娱乐化的内容,也正在将人们培养成一群勤于接受碎片化信息而懒于深入思考的“乌合之众”^[1]。当谈到网络舆论泛娱乐化负效应时,高如同样认为,当前中国正处于一个社会加速转型期,“众声喧哗”“娱乐至死”式的网络生态降低了人们的文化品位,消解着人们的理性精神,对我国主流意识形态的主导地位造成了强烈冲击^[2]。刘白杨等反思网络“泛娱乐化”思潮时指出,大量“戏说”内容的存在,造成了大学生对历史知识的误读和误解^[3]。类似观点在大量关于大众传媒娱乐化对青少年价值观和文化生态圈产生负面影响

收稿日期:2021-05-08

作者简介:陆一琼,中国人民大学社会学理论与方法研究中心博士研究生,内蒙古师范大学政法学院讲师,主要研究组织社会学、文化社会学;
唐 伟,四川外国语大学国际法学与社会学院讲师,博士,主要研究发展社会学、文化社会学。

的研究中也得到体现^[4-5]。但这并不是对新媒体时代的大众文化和青年群体在文化消费过程中真实面貌的全部概括。在谈及“社会参与是促进国家政治民主进步的重要路径”时,汪玉凯指出,以网络参与为代表的公民参与可以对中国社会产生广泛影响,增强社会对公权力监督的力量,促使政府改变施政理念和方式,起到倒逼政府公共治理转型的作用^[6]。网络媒体的发达为网络公民社会的崛起提供了有利条件,有着多元化参与途径的网络公民社会是中国公民社会发展的新生力量,必将推动中国民主政治的发展^[7-8]。因此,新媒体明显扩大和增加了大众特别是青年群体的民主与参与空间,而部分学者得出青年群体“娱乐至死”的结论,与他们对大众文化自主性内涵的忽视有关。

斯图亚特·霍尔曾经指出,法兰克福学派的阿多诺和霍克海默等人最大的问题,就是将人们设定成对文化或信息只有单向接受思维的主体,忽视了人的主体性特征。实际上,在现有传播机制下,人们是积极主动的消费者。例如,在关于电视观看的研究中,霍尔发现,生活世界的不同或所处语境的差异,使大众在理解文本字面意思的前提下,用符合自身利益的立场对接收到的文本进行解码^[9]。相似的观点在约翰·费斯克的大众文化研究中也得到体现。在《理解大众文化》一书中,费斯克指出,大众才是大众文化的创造者,而文化工业只不过是给大众在生产自身文化的过程中提供了“库存资源”,以便大众在生产自身大众文化时使用或拒绝^[10]。费斯克还曾以德赛图的理论为例,详细论述了作为弱者的大众在面对资本主义文化霸权时所使用的各种策略,包括适应、改造、耍花招等^[11]。当然,霍尔、费斯克等人表达上述乐观主义态度时,面对的是20世纪60至80年代的社会背景,这使得他们还仅仅把分析的眼光聚焦于当时文化工业的产品或传播媒介。随着传播技术的不断发展,大众文化进入到新媒体时代,具有主体能动性的青年大众是否仍然能像霍尔、费斯克所说的那样,积极践行自己的抗争与表达功能呢?对此,答案是肯定的。鉴于此,本文希望通过对新媒体时代各种文本形式的考察,回答在当前的文化实践过程中,青年群体如何发挥他们的主体能动性与抗争功能,以此修正部分学者所认为的新媒体时代大众文化陷入了“过度娱乐”的观点。

二、新媒体时代青年群体成为大众文化生产的实践主体

在霍尔和费斯克的大众文化理论研究中认为,以青年群体为主的大众群体积极参与各种生产文化的实践,是大众得以保持独立和没有被资本主义文化工业所“奴役”的主要原因之一^[12]。实际上,这一点在新媒体时代的大众文化生产过程中也有着极为明显的呈现。

首先,与传统大众文化一样,青年群体仍然是新媒体时代各种大众文化形式的主要实践者与“占用”者。如在2020年10月19日召开的2020V影响力峰会上,新浪公司宣布微博月活跃用户达5.23亿,日活跃用户2.29亿;在月活跃用户中,30岁以上用户占比23%,30岁以下的占比77%,是微博的主力人群^[13]。微信用户在2019年已经突破两亿,其中,20-30岁之间的青年占74%^[14],考虑到微信用户的飞速增长和智能手机在青年群体中的进一步普及,有理由相信,今后使用微信这一社交媒体的年轻用户还将会有更大比例提升。类似的数据在对视频传播平台及百度贴吧用户群体的统计中也得到了体现^[15]。

其次,处于新媒体时代的青年群体仍然有着各种较为便利的文化参与空间。有学者曾指出,所谓新媒体,就是指基于数字技术、网络技术及其他现代信息技术或通信技术,具有互动性、融合性的媒介形态和平台。在现阶段,新媒体的主要表现形式有网络媒体、手机媒体及两者融合形成的移动互联网,以及其他具有互动性的数字媒体形式^[16]。廖祥忠也认为,即时交

互、无限兼容是新媒体的主要特征,“新媒体”就是“以数字媒体为核心的新媒体”^[17]。

最后,在某种程度上,新媒体甚至比传统媒体有着更强的大众主体性。有学者认为,传统媒体使用两分法,把世界分为传播者和受众者两大阵营,不是作者就是读者,不是广播者就是观看者,不是表演者就是欣赏者;新媒体则使每个人不仅有听的机会,还有说的条件。所以,新媒体使人相互之间有了前所未有的互动^[18]。与他媒体侧重于官方、平台媒体侧重于中立的立场相比,作为新媒体代表的自媒体,无疑有着更强的传播优势:从便捷性上来看,使用者只要拥有手机终端、电脑等硬件设施,就可以自由地使用安装在里面的自媒体软件;从参与性来看,面对网络时代琳琅满目的文化商品,大众可以很自由地在自媒体平台上“生产”出自己的大众文本,参与空间更为广阔;从交互性来看,在用户生产内容的时代,由于每个用户都可以发言、评论,都可以成为关注者和被关注者,实现“节点共享”,所以在自媒体的传播过程中,大众可以通过评论与信息共享,获得更加多元化的情感体验,或生成多级化的文本内容^[19]。

总之,根据约翰·费斯克的观点,如果我们继续将大众文化看成是一种由大众群体自身生产的文化形式,那么在新媒体时代,青年群体无疑有着很强的自主性。但是,并不意味着它们就一定体现出了一种与娱乐相反的政治功能。在霍尔和费斯克的大众文化研究中,大众的主体性和“非娱乐性”特征还体现在他们对现有各种文本的积极利用与改造上。因此,有必要对大众文化在新媒体时代的具体实践形式进行深入探讨。当然,正如洛文塔尔在《大众文化的定义》一文中指出的,人们“从美的王国步入娱乐的王国”,也是一种与社会需求的相结合^[20]。在论述青年群体如何利用大众文化实行文本改造之前,我们还必须明确指出,大众文化自身确实存在部分娱乐功能。所以,在突出与强调青年大众文化的非娱乐性及主体性的同时,本文并无意完全否定其娱乐性,只是希望在新媒体既有概念维度下,通过对部分文本表达的考察,来挖掘与展现其所蕴含的非娱乐意涵。在下文中,如无特别强调,都只是笔者对部分大众文本生产实践过程的概括,不代表全体大众文本生产过程均是如此。

三、大众文化生产中青年群体的策略性表达

霍尔和费斯克曾经指出,作为对大众文化的反抗策略,青年群体对抗资本主义文化霸权的表达方式有很多,如对文本的解构、“迷”作为新生产力以及大众对意义和快感的自我创造等^[21]。对此,我们认为,新媒体时代的各种文字与视频反讽、贴吧发帖以及微博围观吐槽等,是青年群体抗争性策略的具体表达形式。

(一)文学影视文本——经典解构中的文字与视频反讽

所谓经典解构中的文字与视频反讽,主要指在新媒体时代,一些青年网民以某些已广为流传的文学或影视文本为基本框架,运用“替代”“改装”“拼凑”等方式将作品的原有逻辑打乱,通过二次创作再生产出属于大众自身、但内在涵义与原有文本已大不相同的文字或视频作品。这与费斯克对资本主义文化工业下的大众文本表达有极大相似性。费斯克认为,面对资本主义文化霸权,大众作为弱者,可以选择拒绝的机会非常少,作为一种反抗,他们选择了一种“游击”战术,即通过对强势者文本或结构的偷袭,实现自己意义表达的目标,如对文本的再利用和再生产等^[22]。在新媒体时代,面对琳琅满目的文化工业产品,青年群体选择了一种趋同的“游击”战术,即通过对强势者文本或结构的“偷袭”来表达不满。

截至目前,我国的网络反讽作品已非常多,随着网络媒体的更迭和新媒体平台的增加,其

形式与内容也处于不断变化中。在以文字为主的论坛和博客时代,比较有代表性的作品有2008年以三聚氰胺奶粉事件为背景创作的《史记·80后传》、2011年模仿蓝精灵之歌而创作的《草泥马之歌》等。在进入新媒体时代后,视频反讽则越来越多,早期有《一个馒头引发的血案》等作品,近年来最为著名的则是以“神配音”出名的胥渡吧团队,以及从2015年开始在网络走红的papi酱等人制作的微型短视频。

以胥渡吧团队的视频作品为例,其重点是二次配音,资源主要取材于《新白娘子传奇》《还珠格格》和金庸、琼瑶等其他已为广大网友所熟知的经典影视剧。作品主要是以时空倒错为笑点,通过上述影视剧中各类古装角色人物之口,用新的现代话语体系来打造台词剧本,吐槽当今社会各种令人不满的现象。以下是对胥渡吧部分作品主题的简单归纳(见表1)。

表1 胥渡吧部分网络短视频作品的主题

取材来源	主题	讽刺点
还珠格格系列	夏雨荷教你PS	PS功能
	尔康出轨记	夫妻关系
新白娘子传奇系列	法海拽英文	方言式英语
	白蛇闹加班	屌丝与高富帅
经典影视系列	咆哮马高考作弊记	高考中的作弊现象
	中国式逼婚之相亲不归路	中国式相亲规则

而papi酱开始走红于2015年的秒拍。她的视频作品主要是通过她一个人扮演多个不同角色,并以不同语调发声、以画面剪接拼装的方式来表达不同人物对同一主题的吐槽。以下为Papi酱2015年以来曾经发布的多部短视频作品(见表2)。

表2 Papi酱曾经发布的七部短视频

发布时间	主题	讽刺点
2015年12月28日	papi酱观后感之《恶棍天使》	烂片
2016年1月5日	2016年第一发,上海话+英语	搞笑方言拼接
2016年1月11日	女人到底为什么要逛街	女性生活习惯
2016年1月18日	微信有时候真TM让人崩溃	微信功能设计
2016年2月1日	美女的烦恼	COS全民公敌绿茶婊
2016年2月6日	希望法律禁止所有讨厌的亲戚过春节	春节+亲戚
2016年2月13日	有些人一恋爱就招人讨厌	恋爱

仅从外在形式来看,上述反讽作品似乎都只是在搞笑和娱乐,但其背后却显现并传达着一种内在的批判意识。比如在《史记·80后传》中,作者通过对《史记》这一传统经史的解构,来表达“80后”青年在现实生活中的各种生活压力和不公平现象。因此,各种恶搞视频往往是以“搞笑”为表,本质上则更多地讽刺当今社会中弄虚作假、部分女性价值观不正、贫富差距

过大、产品设计不以用户为中心、电影过于商业化等光怪陆离、层出不穷的负面现象。

(二) 百度贴吧——戏谑调侃中的“帝吧”出征

所谓戏谑调侃中的“帝吧”出征,主要是指一群志同道合的年轻网友以百度的“李毅”贴吧为载体,在面对与自己观点和立场不同的网友时,以一种幽默、诙谐的方式与对方展开辩论或论战,其著名的口号是:“帝吧出征,寸草不生”。其中最著名的一场“战役”,就是“帝吧”青年与台湾网友的表情包大战,获得了较为轰动的传播效果。这些贴吧群体有着如此巨大的网络能力,首先与他们作为一种“迷”的再生产力有很大关系。在论述大众主体的创造性时,费斯克曾经指出,作为一个过度投入的读者,大众在呈现为一个“迷”时具有创造性的生产力,可以对文本进行持续生产^[23]。也正是在这样一种生产过程中,不同网友在虚拟社区中找到了集体归属感。有研究者曾以同人小说为例,发了一条帖子,标题为:【DM/HP2】the social season(2/8新增番外)。这样的交流符码,对“圈外人”来说也许不知所云,但对同人小说迷成员来说却几乎不存在理解障碍。所以,大量个性文本的自我创造、内部应用熟练和沟通顺畅的语言符码,再加上虚拟网络特有的平等特征,使得“迷”群体通过百度贴吧为自己建立了一个不同于日常生活秩序的“乌托邦”家园^[24]。

当然,如果单是群体聚集,也许还不能很好地体现青年群体的抗争特性。在这里,我们还需要看到“迷群体”彼此认同背后蕴含的巨大力量。在《认同的力量》一书中,曼纽尔·卡斯特指出,社会存在三种不同类型的认同:合法性认同(legitimizing identity)、抗拒性认同(resistance identity)和规划性认同(project identity)。其中,合法性认同由社会的支配性制度所引入,以扩展和合理化它们对社会行动者的支配;抗拒性认同则由那些地位和环境被支配性制度所贬低或污蔑的行动者所拥有,这些行动者筑起了抵抗的战壕,在不同于或相反于既有社会体制原则的基础上生存下来;而规划性认同则涉及行动层面,指行动者通过新的认同界定自己的位置,并寻求对社会结构的全面改造^[25]。如此看来,“帝吧”出征作为一种“迷”群体的网络论战形式,带有明显的抗拒性认同和规划性认同特征。

论战的交锋方式有很多,但论战过程却以一种娱乐化的行为显现出来,应该说这与青年群体在社交媒介上独有的特征有关。在谈到当前青年群体的网络情感表达方式时,有研究指出,作为一个新兴群体,广大青年是生活在一个开放化、碎片化的媒体时代,敢于张扬个性的社交态度,使他们在表达立场时并没有使用那种“正襟危坐”的传统爱国主义方式,而是“创新性”地将“爱国主义”与自身社交行为结合起来,在嬉笑怒骂、妙语戏谑中展现着他们的爱国情怀^[26]。

(三) 新浪微博——围观吐槽中的“集体狂欢”

所谓围观吐槽中的“集体狂欢”,主要指广大青年群体在自己的新浪微博账户,通过频繁发文、转发评论、发表评论等方式对各种现象进行批评和指责,以表达自己的抗议或不满,也在对既有结构束缚的突破中,获得一种自我意义创造上的快感。在微博世界,最常见的现象就是几十万甚至几百万微博用户通过文字、影像等方式对同一热点文娱事件进行深度介入与吐槽,导致网上形成一种“指责与批评并行,拍砖与唾弃横飞”的壮观场面。以下为近年来微博大众文化版块用户以吐槽方式直接表达不满的部分热点文娱事件(见表3)。

表3 近些年来微博用户对部分热点文娱事件的吐槽(2010—2017年)

类型	吐槽事件	吐槽点
社会	郭美美炫富	慈善事业信任度
电影	小时代系列电影	物质崇拜、思想浅薄

续表

类型	吐槽事件	吐槽点
电视	于正电视剧雷人情节	电视剧质量低下
文学	韩寒造假	捧出来的“天才”
网红	王思聪“国民老公”称号	有钱任性
歌手	汪峰自封“半壁江山”	自我膨胀
电视综艺	演员的诞生	节目做假
明星形象	PGONE 出轨事件	艺人道德

在新媒体网络时代,大众网民之所以会形成这样一种抗争氛围,主要与大众对自我快感的追求和创造有关。费斯克曾经指出,快乐是在对现有社会秩序的认同中产生的,而狂喜则是一种身体和心理的极度兴奋状态,主要发生在“文化”崩溃成“自然状态”的时刻。资本主义文化工业所要做的就是大众即使要表示快乐,也应该在既有的表达范围内,由此才能实现对人们精神世界的一种主宰。但是,大众却不愿就此被束缚,他们希望能创造出自身的快乐。为此,他援引巴赫金的狂欢节研究认为,在狂欢节中,大众通过不受约束的身体裸露或奇装异服,不但表现了一种对日常生活仪式规定的突破,而且还获得一种自我生产的快感^[27]。在现实语境中,由于社会贫富差距逐级扩大,生活压力不断增加,使作为微博主要用户的青年群体焦虑顿生,而情绪必须要有正常的输出和发泄渠道。微博以网络特有的自由度,给了青年群体一道“安全阀”,一条情绪的发泄渠道,青年群体可以在微博上以一种主体割裂的方式在现实空间与虚拟空间之间自由转换。

也就是说,微博中的网民其实都是带着“面具”的主体,既可以在网上激情轩昂,也可以在现实生活中不善言辞、木讷保守。也正是因为这样一种“避风港”机制,不少青年群体通过自己的手机客户端以发文、转发或评论他人的方式,对一些违反社会秩序的事件或平时高高在上、不可侵犯的人物进行直接的言语点评和批判,从而获得一种“冒犯”式的快感。当然,在各种文娱吐槽事件中,大众的意见并不是一边倒的,肯定或否定的意见通常复杂交错;更多时候,维护性的看法只会激起更强烈的反弹与抗议,而一旦参与评论和批评的人越来越多,就会在微博上形成持续性的热门事件,给社会带来极大的舆论压力,推动相关事件的快速解决。

四、新媒体时代青年大众文化生产中的“非娱乐性”文本类型

可以看出,无论是经典解构中的文字与视频反讽、戏谑调侃中的“帝吧”出征,还是微博围观吐槽中的“集体狂欢”,青年大众正以无与伦比的创造力颠覆着部分新媒体的既有娱乐功能,传递出一种与既有结构积极抗争的影像。笔者认为,这种抗争主要从以下三种类型得以体现。

第一,编码—译码转译型。在关于制码、解码过程的研究中,斯图亚特·霍尔曾经指出,信息传递的实质是一种符码的传递。电视节目的播放主要是对观众传递一种信息流。但对于电视信息的传播,观众并不是一个直线接受体,而是会对传递的信息重新进行解读^[28]。这种解读过程既是重新接收信息内容的过程,也是结合个体主观认知重新创作的过程。当重新创作的文本呈现出一种与原始表达完全不一样的内容时,实际上,既有结构下的符号霸权就已经遭到了解构。例如,在前文中,经典解构中的文字与视频反讽就是一种典型的编码—译码转译型,即当《史记》《蓝精灵之歌》《新白娘子传奇》等内容已经非常成型、并且大众早已接受时,青年大

众却对其进行了另一种新的解读。而这种解读实际上正是他们不屈服于原有话语符码结构的背景下,发挥自我主体性所重新进行的一种符码转译工作。

第二,从众型。所谓从众型,主要是指在大众文本的新型解读中,参与其中的主体并不全部带有理性情绪,更多的是在一种集体氛围的感染下暂时“牺牲”个人理智,投入到一种对现有文本的集体不服从运动中去。在《乌合之众》中勒庞就曾指出,“聚集成群的人,他们的感情和思想全部指向同一个方向,他们自觉的个性消失了,形成了一种集体心理。它无疑是暂时的,然而它确实表现出了一些非常明确的特点”^[29]。当然,在这里我们并不是要像勒庞那样去否定群体不服从的意义,而是想指出作为一种“迷”的生产,“帝吧”作为群体之“迷”的聚集,起到了把群体进行集合的作用。也正是在这种集合过程中,“迷”找到他们的群体和领头者,并在领头者的带领下,以一种集体不满意的方式表达他们对某些现状的批判。

第三,倒置型。所谓倒置型,仍然是来自巴赫金的狂欢理论。主要指群体在另一种场合下,主体以一种与原有角色不符合的身份对现有结构进行解构及批判。当然,上述情景得以出现的一大前提是它鲜明的匿名性。因为只有在匿名前提下,主体才能以一种完全倒置的方式对现有事件进行隔离和批判性表达。以往实现这一结构倒置通常是狂欢节似的传统场面,现在的便利之处是在网络大众结构的“掩映”下,现实的个体也能迅速进入一种主题狂欢,并在这种狂欢中发表部分与现实身份、角色偏差较大的舆论或意见。微博吐槽中的“集体狂欢”,正是这一倒置型文本的典型体现。

五、新媒体时代对青年大众文化“误判”的产生及未来纠偏

在前述研究中,无论是在大众文化生产实践中的主体地位,还是在文本实践中的各种灵活抗争策略,新媒体时代的青年群体都像霍尔、费斯克所说的那样,在大众文化展演中展现出较强的实践与抗争意识,并且呈现出典型的编码—译码转译型、从众型以及倒置型等抽象理论特征。部分学者对部分抗争性文本产生“过度娱乐”的误判,我们认为主要与以下两个方面的原因有关。

第一,在当前新媒体时代的青年群体大众文化实践中,一部分娱乐化现象确实是存在的。比如,在新浪微博发布的《2017微博用户发展报告》中,作为一个典型的自媒体社交工具,微博用户月阅读量超百亿的领域虽然有25个,但是排名前列的却基本都是集中在如明星、搞笑幽默、综艺节目等娱乐领域^[30]。所以,当部分学者把这一部分现象当成新媒体时代青年群体大众文化实践的全部内容时,自然就会像尼尔·波兹曼那样得出他们是在“过度娱乐”或“娱乐至死”的结论。

第二,当看到青年群体的文化享乐时,部分学者忽视了以娱乐形式出现的大众主体抗争实践。通过前文论述我们看到,大众采用了一种像反讽、表情包和围观吐槽等较为灵活的战术与幽默方式,这使一部分学者忽视了其内在的抗争实质,错误地将其认为是在“过度娱乐”或追求“娱乐至死”。

面对这一局面,我们应该采取什么样的合适性策略对青年群体大众文化的实质做出客观判断呢?我们认为,有以下三个方面值得重视。

第一,更加重视青年群体主体性功能。在谈到作为主体的劳工为何对公民社会建设极为重要时,郭于华等曾指出:“不是被册封的‘领导阶级’,而是能够主张自身权利的‘自为阶级’;不是‘未完成’或者已完成无产化的弱势群体,而是能够把握自己命运的自主的社会力量;不是被组织、被赋予阶级头衔的劳动人群,而是自组织并且在争取自身合法权益的抗争中成长为作为公民社会主体的工人阶级”^[31]。在考察地方、血缘、族群以及性别关系等是如何与近代工人主体身份认同的建构之间相互嵌入时,任焰、潘毅援引福柯的“自我形塑技术”的概念,认为在

任何一个社会中都存在着一系列程序,它们要求或规定着个体要通过自我主控或者自我形塑知识体系(self-knowledge)来确定、保持或者改变其身份认同^[32]。鉴于此,我们认为,当代青年群体正处于一个新的信息传播时期,社会的发展和外界的嘈杂自然会对他们的自我形塑产生内在影响。这种影响的结果是,青年会根据自身的主体能动性特征,对接收到的来自外界的信息和知识进行重新“生产”、编码和解读,而绝非是不假思索或不加辩驳地全盘予以接受。所以,要对青年大众文化的本质做出清晰的认知,不能把大众视为一个现有信息模式下的被动接受体,忽视了他们在文化生产和实践过程中的主体性功能。

第二,避免对政治和抗争的“狭隘”理解。在以往的研究中,当我们提到一种政治或一种抗争时,往往会陷入一种宏大叙事的习惯性思维,认为只有类似于集体行动和社会运动的形式才是政治的内涵。实际上,随着诸多学者对大众日常生活的重视,一种微观政治的视角也日益被纳入了研究之中。在这类研究中,不仅有像詹姆斯·斯科特这样对农民作为一种弱者的日常反抗的研究,在大众文化研究中,德赛图对日常民众生活的实践研究也是一种极为明显的体现。之所以提到这一点,是因为诸多学者已经认识到,微观政治往往也蕴含着极大的社会进步潜力。如谈到麦当歌迷对麦当娜形象文本再创造的意义时,费斯克就指出,当女性歌迷从对明星形象文本的使用过程中获取力量以改变与男人之间的关系时,她们就不仅可以将这种力量延伸到她们的家庭、学校或工作的各种关系中,而且还可以用来帮助她们自己争取新的发展空间,打破那种所谓的户内、户外的性别分工陈规^[33]。此外,从变革的方式来看,费斯克也认为,没有这样一种微观、非激进的社会改变方式,“宏观政治也必然无法繁荣昌盛”^[34]。遵循这样一种思路,我们认为,当我们看到青年群体在日常生活中的解构、反讽、吐槽以及漫画式论战时,不应机械地将其归之于娱乐范畴,而应该看到其所蕴含的主体性表达和对宏观政治的建构潜力。

第三,进一步认知青年群体特征。在谈到当代青年的使命与担当时,有学者直接指出:“青年初入社会,尚未受到不良习气的过度浸染,对公平正义、光明未来有着美好憧憬,因此也最愿意为此付出努力”^[35]。正因如此,我们才可以看到,在各种娱乐或热点事件的发酵、点评中,常常听到他们的声音。实际上,由于部分学者忽视了不同群体的不同特点,在对青年群体的行为进行研究时,往往潜意识里将他们与成年群体同等看待,弱化了他们在文化实践过程中的主体性功能。毕竟,对于已经完全社会化的成年人来说,个人利益的纠葛和困难处境的磨炼,都使他们在沉稳之际更愿意去选择一份不影响自身“发展”的生活方式,但是青年群体却不同,敢于创新的时代特征使他们很少选择通过逃避来面对生活,所以我们自然有理由相信他们不会“过度娱乐”或“娱乐至死”。

六、小结

新媒体时代青年大众文化的自主性是审视和评议当代青年群体的重要维度。当研究者只看到片面的娱乐化现象并将其视为青年大众文化实践的全部,抑或忽略了青年群体非正面抗争的实质时,往往会错误地认为当今青年群体已然陷入“过度娱乐”的泥沼。实际上,青年群体作为新媒体时代大众文化生产实践的主体,不管是其运用短视频重新解构文学或影视作品,或者以百度贴吧为“战场”展开一场诙谐的网络论战,抑或在微博冲浪中陷入“吐槽”的狂欢,无疑都是在文化展演过程中显现出较强的实践能力与抗争意向,并在理论上呈现出编码—译码转译型、从众型以及倒置型等特征。因此,应该看到,新媒体时代为青年群体提供了更为便利的文化参与空间,更有利于青年大众文化的自主性体现。为了更加具象地理解青年大众文化的实质,我们需要重视青年群体的主体性功能,引入一种微观视角,发现其中所蕴含着的社会进

步潜力,重塑对青年群体的认知,看到其所具有的使命感和担当。

另外,在新媒体的使用过程中,当我们谈论大众文化是“娱乐”还是“抗争”时,实际上还只是基于娱乐与工作的原始二元划分。目前的趋势是,随着新媒体中人工智能的应用,大众在使用新媒体工作或娱乐时,娱乐还是工作的二元分割界限已经较为模糊。大众在拼接、转译、从众或倒置时,究竟是在进行文本抗争,还是在既有结构下定向推送娱乐产品,是需要继续研究的问题。因此,本文对新媒体时代青年大众文化的自主性内涵的解析及探究,只是粗浅分析,还有待来日更深入地研究。

[参考文献]

- [1] 靳 琰 孔 璐:《新媒体语境下的网络泛娱乐化机理探究》,载《现代传播》,2016年第12期。
- [2] 高 如:《警惕网络舆论生态泛娱乐化的负效应》,载《毛泽东邓小平理论研究》,2017年第8期。
- [3] 刘白杨 姚亚平:《“泛娱乐化”思潮下大学生党史教育研究》,载《思想教育研究》,2017年第9期。
- [4] 党 晶 周亚文 等:《论大众传媒泛娱乐化影响下的青少年价值观教育》,载《中国教育学刊》,2017年第9期。
- [5] 陈开举 张 进:《后现代文化娱乐化批判》,载《哲学研究》,2016年第7期。
- [6] 汪玉凯:《网络社会中的公民参与》,载《中共中央党校学报》,2015年第4期。
- [7] 陶文昭:《推进民主政治:网络公民社会的定位》,载《探索与争鸣》,2010年第4期。
- [8] 刘学民:《网络公民社会的崛起——中国公民社会发展的新生力量》,载《政治学研究》,2010年第4期。
- [9] S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, et al., Culture, Media, Language, London: Hutchinson. 1980, pp. 128 – 139.
- [10][11][12][21][22][23][27][33][34] 约翰·费斯克:《理解大众文化》,王晓珏 宋伟杰译,北京:中央编译出版社2006年版,第23、34、113、155、32 – 33、154、53–54页。
- [13] 《2019 – 2020年中国移动社交行业年度研究报告》, <https://www.iimedia.cn/c1020/74841.html>。
- [14] 《微信用户属性数据:性别比例和年龄比例》, <http://www.duozhishidai.com/article-55604-1.html>。
- [15] 《搜狐视频出品人大会:战略引爆自媒体新风口》, <http://yule.sohu.com/20161117/n473481205.shtml>, 20161117。
- [16] 彭 兰:《新媒体”概念界定的三条线索》,载《新闻与传播研究》,2016年第3期。
- [17] 廖祥忠:《何为新媒体》,载《现代传播》,2016年第3期。
- [18] 匡文波:《“新媒体”概念辨析》,载《国际新闻界》,2008年第6期。
- [19] 代玉梅:《自媒体的传播学解读》,载《新闻传播与研究》,2011年第5期。
- [20] 陶东风:《文化研究》,北京:中国人民大学出版社2010年版,第254页。
- [24] 孙硕颖:《网络迷群体的乌托邦——〈哈利·波特〉同人迷网络社区个案研究》,南京大学2013年博士学位论文。
- [25] 曼纽尔·卡斯特:《认同的力量》,曹荣湘译,北京:社会科学出版社2006年版,第4 – 7页。
- [26] 马 燕 黄鸿业:《社交媒体跨文化交际冲突的价值观传播——对“帝吧出征维珍航空”的话语观察》,载《传媒》,2017年第9期。
- [28] 陆 扬 王 毅:《文化研究导论》,上海:复旦大学出版社2006年版,第158 – 159页。
- [29] 勒 庞:《乌合之众》,冯克利译,北京:中央编译出版社2011年版,第1页。
- [30] 《2017微博用户发展报告》, <http://www.useit.com.cn/thread-17562-1-1.html>。
- [31] 郭于华 黄斌欢:《世界工厂的“中国特色”——新时期工人状况的社会学鸟瞰》,载《社会》,2014年第2期。
- [32] 任 焰 潘 毅:《工人主体性的实践:重述中国近代工人阶级的形成》,载《开放时代》,2006年第3期。
- [35] 石国亮:《“新时代”青年的使命与担当》,载《中国青年社会科学》,2018年第1期。

(责任编辑:王俊华)