

文创青年:一种“去内卷化”的实践逻辑 ——基于典型个案的质性研究

■ 张庆梅 风笑天

(南京大学社会学院,江苏南京 210023)

【摘要】本研究通过实地观察、深度访谈等方法,以文化社会学视角分析文创青年“去内卷化”的主体、实践逻辑,发现:文创青年的“去内卷化”首先以自主性兴趣探索为逻辑起点,从兴趣作为抗争的自我探索,发展到兴趣转向职业的社会支持,以及兴趣聚合趣缘的群体认同;其次通过区别于主流文化生产的非“复制”、反“类型”和祛“异化”劳动,呈现青年的主体创造、个性表现和人格完善的文化内涵;最后指向弹性生活方式的价值目标,其间面临着时间弹性的自由与失衡、空间弹性的景观与遮蔽等现实矛盾。相较于当下对“内卷”困境的社会热议,文创青年提供了一种“去内卷化”的可能性,凸显出社会转型中青年群体的主体实践特征。

【关键词】文创青年 去内卷化 兴趣探索 劳动策略 生活方式

一、研究缘起:“文创青年”与“去内卷化”

在国家大力发展“文化产业”和“双创”政策背景下,许多从事动漫插画、服饰设计、乐器演奏和手工艺的青年,纷纷投身创业大潮中。他们最初涌现于北上广深等一线城市,并被各类媒体称为“文创青年”,比如《文创青年引领“峰”尚》《25岁文创青年如何打造出“反”互联网社群教育模式?》《浦东新区文创青年联谊会正式成立,浦东青年工作又添新品牌》,等等。近一两年,二三线城市也出现了不少本地或返乡的文创青年,如《广邀文创青年,2018宁波青年文创艺术节启动!》《宁德“文创青年”和他们的“文创集市”》《1+100青春行|文创青年走进黄鹤楼》《唐山市丰南区成立“文创青年汇”》等。

“文创青年”是指文化产业领域中独立或合伙从事文创产品创作和经营的青年创业者。他们从自己的兴趣、技能出发,以个人独立或团队合伙的方式创意、设计、制作和销售文创产品,并在工商部门注册文创品牌或工作室。除了少数是大学在校生或应届毕业生,文创青年大多从企事业单位辞职、离职或停薪留职,有的甚至转换了专业或行业。文创青年一方面不同于文化产业领域中的青年“上班族”,他们试图摆脱后者朝九晚五、科层化、分工单一的“内卷化”工作模式,进而追求自由、灵活的工作时间、地点,并在扁平化的自组织中主持、跟进创意、设计、制作、销售等各个环节;另一方面,他们不像一般创业青年以谋取财富或事业成功为人生目标

收稿日期:2021-09-01

作者简介:张庆梅,南京大学社会学院博士研究生,西北大学新闻传播学院副教授,主要研究青年社会学、文化社会学;风笑天,南京大学社会学院教授,主要研究青年社会学、社会学研究方法。

而陷入高度竞争、发展停滞的“内卷化”，更关注于探索发展自身兴趣、潜能，从而在创业过程中获得成就感和愉悦感。因此，在当下青年普遍身处“内卷化”的困境中，文创青年已然开启自觉反省、摆脱“内卷化”的主体实践，这恰好契合黄宗智等学者所谓的“去内卷化”^[1]。

“内卷化”的拉丁文词源为 involutum，相对于“进化”(evolution)一词而言，有“卷绕或包卷”之意。这一概念最早由美国人类学者戈登威泽和格尔茨提出，前者认为一种文化模式发展到最终形态，如果无法稳定或转变，就只有在内部变得日益复杂化^[2]，而后者则聚焦于“农业内卷化”，即在有限的资本、土地和相对稳定的技术条件下，“系统内部不断精细化和复杂化”^[3]。学者黄宗智在引介格尔茨的“农业内卷化”的基础上，强调“内卷化”的高度竞争导致“没有发展的增长”、边际报酬递减等新内涵^[4]。虽然关于“内卷化”的理论一直以来纷争不断，但国内“内卷化”现象已经从农业领域逐步延伸到经济、教育、职业、文化等诸多行业领域，并频频引发社会热议。不过，值得注意的是，随着“内卷化”向“去内卷化”的理论和实践的拓展，“对中国今天和未来的走向来说”，“去内卷化”的认识比“内卷化”更为重要^[5]。其中，青年群体的“去内卷化”更是引发了学界的关注。比如最早有学者分析进城务工人员子女“去内卷化”的现状，即身份认同感低下，心理融合度差，文化融合虽未出现排斥、却难以融入，并提出通过政策落实、管理机制和社会支持等外在条件实现“去内卷化”^[6]。进而针对新生代农民工“融城”过程中的“内卷化”趋势，有学者反思“去内卷化”的路径，即完善交往互动机制，丰富融入活动形式，培育融入文化氛围，以及搭建组织融入载体^[7]。而对于快递小哥陷入职业“内卷化”的困境，有学者则建议分别采用制度、组织和技能再嵌入来摆脱职业风险^[8]。近期在引导小镇青年突破“内卷化”中，有研究认为除了国家层面的政策支持和社会层面的环境优化，还需要小镇青年在个体层面改变自我认知逻辑、正确认识自身价值、重构自我角色、不断提升自我能力^[9]。同时，面对“内卷化”带来的新技术时代青年工作意义贫困，有学者发现“有些年轻人已经逃离了北上广，选择返乡，还有的年轻人选择社区创业，让生活和工作融为一体”，即“通过对生活的回归来超越工作的‘内卷’”^[10]。

可见，青年群体的“去内卷化”研究主要涉及社会文化、政策制度和支持网络等外在、宏观的解决路径，而个体层面的内在、微观实践虽有所提及，但尚未得到更为深入的研究。由此，本文选取青年社会学、文化社会学的视角，以文创青年为研究对象，尝试从主体、微观实践层面提出并回答“去内卷化”何以可能。具体而言，文创青年“去内卷化”的主体实践是如何开展的，这一实践过程生成了怎样的“去内卷化”逻辑体系，其间又蕴含着、建构着哪些青年文化。

二、研究方法：典型个案的质性研究

笔者于2018—2020年陆续走访西安、成都、重庆、广州、北京、上海、宁波、福州等一二线城市的文创园区、街区 and 市集。其中，西安近年来依凭“丰富的文化资源”和“文化价值的开发”，文化产业快速发展且步入“转型升级的道路”^[11]；不过在西安这种经济欠发达地区，本地或返乡的文创青年更容易受到传统与现代、禁锢与创新、规则与自主的对抗、冲突的影响。由此，依据经验资料的易得性和典型性，本文选取西安地区的文创青年为研究个案。具体采用理论抽样，即“从资料收集开始引导分析，分析引出概念，概念提出问题，而问题则需要进一步收集资料”，并将“这一循环过程一直延续到研究达到饱和为止”^[12]，最终获得了27位典型研究个案。与此同时，笔者通过实地观察、深度访谈等质性研究方法，收集、分析典型个案的访谈记录、实物、照片、微信朋友圈和微博日记等资料，并对典型个案进行化名处理。典型个案情况见下页表1。

表1 典型个案情况

序号	化名	性别	学历/专业	创业年龄	创业前职业/身份	文创类别
1	安悦	男	本科/广告学	23	大学毕业生	动漫手绘
2	白芸	女	本科/服装设计	25	民企服装设计	绿植文创
3	高岚	女	本科/油画美术	23	国企市场营销	创意料理
4	谷天	男	博士在读/机械	24	在读博士生	电音制作
5	洪康	男	本科/数学	26	私企营销策划	创意婚礼
6	蓝钰	女	高中/无	25	全职在家	钩针手作
7	黎玫	女	硕士/美术设计	23	高校教师(兼职)	绒绣手作
8	林莉	女	硕士/建筑设计	26	国企设计师	集合民宿
9	柳杰	男	本科在读/视觉设计	21	在校大学生	树脂工艺
10	卢昌	男	大专(退学)/英语	20	在校大学生	音乐表演
11	孟菁	女	本科/计算机	29	私企人力资源	创意咖啡
12	南祥	男	本科/国画美术	23	大学毕业生	木艺手作
13	鹿非	男	本科/土木工程	24	国企工程师	创意烙画
14	乔雅	女	专科/珠宝设计	27	民企市场营销	珠宝手作
15	秦原	男	本科/广告学	25	银行经理	本册文创
16	秋婷	女	本科/广告学	24	私企文案策划	创意写作
17	曲辰	男	本科/美术	23	高校教师	石艺手作
18	石玥	女	大专/广告学	24	大学毕业生	创意纹身
19	沈凡	女	本科/广告设计	24	大学毕业生	创意婚礼
20	苏琦	女	硕士/服装设计	22	高校教师	服饰设计
21	万昆	男	本科/学前教育	27	出版社编辑	书坊文创
22	文旭	男	本科/油画美术	23	大学毕业生	树脂手绘
23	向芳	女	大专/工商管理	26	私企客服	玻璃手作
24	轩彤	男	本科/编辑	29	出版社编辑	小众出版
25	杨风	男	大专(退学)/道路桥梁	24	私企经理秘书	视频制作
26	袁莹	女	本科/视觉设计	23	大学毕业生	香蜡手作
27	易阳	男	大专/对外贸易	27	民企贸易	木艺手作

三、自主性兴趣探索:文创青年“去内卷化”的逻辑起点

文创青年谈及创业缘由、动机,并非以创业环境、政策等外在、客观条件为主要影响因素,而是更多地关注自身兴趣、爱好的驱动和发展,比如喜欢绘画、演奏、摄影或手作,等等。兴趣一般是指随意的消遣、偶发的激情或个人闲暇等,但文创青年并未停留于这一层面的兴趣,更倾向于以实践理性指导行为,并激发、达成内在的目的性^[13]。那么,这种兴趣是如何生发的呢?其在文创青年“去内卷化”实践中有何意义和文化内涵?

(一)兴趣作为抗争:文创青年的自我选择

文创青年的兴趣探索首先面临来自家庭、学校或职场的重重阻碍。在家庭方面,这种阻碍主要表现为父辈文化、观念与子代兴趣的冲突。其中,来自社会底层家庭的文创青年,其父辈欠缺对文化、艺术方面的了解,以“无用”为理由直接反对子代发展自己的兴趣爱好;而来自

中产家庭的文创青年,其父辈却希望子代依循父辈观念、文化资本选择专业或职业,反对其以兴趣引导自我发展;此外还有一些受访者的父母处于不干涉的中间状态,但这大多是单亲、隔代养育等特殊结构的中低层家庭,对其探索、发展兴趣提供不了任何经济、情感的支持。在学校教育方面,有的文创青年不了解专业而选择错误,有的进入专业学习后完全不感兴趣,从而都陷入学习动力不足、成绩不好、前途迷茫的学业困境中,如策划创意婚礼的洪康“糊里糊涂进了数学系”,而做书坊运营的万昆“分到了一个自己既不了解、也不喜欢的学前教育专业”。在职场方面,文创青年要么曾在体制内单位固守于重复性工作岗位,一眼就能看到职业上升的天花板;要么曾在高度竞争的民营或私营企业煎熬于“996”的重压,自己的潜能、价值难以得到充分发挥。

面对以上“内卷化”的困境,他们没有抱怨、回避矛盾和冲突,也没有遵循既定的观念和行为模式,而是积极追问、探索自己真正感兴趣的、真正想做的事情。比如创办集合民宿的林莉,之前就职于国有设计院时发现“在重复性的工作中越来越觉得总有哪些不对;……上班的时候虽然忙,每一个星期还是抽出一天时间学摄影、学做咖啡;人家上了班回去都太累了,而我可能熬夜到两点还在学这些东西,做了比别人多的兴趣坚持吧”。换言之,文创青年的兴趣探索首先表现为兴趣的抗争,并以此来进行“去内卷化”。于是,与父辈文化、专业教育和职场的阻碍、背离、冲突演变为一种兴趣的自我选择,文创青年或者说服父母,自主选择感兴趣的专业、职业,或者主动退学、辞职,重新探寻自己喜欢、擅长的专业或职业,并逐步走上了创业道路。

(二)兴趣转向职业:文创青年的社会支持

兴趣不仅作为文创青年主体抗争的手段,更为重要的是他们还将兴趣转向为职业。按照霍华德的职业兴趣类型,即现实型、研究型、艺术型、社会型、企业型和传统型^[14],文创青年由兴趣转向的职业以艺术型为主,即专注于文化艺术领域产品的研发、创意、设计,追求原创性、想象力和审美感。这些艺术的审美、创造、技巧除了来自文创青年个人的天分,更多地依赖家庭、学校或其他外在环境的熏陶、培养。同时,文创青年兼顾企业型、社会型的职业兴趣,前者体现为敢于冒险、擅长经商、组织运营管理,等等;后者则表现为社交关系的建立和维护,具体包括在独立研发、设计和生产文创产品阶段考虑他人、社会的需求,而在创办、经营文创品牌或工作室阶段,则涉及工商注册、活动策划、售后服务等业务关系。比如,轩彤爱好读书、写作,不仅自己撰写、联系出版社出版了小众读物,而且集结众多青年写作爱好者组成“小众互助出版”社群,发起“小众互助出版计划”,开展原创纸书的互助写作、出版和销售活动。

文创青年转向职业、创业的自主性兴趣探索,除了依赖个人天分、动机和意愿,更多地来自社会多方支持。首先,文创青年主动参加社会技能培训。一部分文创青年是艺术相关专业出身,如油画、国画、服装设计等等,其学校专业教育虽然能够提供技能相关的艺术素养,但是以知识理论讲授为主,技能训练欠缺;另一部分则来自非艺术专业,甚至是理工专业,如数学、土木工程等。因此,他们有的主动拜师学艺,寻找资深、技艺精湛的师傅口传心授;有的充分利用互联网平台,搜集相关知识、制作教程和最新资讯;还有的积极与相同兴趣的同辈线上、线下交流,切磋技艺,互相帮助。其次,文创青年获得各类媒体的关注和采访。比如由银行管理岗位离职而从事本册文创的秦原,他的创业经历曾被多家纸媒、电台、电视台和新媒体平台专题报道;制作创意咖啡的孟菁,因开创“咖啡烘焙工厂”得到了本地日报、电视台的报道。最后,部分文创青年受访者还得到了社区和政府的扶助奖励。有如木艺手作的南祥、树脂工艺的文旭被推选为大学毕业生创业代表,参加区政府座谈会,获得了区政府颁发的“创业明星”荣誉证书;同样还有如创意烙画的庞非、香蜡手作的袁莹在文创街区经营中享受到了各项优惠政策。

（三）兴趣聚合趣缘：文创青年的群体认同

正如“为了满足共同的兴趣自发组成相应的共同体”^[15]，文创青年逐渐聚合为“趣缘群体”^[16]。文创青年的趣缘群体最初就是由二至十人左右组建的文创工作室。在文创工作室内部，文创青年没有鲜明的上下级关系和职位，如创业者为“创始人”或“主理人”，员工为“小伙伴”，彼此之间以昵称相互称谓；而且他们经常面对面接触、讨论项目，在扁平化组织中分工协作、平等互助。可以说，文创青年形成了一种相互依赖、鼓励的“伙伴式的”群体情感联结。

同时，文创青年的趣缘群体还不断向外延伸扩展。因为业务往来，不同行业类别的文创工作室之间的联系越来越多，比如拍摄制作视频的杨风，需要原创手工软装、拍摄空间，就可能结识手作和民宿类的文创工作室。此外，为了展示出售文创产品，文创青年自发组织举办文创市集。文创市集一般选择在文创园区或商业综合体内部的场地，并收取摊位费和门票，形成了一个物理边界清晰的群体空间。在这里，文创青年集聚起来，不仅给参观者、消费者讲解文创产品的特点、制作过程，而且还与同行相互交流文创资讯、创业经验，甚至参与制作美食等。

综上，文创青年通过兴趣来逃离、抵抗“内卷化”的现实困境，并自觉地将兴趣转向为职业发展，进而形成了基于趣缘的群体认同。由此，这种自主性兴趣探索作为“去内卷化”的逻辑起点，开启了文创青年“去内卷化”主体实践的可能。

四、创造性劳动策略：文创青年“去内卷化”的核心路径

无论是从兴趣抗争的自我探索发展到兴趣职业的社会支持，还是趣缘聚合为群体认同，文创青年的兴趣探索都要落实在具体、微观的生产劳动中。虽然说人及其劳动的本质就是创造，但是严密分工、高度竞争的“内卷化”生产劳动往往以丧失创造性为代价。因此，相较而言，文创青年则是以创造性的劳动为策略，开拓、发展“去内卷化”的核心路径。那么，这种创造性的劳动策略如何推动实现文创青年的“去内卷化”？其中又蕴含、呈现怎样的青年文化呢？

（一）非“复制”：回归青年的主体创造

在资本和市场的驱动下，主流的文化生产依赖机械化、数码化的“复制”技术^[17]，大批量制造大众化、同质化的文化产品。其中，劳动个体仅分工承担流水线生产的某一个环节，特别是青年劳动者大多处于文化产业链的生产、制造、销售和服务等中低端岗位。相较于主流文化生产的“复制”性，文创青年的劳动却以个体或小型团队为单位，自主承担文创产品的研发、创意和设计，并把个人想法、技艺和情感投入到生产、制作过程中。

非“复制”作为文创青年创造性劳动的首要特征，贯穿于选材、设计、制作等生产劳动环节。例如，做树脂工艺的文旭，在开始的选材阶段，就精挑细选造型独特、纹理别致的石材，“石头都不一样，肯定是让每一件（作品）都不一样的，每一件都希望是独一无二的，希望每一个人拿到以后都感觉是与众不同的。……就比方说我拿的这块（龟纹石），像用这么大的这种石头，我去做创作，这件作品永远就不会出现第二个了。”而如果选取半加工品的材料，如做珠宝、布艺或木艺等，就会在产品阶段特别注意将材料进行新的组合，所以材料尽管是相同的，不同的甚或同一个文创青年设计出来的文创产品却是独一无二的。制作阶段则依靠工艺技法实现材料组合和设计思路，其间不仅因制作者或产品不同而使用技法不同，而且同一个制作者因想法改变，在同一个文创产品的不同制作阶段也可能采用不同的技法。

这种非“复制”的劳动实践不再以机器或者数码技术为先，也不再陷入精益求精的“内卷化”之中，从而意味着文创青年通过劳动实践成为劳动主体本身，并回归到长时间被机器、技术遮蔽的感觉、知觉、直觉等主体经验中。同时，“青年阶段是反映人的本质力量的核心阶段，精

神的自由创造与实现才是青年发展的本质”^[18]，文创青年的劳动实践就恰好诠释着青年主体能动的创造本质。

（二）反“类型”：彰显青年的个性表现

主流的文化生产依托规模化、工业化的科层制，高效率地制造失去个性的“标准化”文化产品^[19]，以此不断扩张大众文化市场范围。这种文化生产在竞争与创新中虽然也要求个性化，但这里的个性也仅仅是个性的标准化，即“类型化”^[20]。可以说，身处大规模生产和消费的社会，个体的需求、行为方式和生活风格被组织、被管理，不仅主体瓦解，其个性也终结了。而文创青年由个人或合伙开办小型工作室，打破了传统的规模化、等级化的科层管理，自觉建立扁平化的组织机构或项目小组，通过反“类型”的劳动策略尽可能释放、发挥个体或团队成员的天资、潜能和个性。例如，杨风在网络视频制作时，按个人喜好寻找不同于“类型化”的视频，他采用尚未出名但声音独特、好听的中文歌曲给流行英文配乐，“一开始网友都不知道这是谁演唱的，但是很独特、很好听，就引起了许多讨论，这个音乐就体现了我们的东西有个性；而到后来这位歌手、这首歌都出名了，我们就不再采用它了”。这是因为以往小众、个性的元素被大众喜爱后，又成为新的“类型化”。

反“类型”的劳动实践催生的个性化，不是单一的、固定的，而是多种特性的独特组合。具体而言，有的文创青年将生活中不可能的事情、场景变为可能的，因为其中包含着合情合理的生活逻辑，这种从不可能到可能也成为一种个性风格；还有的从自然的、传统中取材，打破旧元素的固有关系，并通过新的组合激发新的个性表现；更有甚者在一般被认为是错误的地方，探寻新的解决思路，结果就获得了新的想法、点子。由此，不同文创青年的同一类文创产品，体现出不同个性风格；甚至同一个文创青年在不同阶段探索文创产品的差异性。

这种多元化个性通过可见、可触的具体形象表现出来，不仅仅包括文创产品的外形、材质、色彩和logo等，还体现为文创青年自身的个性形象，形成了前卫风、古风等形象表征。因此，相对于注重专业技能的传统文化生产，文创青年的反“类型”劳动则偏向个体形象及其表现。

（三）祛“异化”：促进青年的人格完善

在“内卷化”的机器生产中，人越来越成为生产劳动体系中一个个零件，并陷入“异化劳动”中。相较于“异化劳动”，劳动者在强制性劳动中“否定自己”而“感到不幸”，并且导致“人与人相异化”的结果^[21]，而文创青年的劳动实践则是在祛除“异化”中追求、促进人格的发展完善。

首先，从劳动对象来看，文创青年的创造性劳动祛除了主体与对象的分裂。在异化劳动中，劳动对象是“异己的存在物”，劳动主体被劳动对象奴役，其思想、情感被排除在劳动对象之外。而文创青年的劳动从选材、创意到设计、制作都从主体的想法出发，生产出来的文创产品总能体现自己的喜好、构思和技法等。其中尽管存在错误、瑕疵等不完美之处，但不完美的产品因属于劳动主体而体现人格成长、完善的意义和价值。比如，向芳的玻璃作品有灯台、卡通屋和风铃等，它们都是从画设计稿、选材到打磨、拼贴彩色玻璃精心制作而成。在这一制作过程中，向芳难免失误、报废玻璃材料，甚至划破手指、留下伤疤，但是她更满足于“我自己的构思、想法一点点实现出来……在灯光下看，玻璃透射出来的色彩，好神奇啊！”如此看来，文创青年在反复试错中最终获得劳动成果，也就是将劳动主体的想法、技能融合到劳动对象本身，并使得其在主体与对象的统一中获得自我认同。

其次，从劳动过程来看，文创青年的创造性劳动祛除了对主体价值、愉悦的剥离。在异化劳动中，劳动过程本身也被异化，劳动者在强制性劳动中“否定自己”，缺失劳动的幸福感和“感到不幸”；同时，似乎只有在劳动之外才能获得幸福、愉悦，所以玩、休闲也成为劳动的对立面。

而文创青年在劳动实践中,更沉浸于某种手工艺设计和制作的过程,如石玥在制作纹身中“经常是花四五个小时,一气呵成一个作品,这个过程中不能浮躁、分神,做起来就停不下来,还一点不觉得累,完成了就感觉好开心”。这正好映射出文创青年在劳动中专注于过程本身,从而获得愉悦、幸福体验与自我成就感。

最后,从劳动关系来看,文创青年的创造性劳动祛除了主体与自我、他人和社会关系的异化。文创青年则在祛“异化”的劳动中发挥自身潜能,促进专注力和愉悦感的形成,建构出主体与自身的和谐关系。特别是当文创青年进入消费市场之时,创造性劳动获得他人的接受和认可,从而在与消费者的互动中不断改进、完善。如柳杰的树脂工艺品在文创市集吸引了小朋友的关注,于是他设置了儿童树脂手工体验环节,其间不仅与孩子及其家长沟通,还促进了孩子之间、孩子与父母之间的互动。可以说,文创青年的创造性劳动以现场体验的方式,链接了人与人的关系,弥补了机器化生产及产品导致的人与人的隔阂。

五、弹性生活方式:文创青年“去内卷化”的价值目标

在阿伦特看来,劳动“是与人体的生命过程相对应的活动”,工作则“是与人存在的非自然性相应的活动,……提供了一个完全不同于自然环境的‘人造’事物世界”^[22]。因此,文创青年除了以文创产品为对象展开的创造性的劳动之外,也要在人与物组成的生活世界进行社会性、重复性的工作,如联系材料供应商预定材料,在文创市集向产品消费者推介自己的文创产品,以及与同行业的文创青年交流经验。同时,正如列斐伏尔所谓的“工作——休闲”的联合体才是理想的、完整的生活方式^[23],文创青年既采用“非标准的工作时间和工作地点”,即“弹性工作”^[24],又弹性地安排日常闲暇、娱乐。换言之,弹性生活方式成为文创青年“去内卷化”的价值目标。

(一)时间弹性带来自由与失衡

与“上班族”按时上下班打卡不同,文创青年可以灵活、自主选择工作时间。这使得文创青年脱离了被给定的、程序化的“线性”状态,自主地、有意识地拟定符合个人特性和行业要求的工作、生活和闲暇,在时间上形成了弹性的生活方式。从事创意婚礼的沈凡如此描述日常的一天:“我一般上午十点左右才起床、吃早饭,到工作室都快中午了,因为这时候才有预约的客户来谈项目……下午的常态工作到六七点就结束了……”。做创意料理的高岚则说:“如果有一段时间工作连轴转,特别累,我们忙完这段时间就去外地旅行,放松几天。”

其实,这种时间弹性带来的自主、自由是相对的,新的失衡不断滋生于文创青年的日常生活中。一是“随时进入工作状态”。书坊运营的万昆如是说:“工作是没有一个准确的点儿嘛,真的错个十来分钟,错个二三十分钟,没有人让你打卡,没人管你。……许多单位八小时工作制的点儿是死的,我们这个点儿不是,可是我们随时进入工作状态”,还“随时要知道它的进度。”二是“全年无休”或“凌晨工作”的工作时间“超长性”。每天工作时间超出八小时,已经成了许多文创青年的常态。动漫手绘的安悦描述他忙碌的一天:“最忙的时候一天就要手绘四五件作品,那就不带停的,要从下午两点忙到晚上,最晚的时候到了凌晨四点”。三是工作与生活时间边界模糊化。从事石艺手作的曲辰发现:“我们这个工作离生活很近,很多东西的表现力都是在生活中,随时冒出灵感就要记下来、画出来”。制作绒绣手作的黎玫出去旅游,经常逛各地的创意市集,“每当看到什么好的手作品,我就问人家怎么做,或者干脆买下来,琢磨自己还能做出什么新的手作,……出去玩了一圈,经常是背了几大包手工材料、成品回来。”

（二）空间弹性强化了审美化、娱乐化“景观”

相对于时间弹性,文创青年还倡导、践行空间弹性的生活方式。这种空间弹性更多地表现为文创青年在个体空间与公共空间的转移、互换。一方面,文创青年的个体空间具有转向公共空间的弹性。文创青年以个人工作室作为个体的、封闭的空间,既可以不受干扰地进行创造性劳动、重复性工作,又可以在劳动、工作之余吸引来朋友、文创爱好者前来参观、拍照、聚会。由此,封闭的个体空间变换为一种半开放的公共空间。如从事绿植文创的白芸,将一套住宅小区租住房装修、布置为绿植空间,并亲自动手培育、装点绿植。她在访谈中特别提及:“在这里,很容易就沉浸到自己的创作中,安安静静地做做绿植插画、日历、手作品,之后把这个空间和作品发到微博、微信公众号和朋友圈,没想到吸引了不少小伙伴前来拍照打卡,还举办过一些聚会沙龙……。”另一方面,文创青年经常发起或参与文创主题派对、市集和分享会等公共空间的生活、活动,其间出现了公共空间转向个体空间的弹性。在这些公共空间,文创青年不仅展示、售卖自己制作精美的文创产品,还进行现场制作、演示,即把“别处”的个人、封闭性空间的生产创作转移到“此地”公共空间的展示、体验。例如,从事木艺手作的易阳,将材料、工具带到市集,或打磨、或黏贴,继续制作未完成的文创作品,吸引不少围观者。

在高速发展的社会中,人们的生存方式愈发原子化,人际关系愈发疏离,相对来说,其中公共空间的生活更体现文创青年“去内卷化”的理想价值、目标。更为重要的是,一种审美化、娱乐化的“景观”在向公共空间转向中悄然形成,即德波所谓的“通过图像的中介而建立”起来“人与人之间的一种社会关系”^[25]。例如,主题派对一般由文创青年自发组织,他们选择一个相对封闭的文化空间进行,如租用文创园区、商场楼宇等室内空场地,并将其划分为不同的活动区;这些活动区闪烁着时下青年流行语,飘荡着动感音乐;文创青年往往依据活动主题和产品个性,穿戴特定的服饰参与活动,对于他们而言,在这里售卖文创产品已经不重要,重要的是徜徉其间获得视听审美、精神愉悦,表达建立着一种群体间情感联系。而文创市集则采取自发组织、平台联盟和政府合作等方式,大多在商场、文创街区的室外、公共空间举办;每场市集拟定特定的主题,如“TIME BOX 时光盒子”“冬日·恋物有赏”和“星际迷航”等,文创青年配合主题、风格精细布置场地、陈列产品;市集中还有乐队演唱、游戏互动,文创青年在售卖空余自拍、发朋友圈,或者与其他文创青年、不同年龄层的参与者交流,参与市集文娱活动。

可见,这些空间弹性的生活方式消解了刻板、机械的工作与玩乐的对立、界限,共同完成一个个审美、娱乐“景观”。“景观”也就成为了文创青年生活方式的表征,强化关注符号、影像的呈现及其带来的娱乐意义,然而文创青年所生产、售卖的文创产品本身的功用、价值相对居于次要地位,甚至遮蔽了其背后漫长的兴趣养成、艰辛的技能训练和收入微薄等现实境况。

结语:青年“内卷化”成为当下社会热点议题,从学生的绩点竞争、白领的“996”工作制、大厂青年的KPI考核,到外卖小哥的算法支配、带货主播的流量牢笼等,如何才能逃离这样的“囚徒困境”,停止“内卷化”及其产生的相互倾轧、高度竞争呢?除了对制度、模式、文化等宏观社会结构的思考,青年群体愈发“从单一发展到多元化自主模式”,并“不断释放自我力量”^[26],已经自觉反省、实践“去内卷化”。换言之,文创青年的主体实践为“去内卷化”提供了一种可能性,即他们身处高度竞争、发展固化的文化产业系统之内,却回归、探索自己的兴趣、技能,开展边缘化、多样化的自主创业;通过非“复制”、反“类型”和祛“异化”的创造性劳动,建立平等、合作、互动的劳动关系和工作模式,积极从“工具人”的异化中蜕变出来;最终试图实现理想生活方式的目标建构,其间尽管不断地滋生新的困境、冲突,但这也昭示着未来青年与社会发展的新趋势。

[参 考 文 献]

- [1] 黄宗智:《小农经济理论与“内卷化”及“去内卷化”》,载《开放时代》,2020年第4期。
- [2][3] Geertz C. *Agricultural Involution: The Process of Ecological Change in Indonesia*, CA: University of California Press, 1963, p.82, p.80.
- [4] 黄宗智:《长江三角洲小农家庭与乡村发展》,北京:中华书局2000年版,第6页。
- [5] 黄宗智:《再论内卷化,兼论去内卷化》,载《开放时代》,2021年第1期。
- [6] 黄兆信 李远熙 等:《“去内卷化”:融合教育的关键——进城务工人员子女融合教育的现状与对策》,载《教育研究》,2010年第11期。
- [7] 肖 云 邓 睿:《新生代农民工城市社区融入困境分析》,载《华南农业大学学报(社会科学版)》,2015年第1期。
- [8] 陈 晓 王道勇:《个体化视野下的快递小哥职业困境及其应对》,载《社会工作》,2020年第6期。
- [9] 廖梦雅 张 龙:《小镇青年社会认同“内卷化”与角色重构》,载《广东青年研究》,2021年第2期。
- [10] 朱健刚:《新技术时代青年工作意义贫困的根源及对策分析》,载《人民论坛》,2021年第25期。
- [11] 贾文山 石 俊:《中国城市文化竞争力评价体系的构建——兼论西安文化价值的开发》,载《西安交通大学学报(社会科学版)》,2019年第5期。
- [12] 朱丽叶·M.科宾 安塞尔姆·L.施特劳斯:《质性研究的基础:形成扎根理论的程序与方法》(第三版),朱光明译,重庆:重庆大学出版社2015年版,第155页。
- [13] 林 晖:《理性、兴趣与实践:康德哲学中的问题》,上海:上海三联书店2015年版,第119-120页。
- [14] Holland J L. *Vocational Preference Inventory*, Lutz, FL: Psychological Assessment Resources Inc., VPI Introductory Kit, 1985, p.6.
- [15] 高奇琦 李 松:《从功能分工到趣缘合作:人工智能时代的职业重塑》,载《上海行政学院学报》,2017年第6期。
- [16] 王 亮:《趣缘群体、微观实践与自我培力》,载《当代青年研究》,2018年第1期。
- [17] 瓦尔特·本雅明:《机械复制时代的艺术作品》,王才勇译,北京:中国城市出版社2008年版,第4页。
- [18] 袁贵礼:《文化视域中的社会青年化——基于社会进步动力的新视角》,载《江苏海洋大学学报(人文社会科学版)》,2021年第5期。
- [19] 埃德加·莫兰:《时代精神》,陈一壮译,北京:北京大学出版社2011年版,第26页。
- [20] 单世联:《文化大转型:批判与解释——西方文化产业理论研究》,北京:中国社会科学出版社2017年版,第342页。
- [21] 卡尔·马克思:《1844年经济学哲学手稿》,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社2018年版,第47-54页。
- [22] 汉娜·阿伦特:《人的境况》,王寅丽译,上海:上海人民出版社2017年版,第1页。
- [23] Lefebvre H. *Critique of Everyday Life - Volume I*, London and New York: Verso, 1991, p.29.
- [24] Gilliland S W, Steiner D D, Skarlicki D P. *Managing Social and Ethical Issues in Organizations*, La Vergne, TN: Lightning Source Inc., 2007, pp.3-5.
- [25] 居伊·德波:《景观社会》,王昭凤译,南京:南京大学出版社2017年版,第4页。
- [26] 吴小英:《再论青年与青年研究:从概念变迁到范式转换》,载《青年研究》,2019年第6期。

(责任编辑:刘 彦)