

# 新媒介空间与青年亚文化传播

陈霖

**内容提要** 空间不仅是承载、容纳、固定特定活动和内容的场所,更是被人的文化实践生产、建构、形塑和定义的场所。本文据此考察基于互联网的青年亚文化传播活动,揭示其集聚与流动、参与和分享、区隔与融合的传播特性,指出青年亚文化以此而建构起属于自己的新媒介空间。因此,青年亚文化的身份认同、文化创造及与主导文化的关系状态等方面均须置于这样的传播活动和新媒介空间中才能加以理解和把握。

**关键词** 青年亚文化 新媒介空间 传播行动 趣缘群体

陈霖,苏州大学凤凰传媒学院教授 215123

互联网普及以来形成的网络社会,不仅是物理意义上借助电缆和数字化信息流动而形成的空间,即可以传递丰富的信息、进行实时的交互、允许匿名登录等多种特性的空间,而且更是与人们的各种文化实践、身份表达和建构密切相关的空间,因此人们在寄寓于这一空间的同时也形塑着这一空间,建构起属于特定主体的空间。青年亚文化是青年群体基于共同兴趣和价值来表达自我、介入和影响社会的文化实践,它与社会主导文化之间既具有相异的、抵抗的、偏离的一面,又具有互动的、依赖的、融入的一面,并构成社会总体文化不可或缺的组成部分。青年亚文化群体的网络文化实践也正是如此,其对网络及基于网络的新媒介的占有、运用和塑造,并不仅仅意味着获得传受信息的平台和渠道,而更是在此间展开整个文化实践活动,也就是传播。本文对传播概念的理解和运用,源自詹姆斯·凯瑞所说的“传播是一种现实得以生产、维系、修正和转变的符号过程”<sup>[1]</sup>。在詹姆斯·凯瑞看来,传播不仅限于“运输”的意涵,而且具有“仪式”的价值,在传播这种人们交往的仪式中,人们参与某种和多种符号的处理与创作,以此来确立社会的关系和秩序,确认与其他人共享的观念和信念,如此“公众得以形成并能够产生意见的公共生活机制”<sup>[2]</sup>。这也就涉及传播与空间的关系,“人们在特定的空间(即具体的场所)下选择采用特定的传播行动,并影响空间的某些特性。而有媒介和信息技术参与的多变、

本文为教育部人文社科规划项目“中国当代青年亚文化传播的变迁”(编号13YJA860001)阶段性成果。

[1][2]詹姆斯·凯瑞:《作为文化的传播》,丁未译,[北京]华夏出版社2005年版,第12页,第60页。

流动和空间的缺乏确定性,既是主体实践的条件,亦是它的结果。”<sup>[1]</sup>由对传播和空间的如此理解出发,本文探讨青年亚文化群体在新媒介中如何进行传播实践,由此而建构和拓展了怎样的新媒介空间?在这样的传播与空间的互动与互构中青年亚文化群体产生出怎样的文化特性。

## 一、集聚与流动

“物以类聚,人以群分”。在新媒介空间里,青年亚文化成员以相同的兴趣而聚集,形成典型的趣缘群体。所谓网络趣缘群体,是指一群对某一特定的人、事或者物有持续兴趣爱好的人,主要藉由网络进行信息交流、情感分享和身份认同而构建的“趣缘”共同体<sup>[2]</sup>。网络上集群而居的青年亚文化群体都是以趣缘缔结,形成法国社会学家米歇尔·马菲索里(Michel Maffesoli)所谓的“新部落”,它们“没有我们熟悉的组织形式的硬性标准,它更多的是指一种气氛,一种意识状态,并且是通过促进外貌和‘形式’的生活方式来完美呈现的”<sup>[3]</sup>。

“新部落”分散在网络世界的各处,亚文化青年可以自主地在豆瓣上创建小组,在QQ上创建组群,在百度上创建贴吧,在论坛上设立板块,建立各不相同的主题网站,在人人上建立主页,在微博上建立圈子,在微信上设定朋友圈和群聊组……而对“FTP”、“电驴”、“SLSK”、“网络硬盘”、“搜索引擎”等技术的运用,使他们能够方便地双向上传下载,对海量信息加以搜索和整理,并加以储存、传播、分享,并由此而呼朋引伴,结成同盟,分享信息,交流情感,建立起社群。这样的集聚促进了青年亚文化成员的自我认同和群体认同,进一步强化他们在虚拟空间中的归属感,而相应地淡化了他们在现实世界中与家庭、学校、机构、公司、职业的联系,如此而构筑起的新媒介空间,被赋予阻抗现实压力、逃离各种约束、释放创造潜力的意义。“新部落”与传统的青年亚文化帮派团伙的集聚,有着明显的不同。首先,基于互联网的媒介特性使跨越地理边际、阶层区隔、民族差异的聚合成为可能。其次,网络空间的虚拟性和无限性,使过去亚文化族群的实地空间“占领”失去了根本的意义,青年亚文化更加倚重自身的趣味和行为来界定空间。再次,基于互联网的新媒介提供的是活动的平台,就大多数情形而言,它具有开放性并鼓励分享,因此,亚文化群体的文化实践更容易跃出特定的圈子,而产生链接效应,从而进一步拓宽文化实践的空间。

“新部落”也会形成权力运作的构架,即在内部自发地建立组织、协调活动、传递信息。这种权力通常以亚文化资本<sup>[4]</sup>的拥有为依据来进行分配,进行相应的权限设定,游戏中的部落或派别的首领、贴吧吧主、QQ群主、豆瓣小组长等身份就意味着这样的权力。一般论坛中,每个ID都对应着“头衔、贡献度、发帖量、加入时间”等几项基本信息,当一个ID的贡献度、发帖量累计到一定数量后,级别会有所提升,所获权限也会有所扩大。每个级别对应相应的权限,如“乞丐级别”仅有访问论坛等少量权限,级别越高能在集群空间进入的区域越多,可以享受的资源也越多。尽管这里存在着权力制导下的文化实践,但在根本上,网络空间中的“新部落”不是以权力来维系和管理,而是以兴趣、机缘来汇聚,具有随机性和不稳定性。也因此,汇聚于此的个体与“新部落”的关系并非牢固不变,个体可以同时属于几个部落,可以以不同的角色、性别、身份自由地出没在不同部落中,他们在现实社会阶层中的固定位置无从确定也并不重要。

更加重要的是,他们在所属部落之中的定位往往呈现出流动性特征。像土豆网亚文化社区数量

[1]潘忠党、於红梅:《阈限性与城市空间的潜能——一个重新想象传播的维度》,〔广州〕《开放时代》2015年第3期。

[2]罗自文:《网络趣缘群体的基本特征与传播模式研究》,〔北京〕《新闻与传播研究》2013年第4期。

[3]Michel Maffesoli. *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism*, Sage Publications Ltd 1996(98).

[4]Sarah Thornton. *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Blackwell Publishers Ltd.1995(26,29).

最多的“动漫部落”，在113个主要的动漫小组中，几乎每一位小组成员以及小组创建人，都分别加入了一个以上的同类动漫部落。譬如，来自台湾的“饺子爱吃糖”不仅加入了32个动漫小组，还是“腐女世界”、“动漫共分享”、“动漫总动员”等21个亚文化小组的组长。这就表明亚文化实践的主体“在不同时间获得不同身份，统一自我不再是中心。相互包含矛盾的身份认同，力量又指向四面八方，因此身份认同总是一个不断变动的过程”<sup>[1]</sup>。网络媒体的匿名性使个人可以自由地拥有多重身份，人们可以在网上加入虚拟的社群，“玩弄”各种不同的身份，甚至篡改自己的真实经历和性别，“自我”也就处于变化不定的状态之中，青年亚文化的空间也因此而具有流动不居的特性。一个人可以用一个账号在网上标识身份，但是“马甲”<sup>[2]</sup>的泛滥又否定了帐号的可靠性；可以填写用户名和信息注册成会员，但无需登录的“观光”权利又使其身份无迹可寻。譬如，在土豆网上，每一位发布视频的播客都有一个属于自己的空间，从网页功能上，他可以设置包括个人简介、动态、参与小组、收藏视频、视频日志在内的一系列能代表其身份、状态的信息，并通过回复留言、小组邀请等方式与“关注者”联系。但事实上，很少有播客能做到这一点，其空间信息的多寡、互动交流的程度，完全取决于他的兴趣和习惯。保持真实身份的扑朔迷离，其实已是一种常态。播客“胥渡”就这样写道：“我们不过是彼此的一场艳遇，何必将那些过往铭记于心。”<sup>[3]</sup>对网上的大部分亚文化成员来说，游走于各种部落，不只隶属于某一特定社区，而是参与多个社区，于是，他们的自我认同在与他们活动期间的空间相互界定，并呈现出自由无羁、任意铭写的状态。

这种流动性特征的出现，首先是因为新媒介在技术层面支持变动不居、自由无拘的行为选择。在新媒介的虚拟空间里，从一个点到另一个点的距离感取消了，时间感也随之趋于消失；超链接亦使任何存在都缺少时间和空间的确定性；可搜索性则使穿越空间和时间阻隔而抵达期望的目标变得极为容易。这就不仅为亚文化实践的多样化选择提供了极大的便利，而且也以其特性形成对多样化选择的诱导、呼唤，因为在空间进入门槛降低、时间因素淡化的情况下，变化多端的文化实践实际上是在以密度取代空间的宽广与时间的长短。因此，新媒介空间里，亚文化事件的密集围观、迅速转发、花样翻新成为一种常态。

其次，正如列斐伏尔(Henri Lefebvre)在《空间的生产》中指出的，“我们所面对的不是一个，而是许多社会空间……一种无限的多样性或不可胜数的社会空间”<sup>[4]</sup>，新媒介技术的使用或延展、或折射、或补充、或重构了真实社会空间，多样的空间并置、穿插、重叠在网络环境下成为直观的现实存在。青年亚文化实践也正是以其流动性强化了网络社会空间的多样化存在。在实际运营的层面上，新媒介努力营造差异化空间，以赢得竞争；社交媒体上各种应用的发明，正是这种竞争的产物。网络运营商和应用软件开发者为争夺使用者而充分采取社群化策略，针对特定的群体满足其特定的需要。这些当然不是专门为亚文化青年准备的，但是，像微博的圈子，微信的朋友圈，人人的个人主页，大型网络社区里的主题论坛，专门的网站，等等，都成为青年亚文化群体随机切换的场所，他们利用各种软件和网络符号编制自己的文本，运用技术支持的表达和互动方式，在不同的场所之间流转，从而定义了流动不居、面目各异的青年亚文化空间。

再次，新媒介空间中丰富芜杂、急速更新、海量弥散而又未被强制定义的各种文本，时时牵动着亚

[1]陶家俊、赵一凡等主编：《西方文论关键词》，[北京]外语教学与研究出版社2006年版，第470页。

[2]在同一论坛注册两个或两个以上的帐号并同时使用时，常用的或知名度较高的那个帐号一般称为主帐号，其他帐号称为马甲帐号，简称“马甲”。

[3]参见土豆网：<http://www.tudou.com/home/xudu1990>。

[4]Henri Lefebvre. *The Production of Space*. Blackwell publishers Ltd 1991(96).

文化成员的视线,为亚文化成员展开自身的文化实践提供了充分的选择。“这种亚文化内部兴趣的急速转向,体现了亚文化群体认同的跳跃和善变,他们的兴趣来的快,去的也快,选择也不需要有多固定。”<sup>[1]</sup>原文本在亚文化实践中被随机地、即兴地解构,从而生产出别样的文本,按照德·塞托(Michel De Certeau)的说法是“在作者的空间引入了一个不同的世界,即读者的世界”<sup>[2]</sup>。需要指出的是,这种消费式的生产,也随时暴露着青年亚文化身份认同的短暂和浅层;在很大程度上,亚文化实践者的聚集容易被显而易见的潮流和热点所激发、鼓动和转移,虽然看上去保持了选择的自由和主动,显示出消解中心和权威的力量,但也使他们失去了坚执的立场,而显得漂浮不定和支离破碎。

## 二、参与和分享

青年亚文化群体在新媒介空间里的集聚和流动,在根本上与新的交往模式密切相关,这一新的交往模式的突出特点就在于它对参与和分享行为的引导与鼓励。随着 web2.0 时代的到来,web2.0 的“UGC 模式”,即用户生产内容,促进了青年亚文化的生产与表达,构成青年亚文化基本的存在方式,一系列基于网络或移动网络的交流平台和媒介技术,为青年亚文化群体的参与和分享提供了广阔的舞台。

首先,青年亚文化群体在新媒介情境下的参与行为,体现为积极利用网络技术的互动性,构建起属于自己的交往空间,在同好之间表达观点与看法,围绕某个技术或者某个主题展开讨论,围绕相同偶像的闲聊……从而超越简单的信息寻求,形成特定的意义生产机制,维系亚文化群体的归属感。不管是微博里的围观,还是人人上的发布;不管是在微信上交友,还是 Bilibili 上发表即时显现的评论;不管是在论坛里跟贴,还是在网站劈出的新闻评论区“盖楼”,青年亚文化的活动能够在所到之处烙上自身的印迹。即便是各种迷群在网上的“闲聊”,也可以填补文本的裂隙,说明文本中省略或掩埋了的动机和结果,扩展解释的空间,“它再诠释,再表现,再创造。原初的文本是一种文化资源,从中可以生产出无数的新文本”<sup>[3]</sup>。

进一步看,青年亚文化群体在新媒介情境下的参与行为更集中地体现在文本的制作、改编、传播中,从被动的文本/产品的消费者变成了文本/产品的生产者。互联网时代到来之前,大众在信息传播过程中是被动的接受者,他们很难获得媒介传播的资源。媒介技术的进步改变了传播交流的方式,也改变了信息传播的模式。譬如手机、相机、DV 等数码产品的普及,使得普通大众也有了参与摄影、摄像等信息制作和传播的机会,而博客、微博、微信,还有 Flickr、Youtube、优酷、土豆等网站,都为普通人参与内容的生产提供了平台,从而产生了“人人都是导演”、“人人都是麦克风”、“人人都是记者”的现象。青年亚文化群体利用这些技术参与到各种活动之中,包括对公共事务的介入。

网络上各种亚文化族群以相应的文化实践体现的参与精神和参与力量,改变了传统的内容生产方式。新媒介技术为公众参与性实践提供了条件和相应的运作方式,维基百科的公共编写是其典型的代表,它采用“分布式协同”模式<sup>[4]</sup>构成,已经成为世界上被访问次数最多的网站之一。2000年,美国电影《星球大战》的导演卢卡斯在他的 starwars.com 上专辟了粉丝页面,鼓励“粉飞客”往上放再创作的故事、音乐、图片;美剧《迷失》开放式创作的剧集就曾纳入了“粉飞客”的点子,在粉丝论坛里曾一度流传这个荒岛余生的故事纯粹黄粱一梦,这一说法被编剧之一大卫·拉沃瑞看到,随后的剧集就出现

[1]陈霖、魏玉皎:《青年亚文化认同的漂移性》,见《媒介批评第五辑》,[桂林]广西师范大学出版社2013年版,第6页。

[2]米歇尔·德·塞托:《日常生活实践·实践的艺术》,方琳琳译,南京大学出版社2009年版,第42页。

[3]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175页。

[4]舍基·克莱:《未来是湿的》,胡泳、沈满琳译,[北京]中国人民大学出版社2009年版,第70页。

了主角之一忽然惊醒,发现果然是个噩梦<sup>[1]</sup>。青年亚文化的参与式实践,消弭了行业界限,颠覆了文化权威和精英模式。互联网上各种视频恶搞、暴走漫画、网络造字和表情、网络配音等活动,都将青年亚文化以自身的方式反映社会、颠覆主流、表达自我的价值取向弥散和渗透于网络空间。

与亚文化族群在新媒介文化实践中深度参与相伴随的是分享,分享成为青年亚文化族群建构和界定属于自己的文化空间的重要行为。2011年6月,人人网分享页面上一段有关日本动画片的视频,分析许多日本动漫的片头曲中常见的剪辑技巧比如空中飞舞的鸟、人物暴走、人物瞳孔特写、人物持续奔跑等等,并将许多相同的画面剪辑在一起,让观看者一下子领悟动漫片头曲制作的技巧。这一视频被人分享了95405次。毫无疑问,分享的行为为媒介技术所激发,反过来,也激活了媒介技术的潜能。像Flickr作为分享的源头,它所做的仅是由用户给照片加上标注(或者标签)从而实现对照片的排序。当两个或更多用户采用了同一个标签,相关的照片就自动地关联了。这些用户也因此互相关联——共享的标签变成可能的踏脚石,把一个用户引向另一个用户,给照片观看的简单行为增加了一个社会维度<sup>[2]</sup>。青年亚文化群体制作与传播的内容,其分享频率、次数,都刻印了不同的亚文化群体之间、亚文化与主导文化、亚文化与技术的密切互动。

在某种意义上,正是通过分享行为,特定的亚文化群体得以形成,并因此而培育了新媒介情境下的亚文化社区意识。譬如,前互联网时代那些小众的亚文化音乐,诸如摇滚、后摇滚独立乐(post-rock)、极端金属摇滚(extreme metal rock)、哥特暗潮乐(gothic dark wave)、雷鬼乐(Regge)、朋克乐(Punk)等类型通过网络得到最大限度的、跨越时空的传播。亚文化音乐不再限于亲临现场或通过音乐制品分享,也不再限于通过电台、电视或私下黑胶碟的传播形式,新媒介以最迅捷、最广泛、最低成本的方式为亚文化音乐提供了分享、交流和传播的平台。共同的爱好让亚文化音乐迷们在这里分享他们喜欢的音乐,形成像“私人音乐杂志”这样的以分享为主要活动的社区建制<sup>[3]</sup>。

分享作为互联网上活跃的亚文化行为,其精神准则来自早期的黑客们确立的“一切免费”的原则和目标。这一目标无疑对现实社会的权威机构、版权规则、商业逻辑都构成了挑战。VeryCD网站在自我介绍中就表明,其理想是“分享互联网”,通过开放的技术构建全球最庞大、最便捷、最人性化的资源分享网络<sup>[4]</sup>。最能体现青年亚文化分享性特征的,当推活跃于互联网上的字幕组(Fansub Group),正如其英文字面意思所示,字幕组是由爱好者根据个人兴趣所组成的团队,成员们在不同的地方通过QQ、MSN、微信等即时聊天工具和上传技术完成分享。对中国大陆而言,字幕组直接催生了海外影视在青年群体中的流行,也使跨文化交流的通道更为丰富起来,培育了大批的“美剧迷”“日剧迷”“韩剧迷”“动漫迷”等各种亚文化迷群。而像“快闪族”这一亚文化群体,甚至通过“分享—协作”模式勾连起线上线下的活动,发起一个个看似自发,实则高度一致的快闪活动<sup>[5]</sup>。

亚文化分享行为推动了虚拟世界里信息的流动,并因此而连接起飘浮在虚拟世界的孤岛。对青年亚文化而言,也因此扩展了亚文化的空间,体现了新媒介时代里“无组织的组织力量”。当然,我们也应充分注意到,青年亚文化的分享行为和分享精神与知识产权保护之间存在的冲突,这种冲突可能导致知识生产的失序和失范,从而削弱创新的动力,挫伤创新的精神,阻遏创新的行为。

[1]于萍:《从“粉丝”到“粉飞客”》,〔北京〕三联生活周刊2006年版,第24页。

[2]舍基·克莱:《未来是湿的》,胡泳、沈满琳译,〔北京〕中国人民大学出版社2009年版,第22-23页。

[3]参见马中红、刘浏:《亚文化音乐传播的新媒介空间》,见《媒介批评第五辑》,〔桂林〕广西师范大学出版社2013年版。

[4]参见verycd网站的“关于我们”,<http://www.verycd.com/blog/about/>。

[5]参见舍基·克莱:《未来是湿的》,胡泳、沈满琳译,〔北京〕中国人民大学出版社2009年版,第104-105页。

### 三、区隔与融合

Web2.0时代的到来,大大加剧了新媒介传受的互动,正是在频繁的、密集的互动中,各种各样的群组得以形成,从而使亚文化族群获得认同感、归属感,也是在这样的文化实践中,青年亚文化构筑起区隔与融合的空间。

基于互联网技术的新媒介,虽然提供的是开放的空间,但是,当青年亚文化族群开始使用这一空间,便切割出一块属于自己的天地,他们通过进入的途径、交流的符号、共享的情感,形成一个又一个“圈子”,呈现出部落化的存在样态。最典型的是圈子的准入门槛的设置。譬如,大多数“耽美”社区都有严格的准入机制,注册时需要回答和“耽美”相关的问题,若通过还需要一段时间的预备期或观察期(这段时间里,论坛经营者会考察新进成员的表现,判断其是否符合同人女身份)才能被接受为正式成员;有时还需要基于虚拟货币进行交易才能获得相关内容——积分(表明成员在社区中的活动经验值)满多少以上或需要回复(只有论坛注册会员才可以对帖子回复)等才能阅读帖子、下载“耽美”资源……有些亚文化形式,虽然没有严格的空间准入,但是,也以特定的方式构成辨识和区隔的标准。在网上一些迷群和贴吧里流传的由《老友记》资深粉丝编写的《〈老友记〉FANS必备宝典》中,就有“‘老友迷’必须知道的114件事”,还专设了“《老友记》段位测试”。

更为内在的区隔是语言符号层面上的。90后们创造的火星文,结构非常复杂,将古今中外的图形文字元素融合进去,圈内人都能懂,没有沟通障碍,圈外人却无从索解,以此隔绝了父辈和主文化的语言系统。“耽美”文化的语汇系统也是如此,其中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、改编和转译等而来,由此产生新词义,如“攻”、“受”被用来指代男子同性恋爱中的主动方和被动方。同人女将语言符号重新分类并将其混杂起来,从而创制了专属的语汇系统。这个系统在网络上得到了完备的发展,创造了一种独特的风格感,使同人女们凝聚在一起并与其他人区别开来,同时也实现了“耽美”文化与主导文化的区隔与对立,在抵制主导文化的价值基础上积极地生产出亚文化的意义<sup>[1]</sup>。

亚文化族群正是通过区隔达到特定类型的亚文化成员的凝聚。譬如,亚文化音乐网站“私人音乐杂志”,除了发布“私人音乐电子杂志”外,族群成员高频率地在讨论群中互动交流,他们不仅将自己喜爱的亚文化音乐专辑上传供族群成员共享,而且还会分享一些与亚文化音乐相关的图片、电影,甚至是族群成员自己撰写的文字。无论是网站创建者坚持“根据自己所接触和了解的类型进行音乐的选择”,还是族群成员上传“自己喜爱的专辑”,总是能得到其他群族成员的赞美和认可。他人的“感同身受”、欣赏、赞扬是族群成员所渴望得到的,也是他们个体身份建构不可或缺的组成内容<sup>[2]</sup>。族群的这些活动,使区隔的空间变成融合的空间,形成某种情感的共同体。这种融合空间,不仅是情感的共同体,而且是融合文化的共同体。因为青年亚文化的空间区隔实际上也是在前文所述的集聚、流动、参与、分享之中完成的,因此,它在根本上不是空间的排斥与边界的设定,而恰恰是空间的拆解和边界的跨越,由此而形成空间的融合,意味着青年亚文化空间与其他文化空间的彼此错杂和并置生存。

首先,各类媒介产品作为多样文化共享的资源,被青年亚文化根据自身的趣味、目的及掌握的技术手段所改造。譬如,青年亚文化青睐的微视频通过对电视“焦点”与“框架”的取消,冲击与颠覆了电视本身的逻辑,随手抓拍的“社会异闻”(以与过于正式的“新闻”区别)、小区与地铁站的监控录像,都可以随时被传送到网络上;同时,传统电视机构播出的节目又成为青年亚文化微视频制作的重要资源,像对《新

[1] 陆国静:《耽美文化及同人女群体研究》,苏州大学硕士研究生学位论文,2011年,第21-22页。

[2] 马中红、刘浏:《亚文化音乐传播的新媒介空间》,见《媒介批评第五辑》,(桂林)广西师范大学出版社2013年版,第22页。

闻联播》的各种版本的拟仿就是这方面的典型。所有这些都借助网络的超链接和共享性,影像变得可以自主控制节奏,成为更具私人化的娱乐工具,从而也传递了出离政治化和反商业化的信息<sup>[1]</sup>。在此过程中,文化对抗与文化依存、趣味分野与价值关联,在相互对峙之中显示自身,在彼此互动之中各诉其求。

其次,各种媒介技术手段以及表意策略被青年亚文化挪用和征用,形成自身的表达,其本身就是一个融合的过程。美国媒介学者詹金斯(Henry Jenkins)分析了粉丝亚文化群体对小说、电视节目、电影等媒介产品进行的“挪用”,像哈利·波特迷通过改写或者续写哈利·波特故事,表达自己对生活的理解;《幸存者》迷在影迷网站上研究节目后续发展,甚至搜寻线索,发布“剧透”;有些人自导自演草根版的《星球大战》,有些人用Photoshop软件“篡改”卡通形象,以表达自己对时事的见解……他指出,这些“挪用”旨在表达自己对媒介内容的理解,彰显自己的身份认同,反映了“意义与知识的合作生产、问题解决的共享,而这些全都是当人们参与网络社区时围绕共同兴趣自然而然地发生的”,由此而形成了“融合文化”<sup>[2]</sup>。詹金斯所说的“挪用”和“篡改”,也是伯明翰学派亚文化研究中特别考察的符号策略。不同的是,伯明翰学派的亚文化研究,强调的是通过“挪用”和“篡改”而组合成的各种符号,抹杀和颠覆了原有的直接的意义,形成“抵抗的仪式”,而“抵抗”是以阶级对立、意识形态对抗为基础的;而詹金斯强调的则是“挪用”和“篡改”形成的新的文化形式——“融合文化”。这种差异在某种意义上也正是青年亚文化的实在空间与新媒介空间的差异,它意味着在新媒介空间中,阶级、性别、种族、意识形态的对抗性趋于淡化,而消费、娱乐、休闲成为更加突出和重要的因素。

再次,青年亚文化的文化实践和创造以其对其他文化的反哺促成了融合空间。一方面,新媒介环境中,青年亚文化的另类表达瞬间即可转化为主导文化的元素,后者甚至有意识地将亚文化方式作为一种策略纳入自身的话语体系之中,以之标新立异、吸引眼球,实现自身的商业价值。2012年第一届“中国好声音”中,无论是“小魔女”吴莫愁极富叛逆的演绎,还是获得总冠军的梁博最后一曲摇滚式《我爱你中国》,都将亚文化元素缝合进商业、娱乐、主流政治等联袂秀出之中。另一方面,青年亚文化的文化创造和表意策略也因为网络环境的开放性、流动性和全民性,而或快或慢地渗透到日常生活的各个领域。仅以语言为例,我们就可以看到,本属于动漫亚文化专有词汇的“给力”上了《人民日报》的版面,各式各样、五花八门的语体进入机关的公文,大学校长的演说吸纳了年轻人网上交流的用语……上述两个方面都体现了亚文化与主文化之间抵抗而依存、区隔又融合的状态,如果沿用过去“抵抗/收编”的模式来看待上述情况,必然会陷入圆凿方枘的尴尬。

综上所述,青年亚文化群体以其亚文化实践界定了自身的新媒介空间。正如德·塞托所说的,“空间是被在空间里发生的活动的整体所激活的”,“空间就是一个被实践的地点”<sup>[3]</sup>。新媒介空间并不特别地属于哪一种文化,文化主体的力量和价值取向成为空间性质的决定性因素,不仅决定了其技术支持和后台支撑的具体运用,而且决定了在其间的文化表达的形式和内容。青年亚文化群体在新媒介空间中的传播活动和文化实践,形成了浩繁而无边的新媒介空间中突出的文化存在和文化建构,其与文化整体尤其是主导文化构成的关系,实际上折射于空间关系之中,包含着相互之间的差异、对抗,也包含着相互之间的互动、互渗与融合。在这个意义上,青年亚文化传播所建构的新媒介空间也预示着青年亚文化的走向——它不可能形成一家独尊的文化,随时随地分享着其他文化,并随时可能融汇到其他的文化之中。

[责任编辑:平 啸]

[1]陈霖、邢强:《微视频的青年亚文化论析》,[北京]《国际新闻界》2013年第3期。

[2]亨利·詹金斯:《融合文化——新媒体和旧媒体的冲突地带》,杜永明译,[北京]商务印书馆2012年第6期。

[3]迈克尔·德·塞托:《日常生活实践 1.实践的艺术》,方琳琳译,南京大学出版社2009年版,第200页。