

水平集体主义与参与式文化

——网络化时代青年个人价值观新变化研究

殷文 张杰

【摘要】和网络一起成长的00后价值观与90后相比,究竟有什么样的变化?本文通过对00后个人价值观的研究发现,00后的个体意识与90后具有延续性和相似性,但也出现了相异性。00后较为认可个体主义价值观,但同时较为注重他人评价,亚文化群体认同较强,是建立在水平集体主义基础上的个体价值观而非西方的个体主义价值观;00后对网红的认同度较之90后有加强趋势。网络对00后价值观的影响方面,研究发现首次“触网”年龄、每天上网时长与是否考虑成为网红具有统计学意义上的相关性,对00后价值观产生影响,网络涵化效应显现。而之所以出现上述变化,文化无疑是一个重要的影响因素,一方面集体主义价值观自身出现了新的变化,另一方面网络化时代的参与式文化又加强了集体主义的某些面向,出现了与集体主义的合流。

【关键词】个人价值观;水平集体主义;网络涵化;参与式文化

【作者简介】殷文,社会学博士,南京林业大学人文社会科学学院副教授(南京 210023);张杰,社会学博士,河海大学公共管理学院教授(南京 210098)。

【原文出处】《南京师大学报》:社会科学版,2019.2.120~129

【基金项目】本文系国家社科基金“新媒体环境下西方意识形态的隐性传播研究”(14BKS076)与国家社科重大招标项目“面向国家安全的网络信息行为与治理研究”(项目编号:16ZDA055)的阶段性成果。

一、问题提出

21世纪是网络化的时代,网络成为最主要的传播与生活方式,青年的价值观自然会受到影响和改变。然而,学界对网络化背景下90后群体价值观的研究已较为丰富,而针对与网络一起长大的当代青年群体00后的价值观的相关研究却付之阙如。不可否认,与新世纪同龄的青年群体00后已逐渐进入社会公众的视野,而其诸如二次元、吐槽、戏谑等种种社会行为表现也不可避免地成为广受讨论的社会现象。可以说,伴随着互联网一起长大的青年群体从思想、行为到日常生活都已经嵌入互联网时代的互动逻辑体系及其情境中。^①因而,对于已完全置身于网络建构的虚拟环境之中的青年群体,如何引导其

树立积极健康的价值观已成为社会必须重视的新问题。因此,本文以网络化时代的青年群体:00后的个体价值观作为研究的立足点,把握其个人价值观的特征及代际新变化,探究网络化生存对青年群体价值观的影响,进而讨论网络化时代青年群体价值观变化背后的文化因素。

分析现有的网络化背景下90后价值观的研究,发现90后个人价值观呈现出的新特征主要表现在:与70后、80后不同,多元性、多样性、多变性成为90后更突出的行为表现,其中,“主体意识”或“自主意识”是90后最本质的群体特征。^②也就是说,随着社会经济的发展,90后的价值观开始逐渐从对物质财富的追求转向对个人主观幸福、自我表现、政治参与的追求。对90后青年精神世界的研究表明,90后是

“活在当下”的一代,金钱和财富不再作为其衡量个人价值的主要标准,他们更普遍关注当下的生活体验和个体的主观幸福感受。^③英格尔哈特关于物质主义价值观向后物质主义价值观转型曾提出一个关键的文化维度作为划分依据,即生活价值观由生存价值观向幸福价值观转变。可见,90后“活在当下”的生活理念反映了其价值观从物质主义价值观向后物质主义价值观的转变。

如果说,后物质主义价值观只是作为亚文化现象在90后群体中的一部分人身上得以体现,是作为价值观转型的萌芽而出现的,尚未成为社会中占据主导优势的优先价值观。^④那么,作为与网络共同成长的00后,这种个体价值观是否已经成为00后的主导性价值观,还是与90后存在着差异呢?这是本研究首先要解决的问题。

现如今社会公众对00后的评价及大众媒介对00后形象的传播中包括任性、现实、多元等特征,这与当初对90后所贴的标签极其相似。这在反映社会对00后群体普遍印象的同时,也揭示了大众对该群体可能所抱有的某种偏见和刻板印象。因此,00后群体的价值观是否完全等同于大众媒介所塑造的形象?这同样需要通过实证数据予以验证。

作为与网络共同成长的一代,网络已经成为00后成长过程的一部分。传播学中的涵化理论认为我们接触媒介的时间越长,就越容易把媒介中所表现的世界当作是真实的世界,模糊了媒介真实与现实真实之间的界限。^⑤但是,涵化分析的研究主要集中在电视媒体对受众现实感知的影响,对于网络涵化效应的研究在国内尚不多。而00后,作为与网络共同成长的第一代,对于网络涵化效应研究而言,是最为合适的对象。因而,通过调查数据探讨网络化生存是否存在涵化效应,即对00后的价值观是否会产生影响也成为本研究的重要目的。

因此,本研究通过对00后个人价值观的研究,可以在有效把握00后价值观面貌的基础上,检验00后价值观表现出的代际新变化及代际差异,进而发现网络是否对00后的价值观产生影响,是否存在着网络涵化效应。在此基础上,探索00后价值观变化背后的社会与文化结构性因素。

二、个体独立、个体成就与亚文化认同:网络化时代青年的个体价值观

本次研究对象沿袭代际划分的学术传统,选取的是2000-2010年出生的群体。本次调查主要依托于腾讯网与南京航空航天大学社会学研究所联合开展的关于“00后”个人价值观及生活方式调查数据。调查采用自填式问卷的方式进行,通过在网上发放调查问卷,被调查者用电脑或手机填写问卷。调查共回收问卷13855份,按照年龄的调查要求,得到有效问卷10211份,回收数据导入SPSS 19.0进行统计分析。其中,男生人数为4726人,占比46.3%,女生人数为5485人,占比53.7%;出生年份主要集中在2000-2005年,占比87.1%,而2006-2010年出生的样本仅占12.9%。

(一)研究假设的确定

根据本研究的目的,首先考察网络化背景下00后的价值观现状、验证00后是否延续了90后的自我独立意识和个体意识,探究00后群体个人价值观的新变化及其代际差异,从而对前述的社会优先价值观由物质主义向后物质主义转型的变化趋势进行检验。邓希泉指出,00后是互联网全面创新的一代,而90后则是互联网全面嵌入生活的时代;这意味着00后与90后在很多方面出现相对明显的区别,将会是将其特性全面展现的一代,会在90后的基础上跃上新台阶。^⑥因而据此推测,00后在个体意识层面将会比90后具有更为明显的表现。根据研究需要,将这种个体意识主要操作为自我独立倾向、个人成就意识两个维度。通过数据来验证00后的个体价值观是否存在这两个维度的变化。

其次,90后已经出现了对“小团体”的认同,90后对群体的外显认同程度较高,对群体存在积极的内隐认同。^⑦在网络化生存的当下,00后对于自身群体文化的认同应该更为强烈。因此推测00后的亚文化群体认同更为强烈。

最后,探究网络涵化效应,即探讨网络化生存对00后价值观塑造的影响。涵化效果最初是以“涵化差异”的形式来体现的。从自变量来看,其中收视时长是影响涵化效果的重要指标。看电视愈多的人,

其世界观与电视内容所呈现的答案愈一致。但用唯一指标来考证涵化效果所得出的结论遭到质疑。综合来看,后来学者的指标,包括收视时长、认知真实、收视动机、个人直接经验、节目内容和社会结构等。^⑧随着社会的发展及媒介的革新,涵化理论被用到新媒介中。目前国内网络媒介的涵化分析主要集中在对暴力、治安、犯罪上,其次是价值认同、身份认同等方面。^⑨根据研究需要,结合涵化分析的操作化惯例,本研究将网络化生存操作为上网时间与首次“触网”年龄两个维度,来探讨网络对于该群体价值观的影响,从而验证是否存在网络涵化效应。根据文献,涵化效果则可操作化为对暴力的态度、疏离感、政治效能感及生活满意度等,^⑩本研究操作化为对“网红”的内化程度。

基于以上认识,本研究做如下假设:假设一,00后呈现出明显的自我独立倾向;假设二,00后具有较强的个人成就意识;假设三,00后亚文化群体认同倾向明显;假设四,00后网络化生存与价值观存在相关性,即存在涵化效果。

(二)网络化时代青年个人价值观现状的调查结果与数据分析

依研究问题的需要,本研究在借鉴中国青少年消费者生活方式和价值观量表的基础上对该量表的题项进行了适当的删减,以此来展开对00后价值观和生活方式的调查。

为检验量表的建构效度,本研究采用了因素分析检验。KMO是Kaiser-Meyer-Olkin的取样适当性量数,当KMO值越大时(愈接近1时),表示变量间的共同因素愈多,愈适合进行因素分析。此处的KMO值为0.838,呈现的性质为“良好的”标准,表示变量间具有共同因素存在,变量适合进行因素分析,^⑪同时球形检验的(Chi-Square)值达到显著,代表总体的相关矩阵间有共同因素存在,适合进行因素分析。

通过主轴因子萃取法共抽取三个共同因素,三个因素转轴后的特征值分别为2.720、2.087、1.937,三个因素构念解释个别的变异量分别为20.925%、16.053%、14.898%,联合解释变异量为51.876%。(因素分析时,如果萃取后的联合解释变异量为50%以上。则萃取的因素也可以接受。^⑫此处的联合解释

变异量已达到50%,因而保留三个因素是合适的。)

以0.4作为选取因素条目的标准,根据各因素构念包含的题项变量特性,因素一命名为“自我独立倾向因子”,因素二命名为“亚文化群体认同倾向因子”,因素三命名为“成就意识因子”。

然后进行了量表各层面与总量表的信度检验。其信度分析结果如下:个人价值观与生活方式总量表的信度系数为0.814,各层面构念的内部一致性系数分别为0.72、0.741、0.645。因此,量表的总信度与各层面的内部一致性信度较佳。说明本研究使用的量表具有相当的信度。

统计结果显示,00后是对个人成功非常渴望的一代,八成被调查者认为自己至少是对渴求成功这一描述比较符合的,而超一半的调查对象则认为该描述非常符合其实际情况(52.2%)。主张个性自由也是此次调查得出的00后价值观的特征之一,66.3%的调查对象觉得自己符合一直在追求独立风格这一描述;但是,主张个性自由的00后却又很难不考虑别人对自己的评价,调查中仅有34.7%的调查对象认为自己不介意别人对自己的看法,00后中的大多数未能做到完全的自我独立;00后的职业价值观则表现的相对包容,无论是从事诸如教师或医生这样的传统的、稳定的职业还是选择进入演艺圈这样的娱乐行业,00后对此并无明显的偏好倾向,两类职业的选择比大致相同。这说明00后的个体价值观是后物质主义价值观,追求个人幸福而非单纯的财富和金钱。

此次调查发现,00后的群体特征(群体画像)大致如下:追求时髦流行(符合:43.7%、不符合:24.8%)、喜欢挑战(符合:54.8%、不符合:14.7%)、喜欢丰富多彩的生活(符合:52.4%、不符合:24.5%);相反,社会舆论持有的00后特征的刻板印象并不符合本次调查的结果:不切实际(符合:30.1%、不符合:44.9%)、考虑成为网红(符合:22.1%、不符合:62.2%)从自我报告来看,这两者都不占多数,可见,媒介所塑造的00后的刻板印象并不真实。

值得提及的是,00后在非常符合追赶潮流和考虑过成为网红这两项指标上的占比都明显高于90后群体。对90后的研究指出,有9.9%的90后大学生认为,他们是赶潮流的,只要有新的电子设备面世,他

们就会去抢先购买;^⑩而对于网络红人的认识,绝大多数90后的认识是理性的,只有4.5%的90后对网络红人现象持肯定态度。^⑪因此,若从这两项指标来比较90后和00后群体的代际价值观差异,00后对于时尚、潮流的追逐以及对于网络红人的认可显然要比90后更为强烈,这是00后价值观内容中呈现出的一個代际新变化。

综合观之,00后有强烈的个人成就动机,但并没有不切实际;个体独立意识明显,却又在意别人的评价;崇尚丰富多彩、时尚、刺激的生活方式;认可网红的00后并不普遍,但有代际增强的趋势。

此外,综观各层面的项目平均数,观察值在“自我独立倾向”层面的平均数为3.030,同比其他层面得分最高(此量表的赋分为5分制,从非常符合到非常不符合的赋分依次升高),即00后的崇尚自我的意识并非如研究前所推测的那样,比90后有着突破性的发展。调查数据显示,00后对个性的强调和与众不同的推崇程度只是处于一般水平。因而假设一不成立,即00后的自我独立倾向并不显著;相反,00后在“成就意识”层面的单题平均数为2.054,同比其他层面得分最低,对描述的符合程度最高。因而,假设二成立,即从普遍意义上来讲,00后的个人成就意识已接近于非常强烈的程度,其敢于挑战自我、努力发展自我的倾向非常明显。最后,亚文化群体认同倾向也是00后呈现出的较为明显的特征,调查数据显示,2.700的项目平均值处于比较符合这一特征的层面,因此,假设三成立,00后具有较为明显的亚文化群体认同倾向。

如果结合西方的个体主义(individualism)内涵,即强调个人的独立性和自主意识,主张个人按照自己的意愿和理想取得成就,来对比此处的00后个人价值观的因子分析结果,会发现,00后对于西方的个体主义价值观的认可度总体处于较高水平,尤其以追求个人成就最受00后所热衷。但是,西方个体主义对于个人成就的追求强调的往往是以个人独立为优先,反对任何形式的外来压力,无论是集体的还是社会的。由此处自我独立层面的观察值可以发现00后颠覆传统、崇尚自我的倾向并不强烈;与之相反,00后对亚文化群体的认同则处于较高水平,因而,此

处00后所呈现出的较强的个体价值观不可与西方个体主义价值观所等同。

00后对亚文化群体的认同与依赖也从侧面反映了该群体的集体意识。00后对亚文化的推崇伴随“同伴文化”而带有集体性的特征,他们通过与群体中的同伴互动、交流,从而建立自我。这也是中国式的个体独立与西方个体主义价值观的显著区别所在。

依据西方个体主义价值观所强调的个性、独立、自主、权力、竞争以及个人成就,那么,00后个体意识的进一步凸显是毋庸置疑的,且有相当一部分的00后对个体主义的内涵表示认可,但是,00后的个体意识如前所述,又呈现出与西方个体主义价值观不同的内涵。其个体价值观处于西方的个体主义与中国传统的集体主义之间,呈现出与西方个体主义价值观不同的个体意识:既独立,又依赖。

三、网络化生存:网络涵化效应对网络化时代青年价值观的影响

(一)与网络共同成长的价值观念

网络不仅作为一种技术形态,更因为其文化形态与传播特性和年轻人的心理诉求不谋而合。然而,网络对青少年价值观的培育也具有双面效应,尤其是网络创造的虚拟环境给青少年的价值评判带来的困难,更引起很多研究者的担忧。

本次00后的调查表明,休闲娱乐、浏览信息是00后上网的主要目的。其中,听歌、看影视剧/动画片,选择人次达6213,占比60.8%,打游戏的选择人次达4295,占比45.1%,而有42.1%的00后上网主要是为了浏览信息。

如果说,90后是伴随着网络、移动通信等现代传媒成长起来的一代,那么00后作为与新世纪相伴而生的新一代,他们自出生起便体验着网络创造的虚拟世界。本次调查显示,83.2%的00后已拥有属于自己的电子产品;而从首次“触网”的年龄来看,57.5%的被调查者首次触网的年龄分布在9岁之前,其中,5岁之前已经上网的00后有9.9%,首次触网年龄为7—9岁的00后最为常见,占比25.9%,而在11

岁前已接触到互联网的00后则达80.1%。若以五年为限对00后群体作更加细致的划分,其中,05后(2006-2010年出生)较00后(2000-2005年出生)而言,其首次“触网”年龄提前大约2年,05后5—7岁最普遍,00后7—9岁则更常见。显然,首次“触网”年龄逐渐低龄化的趋势难以避免。

值得注意的是,网络是西方国家向青少年传播价值观的主要场所,通过电影、评论等灌输西方的价值观念。^⑤

(二)网络化生存对00后价值观的影响分析

每天上网的时长与首次“触网”年龄是衡量上网情况的两个重要指标。要了解网络化生存对00后价值观的影响,我们可以从每天上网时长与首次“触网”年龄两个维度来探讨00后上网情况与该群体价值观形成的关系。

由前所述,00后对网络红人的认可显著高于90后,这是价值观内容中呈现出的一个新变化。而网络红人则是依托互联网,因为其一些网络行为或某种特征而引发关注,“一夜成名”。然而,网络红人受到关注甚至吹捧,反映了社会心态的浮躁与公众审美标准的扭曲,反映了公众价值观的评判标准出现偏差。^⑥也就是说,网络红人是网络现实中的特有现象,而非真实现实。因而,如果触网年龄越低、上网时间越长的00后,对于网络红人认可度高,说明网络现实已经被00后接受为真实现实,网络对00后产生了涵化效应。

因此,将变量每天上网时长、首次“触网”年龄纳入二元Logistic回归模型,考察其对网红的认可程度的影响力,这在一定程度上可以预测上网情况对00后价值观的影响,特别是可以测量网络对00后的涵化效应是否存在。

通过回归分析(见表1)可以发现,“每天上网时

长”“首次触网年龄”两个自变量,对是否认可网红组别预测的回归模型的整体模型显著性检验的卡方值为302.358($p=0.000<0.05$),达到0.05显著水平,说明所投入的自变量中至少有一个自变量能有效预测样本在因变量上的概率;^⑦再从个别参数的显著性指标来看,每天上网时长、首次触网年龄两个自变量的Wald指标分别为273.228、33.143,均达0.05显著水平,即每天上网时长、首次触网年龄两个自变量与是否认可网红组别间有显著关联,这两个变量可以有效预测与解释是否认可网红组别。两变量的胜算比分别为:0.709、1.117,表示样本在每天上网时长测量值增高1分,不认可网红比认可网红的概率就减少0.291(29.1%);样本在首次触网年龄测量值增高1分,不认可网红比认可网红的概率就增加0.117(11.7%)。即00后每天上网时间越长,其对网红的认可度越高;00后首次触网年龄越小,其对网红的认可度越高。

基于上面的回归模型分析,变量每天上网时长与首次“触网”年龄对是否认可网红具有尚佳的预测力,且随着00后每天上网时间的延长,他们对网红的认可程度随之提高;首次“触网”年龄越小的00后,考虑成为网红的概率越大。因此,假设四成立,上网情况与00后价值观的形成具有统计学意义上的相关性,即网络化生存状况对00后价值观的塑造产生影响,网络化生存程度对于00后产生了涵化效应。

四、后物质主义、水平集体主义与网络涵化效应

通过上述的数据挖掘,可以初步发现:

(一)后物质主义价值观逐渐成为优先价值观

王欢、邓希泉等人的研究认为:90后区别于以往的世代,推动着社会价值观的转型,使得后物质主义

表1 整体模型的适配度检验及个别参数显著性的检验摘要表

投入变量名称	B	S.E.	Wald	df	sig.	Exp(B)
每天上网的时长	-.344	.021	273.228	1	.000	.709
首次“触网”年龄	.111	.019	33.143	1	.000	1.117
常量	1.809	.096	357.567	1	.000	6.105
整体模型适配度检验	Omnibus 检验值=302.358***					

注:* $P<0.05$,*** $p<0.001$ 。

价值观逐渐成为社会的优先价值观。但是,由于社会环境等的限制,90后并没有完成这一历史使命。00后将延续90后群体的这一使命,继续践行社会优先价值观的转型,即后物质主义价值观取代物质主义价值观,并在个体意识张扬层面将比90后有着突破性的发展。

本次研究发现,一方面,00后主张个性自由、追求个人成就,但另一方面,其个体倾向又表现出与西方个体主义不同的面向,并未如学者所推论的明显区别于90后。00后的心理表现出复杂性,虽然主张个性自由却又重视他人对自我的评价,呈现出既独立,又依赖的个体意识。

如果说,90后开始注重个体独立意识和自我意识,那么,00后确实继承了90后的这一新价值观。00后较强的个人成就意识以及其对物质财富追求的代际递减的趋势,也在一定程度上表明了后物质主义价值观逐渐成为社会的优先价值观。但00后的个体价值观并未发展成为西方的个体主义价值观,而是呈现出矛盾性的特点,处于西方个体主义价值观与东方集体主义价值观之间。既重视个体成就、个体自由,又依赖他人,认同群体。从这个意义上来说,00后的个体价值观明显受到了网络中的西方个体主义价值观和现实中的集体主义价值观的双重影响,呈现出与西方个体主义价值观既有联系,但又有本质区分的矛盾性特征。

(二)水平集体主义:网络化时代青年个体价值观的集体主义基础

00后的个体价值观中最让人迷惑的就是其矛盾性:既有西方个体主义的一面,又有集体主义的一面,依赖他人,认同亚文化群体。展现出游离于中国传统的集体主义和西方个体主义之间的矛盾面向。如何理解这一价值观的矛盾性呢?

学者黄任之曾根据Triandis等(1995)^⑧编制的个人主义和集体主义量表^⑨对中国青少年的社会文化价值观进行了考察。研究表明,中国青少年对水平集体主义最为认同,即认为集体中的成员应该是身份平等的,彼此之间可以相互依赖,承认个体的差异性,寻求成员之间个性的互补。其次,中国青少年较为认同的是水平的个人主义,同样是对个体身份的

平等性原则的强调,但也突出了个体自治的思想。^⑩

由此可以发现,中国的青少年在社会文化价值观的选择上出现了将个体幸福与集体发展结合起来的现象,垂直的个体主义或集体主义价值观都较少获得该群体的接纳,而水平的集体主义和个体主义则得到了该群体的认同。根据这一理论,本次调查中所发现的00后个体价值观的新变化就可以得到一定程度的解释。首先,00后有崇尚个体自由、个体成就的一面,这反映了社会优先价值观的变化,也体现了00后对水平个体主义的认同。在价值取向多元化的社会中,青少年的自我独立意识和自我成就意识一方面得到凸显,但另一方面同中国传统的集体主义价值观存在着冲突性和矛盾性,这种自我独立意识和自我成就意识很难通过传统的集体主义得以实现,而相对平等的水平集体主义则为水平的个体主义提供了存在和发展的土壤,对水平集体主义的认同在一定程度上解释了00后对他人评价的在意和对亚文化群体的认同与依赖。因此,对亚文化群体的认同,事实上是这种水平集体主义的体现,成为青少年的首选价值观。因此,00后的个体价值观不同于西方的个体主义价值观,是建立在水平集体主义基础上的个体价值观。

(三)网络涵化效应开始显现

涵化理论,又称培养理论,最早由格伯纳提出。涵化理论认为,媒介对受众有涵化效果,媒介的变化会涵化社会环境,社会环境又会涵化个体行为。同时媒介本身的内容也会涵化个体行为。在本研究中,这种涵化效应就体现在00后对“网红”这种一夜成名的现象的价值判断上。在现实中,青少年在看待网络“一夜爆红”的现象时本应给予理性的认识,“一夜成名”不应该成为青少年追捧的价值导向。但从本次的调查结果来看,00后对网红的态度虽然表现为理性看待的居多,其对“一夜爆红”现象的认可度约两成,若从代际差异上来看,考虑过成为网红的00后比90后要显著增多,这一比例的变化存在代际增强的趋势。而从前述的上网年龄和上网时长与对网红认可程度的回归分析结果来看,符合涵化理论的假设。即越是重度上网者,受到网络虚拟现实影响越大。可以说,对于网络红人的认可在一定程度

上反映了重度上网的00后受到网络化生活的影响,价值观开始趋同于网络现实,网络对00后的价值观的涵化效应开始显现。

五、集体主义与参与文化的合流:对网络化时代青年个体价值观的反思

在传统的研究范式中,中国人一直被视为是集体主义的。这以帕森斯的模式变量最为著名。帕森斯基于他的行动者理论,提出了情境规范和社会价值观(社会规范)给行动者提供的理念型意义的二分选择,一共五项。其中第二项即为自我取向-集体取向。^④虽然帕森斯并不是针对中美文化差异而是基于行动者的情境规范选择提出的,同时这种二分也是理念型意义的,但是由于其解释力,很快就被跨文化心理学广泛运用并被用于解释中国人与美国人的文化与价值观差异。这一维度被Hofstede的个人主义/集体主义价值观量表予以实际的操作化定义后,成为测量和解释中西方文化和价值观差异的主流范式。^⑤在这个量表中,Hofstede列出了十个题项来测量集体主义,主要涉及个体具体的行为和规范。这个量表对四十个国家进行了测量,发现以中国人为主要的社会,集体主义得分均很高,而美、英、澳洲等社会,偏在“个人主义”这一端。后来Triandis给集体主义下了一个相对简洁的操作性定义。1.着重内圈子整体对事物的看法、需要及目标超过自己的。2.着重内圈子决定的社会规范及责任多于出自自己的喜好。3.着重与内圈子共同拥有的信念,多于着重自己与内圈子不同的信念。4.着重与内圈子采取合作的态度。^⑥之后的各种操作性定义中,对他人(内群体)的重视、允许其参与自己的生活,与他人分享成为集体主义价值观在个体层面的主要指标。而个体主义根据Waterman的操作性定义,个体通过自由选择来追求自我目标,承担个体责任,但是必须尊重任何他人的尊严,给予他人同等的权利。^⑦帕森斯认为,自我奋斗和自我成就是美国式个体主义的核心特征。从这个角度来看,00后的价值观确实已经有了美国式个体主义的表面特征,强调自我成就,但是美国式个人主义的前提是自由选择和自我奋斗,强调个

体-他人关系中个体的自主性,这一点和中国的00后之间构成了根本的差异。按照Kashima的观点,个人主义和集体主义之间最重要的差别在于:两者对于“人”的看法不同,个人主义是以人的实质来看人,而集体主义是以人与人的关系来看人。^⑧从调查结果来看,00后普遍重视他人对自己的看法,重视群体关系,因而,从关系取向来看,00后又是集体主义的。

如前所述,集体主义按照Triandis的测量,可以分为垂直集体主义和水平集体主义,中国的青少年更偏向水平集体主义,即强调成员之间的相对平等性。这和本研究的发现相似,按照集体主义/个体主义的维度,00后介于水平集体主义和水平个体主义之间,具备了某些个体主义的特征,强调个人成就,但本质上是集体主义的。但这种集体主义和典型的集体主义(垂直集体主义)相比,又强调内群体成员之间的相对平等性。然而,结合本次调查的其他发现,如对于亚文化群体的认同和依赖,对于网红的欣赏甚至崇拜,单单用水平集体主义中对群体的认同无法完全解释这一现象。有必要引入新的解释工具。

集体主义/个体主义虽然是一个被广泛用于讨论跨文化差异的二元分析框架,但是研究者也早就指出这是一个理念型,并不是西方就都是个体主义的,而东方都是集体主义的,任何社会中都存在着个体主义和集体主义,从本质上来说,Triandis的四分法虽然沿用了集体主义/个人主义的二元框架,但是已经有了连续统的想法。我们可以把垂直个人主义和垂直集体主义视为对立的两极,而水平个人主义和水平集体主义则处于两级的中间,构成了一个渐变的连续统。任何社会中的成员都可能处于这个连续统的某一点上。因此,西方社会并不如这个分析框架所展示的,是典型的个人主义,而是处于这个连续统的某一点上,同样的,中国社会中的成员,特别是00后,也不一定是典型的集体主义,同样可能处于这个连续统的某一点上。

那么,有什么样的概念可以更为准确的描述00后价值观无法被水平集体主义涵盖的那部分呢?00后之所以重要,如前所述,就在于他们/她们是网络中成长的一代人,是中国网络化社会的原住民。网络构成了他们社会交往,联系朋友,构建趣缘群体,

获得成员资格和偶像崇拜的主要场所。而正是在网络参与中,他们/她们获得了一种与个体主义强调个人至上、个人奋斗不同的文化和社会化经历,这种经历就是詹金斯所说的参与文化或参与式文化。参与式文化是詹金斯在他的名著《文本盗猎者:电视粉丝与参与式文化》中针对粉丝群体的互动、讨论从而生产文化的现象提出的阐释性概念,这个概念在其《直面参与式文化的挑战:21世纪的媒介教育》中得到了明确的界定。主要包括1.对于艺术家式的表达和公民参与较低的门槛。2.对于创造、和他人分享创意产品予以强有力的支持。3.非正式的在某些方面最有经验的导师能够将其经验传授给新手们。4.认为他们的贡献很重要的成员。5.与其他人有某种程度社会联系的成员(至少,他们在意别人对他们创造物的评价)。⑩可见,成员的相对平等性、作品的分享性和协同创造,通过创造获得群体内成员的尊重和承认是参与式文化的核心特征。而这与本次调查中00后崇尚平等、个人成就和他人认可相当的吻合,可以说,00后的个人价值观是在网络参与式文化中逐步社会化形成的。表面看,他们认可网红,但这和单纯的偶像崇拜不太一样。首先,对网红的认可更多的是认可草根性的网红,是对个人成就的认可;其次,网红都离不开粉丝的参与、互动,对网红的认可,是这种参与式文化的认同,对参与式文化中的成员平等、分享和协同的认同。

因此,00后价值观的变化,是水平集体主义和参与式文化的共同结果。如果说垂直集体主义向水平集体主义的转型折射了中国社会的剧烈变迁,新一代青年群体对于传统价值观呈现出既继承又有变化的一面,那么,参与式文化作为一种网络体验和网络社会化,对于新一代青年群体的影响无疑是复杂的。一方面,网络的去中心化和参与式文化的扁平式社群结构,让他们体验和逐渐认同成员间的平等性,个体创造的乐趣,这相对于传统价值观而言是一种价值观的变化,呈现出水平集体主义甚至个体主义的一面;另一方面,参与式文化对于与他人分享的强调,与他人协作的重要性,这又与中国集体主义价值观的一部分重合,但是对于00后这样的独生子女,在其现实的社会化过程中,由于其物质的相对丰富

性和家庭资源指向的唯一性,又很难在现实中扮演和体验。而通过网络中的参与式文化,新一代青年群体体验和认同了分享、对他人的依赖、协作这些传统的集体主义价值观的部分,并扩展、调整、整合为自身的价值观。因此,参与式文化对于集体主义价值观而言,又有恢复传统的这一面。

因而,当从参与式文化的角度来考虑本次调查,我们发现,00后所代表的网络化时代的青年群体,是处于集体主义-个人主义连续统中比较偏向水平集体主义的某一点上。而网络化生存或者说参与式文化,并不一定意味着是价值观的混乱或个人主义盛行,通过本次研究发现,参与式文化对于集体主义价值观而言,有着纠偏西方个人主义和集体主义合流的这个面向的潜能。当然,这需要今后进行进一步的数据搜集和发现。

论文数据来源于南京航空航天大学与腾讯事实说合作的00后价值观调查。

注释:

- ①李庆真:《网络化背景下青年价值观代际群比较研究》,《浙江社会科学》2016年第3期。
- ②邓希泉:《“90后”新价值观研究》,《思想理论教育》2016年第9期。
- ③张宇慧:《缺乏集体记忆的二代——互联网时代的90后青年精神世界》,《中国青年研究》2015年第12期。
- ④邓希泉:《“90后”新价值观研究》。
- ⑤刘海龙:《大众传播理论:范式与流派》,北京:中国人民大学出版社,2008年,第244页。
- ⑥邓希泉:《“90后”新价值观研究》。
- ⑦赵晓露:《“90后”大学生自我概念、群体身份认同及其关系的研究》,硕士学位论文,华东师范大学心理与认知科学学院,2012。
- ⑧黄明明:《电视新闻暴力内容对儿童之涵化效果初探》,《新闻学研究》1994年第48辑。
- ⑨韩芳:《涵化理论视阈下自媒体对大学生身份认同的影响》,《西南民族大学学报(人文社会科学版)》2015年第4期。
- ⑩黄明明:《电视新闻暴力内容对儿童之涵化效果初探》。
- ⑪吴明隆:《问卷统计分析实务——SPSS操作与应用》,

重庆:重庆大学出版社,2010年,第217页。

⑫吴明隆:《问卷统计分析实务——SPSS操作与应用》,第217页。

⑬宋仕平:《网络媒体对90后大学生价值观影响的调查与分析——以三峡大学为例》,《三峡大学学报(人文社会科学版)》2015年第2期。

⑭王欢、祝阳、刘颖:《网络快餐文化背景下的90后大学生价值观研究》,《现代情报》2014年第5期。

⑮王欢:《网络对90后大学生价值观影响的实证研究》,《现代情报》2014年第4期。

⑯王欢、祝阳、刘颖:《网络快餐文化背景下的90后大学生价值观研究》。

⑰吴明隆:《问卷统计分析实务——SPSS操作与应用》,第232页。

⑱H. C. Triandis, Individualism and Collectivism, Boulder: Westview Press, 1995.

⑲Triandis等人引入了水平(horizontal,强调个体间的平等)和垂直(vertical,强调个体间的不平等和权力关系中的等级)两个维度,将个人主义与集体主义划分为水平个人主义、

水平集体主义、垂直个人主义、垂直集体主义四种类型。

⑳黄任之:《青少年个人主义——集体主义外部特点和内隐特征研究》,博士学位论文,中南大学,2007年。

㉑T. Parsons & E. Shils, Toward a General Theory of Actions, New York: Harper, 1951.

㉒G. Hofstede, Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values, Beverly Hills, CA: Sage, 1980.

㉓H. C. Triandis, R. Bontempo & M. J. Villareal, "Individualism and collectivism: Cross-cultural perspectives on self-in-group relationships", Journal of Personality and Social Psychology, vol. 54, 1988, pp. 323—328.

㉔A. S. Waterman, "Individualism and interdependence", American Psychologist, vol. 36, 1981, pp. 762—773.

㉕Y. Kashima, "Substantive and relational models of individualism and collectivism", in U. Kim, H. C. Triandis & G. Yoon (eds.), Individualism and Collectivism: Theory, Method and Application, Thousand Oaks, CA: Sage, 1994, pp. 11—40.

㉖H. Jenkins, Confronting the Challenges of Participatory Cultures, Cambridge, MA: The MIT Press, 2009.

(上接第45页)

[9]林志石:《给解放了的中国青年》,春雷书店,1949年,第14页。

[10]李达:《“实践论”——毛泽东思想的哲学基础》,《人民日报》,1951年2月1日。

[11]杨静、寇清杰:《改革开放40年来青年价值观的转型与嬗变》,《中国青年社会科学》,2018年第4期。

[12]《白天听老邓,晚上听小邓——纪念邓丽君辞世15周年》,登录自(http://blog.sina.com.cn/s/blog_5d2512af0100i30o.html).

[13]此处的初级电子媒介主要指不具有互联网和移动互联网功能的电子媒介。包括广播、电视、录像光碟、卡带游戏机等。

[14]《广电总局2000年来对进口动画的限制政策》,登录自(http://blog.sina.com.cn/s/blog_502e4c3d010081qq.html).

[15]中国互联网络信息中心:《中国互联网络发展状况统计报告》,1997年。

[16]中国互联网络信息中心:《第19次中国互联网络发展状况调查统计报告》,2007年。

[17]岳晓东、严飞:《青少年偶像崇拜系列综述(之三)——偶像崇拜的代际差异》,《青年研究》,2007年第5期。

[18]李凤亮:《复调:音乐术语与小说观念——从巴赫金到热奈特再到昆德拉》,《外国文学研究》,2003年第1期。

[19]中国互联网络信息中心:《第42次中国互联网络发展状况统计报告》,2018年。

[20]总政宣传部编:《网络新词语选编》,解放军出版社,2014年版,第86页。

[21]闻娱:《媒介景观的共建:中国内地选秀十年嬗变》,《现代传播》,2014年第5期。

[22]《偶像练习生首播上线,粉丝投票踊跃致系统崩溃》,登录自(<http://ent.163.com/18/0120/09/D8J8P9LT00037VVV.html>).

[23]彭兰:《场景:移动时代媒体的新要素》,《新闻记者》,2015年第3期。

[24]Kaplan, Andreas. Users of the world! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizon, 2010(1): 59—68.

[25]Prince, G. Narrativehood, Narrativeness, Narrativity, Narratability. In J. Pier & J. A. Garcia Landa(eds.)Theorizing Narrativity. Berlin: Walter de Gruyter, 2008: 19—27.

[26](美)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,商务印书馆,2012年版,第121页。

[27]李盼君:《论融合文化中好莱坞电影的跨媒体叙事——詹金斯电影艺术传播思想探析》,《中南大学学报(社会科学版)》,2016年第3期。

[28](美)埃里克·埃里克森:《同一性:青少年与危机》,孙名之译,浙江教育出版社,1998年版,第12页。