【网络文化】

网络亚文化视野下的B站“破圈”之路

——基于互动仪式链理论的研究

韩运荣　于印珠

【摘　　要】哔哩哔哩弹幕视频网作为二次元亚文化社区，在市场发展驱动下，引入了以粉丝文化为代表的其他亚文化，实现了亚文化“破圈”，从而打破了B站社区中封闭性的闭环互动仪式链。二次元符号和仪式的减少，不同成员因自身沉浸度不同，会对粉丝文化符号和仪式产生认知差异，导致群体出现态度分化。在这种分化差异下，部分新介入的符号、仪式以及部分群体成员会渐次退出互动过程，未退出的成员与符号仪式将继续参与这一循环过程，循环往复，最终呈现出一种螺旋式互动仪式链的趋势。研究这种亚文化互动模型有助于从内在逻辑角度分析网络亚文化群体之间的冲突根源与机制，为引导青少年亚文化良性发展提供依据。

【关 键 词】网络亚文化；互动仪式链；哔哩哔哩弹幕视频网

【作者简介】韩运荣，中国传媒大学新闻学院教授、博士生导师（北京 100024）；于印珠，中国传媒大学新闻学院硕士研究生（北京 100024）。

【原文出处】《社会科学》（沪），2021.4.181～192

【基金项目】本文系国家社科基金重大项目“建立建全我国网络综合治理体系研究”的子课题“党的领导与网络引导体系建设研究”（项目编号：20ZDA061）的阶段性成果。

在现代化进程中，亚文化因鲜少与主流文化甚或他亚文化之间的互动，呈现出某种“非常规”“边缘化”的文化生存状态。随着互联网技术的发展，在新媒介语境中，亚文化借助网络社区逐步扩大传统的亚文化活动范围，逐渐从小众走向范普，突破了亚文化自身原有圈层限制，实现了亚文化“破圈”。

作为国内大型二次元网络文化社区，哔哩哔哩弹幕视频网（以下简称B站）以其年轻化与高粘性的受众群体，通过UGC式内容提供、独特的弹幕文化，稳定地维持着B站极强的二次元亚文化社区属性，形成了一种较为封闭的青少年亚文化圈层。在经济利益的驱使下，B站一度试图通过引入其他亚文化群体，打破原有封闭的二次元文化社区属性，进而增加用户基数。

然而，B站中亚文化“破圈”所引发的冲突在近期引发了较大争议，无论是“心动剪辑大赛”还是“B站百大up主暗杀名单”，都引发了不同亚文化群体之间的冲突。可以说，正由于网络空间的虚拟性以及匿名性，各亚文化群体借助新媒介手段突破原有的文化圈层时，网络社区的虚拟环境也带来了不稳定的因素，使网络亚文化的破圈过程更加复杂。

因此，本研究将基于B站中亚文化“破圈”以及所引发的冲突，考察B站内部亚文化之间互动现状和特征，探索不同亚文化之间“破圈”互动的可能性，进而对其互动模式有所前瞻，以期为引导青少年亚文化良性发展提供依据，对主流文化传播有所助益。

一、研究缘起

本研究的背景为B站二次元亚文化社区在二次元群体中的兴起，呈现出封闭性的互动特征，然而在利益驱动下，引入其他亚文化后，这种封闭互动模式被打破，则需要去探索B站二次元亚文化社区新的互动模式。

1.二次元亚文化社区的兴起

B站创建于2009年，手机客户端于2012年上

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

线。成立之初，B站借鉴了日本Niconico动画网站[①]的运行模式，成为国内大型的二次元亚文化网络社区，并在内容、形式与用户互动方面形成了独特的运行模式，构建出了一个较为典型的网络亚文化社区。

在内容上，B站以动画番剧为核心构建起了动画、游戏和鬼畜等经典二次元文化内容分区；在形式上，推行UGC内容制作模式，即用户可以自行制作并上传视频内容成为B站中的“up主”，作品经过审核后即可在B站内传播，这种低门槛的视频制作模式极大地发挥了用户的主观能动性，保证了B站用户的活性与粘性；在用户互动方面，除了传统的点赞、评论、转发和投币外，B站还形成了独特的弹幕文化，使其成为了B站不可缺少的内容要素。

B站的二次元亚文化社区属性受到了广泛的认可与欢迎，在2018年曾获得QuestMobile研究院评选的“Z世代偏爱APP”和“Z世代偏爱泛娱乐APP”两项榜单第一名；[②]截至2019年第四季度，B站月均活跃用户达1.3亿，移动端月活用户达1.16亿。在其用户中，18岁至35岁用户占比达78%，并且其平均月付费用户在2019年增加到880万人，环比增长11.4%，同比增长100%。[③]由此可见B站作为国内大型二次元网络文化社区，年轻化与高粘性的受众群体范围在不断扩大，在社区规模以及受众认可度上与同类文化社区相比优势显著。

2.二次元亚文化的封闭性互动特征

当代青年“二次元”文化呈现虚拟性、娱乐性、趣缘性、排他性、反抗性和创造性的特征，其原因在于，青年寻求自我认同和自我实现的内在需求、社会变迁、互联网技术发展、主流文化影响缺位以及“二次元”产业发展等外在条件共同作用的结果。[④]

二次元亚文化特征在B站中也有所体现。首先，B站中的二次元文化初期以娱乐消遣为主，二次元文化群体借助B站的UGC平台特性进行内容创作，并且与其他用户借助弹幕、投币的形式进行交流互动，尤其是通过独有的弹幕符号形成了B站内部特有的互动仪式。其次，B站中的二次元文化呈现出排他性和反抗性。二次元爱好者建构了想象性的“次元壁”，营造了封闭自足的亚文化圈子，获得集体归属感并共同抵御来自“三次元”的压力。[⑤]在这个被“次元壁”包裹的封闭圈子中，群体通过亚文化资本形成了一定的群体规范，并以此作为其亚文化属性中“排他性”的基础，尽可能的阻挡非群体成员的介入，以维持本群体内部的稳定性。例如，为了保证B站二次元亚文化社区的纯粹性，采取了严格的答题注册会员的形式，答题内容包含动画、游戏、小说、漫画等以二次元文化内容为主的题目，只有在规定时间内完成答题并得分在60分以上才能成为B站会员。

总之，二次元文化内部的高活性与粘性，对外部的排斥性与反抗性，形成了B站中二次元亚文化社区的封闭性的互动特征。

3.利益驱动下的亚文化破圈

从现实角度看，2018年B站在美国纳斯达克(NASDAQ)证券交易所挂牌上市，为获得更好的市场经济效益，实行更有效的用户增长策略，加快内容破圈与扩展商业边界是B站的必行之路。

在内容破圈方面，B站表现出了较大的优势。首先是引入了大量的非二次元文化内容，如在原有版块设置中新增了时尚、娱乐、资讯、影视等内容分区，其中粉丝文化内容最具代表性。作为一种UGC内容平台，B站本就容易吸引同样热衷于制作同人内容的粉丝文化，在此前提下，B站也有意扩大娱乐营销业务，2016年B站推出了自制明星访谈“星访问”；2018年，B站推出自制综艺“哔计划”，2019年则迎来了大量明星的入驻。这为B站带来了绝对的流量收入，根据bilibili年度影视榜单显示，2019年仅“陈情令”和“博君一肖”相关视频就带来了5.8亿总播放量。

在粉丝文化的影响下，B站内部出现了许多明星娱乐向内容，弹幕与评论也出现了“粉圈化”的倾向，由此对原本的二次元文化符号带来了一定的冲击，一定程度上，影响到了B站二次元亚文化的核心地位。

由于亚文化属性的本质不同，B站中的二次元文化群体与粉丝群体之间负面冲突时有发生。小范围冲突起始于“227事件”[⑥]，而后来“心动挑战剪辑大赛”更将冲突引向高潮。B站用户对于粉丝单纯依靠刷票，忽视视频质量，从而占据榜单前排的行为表示强烈不满，因而该大赛受到了B站二次元用户强烈抵制。“B站百大up主暗杀名单”将矛盾再次激化，B站多位知名up主在粉圈思维的引导下纷纷遭到情绪

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

化的攻击甚至是谩骂。与此同时，B站中的二次元文化与主流文化互动中，《后浪》演讲成为“现象级”内容，引发广泛讨论，却取得了良好的亚文化破圈传播效果。

可以说，既有的研究更多关注B站中的二次元亚文化内容如何突破社区限制，走入大众文化视野中，与主流文化互动，或主流文化如何收编二次元亚文化，而对于B站内部的各种亚文化之间的互动的现状和特征缺乏必要的把控。

二、问题的提出与研究设计

本研究的核心旨在探讨B站中亚文化的互动特点与模式。

在经典社会学理论中，美国社会学家柯林斯曾提出的“互动仪式链”理论，该理论侧重于现实社会结构中，群体互动的相互关注和情感连带。

为丰富该理论的应用场合，有学者在此基础上进一步提出了针对网络亚文化封闭、虚拟的互动特征的“网络亚文化闭环互动仪式链”模型(如图1)[⑦]。此模型有三个维度，即仪式的前提、要素和结果。仪式的前提包括群体的符号与行为；仪式的要素包括符号、自然仪式；仪式的结果是集体兴奋的刺激下形成的群体身份认同与新的符号内容。可以说，该理论模型强调了网络单一亚文化的内部互动过程中强化群体认同的阐释。

本研究将探索亚文化“破圈”，即粉丝文化介入B站文化互动状态。“圈层”在人文领域“特指人类社会中的分类化动态场域”，[⑧]亚文化群体是依靠兴趣关注点结合而成的趣缘文化圈层，在互联网等新媒体技术的加持下，这种趣缘文化圈层的互动性加强。其互动不仅包括圈层内部的群体以及符号互动，与圈层外的互动也逐渐增多，导致原本的封闭的圈层被打破，实现了亚文化“破圈”。

B站内亚文化“破圈”是两种不同的网络亚文化在同一封闭场域中的互动，其互动过程比网络单一亚文化互动更加复杂。社会心理学的态度改变的说服模型，涉及了信息、态度和认同[⑨]这三个因素。粉丝文化群体作为说服者要努力在B站情境环境中，利用传递的信息符号，来改变被说服者——即B站中二次元文化群体的态度，从而顺利进入该互动仪式过程中。

因此针对B站中二次元亚文化的互动特点，本研究对“网络亚文化闭环互动仪式链模型”的基本要素进行提取并简化为三个维度，以此作为理论依据，即互动中的符号仪式、情感态度和认同。具体来说，本研究将进一步探索互动仪式中，在二次元群体固有的仪式、符号前提下，粉丝文化再造符号介入后，二次元群体对粉丝文化的态度和其自身的群体认同的变化，以及外部群体的认知、互动仪式中的文本符号的变化(如图2)。

在此基础上提出本次研究的具体问题：

RQ1：B站中的二次元符号和仪式发生了怎样的变化？

RQ2：B站不同的二次元群体对粉丝文化符号和仪式有何态度差异？

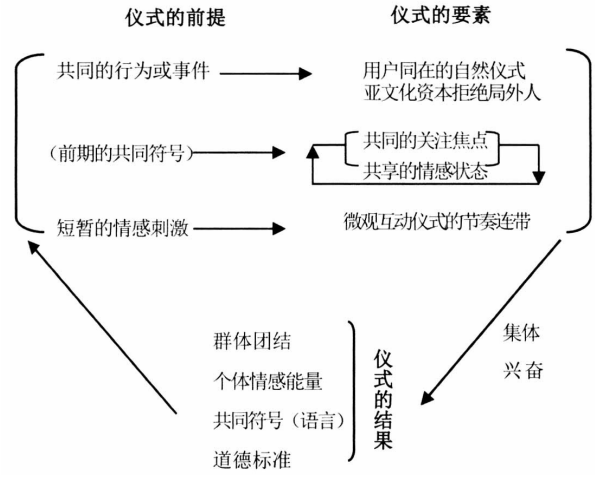

图1 网络亚文化闭环互动仪式链

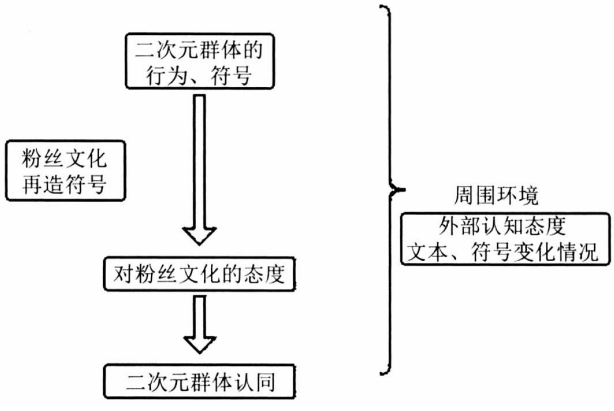

图2 网络亚文化闭环互动仪式链简化模型

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

RQ3：粉丝文化介入后如何影响了B站二次元群体身份认同？

RQ4：粉丝文化介入后是否影响了非B站用户对于B站的刻板印象？

对研究概念进行操作化后，结合研究维度进行研究样本的选择。

在符号仪式维度方面，对B站内部视频数据进行测量，选取2018年-2020年5月中旬的哔哩哔哩周刊榜中排名前50位的视频数据进行整理汇总，因为5月中旬可以排除番剧首播以及结局观看量突增所带来的时间影响。

在情感态度以及认知维度方面选择使用问卷进行测量，利用线上问卷进行问卷发放。具体操作如下：通过配额抽样对B站用户以及非B站用户按照3:1的比例进行抽样，问卷发放时间为2021年1月28日至2月3日，以微信朋友圈、新浪微博、B站为平台进行发放，经数据清洗后，共计回收有效问卷438份，其中B站用户回收问卷336份，非B站用户102份。为保证样本的代表性以及回收数据的合理性，对量表题项进行信效度检验，其中“B站用户对粉丝行为态度”“对粉丝文化再造符号的态度”“非B站用户对于二次元文化的态度”这三项的α值都大于0.7，KMO值在0.7左右，即是可接受的信度和效度水平，对于该类问题的测量描述是有意义的，证明样本数据具有一定的代表性。

三、研究发现

数据结果显示，B站内部的互动仪式链的三个维度：符号仪式、情感态度和认同都发生了变化，并且影响了B站社区内部的亚文化互动仪式。

(一)符号、仪式的变化

1.二次元亚文化属性内容减少

B站成立之初以二次元亚文化为其社区文化核心，通过设置动画、番剧、游戏等传统二次元文化分区来吸引二次元群体。然而随着B站逐步走向市场化发展道路，经营模式上的变化促使B站在内容上不断扩展：在原始二次元内容版块的基础上新增了时尚、娱乐、资讯、影视等内容分区。在此期间，各分区内容的数量发生了如下变化：

自2018年起，B站有关动画、游戏类内容逐年减少：2018年动画、游戏类内容共占比70%，2019年下降到了43.33%，2020年则降至33.33%，两年内二次元亚文化内容在B站所占比例下降了36.67%，即二次元文化内容在B站已经出现了成倍下降的趋势；与此同时，娱乐类和影视类内容数量在逐年增长，自2018年开始，每年以近13%的占比增大。相比2018年，学习类内容在经过2019年和2020年发展后稳定在10%左右。

二次元文化内容的减少以及其他文化形式的增多，丰富了B站内部的亚文化种类，使B站内部多种文化在同一网络社区环境下共生，但在一定程度上，B站内部曾经占据优势的二次元亚文化的生存空间受到挤压。

2.群体共同关注内容焦点偏移

依据使用与满足的理论，B站内部二次元亚文化属性的减少，源于群体的需求与关注的变化。为了验证B站受众出现的这种需求变化，对B站用户以及非B站用户在B站观看视频偏好的类别进行比对：

如表1所示，B站用户观看视频类别首选娱乐类，占比28.18%；而非B站用户更倾向于观看影视类内容，占比为30.20%。即无论是B站用户还是非B站用户，动画类和游戏类都不再是首要内容需求，他们的关注点不再集中于二次元内容。对于B站用户而言，娱乐类、影视类和学习类内容(占比总计为56.85%)，已经超越了以动画、游戏类为代表的二次元文化内容，表明B站内部的二次元亚文化群体共同关注焦点已经开始分散，逐渐形成了对影视娱乐内容的关注；而对于非B站用户而言，B站的内容吸

表1 B站用户以及非B站用户观看内容类别比例

内容类别 / 用户类别	动画类	游戏类	影视类	娱乐类	学习类
B站用户	24.44%	18.70%	18.45%	28.18%	10.22%
非B站用户	24.50%	11.30%	30.20%	13.20%	20.80%

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

引力也主要体现在娱乐类、影视类和学习类的非二次元内容上(占比总计为64.20%)。另外,有55.6%的非B站用户会因为独播的影视资源而选择进入B站。这从侧面印证了外部文化群体进入后,B站的核心需求偏离了B站内部原本的共同焦点——二次元亚文化。

因此,无论是B站已有用户还是潜在用户,他们的关注焦点都发生了偏移,从对二次元亚文化的关注转移至对娱乐内容的关注。

(二)情感态度变化

1.二次元亚文化群体对粉丝文化仪式的负面态度

(1)二次元群体对粉丝文化不同仪式的态度

粉丝行为在B站的主要表现形式除了视频内容制作外,还有以下几种:“控评”[10]“刷弹幕”[11]“安利”[12]和“刷票”[13]。这些行为在新浪微博、百度贴吧等粉丝聚集社区较为常见,并且接纳度高。然而在B站,这些粉丝生产行为却受到了二次元亚文化群体成员不一致的态度对待:

表2 B站中二次元亚文化群体对待粉丝文化行为的态度

粉丝行为	态度系数[14]	态度偏差
控评	3.57	1.200
安利	3.01	1.246
刷弹幕	3.42	1.418
刷票	3.74	1.167
视频制作	2.46	1.014

如表2所示,B站用户对粉丝行为中的“视频制作”的态度支持度最高,且系数偏差较小,即二次元亚文化群体成员对该行为持有积极的支持态度;同时对于“安利”行为处于较为中立状态。然而,二次元亚文化群体对于“刷弹幕”行为处于一种偏反对的态度,并且态度偏差较大为1.418,表明群体内部对该行为的态度存在一定差异。尽管弹幕文化是B站二次元亚文化的一大特色,但是对于弹幕礼仪与规范一直是B站中的一大争议点,因此对于弹幕在粉丝行为中的表现仍存在态度差异。

显而易见,B站中的二次元亚文化群体对于“控评”和“刷票”持有较为明显的反对态度。因为“控

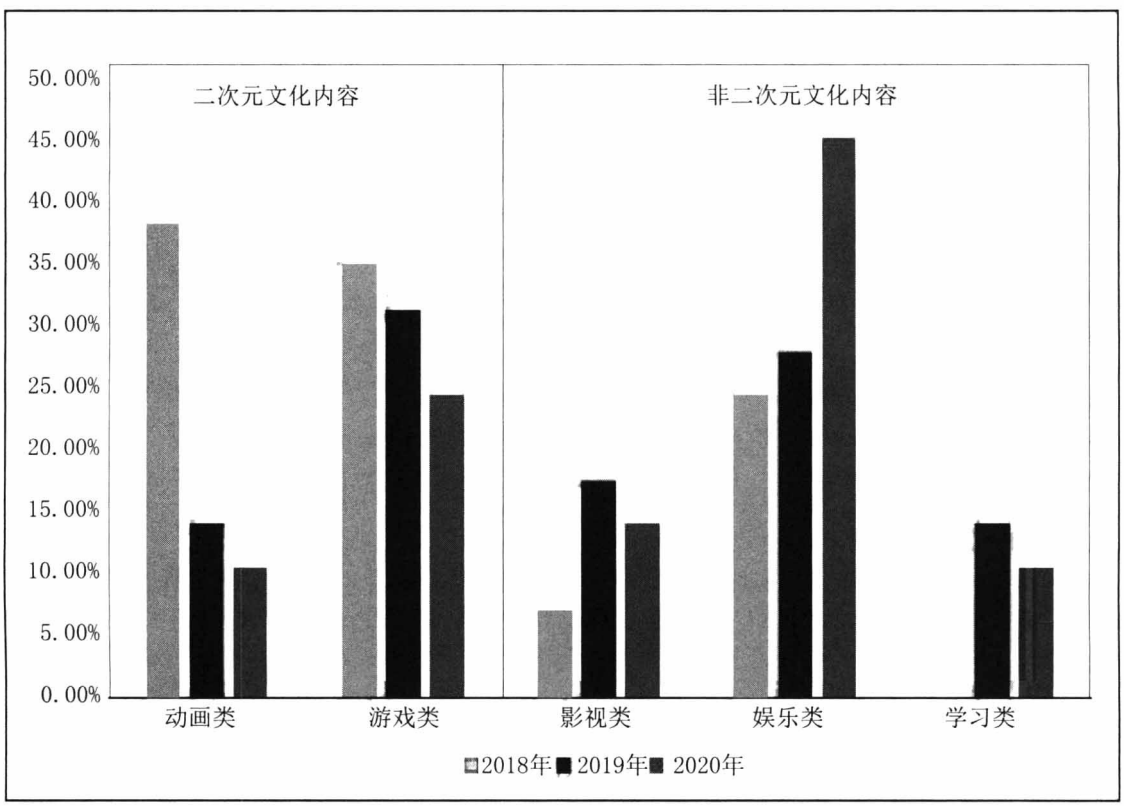

图3 2018年-2020年B站视频播放榜分区比例图

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

评”与“刷票”对于二次元亚文化群体而言较为陌生，这种由粉丝文化引入的行为打破了原本二次元亚文化群体正常的自然仪式规则，从认知心理角度分析，这种行为打破了他们的认知平衡状态，因此更容易受到反对。

由此可以得出，B站中粉丝行为与二次元亚文化群体行为的差异性越大，越容易在认知心理的角度破坏群体的认知平衡，打破原有亚文化互动中自然仪式的稳定性，因此越容易受到二次元亚文化群体成员的反对与排斥。

(2)不同沉浸度群体成员对于粉丝文化仪式的态度

本次研究中以B站用户的账号等级，作为其在B站中沉浸度的指标，分析不同沉浸度群体成员对于粉丝文化仪式的态度：

如表3所示，B站账号等级与二次元亚文化群体对粉丝行为中的“控评”、“安利”和“刷票”存在相关性，即二次元亚文化群体在不同B站账号等级时，对待“控评”、“安利”和“刷票”行为存在特定差异。由于相关系数均为正，可以判断B站用户的等级与其对粉丝行为的负面态度呈正相关，即随着B站用户等级的提高，其对于粉丝行为的反对程度越强。也就是说，B站用户等级与其使用频率及年限息息相关，等级越高表明其参与B站二次元亚文化互动越深入、越频繁，对于B站内部原本互动模式认知程度更深。

2.二次元亚文化群体对再造符号态度的中立

B站二次元亚文化群体观看粉丝文化相关内容时的观看途径为“首页推荐”和“主动搜索”，影响其观看的主要因素可以统计归类为以下几点：

如表4所示，在全部调查结果中，“偶尔关注”与粉丝文化相关的明星相关视频的人占数56.9%，“经常关注”的占比为14.5%，“从不关注”的占28.5%。其中“偶尔关注”的人群中有79.2%是通过“首页推荐”获得相关内容。而且在观看此类视频的影响因素中，视频形式(鬼畜、手书、填词翻唱)占比24.2%，仅次于“明星”因素；“经常关注”此类内容的群体的观看主动性更强，71.1%会选择“主动搜索”，因此在其中明星因素会产生较大的影响，在所有影响因素中占比38.5%。

因此对于B站中的二次元亚文化群体而言，绝大多数群体成员有观看以明星向视频为代表的粉丝文化内容的意愿，其中若以二次元文化符号形式为

表3 B站账号等级与二次元亚文化群体对待粉丝文化行为态度相关性[15]

粉丝文化行为	皮尔逊相关性	显著性
控评	0.156**	0.001
安利	0.097*	0.026
刷弹幕	0.048	0.169
刷票	1.68**	0.001
视频制作	0.051	0.155

表4 B站二次元亚文化群体关注粉丝文化内容的方式与影响因素

关注度	观看方式 \ 影响因素	明星	音乐	推荐	视频形式	播放量	随手点进
偶尔关注 (56.9%)	主动搜索 (20.8%)	37.3%	8.2%	9.1%	22.7%	13.6%	9.1%
	首页推荐 (79.2%)	26.1%	11.7%	9.8%	24.2%	14.4%	13.9%
经常关注 (14.5%)	主动搜索 (71.1%)	38.5%	15.6%	10.4%	15.6%	12.5%	7.3%
	首页推荐 (28.9%)	30.8%	12.8%	15.4%	15.4%	20.5%	5.1%

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

载体，更容易引起群体成员的关注。

对粉丝群体而言这种再造符号核心本质仍是粉丝文化内容，因此该群体对这种文化符号接受度很高；然而对于B站中原本的二次元亚文化群体成员而言，他们对于这种非二次元亚文化的再造符号会持有一种较为中立偏积极的态度。

如表5所示，二次元亚文化群体对于粉丝文化再造符号的态度较为中立：他们认为粉丝文化再造符号中，尽管带有粉丝文化中娱乐性和消费性的文化特质，但是这种再造符号对于B站中的文化氛围未造成显著破坏，他们对于粉丝文化符号进入B站的态度系数为2.96，即接近于中立的态度；而二次元亚文化群体认为粉丝文化群体通过符号再造，为B站引流增加关注度持有的态度更为积极，而且偏差更小，表明群体成员对此的态度较为稳定统一。

(三)认同变化

1.内部认同：B站二次元亚文化群体身份认同的下降

通过分析比对使用B站不同时长的用户对于群体身份认知的认同感得出以下数据表格：

如表6所示，随着B站使用时长的增加，二次元亚文化群体的身份认同感越强，但同时其在B站中的亚文化群体归属感却在逐渐减小。这是由于这部分群体成员参与B站内部二次元亚文化的互动仪式较多，能够更快捕捉到互动过程中自然仪式的变化。而二次元亚文化自然仪式中出现的粉丝仪式和符号，群体特质的不同会暴露于互动过程中，不同群体互动使得原本的群体一致性不复存在，打破了原有仪式互动的节奏，因此会使二次元亚文化群体成员在自然仪式中难以产生刺激和群体情感，导致群体身份认同感的不断降低。外化于行为中会导致原本的二次元亚文化群体成员退出互动仪式，在此次调查中发现，有33.9%的人会因为B站内部娱乐性增强，而减少B站的使用。

当二次元亚文化群体身份认同感的降低到一定阈值时，这种脱离亚文化群体的行为便有了依据，而在B站的二次元亚文化群体中，粉丝文化所引入的娱乐性因素便是重要原因。

2.外部认知：二次元群体刻板印象犹存

此次研究通过调查非B站用户群体的态度可以发现在外部围观人群中，对于B站仍然持有一种特定的二次元群体刻板印象。

如表7所示，围观人群对于B站用户群体的刻板

表5 B站二次元亚文化群体对于粉丝文化再造符号的态度

影响描述	态度系数[16]	态度偏差
对内容质量的影响	3.07	0.999
对文化氛围的影响	2.96	1.067
对流量关注的影响	3.73	0.891

表6 B站用户二次元身份认同与使用时长关系

使用B站时长	B站社区认同归属感[17]	二次元身份认同(18)
1小时以内	0.200	−0.353
1−2小时(不包括2小时)	−0.045	0.098
2−3小时(不包括3小时)	−0.163	0.196
3小时以上	−0.208	0.457

表7 非B站用户对于B站使用群体的印象态度

印象描述	态度系数[19]	标准偏差
完全二次元文化主导	3.65	0.919
用户年龄层偏低	3.19	1.023
无法融入主流文化	3.32	0.884

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

印象仍然围绕着二次元亚文化群体而展开，他们仍然认为B站用户群体带有明显的二次元亚文化特征，即年龄层偏小，无法融入主流文化，甚至无法接受其他亚文化。

因为围观人群认知中仍然存有B站二次元亚文化完全垄断性地位的认知，所以导致了在此次调查中非B站用户不使用B站的理由有24.3%是由于不喜欢二次元文化，他们的刻板印象认为只有掌握了二次元亚文化资本才能进入B站。

四、研究结论与前瞻

通过研究B站内部二次元亚文化与粉丝文化之间互动过程中在符号仪式，情感态度，认同方面的特点，可以发现B站内部亚文化互动逐渐呈现出一种亚文化螺旋式互动仪式链趋势。针对这种趋势，本文为亚文化“破圈”互动提出前瞻性意见。

(一)研究结论

本研究通过分析B站内部互动仪式的三个维度，发现B站中的二次元亚文化与粉丝文化之间的互动过程中呈现出了新的特点。

首先，在符号与仪式上，B站中二次元亚文化内容减少，娱乐、影视等非二次元内容增多。同时B站用户群体的关注焦点正从二次元亚文化转向娱乐影视文化；

其次，在情感态度上，二次元亚文化群体对粉丝文化中部分仪式，如“控评”“刷票”持负面态度，并且这与他们在B站中的等级有关，即等级越高的用户对粉丝文化仪式排斥越强。但是二次元亚文化群体对粉丝文化中的视频制作、安利等再造符号保持中立态度，尤其是对以二次元符号为载体的再造符号接纳度较高；

最后，在认同方面，由于粉丝文化的介入，B站中的二次元群体使用B站的时间越长，他们的二次元群体身份认同感越低。但是外界人群对于B站仍然持有传统的二次元社区的刻板印象，如年龄层偏小，无法融入主流文化，甚至无法接受其他亚文化。

(二)螺旋式互动仪式链分层解读

基于以上研究发现，B站中二次元亚文化因粉丝文化的介入，原有的“网络亚文化闭环互动仪式链”已经被打破，B站内部二次元亚文化与粉丝文化的互动呈现了一种螺旋式互动仪式链趋势(如下页图4)，其互动过程可以拆分为两个循环层次进行分析：

一层循环——粉丝文化介入引发B站内部的分化。

在一层循环中，B站在利益驱动下，引入了粉丝文化等其他文化形式，为闭环互动仪式提供了一个开口。粉丝文化介入B站，使其内部的符号仪式和群体成员态度发生了分化。

一方面是符号和仪式的分化。粉丝文化带来了新的符号和仪式，它们改变了B站中原本的符号和仪式构成：B站中二次元属性内容减少，群体成员关注点向娱乐内容的偏移。

另一方面是群体成员态度的分化。当B站中的符号和仪式发生了变化后，群体情感也会依据现有符号、仪式以及自身的沉浸度而出现异同，呈现出一种趋势，即粉丝文化中的符号和仪式与二次元亚文化群体的认知相差较大，会遭到排斥，并且二次元群体沉浸度越高，这种排斥态度也会越强。这是由于对二次元文化群体而言，粉丝文化中的部分符号与仪式破坏了他们的认知平衡，在此前提下，二次元文化群体会保持消极态度，这种负面情绪的传染以及亚文化排他性的作用会破坏二次元亚文化互动过程中自然仪式的和谐，推动下一层循环的发生。

因此，在一层循环中，符号与仪式的改变，导致B站群体成员对粉丝文化中不同符号和仪式的情感态度分化。

二层循环——粉丝文化介入引发的B站群体成员态度改变与局部退出。

在一层循环中，B站群体成员的情感态度已经发生了分化，分化的结果决定符号、仪式和参与互动的成员能否进入到二层循环中。

首先，对于符号和仪式而言，不符合二次元群体成员认知模式的部分会遭到排斥，因为这部分符号

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

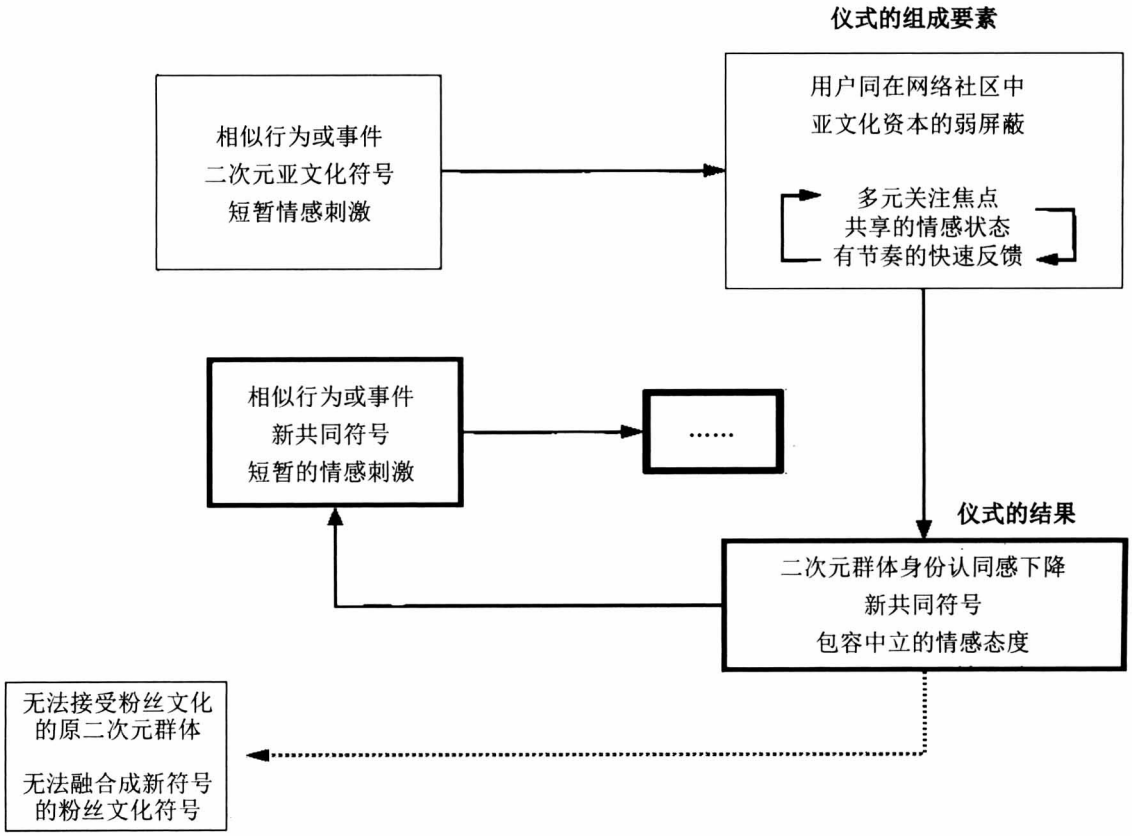

图4 网络亚文化螺旋式互动仪式链

和仪式影响了亚文化自然仪式互动过程的和谐，所以为维持亚文化社区的稳定，它们无法进入二层循环；反之，能够与群体成员的认知相符的符号和仪式可以进入下一层循环，继续参与互动。其次，对于参与互动的群体成员而言，若原二次元群体成员的认知模式受到严重威胁，对于新介入的符号和仪式存在较强的排斥态度，自身的群体认同感无法得到满足，这部分成员也会因认同感的缺失而退出循环。

至此，进入二层循环中的符号、仪式和群体成员比一层循环都有减少，如此循环往复，前一层循环产生符号仪式以及群体的分化，后一层循环分化的群体会有局部的退出，呈现出了一种螺旋式结构。

(三)前瞻与建议

基于B站中亚文化互动过程中呈现出的螺旋式互动仪式链趋势，青少年亚文化在破圈与其他亚文化或者是主流文化的互动过程中，应该考虑到以下三个方面：

首先，要明确原亚文化的互动前提，在介入时要尽可能贴合原亚文化传播符号设计再造符号，例如利用二次元人物形象进行“跨界”宣传，保证其能够顺利进入后续循环，体现出青少年亚文化的活力与影响力。这种方式可以最大化地贴近原有亚文化群体的认知，保证新介入的文化在循环分化过程中走入下一层循环，在亚文化之间的互动中和谐共生。

其次，可以利用原亚文化群体的重要仪式来吸引更多群体成员的关注。因为亚文化群体中的重要仪式是强化群体身份认同，生产新符号的重要环节，若新介入文化可以参与其中，能够成为群体情感刺激中的一个环节，甚至获得原亚文化群体的认同。例如可以在“拜年祭”“BML”以及B站常年举行的各种活动中，加入其他文化内容，能够获得群体规模优势，覆盖足量的受众人群，同时保证传播效果。

最后，从外部突破力入手，改变外部人群的传统刻板印象，通过宣传社区的文化多样性，主动营造一

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

种多文化共生的和谐网络社区的形象，在螺旋式循环中吸引更多的成员。例如B站曾宣传其“学习”属性，使B站学习区内容热度有明显提高，并且吸引了很多为获取学习资源而来的群体，此次调查中有25%的非B站用户会受B站学习资源的吸引。这种方式可以弱化亚文化社区的屏障作用，让其他文化群体成员自愿推动亚文化的破圈过程，成为一种外部突破力量。

结语

网络社区的发展繁荣为青少年亚文化群体的交流与互动带来了极大的便利，突破时空限制的互动方式为小众的亚文化群体提供了强化群体身份认同的途径。但网络社区在市场化竞争中必然会扩展市场，打破原有亚文化群体之间原本封闭的互动空间，使不同特质的亚文化群体开始交流互动。

成功的亚文化破圈路径不仅能为网络社区的发展带来经济效益，也能使原本小众的亚文化得到更好的发展。更为重要的是成功的破圈能让青少年亚文化走出原本小众圈层，得到主流文化的认可，借以得到更大范围的传播，甚至凭借自身影响力为主流文化的传播提供新渠道。如《我在故宫修文物》几天内破百万播放量；2016年7月“局座”张召忠在B站直播超20万人观看，导致服务器几度崩溃。

然而，不同青少年亚文化群体的异质性以及反抗性在互动过程中难免会出现矛盾冲突，甚至可能会引发网络社区整体氛围的敌对，出现网络暴力等危害网络生态的行为。本研究的螺旋式互动仪式链分析了亚文化之间互动的特点，为亚文化之间，乃至青少年亚文化与主流文化之间的互动提供了一种参考模式，为解决亚文化群体之间的矛盾冲突提供了一种新的解决思路。

注释：

①NICONICO动画(日文：ニコニコ动画)是NIWANGO公司2006年所提供的线上影片分享网站，常被简称为niconlco或nico等。

②QuestMobile研究院：《QuestMobile Z世代洞察报告》，https://www.questmobile.com.cn/research/report-new/31,2018-12。

③哔哩哔哩弹幕视频网：《B站2019年财报分析》，https://ir.bilibili.com/static-files/86aadb81-263c-4162-9433-285994bd0f16，2020-03-37。

④肖慧：《当代青年“二次元”文化的样态、生成与引导》，《思想理论教育》(上半月综合版)2018年第3期。

⑤林品：《青年亚文化与官方意识形态的“双向破壁”——“二次元民族主义”的兴起》，《探索与争鸣》2016年第2期。

⑥“227”事件中，肖战粉丝因不满一篇同人文的设定因此对其发布平台AO3进行举报，导致该网站在国内无法登陆；然而肖战粉丝与其团队后续的种种行为引起了网友的强烈不满，并上升至对“饭圈文化”的讨伐。

⑦吴迪、严三九：《网络亚文化群体的互动仪式链模型探究》，《现代传播》2016年第3期。

⑧邓大才：《“圈层理论”与社会化小农——小农社会化的路径与动力研究》，《华中师范大学学报(人文社会科学版)》2009年第1期。

⑨植凤英：《社会心理学中关于社会态度改变的研究述评》，《贵州师范大学学报(社会科学版)》2004年第2期。

⑩即在评论区发布与明星相关的应援宣传口号，并通过号召其余粉丝点赞使该评论处于显著位置，更容易被关注到。

⑪即在视频中使用大量弹幕或高级弹幕发送明星名字或应援口号。

⑫即在评论区通过语言描述或推荐相关视频合集号来向非粉丝群体展示明星。

⑬即在评论区或弹幕区发送相关明星投票信息以争取到更多票数的行为。

⑭根据调查样本的量表均值进行计算，范围在1-5之间，1代表非常支持，5代表非常不支持，3代表中立态度。

⑮**.在0.01级别(单尾)相关性显著；*.在0.05级别(单尾)相关性显著。

⑯根据调查样本的量表均值进行计算，范围在1-5之间，数值越大态度越积极，即5表示积极支持态度，3代表中立，1代表消极反对态度。

⑰根据调查样本的量表进行因子分析处理后，保留因子系数后计算出认同感系数，系数值越大表明认同感越强。

⑱根据调查样本的量表进行因子分析处理后，保留因子系数后计算出认同感系数，系数值越大表明认同感越强。

⑲根据调查样本的量表均值进行计算，范围在1-5之间，数值越大态度越同意，即5表示非常同意，3代表中立，1代表非常不同意。

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/