

【文化与数字化】

从抵抗到多层次协商：平台化社会 数字青年的文化实践

曾一果

【摘要】随着互联网和数字技术的迅速发展,社交媒体平台成为许多人,特别是数字青年文化实践的基础设施和空间场所。本文聚焦我国数字青年如何以各种社交媒体平台为基础开展圈层化的文化实践,进而在数字平台上以图层为名建构起自我和群体认同。在日益流动的数字化空间中,不同平台、不同文化圈层,特别是亚文化与主流文化圈层之间并非完全区隔,在数字青年的主体实践和不同力量的介入下,跨平台、跨圈层的互动交流越来越频繁,不同文化圈层之间的一种“多层次的协商关系结构”得以形成。

【关键词】平台化社会;数字青年;文化实践;圈层化;多层次协商关系结构

【作者简介】曾一果,暨南大学新闻与传播学院副院长、教授、博士生导师。

【原文出处】《新闻与写作》(京),2023.9.5~14

【基金项目】本文系国家社会科学基金重大招标项目“数字媒介时代的文艺批评研究”(项目编号:19ZDA269)的阶段性研究成果。

2019年网络上曾有一起引发广泛关注的“饭圈事件”——周杰伦和蔡徐坤粉丝间的“打榜之争”。该事件起因于豆瓣平台上的一位用户提问“周杰伦的微博数据那么差,为什么演唱会门票还难买啊?”这句话引发了周杰伦粉丝的强烈不满。周杰伦的粉丝基本由“80后”组成,他们成长于影视报纸为主的大众媒介时代,那时音像磁带、唱片专辑和演唱会门票是判断明星成功与否的标准,但蔡徐坤的粉丝主要为“00后”的“Z世代”数字青年,他们身为“网络原住民”,天然倾向于使用豆瓣之类的社交媒体平台,媒介接触与平台使用方式决定了他们与“80后”等群体之间的文化区隔。相比于还依靠音像磁带、唱片专辑和演唱会门票来判定明星价值的周杰伦粉丝而言,蔡徐坤的粉丝显然更依赖平台传播流行文化和提高偶像知名度。技术、平台与资本将明星偶像的成功与“数据”绑定在一起:“在大数据及其影响下的社会、经济、文化变迁中,流量不仅是主宰饭圈文化和粉丝经济的法则,改变着粉丝行为和社群机制,同时也折射了数字时代生产与消费

的变革,甚至进一步影响着未来的文化生产和政治生态。”^①而随后,周杰伦的“夕阳红粉丝团”为了反击蔡徐坤的粉丝,也不得不通过在微博等社交媒体平台上发动粉丝“做数据”来提升自己偶像的关注度和影响力。

周杰伦和蔡徐坤粉丝间的“打榜之争”不仅是不同粉丝群体的流行文化趣味之争,也是传统大众媒体时代与平台化社会明星偶像提升影响力的两种传播逻辑:一种是依靠音像磁带、唱片专辑和演唱会门票来提升关注度;一种是依靠数字平台制造影响力。互联网和数字技术的迅速发展,催生了Facebook、Twitter、微博、微信、抖音、B站和小红书等社交媒体平台,这些数字平台成为许多人特别是数字青年文化实践的基础设施和场所。在平台化社会,数字平台对于个人与社会的意义是什么?数字青年在平台上的文化实践有何新特征?数字青年如何通过平台上圈层化的文化实践建构身份认同?主流文化与亚文化的关系如何重新界定?这是本文需要思考的几个问题。

一、平台化社会:数字青年文化生产的设施环境

彼得斯(John Durham Peters)在《奇云:媒介即存有》中,提出了一种“元素型媒介哲学”,以帮助身处数字时代的人们重新理解媒介的功能:“这些‘元素型媒介’(elemental media)在我们的惯习和栖居之地中处于基础地位,但我们对它们的这种基础地位却不以为然。”^②所谓“基础地位”是指在数字革命推动下,媒介对人而言已如同水、土、空气一样是培育和维持生命存在的基本元素。作为“环境”和“存有”的新媒介,催生了新的生存形态,也浸入了现代生活的所有领域。在彼得斯看来,数字媒介较之前的媒介而言具备更加“显著的力量”:

只有我们在将传播(交流)不止理解为讯息发送时——当然发送讯息是媒介极为重要的功能——也将其视作为使用者创造的生存条件(conditions for existence)时,媒介(media)就不再仅仅是演播室、广播站、讯息和频道,同时也成为了基础设施和生命形态,是我们行动和存有的栖居之地和凭借之地。媒介具有了生态的、伦理的和存有层面的意义。^③

因此,数字媒介是现代生活的基础设施,是人们得以存有的生命形态,给这个时代之人以新的生命经验。无论是美国学者Tapscott提出的“网络世代”概念,^④还是Marc Prensky提出的“数字原住民”,都认为数字媒介会帮助新一代形成新的生活方式、文化形态与情感结构。在我国,有些学者将“数字原住民”称为“Z世代”或“数字青年”,主要指20世纪90年代中国接入互联网后出生的群体,他们亲身经历了互联网的飞跃发展,不断更新迭代的技术深刻而清晰地嵌入他们的生命经验中,并通过在各种数字平台上多样化的文化实践和情感表达体现出来,如分享自拍、短视频或进行网络直播等等。

在数字时代,不仅网络本身成为了数字青年开展社会行动和文化生产的基础性设施,而且网上一系列具有鲜明特色的社交媒体平台也成为青年们表达情感、开展社交和参与政治、经济和文化实践活动的基础性设施。在国外,有Google、Facebook、Twitter、YouTube等著名社交媒体平台;在我国有微博、微信、抖音、快手、B站、小红书等社交媒体平台,它们共同搭建起了一个“平台化社会”。何塞·范·迪克

(José van Dijck)在《连接:社交媒体批评史》中认为:“由于平台相互连接,出现了一种新的基础设施:一个连接媒体的生态系统。只有少数大型玩家,多数则是小型参与者。从网络传播到‘平台化’社会,从参与式文化到连通式文化的转变则发生在相对较短的十年时间内。”^⑤

尼克·斯尔尼塞克(Nick Smicek)在《平台资本主义》中将平台作为一种具有数据优势的企业的形式来考察,指出“平台是数字化的基础设施,使两个或两个以上的群体能够进行互动。”^⑥他以谷歌(Google)和脸书(Facebook)等为例说明各种各样的平台通过使用和互动发展起来,Google是搜索平台,能够吸引大量的搜索活动;Facebook作为社交网络平台则“引入各种亲密的社交互动,然后记录下来”。数字平台产生并依赖“‘网络效应’——使用平台的用户越多,平台对其他人而言就越有价值。例如,脸书已经成为默认的社交网络工作平台,无非是凭借其用户数量庞大。”^⑦不同群体可以通过使用平台获取信息、进行分享和开展互动交流。在今天,离开各种数字平台,无论是个人还是群体的生活都将举步维艰。英国传播政治经济学的代表人物格雷厄姆·默多克(Graham Murdock)在其最新文章《对抗的联结:大流行病与平台资本主义》中也强调了以Google和Facebook为代表的数字平台在当代社会的重要性,他认为“随着互联网的快速发展,主流网络平台已经被塑造为个人表达的主要场所,连接四散各地的朋友和家人的关键节点,以及建立新型合作模式的必要基础设施。”^⑧互动连接是平台最主要的功能。何塞·范·迪克直接用“连接文化”描述平台化社会出现的意义,在他看来,整个社会关系都是通过种种数字平台的互动连接重新建构起来。平台与整个社会结构有了不可分割的关系——平台既不是中立的,也不是无价值的结构,平台特定的规范和价值观内置于社会之中,承载着沟通和意义的建构。^⑨他建议“将不同的平台看作微系统。所有平台的组合构成了我所谓连接媒体的生态系统,这种系统既滋养了社会与文化规范,反过来又为社会和文化规范所滋养。”^⑩Nick Couldry和Andreas Hepp也认为,正是基于对象、联系、基础设施、平台等物质过程的调

节,社会的大部分意义才得以被建构。^①

因此,平台一词具有多重含义和价值,而不仅仅是中介作用。就像范·迪克所说的:“平台是计算和架构,但也可以在社会文化和政治意义上理解为政治舞台或表现行为的基础设施。在行动者网络理论看来,平台是转义者而不是中介者,它不仅仅促进,同时也塑造了社会行为的表现。”^②平台能够为不同人群,特别是青年人的情感表达、文化生产和政治实践提供新的场所,当代数字青年也特别善于利用平台建立自己的文化圈层、表达情感欲望和开展多样化的文化实践。

二、圈层化生产:数字青年文化实践的认同建构

在平台化社会,数字青年们也正是以平台为基础进行文化实践——上传或分享一段所拍摄的短视频或者摄影图片;在某个平台点赞、留言,发表对某些媒介事件的看法。每个人都有自己喜好的社交媒体平台,有的喜欢抖音、有的喜欢快手、有的喜欢B站,有的喜欢小红书等等,在数字时代,丰富多样的互联网社交媒体平台能够让每一位数字青年,都能以某个平台为基础建立或扩展自己的兴趣空间和文化圈层。

网络社会的“圈层化”现象早已引起学术界的关注,圈层化也被称为圈子化,“圈子是以情感、利益、兴趣等维系的具有特定关系模式的人群聚合”。^③在中国传统社会语境下,“圈子”常常作用于人际关系情境,多集中于以血缘、业缘为线索组成的人际网络。但在数字时代,“圈子”则多指基于互联网技术和平台“以兴趣和情感作为纽带形成的共同体”。具体可以分为两种情况:一种是以个体为中心建立和拓展起来的圈子,如朋友圈;一种是不同个体参与而形成具有共同兴趣的“趣缘群体”,如二次元的“cos圈”“汉服圈”“洛丽塔圈”“JK圈”“语C圈”等等。“以个体为中心的关系圈子,在网络中多是以社交平台好友(或关注对象)的形式出现的,个体可以根据需要构建多种类型的圈子。平台、分组、互动方式、互动频率等,可以揭示出关系的远近。相比现实社会,一方面,个体圈子有了更多扩张可能,很多萍水相逢的关系可以通过网络互动转化为亲密关系或强关系,成为个体圈子中的一份子;另一方面,个体可以进行圈子关系的再定义,现实社会中的亲戚关系这些强

关系,在网络圈子里可能会被弱化或边缘化。同时,通过社交平台的好友管理等功能,个体的圈子可以更完整地描绘出来,也可以说是可视化了。个体也可以对自己圈子中的关系进行权衡,对不同性质、距离的关系对象,也可以用不同策略进行关系管理与互动。”^④不同个体基于共同兴趣和爱好在某个平台上建立起来的圈子更值得关注,在萨拉·桑顿(Sarah Thomson)等人的后亚文化理论中,这是具有“新部落”特征的文化圈层,她以后现代的俱乐部文化为例指出,“俱乐部文化是趣味文化(taste cultures)。人们通常因音乐方面的共同趣味和对共同媒介的消费而聚集在一起,最为重要的是,人们选择与自己趣味相同的人聚集在一起。参与俱乐部文化,反过来也建构了更多的吸引力,使参与者适应社会生活,了解这种文化的喜好和厌恶(经常到了信仰的地步),了解文化的意义与价值,从而建立进一步的亲密关系。”^⑤在数字时代,这样的“新部落”开始在互联网上建立起来,“就如同在互联网空间中扎根生长的文化部落,在此,人们依循个性化的审美和兴趣偏好参与到特定的部落中,进行‘多对多’的群体互动,演绎着形形色色的文化传播实践,由此建构出一个又一个兴趣‘圈子’。”^⑥

平台加强了社会圈子化和部落化的文化发展趋势。不同的社交媒体平台聚集着不同的“圈子”,同一个平台也会产生不同的“圈子”。“圈子”里的人以共同趣味联结在一起,生产、分享和传播与他们自身趣味相同的文化产品、思想观念和生活方式。例如B站主要聚集了大量喜欢“二次元”文化的亚文化群体;快手平台集中了无数乡村青年群体;小红书平台则聚集着不少大学生群体。每个平台还根据用户的兴趣类型划分出无数更小的“圈子”,如B站上有番剧、游戏、动画、鬼畜、动物圈等等;在豆瓣的“豆瓣小组”中,又有“无用美学小组”“人机之恋小组”“消费主义逆行者小组”“手账小组”“映像东北小组”“下厨房小组”“戒断jellycat互助组”等细分的“小圈子”。圈子成员,大多数是与互联网一道成长的“Z世代”数字青年,他们选择加入与自己文化趣味、审美风格、消费意向和关注点相同或相近的平台和圈子。比如,在生活中提倡节俭主义的数字青年可以加入“豆

瓣小组”的“消费主义逆行者小组”，在这个圈子里他能够找到许多同道。但同道之间的关系，在有些平台和圈子里比较紧密，而有些则显得松散。例如早期B站上的“二次元”爱好者都是关系紧密的“趣缘群体”，他们以平台为基地，建立起与外界隔绝的亚文化圈层。圈子里的人“圈地自萌”，成员之间常常通过创造一些只有自己圈子里的人才能懂的“行话”和“暗语”进行交流，这让自身能够有明显区别于其他圈层的共同身份标识。有些圈子甚至发展为严密的组织团体：“网络中的部分亚文化圈子，不仅有着文化边界，其成员也有明确的身份认同和归属感，在持续的互动中甚至在向‘组织化’发展。”^⑩但有些平台上的圈层文化相对松散，例如豆瓣小组中的“无用美学小组”“手账小组”等圈子，成员联系主要通过发帖和回帖的互动方式进行，“小组”里不同个体之间并没有特别深的情感和身份联结。

“认同”是各个数字平台上种类繁多的圈层能够正常运转的关键所在。在数字时代，互联网上各种各样的社交媒体平台塑造了新的社会联结，让不少个体通过平台找到了与自己兴趣、思想和价值观相同的“圈子”，在这样的圈子里，许多人建立了新的自我和群体身份认同。在安东尼·吉登斯那里，伴随着全球化的转型、时空的脱域，现代性社会成为了高风险的社会，处于对本体的安全和存在性焦虑，每个人都渴望确立稳固的自我认同与集体认同。互联网空间更是一个曼纽尔·卡斯特所说的瞬息万变的流动空间——一个虚拟与真实、地方与全球、个人与世界等多重交叠的空间。在此流动空间中，通过信息化的社交平台寻求新的认同和沟通方式成为趋势。“新技术正以全球的工具性网络整合世界。电脑中介的沟通(computer-mediated communication)，产生了庞大多样的虚拟社群……信息化社会在历史上迈开的最初几步，其特征似乎是以认同作为首要的组织性原则。我所谓的认同，是指社会行动者自我辨认和建构意义的过程，主要是奠基于一组文化属性或一组属性上，而排除了其他更广泛的社会结构参照点。”^⑪当代数字青年们或许像卡斯特所说的“要以共享的、重构的认同为核心，追寻新的连接状态(connctedness)”。^⑫不断涌现的社交媒体平台为这种

“认同的重构”提供了可能。加入B站、豆瓣小组、小红书的某个圈子或在微信上自建“朋友圈”，今天的数字青年能以各种方式参与社交平台上的某个圈子，并在圈层化生活中建立新的身份认同。尽管有些圈子相对松散，但依然能让人在其中找到某种安慰。如“韩剧字幕组中粉丝群体的消费不仅是一种消费行为，而且通过这一消费行为进行文化交流与沟通，将其运作于迷群体的生活方式之中，体现出迷群体的符号特征，从而获取群体身份。”^⑬当“趣缘”连接到足够多的用户，与共同爱好相关的信息得以在群体内部流动与分享，同时，“在这种互动中循环着的，是一种经过共同的语言、共同的知识和共同的回忆编码形成的文化意义，即共同的价值、经验、期望和理解形成了一种积累，继而制造出了一个社会的象征意义体系和世界观。”^⑭正是在这个过程中，一些原本无目的、散漫零乱的“社交群”，渐渐升级为有共同兴趣爱好、共享彼此经验知识的文化圈层，每个成员也渐渐形成了新的个体与群体身份认同，而这个过程特别让一些“处于小众和尴尬境地的亚文化有了展现自我的舞台”。^⑮

“Z时代”青年在各种数字平台线上所建构的身份认同，无论是自我认同还是集体认同，都与线下的个体与集体身份认同既有联系也有区别。有时，线上与线下互动可以加强线上线下一致性的身份认同。例如一些平台上的“汉服圈”“动漫圈”经常在线下开展活动，这种线上线下的互动联结加强了成员的群体身份认同，特立独行的装束打扮往往成为其群体独有的“亚文化资本”(subcultural capital)。但对于不少数字青年而言，加入某些小众的亚文化圈子，恰恰是要摆脱其线下身份认同的现实困境。以动漫迷为例，“动漫及其所创造的二次元世界为动漫迷提供了幻想的平台、治愈的方案，虚拟的二次元世界中，动漫迷用动漫与幻想弥合现实生活中自我与身份的裂缝，从心理上化解其现实困境中的身份危机，从而赋予动漫迷以积极的、正面的文化情感力量。”^⑯这种“想象性的身份认同”虽然有一定的化解现实身份困境与心理治疗的作用，但却不能从根本上改变数字时代缺乏本体安全感的个体焦虑。

正是在新的自我认同和集体认同的双重需求

下,各类社交媒体平台上各种“圈子”得以持续运转、发展壮大,并培养出了专属于该群体的文化习性。布尔迪厄关于“场域”和“习性”关系的论述有助于我们理解习性与圈子的关系:“习性与场之间的关系是在两方面进行运作的,一方面,这是一种调节的关系:场构造习性,习性是体现场的内在必要性的产物。另一方面,这是一种知识的关系,或是认识的建构关系。习性有助于把场建构成一个有意义的世界,一个极富意义和价值的世界。”^②通过圈层化的文化实践,共同的文化习性也渐渐形成。如“汉服圈”注重对“汉服”和“汉元素服装”的区分与识别;“洛丽塔圈”抵制购买和穿着山寨服装。当然,这种文化习性是逐步养成的,并非固定不变。因为每个文化圈层在发展过程都会遇到内部和外部问题。特别是不同圈层的成员因为习性和认同的差异经常发生矛盾冲突,即便属于同一文化圈层,由于代际和平台选择差异等原因也会引发纷争和冲突。例如前文中所提到的2019年周杰伦与蔡徐坤粉丝之间的“打榜之争”便是典型案例。周杰伦和蔡徐坤的音乐本同属于流行文化,但不同代际的粉丝却产生了激烈冲突。在数字时代,这种不同圈层之间的冲突和撕裂有时是很严重的,杨玲在《撕:网络圈层冲突中的语言操演、认同建构与性别鸿沟》一文中就生动地描述了微博、豆瓣平台上饭圈之间的“开撕现象”。不过她认为,“饭圈撕虽然频繁,但大部分都是一过性的小规模冲突,达不到‘偶像战争’的程度。实际上,撕在防止群体极化和社会分裂方面发挥着一定的正面作用。”^③

安东尼·吉登斯说:“变化的自我作为联结个人改变和社会变迁的反思过程的一部分,被探索和建构。”^④在平台化社会,数字青年通过各种社交媒体平台圈层化的文化实践所建构的身份认同,无论是个体认同,还是集体认同;无论是想象性的认同,还是现实性的认同,都深刻地联结着更广泛的社会生活。

三、多层次协商:数字青年文化实践的交流机制

在平台化社会,每个数字青年都会依据不同的平台的特性开展文化实践,分享自己的作品,建立有共同爱好和兴趣的文化圈层,这些圈层多是具有亚文化特征的文化圈层。前面提到,不同圈层之间的

关系是错综复杂的。蔡骐借助于布尔迪厄的场域理论认为:“整个趣缘文化世界就是一个‘场域’,而整体的趣缘文化又在社会的支配性规则中被划分为若干处于不同位置的小‘场域’,各个趣缘圈子在互动、冲突、联盟、分化中展现出复杂的关系结构。”^⑤从横向结构来看,“不同趣缘圈子之间的关系主要表现为对抗与联盟。趣缘圈子可被视为一类以风格实践为基础的亚文化社群。亚文化风格在促成圈子内部的文化认同的同时,也于无形中确立了趣缘社群的‘社会定位’。换言之,风格是区分‘圈内人’和‘圈外人’的标识,拥有不同风格尤其是对立风格的圈子之间必然会产生对抗和冲突”;从纵向结构来看,“不同趣缘圈子之间也会出现权力的分层。布尔迪厄指出,个体的文化实践是‘惯习、资本以及场域之间关系的产物’。行动者通过资本博弈在场域中占据不同的位置,并基于特定的位置形成不同的惯习。根据布尔迪厄的观点,趣缘文化的资本化使整个趣缘场域成为一个权力结构化的空间,由此呈现出等级化的链式结构”。^⑥

从横向和纵向结构两个方面考察,固然能帮助人们更加清楚地了解数字平台上不同文化圈层的关系。但是曼纽尔·卡斯特说:“网络建构了我们社会的新社会形态,而网络化逻辑的扩散实质性地改变了生产、经验、权力与文化过程中的操作和结果。”^⑦网络数字空间是一个复杂、弥散的流动空间。潘忠党也认为数字空间是复杂多变的:“伴随电子尤其是数字媒体的使用,空间区隔及其相互间的连接会不断翻新,空间因此处在不断的重构或再生过程中。可以说,数字化生活的一大特征是空间的叠加和交织,前、后台的区分难以固定,中心与边缘相互渗透并颠覆。”^⑧他还借助尼克·库德瑞(Nick Couldry)和安娜·麦卡锡(Anna McCarthy)的研究指出:“当代电子媒体的发展,本身就是一个空间的过程,它突破了很多空间构成中的藩篱,也提供了很多可以开拓、重塑空间的可能性。这个过程既是物质的,也是象征的;既涉及媒介内容的生产和消费场所、文本再现的空间和由该再现的流动所构成的空间,也跨越不同规模的空间,涉及地方与全球之间的交织(entanglement)以及人们在不同条件下对此多元的体验。”^⑨圈里圈

外、线上线下,数字空间总是处于不断变化、重构和再生的过程中。因此,仅仅从横向和纵向两个方面来考察显然是不够的。在这里,我们提出从一种“多层次的协商关系结构”来认识数字平台上不同文化圈层之间的互动关系。

在平台化社会,尽管各种社交媒体平台能够帮助人们特别是数字青年们建立自己的文化圈层,但在不稳定的、流动的数字空间中,那种完全封闭稳固的场域和圈层其实是很难长期维持。虽然在有的数字平台上,一些趣缘群体“圈地自萌”,排斥其他圈层的人进入——如B站曾是“二次元文化”爱好者们的理想社群平台,共同的文化趣味让许多“二次元”数字青年聚集在这里,他们对外通过邀请机制、答题注册等手段筑起了一道“文化围墙”,但这种“圈地自萌”的圈子并不稳固。在我国越来越开放包容的互联网环境、主流意识形态的牵引和社会资本的力量等作用下,跨平台、跨圈层的文化交流其实变得越来越频繁。“社交网络用户对媒介平台存在高度黏性。多个虚拟平台存在高度的重叠性,媒介平台之间也存在着频繁流动与迁徙。”^⑥在平台化社会,各种社交媒体平台为数字青年的文化实践提供了空间和场所,数字青年也会通过自身的文化实践不断开拓新的空间和场所。特别是“Z世代”的数字青年,他们在移动互联网环境中成长起来,崇尚个性,喜欢跨越不同平台和文化圈层去接触一些新鲜事物和群体。由此,“汉服圈”中的某个数字青年也有可能同时是“科幻迷”“番剧迷”或“手账迷”。主流文化圈层和社会资本的力量也并不希望一些“趣缘群体”完全沉浸“圈地自萌”的封闭世界中,打破圈层壁垒束缚,开展跨平台、跨文化的圈层交流就显得越来越重要。在平台化社会,与其他圈层开展交流互动的“破圈”行为,有时也能够让自己圈层的文化得到更多的理解和更广泛的传播。

葛兰西的文化霸权理论提醒人们,不同文化始终存在着“动态的协商关系”。英国伯明翰学派的代表性人物霍尔就用霸权理论解释大众文化的生产实践,指出大众文化生产遵循霸权理论,是一种动态化、协商式的文化生产。“霸权暗含着统治的特定形式得到保护,不是通过意识形态强制,而是通过文化

领导……葛兰西最杰出的贡献——就是,在合法强迫的正当方法内,主要通过赢得从属阶层阶级和团体的积极共识,从而完成了对领导权的确立。”^⑦迪克·赫伯迪格在研究战后欧美青年亚文化时也运用了霸权理论,突出了青年文化和主流文化之间的“抵抗/收编”关系,并且他强调“从对抗到缓和,从抵抗到收编,这样的过程构成了每一个接踵而至的亚文化的周期。”^⑧这种“抵抗/收编”模式后来也经常被我学者用来作为研究青年亚文化与主流文化关系的分析框架,甚至由此形成了一套刻板的“抵抗/收编”分析模式。在以电视报纸为主的传统媒体时代,这样的分析框架还是非常奏效。但在充满流动性、弥散性和碎片性的数字空间,用“抵抗/收编”或“对立/联盟”的单一分析框架已无法阐释平台化社会日益复杂的不同圈层文化关系。

因此,在葛兰西文化霸权理论基础上,我们认为在平台化社会中,由于数字空间的不断流动变化、交织叠加,不同文化圈层之间实际上形成了一种“多层次的协商关系结构”,这种“多层次的协商关系结构”既让不同文化圈层特别是从属性质的亚文化圈层的独立性得以保证,同时也为不同文化圈层之间的“破圈融合”和“相互转换”提供了可能。例如在平台化社会中,平台是文化圈层发展的基础设施,但只要不同平台之间(这个平台也包含传统媒体平台)有协商合作,某个圈层的文化产品就可以在其他平台上进行分享、展示和传播,即可以获得其他平台用户或粉丝群体的关注,平台与平台之间、圈层与圈层之间的壁垒于是被打破。数据和流量是平台化社会有效运作的保障,一旦圈层界限被打破,一个好的创意产品就能获得惊人的流量。例如,作为一档地方电视台节目,如果仅仅是在传统电视媒体上播出,《唐宫夜宴》这样的视频节目恐怕很难被河南省之外的观众所熟悉,但正是借助于平台和圈层破壁,通过在微博、B站等不同平台上的分发和展示,以及通过“二次元”的内容表达和重新剪辑,《唐宫夜宴》成功“破圈”,在不同社交媒体平台都受到广泛关注,而这也反过来巩固了其自身平台的影响力。在《唐宫夜宴》出圈后,河南卫视对元宵晚会计划进行了相应调整与补充,在短期内重新制作了《元宵奇妙夜》等视频

节目,并继续跟微博、快手等多个社交媒体平台展开跨媒介、跨平台联动,圈粉无数。在平台化社会,跨平台、跨圈层、多样化的文化协商合作越来越频繁。2022年1月5日,上海米哈游网络公司的电子游戏《原神》新剧情手法首发《神女劈观》PV,讲述巾帼英雄拔除妖魔解救百姓的故事,该PV以京剧为基础改良而来。传统文化与“二次元”文化的“破圈融合”,让《神女劈观》在B站上播放率持续走高。在这个过程中,每一种“圈层文化”的自身特色仍然得以保持。

在各种数字平台上,除了“传统文化”与“二次元”文化圈层,其他如全球文化与地方文化、乡村文化与城市文化、精英文化与流行文化等不同圈层的文化都可以在破圈中互动互构,一种“多层次的协商关系结构”就这样建立起来。当然,在此“多层次的协商关系结构”中,占主导地位的文化及其圈层依然举足轻重,起支配性的作用。“任何社会/文化都有不同程度的封闭性,都会倾向于将其对社会—文化—政治世界的不同分类强加于其成员。仍然存在支配性文化秩序,虽然它既不是单义的也不是无异议的。‘支配结构’是一种文化中的关键问题。”^⑤在平台化社会,在不同文化圈层相互破圈、互动和转化过程中,也依然存在一种占主导地位的文化 and 意识形态。数字青年的文化实践以亚文化为主,所形成的各种亚文化圈层如何处理好与主流文化之间的关系就显得十分重要。

当代数字青年在各种社交媒体平台上圈层化的文化实践是多样化的,并且在这种“多层次的协商关系结构”中,它们还被镶嵌在全球与本土、个体(社群)与国家、城市与乡村不断交织碰撞的复杂社会结构中,早期这些亚文化圈子单纯的反叛、抵抗行动被越来越多元化的文化诉求所取代,简单的“抵抗/收编”模式已无法完全概括数字空间中主流文化与亚文化的多样化关系模式。在平台化社会和数字化空间中,随着数字青年日益多元化的文化和社会诉求,主流文化与亚文化的关系也被不断重塑。

一方面,在主流文化的引导以及社会资本的介入下,某些圈层单一的亚文化实践渐渐发生转向,如前面提到的“圈地自萌”曾是B站的重要文化特征,但是近年来,B站也在不断转型,积极吸收和融合主

流文化,其这几年的跨年晚会将“二次元文化”与“爱国主义情感”结合起来,还尝试与央视、新华网等传统平台联合举办跨年晚会,B站的“出圈”并没有导致其“二次元”亚文化群体的流失,反而让自己的口碑与数据得到双丰收。

另一方面,在平台化社会中,不少主流文化也主动突破“次元壁”,积极挪用亚文化圈层的符号和内容资源,以获得青年亚文化群体的认同。例如2013年共青团中央便开通官方微博、微信;2016年入驻知乎网络问答社区;2017年入驻B站和QQ空间;2018年入驻抖音、快手、微视短视频平台。“只要青年在的地方,无论千山万水,团团都赶来见你”,可见,主流文化也迫切希望通过主动的“圈层破壁”,赢得当代数字青年的文化认同。

总之,丰富多样的社交媒体平台为我国当代数字青年的文化实践提供了主要空间,并由此产生了形态多样的文化圈层,这些文化圈层帮助青年人在数字空间中建构了新的身份认同。而不同文化圈层之间相互交流、碰撞,形成了一种多层次的协商关系结构和图景。其中,亚文化与主流文化的关系也在这个过程中得以重塑,早期亚文化圈的单一抵抗形式被更为多元化的社会诉求所取代。当然,在数字时代和平台化社会,这种多层次的协商关系结构背后,交织着更宏观的技术、政治、经济、文化和社会的结构性力量。

四、结语

互联网和数字技术的迅速发展,催生了Facebook、Twitter、微博、微信、抖音、B站和小红书等社交媒体平台,这些平台成为许多人,特别是数字青年文化实践的基础设施和空间场所,今天的数字青年发挥主观能动性,充分利用各种社交媒体平台和空间创造了丰富多样的文化圈层。但与此同时,一些数字青年也利用平台,建立起壁垒森严的亚文化圈层,这种“圈地自萌”的亚文化圈层完全排斥其他文化的介入,虽然保持了一定的纯粹性,但其保守性和自闭性却不利于多元文化的发展。

在我国越来越开放包容的互联网环境、主流意识形态的牵引和社会资本的力量等作用下,跨平台、跨圈层和多样化的文化交流变得越来越频繁。因

此,在互联网上流动的、叠加的和多层次的数字空间中,我们提出用一种“多层次的协商关系结构”来思考不同文化圈层,特别是亚文化圈层与主流文化之间的互动、交流情况,以改变英国伯明翰学派在讨论青年文化与主流文化关系时那种简单的“抵抗/收编”或“对立/联盟”的关系模式。

注释:

①胡泳、刘纯懿:《现实之镜:饭圈文化背后的社会症候》,《新闻大学》,2021年第8期。

②[美]约翰·杜海姆·彼得斯:《奇云:媒介即存有》,邓建国译,上海:复旦大学出版社,2020年版,绪论第1页。

③[美]约翰·杜海姆·彼得斯:《奇云:媒介即存有》,邓建国译,上海:复旦大学出版社,2020年,第17页。

④Tapscott, D., "Educating the Net Generation," Educational Leadership, vol. 56, no. 5, 1999.

⑤[荷]何塞·范·迪克:《连接:社交媒体批评史》,晏青、陈光风译,北京:中国人民大学出版社,2021年版,第4-5页。

⑥[加]尼克·斯尔尼塞克:《平台资本主义》,程水英译,广州:广东人民出版社,2018年版,第50页。

⑦[加]尼克·斯尔尼塞克:《平台资本主义》,程水英译,广州:广东人民出版社,2018年版,第51页。

⑧[英]格雷厄姆·默多克:《对抗的联结:大流行病与平台资本主义》,《开放时代》,2022年第1期。

⑨Josévan, D. T. P. & Martijn W.. The platform society: Public values in a connective world. USA: Oxford University Press, 2018, P3.

⑩[荷]何塞·范·迪克:《连接:社交媒体批评史》,晏青、陈光风译,北京:中国人民大学出版社,2021年版,第22页。

⑪Couldry, N. & Hepp, A.. The mediated construction of reality. Cambridge: Polity Press, 2016, P3.

⑫[荷兰]何塞·范·迪克:《连接:社交媒体批评史》,晏青、陈光风译,北京:中国人民大学出版社,2021年版,第32页。

⑬⑭彭兰:《网络的圈子化:关系、文化、技术维度下的类聚与群分》,《编辑之友》,2019年第11期。

⑮Sarah Thornton. Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital, Cambridge: Polity Press, 2003, P22-24.

⑯蔡骥:《网络虚拟社区中的趣缘文化传播》,《新闻与传播研究》,2014年第9期。

⑰彭兰:《新媒体用户研究:节点化、媒介化、赛博格化的人》,北京:中国人民大学出版社,2020年版,第119页。

⑱[美]曼纽尔·卡斯特:《网络社会的崛起》,夏铸九、王志弘等译,北京:社会科学文献出版社,2001年版,第26页。

⑲[美]曼纽尔·卡斯特:《网络社会的崛起》,夏铸九、王志弘等译,北京:社会科学文献出版社,2001年版,第28页。

⑳朱丽丽:《数字青年——一种文化研究的新视角》,南京:江苏人民出版社,2017年版,第80页。

㉑[德]扬·阿斯曼:《文化记忆:早期高级文化中的文字、回忆和政治身份》,金寿福、黄晓晨译,北京:北京大学出版社,2015年版,第145-146页。

㉒朱丽丽:《数字青年——一种文化研究的新视角》,南京:江苏人民出版社,2017年版,封面文字。

㉓朱丽丽:《数字青年——一种文化研究的新视角》,南京:江苏人民出版社,2017年版,第20页。

㉔[法]布尔迪厄:《文化资本与炼金术——布尔迪厄访谈录》,包亚明译,上海:上海人民出版社,1997年版,第174-175页。

㉕杨玲:《撕:网络圈层冲突中的语言操演、认同建构与性别鸿沟》,《文化研究》2020年·春季号。

㉖[英]安东尼·吉登斯:《现代性与自我认同》,赵旭东、方文译,北京:生活·读书·新知三联书店出版社,1998年版,第35页。

㉗⑲蔡骥:《网络虚拟社区中的趣缘文化传播》,《新闻与传播研究》,2014年第9期。

㉘[美]曼纽尔·卡斯特:《网络社会的崛起》,夏铸九、王志弘等译,北京:社会科学文献出版社,2001年版,第569页。

㉙⑳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》,《开放时代》,2015年第3期。

㉚朱丽丽:《数字青年——一种文化研究的新视角》,南京:江苏人民出版社,2017年版,绪论。

㉛[英]斯图亚特·霍尔:《“意识形态”的再发现——在媒介研究中受抑制后的重返》,蒋原伦、张柠主编:《媒介批评》第一辑,广西师范大学出版社,2005年版,第200-201页。

㉜[美]迪克·赫伯迪格:《亚文化:风格的意义》,陆道夫、胡疆锋译,北京:北京大学出版社,2009年版,第125页。

㉝[英]斯图亚特·霍尔:《电视话语里的编码与解码》,黄卓越、戴维·莫利主编:《斯图亚特·霍尔文集》,北京:中国社会科学出版社,2022年版,第296页。

更正

《复印报刊资料·文化研究》2023年第12期第15页、第21页,《连续性:中华文明的首要特性》文章的作者为:邹广文。