

全球媒体时代下当代都市青年文化构建¹

王 蕾, 姬德强, 曹博林

(中国传媒大学, 传播研究院, 广播电视研究中心, 北京 100023)

摘要: 我国当代青年文化自 1976 年萌芽, 伴随着时代的交替、体制的转轨和社会的持续转型, 青年文化在政治、经济、社会和文化变革中潜移默化地历经着进化和演变。文章从三方面探索在全球媒体时代下当代都市青年文化的建构: 第一部分结合我国青年文化历史渊源和时代背景, 综述“多元化”青年文化版图; 第二部分论述全球化对 Y 世代青年在文化构建的影响, 从环境角度分析当代青年文化的发展趋势; 第三部分探索当代青年在网络社会通过各种参与性行为追求身份认同的努力以及对社会亚文化所造成的影响, 从青年主观意识方面分析其对青年文化构建所起的作用。

[WANG Lei, JI Deqiang, CAO Boling. **The urban youth culture with social participation in global media times.** *China Media Report Overseas* 2015; 11(3): 68-75].

关键词: 青年文化; 媒体; 全球化; 青年亚文化; 后喻文化; 社会参与

1915 年《新青年》杂志秉承着原初主题“青年”和“青春”(尔后更新为“德先生”和“赛先生”, 邓金明, 2011) 呈现于公众视野, 陈独秀在创刊号上刊登第一篇文章《敬告青年》讴歌“青年如初春, 如朝日, 如百卉之萌动, 如利刃之新发于硎, 人生最可宝贵之时期也”。无疑, 青年时期是宝贵的, 有规范性作用的社会角色期待和有自我设计潜能的青年自主意识共同作用着“青年”角色的产生, 青年阶段既是个人学业工作生活等各方面发展取向塑形的关键转折点, 也是青年积极建构个人社会身份 (Erikson, 1950, 1968) 以及主动融入能促进个人成长 (Yates & Youniss, 1999) 的各种社会参与或公共生活的黄金发展期。处于各种情境之中的青年实体在不断求取个人身份认同之时, 也促进了他们对青年文化创造和发展过程的参与 (王玮, 2013), 当代青年文化在继承和创造、交融和对抗中持续地向前发展进步, 如果说以 80 年代以后出生的都市青年群体为主的青年文化会不可避免地成为我国未来文化形态的主要补给 (Liu Kang, 2012), 这种发展态势囿生于青年文化在中国独特的演变轨迹, 又与当下社会转型期内外文化环境不断交互影响的社会情境有关。青年文化总是伴随着时代和社会的变革得以进化发展, 如果说上世纪 50 年代始中国文化是以政治文化为主流的一元格局, 从上世纪 80 年代始因精英文化的日渐兴起, 造就了与主流文化相摩擦的二元对立 (刘悦笛 & 刘陶, 2013), 此后, 无论是上世纪 90 年代还是 21 世纪至今, 当代中国文代开始面临新的局面, 文化从一元走向多元, 主流文化不再仅是政治文化的维一载体, 它已日益成为吸纳多种文化要素的独立层面。青年文化总是伴随着时代的交替、体制的转轨和社会的持续转型, 在政治、经济、社会和文化变革中潜移默化地历经着进化和演变。对于生于 80 年代后适逢改革开放时代的中国都市青年而言, 他们的青春浸沐在经济全球化、数字媒体技术不断革新和推进的全球媒体时代, 也奋斗于阶层分化加剧、竞争日渐激烈以及各种社会秩序规范都亟待进一步调整的社会转型期, 其青春时期所持有的价值观和所经历的文化形式也在随着环境的改变日益显现出自己独有的风格和特征。本文将结合当代时代综合背景着重讨论青年文化在我国目前环境下所呈现的特征和变化, 描述分析当代都市青年社会参与实践的社会背景。

一. “多元化”的当代青年文化版图

¹ 作者简介: 王 蕾, 中国传媒大学传播学博士, 中国传媒大学互联网信息研究院助理研究员, 国家公派至 Texas A&M University 联合培养博士, 研究方向为互联网政治, 新媒体和青年, 网络公民参与等。ldoi@yeah.net。姬德强, 中国传媒大学广播电视研究中心助理研究员, 博士, 主要研究传播政治经济学、数字化和中国社会转型等。曹博林, 香港城市大学媒体与传播系博士候选人。主要研究方向为新媒体与青少年, 群体间传播等。

基金项目: 本研究系教育部人文社会科学青年基金项目“国外反腐传播研究: 理论、策略与案例”(课题编号: 14YJC860010) 的阶段性研究成果, 还得到了国家留学基金 (Chinese Scholarship Council) 资助。

1942年，帕森斯（Talcott Parsons）创造性地运用“青年文化”描述由年龄性别等特征建构的有别于成年人的价值意义系统（P.606）。青年文化从广义上可定义为一种特殊的生活方式，它伴随着年轻人在一起分享表达各种特别形态的价值观、象征意义符号以及行为（Firth, 1951: 27）。伯明翰学派研究亚文化的学者前瞻性地将青年单独作为一个社会阶层进行分析，将青年文化作为文化研究一个重要的学术维度进行考量（Buckingham & Kehily, 2014: 2），按乔治·克拉克（John Clarke）、斯图亚特·霍尔（Stuart Hall）、汤姆·杰佛森（Tom Jefferson）以及布莱恩·罗勃特（Brian Roberts）的说法，青年亚文化产生于能共同分享一套社会礼法的族群之中（Marcelo M. Suarez, 2004:208）。中国真正意义上的青年文化出现于20世纪70年代中后期，以1976年的四五运动为标志（麻志刚 & 刘宇, 2009）。正如青年是生命进程的转型发展阶段（Keniston, 1970），青年文化也会随着时代环境交替转换而主蕴酿不同的风格特征。

千禧年以来，随着社会结构和形态的不断调整和转型，当代中国文化中极为重要的组成部分——都市青年群体，他们在享有其父辈从未体验过的物质富庶和发达信息科技所带来的高效网络沟通交互之时，也在默默接受新时期内在滋生或外来灌输的各种全新元素的压力和挑战。有学者品评“年轻人依旧年轻，但是，青年文化独有的理想主义光辉、启蒙主义冲动和个性主义追求，却已经烟消云散”（周志强, 2009）；也有学者认为现在的年轻人沉迷于网络和游戏中不能自拔，将现实世界和虚拟世界分离（Fengshu Liu, 2010）；也有研究者就《人民日报》中《莫让青春染暮气》一文所描述的80后一代集体变“老”的暮气现象，对12个城市在职青年开展大规模的抽样调查，描述和比较了目前我国青年的压力分布，研究结果表明：青年的压力主要集中在经济生活压力、知识技能压力和人际关系压力三个方面，“求稳不求新，守故不思变”俨然成为了他们生活的表象特征（王小璐 & 风笑天, 2014）。当然，也有学者表明中国当代青年文化版图是一个绚烂缤纷的景象，是一个多元混杂且相互渗透的结合体，它从来不是一个单数（胡疆锋, 2011），这种文化形态被喻为“沙拉碗”或“大熔炉”（刘悦笛&刘陶, 2013）。学者陈映芳最早采用法国社会学家 R.Caillois 提出的“圣—俗—游”的社会结构模式分析当代中国青年文化，而后，刘悦笛等学者在此基础上，又建设性地开创了“超文化”这个全新维度，圣文化与精英文化相对应，俗文化不完全等同于大众文化，它可分为“通俗文化”（popular culture）与“低俗文化”（low culture）两种类型，“游文化”游离于体制之外，居于社会边缘，但随着社会文化格局的波动，游文化可能打破边缘壁垒，迈向主流，被视为游文化的当今网络青年文化可能就有这种自下而上的发展取向。但当青年文化超出自身边界为主流文化收编，被大众文化所同化的时候，就形成了所谓的“超文化”（刘悦笛&刘陶, 2013）。当然，以上这种青年文化分类模式可能不一而足，有学者也参照现代社会对理想青年的角色期待，将当代青年文化细分为认同文化、亚文化、反文化和负文化几个层面（胡疆锋, 2011）。认同文化最大特征是对主导文化所倡导的价值观的基本认同，有一定的政治文化属性，以五四青年、奥运志愿者等群体文化形态为代表；当代中国青年亚文化总体而言，是不能单单用西方意义上的“亚文化”（subculture）模式所穷尽的，它并非“要么抵抗，要么妥协”的非此即彼的文化形态，更多的情况下呈现出一种折中主义的“协商”特质，故西方带有政治革命激进性质的“反文化”（counterculture）理论更不能深入地适用于中国环境，这与主流意识形态、传统文化的积累、市场经济的操控以及父辈文化的灌输都有一定的关系。

其实，多元的青年文化也反映了青年不同的价值取向、独立人格和精神魅力（胡疆锋, 2011），这也和青年文化过渡的发展形态有关。青年文化可以从形式（forms）和表演（performances）两方面进行考量，前者侧重代际和阶层，而后者则注重青年平日的的生活风格特征（Pais, 2000），这两种维度也可与德勒兹和瓜塔里（Deleuze & Guattari, 1998）曾提出的线性空间（striated space）和平滑空间（smooth space）相对应。与象征着秩序和规范的线性空间不同，平滑空间允许百家争鸣，赋予个人充分的自由去驰骋翱翔。当代青年文化虽然没有完全与有着社会角色期待特征的线性空间分离，但在很大程度上坐落于能给个人提供施展创造性才能舞台的平滑空间之中。正如贝克所言“青年文化并非纯粹且地域性的，而应是不同空间互动过程中的混合物”（Chris Baker, 2002:147）。当代以80后、90后为主体的中国青年浸沐在改革开放的春风里，国门的开放和市场经济概念的树立使这一代年轻人受到各种文化观念和意识形态的冲击和影响，他们面对的可谓是一个文化沙拉碗，新自由主义（neoliberalism）、国家主义（nationalism）、全球主义（cosmopolitanism）以及儒家学说（Confucianism）共同形成综合的话语环境（Zhu & Camicia, 2014:43），影响着青年群体同时也时时

经历着不同文化形态中的重新诠释和解读。文化源流的日渐丰富以及信息技术平台的深化改革赋予了青年族群自主选择思想理念的权利和自由，这种选择很大程度上取决于他们的教育背景和生活经历。当然，市场经济和科学技术的快速发展在壮大国力的同时也伴随着道德伦理的衰落以及意识形态混乱等危机，面临大批西方思想观念的引介，如何保有本民族文化主体性且批判汲取外来文化已成为学界和社会关注的议题。有学者指出避免片面理解西方文化以及不断充实中国传统历史文化是解决当代青年文化主体性孱弱和道德滑坡的合理趋向（Yan Wang, 2006）。

二. 全球化环境下 Y 世代青年的文化构建

Y 世代（Generation Y）或千禧世代（Millennial Generation），通常指出生于 1980 年至 20 世纪 90 年代后期成长于当代的年青群体（Newman, 2013:219），虽然 Y 世代起初是镶嵌在西方情境下的词汇，但随着中国经济的快速发展以及全球化浪潮的持续推进，具有良好教育背景、家庭条件的都市青年又是新鲜事物和前沿思想吸收理解最快的部落团体，“Y 世代”一词俨然已冲破了地理环境的束缚，投入国际背景下的情境化运用。对于中国 Y 世代族群，他们大多是独生子女，父母多数经历过文革，他们是率先领阅数字化生活环境的一代，信息技术深入地影响着他们的生活和工作形态（Bennett et al., 2008; Wesner and Miller, 2008）。我国的 Y 世代都市青年大多享受着与西方同龄人相同的娱乐休闲：他们看着迪士尼卡通和日本漫画成长，经常光顾麦当劳、KFC 和星巴克；他们喜欢购买 Nike、Adidas 等进口商品（Cheng, M., & Berman, S. L., 2012）；智能手机是他们的生活必需品，刷微博、聊 QQ、上人人网、打魔兽日益成为当下“新新人类”（neo-neo tribe, Jacka, Kipnis & Sargeson 2013: 193）的日常生活之需；写博客、看视频、逛贴吧等虚拟世界体验造就了一批“宅男”“宅女”。

全球化（globalization）意指思想、商品以及人员关系以前所未有的速度、范围和数量跨国界流动的过程（Jensen, Arnett, & McKenzie, 2011）。在改革开放后的 30 年，中国经济突飞猛进，在 WTO 的加入、世界体育盛世的承办、金融危机的平稳过渡、文化产业的重视等方面均显示着我国应全球化进程加快之势并入世界进步发展行列的目标和举措。青年文化与全球化之间存在着一种共生关系，某些人认为青年文化是“全球化的机动车”（“vehicle for globalization”, Dean, 2000），也有人否认任何形式同化性全球文化的存在（Sam George, 2003）。可以说，青年文化和全球化相互影响着对方。首先，全球化并非一个简单的学术概念，它包含着文化植入和价值扩张（王玮，2013），在不同国度地域中蕴酿的青年文化所受到的全球化影响是不一而同的（Bennett, 1999），占主体地位的全球化理论强调大规模范围经济、政治以及文化的转型，但是全球化的影响其实也逐渐渗透进人们日常生活体验之中（Buckingham et al., 2014: 42），而这种浸透大多是经由媒体特别是数字新媒体平台完成的（Jennifer Gidley, 2001）。从价值观层面而言，有学者指出，处于不断加速发展全球化进程中的社会转型国，中国青年正在经历着相对较大的价值观改变，比如“个人主义、物质主义、消费主义、道德危机”等等（Wang, 2006:233）。自改革开放以来，经济的飞快发展促进了国民个人财富的积累和增长，人们在物质生活得到相对保障的基础上，开始逐渐转向精神生活的充盈和丰富，而已跨入信息网络社会的大众已习惯用各种数字媒体设备探寻周遭和外面的世界，当面向媒介中不断传送的西方大众流行文化时，被称为“新新人类”“网络族群”（Net Generation, Tapscott 1998）的当代青年首当其冲地接受着这种外来文化的熏陶，其中潜移默化影响程度最大的应该是个人主义、物质主义思想的冲击（Robert L. Moore, 2006）。现在的都市青年更加注重个人的话语表达和成就感、幸福感的获得，“自我文化”（me culture, Yangzi Sima & Peter C. Pugsley, 2010）就渐渐成长于青年的主观愿望和社会客观环境对青年的角色期待之间。物质主义是有关于个人世俗的占有物是生活满意度最重要来源的信仰（Belk, 1985），已有研究论述中国青年正认同较高程度的物质主义思想（Chan, 2005; Rosen, 2003），这与其经历过自然灾害和文革洗礼的父辈所簇拥的集体主义观念、节俭持家理念是有所区别的（Liu Kang, 2012）。对于青年特别是学生群体，要警惕其片面汲取西方思想以及对某些价值观理念做偏窄化解读，西方意识形态中除了个人主义和竞争效率，还有公平（fairness）、平等（equity）、信任（credibility）、博爱（Philanthropy）等观念值得年轻人去关注（Wang, 2006）。

其次，在全球化对中国青年文化影响层面，其实并不能完全理解成本土文化对西方国家特别是美国文化观念的全盘接收，也就是说，不同国度和领域的年青群体会以自身所掌握的意义符号和所处的社会文化情境来对全球青年文化进行本土化的解读和运用（Bennett, 1999; Kieldgaard & Askegaard,

2006), 当然, 这也与本地政治经济操控有关。正如“全球本土化”(glocal)一词就从全球和地方两个角度定义当代生活的双重性。若从给青年文化提供养料的媒体内容架构层面来看, 国内众多节目源自对西方国家节目的改编和模仿, 特别是自05年始收视率颇高的选秀节目, 《超级女生》、《快乐男生》、《中国好声音》、《舞林争霸》等蓝本均取荐于西方原创栏目品牌, 也适当融入了本土风格和特色。真人秀的红火一方面与媒体内容借荐西方元素进行的发展创新有关, 另一方面也和放松规制环境下消费主义资本积累、参与性大众文化发展以及传统媒介内容娱乐化走势等方面均有联系。此外, 其它国家媒体节目的不断引进, 丰富了国内青年文化的话语资源, 也加强了全球青年文化的融合贯通。美国好莱坞大片、日本动画动漫以及韩剧的持续升温, 在带动边际产业链发展和增强全球资源流动的同时, 也加快了“商业快餐文化”、“萌文化/耽美文化”以及“民族文化经济”等观念对国内消费者的渗透, 而对这些思想理念理解体会最快的莫过于青年群体。

如从给青年文化提供滋长土壤的媒介体制和环境层面来分析, 政治力量的逐渐淡化、经济实力的不断侵入以及民间参与意识的日益萌发可以说是当前我国媒介环境发展的客观条件。政府对媒体内容和经营政策的管控已进入后WTO时代, 主要体现在两个代表性的文件中: 一是2001年《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》(中办17号文件), 该文件的出昭示着政府职能已经从经济活动主体转向为政策条例的制定者和监督者; 二是2003年《中共中央宣传部、文化部、国家广电总局、新闻出版总署关于文化体制改革试点工作的意见》(21号文件), 将广电业划分为公益性事业和经营性产业两类, 前者负责宣传, 后者涉及的产品和服务大部分交于市场和公众(胡正荣 & 李继东, 2007)。另外, 习近平总书记的任职国家领导工作初始之际便率先决策通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》, 给学界业界探讨多年却进展缓慢的“媒介融合”问题给予了最高政策上的支持和帮助。政策上的放松管制、媒介融合的实质性推进、网络传播的日渐重视以及外来资本的有效引进等等因素, 加快推进了媒介渠道的更新发展和媒体内容的繁茂丰富。

三. “地球村”青年在后喻文化时代的身份探寻和参与实践

麦克卢汉关于“地球村”的寓言在如今已经成为无可争议的社会现实, 数字媒介通信技术的飞速发展让人与人之间的沟通跨越地理空间的界限, 信息传递零负荷且具有时效性。随着3G/4G网络设施条件的进一步完善、局域网在各种公共场所中的覆盖面逐步扩大以及形形色色的数据处理终端更加智能化, 网络社会已然作为一种新的社会形态创建且发展起来。就中国网络发展现状而言, 据中国互联网信息中心CNNIC第34次调查报告显示, 截至2014年6月, 我国网民规模达6.32亿, 手机网民达5.27亿, 其中网民中使用手机上网的人群占比提升至83.4%, 在网民的构成中以18-35岁的年青群体为主。中国当代青年和西方同龄人一样都可以说是技术能者(techno-savvy)。技术形式或操作技能可能会日渐繁复, 但青年对于技术的热爱追求以及他们不断学习知识技能的潜力在世界范围内却是同步发展的(Sam George, 2003)。

青年时期是催生社会亚文化的重要阶段(Ruihui Han, 2014), 青年文化通常被认为是某种被地理位置约束, 通过风格、服饰及多种视觉元素集合而成的具体文化形态(Andy Bennett et al., 2014)。随着全球化进程的持续推进以及数字信息媒介技术的不断增强, 青年文化不应被仅仅视为一种由地理空间性质所束缚的现象(Bennett, 2004:163), 青年文化可能应越来越倾向一种“分享观点”的文化, 也就是说这种文化形态下的交互沟通也许不会发生在如街道、俱乐部或节庆场所的物理空间之内, 却更多地作用于由网络作为基础平台的虚拟空间之中。以“分享”为主要特征的网络青年文化可以说是社会亚文化的主要组成部分, 它主要包括恶搞文化(Kuso culture)、非主流文化(non-mainstream culture)、自拍文化(autodyne culture)、网络文学艺术(network art)以及网络娱乐文化等, 这些以青年为主要缔造者的亚文化形态日渐渗入社会文化动脉, 以一种反哺的方式带动整个社会文化的交融与发展。

恶搞文化具有张扬个性、反讽社会、颠覆经典、解构传统等特点(胡疆锋, 2008), 网络恶搞是后现代文化的体现(Cai & Liu, 2008), 它不同于有抵抗性特征的反文化(counter culture)和“负文化”(negative culture), 大多源于以青年为主的草根阶层, 强调公众在文化领域中的参与。2005年底、2006年初风靡网络的恶搞短片《一个馒头引发的血案》让一个自由职业青年胡戈脱颖而出, 《馒头》以一种诙谐、叛逆及反商业化的风格在公共空间中调侃了有着豪华阵容且巨额包装下的“商业大片”,

可谓是当代恶搞的开山之作。此后，恶搞能见于多种形式的创作之中，无论是仪式般受亿万观众收视的央视春晚，还是林林总总热播的影视连续剧，以往单方面受到权威信息灌输的受众已经不再满足于被动的接收地位，他们借由各种先进的新媒体平台主动融入大众讯息的生产和创作之中，真正地推动了由大众向公众积极转型的时代齿轮。另外，网络文学艺术不得不说是青年网络亚文化的典范，它通常指发表于网络的文艺创作、音乐及摄影作品等等（Ruihui Han, 2014）。1998 年一夜爆红网络小说《第一次亲密接触》几乎让所有女孩都幻想变成“轻舞飞扬”，其后，各种超自然小说、城市情感小说、穿越小说和同人文等等文学作品俨然成了广大网民休闲时段的精神食粮，也成了近年来电影电视剧内容的补给库。凭借网络超高的覆盖力度，使得一些青年作家的创作越过繁锁的出版审查而得以直接面向大众，某些作品的实力在其网络点击率和回复度中得到了最直接的体现，大众的回馈在为创作者赢得名声人气的同时，也推动了内容匮乏的媒体市场，韩寒、郭敬明毫无疑问可谓是 80 后作家中的佼佼者，虽说公众对他们的争议从未休止过，但《三重门》、《幻城》等青春题材的小说确实在读者群中掀起较大的反响和热烈的追捧；有些题材精湛的小说也受到了影视出版商的青睐，不断有形形色色、风格迥异的网络热议原创作品被搬上影视荧幕，上映 4 天票房破亿元大关的《失恋三十天》改编自 87 年女孩鲍鲸鲸同名人气网络小说，创下电视剧收视之最的《甄嬛传》也改编自 84 年女作家流潋紫网络小说《后宫》，火遍海峡两岸的电影《致青春》源自 81 年女作家辛夷坞“暖伤青春”系列女性情感小说，还有数以万计时时更新的同人文、原创文学作品浮挂于贴吧、博客、人人网等各种网络应用平台，集聚着众人的智慧，也促进着每个人的参与力。

如果纵向比较以上探讨的青年文化形态，可以发现它们有个共通点，即“参与性”，不论是内容生产，还是接受消费，参与意味着某种程度上的双向互动，不断地磨练着参与者主动建立自我身份的潜能。80 年代出生的中国都市青年在享受物质富庶、经济繁荣以及信息充盈的同时，也面临着社会转型过程中价值观迷失以及道德意识滑坡的挑战，因为以往高度集中的意识形态已伴随着全球化发展的步伐渐渐地融入了消费主义（consumerism）、唯我主义（egotism）等多元价值观念。此时此刻的年轻一代有着与其父辈不同的对独特文化身份（cultural identity）的强烈追求（Liu Kang, 2012）。而这种身份特征（identity）则通过诸如语言、宗教、食物等大量的文化符号得以体现（Watson and Caldwell 2005），新媒体时代，被称为“技术能者”（techno-savvy）的青年群体运用数字化的技术和符号创造亚文化，而这种文化生产方式孕育了年轻人向长辈传授经验和知识的空间，从某种程度上印证了美国社会学家玛格丽特·米德所说的“后喻文化”时代的来临（王玉冰 & 刘昕, 2006）。比如：网络流行语可以说是青年们追求自我认同、塑造身份特征的鲜明体现，这些新颖名词被用在各种语境语意之中，如果谁还不知“神马都是浮云”、“给力”、“hold 住”等语汇，就仿若跟不上时代的脚步，挤不上青春的列车；有些流行语用于制造娱乐的同时，也被用在评论社会热点事件之上，大多时候有种诙谐反讽的色彩，一句“元芳，你怎么看？”成了 2012 年度网民对众多争议话题最热的评论，这句话被反复地用在房价、医疗、食品、安全等社会热点议题之上，此时某些流行语已突破了原初的娱乐性质，年轻一代对这些网络俚语的创造运用，其实从侧面反映了他们渴望打破权威、消解神圣、追求平等的精神（刘胜枝 & 王飒飒, 2013）。

青年的参与实践不仅推动了娱乐文化产业，而且也使某种形式的娱乐具备了政治或社会属性，提高了他们自身的公共意识和社会责任感。以青年为主体的“粉丝文化”或“迷文化”（fandom）已经不再纯粹地代表休闲娱乐，它其实也为年轻人提供了创造、互动、商议社会规范的情境（Anthony Y.H. Fung, 2009）。“粉丝”在为共同的偶像欢呼或为相同的兴趣探讨的时候，他们也在找寻着某种归属感，这种探寻过程是对自我身份确认的过程，是在追求被视为“青春期自我的最重要成就”的“自我认同”历程（邵蕾, 2012）。粉丝间相互切磋的内容不止于娱乐，也有其对价值观、道德观以及伦理观的探索和追寻，在这种自下而上的社区建构中，每个人都从自身态度、生活方式和价值观出发，贡献着自己的智慧和力量，促进着相互间的凝聚力，自愿地充当着“非物质劳工”（Immaterial Labor, Lazzarato 1996），特别是在一些社会公共议题的讨论上体现着粉丝群的参与热情，这也可以说是“生活化政治”（Bennett, 1998）形态的显现。另外，还有一批活跃在各种新媒体平台上的青年“草根意见领袖”，他们在网络中为所专注的社会热点发出自己的意见和呼声，很多观点对促进社会健康发展有着建设性的意义。比如：2011 年，女大学生小阳向广州政府职能部门申请公开光亮工程可行性报告，并在微博上征集 1000 个大拇指呼吁更多的人参与这项活动；2012 年，“表哥”事件中大二学生刘艳峰要求地方政

府公布表哥工资，希望全社会深层次地关注这则舆论热点事件，共同推动政府信息公开；还有曾为乙肝病毒携带者维权的青年雷闯、持续性地向网民交流公民知识的向莉 Alice 以及长期坚持参与各种志愿活动的众多青年群体，他们对于社会公益事业的参与热情和毅力不仅体现了当代青年公民权利意识的增长，而且整个社会的和谐进步也会因为他们的参与而更好更快地向前发展。

参考文献 (Reference) :

1. Bennett, A. (1999). Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. *Sociology*, 33(3), 599-617.
2. Bennett, W. L. (1998). The uncivic culture: Communication, identity, and the rise of lifestyle politics. *PS: Political Science & Politics*, 31(04), 741-761.
3. Bingchun, M. (2011). From Steamed Bun to Grass Mud Horse: E Gao as alternative political discourse on the Chinese Internet. *Global Media and Communication*, 7(1), 33-51. doi: 10.1177/1742766510397938
4. Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., . . . Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245-267.
5. Buckingham, D., Bragg, S., & Kehily, M. J. (Eds.). (2014). *Youth Cultures in the Age of Global Media*. Palgrave Macmillan.
6. Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British journal of educational technology*, 39(5), 775-786.
7. Bennett, A., & Kahn-Harris, K. (2014). After subculture: Critical studies in contemporary youth culture.
8. Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer research*, 265-280.
9. Baker, C. (2002) Making sense of cultural studies: central problems and critical debates. London: Sage Publications.
10. Chan, K. (2005) Consumption of prestigious brands and source of influence among young people in Hong Kong. *Media Digest*, September, pp. 14-15. (In Chinese)
11. Cheng, M., & Berman, S. L. (2012). Globalization and identity development: a Chinese perspective. *New Dir Child Adolesc Dev*, 2012(138), 103-121. doi: 10.1002/cad.20024
12. Cai, F., & Liu, T. (2008) Kuso on Internet: New Front of Postmodernism Mass Culture. *Shi Ji Qiao*, (6), 88-90.
13. Dean, K. C. (2000, July). We aren't the world. Princeton project on globalization, youth, and religion. Retrieved from <http://www.ptsem.edu/iym/globalization>.
14. Deleuze, G. and Guattari, F. (1998) *Mil Mesetas*. Valencia: Pre-Textos.
15. Rosen, S. (2003). Chinese Media and Youth. *Chinese media, global contexts*, 97-118.
16. Rosen, S. (2009). Contemporary Chinese youth and the state. *The Journal of Asian Studies*, 68(02), 359-369.
17. Han, R. (2014). Commercialization of Chinese Youth Network Subculture and Its Social Effects. *Asian Social Science*, 10(9), p234.
18. Huang, Y. (2014). From 'talent show' to 'circusee': Chinese youth resistant acts and strategies in the Super Girl Voice phenomenon. *Critical Arts*, 28(1), 140-151.
19. Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis* (No. 7). WW Norton & Company.
20. Fung, A. Y. (2009). Fandom, youth and consumption in China. *European Journal of Cultural Studies*, 12(3), 285-303.
21. Firth, R. W. (1951). *Elements of social organization*. Josiah Mason lectures delivered at the University of Birmingham (1947).
22. Moore, R. L. (2005). Generation Ku: individualism and China's millennial youth. *Ethnology*, 357-376.
23. Gidley, J. (2001). Globalization and its impact on youth. *Journal of Futures Studies*, 6(1), 89-106.
24. George, S. (2003). Emerging youth cultures in the era of globalization: TechnoCulture and TerrorCulture. Edited by Richard Tiplady, 33.
25. Kjeldgaard, D., & Askegaard, S. (2006). The glocalization of youth culture: The global youth segment as structures of common difference. *Journal of Consumer Research*, 33(2), 231-247.

26. Hargittai, E., & Shaw, A. (2013). Digitally Savvy Citizenship: The Role of Internet Skills and Engagement in Young Adults' Political Participation around the 2008 Presidential Election. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), 115-134. doi: 10.1080/08838151.2013.787079
27. Jacka, T., Kipnis, A. B., & Sargeson, S. (2013). *Contemporary China: Society and Social Change*: Cambridge University Press.
28. Jensen, L. A., Arnett, J. J., & McKenzie, J. (2011). Globalization and cultural identity. In *Handbook of identity theory and research* (pp. 285-301). Springer New York.
29. Kang, L. (2012). Searching for a New Cultural Identity: China's soft power and media culture today. *Journal of Contemporary China*, 21(78), 915-931. doi: 10.1080/10670564.2012.701032
30. Liu, F. (2012). 'Politically indifferent' nationalists? Chinese youth negotiating political identity in the internet age. *European Journal of Cultural Studies*, 15(1), 53-69.
31. Newman, D. M. (2013). *Sociology*. Sage Publications.
32. Roberts, K. (2014). Youth and globalization in Central Asia: everyday life between religion. *Central Asian Survey*(ahead-of-print), 1-2.
33. Sima, Y., & Pugsley, P. C. (2010). The Rise of A'Me Culture'in Postsocialist China Youth, Individualism and Identity Creation in the Blogosphere. *International Communication Gazette*, 72(3), 287-306.
34. Su árez-Orozco, M. M., & Qin-Hilliard, D. (Eds.). (2004). *Globalization: Culture and education in the new millennium*. Univ of California Press.
35. Tapscott, D. (1998). The net generation and the school. *Milken Family Foundation*, available at: www.mff.org/edtech/article.taf.
36. Petrovic, J., & Kuntz, A. (Eds.). (2014). *Citizenship Education Around the World: Local Contexts and Global Possibilities*. Routledge.
37. Machado Pais, J. (2000). Transitions and youth cultures: forms and performances. *International Social Science Journal*, 52(164), 219-232.
38. Wang, Y. (2006). Value changes in an era of social transformations: college - educated Chinese youth. *Educational Studies*, 32(2), 233-240. doi: 10.1080/03055690600631150
39. Wesner, M. S., & Miller, T. (2008). Boomers and Millennials Have Much in Common. *Organization Development Journal*, 26(3).
40. Watson, J. L., & Caldwell, M. L. (Eds.). (2005). *The cultural politics of food and eating*. Malden, MA: Blackwell.
41. Lazzarato, M. (1996). Immaterial labour. *Radical thought in Italy: A potential politics*, 133-147.
42. Bucholtz, M. (2002). Youth and cultural practice. *Annual review of anthropology*, 525-552.
43. Keniston, K. (1970). Youth: A "new" stage of life. *The American Scholar*, 631-654.
44. Yates, M., & Youniss, J. (1999). Roots of civic identity. *International Perspectives on Community Service and Activism in Youth*. Cambridge: Cambridge University Press.
45. 邓金明. (2011). 现代中国青年文化的诞生——以《新青年》杂志为中心的考察. *上海大学学报: 社会科学版*, 18(3), 47-56.
46. 胡疆锋. (2011). 中国青年文化的当代版图——从“青年文化消失论”说起. *文艺争鸣*, (1), 140-146.
47. 胡疆锋. (2008). “恶搞”——一种青年文化现象: 恶搞与青年亚文化. *中国青年研究*, (6), 4-10.
48. 胡正荣, & 李继东. (2007). 广播电视公共服务, 政治理念与社会实践. *媒介公共服务理论与实践*.
49. 陆玉林. (2002). 当代中国青年文化的回顾与反思. *中国青年政治学院学报*, 4(6).
50. 王玮. (2013). 全球化·青年文化·价值观. *河北青年管理干部学院学报*, 25(6), 12-14.
51. 刘悦笛, & 刘陶. (2013). 当代新青年“新文化”的结构与走势——兼论亚文化与反文化研究的本土适用性. *江苏行政学院学报*, (6), 38-42.
52. 刘胜枝, & 王飒飒. (2013). 新媒体背景下青年文化新现象研究: 近两年青年网络文化现象与热点事件分析. *中国青年研究*, (9), 4-8.
53. 邵蕾. (2012). 新媒体与青年亚文化的变迁. *当代青年研究*, (5), 16-22.
54. 麻志刚, & 刘宇. (2009). 当代中国的青年文化参与探析. *改革与开放*, 11, 168.
55. 周志强. (2009). “青春文化”高开, “青年文化”低走 (Doctoral dissertation).
56. 王小璐, & 风笑天. (2014). 青年何以“暮气沉沉”——基于转型期青年压力的分析与反思. *中国青年研究*, (1), 22-29.

57. 王玉冰, & 刘昕. (2006). 从“80后”文学看中国当代青年文化的后现代走向. 山东省青年管理干部学院学报, 3, 007.

The urban youth culture with social participation in global media times

WANG Lei, JI Deqiang, CAO Boling

Communication University of China

Abstract: The Chinese youth culture is sourced from 1976, and with the replacement of times and transforming of the society, the youth culture is going through revolutions in politics, economics and other aspects. The article explores social cultural environment where current urban youth get involved in public engagement in the global media times. The first part systematically analyzes a pluralistic youth culture from history and social background; the second part explores the effects of globalization exerted on Chinese Generation Y and relationship between them; the final part analyzes youth efforts of chasing for identity recognition in network society, illustrating their participating behaviors may have effects on social subculture.

Key words: Youth culture; media; globalization; youth subculture; post-figurative culture; social participation

7/13/2015