

网红文化与青少年主体性危机的透视

——一个批判分析的视角

刘才琴

广东海洋大学文学与新闻传播学院, 广东 湛江

收稿日期: 2024年9月14日; 录用日期: 2024年10月25日; 发布日期: 2024年11月5日

摘要

文章从社会批判理论角度分析了网红文化作为一种网络亚文化对青少年造成的主体性危机。网红文化呈现出娱乐化、低俗化的特征, 其以高强度的感官刺激吸引着青少年, 是青少年隐秘而不被窥视的社交资产, 因而成为青少年逃离现实的“安乐园”。网红文化的普及对青少年的主体性建构带来危机。首先, 网红文化对物化的追崇致使青少年价值观单一, 物化自己和他人; 其次, 网红文化的情感与表达使青少年进入集体“迷幻”状态, 从而悬置现实, 对现实采取冷漠和疏离的态度; 最后, 网红文化以其强势的同一性逻辑, 反对青少年的主体性, 并重构其正常与病态的话语。因此, 网红文化正侵蚀着青少年的思维方式、行为模式与价值选择, 致使其主体性陷入危机。

关键词

网红文化, 青少年, 主体性

A Perspective on Internet Celebrity Culture and the Crisis of Teenagers' Subjectivity

—A Critical Analysis Perspective

Caiqin Liu

School of Literature and Journalism, Guangdong Ocean University, Zhanjiang Guangdong

Received: Sep. 14th, 2024; accepted: Oct. 25th, 2024; published: Nov. 5th, 2024

Abstract

The paper analyzes the crisis of subjectivity caused by Internet celebrity culture as a form of cyber subculture to teenagers from the perspective of social critical theory. Internet celebrity culture has

shown the characteristics of entertainment and vulgarity. It attracts teenagers with high-intensity sensory stimulation and is a social asset that teenagers hide from prying eyes. Therefore, it has become a paradise for teenagers to escape from reality. However, the popularity of Internet celebrity culture has brought a crisis to the construction of teenagers' subjectivity. First, the pursuit of materialization by Internet celebrity culture has led to a single value system for teenagers, which makes them objectify themselves and others; secondly, the emotions and expressions of Internet celebrity culture have put teenagers into a collective psychedelic state, thereby make them suspending reality and taking an indifferent and alienated attitude towards reality; finally, Internet celebrity culture opposes the subjectivity of teenagers with its strong identity logic and reconstructs the normal and pathological discourse of this culture. Therefore, Internet celebrity culture is eroding the thinking mode, behavior pattern and value choice of teenagers, causing their subjectivity to fall into crisis.

Keywords

Internet Celebrity Culture, Teenagers, Subjectivity

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

短视频与直播平台的兴起催生了越来越多的“网红”，即网络红人(Online Celebrities)。所谓“网络红人”，其本意是指“那些在现实社会或者网络空间中，由于某些行为、某个事件被广大网民关注从而走红的人” [1]。如今，网红的概念已不单单指代某一类群体，而是扩展至物品、景点、行为和事件等。围绕着网络红人、网红物品、网红景点和网红事件等形成了网红文化与网红消费。网红文化是“一种小众的、受一定群体追捧的，在行为方式、价值观方面与主流文化存在一定差异甚至背道而驰的一种网络亚文化现象” [2]。

2. 网红文化发展历程

网红文化等网络亚文化现象的出现并非偶然，互联网自由开放的媒介环境为其提供了土壤，网络红人与网络推手的联合使其进一步商业化、资本化。从历史性的角度来看，国内网红文化的发展大致经历了三个阶段：

2.1. 文字时代

彼时互联网刚进入中国，博客和 BBS 论坛风行网络，网红大多是活跃于以上平台的网络写手，激扬的文字和深刻的思想是他们安身立命的根本。彼时的网红大多是某一领域的精英，如老榕、痞子蔡、宁财神、韩寒等。草根因知识、能力和媒介接触机会的匮乏，在此时的网络生态下无法获得进入网络世界的入场券。因此，彼时的网红文化仍属于精英文化。

2.2. 图文时代

以 2004 年网红“竹影青瞳”个人博客事件为标志，互联网开启了它的读图时代，以图载文载人成为阅读潮流，图片是网红们吸睛的最有效手段。此时，网络女性借助身体与外貌占尽优势，如奶茶妹妹等。与此同时，一些外形不占优势的草根，开始依靠异乎常人的大胆举动、张扬的个性而走红，这其中以芙

蓉姐姐和凤姐为代表。这造就了网红文化的平民化、娱乐化甚至低俗化趋势。

2.3. 宽频时代

自 2014 年始，视频类应用大行其道，立体动态的视频阅读成为新潮流。以 Papi 酱为代表的网红开始通过短视频而不是图文进行传播，短视频时代的到来预示着信息传播进入宽频时代。短视频和直播平台的普及，带领网红文化进入全民直播、全民狂欢的“网红”经济时代。如果说 Papi 酱的内容生产仍属于专业生产内容(Professionally-Generated Content, PGC)的话，那么如今的网红文化已然走向全民化、泛娱乐化。

因此，当我们在当前的社会环境下讨论“网红”这一概念时，与其最初的含义已全然不同。网红不再指代精英，而变成了一个对某类人群的中性甚至带有贬义的统称。网红文化代表的是娱乐化的网络亚文化。自此，网红文化与精英文化彻底区别开来。

3. 网红文化对青少年的吸引力

据艾瑞网发布的相关报告显示，中国网红粉丝中有 53.9% 的年龄在 25 岁以下[3]。同时，2020 年曾有教育机构对北京各小学进行了一项关于“理想”的抽样调查，结果显示，有将近 80% 的小学生希望长大后成为网红[4]，青少年成为网红文化消费的主力军。那么，网红文化对青少年的吸引力到底何在呢？

3.1. 高强度感官刺激

以抖音为例，作为音乐类短视频社交平台，其定位突出两点：音乐和社交，即以音乐为手段，旨在打造一个新兴的社交平台。因此，抖音短视频传播的内容以碎片化为主，配以醒目的图片、文字，再加上动感的音乐，对青少年的视觉、听觉造成强大冲击，极具诱惑力。与此前的文字、图片和长视频等相比，抖音的这类动感短视频无疑更符合青少年追新、猎奇、寻求刺激的心理，更能获得其青睐。

3.2. 虚拟社交资产

目前，随着抖音、快手等短视频平台、直播电商的深入发展，中国的网红经济步入以虚拟社交为主要特征的 Web3.0 时代，网红们力求以更加新颖的内容创作形式吸引消费者，其所创作的内容转化为虚拟世界的社交资产，由此搭建与受众的社交链接，继而实现流量变现。其中，作为观者的消费者是隐匿的，除非他主动点赞、评论或转发。这种轻松愉快、安全而又隐秘、独享而不被父母围观的文化消费和人际交往方式，为青少年营造了属于自己的私密空间。

3.3. 逃离现实的“安乐园”

当今社会是一个蕴含高度风险的社会，其流动的现代性使个体越来越以原子化形式生存，个体与个体、个体与群体之间的纽带被割断，人与社会的关系呈现出高度的不稳定性，这种不稳定性所带来的不安全感笼罩着个体。以抖音短视频为代表的网红文化营造了一种短暂狂欢与世外桃源般的生活，使得青少年可以以最低成本的文化消费，获得逃离琐碎而无力的现实的出口。因此，青少年成为网红文化的坚实拥趸也就不足为怪了。

4. 网红文化与青少年的主体性危机

在网红文化迎风起舞的一片向好之势中，其泛娱乐化的内容却让社会大众忧心忡忡。根据中国互联网络信息中心的报告，活跃于网络的网民中，超过 80% 的人处于低学历水平。文化层次的差异，不但反映出媒介素养与内容甄别能力的高低，更反映于网红文化的内容走向与质量把关中。泛娱乐化的内容对

青少年的影响是多方面的，它使青少年失去了对现实的真实感知、削弱其自主思考能力，主体性面临危机。

4.1. 网红文化的反文化：对物化的追崇

网红文化作为一种泛娱乐的大众文化，它本身不具有严肃文化的异化功能和超越性因素。所谓高层文化中的超越性因素，是指高层文化区别于商业活动的罗曼蒂克幻想，其文化内核传达了一种与“整个商业和工业领域、同可以预测并可以获利的秩序的有意识、有步骤的异化”[5]。而网红文化内容的通俗化、娱乐化损害了其作为文化的超越性。MCN (Multi-Channel Network, 即多频道网络, 是一种新的网红经济运作模式)机构的规模化、专业化运作, 网红群体被批量生产。当青少年目睹着大批青年攀上资本快车, 实现巨额财富增长后, 其人生选择与价值观念受到有用性观念的驱使, 使得“一切超越性的东西都必须在有用性面前接受拷问, 这实际上也是世俗化的社会对于超越的东西的质疑”[6]。网红文化的逐利性使青少年“仅从一个角度去看待一切事物: 有用的观念可以用来衡量一切……任何客体都不具有内在的价值, 它只有通过交换才能获得价值”[7]。懵懂的青少年在作出人生决定时, 纷纷将网红作为参照标准, 这无疑表明他们被资本的洪流裹挟。网红文化的反文化倾向, 正侵蚀着青少年的理性判断, 使他们的价值观单一、缺乏理性, 成为网红文化的盲目模仿者和追随者。

4.2. 网红文化的情感与表达：对现实的悬置

抖音等短视频之所以能风靡网络, 在于其独特的情感与表达方式, 该方式很好地契合了斯拉沃热·齐泽克所发现“迷幻”情景。在齐泽克对韩国歌曲《江南 Style》的分析中, 他认为该歌曲“驱使听者进入了一种集体迷幻状态, 数万人叫嚷着, 以整齐划一的节奏跳起了曲子里的骑马舞”[8]。这恰如当下抖音短视频的情感表达, 单调且重复、空洞又乏味的音乐充斥着网络。青少年在这种空洞的娱乐旋涡中一个接一个地刷着短视频, 让人欲罢不能。而至于听者为什么会不断重复这一行为, 齐泽克认为是因为欣赏这个曲子给主体带来了某种如闻自己汗味儿、抠鼻屎的私有仪式的强烈满足感。

但是, 笔者更愿意相信, 个体沉迷于抖音短视频等网红文化消遣的根本原因在于个体对现实的失控, 这种对现实的逃避在个体对网络世界的疯狂追逐中体现得淋漓尽致。在网络世界中, 对网红的“观看”、“凝视”使个体获得了空前的掌控感, 作为“看客”的话语力量经由网络舆论的发酵, 形成左右网红行为的微观权力, 这种由“观看”产生的力量补偿了他们在现实世界中不被重视的需求与无法获得的力量, 青少年由此获得了极大的心理满足, 陷入一种疯狂状态, 并与现实世界隔离开来。在黑格尔那里, 这种疯狂是一种从现实世界退离的姿态, “它是灵魂的自我封闭与‘收缩’, 在疯狂状态中, 灵魂切断了自身与外部现实的联系”[8]。这种自我退离的存在体验, 正如笛卡尔在“我思”过程中的体验一样, 当主体由对外部世界的关注退回到自身、聚焦于自身时, 主体周遭的一切现实都因被悬置而成为消退的幻觉, 而这进一步加深了青少年对现实世界的冷漠与疏离。

4.3. 网红文化的反主体性：同一性逻辑

青少年处于价值观形成的关键期, 网红文化对他们的影响是潜移默化的。首先, 网红文化促使青少年盲目追求与他人和社会的同一。热搜榜单、网红景点、网红推荐与网言网语等的流行, 表明个体“不是在调整自己, 而是在不断模仿: 即同他的社会、进而同整个社会所达到的直接的一致化”[5]。青少年在面对这来势汹汹的所谓“时尚潮流”时, 来不及停下来思考: 这样的趋势和行为是否是理性的, 是否有意义的。而是跟随着网红拍同款、买同款、打卡网红景点和网红餐厅等等, “同款”成为青少年之间身份确认的符号, 架起了他们之间沟通与认同的桥梁。青少年通过模仿来确认自己的存在与归属。这种

未经审慎思考的一致化就是阿多诺所反对的同一性逻辑。

其次,同一性逻辑又进一步规训了青少年对于正常与病态的认知,这体现于网红文化中的审美趋同。在同一性逻辑主导的话语规训下,社会的审美倾向逐渐与“标准”数值靠齐,试图与其同一。网红作为网络世界中的意见领袖,影响着大量的青少年一起“服美役”(即为了维护美貌费心费力,堪比做苦役)。此类盲目追求现代医学和审美意义上的美的行为,正通过网红文化渗透到青少年的价值选择中。他们以这样的“标准”审视他人和自己,将那些不符合“标准”的部分看作是“不正常”的、病态的。事实上,正常与病态是无法从科学上通过量化数值予以区分的。所谓的正常与不正常,由个体与社会和周遭环境的关系决定。不管是在何种环境中,一个个体只要找到了他自己的生存空间,生存了下来,即便他是统计学意义上的少数群体也是正常的。因此,无论是否符合标准意义上的美或健康,都不是所谓的“偏离规范”,而是个体适应环境能力的差异。换句话说,“‘偏离规范’也并非‘不正常’,这本来就是生物多样性的要求”[9]。

5. 结语

从时下青少年的娱乐方式、所购买的商品、甚至追求的人生理想、所爱与所恨之物可知,网红文化在侵蚀主体性方面取得了显著成功。首先,网红文化与资本合谋,对物化极尽追崇,表明它已不具备文化的异化功能和超越性因素。网红文化的反文化和物化,侵蚀着青少年的理性判断;其次,网红文化的情感与表达空洞、无意义,驱使青少年进入一种集体“迷幻”状态,悬置身边的现实,追寻彼岸却忽视当下;最后,网红文化强势入侵,促使青少年盲目地模仿他人,追求与他人和社会的同一。并以此同一性逻辑来审视他人和自己,促使青少年不断规训自己以达到与“标准”的一致。在此过程中,青少年作为独立个体的否定性、批判性和理性精神被侵蚀,其主体性面临危机。

基金项目

本论文为广东海洋大学校级人文社科项目“全媒体背景下‘网红文化’对青少年价值观形成的影响研究”(C20137)和广东海洋大学科研启动经费资助项目“青年网络亚文化空间实践与身份建构研究”(060302142304)的阶段成果。

参考文献

- [1] 沈霄,王国华,杨腾飞,等.我国网红现象的发展历程、特征分析与治理对策[J].情报杂志,2016,35(11):93-98,55.
- [2] 韦良红,郭芙蓉.网红文化发展特征、消极影响及价值引导[J].湖北经济学院学报(人文社会科学版),2022,19(6):117.
- [3] 艾瑞网.2018年中国网红经济发展洞察报告[EB/OL].2018-06-26.
<https://www.idigital.com.cn/report/detail?id=3231>,2023-12-21.
- [4] 澎湃号.“我长大要当网红”当下80%的小学生职业目标是网红!光鲜外表付出背后的努力[EB/OL].2020-08-03.
https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_8559600,2023-11-28.
- [5] 赫伯特·马尔库塞.单向度的人[M].刘继,译.上海:上海译文出版社,2008:6,10,48.
- [6] 王晓升.发达工业社会中的现代性问题——评马尔库塞对发达工业社会意识形态的批判[J].南京社会科学,2018(12):14.
- [7] 马克斯·霍克海默,西奥多·阿多诺.启蒙辩证法[M].渠敬东,曹卫东,译.上海:上海人民出版社,2020:162.
- [8] 斯拉沃热·齐泽克.事件[M].王师,译.上海:上海人民出版社,2016:107,151-153.
- [9] 刘勇星.个体性与康吉莱姆的生命哲学——读《正常与病态》有感[J].医学与哲学,2017,38(23):18-22.