

后亚文化视角下鬼畜视频的研究

——基于B站鬼畜视频的分析

刘娜娜

新疆师范大学中国语言文学学院硕士研究生，新疆 乌鲁木齐

收稿日期：2026年8月17日；录用日期：2026年9月19日；发布日期：2026年9月24日

摘要

鬼畜作为一种新兴音视频形式，借助网络媒介活跃于各大视频网络平台，尤其以B站为主要营地，自2008年传入中国互联网至今获得了广泛的知名度与接受度，同时形成了完整的自我文化机制，而煽情鬼畜的出现是鬼畜文化发展的必要产物，《派大星的独白》是此类作品的典型代表，围绕煽情鬼畜的话题成为鬼畜内部的重要文化现象，对其进行梳理利于厘清鬼畜视频这一新兴亚文化现象。

关键词

鬼畜视频，煽情鬼畜，后亚文化

Research on Kichiku Videos from the Post-Subculture Perspective

—An Analysis Based on Kichiku Videos on Bilibili

Nana Liu

College of Chinese Language and Literature, Xinjiang Normal University, Urumqi Xinjiang

Received: August 17, 2026; accepted: September 19, 2026; published: September 24, 2026

Abstract

As an emerging audio-visual form, kichiku has become active on various video platforms via the Internet, especially on Bilibili. Since its introduction to Chinese-speaking Internet in 2008, it has gained wide popularity and acceptance, and formed a complete self-cultural mechanism. The emergence of emotional kichiku is an inevitable product of the development of kichiku culture. "Patrick's Monologue" is a typical representative of such works. The topic surrounding emotional kichiku has

become an important cultural phenomenon within the kichiku community. Sorting it out helps to clarify the emergence of kichiku videos as a new sub - cultural phenomenon in recent years.

Keywords

Kichiku Videos, Emotional Kichiku, Post-Subculture

Copyright © 2026 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

互联网技术的社会化发展促成了与现实社会关联的虚拟社区生成，伴随社会现代化进程加速，传统社会结构调整与压力传导，青年群体的多元表达渠道，以鬼畜视频为代表的青年亚文化在此背景下蓬勃兴起，成为观察当代青年心态与社会情绪的重要窗口。作为核心媒介载体的 B 站，为鬼畜视频的生成、传播提供了关键平台，使其从小众圈层逐步走向大众视野。

鬼畜视频是剪辑率、重复率、声画同步率极高的视频形式，核心通过对音视频素材的夸张剪辑、重复循环与二次创作，制造荒诞搞笑或洗脑效果，是年轻人宣泄情绪、寻求认同的文化载体。其词源可追溯至佛教，日语中引申为疯狂却有趣的中性评价，后在日本 Niconico 站的 ACG 文化中完成场景化转化。2008 年随《最终鬼畜蓝蓝路》传入中国互联网，2009 年爆火后被 B 站沿用为同类视频统称。此后其完成本土化深耕，素材从影视片段拓展至网络直播、社会热点、公众人物，衍生出音乐 MAD、人力 VOCALOID、鬼畜调教等多元类型，内容从单纯娱乐延伸至社会议题与情感表达，推动其破圈并引发亚文化边界讨论。

作为一类亚文化现象之一，鬼畜视频的文化机制与传播呈现了明显的去中心化、去抵抗性等后亚文化特征，与此同时，随着创作素材与主题的多元化以及消费文化与主流文化的渗透，在抵抗与收编过程中彰显了后亚文化的温和特性。

2. 鬼畜视频的后亚文化特征

后亚文化理论强调文化形态的流动性、多元性与去对抗性，鬼畜视频作为互联网时代青年亚文化的典型形态，其发展轨迹与传播逻辑深度契合后亚文化的核心特质，在虚拟的网络空间里，各群体基于自我需求，以及共同的兴趣爱好形成以网络社群为主的交流方式与娱乐方式。

2.1. 去中心化的创作机制

在后亚文化语境下，去中心化的创作机制正是参与式文化所带来的独特表征。去中心化既指创作权从专业机构向普通个体的扩散，也指创作过程中无固定权威主导的平等参与格局，其核心是打破传统文化生产的层级壁垒。

参与式文化的核心是受众从被动接受者转变为主动的文本盗猎者，他们不再受制于专业机构的创作垄断，而是通过挪用、重释、拼贴既有文本，赋予原始内容新的意义与价值，这种盗猎式创作本质上就是去中心化的文化实践([1], p. 23)。随着剪映、快剪辑等工具的普及，专业创作技术逐渐下沉，传统内容生产的门槛被彻底打破，技术平民化让普通个体获得了以往仅属于专业机构的创作能力，使人人皆可创作成为现实。在鬼畜创作中，B 站 UP 主洛温阿特金森仅凭基础剪辑技术重构《海绵宝宝》素材，产出百万播放量的情感类鬼畜作品，在这种技术赋权下，个体突破专业壁垒、实现文本再创造的案例，正是文

本盗猎中挪用既有资源进行个性化创作核心逻辑的展现。

此外，B 站的开放生态进一步强化了去中心化特质，平台低门槛投稿机制消解了传统媒体的编辑审核特权，算法推荐取代人工筛选成为内容传播的核心逻辑，内容的传播力取决于受众数据反馈而非权威机构的主观判定，这使得新人 UP 主与头部 UP 主处于平等竞争场域，这种格局恰是参与式文化社群共治理念的延伸，创作不再是独立的个体行为，而是通过平台搭建的互动场景，形成人人可参与、人人可创作的共享平台，如影视片段“刘华强卖瓜”的鬼畜视频中，UP 主无牙人上传作品《内向顾客》，将悍匪形象重构为一名社恐人士；UP 主夜雨繁星 y 融入搭配《火红的萨日朗》曲调进行创作，制作出《萨日朗!!!》。引发众多创作者相继推出一系列“华强卖瓜”的鬼畜作品，目前总计已有 1020 部作品。

2.2. 去对抗性表达

不同于传统亚文化对主流秩序的激烈反叛，鬼畜视频的表达逻辑呈现出后亚文化典型的去对抗性，其核心是温和的情绪宣泄与趣味化表达，而非指向制度或阶级的政治挑战。

传统亚文化研究以斯图亚特·霍尔为代表的伯明翰学派为核心，该派构建了亚文化的经典二元框架，认为亚文化是青年对自身困境的象征性回应，通过风格重构实现仪式抵抗，但最终被主流文化收编([2], p. 31)，这种风格并非单纯的审美选择，而是有意味的符号实践，本质是对现实想象性解决([2], p. 15)。但鬼畜文化的发展轨迹却突破了这一范式，其对权威符号的解构始终保持非对抗性，主要体现出象征性趣味重构而非实质反叛[3]。这种去对抗性更契合安迪·班尼特的后亚文化理论。班尼特提出，当代青年亚文化已从部落式的对抗性身份建构，转向场景化日常化情感表达，拒绝以反叛者姿态与其他文化产生对抗([4], pp. 194-195)。随着全球化、消费主义与互联网的普及，传统亚文化的阶级根基与明确的边界逐渐消失，青年亚文化不再是封闭社群，而是流动的兴趣聚合场景，参与者无需坚持固定的反叛身份，只需通过趣味互动实现情感宣泄与身份展([4], p. 201)，这主要是非对抗性的自我表达。例如鬼畜 UP 主核动力路灯、蛋仔研究所与白勺啊达等人，将罗翔普法片段改编为 RAP 式鬼畜作品，将严肃的普法内容进行拆解与重组，并搭配节奏感强烈的伴奏，从而形成了一种具有自我特色的趣味化表达，即保留了合规守法的主流内核，同时打破了严肃知识、枯燥传播的固定范式。这种解构与重组并未挑战到法律权威本身，本质上，这是互联网时代青年应对生活压力的工具与枯燥乏味形式的改造，是更具日常化的情感表达。

3. 围绕《派大星的独白》等煽情鬼畜的抵抗性实践

鬼畜视频作为剪辑率、重复率、声画同步率极高的视频形式，核心通过对音视频素材的夸张剪辑、重复循环与二次创作，制造荒诞搞笑或洗脑效果，是年轻人宣泄情绪、寻求认同的文化载体。随着鬼畜文化的发展，煽情鬼畜的出现成为鬼畜文化发展的必要产物，《派大星的独白》是此类作品的典型代表，然而，煽情鬼畜的出现也引发了鬼畜爱好者之间的争议，秉持娱乐至上的传统鬼畜 UP 主在 B 站针对煽情鬼畜开展了公开言论批判实践。

3.1. 对煽情鬼畜的言论抵抗

随着互联网技术的不断发展与壮大，娱乐的话语权逐渐在数字场域中确立其主导地位，这不仅体现在主流文化对亚文化的抵抗与收编，其实，亚文化内部亦可体现这一话语权的争夺。由于早期鬼畜文化多以戏谑解构为核心，煽情鬼畜的兴起被视为对娱乐纯粹性的背离，这一现象的出现根源在于鬼畜视频从引入到本土化的过程中，其总是朝着多元题材与内核的发展：从单纯娱乐看看就完事、到戏虐与恶搞公众人物、再出现对社会现象与场景的幽默批判，直到近年出现的情感价值趋向的情感类鬼畜，即煽情鬼畜，这变化再次证明鬼畜文化的素材含义存在着流动性，其最基本的核心就在于解构原素材的意义，

重构自我意义，至于如何解构、如何重构在于鬼畜创作者对素材的掌控与技术的考验以及个性与自我的审美欣赏趣味的影响。针对煽情鬼畜的内部讨论，部分鬼畜 UP 主通过发布批判性视频、弹幕刷屏等方式捍卫传统鬼畜的搞笑本位，形成抵制情感入侵的话语联盟，这也是内部间对鬼畜最终效果定义的争夺。以 UP 主小猪 A 于 2025 年 9 月 3 日在 B 站发布的【鬼畜区，不是文青病发作区】视频为例(达 64.4 万播放量)，该视频主要针对 2025 年开展的黄绿合战中普遍出现的罐头式煽情鬼畜进行评判，归罪于 UP 主洛温阿特金森《派大星的独白》作品的发表，按照此类模式产生如章鱼哥、光头强等热播动漫角色多批次视频。其中留言区 4239 条评论可划分出三类不同的态度趋向：一类完全反对煽情鬼畜的出现，认为鬼畜就是简单恶搞、搞笑；一类处于中立状态，认为不可以煽情过度，适量即可；一类完全赞同煽情鬼畜的出现，认为其出现具有合理性。见表 1¹：

Table 1. Three attitudes toward emotional kichiku
表 1. 对煽情鬼畜的三类态度

态度	观点陈述	代表言论
反对者	鬼畜视频只是为了搞笑、娱乐	用户 A：“鬼畜不需要传达什么情感或者想法，纯粹的就是乐子。” 用户 B：“不赞同，这种东西从本质上和鬼畜根本不沾边。”
中立者	对鬼畜题材与内核的丰富，主要反感没有技术含量、强行煽情的视频	用户 D：“煽情也没有关系，我不反感，恶搞的鬼畜还是正经的鬼畜只要质量高我都喜欢，我最反感的是基本没有意义与技术很低的那种。” 用户 E：“一个好的鬼畜就是要和观众有连接和感应啊，所以其实无论是哪种理论的，纯爽的，纯情的，都是让观众内心享受了，现在的煽情很大一部分就是其实他们也没走心，作品里面很尬。” 用户 F：“虽然我也不感兴趣那种煽情类鬼畜，但是其实是有受众的，受众群体更偏大众一些，毕竟没人看也不会有人做。”
支持者	煽情鬼畜的出现具有其自身的时代意义	用户 G：“我觉得一个作品的评价要考虑当时的环境，当时派大星的出现就是具有时代意义的，是我认为很好的一个作品。” 用户 H：“从发展的角度看这其实只是丰富”(对鬼畜视频内核的丰富) 用户 I：“一个好的 UP 主开创了令人喜爱的鬼畜新模式的先河本来就是一件值得称赞且千古留名的事，凭什么要为后来人的拙劣模仿而背负骂名呢？”

面对小猪 A 称其是“泛滥煽情鬼畜的罪魁祸首”的批判，洛温阿特金森做出积极正面的回应：我的初心又是什么呢？鬼畜只是一种制作技法，每个人心中有自己的定义。而我做鬼畜的初心一直都不是想恶搞。我的第一个鬼畜就是走心的，在空间里大家可以去翻。我真正的初心也早就写在了公告里：**目标是做出能载入史册的视频。我希望被人记住，让人触动。**因为带我入坑鬼畜的，就是一个催泪向的作品，最后的告白。它躺在我鬼畜收藏夹的第一个，我希望把这份感动传递下去。从这个角度来说我煽情也许情有可原了？煽情确实更容易“载入史册”。但同时，我对自己的小要求是：“如果同行能做出来这个视频，那就让同行做吧，我去探索更多可能性。”²

可见，以 UP 主小猪 A 为代表的传统鬼畜立场捍卫者，其对新式鬼畜的批判本质上是对娱乐纯粹性的坚守，他们将传统鬼畜的娱乐狂欢视为不可突破的圈层边界，担忧情感表达会吸引圈外大众与主流文化的介入，进而会稀释原有社群基于共同戏谑语言形成的身份认同。而支持者则肯定煽情鬼畜的文化价

¹注释：此表内容主要来源于 UP 主小猪 A 于 2025 年 9 月 3 日在 B 站发表的【鬼畜区，不是文青病发作区】作品评论区中的代表性留言，对此进行收集整理。
²注释：留言内容主要来源于 B 站洛温阿特金森在【鬼畜区，不是文青病发作区】作品评论区中的代表性留言。

值,在其看来,鬼畜视频本质是一种音频可视化的技法手段,并非固定的娱乐内容形态,难以对其进行绝对准确的定义;另外,鬼畜视频的出现具有时代必然性,是青年群体在高压社会中寻求情感宣泄的新路径,这也是《【派大星的独白】》至今始终位列哔哩哔哩官方入站必刷的镇店之宝的主要原因。再从中立者的角度来看,其核心立场是对鬼畜创作专业性的坚守与对文化多元共生的期待,主要抨击质量过低、同质化的鬼畜作品。

总的来看,这场圈层内部的争议实则映射了后亚文化场域中理性与感性的张力,狂欢需有边界,过度煽情可能消解鬼畜的批判性潜能,使亚文化沦为情绪消费的附庸。然而,情感表达的正当性亦不可被简单否定,情感是青年文化实践的重要维度,煽情鬼畜通过集体记忆的唤醒与共情机制的构建,丰富了鬼畜文化的表达边界。《【派大星的独白】》以童年动画符号为载体,将孤独、成长、遗忘等议题嵌入重复剪辑的形式之中,形成了笑中带泪的多重情感体验,正是对纯恶搞、娱乐的温柔反叛。这种由圈层内部生发的情感协商,既未颠覆鬼畜视频的核心形式规则,又为鬼畜视频注入现实常被忽略的情感,彰显后亚文化在解构与建构之间的动态平衡。这一现象表明鬼畜文化并非封闭僵化的符号体系,而是一个可持续进行协商意义的开放场域。情感与娱乐的张力推动圈层内部进行自我反思与边界重构,在保留戏谑形式的同时容纳更复杂的情绪表达。

3.2. 对商品化与同质化鬼畜作品的抵抗

随着鬼畜视频一系列主动与被动破圈的现象,针对其中一系列的质量低的泛滥作品,鬼畜迷与鬼畜UP主采取的积极实践与态度,以此捍卫了鬼畜文化的话语权。

首先是鬼畜迷以圈层共识建构与反向筛选机制为核心展开抵抗,形成对商品化、同质化作品的集体制衡,这一实践本质上是亚文化群体对文化生产自主权的争夺,是青年亚文化通过风格实践实现象征性抵抗的典型表现。随着资本涌入鬼畜领域,批量生产的快餐式作品充斥市场,这类作品多盲目跟风热点、重复拼贴烂梗,缺乏技术含量与创意内核,稀释了鬼畜文化的亚文化特质。这类商品化作品往往呈现出低制作成本、高传播诉求的特征,其核心目的在于流量变现而非文化表达。对此,鬼畜迷通过明确的行为策略实施抵抗,在传播层面,对这类作品采取低点赞、低互动的冷处理态度直接降低其传播权重;在内容筛选层面,主动转发、二创优质原创作品,通过一键三连等正向互动为其赋能,形成劣币驱逐良币的反向修正机制,倒逼创作者跳出商业模板回归创作本质[5]。

这种抵抗并非单纯地排斥,而是通过考古经典、呼吁技术回归等集体行为强化圈层文化认同。鬼畜迷群体对早期优质音MAD作品抱有强烈的怀旧情结,在《最终鬼畜蓝蓝路》等元老级作品的评论区,“真·鬼畜”“鬼畜鼻祖”等弹幕集体打卡,形成跨越时空的情感共鸣。这种怀旧叙事并非简单的复古,而是通过重构鬼畜创作的核心价值标准,强调调音技术的精湛性、素材拼贴的创意性、文化表达的独特性,以此来对抗当下的同质化生产[5]。鬼畜迷通过集体的考古行为,将早期作品树立为行业标杆,明确传递鬼畜应注重技术与创意的圈层共识,对商业化生产形成文化层面的制衡。

其次是核心UP主以技术坚守与价值创新为双重标杆,成为抵抗商品化与同质化的核心力量,亚文化可通过风格实践实现反收编。在技术坚守层面,头部UP主如伊丽莎白鼠、洛温阿特金森、Mr. Lemon等鬼畜UP主始终坚持高制作周期与强技术含量的创作,以非标准化、不可复制性打破商业生产模板。这类作品的制作周期往往长达数周甚至数月,UP主需耗费大量时间进行素材打磨、调音优化与剧情架构,形成难以被批量复制的创作壁垒。这种对技术的极致追求,本质上是通过积累亚文化资本打破商业逻辑的垄断,使作品摆脱流量至上的商品化枷锁,成为抵制同质化的典范。

同时,部分UP主会通过主题创新与跨界联动拓展鬼畜的文化边界,跳出商业利益绑定。一方面,UP主主动挖掘小众素材,如冷门影视片段、地方方言素材等,摆脱对流量热点的依赖,形成独特的创作

风格[6]。如有 UP 主以地方文化片段为素材,结合鬼畜调音技术创作非遗主题作品,既保留鬼畜的娱乐性,又赋予其文化遗产的价值,这类作品因题材独特性与文化深度,有效规避了同质化竞争。另一方面,UP 主结合社会议题进行创作,将鬼畜风格与公共价值传播相结合,如《【神医 RAP】我还治不死你》对虚假广告的批判,用戏谑的形式揭露社会乱象,使鬼畜作品突破娱乐至死的桎梏。这类作品以亚文化的表达方式介入公共议题,既保持了鬼畜的批判精神,又拓展了其社会价值,实现了从单纯娱乐到文化表达的拓展。此外,UP 主还与主流机构展开正向联动,如宣传反诈等公益类鬼畜作品,将亚文化风格与社会价值传播相结合,既保持了鬼畜的娱乐性,又赋予其公共属性。这种联动并非对商业资本的妥协,而是通过价值重构实现去商品化,为行业提供了兼顾亚文化特质与社会价值的创作样本。

这些标杆 UP 主的实践通过表意实践的动态创新延续亚文化的抵抗基因。鬼畜文化的抵抗性通过意义生成的过程得以持续,UP 主们通过技术突破与主题创新,不断丰富鬼畜文化的表达形式与思想深度[3]。例如 UP 主伊丽沙白鼠的《【全明星 Rap】黑喂狗!》,以多素材创意拼贴的形式打破商业创作模板,其复杂的素材整合与叙事架构,既展现了鬼畜的技术魅力,又传递了圈层文化的审美追求。

4. 结语

鬼畜视频作为互联网时代青年亚文化的典型形态,在去中心化创作机制与去对抗性表达过程中,构建了青年群体独特的情感宣泄与身份认同场域,自传入中国互联网发展自今,鬼畜视频完成了从单纯娱乐到恶搞、再到多元主题表达的本土化深耕,素材边界持续拓展,创作形态不断丰富。煽情鬼畜的出现与争议,集中体现了鬼畜文化内部娱乐与情感张力,这场圈层内部的协商与博弈,并未割裂鬼畜文化的核心基因,而是彰显了其多元的意义协商场域。以《派大星的独白》等情感类鬼畜,打破了娱乐至上的单一取向,证明鬼畜文化可承载着复杂的价值表达,亦是青年自我表达的独特形式。而鬼畜迷与核心 UP 主对商品化、同质化作品的抵抗,彰显了亚文化群体对创作自主权与文化纯粹性的坚守。

作为观察当代青年心态的重要媒介,鬼畜视频的出现,既是青年应对社会压力的情感出口,也是技术平民化背景下文化创新的实践过程。鬼畜文化的发展,其中出现的系列争议,恰是对鬼畜圈层如何在多元空间中继续维持自我地位的深刻警示,在娱乐性与思想性、自我特征与大众传播之间寻找平衡点,既要捍卫技术创新与创意内核的自我态度,又要包容多元表达,在与主流文化的互动中始终保持自我的鲜明特征,同时要避免沦为流量消费的附庸。

参考文献

- [1] [美]亨利·詹金斯. 文本盗猎者: 电视粉丝与参与式文化[M]. 郑熙青, 译. 北京: 北京大学出版社, 2016.
- [2] [英]斯图亚特·霍尔, 托尼·杰斐逊. 通过仪式抵抗: 战后英国的青年亚文化[M]. 孟登迎, 胡疆峰, 王蕙, 译. 北京: 中国青年出版社, 2015.
- [3] 赵迎新, 闻娱. 鬼畜文化的风格、抵抗与收编[J]. 新媒体研究, 2021(15): 89-91.
- [4] [英]安迪·班尼特, 基思·哈恩·哈里斯. 亚文化之后: 对于当代青年文化的批评研究[M]. 中国青年政治学院青年文化译介小组, 译. 北京: 中国青年出版社, 2012.
- [5] 肖奎. 建构与危机: 鬼畜迷的身份认同研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2023.
- [6] 李洪翠. 风格·抵抗·收编: 青年亚文化视域下的鬼畜视频研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2021.