

商业资本推动下直播、短视频中的青年秀文化及其背后的社会心态

□ 刘胜枝

摘要：近几年来，在商业资本的推动下网络直播、短视频发展迅猛，成为青年展示自我的新平台，也使得青年秀文化具有了交互性、多元化、草根化、功利性等新的特征。这些青年秀文化背后体现着这一群体复杂多元的社会心态：网生代展示自我、张扬个性的青春心态，屌丝群体追求愉悦、幽默搞笑的娱乐心态，主播群体急于求成、不择手段的逐利心态，男性网民在文化消费中追求感官刺激的色情化心理，底层青年在秀文化中的突围和宣泄心态以及空巢青年虚拟生存的孤独心态等。

关键词：青年秀文化；直播；短视频；社会心态

DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2018.0187

近两三年来，随着移动互联网和智能终端的普及以及视频技术、大数据技术的发展，网络直播、短视频等成为网络视频产业发展的新蓝海，引发了网民尤其是青年网民的普遍参与，同时也催生了新的网络文化形态。年轻人越来越热衷于以视频的形式记录和分享自己的生活以及有趣的见闻。当更多的青年人可以非常便捷地以视频的形式展示自我的时候，青年群体的秀文化又将呈现出什么新的特征？背后又有着怎样的驱动力？这些文化现象背后又体现了青年群体怎样的社会心态？

一、直播、短视频的兴起及其背后的商业驱动

网络直播指基于互联网以视频、音频、图文等形式向公众持续发布实时信息的活动。网络直播并不是新的网络应用形式，但是近几年直播平台发展迅猛。2015年被称为网络直播元年。中国互联网信息中心第42次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称

《报告》）显示^[1]，截至2018年6月，我国网络直播用户规模达到4.25亿，其中真人秀直播用户2亿，占总体网民的25.3%。目前，网络直播仍然以体育直播、游戏直播、真人秀直播为主，但是内容和形式正在逐渐走向多样化。短视频是继网络直播之后的又一个热点应用，是指以新媒体为传播渠道，时长在5分钟以内的视频内容，是继文字、图片、传统视频之后新兴的一种内容传播形式，具有时长短、制作门槛低、社交属性强等特点。《报告》显示，截至2018年6月，合并短视频应用的网络视频用户使用率高达88.7%，用户规模达7.11亿。在短视频平台的典型代表快手上，2017年年底，短短一年时间快手累计注册用户从年初的4亿快速增长到7亿，日活用户超过1亿，UGC（用户生产内容）每日生产视频内容超1000万条^[2]。由以上数据可以看出，网络直播、短视频的兴起速度非常迅猛。另外，直播和短视频的发展呈现融合态势，直播平台开通短视频模块，短视频平台也增加了直播功能，二者互相补充。直播、短视频的迅猛发展有多种原因，比如智能终端和移动互联网的普及与资费的下

调,视频形式本身的鲜活生动和交互性以及直播、短视频创作的便捷性和低门槛,青年网生代的网络化生存和生活方式带来的文化需求等等。但是毋庸置疑,在当前的情况下,作为一个新兴的产业领域,在众多因素中商业资本的驱动对直播、短视频的兴起及其面貌起着重要的决定性作用,值得关注和研究。

1. 商业资本的追捧加速了直播、短视频的产业发展

资本是市场嗅觉最灵敏的探测器,资本的动向则是搅动市场风云的风向标。2015年,一夜之间几乎所有社交、电商、视频APP等都开始做起了直播,直播压倒性地成为创投圈第一热词,尤其是泛娱乐直播平台更是受到资本的追捧。据艾瑞咨询《2017年中国泛娱乐直播平台发展盘点报告》统计,2015年泛娱乐直播平台获投资事件共45起,2016年投资数据为41起。较有代表性的是,2015年虎牙直播获欢聚时代7亿投资,斗鱼TV获腾讯、南山资本、红杉1亿美元B轮融资。2016年熊猫直播获得6.5亿元A轮融资,2017年又获得10亿元B轮融资。2018年,腾讯独家投资斗鱼直播6.3亿美元,投资虎牙直播4.6亿美元。在短短两三年时间里,创业者们蜂拥、传统行业进军、VC撒网,王思聪、马化腾、雷军等大亨也纷纷入局。随着大量资本的涌入,直播行业开启了跑马圈地的竞争模式。同时,短视频市场也迅速成为继直播后的又一个风投热点。一方面,短视频领域的创业创新如雨后春笋。短视频内容从基于社交的娱乐、搞笑为主,向新闻获取和知识分享等专业化、垂直化方向发展,涉及生活、工作等多方面,诞生了一大批垂直型应用。比如主打财经资讯的“功夫财经”、主打家庭美食的“日日煮”以及主打美妆的“小红唇”,均获得了数千万甚至上亿元的融资。另一方面,以BAT为代表的互联网巨头在短视频领域也迅速布局。例如,2017年3月腾讯以3.5亿美元领投“快手”,并与其社交、新闻应用深度整合;4月阿里宣布土豆网全面转型为短视频平台并投入20亿元鼓励扶持内容创作。由以上数据可以看出,直播、短视频领域的快速发展主要是依靠资本的支持和追捧,这样的模式决定了商业资本将对其产业生态产生直接影响。

2. 网络视频平台的运营策略增加了用户的使用黏性

毋庸置疑,资本是以营利为驱动的,目前无论是直播还是短视频都投入资金巨大,这些平台间的竞争

和运营压力是可想而知的。比如,直播和短视频均需要大量的带宽投入,一些平台每月的带宽支出高达千万元。因此,很多直播、短视频平台都在亏损运营,处于烧钱抢占市场的时期。目前直播、短视频的盈利模式主要有以下几种:一是打赏模式,即观众购买虚拟礼物送给主播,主播或其所在的公会和平台进行分成。这是最常见的直播类产品的盈利模式。二是广告模式,即平台负责在App、直播室、直播礼物或短视频中植入广告,按展示、点击或购买情况与广告主结算费用。三是导购模式,一般电商类直播产品、竞拍类产品采用该盈利模式。主播在直播时,推荐店铺商品,同时有优惠或参与竞拍,最终主播与直播平台按照既定比例分成。四是用户付费模式,直播用户或网民付费。此外还有一些提供会员增值服务、工具付费使用等盈利方式。

在跑马圈地的竞争时期,盈利并不是最主要的,吸引用户才是根本。因此,直播、短视频网络平台一直在积极运用各种运营策略增加用户黏性。首先,在内容上平台引进明星、红人和奖励优质内容创作者。其次,平台运用各种策略推动其社交功能,加强互动以黏住用户。再次,平台在技术研发上也致力于黏住用户。一方面平台运用大数据技术对用户进行深入分析,判断用户喜好,构建分发机制,提高用户使用黏性。此外,各平台都积极进行技术研发,提高用户的拍摄效果和使用体验。另一方面,平台也利用大数据技术提高了广告投放的精准性,能在一定程度上解决广告位短缺和转化率低迷等变现问题。

3. 网红主播的示范效应带动了青年群体的从业热情

国家人力资源和社会保障部公布的数据显示,2016年应届高校毕业生最向往的新兴职业排行榜中,有54%的毕业生选择了网红主播^[3]。这一动向表明网红主播开始成为年轻人向往的职业。据现场直播网的直播行业数据调研报告,2017年全网有2000万人参与直播^[4],这是网红主播示范效应带动青年群体从业热情的典型体现。早在2015年,随着直播平台的兴起和平台之间的挖角大战,一线游戏主播的年薪从几十万被炒到了上千万,主播开始进入人们的视线。一条名为“游戏主播收入TOP排行 最高年入2000万”的消息爆红网络。比如斗鱼女主播阿冷作为原陌陌人气最旺的主播之一,在2016年就拿到了1600万的年收入,更是创造了8个月被打赏3000万的直播界奇迹。同样,可以带来流量的短视频作者也受到了平台的重视和奖

励。今日头条、一下科技、企鹅号、大鱼号等都拿出10亿元，花椒直播则拿出30亿元支持优质的短视频内容。在这些高薪、大奖的激励下，更多的年轻人开始到直播、短视频行业中寻找发展的机会，不少在校大学生成为签约主播。行业的发展催生了培训网红主播的经纪公司或专业公司。如成立于2013年的娱加娱乐现在拥有线上签约艺人超过3万名，而经纪公司对这些在线艺人进行全方位的培训和市场推广。这也意味着主播们的背后有了更加专业的团队和管理，进入了商业化运作的产业链条。

二、商业驱动下直播、短视频中青年秀文化的新特点

数据显示，直播、短视频的用户以青年群体为主。中国演出行业协会发布的《网络表演（直播）社会价值报告》显示，2016年我国网络表演（直播）用户规模3.44亿。网民总体渗透率达47.1%，其中30岁以下网民渗透率73.6%^[5]。从抖音负责人王晓蔚公布的用户年龄分布情况来看，85%的抖音用户在24岁以下，主力达人和用户基本都是90后、95后，甚至00后^[6]。直播、短视频蓬勃发展的背后，更深层次的原因是青年群体的表达、展示和分享的需求。可以说，青年秀文化是直播、短视频中的重要内容和文化类型。青年秀文化是指青年群体在网络空间展示自我的一种亚文化现象。“秀”来源于英文词汇“show”，有“展示、炫耀”之意。严格来说，秀行为自古有之，如展示自己的才艺、技能、美貌、学识、物品等等，一些群体性的节庆行为、竞技行为等也是一种秀文化。可以说，秀文化是人类一种基本的社会文化行为。但是，在传统社会，这种展示有诸多社会行为规范、时空限制的约束等，在大众媒介发达的现代社会青年秀文化才得以迅速发展。值得注意的是，在网络空间中秀文化的形式和内容也随着网络技术、应用的发展而发生着变化。早期网速较低的时代，秀文化主要是以文字、图片的形式来呈现的，如网友在论坛、贴吧以文字、图片形式秀自己。早期的网络红人“芙蓉姐姐”就是以大胆出位的风格吸引了众多网民的关注，网络上的各种写真图片、炫富行为也是秀文化的一种体现。当然，这种文字、图片形式的秀今天仍然广泛存在着，如QQ空间秀、朋友圈的各种晒、美颜自拍等等。但是随着直播、短视频应用的快速普及，以视频形式出现的青年秀文化开始蓬勃发展起来。

那么，这种新型青年秀文化又呈现出什么新的特点呢？

1. 形式上具有交互性、社交性的特点

与传统的秀文化相比，直播、短视频平台上的青年秀文化在形式上具有较强的交互性和社交性。这种较强的交互性既是视频形式本身具有的特征，也是商业力量推动的结果；因为这种交互性不仅能够增加用户黏性，也直接为平台带来商业利益。如前所述，在直播平台上，打赏是平台盈利的主要方式，而获得打赏需要主播和粉丝的良好互动。一方面，主播可以随时和粉丝打招呼，观看粉丝的弹幕评论，回答粉丝的问题，对粉丝的礼物表示感谢等，通过一系列的互动形成了以主播为核心的社群，不少社群从线上发展到线下聚会、社交等。另一方面，平台也推出了不同主播之间的互动，被业内称为平台社交。如主播之间可以连线进行PK，粉丝助威围观或成为评委，通过双方粉丝的刷礼物多少来决定胜负等。另外，不少平台采取策略增加直播、短视频平台及内容的社交功能和属性，从而促进用户活跃度和黏性。如直播平台斗鱼上线了自己的游戏社区“鱼吧”，花椒的6.0新版本加入了MV短视频功能和“开趴”功能，可以实现6人同屏实时聊天，抖音也推出话题、挑战、合拍功能等增加用户之间的互动和社交功能。可以说，传统的秀文化更侧重秀的主体性，即主体想展示内容的主观意愿，甚至在一定程度上带有我行我秀和强制观看的意味。但是，在直播、短视频平台上，秀文化的主体和受众之间形成了互动性较强的新型人际关系，这使得秀的内容和风格很大程度上直接受到粉丝喜好的影响。事实上，无论是直播还是短视频的内容生产者，都在不同程度上不断地根据粉丝的反应调整着内容的类型和风格。因此，这种互动性、社交性在很大程度上影响着青年秀文化的面貌。

2. 内容上具有多元化、多样化的特点

因为直播、短视频平台的多样性和开放性，青年秀文化的内容呈现出多元化、多样化的特点。首先，不同平台有着不同的定位，从而奠定了青年秀文化内容多元化的基础。在直播方面，全民社交直播平台有美拍、映客、ME直播、陌陌直播等；垂直内容直播平台虎牙直播（YY直播）专注于游戏，斗鱼TV专注于游戏和体育，熊猫TV专注于娱乐，YY、花椒专注于美女秀场直播等。另外，在直播+的模式下，越来越多的行业参与到直播大军里，直播平台也在对直播内容做着多元化的尝试。在短视频方面，抖音致力于

音乐和创意为主题的短视频拍摄，快手则定位为记录生活与分享生活的工具，而梨视频则采用“专业编辑+全球拍客”的内容生产模式提供新闻视频内容等。随着直播、短视频行业的深入发展，视频内容从最初同质化较强的技艺、颜值、才艺展示、聊天陪伴、娱乐搞笑等逐渐走向多元化，向着内容细分、专业化的方向发展。此外，在管理部门和相关行业的号召和推动下，诞生了不少弘扬主旋律，传播传统文化、非遗等的直播和短视频内容并获得广泛关注。如腾讯NOW直播的探索发现类节目“QQ-X计划”征途横跨大半个地球，影响覆盖45个国家和地区；陌陌直播、秀色、一直播、六间房、斗鱼、花椒等平台启动了“直播+非遗”、“直播+传统文化”的举措。其次，视频创作者来源的多样化也在推动着秀文化内容的多元化。直播、短视频平台都是开放性的平台，吸引了不同阶层、职业、文化程度、地域的青年参加，是一种典型的参与式文化。由于网民群体的广泛参与，普通用户贡献了超过80%的视频内容，比如快手普通用户每天生产超过1000万数量的短视频内容。这些内容生产者围绕自身的特长、兴趣、生活背景等进行直播或短视频拍摄，其内容的多元化可想而知：既有普通人的温馨生活画面，也有残疾人的各种日常生活，还有专业人士的知识分享；既有时尚炫酷的拍摄，也有朴实无华的实录；既有优美动人的风景，也有令人唏嘘的贫民窟等等；各种内容像万花筒一样折射着复杂多元的人类世界。

3. 风格上具有草根化、生活化的特征

和灯光陆离的舞台秀场、电视秀场模式不同，直播、短视频平台的青年秀文化呈现出草根化、生活化的特征。在内容提供方面主要有两种来源，一是专业机构生产的内容即PGC模式，这些内容相对精致，具有明确的策划和较强的包装能力，但是其内容风格也多考虑到青年网民的文化口味。如颇为流行的短视频创作者papi酱，毕业于中央戏剧学院导演系，本人就是网生代，其原创短视频是她本人价值观、生活经验、关注点、喜好的高度浓缩。在题材选择上善于选择社会热点、针砭年轻人生活中的时弊，使用诙谐逗趣的网络语言，配合极具张力的表演形式，贴合了网生代的文化口味，获得众多青年粉丝的认同，她发布的《男人的谎言》《高标准严要求》《键盘侠》等多条短视频在全网的播放量超亿次。另一种是普通用户生产内容的UGC模式。这些网民原创的节目，题材选择、出镜人物、背景等都是日常生活化的草根风格。

在题材上，很多内容来自日常生活的对话、情节等，不加修饰，真实自然，非常富有生活气息和人情味。另外很多视频题材是日常生活的技巧、美食、化妆、健康减肥等方面的实用知识等。在出镜人物和背景方面，虽然一些美女主播较注意化妆，但是聊天内容和直播间的场景也非常生活化。短视频的拍摄则更为随意，人物多是本色出演，没有精致的化妆和灯光，背景也都是人们熟悉的生活、工作场景，比如家庭、厨房、街头、工地、大学宿舍等等，具有鲜明的草根文化的特征。

4. 目的上具有较强的功利性、商业性特征

在网络直播、短视频平台上，秀文化不只是以展示自我为目的，而是具有较强的功利性和商业性。尤其是在直播平台上，网红主播们的天价年薪引发了不少年轻人的追捧，直播成为年轻人成名致富的快捷通道。正如中国直播榜CEO姜一所说，“门槛低、来钱快，是直播平台吸引年轻人进驻的主要原因”^[7]。成为主播无须缴纳费用，不需要学历，认证手续简单。通过直播自己的才艺或聊天就可以吸引粉丝和打赏，甚至有的粉丝给主播打赏上百万元。因此，在高额打赏的诱惑下，不少主播花样翻新甚至不择手段、毫无底线地进行蛊惑和诱导，经纪公司也对主播进行各种策略和套路式的培训，迎合或刺激网民们的各种趣味。在短视频平台上，盈利模式还不太清晰，专业机构生产的内容变现能力相对较强，而普通用户生产的内容还处于赚人气的阶段。无论是专业生产机构还是普通网民都希望自己的视频有更多人关注，能够“火”起来。一方面更多的粉丝关注和点赞可以给用户带来获得认可的心理满足，另一方面也是一种盈利渠道或潜在的商机。青年秀文化是青年群体张扬自我、展示自我的一种文化形式，不得不说，这种较强的功利性、商业性使得青年秀文化在一定程度上失去了其应有的文化内涵和意义，甚至成了迎合一些网民低俗欲望的表演。

三、直播、短视频中青年秀文化所体现的社会心态

社会心态是指一段时间内弥散在整个社会或社会群体、类别中的宏观社会心境状态，是整个社会的情绪基调、社会共识和社会价值取向的总和^[8]。社会心态是表层化的情绪表征，是对社会现实生活及时、动态的再现。社会心态的变化是影响社会运行的一个重

要因素。青年群体的社会心态及其健康发展需要持续关注和研究。《中长期青年发展规划（2016—2025年）》指出，要“促进青年身心和谐发展，指导青年正确处理个人与他人、个人与集体、个人与社会的关系。加强对不同青年群体社会心态和群体情绪的研究、管控和疏导，引导青年形成合理预期，主动防范和化解群体性社会风险”^[9]。直播、短视频中的青年秀文化映射着青年群体的社会心态，反映着这一社会特殊群体的实际需要、利益诉求、情感情绪和精神状态。因此，从青年秀文化中了解当前青年群体的社会心态是非常有意义的。由于青年群体自身构成的复杂性和阶层性，青年秀文化也体现出复杂多元的群体心态，主要有如下几种：

1. 网生代与展示自我、张扬个性的青春心态

如前所述，直播、短视频作为新兴的网络文化传播形式，首先吸引的就是喜欢新鲜事物、伴随网络成长的网生代青年用户群体。直播、短视频给了青年群体一个非常开放、便捷、生动的展示自我的方式和空间。比如，“抖音”最初定位就是“专注于新生代的15秒音乐短视频社区”。年轻人追求酷炫、个性和创意，爱好运动、音乐和舞蹈，而“抖音”平台用节奏感强、富有表现力的音乐作为短视频的生产主题，用户可以配上各种肢体动作和表情，或自由创作，或模仿，或恶搞，或挑战等等，将音乐与舞蹈二者充分结合起来，给了年轻一代以充分展示自我、张扬个性的空间。正如抖音名字的意义，让年轻人“抖”起来，“抖”是一种炫酷的展示，背后体现的正是青年群体展示自我、张扬个性的青春心态。

其次，平台还为用户提供了大量特效，从而实现了让普通视频“一秒变大片”的神奇效果，让普通人轻易实现当导演、当演员甚至当明星的梦想。抖音平台上的网红像莉哥、摩登兄弟、高火火、费启鸣、代古拉、郭聪明等粉丝均超过千万，火爆程度不亚于大牌明星。正如尼古拉·尼葛洛庞帝说过的，互联网时代人人都是艺术家，艺术作品的表现和传播都能与技术得到很好的融合。在新媒体环境的刺激下，网民尤其是年轻网民产生了越来越强的表演欲和自恋心理。“戏精”一词成为2017年大火的网络用语，在“戏精”们的积极参与下，催生了很多被网友称为“魔性表演”的短视频。

另外，平台的社交功能加强了青年群体自我展示的热情。平台就是一个巨大的秀场，他们在私密的现实空间尽情表演，通过网络这一虚拟的T台吸引了无

数网民的眼光。用户们直播或上传自己的视频作品，获得粉丝的点赞和转发，给用户带来强烈的被认同的心理满足感。通过对各平台UGC内容观察可以看到，用户渴望他人通过点赞、评论、关注等方式来表达对自己的认可，“双击666”“求赞”“点亮红心”等网络用语的流行，表明这些青年特别希望得到他人的赞同。心理学家威廉·詹姆士的定律强调，他人对自己的认可和欢迎是人类埋藏最深的本性，所以说他人对自己的肯定是刺激用户展示自我的重要因素。

2. 网红主播与急于求成、不择手段的逐利心态

毋庸置疑，成功是青年群体最大的梦想，青年为了获得成功的打拼精神是社会发展的动力。对于在城市打拼的青年人来说，直播、短视频平台给了他们实现梦想的机会。如前所述，直播、短视频平台进入门槛低、赚钱快，再加上网红主播、购物达人等迅速成名的示范效应，吸引着大量年轻人投身于视频网络平台谋求成功。但是，随着全民直播时代的到来，网络主播间的竞争也日益激烈，从底层攀至“金字塔”，需要克服重重压力，除了拼颜值之外也要提升自己的能力、眼界并熟知粉丝心理等。为了吸引粉丝，主播们殚精竭虑、花样翻新，表现出年轻人勇于打拼的精神。但是同时，由于青年群体的道德价值观念还不太稳定，缺乏对成功、成名和人生意义的正确理解，因此不少主播把成功和金钱作为人生追求的唯一目标，表现出不择手段、急于求成的逐利心态，不惜牺牲色相甚至出卖肉体来换得更多的粉丝和打赏。某90后网红女主播在直播间盘点收到的生日礼物时，手撕《史玉柱的创业智慧》《四世生花》等书籍，并声称“我从来不读书”“不读书也能开跑车”^[10]，更是暴露了一些网红扭曲的功利主义价值观。由于资本的逐利本性和商业平台的推动，网络视频行业自身缺少规范和操守的浮躁气息，导致黄色、暴力、低俗内容泛滥，甚至“暴露再暴露，擦边再擦边”成为经纪公司对面播的核心要求。还有的顺风车司机为了博得网民眼球，偷偷直播女乘客，严重违反了职业道德和法律规范。可以说，正是网络视频行业的浮躁环境和青年群体的逐利心态相互作用，使得不少年轻人在秀文化中违反道德标准甚至触犯法律红线。2018年5月10日，国家广电总局发布消息，在管理部门的严令下，直播和短视频网站进行自查自纠，共计自查清理下线问题音视频节目150余万条，封禁违规账户4万余个，关闭直播间4512个，封禁主播2083个，拦截问题信息1350多万条^[11]。

3. 底层青年与秀文化中的突围和宣泄心态

由于直播、短视频平台的开放性和技术接近的便捷性,和其他媒介相比,网络视频平台史无前例地吸引了大量处于社会底层的青年。比如注册人数和日活跃人数最多的快手,就吸引了大量三四线城市和农村的青年网民。2016年,霍启明博士的一篇网文《残酷底层物语,一个视频软件的中国农村》成为热文^[12],他分析了快手中农村青年的表现和中国乡村的精神面貌。这些农村青年在快手平台上卖力、出位地进行表演,以吸引人们的眼球,他们上传自虐视频,他们展示少女怀孕,他们拼喝酒、拼体力,他们展示自认为很酷的农村杀马特造型,他们喜欢宣泄式的喊麦等等。可以说,在这些内容背后体现的是底层青年努力走向高层的突围和宣泄心态。

突围是想打破自己处于社会底层现状的心态。“人往高处走”,但是生在农村抑或城市底层的青年群体没有更多的社会资源,再加上网红主播一夜成名、身价千万的神话诱惑着他们,于是就有了他们在秀文化中的卖力表演。快手上的网络红人“搬砖小伟”,是一个工地小工,靠着每日更新高难度动作表演在快手上获得了一百多万粉丝。他在一个视频里说:“我拼命地练肌肉,就是为了能够开好车、泡美女,随便放一个屁别人也觉得是香的”^[13]。这句话彰显了这些人想突破自己社会底层窘况的突围心态和对成功生活的狭隘世俗的想象。快手平台的另一大农村网红青年“三炮”,放弃打工,返乡拍短视频段子,靠“土”和“叛逆”走红网络,拥有600万粉丝。他发布的系列搞笑短片《叛逆少年》表现了农村青年靠去城市打工获得成功的幻想破灭后的叛逆精神。他们厌倦了无聊压抑的城市打工生活,重新回到乡村,视频以幽默、搞笑、自嘲的手法演绎了这群人当下的生活方式。他们保留着从城市学来的杀马特造型,骑着炫酷的摩托,飙车、吸烟、装酷、撩妹等等,有追求自由和个性的叛逆,也有在城市和乡村间的无所适从,他们不知道如何突围。

底层青年的宣泄心态从“喊麦”文化中得以集中体现。喊麦是hiphop(嘻哈)文化传到中国时的一个变形产物,相对于说唱,在音乐性、押韵方面简化了很多,但是节奏感强,容易营造气势,因此无论在歌词的创作还是歌唱表演上入门门槛更低,从而在直播间得以流行起来,还诞生了所谓的“喊麦天王”。但是,这种被概括为“县城DJ音乐+拖拉机节奏+大嗓门+东北腔”的演唱风格,被流行音乐界长期无视乃

至鄙视,成为低俗文化的代表。喊麦的确成了底层青年的一种文化表达和情绪宣泄。比如知名的喊麦天王MC天佑,家在东北,曾炸过串、卖过车、当过收账员,兼职跳舞,学生时代还曾当过小混混,但是他通过直播赢得了数千万粉丝并进军娱乐界,成为屌丝逆袭的成功典型。他以底层青年的代言人自居,其歌词的确表达了底层青年群体的生活经验和价值观念。有的喊麦歌词充满狂妄的梦想,频繁出现英雄、帝王、沙场、征战、传奇等词汇,如流行的《一人饮酒醉》中的歌词:“败帝王,我斗苍天,我夺得皇位以成仙,豪情万丈天地间,续写另类我帝王篇”。这些歌词充满了底层青年以不凡自居、快意恩仇的狂妄幻想,成为底层青年群体的精神鸦片。还有的歌词则是他们生活经验的直接表达,如《女人们你们听好了》充满对女人的物化和处女情结,《东北兄弟》里则大肆宣扬江湖义气。可以说,喊麦里面充满了一种和现代文明格格不入的野蛮情绪和价值观念——拥有了钱和暴力就拥有了一切,是底层群体对希望改变自身社会地位的情绪宣泄和观念表达。2018年2月,MC天佑因在直播中谈及情色话题随口就来并通过说唱形式描述吸毒后的感受被政府管理部门实行跨平台封禁,但是这种被称为“底层人的呐喊”的喊麦文化仍然在直播间里盛行,因为不管政治正确与否,它确实喊出了不少底层青年的心声,宣泄了他们的社会情绪。

4. 屌丝群体与追求愉悦、幽默搞笑的娱乐心态

成功固然是青年群体的最大梦想,但是能够获得成功的青年毕竟有限,大多数人不过是默默打拼却顶着各种压力生活的普通人,是屌丝群体的一员。事实上,青年阶段正处于人生社会资源和需求极为矛盾的时期,一方面青年人充满理想和梦想,希望成功、希望过上不平凡的生活,但是另一方面他们在现实生活中又非常匮乏,缺乏工作经验、薪酬低、职位低、经常加班,没有住房、没有车、没有可以去周游世界的金钱等等。在这种矛盾中的青年群体又需要消解现实的压力、安放自己的人生、获得生活的快乐,于是追求愉悦、幽默搞笑的娱乐心态在青年秀文化中淋漓尽致地表现出来。

娱乐是人类的基本需求之一,从古至今,人类已经创造了各种各样的娱乐方式。进入消费社会以来,不仅娱乐产业本身异常发达,文化也日益产业化,从原来神圣的精神生产和教化使命解脱出来,越来越承载着为普通大众提供娱乐的功能。直播平台仍然以游戏直播、秀场直播、泛娱乐直播为主,善于讲段子、

笑话、幽默有趣也成为主播们重要的素质，无疑表明了网民们追求愉悦的心态。如果说观看直播还需要相对安静的环境和完整的时间，而短视频则创造并同时满足了人们随时随地进行娱乐消费的碎片化需求。简短的篇幅很难承载深入的思考，却非常适合发挥博人一笑的娱乐功能。因此，在短视频平台上，娱乐搞笑的内容占据了半壁江山。一度流行的各种段子被翻新成视频形式重新热播，各类恶搞过程也被表演得惟妙惟肖，影视片段被无数次重新演绎，各种表情、动作夸张搞笑，狂欢、丑脸等特效冲击着人们的感官体验，各种幽默搞笑的评论和视频内容相互媲美。如抖音上的账号“大唐公主”用日常生活用品来化妆成影视作品的人物进行表演，如彩色行李包、塑料、蔬菜等等都可以成为化妆道具，搞笑而有创意的造型，配上一本正经的模仿，令人捧腹大笑。其短视频常常有几十万的点赞和上万条评论，网友“凌晨的”在其节目下评论：“迟早要笑死在抖音里。”这些视频内容彰显着秀文化背后普通青年群体追求愉悦、幽默搞笑的娱乐心态。但是需要警惕的是，在青年群体中这种娱乐心态有着泛化的趋势，也就是用娱乐的心态看待任何事情，从而模糊了娱乐与社会现实的界线，缺少严肃的理性和社会责任感。

5. 男性网民与追求感官刺激的色情化心理

色情化是直播、短视频中较为突出的文化现象。如很多热门短视频充满男女间的调情意味，另外，从短视频的评论中可以看到一些网民的色情化心理，即使原本与性无关的内容评论却具有色情意味。如果说短视频平台两性关系的表达相对较为含蓄，在直播平台上则更为直接。移动社交平台陌陌发布的《2017直播职业报告》显示^[14]，从性别比例看，全国85.8%的主播为女性，表明了秀文化中女性身体被男性粉丝消费的现实。不少美女主播衣着暴露，话题暧昧，和粉丝撒娇、搔首弄姿等行为屡见不鲜，甚至“放不开的女主播或者不开放的女主播，是没有市场的，既会装清纯又会讲荤段子的女主播才是好主播”^[15]。斗鱼知名主播中就有所谓的“三骚四婊”，网上评论说：“三骚尺度之大无不令人惊叹。使得无数宅男夜不能寐，准点在直播间守候，只为一睹三骚更衣、热舞等大尺度画面”^[16]。可以看出，“骚”这一原本具有贬义的描述女性风流魅惑的词汇在网络视频平台上已经被赋予了褒义。另外，男性主播占比不足15%，不过东北三省的男性主播占比却高达63.3%，不得不说与东北特有的二人转式的民间文化传统有直接关系。男

主播和女粉丝的调情式对话屡见不鲜，有的男主播动辄话题涉黄，成为男性粉丝的代言人。如斗鱼首页推荐的王牌直播东北男孩“十二月老铁”是一个唱rapper的歌手，但是直播话题常常具有暧昧色彩，粉丝也多以男性为主。笔者看到其在和女主播“是妙璇啊”的一次连线PK时，在真心话游戏中问对方“那个时最刺激的姿势是什么”和“最想和自己房间里哪位男房管在一起”。话题、表情及游戏惩罚措施都极具色情意味，而同时观看这场直播的网民竟然有30万之多，不少男性粉丝们的弹幕评论非常露骨，俨然是一场男性群体的集体意淫和狂欢。央视焦点访谈栏目前后三期节目批评直播涉黄乱象，国家相关管理部门也屡次重拳出击，网上甚至流传这样一句话：“直播发于秀场，兴于网红，盛于明星，衰于广告，毁于色情”^[17]。这典型地说明了色情化在直播行业的严重程度。

食色，性也。性是人类最重要和最基本的生理需求，尤其是对处于生命旺盛期的青年群体而言，对性的关注无可厚非，但是性本身需要人类文明的约束。精神分析学家弗洛伊德认为，人类社会本身就是一个压抑性的社会，人类文明的产生来源于人类克服、控制自己的本能，并将其强行转移到对社会有用的生产实践上去。哲学家马尔库塞区分了性欲与爱欲，认为性欲是一种暂时的、局部的生物内驱力，而爱欲是一种恒久的、整体的文化内驱力，人类需要把性欲转化为爱欲，从而提升个体的生命质量，实现社会的发展。中国传统社会是一个性压抑的社会，改革开放以来，尤其是随着市场经济的发展和网络社会的到来，性文化日渐泛滥，娱乐和文化产业呈现低俗化、色情化的趋势。这一现象背后反映的是新一代青年群体尤其是男性色情化的社会心态。在一些人看来，性完全是一种与爱无关的生理刺激和满足，尤其是在网络平台，在直播这一相对私密、匿名、隐身的空间里，更加没有了性道德甚至是法律的约束。因此，在利益的诱惑下，一些女主播自动承担了类似妓女的角色，而男性网民则像嫖客一样在观看或窥视中得到意淫式的感官刺激和满足。

6. 空巢青年和虚拟生存的孤独心态

近两年“空巢青年”成为网络讨论的热点话题。这一概念相对于“空巢老人”而提出，指的是在城市打工远离亲人、单身且独自租房的年轻人。根据淘宝发布的《2017年中国空巢青年图鉴》数据，20~29岁的空巢青年总数超过了5000万，其中90后占到了

60%以上。按人口基数换算,这意味着每6个90后中就有1人是空巢青年^[18]。中国青年报社就此问题对2000人进行了一项调查^[19],结果显示,64.3%的受访者表示自己身边的“空巢青年”多,缺乏感情寄托(57.9%)和居住条件差(57.8%)被认为是他们面临的两大困境。55.1%的受访者认为“空巢青年”既是一种居住状态,也是一种心态。一方面,空巢青年们可以享受独处的自由,选择个人的生活方式。另一方面,生存压力和独居状态也自然而然让他们产生一种强烈的孤独感。在知乎发起的“如何看待空巢青年”话题上,网友们写出了自己的孤独和艰辛:“无人问我粥可温,无人与我立黄昏”。“孤独得像条狗,我和siri成了好友。在沙发上看电视睡着了,醒了发现一切依旧,没人给我盖被子,没人关电视……”“千万不要午睡,因为等你傍晚醒来时,看着窗外缓缓下沉的夕阳,会有一种给全世界抛弃的感觉”^[20]。

“宅”是空巢青年们的一大特征。一方面,他们在陌生的城市里缺乏稳定的社会人际网络;另一方面,交通、生活成本或者拥挤的公共空间使得他们不喜欢社会交往,宁愿独处。孤独催生了强大的陪伴经济,而继网络游戏、社交媒体之后,以直播和短视频为代表的网络视频则为空巢青年们提供了打破物理空间限制、方便快捷的虚拟交流,完成替代性的社会交往和娱乐。一项对北京网络主播青年群体的实证研究表明^[21]:主播青年群体自身需求中占第一位的是获得陪伴、满足交流需求,比例为47.4%;第二位则是获得关注、满足物质需求,占比38.9%。从直播内容来看,38.3%的主播日常直播内容为聊天交流,主播通过直播过程中与观众的互动交流来缓解其现实

生活中的情感沟通的缺失带来的孤独感。还有新闻爆出“女主播全程无话直播写作业,超十万人在线观看”、“00后小鲜肉直播吃饭日入数万”等,这些令人费解的现象背后体现的正是空巢青年的孤独心态。当然,不只对于主播,对于用户来说,观看直播和短视频更是其现时代排解孤独的不二选择。主播是空巢青年们最贴近的偶像,看直播时主播随时和粉丝互动,打赏的粉丝更是会得到主播的殷勤关注,粉丝们还会形成以主播为核心的社群,从线上发展到线下社交,增加其群体归属感。但是这种虚拟社交具有两面性,在为空巢青年提供陪伴消解孤独的同时,也会进一步导致其和社会现实及其人际网络的疏离,而且这种虚拟的、浅层的人际关系并不能从根本上消除他们的孤独感。

以上,我们总结了青年秀文化中体现得较为典型的几种青年社会心态,这些心态反映着青年群体的社会生存和心理状态,也折射着转型期中国社会的现实秩序和价值观念的变化。对于健康的社会心态我们要积极推动和促进,对于不健康的心态则要多方面加以干预和引导。同样,对于商业驱动下的青年秀文化本身,也需要加以规范,从而用更为健康的文化来影响青年群体的心态,形成良性循环。但是这的确是一个系统复杂的社会改良工程,需要不同部门和组织的共同参与和配合,也需要学术界进一步的关注和研究。■

刘胜枝:北京邮电大学数字媒体与设计艺术学院教授,
北京市网络系统与网络文化重点实验室成员
责任编辑/杨守建

参考文献:

- [1] 中国互联网信息中心.第42次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/>, 2018-08-20.
- [2] 南方网.2017短视频行业盘点:领域空间巨大 下半场看点不断[EB/OL].http://it.southcn.com/9/2018-01/09/content_180206520.htm?COLLCC=4273532072&, 2018-01-09.
- [3] 搜狐网.大学生向往职业:54%毕业生选择做网红主播[EB/OL].http://www.sohu.com/a/107507727_254058, 2016-07-25.
- [4] 搜狐网.《2017年直播行业数据研究报告》:直播风口依旧,行业走向成熟![EB/OL].http://www.sohu.com/a/218635528_738359, 2018-01-24.
- [5] [7] 人民网.正能量注入网络直播 清流正显现[EB/OL].<http://it.people.com.cn/n1/2017/0703/c1009-29378184.html>, 2017-07-03.
- [6] TechWeb网.抖音首次公布用户年龄分布:97后成网红主力85%在24岁以下[EB/OL].<http://www.techweb.com.cn/data/2017-09-03/2581565.shtml>, 2017-09-03.
- [8] 杨宜音.个体与宏观社会的心理关系:社会心态概念的界定[J].社会学研究,2006(4).
- [9] 中共中央国务院.中长期青年发展规划(2016—2025年)[N].中国青年报,2017-04-14.

(下转第43页)

目的和归宿角度对沉浸“青年现场”的坚守。■

胡献忠：中国青少年研究中心办公室主任，副研究员

陈卫东：中国青少年研究中心副研究员

刘宏森：上海青年干部管理学院副教授

陈宁：上海青年干部管理学院教授

责任编辑/程旭辉

[基金项目：本文系中国青少年研究中心2017年度国家财政专项资金课题“青年学科建设若干重大理论问题研究”（项目编号：QYZXZDKT2017-1）阶段性成果]

参考文献：

- [1] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第1卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1995: 73.
- [2] 金建萍. 人的发展和社会发展的一致性研究 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2013.
- [3] 郑长忠. “青年 + 哲学社科”: 青年学科发展的方向 [J]. 中国青年社会科学, 2016(5): 13-20.
- [4] 沈杰. “青年研究”何去何从 [J]. 中国青年研究, 2002(1): 43-45.
- [5] 田杰. 青年研究: 敞开历史视野 [J]. 青年学报, 2017(2): 17-24.
- [6] 刘宏森. 青年研究: 在“接地气”中走进青年 [J]. 青年发展论坛, 2017(1): 32-42.
- [7] 赵宪生. 正视问题, 找出差距, 再创辉煌——谈我国青年研究的现状 [J]. 青年研究, 1997(12): 1-5.
- [8] 刘宏森. “数据当家”与实证研究 [J]. 中国青年研究, 2012(1): 47, 72-74.
- [9] 胡献忠. 青年整体性研究范式的解构与重构 [J]. 中国青年研究, 2016(10): 48-51, 113.
- [10] 陈亮. 我们的青年研究缺什么 [J]. 浙江青年专修学院学报, 2002(1): 20-22.
- [11] 田杰. 关于青年研究代际更替问题的几点思考 [J]. 中国青年政治学院学报, 2012(1): 6-12.
- [12] 风笑天. 三十年来我国青年研究的对象、主题与方法 [J]. 青年研究, 2012(5): 54-63, 95-96.
- [13] Christine Griffin. Representations of Youth: The Study of Youth and Adolescence in Britain and America [M]. Cambridge: Polity Press, 1993: 9.

(上接第12页)

- [10] 新浪网. 美女网红直播撕书称: 不读书照样开跑车 大学生得给我打工 [EB/OL]. <http://tech.sina.com.cn/i/2017-01-05/doc-ifxzkfuk2312710.shtml>, 2017-01-05.
- [11] 国家广电总局: 封禁违规账户4万余个 [N]. 北京青年报, 2018-05-10.
- [12] [13] 搜狐网. 残酷底层物语, 一个视频软件的中国农村 [EB/OL]. http://www.sohu.com/a/113503200_465413, 2016-09-03.
- [14] 36氪网. 2017 主播职业报告出炉: 拼完颜值拼学历, 东北流行男主播! [EB/OL]. <https://36kr.com/p/5112117.html>, 2018-01-08.
- [15] 中华网. 女主播“雪梨枪”被判4年 直播与色情只差一线 [EB/OL]. https://news.china.com/yule/11184455/20161202/30061657_2.html#t1480813697835, 2016-12-02.
- [16] 腾讯网. 2017 年斗鱼女主播人气 TOP10 大盘点! [EB/OL]. <http://hn.qq.com/a/20170918/045658.htm>, 2017-09-18.
- [17] 新华网. 网络直播遭遇成长烦恼: 兴于网红, 毁于色情? [EB/OL]. http://www.xinhuanet.com/legal/2016-11/15/c_1119911913_2.htm, 2016-11-15.
- [18] 搜狐网. 2017 中国空巢青年图鉴出炉, 5000 万空巢青年赶紧看过来! [EB/OL]. http://www.sohu.com/a/142649209_468719, 2017-05-22.
- [19] 谢宛霏. 走进“空巢青年”的孤独世界 [EB/OL]. 中青在线, http://zqb.cyol.com/html/2017-03/02/nw.D110000zqgnb_20170302_4-01.htm, 2017-03-02.
- [20] 知乎网. 如何看待空巢青年? [EB/OL]. <https://www.zhihu.com/question/41740780>.
- [21] 廉思, 唐盘飞. 社会安全视域下的网络直播功能探析——基于北京网络主播青年群体的实证研究 [J]. 中国青年研究, 2018(1).