

# 媒介文化研究视角下 “弹幕”的生成机制及其亚文化意义

闫方洁

(华东师范大学 马克思主义学院, 上海 200241)

**[摘要]** “弹幕”是新媒介语境下青年亚文化的新形态之一, 它的产生是作为“生产式”受众的青少年与“开放式”媒介文本进行对话, 并依照自己的旨趣来重构话语和符码的结果。“弹幕”是青少年通过对媒介文本的不规则解码以及戏仿、拼贴、挪用等语言策略, 生产出与初始文本意义相断裂的二级文本。“弹幕”以其所具有的族群性、草根性、颠覆性、戏谑性等特征为青少年构建起一个具有风格的、独立自足的精神空间。青少年在其中通过区隔化的沟通和社交获得归属感, 通过对主流文化的象征性抵抗宣告话语权, 通过仪式化的网络狂欢逃离日常生活实践与社会规训。

**[关键词]** 媒介文化 弹幕 亚文化

**[中图分类号]** G641 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1007-192X(2017)10-0081-05

“弹幕”, 顾名思义就是像子弹一样的字幕, 它是一种穿插在视频节目中的评论形式, 大量、密集的文字评论在屏幕上自右向左飘过, 即时对视频内容发表赞叹或吐槽。“弹幕”最早源自日本的动漫游戏网站, 后经A站(Acfun弹幕视频网站)和B站(Bilibili弹幕视频网站)引进国内, 最初的弹幕爱好者多为ACG(动画、漫画、游戏)一族。近年来, 随着爱奇艺、优酷、土豆、乐视等主流视频网站开始增设弹幕功能, 弹幕的使用人群逐渐扩大, 但在年龄轴上仍集中于“90后”和“00后”。以B站为例, 常年活跃在该站的用户绝大多数年龄为15至25岁。毫无疑问, 弹幕已经成为新媒介语境下青年亚文化的一道新景观。从媒介文化研究的视角出发, 借助霍尔、菲斯克、德塞托等西方学者关于受众、传播及亚文化的理论工具和分析范式, 我们可以完整地把握弹幕的生成机制与逻辑, 并窥见其背后的象征

价值与心理意义。

## 一、“弹幕”生成中的主客体：“生产式受众”与开放、多义的媒介文本

以青年亚文化研究见长的英国伯明翰学派反对法兰克福学派将大众描绘成“文化白痴”的做法, 他们把受众置于研究的核心, 并将其塑造为“积极的生产者”, 而弹幕的流行便在很大程度上印证了伯明翰学派的理论主张。概括来说, 弹幕的生成需具备以下两个基本条件: 一方面, 青少年不再是媒介文化的被动接受者而是成为“生产式”受众, 这是弹幕生成的主体条件; 另一方面, 视频节目等媒介文本在内容上也不再被视作具有稳定结构的统一整体, 而是成为开放且多义的文本资源, 这是弹幕生成的客体条件。

**[基金项目]** 2014年度国家社科基金青年项目“‘自媒体’时代下意识形态工作的挑战、机遇及对策研究”(项目批准号: 14CKS032)。

具体而言,“生产式”受众在面对媒介文化时往往表现出以下特征:其一,他们不是毫无鉴别力的群体,而是积极主动的阅读者;其二,他们是一个具有自主性的群体,能够在阅读媒介文本的过程中与之互动;最后,他们不是消极等待被构造和被驯化的群体,“而是文本的积极意义的生产者”。<sup>[1]</sup>在“生产式”受众看来,影视、视频等媒介内容都不再是具有严密逻辑和固有结构的统一体,而是可以进行多重解读的“开放式文本”。“开放式文本”的提法借鉴了文学理论家艾柯的“开放的作品”的概念,兼具巴特“作者式文本”以及菲斯克“生产者式文本”的部分性质,具体而言具有如下特征:其一,它的意义场不是封闭的,它为受众的二度生产提供了可能;其二,它本身就包含了与其目标相悖的多元意义,其内容上存在着裂缝和间隙。其三,它并非一个既定的文本,而是生成性的。事实上,“生产式受众”与“开放式文本”是共生的,开放式文本必然吸引生产式受众,生产式受众必然造就开放式文本。弹幕的生成过程便是作为生产式受众的青少年与开放式媒介文本进行对话,并依照自己的旨趣来重构意义和话语的过程。

弹幕一族大多是“90后”、“00”后,由于正处于人生的学习期和成长期,一般而言他们尚未拥有较高的经济地位和社会身份。在现实社会的权力秩序中,他们往往处于从属地位,但是青少年独有的反叛意识以及自小成长于崇尚发展和创新的现代社会中的生活经验,驱使他们极其渴望在其他可能性的空间中挑战现有秩序、突破既有框架,创造出具有强烈个人标签的新事物。因此,在颇具平民色彩和民主色彩的网络等新媒体空间中,他们通常会化身为主观积极的消费者,强烈的探索精神和创作欲望使他们在阅读媒介文本时变得“躁动”且“不安分”。而媒介文本在形式和内容上越开放,就留给青少年越大的间隙与空白进行二度创作。

在当下的新媒体语境中下,越来越多的节目、视频一改过去传统广播电视节目的“同一化”叙事逻辑,其主题、人物及节奏设计都充满了矛盾感和多义性。例如,备受青少年追捧的网络综艺节目《奇葩说》就是一个典型的开放式文本,它的叙事形式

是轻松的,但它的辩题和嘉宾本身都充满争议,它不设定规则来控制受众的行为,它鼓励受众的有效互动,“它具有松散的、自身无法控制的结局”,“它包含的意义超出了它的规训力量”,“它内部存在的一些裂缝达到足以从中创造出新的文本”。<sup>[2]</sup>这样一来,受众在观看节目的同时就可以从中选择特定的片段和意义作为他们消费、加工的对象,并从中获得快乐。因此,在观看节目的同时频频吐槽、“视频与弹幕齐飞”,就成为很多青少年阅读类似《奇葩说》等媒介文本时最常见的方式。

综上所述,新媒体语境下的媒介文本“不是意义和快乐的容器”,“而是意义和快乐的唤起者”。换言之,媒介文本与青少年之间的互动并非“传播-接受”的单向、封闭、线性模式,不是媒介发送讯息给受众,而是受众赋予媒介文本多种意义。也即是说,在弹幕一族看来,观看视频节目时不仅要“释出义”,更重要的是“释入义”。所谓弹幕正是青少年群体以原有媒介文本为基础进行“二度加工”的结果,是其作为草根阶层在新媒介平台上充分释放自身创造力的产物,弹幕的生成过程便是青少年在日常生活的基础上、充分调动自身经验,与媒介文本进行协商并再塑意义的过程。

## 二、“弹幕”内容的符号学剖析:解码、二度编码与风格的建构

法国文化研究学者德赛托认为:“分析电视图像(表现)和在电视机前停留的时间(行为)必须对文化消费者在这段时间内运用电视图像‘制作’的内容进行研究。”<sup>[3]</sup>同样的,要研究青少年在新媒介语境下的亚文化实践,就必须对弹幕的内容及其制作逻辑进行研究,这就需要借助符号学的分析方法。在符号学的视域中,弹幕同样可以被理解为“文本”,它总是由一定的语言符号根据一定的逻辑构成并传达着某种意思。然而,与我们所说的“媒介文本”的不同之处在于,弹幕是一种叠加在原始文本之上的二级文本。通俗来说,所有的弹幕均作为视频的附着物与之同时播放,弹幕依托于原始视频却不隶属于它。在这一二级文本的生成中,青少年承担着解

码者和二度编码者的身份，他们在原有媒介文本的意义空间中通过“扭曲”、“置换”、“改写”、“挪用”等一系列实践策略，建构出不受初始文本符码规则限制的、具有鲜明个人和群体特色的符号体系和意义结构。

青少年所热衷的弹幕内容大致有两类：一是“科普类”、“资源类”；二是“吐槽类”和“空耳类”。第一类弹幕是对初始视频文本的解说、延伸和拓展，第二类弹幕是指对初始视频文本的戏谑。“吐槽”和“空耳”都来自日语，前者本意是指从对方的话语或行为中找出漏洞作为切入点，发出带有调侃意味的感叹或疑问，后来也指揶揄、挖苦和找茬。“空耳”是日语“幻听”的意思，本意指将原本歌词用另一种语言中语音相似但意义却毫不相关的文字写出来，后来泛指音译中恶搞、双关的文字游戏。这两类弹幕生成的第一步均源自青少年对原有文本的“不规则”解码。伯明翰学派代表人物霍尔认为，以符号为载体的大众传播往往是不对称的，受众基于自身知识背景和社会关系的差异在接收信息时一定会做出不同的解读。作为“弹幕一族”的青少年对媒介文本的解码方式在很大程度上与霍尔的观点相契合。也即是说，他们并非在初始编码者所期待的范围内对视频文本做出解构，例如被他们放大的“焦点”往往只是原文本中一个极其微不足道的细节。相反，随着他们对信息的提取和解读，初始编码者的意义系统常常面临被侵蚀和被消解的危险，甚至发生断裂与背离，这种断裂与背离在空耳弹幕中表现得更为透彻。弹幕生成的第二个步骤来自青少年不受初始文本符码限制的二度编码，也即是说，他们在二次创作弹幕的过程中采用了与原编码者视角截然不同的符号体系。“挪用”是青少年二度编码时最常采用的语言策略，具体来说又包括“戏仿”和“拼贴”两种创作形式。

戏仿和拼贴均是跨语境的，前者是指在新的作品中对其他作品进行借用，以达到调侃、嘲讽、游戏的目的；后者是指将原有作品中的不同部分尽量巧妙或适得其反地整合在一个文本中，使其呈现出与原有面貌大不相同的气质。在A站、B站等弹幕视频网站中，很多备受追捧的弹幕视频都来自对

行大众文化的挪用。例如，1994版电视剧《三国演义》里诸葛亮痛骂王朗“我从未见过有如此厚颜无耻之人”的片段，就被制作成“鬼畜”效果的弹幕视频并广泛流传；《还珠格格》《新白娘子传奇》《大话西游》等大众耳熟能详的影视作品都成为弹幕一族的创作素材。在青少年的这种“挪用”文化实践中，初始文本中所酝酿的丰富内容和价值则被置于远处，它们转化成空虚寄生的形式，退化空洞的、可以被操控的能指，之后又被全新的所指填充，表达截然不同的情境和概念。换言之，挪用的过程就是能指要件以不同方式被置换的过程，而任何一个能指要件的置换都会使它的所指偏离原有的轨道，甚至颠覆原有的所指，成为一种新的文化符号，这便是弹幕生成的符号学逻辑。

在青少年看似随意地玩弄能指与所指的背后隐藏着他们的根本目标与精神旨归——即“风格”的构建。风格可以被理解为一种“有意图的传达”，“有意图的传达属于一种不同的秩序。它自成一体，是一种显而易见的建构，是一种意味深长的选择”。<sup>[4]</sup>弹幕作为青少年的二度创作，就是他们将自我姿态或态度注入某种文化符号的过程。换言之，他们把愉悦和挪用的谋略带入他人的文本中，并将其改造为“适宜居住”的属我场所。他们在媒介文本原本的空间中被引入了一个不同的世界——青少年的“另类”、“无厘头”、“二次元”的世界。借用德赛托的隐喻，初始的媒介文本变成了“移动的岩层、空间的游戏”，“变成了可以居住的空间，就像出租的公寓一样……房客……通过自己的举止和记忆来对公寓进行改变和修饰……通过重音、自己的‘花招’等向语言中加入自己的方言和自己的故事”。<sup>[5]</sup>

### 三、“弹幕”亚文化的心理意义：族群认同、弱抵抗与仪式化狂欢

任何一种亚文化都是被特定的人群建构出来的，且每种独特的亚文化内部结构都表现出有条不紊的特征与有机的联系，亚文化成员通过彼此之间的一致性理解着他们所生存的世界，弹幕亚文化同样如此。在现实中，尽管弹幕对于不同青少年的意

义不尽相同，有的人以此作为生活中的主要范围，有的人把它当作无足轻重的娱乐以减轻生活的单调乏味，有的人将其作为逃避的手段以暂时性脱离周围环境，等等，但同属弹幕一族的他们都分享共同的语言，保持着兴趣爱好与价值观的象征性一致，并借由弹幕为自己塑造了一个群体内部的完整、独立、自足的精神空间。

其一，青少年借由弹幕进行区隔化的沟通和社交，并由此获得族群认同感和归属感。

一方面，弹幕是一种“区隔化”的活动。作为被特定青少年群体建构出来的亚文化，弹幕所呈现出来的形象与那些被主流和大众文化所欣赏、赞同的形象存在明显的区别，青少年则以这种区别宣扬着自己的“他者”。弹幕最早起源于“二次元”爱好者和“御宅族”，对于在传统社会成长起来的父辈而言，二次元和宅文化就像无法理解的异度空间，青年人则以父辈极为陌生的画面、视频、语言在自我与成人世界之间筑起一道高墙。对“高墙”之外的非族群成员来说，屏幕上无序且频繁飘过的弹幕给观影带来了极大的困扰，“高墙”之内的他们却乐在其中。尽管弹幕后来被越来越多的大众所知晓，随着爱奇艺、优酷等主流视频网站纷纷开设弹幕功能，弹幕作为一种亚文化貌似已经被收编，但事实并非如此。主流视频网站开设弹幕功能的目标群仍然是小众的，其他非弹幕爱好者在观看视频时可以随时关闭弹幕。弹幕一族作为高度同质化的群体，依旧以A站和B站为主要活动平台，通过内容和技术的双重偏向为弹幕建立了一个无形的“准入”机制。他们拥有约定俗成的语言体系，共同偏好某些主题，会对特定的情节、画面、声音产生反应。那些在弹幕中所有被挪用的文本，包括其原来的形式以及改造过的形式，都与他们的关注点保持着高度的“相关性”与“同构性”。被挪用的文本在弹幕中重新组合起来使青少年获得了共鸣，他们感受到自己信奉的价值获得了反映和保持，由此产生了一种与外界相隔绝的秘密性认同。

另一方面，弹幕是一种具参与度极强的社交活动。弹幕可以被看作是继微博、微信之后兴起的又一种新媒体时代下的社会交往方式。不同的个体将

注意力集中于同一个视频内容之上，通过弹幕来表达自我的情绪、分享情感、产生对话与交流。同时，由于弹幕的显现和反馈是即时性的，你来我往、嬉笑怒骂的文字不断从屏幕上飞过，显得妙趣横生、喧嚣热闹，由此营造出虚拟电影院和聊天室的氛围，处于不同空间的青少年借由弹幕实现了共同观影。“90后”、“00后”很多都是独生子女、“键盘一代”，弹幕建构出的这种超越时空限制的、奇妙的共时性关系对他们具有很强的吸引力，可以使他们有效排解孤独感。不仅如此，由于弹幕是一种屏蔽了局外人的、同质性群体的内部互动，这种互动所带给他们的归属感和愉悦感甚至远远超过了现实中的人际交往。

其二，青少年借由弹幕掌握了二次生产和传播的主动权，实现了新媒介语境下对主流文化的弱抵抗。

各种各样的亚文化总是“代表着对一套象征秩序的象征性挑战”，<sup>[6]</sup>弹幕也同样包含着这样的功能。近年来新媒介技术的发展与普及改变了青少年在信息生产中的地位，使其在媒介话语的建构中拥有了空前的自主权，由此一来，文本的生产和传播逾越了原有的等级壁垒，打开了自下而上的通道。青少年借由弹幕逃离了传统媒介传播结构的制约，由此生成个性化的内容并展示给其他受众，弹幕成为他们张扬自我、表达意见的有力平台。从弹幕的语言结构及其生成逻辑中更加可以窥见青少年试图打破主流文化单向传递的渴望。在“弹幕一族”看来，所有的文本都不是固定不变的实体，也不存在值得读者孜孜以求的本原性意义，他们要消解初始文本的绝对权威和元叙事，反对一切意义上的垄断和霸权，希望塑造出多样化的信息和话语形态。因此，他们在创作弹幕的过程中频繁改变文字、符号原有的位置与语境，颠覆他们的传统用法，通过错位创造出新的用途。例如，在“空耳”弹幕中就存在很多语言学上的“越轨”行为，发音的错误、语法的错误、语言符号的随意置换等。

可以看出，后现代主义思潮对“90后”、“00后”巨大的影响力在戏弄语言的行为中得到了明显的体现，而也正是通过这种戏弄他们明目张胆地违反了

主流文化关于语言的秩序和界限的规定。青少年在语言学上的越轨行为实际上表达着他们对主流文化的反抗，他们不仅质疑了对文化的界定方式，也对文化应该是什么样子提出了质疑。然而，弹幕所表达的抵抗究其实质是新媒介语境下青少年的一种“弱抵抗”。在进入网络和新媒介时代之前，青少年也时常热衷于通过各种标新立异的行为来捍卫自己的文化领土和身份，他们身着奇异的装束、留着夸张的发型、演奏着怪异的音乐，由此诞生了“朋克”、“摇滚”、“嘻哈”等亚文化形态。在这些亚文化形态中，青少年激烈地表达着他们对主流世界的反叛和疏离，其背后充斥着不满和愤怒的情绪，这是一种充满斗争色彩的抵抗。相比之下，弹幕作为新媒介语境下的一种青年亚文化形态，更多地是被青少年用来表达存在感、宣告话语权，它所蕴含的是一种无处不在的、流动的抵抗行为即“弱抵抗”，这种弱抵抗少了些战斗力，多了些轻松和随意。

其三，青少年借由弹幕完成了对日常实践的颠覆，掀起了一场仪式化的网络狂欢。

近年来，“狂欢”作为一种分析范式被广泛应用于传播、媒介及大众文化研究领域。狂欢理论是由俄国文学理论家巴赫金所提出来的，狂欢具有以下气质：它是脱离了常规和体制，是对逻辑斯的反对，是对日常生活的逃离，是对一切神圣事物的亵渎，它本质上是一种反抗霸权、追求自由的文化策略。弹幕的产生便基于青少年对主流文化的抵抗，而它所具有的草根性、颠覆性、戏谑性、游戏性特征均与狂欢的精神实质不谋而合。

例如，巴赫金曾指出，在狂欢节上一切话语都是相对性的，即任何事物都可以成为模拟讽刺的对象，被摹拟的话语与摹拟话语交织在一起，形成多语并存现象。在弹幕文本中，青少年运用戏仿、挪用等策略使“神圣同粗俗，崇高同卑下，伟大同渺小，明智同愚蠢接近起来”，<sup>[7]</sup>多语并存得到了充分的展现。又如，“笑”是狂欢理论的一大元素，狂欢

节中的“笑”融合着讥讽与欢欣，其风格是调侃、讽刺、幽默甚至恶搞。弹幕作为高度娱乐化的产物以搞笑内容居多，且这种搞笑主要是通过戏谑的方式来实现的，正如A站直接将“认真你就输啦”作为其网站的中文域名，弹幕的游戏性与戏谑性不言而喻。插科打诨、粗鄙在弹幕中成为寻常的交往活动，青少年以这种方式展开着毫无顾忌的亲密接触与互动，这无疑对其常规日常生活实践与逻辑的颠覆。借用巴赫金的话来说，颠覆与消解本身就是一种生活方式，是对人类“节庆性”本性的体现。弹幕的“节庆性”在它的一系列仪式化的活动中得到了更为淋漓尽致的表达，诸如刷屏式的弹幕、A站的“弹幕春晚”与B站的“拜年祭”等便具有很强的仪式性，其目的不在于分享信息，而在于共享意义，通过制造出“千万人一起嗨”的虚拟场景将狂欢的气氛与感受推向顶点。“弹幕一族”通过这种仪式化的网络狂欢，享受着脱离社会规训所带来的片刻之愉，他们的族群认同和冒犯式快感也由此得到了升华。

#### 参考文献：

- [1][美]J.费斯克.英国文化研究和电视[J].世界电影, 2000(4).
- [2][美]约翰·费斯克.理解大众文化[M].译者: 王晓珏等.北京: 中央编译出版社, 2001: 128.
- [3][5][法]米歇尔·德·赛托.日常生活实践[M].译者: 方琳琳等.南京: 南京大学出版社, 2009: 32, 42.
- [4][6][美]迪克·赫伯迪格.亚文化: 风格的意义[M].译者: 陆道夫等.北京: 北京大学出版社, 2009: 126, 115.
- [7][苏联]巴赫金.巴赫金全集, 第5卷[M].译者: 白春仁等.石家庄: 河北教育出版社, 1998: 162.

本栏责任编辑 周家雅