

“Z世代”青年心理透视：语言亚文化的视角

李英华

摘要：对语言亚文化进行深入解析，有助于探寻“Z世代”青年心理样态的独特性。通过网络民族志与半结构化深度访谈发现，青年语言亚文化整体呈现夸张戏谑、突破常规的面貌，折射出青年立体多元、虚实交互的心理样态，主要包括：求异与求同心理的加速更迭；满足阈限的持续抬升；“独立我”成分增强、面子心理减弱。互联网时代对生活方式的现代化赋能以及青年特殊的人生发展阶段与时代变迁的交互是青年心理样态形成的主要原因。对此，应警惕语言亚文化狂欢背后的危机，并在尊重的基础上对青年施以引导。研究结果印证了文化心理学“文化参与并模塑人类心理的历程”之观点，并给出了青年心理健康发展的时代视角。

关键词：语言亚文化；脸面心理；自我建构；满足阈限；“Z世代”青年

中图分类号：G913.5 **文献标志码：**A **文章编号：**2096-5443(2023)03-0083-09

基金项目：山西省哲学社会科学规划课题(2021YJ092)

一、问题提出与文献述评

近年来，“Z世代”^①青年亚文化备受学界关注，尤其是对网络流行语的研究更是颇具热度。研究者从各个角度入手，对网络流行语进行了深入研究——“不是对最近几年网络流行语的一般性描述，就是对某个或某几个流行语的深入挖掘，或者是对网络流行语交往过程的微观分析”^[1]，但将网络流行语简单等同于青年亚文化未免陷入片面，因此，本研究首先需要廓清网络流行语与青年亚文化的关系。

亚文化的核心在其“亚”字，是指区别于主流文化的、非主流的、局部的文化现象，是主流文化背景下，某一群体所特有精神活动的总和以及集体认同的形式，也是“社会阶层结构框架里不断出现的那些带有一定‘反常’色彩或挑战性的新兴社区或新潮生活方式”^[2]。它可以赋予某一群体鲜明的文化气质和特殊的精神风貌，亦称副文化、次文化。青年亚文化是以文化实践者的年龄阶段为标准对亚文化进行的分类，在此分类标准下，还包括老年亚文化、儿童亚文化。青年是时代的潮头，是意见的领袖——青年因其特殊且醒目的群体特征使得“青年亚文化”这一文化现象得以长期活跃于大众的认知体系中。因其范围之广、影响之深，以致青年亚文化大有成为“亚文化代言”的趋势。

在青年这一群体中，以内容载体划分，亚文化包括服饰亚文化（例如汉服、破洞裤）、消费亚文化（例如盲盒消费、炒鞋）、音乐亚文化（例如Rap）、饭圈文化（例如应援）等；以场域划分，亚文化又有虚拟与现实之分，例如ACG亚文化^②、跑酷亚文化；以表现形式来划分，亚文化则可分为语言亚文化、行为亚文化（例如文身）、思想亚文化（例如佛系、低欲望躺平主义）。网络流行语只是语言亚文化的一部分，是其片段化的呈现方式，我们不能判定，这样的流行语只在网络中呈现，或者只借助网络传

^①美国学者格伦的“世代理论”在青年群体界定上的一种表达，代表在20世纪90年代后出生的人们。他们自出生之日开始的整个成长过程，无不受到互联网、智能手机及高科技产品的深刻影响，故也称“数字原住民”。为表述简洁起见，本文以下称“青年”。

^②英文Animation Comic Game的缩写，是动画、漫画、游戏的总称。

播。很显然,线下的现实社会中,年轻人之间在交流时对语言的组织与运用有别于同其他年龄群体的交流,因此,网络流行语只是语言亚文化的典型内容。为了更为立体地触及语言亚文化,本研究所涉及的语言是指涵括网络流行语在内的、风行于青年群体之内的语言体系。需要说明的是,表情包作为一种具象的、意义丰富的语言形式,是语言亚文化的又一个亚类,考虑到研究设计的针对性,本研究未将其列入研究范畴。

之所以将“语言亚文化”作为研究青年心理样态^①的切入点,是因为语言、文化、心理这三者的关系——语言是重要且典型的文化现象,而文化与心理又是表里关系、不可分割的,这也是文化心理学的主旨所在。文化心理学认为,文化与心理互为实践,也互为表达。语言则是文化的基本符号,对文化的呈现与传播起着重要作用,同时也是探寻个体或群体心理样态的有效路径。文化与心理的共生关系在当下巨大社会变革的时代背景下,被注入了新的元素,成就了当代青年群体独特的心理谱系。在培育其自尊自信、理性平和、健康向上的社会心态的今天,对这些元素的关注、透视与提取是非常必要的。因此,本研究以文化心理学为理论基础,深挖语言亚文化现象背后的青年心理样态,试图绘就亚文化视域下的青年心理图鉴。

现有文献中,一些对网络流行语的研究为本研究提供了一定基础。在呈现方式上,网络流行语常常表现为“代差反讽”,即运用反讽修辞来表征不同世代群体之间的价值观冲突与审美代沟,潜在地表达乌托邦式的理想主义精神^[3]。在呈现内容上,语言亚文化虽然有多样化的特征,但也表现出一定的发展脉络,“逐渐从政治领域、公共问题转向生活领域和娱乐问题,反映的社会心态从负能量为主转向正能量为主、从政治嘲讽转向生活调侃”^[1]。至于亚文化背后的青年心理,学者们多从社会学、心理学的视角入手开展研究。整体来看,亚文化一定程度折射出社会转型时期的青年心理现象。例如,针对网络用语的研究发现,“00后”存在八大社会心理特征,即焦虑心理、从众心理、网络消费心理、泛娱乐化心理、显摆心理、孤独心理、戏谑心理和成人化心理^[4];佛系亚文化的心理表现为“以话语塑造、意义争夺为核心的温和式反抗,折射出青年的社会心态与价值认同”^[5],以及“在逐渐开放的社会环境中力求摆脱传统主流价值观的束缚,敢于追求自己真正喜欢的事业的新趋势”^[6];丧文化则可解析为情感宣泄、自我防御、社会焦虑等心理原因^[7],它易导致青年“滋生价值虚无主义,引发青年集体焦虑,造成青年社会退缩,污染青年成长环境,影响主流意识形态传播效果”^[8]。由此看出,从内卷到躺平,体现着青年的现代性焦虑^[9],可见,“主体性丧失与个体发展失衡,反映了青年心理价值取向的矛盾冲突”^[10]。

如何帮助青年化解亚文化透露出的心理之矛盾呢?研究者主张,对待亚文化,不能简单地套用“抵抗-收编”的简单关系模式,“或许将其置于一种‘多层次的协商关系结构’中才能得到更好的理解”^[11],可尝试进行“由规训向规范、由同一向同向、由介入向融合、由笼统向精准的姿态调整”^[12]。

已有研究可以帮助我们较为全面地认识青年独特且蓬勃的亚文化现象,体现了社会对青年群体文化实践的关注,也在一定程度上展现了这一群体的心理样态,并提出较有可行性的引导策略,但内容较为分散,并缺乏与亚文化对应的心理样态的整体呈现。本研究认为,文化与心理互生共长,亚文化作为青年的主要精神营养,已非昔日的边缘位置,而与之相应的心理样态必然有其独特之处,也必然有极大的发展优化的空间,因而,宏观上把握青年群体的文化实践与心理样态,有助于深入探寻时代图景下这一群体的特殊性,也是针对性开展社会心态引导工作的前提。

二、研究设计与研究过程

(一) 样本选取

研究对象的选取主要采用目的性抽样与滚雪球抽样相结合的方式。首先通过线上渠道,招募部

^①“样态”即样子、形态,属于被现代汉语收录的新词语范畴,常见的同类词语为“心理状态”。“状态”是人或事物表现出来的形态,倾向于表达处于转化临界点时的形态或态势,具有不确定性。相比“心理状态”,“心理样态”强调心理活动的稳定性与全域性,较为稳固持久并且涵括较广,更适合展现群体的、立体的心理面貌。因此,本文以“心理样态”一词来指代研究内容。

分访谈对象,然后以访谈对象所提供的人脉资源作为继续抽样的依据,最终确定访谈对象 16 人,男 6 人,女 10 人,出生区间为 1990—2003 年,平均年龄 23.2 岁,在校(大学生 9 人,研究生 4 人)13 人,已参加工作 3 人。在选取研究对象时,主要基于以下几方面的考虑:其一,通常情况下,对“Z 世代”概念的共识性理解,是指出生于 1995 至 2009 年之间的青年,出于对研究对象与本文所引用的“Z 时代”概念界定(20 世纪 90 年代后出生的人们)之间的一致性考虑,本研究最终访谈对象的年龄区间确定为 19~32 岁,这也基本符合我国对青年年龄的界定^①;其二,访谈对象包括在校大学生、研究生和初入职场的青年,生活背景的差异性有助于提升研究结果的生态效度;其三,抽样方法基本保证了访谈对象与本研究的高度适配性,有利于研究目的的达成。

(二) 研究方法

本研究采用网络民族志与半结构化深度访谈相结合的方法,前期主要为网络文本分析。研究者于 2021 年 6 月至 12 月,在 B 站、知乎、新浪微博等大型网络社区进行参与式观察,收集亚文化语言现象,从中选取有代表性的语词,将其归类整理、筛选提炼,作为与本研究高度关联的经验性材料,这些鲜活生动的文本为访谈提纲的拟定提供了一定支撑,也因其真实再现了青年的语言亚文化实践而成为深度访谈的有益补充。

后期为半结构化深度访谈。为保证研究效果,在研究正式开始之前,研究者使用前期筛选确定的典型语词材料与部分访谈对象以聊天的方式进行预访谈(预访谈的内容为典型语词材料的进一步整理提供了一定支撑),在此基础上,形成访谈提纲,包括亚文化语词现象带给自己的心理感受、其流行原因、以及从中反映青年怎样的心理等内容。正式访谈于 2022 年 2 月至 5 月期间展开,形式为线上,访谈时长为 20~30 分钟。在征得访谈对象的许可后,以录音及交谈记录的方式回收访谈数据。当访谈无法为本研究提供更多的新信息时,则认为数据收集已接近饱和状态,访谈可以进入终止程序。

访谈结束后,按照以下步骤进行数据处理:在深度熟悉原始数据的基础上,将所有访谈内容以文本的方式组成本研究的数据集,并确保文本导出的正确率;第二步,按照三级编码的顺序对数据进行编码与范畴化处理,三级编码即开放编码、主轴编码和核心编码^[13],编码是本研究的核心过程。

三、“Z 世代”青年语言亚文化典型语词现象及其特点

研究者首先通过对大型网络社区的参与式观察获得语词资料,在此基础上,参考预访谈内容,再将筛选出的典型语词现象进行分类整理,根据其风格命名,并按照这些语词出现的大致年份排序,依次为:反鸡汤式、废话式、矛盾式、缩略式、无厘头式(见表 1)。在部分访谈对象的参与下,对这些语词现象的特点做了归纳提炼。虽然每一种典型的语词现象都有其鲜明的特点,但整体来看,不难发现其共性所在,即突破了既有的构词造句规则,想象雄奇大胆,有的甚至“变异”,或奇异拼贴、或超强省略、或无意义重复,饱满而夸张的戏谑成分,放松灵动的语言风格,令其表达效果极具冲击力。

表 1 语言亚文化典型语词现象

现象及出现年份	例举	特点
反鸡汤式/2018	假如生活欺骗了你,不要灰心,他还会继续欺骗你 条条大路通罗马,而有些人就住在罗马 哪里跌倒就在哪里多趴一会儿	颠覆传统励志语句的内涵, 反其道而行之
废话式/2019	不能说十分相似,只能说一模一样 听君一席话,如听一席话 这个西红柿有一股番茄味	语义重复

^①《中长期青年发展规划(2016—2025 年)》所指的青年年龄范围是 14~35 周岁,本研究对青年年龄阶段的界定以此规划为依据。

续表

现象及出现年份	例举	特点
矛盾式/2020	理财式网购;朋克式养生;精致穷;笑不活; 敷最贵的面膜,熬最长的夜 白天养生局,晚上生死局	前后矛盾,二元对立
缩略式/2020	慕了;酸了;爱了爱了;尬了;跪了; 很潮;很飒;萌化;尬聊;社死	极致简短
无厘头式/2021	XX子(如绝绝子);凡尔赛;YYDS(永远的神); emo(难过);dddd(懂的都懂);拴Q(thankyou变音)	看似不知所云,实际另有乾坤

注:1. 鉴于亚文化典型语词现象更迭迅速,本研究仅从2018—2021年份区间进行语词选取;2. 语词现象流行的年份并无明显规律,无法精确统计,故此处所示为估算年份;3. 以上综合来自知乎、豆瓣、B站、新浪微博、百度贴吧

四、语言亚文化视域下的“Z世代”青年心理样态透视

(一) 求异与求同心理的加速更迭

每年从年轻人的手指间、键盘上,都会诞生数量众多的潮流用语,至今早已不可计数。“弹幕”是这些用语的主要诞生地,诞生之初,就因其“脑洞大”迅速获得年轻人青睐,于是纷纷仿效、转发,在极短的时间内,这些词语就得以流出弹幕,流至现实社会的语境中。“我刷B站就专门找弹幕多的,首先是UP主有人气,然后就是弹幕吸引我,超级脑洞,奇奇怪怪又可可爱爱,有的就是笑不活了。”(ID-6)如今,抖音、快手等短视频盛行,在视频文案、主播话语以及网友评论的多重作用下,青年生产流行语进入提速阶段。“现在我们说‘谢谢’都是‘拴Q’,从抖音上学的,主播有点方言(口音),就很搞笑。”(ID-8)青年群体之所以成为“流行语部落”,是源于其求异心理与求同心理共同作用的心理特点。

求异心理的本质是标新立异。标新,是在时间上求异于人;立异,则是在空间上有别于人。青年的感觉寻求水平普遍处于较高位,偏好寻求新异体验,以满足相应心理需求。“亚文化流行语”即可视作青年通过“非常思维方式”来获得新异刺激的一种表现,这些语言是对现有语言习惯的一种颠覆性表达,独具冲击力。例如“矛盾式表达”：“‘敷最贵的面膜,熬最长的夜’;‘白天养生局,晚上生死局’,这话就是我的写照,(我)就是个矛盾体。”(ID-4)新异的句式呈现出“矛盾对抗、自我强化、辩证思维的文化风格”^[14]。“‘与君一席话,如听一席话’,说了跟没说一样,但特有意思,还有‘不能说没听明白,只能说完全不懂’,就很有喜感。”(ID-3)这种“抖机灵式”的话语既收获求异带来的快感,又能获得网友的频频点赞与转发,其创作者会在满满的成就感中收获积极的情绪体验。较高的感觉寻求水平还反映在青年对新异信息的敏感性上。“(喜欢用这些词)其实也没什么(别的想法),就是想用,很潮嘛,我们对潮的东西都很敏感。”(ID-1)

青年对“热词”的使用,最初是一种求异于人的倡导者心理,但“别人用我也用”又展现出一种求同于人的追随者心理——对于青年而言,求异于人与求同于人这两种心理过程可能会矛盾地同时集中于每一个时尚参与者的身上,这是青年追求群体认同的一种体现。群体认同是青年社会化的重要路径,也是其社会化的目的之一。以B站为例,它“关注小众亚文化群体喜好,以风格化符号吸引受众……并通过小众内容生态、叛逆话语表达为亚文化群体创造交流认同”^[15]。在求同心理的作用下,新鲜出炉的热词得以迅速传播。“最近聊天流行用黛玉体,(比如)我大抵是倦了,单单等你的消息就心烦,罢了罢了,都走了去,莫在我眼前晃悠。”(ID-4)至此,从求异到求同,青年以流行语为载体完成一轮心理更迭,语言亚文化的时尚也就此被带动起来。

不仅在语言领域,在各个领域,青年都倡导着潮流,同时也追随着潮流——这并不是这一代青年

的专利,每一代青年都曾经是时代的潮头,不同的是,这一代青年倡导与追随潮流的速度在提升、周期在加快。“我上大学那会儿,大家动不动就调侃‘友谊的小船说翻就翻’,现在这个词早消亡了,我妹她们说的什么YYDS,我一开始都不明白在说啥。”(ID-9)“网络流行语的更新换代非常快,一个不小心,一个梗就横空出世,席卷网络,快到你想刨根问底(了解)它什么来头的时候,又一个(梗)诞生了……我们、比我们小点儿的人、比我们大点儿的人,各是各的世界、各有各的话。”(ID-5)就在青年造梗、追梗的过程中,语言亚文化以惊人的速度扩张自己的版图,也于无形中迅速影响着青年心理的整体面貌。

青年群体求异与求同心理如此鲜明且更迭迅速的原因可以从两方面分析。第一,受互联网技术赋能而繁荣的趣缘群体。传统社会中,人与人之间的关系介质以亲缘、地缘为主,人际半径小,现实、长期且稳定。在网络的助力下,青年的人际半径完成了由现实到虚拟的快速进化,物理距离可以变得很大——不能“为邻”,但心理距离仍然可以“为邻”,即彼此能谈得来,满足精神上的无障碍对接。互联网的飞速发展使昔日古人憧憬的“天涯若比邻”变成现实,也使“比邻若天涯”成为可能,“邻”不再绝对依赖物理距离的相近,而是以心理距离的远近为标尺,这正是趣缘所致。以趣缘为介质的人际联结以积极情绪体验为基础,并且,网络社交突破了现实社会交往中因“他人场”可能带来的尴尬,发言无拘无束、随心所欲,自然催生出富有新意的语言。第二,信息时代为语言亚文化的发展提供加速度。如今的青年,早已习惯了从海量的信息中自主选择个性化的内容,不仅有来自专业媒体机构的创作,更有来自个人的、个性化的声音。“不同于以往‘自上而下’的‘瀑布式’传播,如今的时尚是‘漫水式’传播”^[16]——信息传播的速度、广度,都前所未有的冲击着青年的认知系统,且更迭速度非常之快,极易引发一波接一波的“梗”的高潮。

(二) 满足阈限的持续抬升

亚文化视域下的语言已经逐渐形成一套融合夸张、放松、具有“跨圈”气质的表达谱系,我们似乎总是可以从这些语言中获得诸如诙谐幽默、妙趣横生的体验。“我们有个专业课老师讲课就很潮,总是有各种流行语,什么凡尔赛呀、废话文学啦,大家都爱听他的课。”(ID-2)但这体验的背后,是满足阈限的持续抬升。“阈限”是心理学术语,是指刚刚能够引起感觉的最小刺激量,借用“阈限”一词的原理,“满足阈限”是指个体获得满足体验的最小刺激量。当原来能够引起满足体验的刺激失效,需要更强一些的刺激才能达到之前的满足状态时,即视为满足阈限抬升,“语言通胀”则是其表现之一。

“语言通胀”是指要想达到同等的表达效果,曾经的朴素的语言已经效力不再,取而代之的是原本用于夸张效果的语言。“……这从‘鸡汤’到‘毒鸡汤’到‘反鸡汤’,以前还感动点儿,现在都麻木了、没感觉了。”(ID-11)于是,亚文化流行语在夸张、戏谑、颠覆常规的基调下,不断突破构词造句的天花板,以致对语言元素的解构与重构陷入毫无章法的境地,出现一些“无厘头式”的流行语。“我曾经也是流行语的追捧者,刚出来一个梗,会很好奇,然后那段时间就会经常用,觉得多少有点意思,但现在的那些(流行语),主播满嘴绝绝子,完全不知所云,我表示倦了。”(ID-10)不断朝新异发展的流行语慢慢抬高着青年的满足阈限。“一到考试,就有各种转发‘锦鲤’,喜气嘛,大家都转,朋友圈就都是,倒也没人真信这个,就寻求点儿心理安慰,无可厚非,后来又有了过年的‘金钱豹’,也挺欢乐的,但是后来就开始转发‘李钟硕(你终硕)’、杨超越,说是图吉利,可拿人家名字说事儿,越来越离谱了。”(ID-11)作为亚文化迅速发展的“副作用”,语言通胀也带来了青年的“心理通胀”——满足阈限的持续抬升。

青年满足阈限持续抬升的深层原因主要有两方面。第一,信息呈现方式的升级。在“注意力经济”理念的驱使下,信息呈现方式的进化路径为:文字-图片-视频(如短视频、网络直播)。文字对人类感官造成的直接冲击逊色于视频,并且,要了解相同的信息,文字所占用的认知资源要多于视频,于是,在单位时间内,人们本能去选择信息量大的、无须过多思考的视频来获取信息,尤其是网络直播,它以“人际互动的、社会化生活场景,交织着光与影、声与色、幻与真,迎合普通人趣味被编制为充

满感官诱惑的符号”^[17]。此外,信息呈现方式的升级还引发了信息内容选择的变革——若想获得与之前程度相同的体验,需要选择刺激更为强烈的信息。如此循环下去的结果是:关乎“满足”的感受性逐渐降低,阈限则不断抬升。第二,泛娱乐化的影响。受资本的推动与网络技术的赋能,娱乐的领地不断扩张,具有明显的泛娱乐化倾向,以致娱乐呈现出内容媚俗化、形式感官化、信息碎片化以及价值虚无化等基本症候^[18]。虽然拥有广大的受众,但是同信息呈现方式的发展类似,泛娱乐化的生活方式也在向低成本、浅表性、扁平化发展——快乐变得廉价,点触之间,总有能满足你的快乐。在不断扩大、持续升级的娱乐活动中,满足阈限也在持续抬升。

(三)自我建构与脸面心理的双重变化

一直以来,自我建构都是学者关注的热点。“独立型”与“互依型”是比较有影响力的一种自我建构的分型。独立型自我(也称独立我),是个人主义文化背景下人们所广泛持有的自我观,是指一个独立存在的、与众不同的、具有整合的动机与认知能力的系统,既区别于其他整体,又区别于其所在的社会和自然背景;互依型自我(也称互依我)是指将自我看作是周围社会关系的一部分,并认识到一个人的行为取决且依赖于个体所知觉到的社会关系中其他人的所见、所感和所为^[19]。与“独立我”不同,“互依我”并不注重自我独特性的彰显,其结构随其所处社会情境的变化而变化,即自我的构成不仅包括个体本身,还包括个体所处的一定范围内的、动态的社会关系网络。在中国传统文化背景下建构起来的自我,即主要以“互依我”的方式存在。

形象地说,“独立我”是“我”,“互依我”是“我们”。如今,中国青年“独立”与“互依”的比例较之前辈发生着变化。“都说我们很自我,可这没毛病,想说什么、想做什么是自己的事情,不爱听就别听,看不惯就别看,每个人都有怎么说的自由,也有听什么的选择,彼此没有束缚感,大家都轻松。”(ID-16)青年强调个性的自我内涵,他们彰显个性,放飞自我,处处凸显自我的独特,衣着服饰、兴趣爱好、举止言谈中均有体现,甚至“称呼”,都是其个性的“发射器”。“我们女孩子之间有时候也互相‘哥呀、弟呀’这么称呼,我觉得这也是时代特点吧,每个人都要学会取悦自己,也没谁规定女孩子不能管自己叫‘公子’。”(ID-6)在青年的语言表达体系中,“第一人称单数‘我’用的越来越多,而复数‘我们’用的越来越少”^[20],表明中国青年的独立型自我建构逐渐增强,而互依型自我建构则呈现变弱的趋势。

伴随着自我建构的变化,青年脸面心理也发生着深刻变化,对此变化的分析需要从具体的人际关系入手。按照亲密程度的由强至弱,可以将具体的人际关系大致分为三种类型:“情感型关系、混合型关系和工具型关系”^[21]。脸面心理中“脸面意识的参与”却并非与这三种关系中亲密程度的变化一致,即并非由多至寡或由寡至多的线性变化,而是呈抛物线现象,或称“倒U型趋势”,这种变化是由混合型关系的性质决定的。相对情感型关系和工具型关系而言,混合型关系介于两者之间——与人际对象的心理距离既没有很亲密也未必很疏离。混合型关系的人际对象可以随时并持续参与到有关自己的脸面事件中来,于是,个体不仅需要进行印象整饰,还要关注对方对自己言行的反馈,以免脸面减损(丢脸),或尽量使脸面增益(有面子)。因此,混合型关系是脸面意识参与最多的人际关系类型。

混合型关系中的脸面心理与“互依我”高度相关,最能体现传统社交场域下“关系”的奥妙,而新时代青年的自我建构带着鲜明的时代特征——“互依我”减弱、“独立我”增强,因而其脸面心理也随之变化。“我以前(是)很严重的社恐,人一多,说话就张口结舌脸红脖子粗,就慢慢(变得)很宅……我现在是‘只要我不尴尬,尴尬的就是别人’,这句话很治愈我,别觉得自己在别人眼里有多么重要,(公众场合丢人)没什么不好意思的。”(ID-13)青年独立型自我的增强大大减轻了“关系”带来的压力,自然不会太在意脸面减损所致的尴尬。“我印象深的是‘自从我不要脸(此处脸指面子,作者按)

之后,整个人都轻松多了’^①,高中的时候我很内向,特别在意别人怎么看我,收作业,事儿不大,但总有小情况得平衡,然后就很心累,太在意面子活得太累了,那么在意别人犯得着吗……我们比上一代人放松,我们更在意自我的感受,处处迎合别人,还不得累死,我们不会为了所谓的面子委屈自己”(ID-12)。很显然,这样使用“不要脸”是对传统用法的颠覆,也是一个窗口——令我们重新审视青年脸面心理的窗口,审视几近野蛮生长的亚文化是如何深度参与、又如何悄然模塑青年心理。

青年的自我建构与脸面心理发生着双重变化,深究其因,主要有两方面:第一,时间上看,是时代变迁对个体心理的重塑。改革开放以来,我国现代化进程加快,方方面面的变革深刻影响着人们的社会心理,包括自我建构。具体表现为对他人更为包容、多元化取向增强,而反映传统文化影响的人际关系维度在减弱,例如,和关系、人情、面子等传统文化的核心元素相关的特质水平在降低^[22]。单从“自我的本质”这一角度来说,可以看出中国人的“自我”在“复苏”,有关“真我”的成分在彰显、明确、扩大。第二,空间上看,是社交场域的历史性变化。传统的、狭义的社会交往必须满足“在场”这一基本条件,才有可能发生人与人之间的互动,但网络时代,点触之间即可实现“天涯比邻”,“缺场式社交”不仅成为可能,并且广泛存在于现代人的生活之中,尤其青年,由趣结缘,由缘聚群,每个人都活跃于各种网络群落。社交场域的历史性变化大大降低了脸面事件的出现概率,也就大大降低了遭遇脸面威胁的可能。

五、结论与讨论

“Z世代”青年群体的语言亚文化是一面多棱镜,可以折射出这一群体的夸张多元、虚实交融的心理样态,主要包括求异与求同心理的加速更迭、满足阈限的持续提升、自我建构与脸面心理的双重变化,即独立我增强与面子心理减弱。前两种心理的产生原因分别侧重青年自身年龄特征与互联网技术发展,后一种心理则是关乎深层的自我定义与建构,是时代变迁下的青年精神产物,这一点可能是推动亚文化快速发展的内核层面的原因。虽然每一种心理现象都有其具体诱因,但将这些原因集束分析,又可以发现,青年心理样态是时代发展与群体特点共同作用的结果:

第一,互联网时代对生活方式的现代化赋能。互联网蓬勃的发展态势使原有的生产生活方式发生了深刻的历史性变革。具体到社会交往上,不同于伴随纸质媒介成长起来的“数字移民”,这一代青年是直接生长于网络的“数字原住民”。互联网在传统“在场”的社会交往基础上,又为青年营造了“缺场”的社会交往条件;具体到信息传播上,个性化的信息不再受场域限制,自媒体时代为青年想象力的无边界驰骋提供了技术上的可能,任何一个个体都可能成为亚文化流行语的策源地。

第二,青年特殊的人生发展阶段与时代变迁的交互。青年的想象力、创造力都处于活跃阶段,感觉寻求水平也普遍处于高位,对社会信息的敏感度高,响应速度快,是网民的中坚力量,是时尚的倡导者(立异于人)与追随者(求同于人),同时,加速推进的社会转型,使青年自我建构中的“独立我”比例上升,因而基于“互依我”的“面子心理”减弱,更可能以放松的心态成为亚文化流行语的创造者、实践者、传播者。

独特而繁荣的语言亚文化风貌折射出时代变迁下的青年群体心理图景,青年在文化实践中发展着自身心理,而心理反过来又影响着文化实践的内容、方式与走向^[23],这也印证了文化心理学“文化参与并模塑人类心理的历程”之观点。对青年亚文化圈层及其心理样态的透视还可以引发如下思考:

首先,警惕狂欢背后的危机,构建积极网络生态。青年语言亚文化在多种原因的作用下,已进入“野生”时代——对文字的解构迅猛而热烈、重构诡异而夸张,以网络流行语为发端的狂欢一浪高过一浪。表面看来,这为青年生活乃至整个社会注入了时尚的活力,事实上,有些语词现象也的确丰富

^①流行语,将该词条于百度进行搜索,相关结果约16,800,000个(最后访问日期:2022年5月9日)。

了汉语的表达效果(例如萌、熊孩子、逆行者),但同时我们也要高度关注隐含着的“文字表达受限”危机——此处的“文字表达”是基于汉语的纯洁性、规范性以及美感而言。那些习惯于借助“梗语”来表达的人,可能正在从语言的转码器逐步变成语言的通道,失去自如恰切地运用文字表达想法的能力,尤其在面临复杂情境的时候。部分青年对此也有所觉察,自发组成了“文字失语者互助联盟”^①,这种自发的集聚不仅体现了对“文字失语”的反思自觉,也蕴含着更深层次的思考,即如何找回原本正常的文字驾驭能力,以及如何尊重、传承中华的语言文化。此外,自媒体时代,由于部分语言亚文化的内容所暗含的人生观、价值观、世界观不当——对此,研究者在收集语词现象时深有所感——其传播对青年的健康发展势必带来潜移默化的消极影响。因此,如何批判性地选择、接受并适应语言亚文化现象,以构建积极的网络语言生态环境,是我们需要思考的问题。

其次,尊重与引导并重,宏观把握青年发展动向。随着青年逐渐成长起来,亚文化也在蓬勃发展,逐渐成为当代文化图景中不容小觑的一块版图,因此,时代呼唤我们重视亚文化现象及其背后的青年心理样态。在与主流文化相融的过程中,我们看到了亚文化语言的独特魅力与旺盛生命力,例如,emo、我看不懂但我大受震撼、破防等词句,入选公安部网安局“网警的2021年度网络热词”,有的词语甚至被新华社、人民日报等权威官方媒体采用。从较为边缘的亚文化位置跃入主流文化的阵营,这是社会对青年亚文化圈层的尊重与认可,主流媒体以亚文化风格的信息去“收编”当代青年也是一条切实可行的路径。此外,亚文化是我们透视青年心理样态的重要窗口。处在文化震荡期的青年,其心理样态在既有传统和新式规则共同作用下,难免积淀矛盾。要想破解“矛盾青年”的“青年矛盾”,需要以尊重为前提、以引导为目的,这不仅利于亚文化的健康发展,也对青年心理样态的积极养成起到促进作用。同时,要高度重视文化之于青年心理的形塑作用,警惕亚文化背后的泛娱乐主义对青年理性精神的解构,需从战略高度入手,以厚植社会主义核心价值观来对抗泛娱乐主义带来的意识形态的冲击,引导其积极向上社会心态的形成,为民族复兴积蓄力量。最后,青年同时栖居于现实与虚拟两种社会环境,这两种社会环境中“通用语”的体系与风格完全不同,如何引导青年群体运用不同的语言体系在虚实两境都游刃有余、合适恰然,也是一个值得关注的问题。

本研究以语言亚文化为切入点,对Z世代青年群体生动、复杂、多元的心理样态做了较为全面的呈现,并深入分析了其中原因,对全面理解时代图景下青年群体的特殊性或许不失为一次有益的探索。本研究中,基于大型网络社区提取典型语词现象的有效性需要进一步论证,并且,22岁以下的访谈对象占比达56%,均受过高等教育,因而对于青年群体(18~35岁)而言,结论的说服力也有待提升,今后,还需继续考虑研究设计、尤其是取样方式的优化,在更大规模的青年群体中对研究结果做进一步的检验,以提升其生态效度。

参考文献:

- [1] 王佳鹏. 从政治嘲讽到生活调侃——从近十年网络流行语看中国青年社会心态变迁. 中国青年研究, 2019, 2: 80-86+79.
- [2] 斯图加特·霍尔. 通过仪式抵抗: 战后英国的青年亚文化. 孟登迎, 胡疆锋, 王蕙译. 北京: 中国青年出版社, 2015: 20.
- [3] 蒋磊. “代差反讽”: 网络亚文化中的代际冲突与符号表征. 广州大学学报(社会科学版), 2022, 1: 103-112.
- [4] 何天雄. 从网络流行语看“00后”青年群体的社会心理及其启示. 北京青年研究, 2021, 2: 48-55.
- [5] 令小雄, 李春丽. 佛系青年亚文化现象的心理结构探析. 中国青年社会科学, 2020, 3: 107-114.
- [6] 张萌. 亚文化谱系中的“佛系”网络流行语研究. 中国青年研究, 2018, 8: 32-37+63.
- [7] 段水莲, 刘莼汐. 社会心理学视角下的网络青年“丧文化”现象分析. 湖北广播电视大学学报, 2020, 2: 55-59.
- [8] 苗存龙, 徐茂华. 青年“丧文化”的表征解析与引导路径. 理论导刊, 2022, 2: 123-128.
- [9] 付茜茜. 从“内卷”到“躺平”: 现代性焦虑与青年亚文化审视. 青年探索, 2022, 2: 80-90.

^①该联盟已有307225名受“文字失语”困扰的网友集聚,主动发起对“文字失语”的反思(最后访问日期:2022年5月9日)。

- [10] 魏晓冉, 平章起. 网络青年亚文化的社会学分析. 云南社会科学, 2018, 6: 147-153+189.
- [11] 曾一果. 后浪: 代际更迭与我国当代青年亚文化的转向. 广州大学学报(社会科学版), 2022, 1: 52-63.
- [12] 杨子强, 林泽玮. 青年网络亚文化的变迁与治理. 思想教育研究, 2022, 2: 87-91.
- [13] 朱丽叶·M. 科宾, 安塞尔姆·L. 施特劳斯. 质性研究的基础: 形成扎根理论的程序与方法. 朱光明译. 重庆: 重庆大学出版社, 2015: 72-87.
- [14] 李少多. “矛盾式表达”: 青年网络流行语的文化透视. 中国青年研究, 2021, 12: 106-112+119.
- [15] 陈峻俊, 符家宁, 汪凌云. 互动与满足: B站 ACG亚文化群体认同风格与行为动因分析. 新闻与传播评论, 2022, 2: 103-113.
- [16] 周晓虹. 社会心理学概论. 北京: 高等教育出版社, 2021: 301.
- [17] 陈伟军. 网络直播的日常展演与场景魅惑. 新闻与传播评论, 2019, 4: 54-63.
- [18] 豆勇超. 泛娱乐主义的基本症候、生成机理与治理路径. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2022, 1: 130-136.
- [19] 谢利·泰勒, 利蒂西娅·安妮·佩普鲁, 戴维·希尔斯. 社会心理学. 崔丽娟, 王彦, 黄敏红等译. 上海: 上海人民出版社, 2010: 101.
- [20] T. Hamamura, Y. Xu. Changes in Chinese Culture as Examined Through Changes in Personal Pronoun Usage. Journal of Cross-Cultural Psychology, 2015, 46(7): 930-941.
- [21] 黄光国. 人情与面子: 中国人的权力游戏. 北京: 中国人民大学出版社, 2010: 11-45.
- [22] 周明洁, 张建新. 中国社会现代化进程和城市现代化水平与中国人群体人格变化模式. 心理科学进展, 2007, 2: 203-210+7.
- [23] 李英华. 栖居于虚实两境: 网生代青年心理样态透视——基于文化心理学的视角. 中国青年研究, 2019, 8: 83-89.

Deep Analysis of the Psychological Patterns of the Generation Z: From the Perspective of Language Subculture

Li Yinghua (Taiyuan University)

Abstract: It is proved that the in-depth analysis of language subculture helps to understand the uniqueness of psychological patterns of the "Generation Z" youth. The network ethnography and semi-structured in-depth interview reveal that the language subculture as a whole is exaggerated, playful and unconventional. It reflects the main parts of psychological patterns of the youth, including the accelerated change of seeking common ground and distinction, continuous increase in the threshold of satisfaction, the increase of the independent-self and the weakening of the facial psychology. The modernization of lifestyle in the Internet era and the interaction between the special development stage of the youth and the changes of the times are the two macro-level reasons for the formation of the youth's psychological patterns. Thus, the crisis behind the prosperity of language subculture should be taken seriously, and relevant guidance should be made based on respect. The study confirms the theory of cultural psychology that "culture participates in and shapes the course of human psychology", and provides a contemporary perspective on studying the development of youth psychological health.

Key words: language subculture; face-psychology; self-construction; mental threshold; generation Z

■ 收稿日期: 2022-08-27

■ 作者单位: 李英华, 太原学院教育系; 山西太原 030032

■ 责任编辑: 刘金波