

文章检索

特别专题

组织机构

专家库

您的位置: [首页](#) >> [论文库](#) >> [青年恋爱、婚姻与家庭研究](#)

“亚文化”视野中的青年流行文化

高亚萍 | 最后更新: 2004-2-27

“亚文化”视野中的青年流行文化

高亚萍

青年以多样的方式在表达其群体对成人世界的反叛，同时也充分反映了其文化的多层次性、时代性、创新性、独特性、偏离性和不成熟性。从亚文化的角度看，青年流行文化很多时候都表现其正功能的方面，比如对青年的引导、规范和调适；但是，不能因为此而忽视了它的反功能，比如青年犯罪、吸毒等。对青年流行文化应以引导为主，让其更好、更充分的发挥出青年人的特色。

对青年亚文化和流行文化内涵的讨论

关于青年亚文化，学术界存在着三种不同的观点：

第一种观点认为，青年亚文化遵奉与成人价值观念相反的伙伴群体文化及其价值观念（加拉赫，1979年）。青少年主要是在中学里组成了一些小型社会，于是他们大多数的重要交往就在这些小型社会内部进行，而与成人社会的联系就变得很少了。这使得他们形成了“与成人不同的、具有自己语言、方式和特别重要的价值体系的亚文化。”（F·P·赖斯）但是，这种亚文化只能得到朋友们的认同但不为成人世界所接受。

第二种观点正好与之相反。此观点认为，青年亚文化所反映的正是成人的价值观念、信仰和习俗。刘易斯·科塞认为，“亚文化群一方面有一些与其主流文化相冲突的特征，另一方面，总的来说，亚文化群的大部分实践和信仰与主流文化是相同的。”科尔曼等人的研究也发现，代与代之间发生冲突的地方，通常集中在世俗的、日常的问题上，如吵架、整洁、准时以及生活在同一房屋等，而不是诸如诚实、坚忍不拔以及关心他人等基本的价值观念上。

还有学者认为，群体都持有混合的价值观，也就是说一般地是与占统治地位的价值观相联系，同时还与群体特殊的阶级内容或亚群体问题有密切关系。默多克和麦克朗（1976年）研究发现，青年亚文化的“许多成员不是继承了家庭中已有的风尚，就是接受了街道邻居或来自儿童玩具工业的模拟文化的中介传播。”而且，越来越多的研究显示，青年既不排除地追随他们的父母也不排除地追随他们的朋友（邓肯，1978年；尼伊尼维塔尔，1978年）。青年的这种亚文化都是占统治地位的成人文化的解释和延伸，而不是要离经叛道或者是对抗成人世界。在绝大多数情况下，除非它们有很明确的政治因素，“否则在任何简单意义上都不是反抗性的。”但是，“它们”可以是反叛性的；它们可以推崇和追求特殊的时尚和价值观，但它们的反叛很少达到一种鲜明的对抗。”（迈克尔·布雷克）对这一现象的一种解释是，一种亚文化的性质必定与其阶级文化的性质有关联，亚文化可以是其阶级文化的延伸，也可以是其对立面。那么，它可以形成一个自我的世界，也可以融合在成人的文化中。青年亚文化的文化因素常常是由家庭、邻居和当地经济不断地进行调整和传播，而青年所选择的朋友也常常是与自己很相似的，如此的话，青年的父母、所处社区和其朋友的背景——社会的、经济的、教育的——都存在有共同性。

唐斯（1966年）把亚文化的一定功能概括为，其出现在“许多角色彼此间有效互动的地方，这些角色拥有相似的被调整的问题，对他们来说，尚没有形成一个关于他们所共同关心的问题的有效解决方法，”而亚文化就是这个“集体解决方法”。所以，由于青年的年龄、在校的年级、性别、社会经济地位以及教育水准的不同，他们要解决的问题就会出现差异，于是就产生不同的“集体解决方法”。不同的青年群体遵奉的成人文化的程度不同，受朋友影响的程度也不同，所以，就可能出现具有不同的自我想象、价值观和行为方式的亚文化。

关于流行文化的内涵与亚文化的一样，也是众说纷纭。一般来讲，流行文化被认为是受普遍喜欢和热烈追随的文化，其主要功能是娱乐。吉登斯曾定义为：“术语‘流行文化’指的是被成千上万或几百万人观看、阅读或参与的娱乐”。海蒂兹更具体地说：“流行文化就是那类普遍可得的人工制品：电影、录音录像带、CD或VCD、时装、电视节目、沟通和交流的模式等”。也许我们可以简单地用一句话将其界定为：许多人实践和追随的一种普遍的生活方式。但是，进一步的研究却引起了更多的争议：一些学者指出，流行文化有别于高雅文化，那些达不到高雅文化所需标准的文化文本和实践就是流行文化。他们严格区分流行文化和高雅文化，认为前者是大众生产的商业文化，而后者是个体创造性努力的成果。此外，还有学者认为意识形态是文化研究的核心概念，特纳曾指出，这个词是“文化研究中最重要术语”。J·卡瑞甚至指出，“文化研究或许更应当、也更确切地被叫做意识形态研究”。布迪厄也指出文化具有“有意或无意地倾向于将社会差别合法化的社会功能”，文化差别经常被用来支持阶级差别。他举例指出，口味（taste）就是一个深刻的意识形态话语：其功能是“阶级”的标记，意指社会经济地位和特定的生活质量或“格调”层次。另外，法兰克福学派、阿尔都塞和葛兰西等人也都是从意识形态这个角度来定义流行文化的。

因此，从总体上说，青年亚文化反映着成人文化，但在具体方面，青年亚文化则是独特的。在这里，我们把青年亚文化理解为与成人文化有一定差距的、适应青年需要的、具有社区性、职业性、年龄性、群体性的青年生活观念和行为的统一体。而青年的流行文化正是其亚文化的表现方式。

作为一个有别于成人世界的群体，在与成人世界的文化发生互动时，最终会形成自己独特的表现方式。形象、休闲、偶像崇拜、语言、价值观就是其主要的表现方式，它们可以表示一种亚文化存在的程度，而且它还表明因轻视和冲击主导价值观而体现出特殊亚文化的地位。看一个行动者是否学到了象征特殊角色的行动，就要看“他的穿着打扮，他的姿势，他的步调，以及他喜欢的和讨厌的，他所经常讨论的东西和他表达的观点。”（科恩，1965年）

1、形象

形象是由服装、发型、珠宝饰物和手工制品等表现构成。青年热衷于这些方面的表演，因为这是他们有别于成人世界的最鲜明的符号。青年遵循朋友圈的打扮规则，以此来显示自己的需要，表明自己的个人身份和属于一个社会群体的需要（F·P·赖斯）。成人对这种表现常常抱指责的态度，他们认为这种行为很肤浅，是对抗成人世界的表现。“因为我们常常认为，穿着打扮表达了我们的自身，但事实上它表达了我们的环境”，比如广告、流行音乐、电影、网络等，“它的确是在一个潜在的自我意义上，表明带有感情色彩的非理智的和本能的水平。”（卡特，1970年）

形象是一种传播的视觉手段，它把一个人想在生活中扮演的角色传递给其他人。如果是要加入“蹦迪族”的青年，绝对不会穿得西装革履的来向“蹦迪族”们表达他的这种想法；同样的，要参加工作的青年，也绝对不会以牛仔风格的外表来赢得上司和工作伙伴的信任。他们用不同风格的外形来为自己描绘不同的画像，以此来赢得不同群体的信任，被不同群体接纳。

符号常常和它们所代表的观念很相象。比如，白色常常代表“好”，黑色代表“坏”。青年就常常运用形象这一符号来表达对成人世界的反叛或妥协。他们可以在学校里、工作期间，保持被成人世界所接受的外表，穿成人给他们规定的制服上学、上班；头发是很听话的，很整齐的梳理过的，不会出现令老师、家长和上司头疼的发型。但这以外的，就不是成人世界想控制就控制的。他们会穿上父母不喜欢的衣服，作父母反对的发型，来达到反叛成人世界的目的。如果其父母的斥责越多，他们就越觉得挑战权威的快乐。他们在选择自己的外在形象时，除了要挑战父母的权威，更重要的是要在朋友圈内赢得认可和权威，他们希望能通过形象来得到朋友的追随和模仿。

青年还利用服饰、发型来引领潮流，以达到对社会风俗和价值体系的反叛。成人文化在于有规则、有秩序、有条理，但青年亚文化就是要打破这些秩序和规则，他们选择与之背道而驰的东西。近年来，在耳朵上戴一排耳环已经不能满足年轻人的新奇了，各式的环状装饰品从耳朵扩展到了眉尖、鼻头、嘴唇、肚脐甚至是成人无法想到更无法接受的地方。他们认为越是这样，越能有力的冲击世俗的成人世界。

2、休闲

青年人更钟情于学习和工作之外的休闲时光，在休闲的世界里他们要充分的表演，忽视成人世界的一切束缚和限制。表演的形式有很多，比如音乐、“偶像崇拜”、电脑游戏、运动、舞蹈等。他们喜欢表演特别是即兴发挥的，他们不希望他们的表达是出于工具的、达意的活是策略的目的，表达在要表达之前就已存在了的想法。他们的表达只是为了证明自己是存在的。

音乐是青年亚文化的重要组成部分。青年有太多的想法和感情要在音乐里发泄了，多样的流行音乐——流行歌曲、布鲁兹、民歌、爵士乐和摇滚乐——可以包容青年丰富多样的感情。他们选择自己喜欢的歌手或音乐，其实就是在选择自己的形象。他们模仿偶像的衣着、打扮、形态、谈吐等一切可以模仿的外部形态，以此来加强自己的形象，并得到朋友的崇拜和效仿。如果是更具创新性的青年，会自己创作和表演他心中的音乐，更直接的挑战成人世界。甚至在某种时候，他的表演形式会成为主流文化的流行元素。

“偶像崇拜”是心理学的命题指个人对幻想中喜好人物的社会认同与情感依恋，但这种幻想被过分的强化或理想化了。在青年人的偶像排位中，影视歌红星占据了主导位置。那些被青年们追逐的明星多为外形引人注目的帅哥靓妹，其行为方式必定是迎合了年轻人所向往的——我行我素、反叛、独立、有个性。不管在戏里还是戏外，明星的一举一动都是超现实的，如果他们表现的和平凡人一样就不再是明星了。个性化的语言和行为最能抓住年轻人的心，像迪克牛仔的沧桑、王菲百变的外形和漠视一切的眼神、F4的俊朗、孤傲等等在他们的眼中是那么的与众不同，“酷”味十足。青年极力做到跟明星们一样，除了外表上的相似，还力求行为和思想的一致。需要说明的是，崇拜偶像并不是真正对偶像客体的崇拜，而是对自己衍化物的崇拜。即崇拜者通过对被崇拜者的崇拜，以求达到对自我的最理想设计。在这里崇拜是手段、过程，崇拜的目的是为了完善、更新、武装乃至呵护自我，进而使自己进入最佳的心理优化状态。他们认为，像明星那样具有独特的个性，不仅可以在朋友圈内树立自己的权威和形象，还是反叛成人世界最好的方式。甚至退一步说，崇拜和追逐明星这个行为本身就是对成人世界最大的挑战。

电脑游戏同样的受到年轻人的热衷，因为在那个虚拟的世界里，他们发现原来自己才是主角。青年人是最想逃避现实的一群人，在那种半现实、半虚拟的空间中，他们的目的达到了。在电脑的世界中，他们可以扮演在现实中无法扮演的角色，说无法说出的话，做无法做到的事情。电脑或电子游戏中有种表演的力量：当操纵飞行模拟器时，他们就是飞行员；在玩英雄游戏时，游戏中英雄的使命就会内化为自己的使命。这是很令人陶醉的事情，因为他们可以轻而易举地“变成”成人，并在网络中以成人的身份来颠覆他们反抗的成人世界，建立自己的王国。

运动和舞蹈一直都由青年人唱着主角，他们引领着潮流。这两项活动能使年轻人充分利用其肢体，更淋漓尽致的表达出他们的思想和精神。在运动中不断的征服困难，除了是要挑战自身极限外，更多的是对成人世界的示威，表明自己的不可屈服和不服输。“蹦极运动”正体现了这种精神，从高空跳下首先就需要勇气和胆量，而很多挑战者不仅是从上面跳下来，还要跳得漂亮、优美。他们以自己勇敢的身姿表示对无拘无束的生活的向往，好像从高空跳下就能摆脱所有的限制和束缚一样。舞蹈的表现方式也如同运动的，各种形式的肢体语言在无声而有力的表达着青年人的想法。近段时间流行的“街舞”就来源于美国街头的黑人舞蹈，它随意、大胆、奔放和挑战性的动作赢得了青年人的青睐。他们可以根据自己的喜好和想法来舞蹈，不用顾及别人的看法和好坏。能跳出高难度动作的青年必定能得到群体的推崇，具有较高的威信和权威。

3、语言

语言是最重要的一套符号。通过它文化中的观念、价值和准则找到了最完整的表达。比起音乐、舞

蹈等等，语言更能灵活、准确、直接地讲清楚所有复杂、人类所能理解的、敏锐细微的东西。每个特定群体和社会阶层都有自己的特殊语言，但由于青年是最不受社会规范约束，最具创新性的群体，所以青年群体的语言总是最具流行性，往往会从年轻一代扩展到年长一代，有时甚至会成为具有共识性的社会符号。

我们可以这样来理解青年的语言，其从主流文化中吸收有关形象的特征，并将这些转化为他们自己的话语。因此，青年的语言在保持自己的独特性的同时还反映了成人世界的变化。青年，虽然一方面在努力的打破成人世界对他们的束缚，但另一方面他们也在努力的长大，急切地要求进入成人世界。他们想通过模仿成人世界里流行的生活方式和语言方式，来获得成人世界的认同。另一方面，青年还要表明自己对成人世界的不服从，而具有独特性的语言就能引起他人注意，以此表现自己的个性与社会身份。

另一方面，特定的语言是取得群体认同的必要条件。就如一张通行证，要想成为群体的一员，就必须会这个群体的语言，因为，这反映他们是否有共同的感情、态度和文化。青年的语言被用来强化和维持群体的一致性。就如，一个满口都是校园语言的青年是绝对不会被骑摩托车的青年组成的群体所接受，但是若这个青年熟悉后者的语言，并能与之交谈，即使不加入这个群体，他也会被这个群体所认同。

4、价值观

价值观是社会中的人们客观对象的效用、作用、意义的认可和判断。青年从日常生活中学习这些价值观，但对他们来说日常生活是充满现实和想象的。他们可以从成人的身上看到一般价值观下的生活状态，然而，他们更好奇这种价值观以外的生活。于是，日常生活被不断的打破，滋生出众多的旁门左道。这才是充满反叛精神的年轻人的价值观，是所谓青年亚文化的根基。

对年轻人来说，日常生活是一种具有创新性的探险活动。成人已经习惯于按部就班的活着，稳稳当当的安排自己的生活，而年轻人常常选择旁逸斜出的路径和价值观。用下象棋来打比方，成人在人生的棋盘上被动谨慎地挪动他们的价值观，采用的是“坏象”战术，即把好多卒子沿象的黑格排列，形成一道保护带。年轻人则多采取“好象”战术，能走就走，能吃就吃，丢掉象也在所不惜（何塞·马乔多·佩斯）。在成人们努力地维持着社会的稳定和有序时，青年就在想方设法的尝试打破这种有序，他们觉得有必要尝试、检验一下这些规范。

青年常常被不同的亚文化群体所吸引，他们选择那些在社会结构内部引人注目的自我形象，以及对结构问题的明确的解决办法。这样青年就会接触到不同的亚文化对成人文化的解释。于是，青年亚文化群体的价值观体系就成为一种过渡性的体系，在工作和学校之外介绍和解释世界的价值体系。青年在接触和学习成人价值观的过程中，不断的尝试打破它，以树立起自己独特的形象来引人注目，这是他们的目的。现代青年的一种逆转的生活状态就是在他们不断的破和立——在打破成人文化和模仿成人文化之间摇摆——的过程中形成的。他们完全打乱了成长——离开家庭、成家立业——的顺序：在毕业之前就找份工作，在找到稳定的工作之前就开始同居，在结婚之前就生了孩子，有时候生孩子和结婚根本就没有必然的联系（何塞·马乔多·佩斯）。青年纵身越过了传统的生活方式，摆脱掉预设好的之前和之后，而使他们的生活中只有此时和此处。

其实从青年流行文化的各种表现方式，我们就可以看到青年文化的一些特征：(1)受到许多年轻人的

追随或参与、质量不高、蓄意制造和自娱；(2)商业性或商品的特点，交换价值超过了甚至完全掩盖了使用价值；(3)主要目的是获得商业利益，主要功能是满足更多人的娱乐，作品的社会责任感很少或不强；(4)充分而完全的展现出了青年的特色，反叛、自我、独立且标新立异，以一切可能的形式来对抗成人世界；(5)具创新性和突破性，因为只有新的才能吸引更多人的注意，才能使他们觉得受到了社会的肯定。

青年流行文化的产生

1、当代中国青年流行文化的两个基本的社会生存环境：一是中国主流文化的生存环境，一是外来流行文化的生存环境。显然，本土的文化是一种弱势文化，而外来的流行文化是一种强势文化。强势文化往往会同化弱势文化，影响并制约弱势文化的发展；而弱势文化则主要表现出对强势文化的顺从，只在有限的范围和程度上对强势文化进行反抗。由此，主流文化衍生出来的流行文化也承袭了主流文化的发展规则，即强势文化发展出来的流行文化比弱势文化发展出来的流行文化更容易受到人们的青睐，也更容易被传播。由此，青年流行文化在中国当代主流文化的土壤上生长出来后，更多的是受到了外来流行文化的影响，包括港台和欧美的流行元素。

2、青年流行文化产生的商业因素。就艺术发展史来看，商业价值是文化中始终存在的一个因素，只是在不同时期表现形式和重要性有所不同。自20世纪90年代以来，商业社会日益形成规模，文学、文化正在经历最显著的世俗化过程——在艺术中商业价值逐渐呈现为显性的因素。所有的文化都可以被纳入商业视野，而且形成了这样一套规律：越流行越畅销的文化产品，其商业价值含量就越高。于是，成人世界就为了这些可观的商业价值，大肆的对青少年倾销其流行文化。

3、青年流行文化产生的科技因素。20世纪90年代以来，信息通信技术的迅猛发展、互联网和经济全球化使得流行文化的传播更加广泛、深远。通过这些媒体而传播的电视节目、音乐、通俗小说、广告、时尚、娱乐和体育活动超越了地区、国界，覆盖世界各地，它们跨越时空，极大地影响着无数人们的日常生活，改变着他们的思想和行为，改变着他们的思维方式。对那些还处于社会化阶段的青少年来说，如此庞大的信息量，带给他们的是更刺激、更有挑战性、更具创造性的生活方式。

从以上的论述可以看到，青年以多样的方式在表达其群体对成人世界的反叛，同时也充分反映了其文化的多层次性、时代性、创新性、独特性、偏离性和不成熟性。青年亚文化及其流行文化很多时候表现出其正功能的方面，比如对青年的引导、规范和调适；但是，不能因此而忽视了它的反功能，比如青年犯罪、吸毒等。对青年亚文化及其流行文化应以引导为主，让其更好、更充分的发挥出青年人的特色。

高亚萍：华中科技大学社会学系硕士研究生

责任编辑：杨长征



版权所有 京ICP备05031004号

地址：北京市西三环北路25号 邮编：100089

编辑部：86-10-88422055 电子信箱：louke11@yahoo.com.cn

