

【社会现象与社会问题研究】

网络时代青年文化认同圈层化现象透析及价值引导^{*}

刘运来 曹乾源 董玉芝

摘 要:网络时代,一些青年群体文化认同圈层化现象已成为客观存在,具体表现为个体身份的流动性、文化认同上的排斥隔离以及在策略上受流量经济与粉丝经济驱动异化为消费主义倾向等特征。透视青年文化认同圈层化表征,可以发现其是社会快速发展背景下一些青年内在自我与外在社会关系分裂的症候,而其乱象实质是缺场交往中主导价值观缺失以及资本与算法合谋下的操纵。因此,破解青年文化认同圈层化,须充分发挥主流媒体权威议程设置作用,丰富主流价值观念的实践形态;加大力度治理圈层乱象,遏制资本与平台算法无序发展;以社会主义核心价值观为基底激活青年创造力,通过价值共创模式实现跨圈合作,扩大同心圆。

关键词:网络时代;青年文化认同;圈层化;破圈

中图分类号:C913.5

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2022)06-0071-06

文化认同是指个人受其所属的群体或文化影响,而对该群体或文化产生的认同感。文化认同根植于文化差异,是人们在文化差异中认识其他人,也让其他人认识自己的过程。以《光明日报》《半月谈》《中国青年报》等为代表的主流媒体曾先后发表文章,指出青年圈层化是“网上的狂欢”与“现实孤单”的写照,是对大规模交流空间的压缩和割裂。通过进一步研究,我们会发现青年文化认同也呈现圈层化趋势,即通过无所不在的连接,具有不同文化认同的人更易找到“同类”和知音,并保持稳定且频繁的联系。物以类聚,人以群分。通过网络互相勾连的节点关系,处于与现实社会关系异化分隔的网络青年在交往、消费、认同、归属等需求下,加入了一个个差异化的网络圈层,呈现出“人以圈居”的社会现象。要应对其可能引发的社会疏离、凝聚力下降等问题,需要在深入探析青年群体文化认同圈层化的现实表征和实质内核的基础上,以社会主义核心价值观和主流文化为“共鸣轴”,最大限度地吸纳具

有差异化的网络圈层,构建更广泛意义上的与时代共情、与主流文化相呼应的文化共同体。

一、网络时代青年文化认同圈层化的表征

圈层作为一些青年进行网络日常社会交往的主要场域,深嵌并改变着青年亚文化生态。在互联网资本、平台和技术的多重渗透下,青年文化认同圈层化呈现出身份上的流动性、认同上的排斥隔离以及策略上异化为消费主义倾向等表征。

1. 身份的流动性和不确定性

日新月异的媒介技术发展加速了现代社会的流动性,在网络社会,流动空间的历史性出现取代了地方空间的意义。这种地方空间向流动空间的演变,意味着传统社会关系在网络中的转移和再造。^①作为流动的虚拟空间,网络圈层不再是经济地理学意义上的以城市作为区域经济发展的主导、在空间分布上以中心城市为核心圈层依层次向外扩展的局面,而是满足青年群体多元兴趣和利益需求的自给

收稿日期:2021-10-12

^{*} 基金项目:中央高校基本科研业务费培育项目“新时代乡村文化价值耦合及传播网络构建研究”(31511912109)。

作者简介:刘运来,男,深圳大学传播学院博士生(深圳 518060)。

曹乾源,男,中南财经政法大学中韩新媒体学院学生(武汉 430079)。

董玉芝,女,中南财经政法大学中韩新媒体学院教授,硕士生导师(武汉 430079)。

自足的小世界。类似“游戏”“古风”“动漫”“饭圈”等多元圈层,其文化认同的一个显著表征就是身份的流动性和不确定性。

藉由数字化、云计算和大数据技术构造的虚拟社交空间,让“与相似的人连接”变得更加容易。现实社会沉重、固化的社会结构,在流动的网络中蜕变为轻盈、液态、自由的组织形态。一些青年网民就像“流浪者”一样,寻找着那些认同的能够自由移动的圈层。不同圈层作为流动的空间和共同体,是对每个参与者身份的重新定义,比如游戏迷、美剧迷、二次元爱好者、饭圈粉丝等身份。与传统社会因性别、血缘、地缘、工作等社会关系形成的较为稳定的身份不同,身处多个圈层相互勾连的网络青年,往往会呈现出多重流动性的身份。当在不同的圈层中表演与互动时,会呈现出不同的身份定义、自我认知与文化认同。尽管传统社会中因交往情境和生活工作空间的改变会给个体身份带来变化,但较之于网络圈层“即刻连接性”的技术特性,青年在每个圈层中的身份是即时性和碎片化的。循此,随着技术加速所带来的连接范围扩增与圈层多元化,“人以圈居”的青年身份就会表征为流动不定、无所固着的日常生活样态。网络空间中,无数青年的自我定位往往会形成具有一定聚结效应,并不断吸纳那些有相似特征的青年,在圈层化的过程中进行身份定位。^②

2. 认同上的排斥与隔离

当“00 后”在说“qbq、yyds、yysy、awsl”时,“70 后”“80 后”几乎不知道他们在说什么。独特的“暗语”是通过语言的进一步抽象化、符号化搭建圈层中文化认同的媒介。即便 80 后能够理解这些代际间的“暗语”,也可能对一个拥有千万粉丝的网红知之甚少。造成这种隔离的原因在于,网络社会的认同不同于农业、工业社会的认同,它在界定“我”和“我们”的过程中,主要是基于既定的文化属性而排除了其他的传统社会中的参照点。文化的差异成为网络圈层中最重要的数字围墙,在去中心化的连接逻辑下使兴趣相同的群体连接变得随意和容易,但同时也将那些兴趣观念相异的人排除在外。在这个过程中圈层中的青年,通过圈内的规范、意识、权力和认同需求等作用生成自身的行动逻辑和话语。新加入其中的个体,被这种逻辑和话语说服、规训和内化,进而产生认同的边界。如 B 站会通过会员资格认证机制筛选圈子成员,而获得资格的成员拥有弹

幕、评论、投稿等特权,其认证机制的意义就在于强化圈层的纯净和封闭性,给予圈内成员更好的精神体验。封闭文化圈层,对于圈内群体来说可以加强认同获得归属,而对于圈外则意味着隔离、误解和冲突。“话不投机半句多”“不想说,说了你也不懂”等话语,极其形象地描绘着圈层之间的隔离样态。^③

青年群体文化认同圈层化在表征排斥与隔离的同时,也在生产着共性和认同。后者正是圈层青年群体能够花费相当多的时间和精力投入圈层中的仪式性互动和文本、意义的再生产过程的主要原因。越趋于排斥和隔离的圈层,其成员内部就越趋于安全和舒适。由文化认同所带来的“我们”的集体共识很容易形成狂热的崇拜心理和支持行动,更有甚者在有组织的动员下形成一种集体外向的网络行动,如“帝吧出征 Facebook”“饭圈互撕”。尤其是乱象频出的饭圈领域,在资本的介入下不仅形成了严密的类科层制的组织结构,还运用复杂的游戏规则支配圈内粉丝,且有一套较为成熟的机制来分类粉丝层级和圈外“黑粉”。对于圈内,力求不断“纯化”粉丝打造高黏性和高认同的社区;对于圈外,要同仇敌忾,为偶像而战。由此产生的制度化的圈层排斥和隔离不仅催生了青年群体文化认同中极化的圈层意识形态——唯我独尊、排斥异见、党同伐异,而且加剧了青年现实社会的代际鸿沟、社会疏离、凝聚力下降等社会问题。

3. 策略上异化为消费主义

实现某种文化认同在策略上需要通过各种具体形式的文化实践习得文化知识、感知文化魅力,经由公共交流、讨论和仪式化互动深化理解圈层赋予的身份,从而获得安全感和归属感。然而,当下的互联网在资本渗透下受流量经济和粉丝经济的驱动,消费主义成为青年文化认同的重要策略。资本逻辑将消费与圈层认同挂钩,相当一部分网络青年通过对某一文化的物质和精神消费来获得进入这种文化或圈层的入场券。正是在此基础上,青年亚文化的内容生产、传播、消费已经形成了完整的产业链条。在 B 站,某一圈层的文化认同和信任感越强,其中的 KOL 诱导购物变现的效果就越佳。越来越多的“00 后”和“05 后”,从对“UP 主”的深厚感情和信任移情到主播推荐的特定消费品上。在不断细分的资本市场以及算法技术的支持下,不同信息的推送对象被定位得越来越精准。基于此,不管文化本身的美

丑、好坏,只要能够聚集更多的参与和消费群体,圈层就能在整个网络文化工业中爆发消费潜能,获得生命力。

在此背景下,青年文化受到消费主义文化的影响,呈现出显著的娱乐化、符号甚至某种形式的拜物教倾向。在媒介和资本的合谋下,青年群体的日常生活不仅被各种商品化的物质所包围,也被具有象征和符号意义的各类亚文化、圈层文化所操纵。身处圈层中的青年正在被由资本所鼓励的消费文化与某种意识形态规训,广为诟病的饭圈文化就是在资本影响和操控下所形成的粉丝、明星、组织、平台等相互连接的偶像经济圈。无论是作为“消费者的粉丝”还是“粉丝的消费者”,都表现为一种“宗教式”狂热。一些青年在圈层中的消费是不断进行的作为圈层成员的身份确认和维护。资本操纵下的圈层文化规范和仪式化操演使圈层内青年错误地将情感、信仰、文化认同转化为消费行为。

资本为了将青年文化认同异化为消费主义,采取了技术与情感并行的双轨策略:在技术上,运用大数据、算法、AI等技术为青年亚文化内容生产者带来精准粉丝,也为粉丝找到共同体,如一个直播平台的粉丝通过标签筛选很容易找到同时符合“深夜在线”“绵羊音”“高颜值”的目标主播^④;在情感上,以日趋严密的组织管理和游戏化规则提升粉丝的活跃度和忠诚感。以饭圈为例,粉丝一般可以分为“粉头”、前线粉丝、普通粉丝等几类。不同层次的粉丝在饭圈中的角色、分工和地位不同。在每日签到、发帖互动、打榜超话等任务中耗费大量的时间和精力。每一个粉丝能带来多少流量及其能做出多少数据,都与其在粉丝群体中的地位息息相关。饭圈中粉丝对偶像的崇拜演化成了偶像物恋,即粉丝将自己对偶像的想象关系投射到偶像代言的产品上。粉丝为支持偶像及其作品在排行榜上的排位上升,不惜花重金消费偶像的周边产品。^⑤

二、网络时代青年文化认同圈层化的实质

网络时代青年文化认同在其表层的身份流动、圈层排斥及狂热的消费主义背后,其实质是社会经济高速发展背景下一些青年内在自我与外在社会关系的分裂、缺场交往中主导价值缺失以及算法支配下的情感劳动剥削。它反映了一些青年在现实社会个体孤独、需求压抑、代际差异背景下的社交供给不

平衡,以及主流文化缺失下资本与网络平台合谋所制造的圈层化。

1. 社会加速下青年自我与外在社会关系的分裂和焦虑

加速是现代性的核心元素,也是理解这个时代的关键概念。尽管技术的进步和社会变革的加速促进了生产、消费、交往与文化等领域的全面转型,人们的生活质量、活动空间、社会治理等维度得到了明显改善,但社会的加速也改变了人们的生活和工作节奏,进而影响到人与社会的和谐关系,如快节奏下造成的人与社会的对立和疏离。加速所引发的异化值得关注。青年作为社会的晴雨表,加速社会的每一种异化问题都会在其群体层面得以体现。

一方面,内在自我与外在社会关系的异化分裂。科技发展和社会变革加速使个体表现出越来越显著的流动性和原子化倾向。传统农业社会中稳定的空间和社群关系随着社会流动而日益瓦解,流动性社会产生的陌生感进一步加剧了人们与基于地理空间认知而产生的传统社会关系的断裂。空间感的消失与不断加速的生产生活节奏阻断了日常交往中个体体验与经验的生成。因此,人与人、人与社会的关系正在发生着悄然变化,并陷入“无关系的关系”的状态。对于在现实生活中还没有形成完整交往体验和经验的青年来说,流动社会的不稳定性让他们备感陌生,难以建立对周遭世界的认同和共鸣。在这种情况下,青年群体的自我认同开始出现变化,他们不再按照传统规划设定自我身份,而是通过不断追逐具有新的吸引力的情境来形塑临时身份,以表达不确定的和多元的自我意识。

另一方面,社会加速将大批青年置于全面的焦虑之中。时间异化是加速异化的核心。刚刚进入社会的青年不仅要面临生活和工作中表征效率的越来越紧迫的“截止时间”,还要应对因个体与社会关系的分裂而可能导致的其以往经验、知识和阅历被抛弃的危机。当以往建立的文化资本在加速的社会进程中得不到有效的反馈又同时面对激烈竞争的情况下,青年需要不停追赶、不断学习,试图以最大的努力跟上这个不确定的世界。由此,青年群体被置于巨大的焦虑之中。人们不断被加速逻辑催逼和支配。青年群体往往无法从现实社会中获得交往的呼应与慰藉。在焦虑、内卷、抑郁等负面情绪下部分青年有了“社交恐惧症”,相较于现实社会更愿意选择

封闭的虚拟圈层,宁愿与机器、“屏幕”交流也不愿意与外界接触。空间的割裂与时间的挤压使现实生活中“社交贫困”的青年在多元的网络圈层中找到自我和认同。在消费主义的催化下,他们把对符号和商品的消费作为衡量“幸福”“快乐”的标准。青年的文化认同程度被物质、符号的消费与圈内获得的心理共鸣、精神满足所共同框定。

2. 缺场交往中主导价值观的缺失

传统社会在场交往指的是社会成员以面对面的方式所进行的互动活动。它意味着交往主体限制在现实社会某种特定的物理时空中,遵循着基本的时间序列和空间约束。不仅如此,在场交往还受到现实社会中性别、年龄、职业和阶层等因素影响,不同差异化群体在交往中往往会受到权力、文化和社会规范的支配与制约。这使得他们的个性和需求处于被压抑的状态。内在自我与外在世界关系的割裂使因社会加速而备感孤独的青年把寻求认同的需求转移到了网络社会。自由平等的连接以及摆脱现实社会的缺场交往,使他们能够重拾自信,在与他人的指认中建立“有关系的关系”。网络社会去中心化的连接逻辑所构建的“流动空间”和“无时间的时间”,纾解了青年在场交往的焦虑,使之暂时摆脱了现实权力和社会规范的支配。

青年文化认同圈层化中所表征出来的身份流动性与排斥性,其实质是缺场交往中身份认同的灵活性。一方面,青年可以自发自愿地选择呈现何种自我、加入何种圈层以及以何种价值取向来定义自我身份;另一方面,在认同上可以采取向上、向下和平行三个方向,其中在向上认同中青年通过网络扮演在现实中没有机会但又希望的角色重获文化资本^⑥,比如某贴吧的吧主或超话的主持人。这些具有权威身份和领导地位的角色是普通青年在现实中无法轻易获得的,但他们在网络圈层交往中较易获得这类角色。对于一些边缘弱势的青年群体来说,这种向上认同所获得的共鸣与成就感,是他们出现角色失调和网络上瘾的重要原因。没有了现实社会维系共同在场的社会规范、文化习俗和主导价值观,缺场交往挑战社会规范的副作用就会显现。网络中所存在的诸多灰色圈层和饭圈乱象就是青年群体缺场交往所引发的后果。此外,正是由于缺场交往摆脱了物理空间在场的各种主流价值观念与社会规范的约束,资本才可以自如地运用算法等计算机技术

手段对网络中青年文化认同的供给和需求进行精准匹配和迎合,进而以消费主义中基于表层刺激的集体狂欢仪式来达成碎片化的文化认同,并以虚伪的主体自主性塑造使深陷其中的青年心甘情愿地参与符号消费,形成异化的幸福感和更强烈的线下社会疏离感。

3. 算法支配下的劳动剥削

对于大批青年群体而言,算法就是强化时间意识形态和时间盘剥的宰制性工具。在数字平台,用户内容的使用时长、使用频率、完播率等的裁判权和监控权都需要依靠算法技术来完成。对于缺乏严酷社会生活体验和经验的青年,算法的强大之处在于,其作为一种“神秘的技术”能够帮助人们做出选择、分类、排序,进而影响人们一整套的认知系统。算法在向用户展示他们更喜欢的内容时,也往往会将用户表示不感兴趣的内容(例如气候变化辩论)隐藏起来,从而限制个人接触的经验、问题和意见范围。在极端情况下,这可能会导致“过滤泡沫”。资本平台使用自动化与基于数据的技术和方法来“监视”人们的品味,预知用户如何发现和体验文化商品,实现对青年群体网络文化实践的塑造。^⑦可以说,一些青年在网络圈层中的感知与自我认同是算法塑造的结果。以饭圈为例,资本依靠全网平台协同,在不断翻新营销手段、扩大造星神话的同时,利用大数据算法技术将信息精准传递、下沉至粉丝群体中,深度介入饭圈从孵化到消费的全过程,从而实现“选秀造星—饭圈控粉—扩大流量—完成收割”的资本闭环。^⑧一方面,算法的介入改写了一些青年对偶像的认识,他们对偶像人气和影响力的感知直接与流量相关。例如,微博上关于某一偶像的“超话”,粉丝需要通过做任务、屯积分来保持流量维护排名。具体来说:首要找到微博的“超话”,点击“关注”和“签到”;再通过完成每日任务(如连续访问、转发评论帖子、被评论)赚取积分;之后选择“打榜”,将当天赚到的所有积分赠送;为快速提升榜单排名,还需“分身”以新的ID再次重复这一过程;最后还要在夜间守住白日成果,不可让竞争者趁机“弯道超车”。^⑨另一方面,在网络圈层的游戏规则下,粉丝的劳动量大小又被表征为对圈层文化或偶像的认同程度。基于这种循环逻辑,青年加入圈层获得的是身份和认同,而资本利用算法系统攫取利润。二者之间的发生机制就是情感,即粉丝情感越深,付出时间

越多,其认同度就越高,进而就会为之付出更多的情感劳动和情感消费。在算法机制下,一些青年虽然从主观和表面上远离现实社会的加速,但算法又再次嵌入其虚拟身体,被算法追踪、记录和分析,成为可量化和可视化的“系统人”,不断驱动自身通过情感劳动源源不断地为资本生产利润。

三、网络时代青少年文化认同圈层化的引导策略

从批判角度分析加速社会的异化和算法技术对青年文化认同圈层化的影响,有助于更好地认识其本质。要破解青年文化认同圈层化的消极影响,需要从微观层面充分发挥主流媒体的意识形态构建力量,以主流文化价值观作为青年“共鸣轴”,调动青年内部的创造力,倡导青年通过跨圈合作生产出丰富、多面向的精神产品。

1. 主流媒体主动破圈,丰富社会主义主流价值观念的实践形态

习近平总书记在全国宣传思想工作会议上讲话指出,“很多人特别是年轻人基本不看主流媒体,大部分信息都从网上获取。必须正视这个事实,加大力量投入,尽快掌握这个舆论战场上的主动权,不能被边缘化了”。针对青年群体中存在的“人以圈居”现象,如何“破圈”就成为主流媒体融合发展中至为关键的重要命题。实现“破圈”不仅关系到传播渠道的畅达、各类市场的运营,也关系到社会政治的稳定以及社会发展的健康。^⑩

一要深入移动舆论场,主动设置议程。大众媒体不仅能告诉公众“想什么”,也能成功地告诉公众“怎么想”。^⑪网络时代,议程设置理论依然是主流媒体深入移动舆论场的重要资源。因此,主流媒体需要完成对主要移动网络平台的全面入驻,并能够根据各平台特性进行内容生产,并通过主动协同和设置议程面向网络社会进行广泛传播。

二要丰富以社会主义核心价值观为主要内容的主流价值观念的实践形态。青年群体的社会体验多流于表面,其构成自我的经验被加速社会撕扯为孤立的片段。在缺场交往的过程中,他们并不是一开始就具备完整先验性的文化与价值观念。更多的时候,他们的价值理念是其在交往过程中习得和规训的结果。对此,社会应给予青年群体一定的宽容,既要善于运用主流媒体制作更多鲜活的贴近青年精神世界的文化产品,又要充分发挥新媒体赋权的效能,

释放青年群体在网络社会的活力,选取他们中充满正能量的、典型的实践案例进行“跨圈”传播,引导青年树立积极向上的目标追求。

2. 加大力度治理圈层乱象,遏制资本和平台算法无序发展

对于数字平台而言,不断打造和满足精细化的社区是保持用户黏性的关键。但是,如果资本利用算法诱导一些青年陷入符号消费甚至拜物倾向,就不仅破坏行业风气和社会文化,还变相榨取青年群体时间和精力。对此,在治理上可以采取两种策略。

其一,整顿影视和直播行业,限制劣迹和低俗艺人、主播的传播空间。对于违反法律和公序良俗的艺人和主播要加大依法处理力度,主管机构或行业需要建立细化的不良档案机制和从业标准。在行业从业者内部呼吁倡导艺人和主播严于律己的行为示范,树立和践行社会主义核心价值观。不仅如此,行业内部应及时规范和整顿各类偶像粉丝群和后援会。对那些宣扬错误价值观念和不良文化的粉丝圈层坚决抵制,及时解散如“爹亲娘亲不如哥哥亲”“国大法大不如哥哥大”这种传播极端错误价值观念的粉丝圈层,并对偶像本人及其经纪团队采取相应惩戒措施。

其二,在治理“资本追星”造成的粉丝圈层乱象的同时,还要遏制基于平台算法的“流量造星”现象。在平台型媒介中,算法通过数据和标签把寻求圈层认同的青年群体变成了情感劳动的“系统人”和“工具人”。对此,需要从“算法正义”角度出发倡导算法向善导向,培植“以人民为中心”而非“以资本为中心”的价值观和文化准则。例如,利用技术创新,尝试“首页复活”,即在平台型媒体的“首页”或“推荐”页面置顶央视、人民日报、新华社等中央级主流媒体精选的新闻,并将这些新闻无差别地分发到青年群体移动终端。此外,还需通过改进算法机制,引导青年关注多样化、差异化的内容,根据用户的阅读习惯,反向推荐积极向上的体现主流价值观念的优秀内容,缩小青年群体在网络中的品味差异。更为重要的是,要建立起一套对用户数据使用、兴趣推荐、内质价值等层面进行有效监督反馈的网络体系,并要求平台基于公共价值予以优化。

3. “跨圈”合作,构建价值共创模式

根据 Prahalad 和 Ramaswamy 的定义,价值共创是客户和供应商在共同构思、共同设计和共同开发

新产品活动中的合作。^⑫在这个过程中,客户从被动的受众转变为与供应商合作的积极合作伙伴,它强调范式从以商品为主导的逻辑向以客户为中心的逻辑转变的重要性。借助这个概念,可以为破解青年群体文化认同圈层化提供有价值的参考。构建价值共创模式的四个关键要素是媒介平台、青年参与、组织资源和价值共同创造实践。媒介平台主要是以青年群体活跃的 B 站、微博、微信、抖音等新型社交媒体为主,它们能够提供各种各样的关系连接和社交互动,也是青年群体圈层化工作生活和消费生产内容的场域。青年群体则在媒介平台的赋权下利用自身和平台资源走出自身圈层舒适区,进而为了一个共同的创意目标而协同工作。

引入价值共创模式的一个重要意义是突破圈层封闭、偏激和狭隘的弊端,在媒介平台或青年意见领袖的组织下,通过共同合作实现某一个文化或价值的再生产,从而使圈内文化共享转变为有着更广泛群体参与的同心圆。目前,这种模式的实践已经有了成功的案例。如快手 We 工作室联合快手端内“00 后”手绘达人@萌新动画人(快手粉丝 10.6 万)共同创作的剪纸动画《决战东京奥力给》,在东京奥运会开幕式当天上线后收获众多好评,不仅登上了人民日报官方微信的头条,各大媒体也纷纷转载;@乌合麒麟(微博粉丝 337 万)联合@插画杨权@狩野千炫@AIFI 矮肥才华有限等 21 位青年网友,共同创作了三维动画短视频《前进吧!中国》献礼国庆 72 周年,在微博上获得了 244 万人次观看的传播

效果;曾经出征 Facebook 拥有千万青年粉丝的帝吧也通过@帝吧官微联合@帝吧国风乐团@秦稚酒等 13 位网友原创创作了献礼建党百年歌曲《泱泱》,播放量达 545 万人次。上述成功案例表明,价值共创模式具有以社会主义核心价值观和主流文化为“共鸣轴”,最大限度地吸纳具有差异化的网络圈层,构建更广泛意义上的与时代共情、与主流文化相呼应的文化共同体的巨大潜力。

注释

- ①路鹏:《从“地方空间”到“流动空间”:隐私空间的代际演变与法律规制》,《西北师范大学学报》(社会科学版)2016 年第 4 期。②蒋建国:《网络族群:自我认同、身份区隔与亚文化传播》,《南京社会科学》2013 年第 2 期。③项久雨:《透视青年“圈层化”现象:表征、缘由及引导》,《人民论坛》2020 年第 1 期。④马中红:《“筑圈”与“出圈”:平台资本、圈层意识形态与青少年亚文化》,《中国艺术报》2021 年 2 月 1 日。⑤郑天、王坤:《饭圈文化:趣缘认同、消费符号与数据迷恋》,《新闻知识》2021 年第 6 期。⑥陈晨:《缺场交往:身份认同新方式》,《中国社会科学报》2016 年 1 月 20 日。⑦李婧、陈龙:《算法传播中的文化区隔与分层》,《苏州大学学报》(哲学社会科学版)2021 年第 2 期。⑧王鹏:《整治饭圈乱象更应遏制资本野蛮生长》,《光明日报》2021 年 8 月 2 日。⑨韩思琪:《粉丝文化“进化论”:饭圈游戏、流量法则与时代症候》,《花城》2021 年第 2 期。⑩喻国明:《“破圈”:未来社会发展中至为关键的重大命题》,《新闻与写作》2021 年第 6 期。⑪史安斌、王沛楠:《议程设置理论与研究 50 年:溯源·演进·前景》,《新闻与传播研究》2017 年第 10 期。⑫Chia-Hui Yu, Chia-Chang Tsai, Yichuan Wang, M. Tajvidi. Towards Building a Value Co-creation Circle in Social Commerce. *Computers in Human Behavior*, 2018, Vol.108, No.7, p.2.

责任编辑:翦 榛

The Analysis and Value Guidance of the Stratification of Youth Cultural Identity in the Network Age

Liu Yunlai

Cao Qianyuan

Dong Yuzhi

Abstract: In the internet age, the phenomenon of the stratification of cultural identity of some youth groups has become an objective reality, which is specifically manifested in the mobility of individual identity, the exclusion and isolation of cultural identity, and the alienation of strategies driven by the flow economy and fan economy into the tendency of consumerism. From the perspective of the representation of youth's cultural identity, we can find that it is a symptom of the split of some young people's internal self and external social relations under the background of rapid social development, and the essence of its chaos is the lack of dominant values in the lack of field communication and the manipulation under the collusion of capital and algorithm. Therefore, to break the stratification of youth cultural identity, we must give full play to the role of mainstream media in setting the authoritative agenda and enrich the practice form of mainstream values; strengthen efforts to control the chaos of the circle and curb the disorderly development of capital and platform algorithms; activate youth creativity based on socialist core values, realize cross circle cooperation and expand concentric circles through value co-creation mode.

Key words: network age; youth cultural identity; stratification; break the stratification