

【网络社会变革与管理】

流量时代“梗”的多维呈现及引导策略

徐娜娜

(山东理工大学 马克思主义学院, 山东 淄博 255000)

摘要:梗是一种常见于青年群体的文化现象,它的生成、传播和使用具有多源性与随机性、多变性与互动性、封闭性与开放性的基本特征。在文化属性上,梗有着明显的狂欢化特点,既热衷于戏谑,又突出情绪宣泄。梗不仅体现了青年群体“弱者的反抗”式的文化批判,也反映了青年创造个体价值、渴望社会公平、表达爱国情感等的基本追求。梗文化在流行的同时也造成了烂梗和滥梗等问题。针对这些问题,可以从政府、媒介平台、青年群体等多个层面进行治理和引导。

关键词:梗;青年;媒介文本;狂欢;烂梗;滥梗

中图分类号:G05 **文章编号:**1673-5420(2023)01-0066-10

在当前的互联网中,梗是一种常见的文化现象。一般认为,梗是对相声表演艺术中的“哏”的误用。所谓“哏”,指的是一段表演中出现的典故、桥段或漏洞等。发展到现在,人们接触到的各个领域都存在和生产着大量类似的“哏”。随着词语的误用,“哏”就演变成了“梗”。在青年文化圈中,梗被定义为“某些可以被反复引用或演绎的经典桥段、典故”^{[1]48}。在国外文化中,英语单词“Gap”和日语词汇“捏他”是梗的同义词。目前,网络世界的活跃主体是青年,网络面貌的构建也主要由青年来完成。梗主要流行于青年群体,是青年文化的晴雨表,它既反映了当前青年的关注热点,也反映了青年的社会境遇、文化心态和身份认同,具有共时性研究和历时性研究的价值。基于此,本文试图以青年文化的视角,探讨梗的基本特征、价值诉求、存在的问题及引导策略。

一、梗的基本特征

在分析梗的特征之前,需要将其与网络流行语进行辨析。梗和网络流行语有一定的重合,不少梗就是以网络流行语的形式生成和传播的。同时,梗和网络流行语的主要使用群体都是网络青年,二者都有着明显的青年文化特征。但在载体上,梗除了使用语言,还可以依附于图片、视频、音乐、身体语言等多样化载体,而网络流行语的载体就是语言。梗和网络流

行语都是“共同话语”,梗的青年亚文化属性更加明显,而网络流行语则通常流行于整个社会。此外,在某些情况下,梗和网络流行语会发生重合。就演化路径而言,通常是梗演变为网络流行语而不是网络流行语演变为梗。比如“稳健”一词本来流行于 MOBA 竞技圈中,用来形容玩家或选手的游戏风格。到 2020 年,现象级网络小说《我师兄实在太稳健了》则推动了“稳健”的破圈,使之成了年度热词 TOP1。从这两个角度来说,“稳健”不是网络流行语,而是一个梗。但随着语义的扩大,在成为网络热词之后,它就演变成了网络流行语。在此辨析的基础上,本文总结了梗的以下几个基本特征。

(一)梗的生成具有多源性与随机性

多源性指的是梗的生成源头是多样化的。就目前来说,梗的产生土壤包括综艺节目、电视电影、电子游戏、动漫、网络文学、社会生活、国际关系、体育、教育、学术、科技等。下面仅举几例。

电视电影领域:如电视剧《征服》中,“刘华强买瓜”的情节在 B 站的大规模二次创作中,成了“买瓜”梗;电影《让子弹飞》中的“上鹅城”“让子弹飞一会儿”等情节经由社会热点发酵和网友二次创作后形成了“让子弹飞”的梗。

游戏领域:如“英雄联盟”选手 Uzi(简自豪)在一次职业联赛中以细腻而惊险的手法打出了令全球观众震撼的操作,当时一位主播在目睹这一“神迹”时疯狂呐喊“Uzi,永远的神!”从而形成了“永远的神”的梗。随后,它被简化使用为“YYDS”。

网络文学领域:如“爽文”诞生后,众多网络作家在其小说开篇的主角出场中,往往将主角设定为无父无母的角色以减轻叙事负担。随着阅读经验的丰富,读者逐渐对这类设定形成审美疲劳,于是将刊载了大量这类小说的“起点中文网”称为“起点孤儿院”。

社会生活领域:如 2020 年,社交媒体上出现了“打工人,打工魂,打工都是人上人”“早安,打工人”等流行语,作为表达工作压力、生存困境的语言,“打工人”开始流行于社交媒体、自媒体等各个语境中,成为“打工人”梗。

国际关系地缘政治领域:如 2021 年 4 月,日本政府决定将 123 万吨福岛核废水排入海洋,这遭到了强烈的批评和抵制。在我国互联网上,很快出现了一大批关于福岛核废水的梗,如“菅亿伟”(将“义”利用谐音梗和日本流行文化中的变形元素改造为“亿”)、“海纳百氡”“大核向东流”等梗。

随机性指的是梗的生成方式、生成场合、生成时空等是随机多变的。如前文所说,梗的生成具有多源性,这是其随机性的原因之一。在生成方式上,梗可以通过一些媒介文本的原生创造诞生,这通常带有一定的预设目的,例如综艺节目中反复出现的梗通常是由“台本”和“剪辑”等手段刻意创造的。在生成场合上,如前所列举,梗会出现在几乎任何一个领域或场合。在生成时空上,梗也是随机的,如影视剧中的“名场面”,它们往往在影视剧这一独立媒介文本中不具备梗的性质,但在与受众产生互动或被多次进行二次创作后,就成了梗。较为

典型的如《三国演义》中的“诸葛亮骂王朗”、《征服》中的“刘华强买瓜”,都是在鬼畜文化流行后或被二次创作后成了梗,它们的产生时间和空间是随机的。从传播学和语言学来看,梗的这种属性属于典型的时空混搭模式,其基本策略是将原有文本进行意义重置并嵌入当下语境,借助其原有意义使之成为当下语境中能够被青年网民所普遍识别并赋予意义的文本形式。

另外,随着梗文化的流行,互联网青年都成为梗文化的参与者。对前者来说,如网络小说作者、自媒体从业者等,他们常常有意识地挖掘各类媒介文本中的梗,使之在其自媒体作品中获得新的意义,从而赢得点击量和经济收益。同时,他们还会在原创作品中人为制造梗,其目的和前者相同。而在青年聚集的各类网络小说网站、视频网站、社交媒体以及热点作品下的评论区(包括弹幕区)中,热门评论往往都以梗的形式出现,而评论区正是青年活动的最大阵地。

梗的消失也具有随机性。一般而言,梗的持续时间有长有短,其生命力的强弱取决于社会的筛选和梗本身的文本意义。比如有些梗是伴随社会热点事件生成的,在热点事件持续期间,对应的梗就比较活跃。事件降温后,其梗也就失去了生命力。不过,一些随机性的诱因使某些梗可能会被重新“点燃”,甚至沉淀为集体记忆。

(二)梗的传播具有多变性与互动性

梗的多变性指的是梗的文本意义具有多变性。如果将梗视作语言单位,其意义的变化就具有变异性和顺应性等特点。梗的本体意义通常取决于它的原始文本,但当成为梗之后,它的意义就脱离了原始文本而取决于新的语境,这既是变性,也是顺应性。如电视剧《征服》“刘华强买瓜”情节中最突出的梗为“你这瓜保熟吗?”,该梗在B站被众多UP主和用户进行二次创作就是一种顺应。2021年8月13日,新华社在B站发布了一条“科学家在新疆哈密发现大型恐龙化石”的新闻,第一条热门评论就是“你这瓜保熟吗”的梗,变异成了“你这哈密龙保熟吗?”在该条评论下,不乏众多顺应该条新闻而改造出来的“刘华强买瓜”梗。需要注意的是,自2021年7月下旬至这条新闻发布之时,B站就兴起了(实际上这是第二次)一股“刘华强买瓜”梗,也因此这条评论才利用梗的形式在短时间内成了热评。“你这哈密龙保熟吗”就是对“你这瓜保熟吗”的梗的改造以及对“新疆哈密瓜”这一常识性原始文本的衍生。

梗的互动性指的是梗的传播有赖于网络青年的互动。在社交媒体、视频网站、网络文学网站中,青年不再是被动接受信息或观念的“客体”,他们利用互联网无处不在的表达机会,以戏仿、变形、谐音等多种手段,利用梗来突破限制,获取关注,实现意义的再生产。而在这个场域中,无数个体都通过梗来表达情绪或输出意见。随后,网络青年们在互动过程中通过梗进行交流和碰撞,成为语言共同体、情绪共同体乃至意见共同体。总之,梗只有在互动中才会产生意义。

(三)梗的圈层具有封闭性与开放性

梗的封闭性来源于其亚文化属性。亚文化群体是基于“趣缘”而形成的具有身份认同的社群。在我国,亚文化群体的数量比较庞大,常见的有网络文学圈、动漫圈、游戏圈、汉服圈等。在这些亚文化圈中,梗的生产、传播和使用的频率相对较高。亚文化的“趣缘”属性使得亚文化圈具有一定的封闭性,它们彼此之间往往会形成“五里不同音,十里不同俗”^[2]的多元媒介景象。梗是在动态中不断生成和传播的,它通常以亚文化圈层中的某个文本为基础语料,再在情绪、认识和认同的基础上形成自我认同和群体认同。这种认同构筑了亚文化圈层共同居住的虚拟空间,其中,梗是他们进行互动的最便捷、最高效的文本。作为互动的中介,梗使得网络青年们在形成身份认同的同时也构筑了身份的区隔。换句话说,在缺乏特定的“破圈”或“破壁”条件时,梗只能在封闭的亚文化圈中流行。比如在网络文学中常见的“起点孤儿院”就是对大多数网络小说主角的身份设定的一种客观总结、调侃和讽刺。但对其他亚文化圈或主流文化来说,“起点孤儿院”就是一个没有实际意义或容易引起误读的陌生词汇。

梗的开放性指的是梗常常脱离其原生土壤而获得社会化意义。尼尔·波兹曼在《娱乐至死》中指出,“和语言一样,每一种媒介都为思考、表达思想和抒发情感的方式提供了新的定位,从而创造出独特的话语符号”^{[3]17-18}。梗是基于多样化的媒介文本而生成的,其本身就具有多源性、随机性、多变性和互动性等特点。尽管大多数梗在诞生之初都有着较强的亚文化属性,但互联网媒介却是社会化的,它们都在有意无意地传播着梗。按照波兹曼的理论,可以将梗视作一种带有隐喻特征的媒介,梗在每一次的生成和使用中所产生的隐喻意义都是多样的而非单一的。当其他亚文化圈或主流文化与某个梗的使用语境产生共鸣,梗就实现了“破圈”和“破壁”,具有了更为广泛的文化意义。如“永远的神”本来流传于英雄联盟游戏圈,但在《人民日报》、新华社、共青团中央等官媒使用后,则被大众所熟知和使用,成为一个全民梗、全民流行语。

二、梗的文化属性和价值追求

与梗关系最为密切的是青年群体和网络文化,经过近几年的发展,梗已经具备了一些较为明显的特点,主要集中在狂欢化、批判性和价值追求上。

(一)狂欢化:戏谑与宣泄

戴维斯说:“不管借由哪一种手段,成功的流行会通过象征性的方式巧妙地反映出不断变动且具有高度自我参照性的集体张力或情绪。”^{[4]25}波兹曼说:“我们的政治、宗教、新闻、体育、教育和商业都心甘情愿地成为娱乐的附庸,其结果是我们成了一个娱乐至死的物种。”^{[3]13-14}梗可能产生、传播和使用于任何一个领域,这也符合波兹曼所设定的情景。围绕梗所发生的一系列网络现象,塑造了一个与现实世界密切相关但又保持距离的生活世界,这

个生活世界主要由狂欢情绪所主导。梗的狂欢化特征又可以分为戏谑和宣泄两方面。

首先是戏谑。互联网兴起后,尤其是各类社交媒体出现后,我国网民对互联网的开放性寄予了厚望。这时,网络青年对社会抱有期待,他们的心态也是积极开放的。但随着信息爆炸程度的加剧,各类突破道德底线、触碰法律红线的事件,冲击着网民的底线,撕裂了网民的社会期许。由此,社会情绪逐渐走向无奈。在这个过程中,率先转换社会情绪表达方式的正是网络青年,恶搞、流行语和梗等都是他们热衷和擅长的方式。因为具有强大的多变性和互动性,梗文化很快流行起来。经过戏谑化处理,层出不穷的互联网信息在经过浓缩、解构和重新建构后得以被消化和理解。于是,不论是默默无闻的网络青年,还是具有一定社会影响力的意见领袖,他们都加入了戏谑化的造梗和用梗大军中。从这个意义上来说,大量的梗起到了释放社会情绪的作用。

另外,互联网媒介生态的演变也推动了梗的戏谑化。网络媒体既是主要的信息源,又是网民进行互动的平台。它们和传统媒体一样,会对网民进行规训。为了逃避规训,善于创新的青年网民就首先学会了戏谑化,利用带有隐喻意义的梗来传递情绪或观念。同时,自媒体的兴起和流量时代的来临又极大地推动了青年造梗和用梗的热情。用网络上流行的话来说,造梗和用梗就是制造热度和“蹭热度”。而如果缺少戏谑,一个梗就无法实现媒介主体的目的,于是戏谑就大量出现了。

戏谑通常对媒介的原始文本进行重新编码并将其植入新的语境。虽然梗具有多变性,但它必然存在一个文本或意义的本体,这个本体就是连接编码和其他受众的通道。通过戏谑的解构手段,梗不仅蕴含了生产梗和使用梗的主体的情绪或智慧,也同样蕴藏了被解读、被传播和被接受的可能性。在亚文化圈内,它极易找到情感认同和身份认同。而在经过破圈或破壁后,它也同样能够获得情感和身份的双重认同。

其次是宣泄。社会事件、综艺节目和其他内容的密集呈现,会刺激社会情绪的出现。作为社会情绪的宣泄出口,网络上会呈现出某种共鸣的积极情绪或消极情绪。一般来说,情绪宣泄的对象主要针对不良事件或公共权力等。例如 2021 年,娱乐明星郑爽爆出代孕事件。在声明退圈后不久,郑爽又被爆出一天 208 万的天价片酬和偷税漏税的违法行为。在此之前,网民早已对不少娱乐明星高薪低能、高薪偷税漏税的行为怨声载道。此次代孕事件和高薪事件重合,使得网上很快就出现了以“爽”为计量单位的梗。农民工、实习生、公司职员等纷纷入场,戏谑性地计算自己不吃不喝几辈子才能获得“一爽”。“爽”梗的出现,就是网民宣泄愤怒的表现。

(二)文化批判与价值追求

梗在生成、传播和互动中的内在机制是由个体到集体的,即首先在造梗和用梗中“消解个体的沉默惯性”,然后在互动中“打破个体孤立”。通常一个生命力弱的梗只能走到“打破个体孤立”这一环节,比如在 B 站中,UP 主和用户参与着各类影视剧的造梗用梗,这些梗具

有较强的娱乐精神,也承担了消遣功能,但它们的生命周期仅有数天或数月。也就是说,梗也会使人形成审美疲劳——在各大网络空间中也能看到“老玩这梗有意思吗”“禁止玩梗”之类的声音。随后,一个梗的生命力就转移到其他梗之上了。但是,一个生命力较强的梗则会在“打破个体孤立”的基础上继续前进到“形成群体意见”这一环节。到这一环节后,青年网民们就可以进行集体的情绪宣泄和意见表达。梗的这一机制是其文化批判性的来源。

梗的文化批判性与狂欢特征有密切关联。梗的批判对象是多样化的,如“一爽”梗是对明星天价片酬和偷税漏税的批判,“律师函”梗是对明星滥用隐私权肖像权以及占用公共资源行为的批判,“马保国”梗是对民间文化骗子及审丑文化的批判……在传统媒介时代,公权力机构和主流媒体掌握了媒介话语权,各类事件在发生后就进入了“个体的沉默惯性”环节,普通民众即便对事件产生情绪,也很难找到渠道进行宣泄,因此,就产生了沉默惯性。但在网络社会中,网络对每一个个体进行赋权,当公权力失范或主流媒体失位时,自媒体就承担起了维护网络民众知情权、表达权、监督权的责任。在“打破个体孤立”后,梗就顺利进入了“形成群体意见”的环节,从而形成文化批判。

梗同样承担着当代青年的多样化价值追求,它包括以下三个方面:

第一,在个体价值的呈现上,造梗和用梗是一种创造性活动,它们可以用来展现自我的创造力和呈现个体和群体的价值。以B站为例,数量众多的UP主都在进行着媒介文本的生产和再生产。不少UP主不仅关注热点,甚至成为热点本身,他们往往在对热点事件进行关注的同时还以梗的形式对事件进行戏谑或宣泄。在接下来的媒介文本中,他们利用自己的创造力用梗或造梗。同样,不少活跃在评论区的用户也经常“玩梗”。数据表明,B站的UP主和用户群体中,青年占比最高。青年群体的参与,使得梗文化充满了个体价值诉求。

第二,在对社会公平价值的追求上,梗同样发挥着重要作用。几乎每一天,梗的数量都在增加。在这庞大的数量中,有相当比例的梗都诞生于挑战社会公平的热点事件。例如青年网民对“一爽”梗的使用,其表层特征是情绪宣泄,但在内里却是青年对自我劳动价值、生存境遇等进行对比后发出的批判和诉求。在这种情况下,梗就是基于青年群体的“弱者的反抗”。他们不仅宣泄着对这种不公平的不满,也在试图用狂欢化文本进行抵抗和呼吁。青年群体对公平价值有强烈的认同感,加之他们中的大多数都面临着较为严峻的生存环境,梗给了他们表达价值诉求的路径和方式。因此,梗的流行具有重要的社会意义。

第三,在对爱国情感的表达上,网络青年也十分擅长造梗和用梗。以B站为例,B站CEO陈睿在演讲时指出,年轻人的“教育各方面都很好,他们是真的觉得他们生活在一个非常非常好的国度,他们是发自内心地爱着我们这样一个国家”^[5]。研究表明,B站青年热衷于用视频、弹幕和评论来进行爱国表达^[6]。视频、弹幕和评论都是文本媒介,都可以生产梗、使用梗和传播梗。以B站播放量高达1581万(截至2021年8月14日)的视频“【川普】没

人比我更懂 China!”为例,它创造并使用了“China”(必须依附于美国前总统特朗普的身体语言和发音模式)“川建国”等梗。在这类梗中,蕴含的是 B 站青年对中美两国关系的认识和判断。同时,它也塑造了特朗普在我国青年网民中的形象。又如在众多军事演习的视频中,常出现的热门弹幕和评论有“还让不让人睡了”“我已经五个月没睡了”一类,都是“国家常常趁人睡觉干大事”这一爱国心理的梗式变体,背后反映的是对台湾问题的关注,对祖国统一的渴求。在 B 站,台湾问题、中美关系、中日关系、中印关系、中欧关系等都是青年极为关注的问题,在这些问题上,爱国梗得到了广泛生产、传播和使用。

三、当前梗的使用问题

梗作为一种媒介文本狂欢,赋予了青年群体网络话语权,使青年的身份和价值得到了确认。但在涌动的梗潮背后,青年群体的生存焦虑和愤怒情绪等仍然存在。恰如众多网络狂欢一样,梗在生产、传播和使用的过程中,其激情式、戏谑化的表达方式可能会让青年群体丧失价值立场,形成旁观(围观)立场。在旁观中,青年群体往往只是游戏性地参与梗的狂欢。即便出于情绪宣泄的目的,青年在狂欢之中很容易失去理性和道德约束,从而引发一系列问题。就梗而言,容易出现的问题包括烂梗和滥梗。

(一) 烂梗

烂梗指的是某些青年网民不分场合地造梗、用梗和传播梗。简单来说,这相当于“说话不得体”。青年用梗的频率高于其他年龄段的网民,原因在于他们拒绝权威、拒绝成熟、拒绝“长大”,且部分青年的价值观还带有一定的虚无主义色彩。他们拒绝严肃的话语方式,通过狂欢式的网络文本为现实打上了其他颜色。从“火星文”到网络流行语再到梗,网络文本狂欢化的主体都是青年。在这之中,“火星文”和网络流行语都是以语言文字的形式呈现,但梗的载体还有更为丰富和复杂的图像文本、视频文本、文学文本等。一些梗文化的参与主体素养缺失,热衷于情绪化、身体化和娱乐化的表达,他们不断在生产、传播和使用着数量庞大的烂梗。网络空间中常见的烂梗有色情烂梗、严肃事件烂梗等。如在 B 站和抖音上,一部分用户热衷于在女性 UP 主的视频下发表诸如“有奶便是娘”“妈妈”“宝,不要这样穿,会被变态跟踪的,我刚刚就跟踪过一个”“你们的手都在干什么”之类的梗弹幕和评论。这些梗直指女性身体并带有一定的性暗示,对女性 UP 主和其他网络用户而言这些都属于“烂梗”,在不加约束的情况下很容易形成网络暴力。当然,“流量经济”中有大量自媒体,它们刻意以女性身体为噱头,以身体展示或性暗示来吸引数量庞大的青年观众,进一步导致了烂梗的出现。可见烂梗会对青年群体乃至社会产生消极影响。

(二) 滥梗

滥梗指的是在某个梗的热度持续期,众多网民和媒介平台极其频繁地对其传播和使用,进而出现梗的滥用。当然,同一个语境下出现多个梗,也会形成滥梗。梗在经过破圈、破壁

之后会进入主流文化并被社会大众和主流媒体所接受和使用。为了拉近与青年网民的距离,一些主流媒体会主动用梗。近年来,不少梗被引入官方和主流媒体的话语体系,在一定程度上起到了活跃社会文化、破除圈层壁垒、引导理性表达、泄导大众愤怒、化解网络偏激等作用。但在这之外,偶尔会出现梗的滥用的情况。频繁用梗会在某些情况下造成严肃内容的戏谑化、低俗化等。大规模地、低门槛地造梗和用梗必然引起梗的泛滥,而在这之中,冷静、严肃、客观的内容将会被那些更容易吸引窥视和围观的狂欢化符号所挤占。例如,一些自媒体在发布内容时也常常为了“蹭热度”而滥用流行梗,它们往往没有更好地进行客观、冷静、理性的引导,推动了梗的狂欢。

四、梗文化的治理和引导

梗具有多样化的价值追求,但因为烂梗和滥梗,网络暴力、道德绑架、色情元素、娱乐至上等问题也就出现了。为了更好地解决这类问题,梗文化的治理和引导就显得很有必要。

(一) 政府的服务与治理

政府既要加强服务型角色建设,也要改进网络治理理念,明确自身在网络治理中的权力边界和限度。一方面,要尊重网络社会的基本特点,将梗视作网络舆情的反映窗口,从中获取青年乃至所有网民的情绪和意见。在遇到热点梗时,应及时调查其后的热点事件,积极回应,澄清事实,从而及时消除消极社会情绪带来的负面影响。另一方面,政府应积极维护自己的公信力和公权力,以免在各种泛滥的梗中陷入“塔西佗陷阱”,也即“当一个部门失去公信力时,无论说真话还是假话,做好事还是坏事,都会被认为是说假话、做坏事”^[7]。对主流媒体来说,将梗纳入话语体系具有积极意义,它缩短了主流媒体的文本被青年接受和理解的距离。通过梗这一节点,作为受众的青年很容易借助媒介文本进行意义建构并将其传播给更多的人。从这个层面来说,梗具有意义流通和价值传递的功能,它让主流媒体和网络青年实现了“心领神会”。如前文所举的“YYDS”梗,就具有积极意义。但梗在传播过程中也很容易因为其多变性、狂欢性而消解或扭曲了媒介文本的本来意义。为此,主流媒体要注意用梗的限度,避免出现“烂梗”和“滥梗”。

(二) 媒介平台的引导与治理

在这点上,目前微博、抖音、B站等平台都已在进行。例如在2020年,“马保国”梗在网络上泛滥,形成了规模巨大的狂欢闹剧。2020年11月28日,《人民日报》微信公众号发布《马保国闹剧,该立刻收场了》的评论文章,厘清了“马保国”梗背后的审丑狂欢本质,表明了主流媒体对其的态度。随后,各大平台在审核中关闭了“马保国”梗出现的通道,阻止了这一梗的烂用和滥用,也防止了马保国进一步依靠哗众取宠、招摇撞骗来破坏公序良俗、赚取流量、获取商业利益。媒体平台的做法,较好地履行了社会责任。

(三) 青年网络素养的提高

互联网为青年进行媒介文本生产和传播进行了赋权,梗文化则提升了赋权的效果。但

在狂欢中,青年涌入各类不同的梗的场域,很容易就陷入戏谑和宣泄而脱离了理性的节制和道德的约束。如在一些国际关系问题中,常出现一些看似爱国实则反人类、反和平的梗。在一些与女性身体有关的媒介文本中,则充斥着大量的以性欲为核心的梗。这些梗的烂用和滥用可能导致网络民粹主义、催生低俗化、引发网络暴力等。不论是在社会层面,还是在青年健康成长层面,又或是在梗的制造、传播和使用层面,青年网络素养的提高都是必须的。青年只有在教育和学习中培养理性精神、提高道德修养,才能在杂芜的网络社会中实现信息的筛选、甄别和判断。媒介素养得以提高,烂梗和滥梗就会大大减少,良好的社会舆论生态和文化环境也就建立起来了。

五、结语

梗文化在今天的网络文化中已经占据了一席之地,形成了流行趋势。由于它具有随机性、多变性等特点,对社会情绪的传递起到了积极的推动作用。在一定程度上,梗也能较好地进行文化批判和表达诉求。值得关注的是,烂梗和滥梗显然已经成为梗文化中最为突出的问题,应从国家、平台、青年等层面进行积极治理和引导。对梗进行治理和引导并不是一刀切,它既需要关注和理解青年文化,也需要调动互联网治理的智慧。

参考文献:

- [1] 邵燕君.破壁书:网络文化关键词[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2018.
- [2] 夏维波.新媒体文化中趣味的区隔与导向[J].社会科学战线,2019(7):146-155.
- [3] 尼尔·波兹曼.娱乐至死[M].章艳,译.北京:中信出版社,2015.
- [4] SOLOMON M R. The psychology of fashion[M].Lanham:Lexington Books,1985.
- [5] B站陈睿:90、00后更优秀,传统文化复兴在他们[EB/OL].[2022-09-15].https://www.guancha.cn/TMT/2017_11_30_437282.shtml.
- [6] 包雅玮.新媒体环境下青年爱国表达的新特征——以“B站”弹幕文化为例[J].中国青年研究,2021(7):96-101+109.
- [7] 郑满宁.“戏谑化”:社会化媒体中草根话语方式的嬗变研究[J].中国人民大学学报,2013(5):18-23.

(责任编辑:张秀宁)

Multi-dimensional presentation and guidance
strategy of “Meme” in traffic era

XU Nana

(School of Marxism, Shandong University of Technology, Zibo 255000, China)

Abstract: “Meme” is a common cultural phenomenon among young people. Its generation, dissemination and use have the basic characteristics of multi-source and randomness, variability and interactivity, closeness and openness. In terms of cultural attributes, “Meme” has obvious carnival characteristics, which is not only fond of teasing, but also highlights emotional catharsis. Meme not only reflects the cultural criticism of the youth group in the form of “the resistance of the weak”, but also reflects the basic pursuit of youth to create individual value, yearn for social justice, and express patriotic feelings. While Meme culture is popular, it also causes problems such as rotten and excessive ones. To solve these problems, we can conduct governance and guidance from different aspects, such as the government, media platforms, and youth groups.

Key words: Meme; youth; media text; carnival; rotten Meme; excessive Meme

敬告作者

为适应我国信息化建设需要,扩大作者学术交流渠道,本刊现被中国学术期刊网络出版总库(CNKI)、国家哲学社会科学学术期刊数据库(NSSD)、中国社会科学评价中心引文数据库(AMI)、中文科技期刊数据库、中国科技论文在线等数据库收录,并为北京万方数据股份有限公司、万方数据电子出版社入选期刊。如作者不同意文章被上述数据库收录,请在来稿时声明,本刊将作适当处理。本刊实行匿名审稿制,不收取版面费。本刊所发表署名文章均为作者个人观点,文责自负。