分类号：_____ 单位代码：10335

密　级：非涉密 学　　号：21523046

浙江大学



硕士专业学位论文

中文论文题目：恶搞现象嬗变到粉丝文化的传播学研究
--以淋文化为例

英文论文题目：Communication Research on Kuso Phenomenon Evolving to Fan Culture - Taking "Jolin's culture" as an example

申请人姓名：叶健威

指导教师：章　宏

专业学位类别：新闻与传播

专业学位领域：广告与品牌传播

所在学院：传媒与国际文化学院

论文提交日期　2017 年 6 月 14 日

万方数据

附件 3：独创性声明与版权使用授权书

浙江大学研究生学位论文独创性声明

本人声明所呈交的学位论文是本人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得**浙江大学**或其他教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示谢意。

学位论文作者签名：叶健成　签字日期：2017 年 6 月 14 日

学位论文版权使用授权书

本学位论文作者完全了解**浙江大学**有权保留并向国家有关部门或机构送交本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅。本人授权**浙江大学**可以将学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索和传播，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文。

（保密的学位论文在解密后适用本授权书）

学位论文作者签名：叶健成　导师签名：

签字日期：2017 年 6 月 14 日　签字日期：2017 年 6 月 14 日

万方数据

附件 2.1：中文题名页

恶搞现象嬗变到粉丝文化的传播学研究
-以淋文化为例

论文作者签名：叶健威

指导教师签名：

论文评阅人 1：隐名评阅

评阅人 2：隐名评阅

评阅人 3：隐名评阅

评阅人 4：

评阅人 5：

答辩委员会主席：卫军英/教授/浙江大学城市学院

委员 1：章燕/副教授/浙江大学

委员 2：吴赟/副教授/浙江大学

委员 3：卢小雁/副教授/浙江大学

委员 4：章宏/副教授/浙江大学

委员 5：

答辩日期：2017 年 6 月 14 日

万方数据

目 次

摘 要 1

绪论 4

1.1 研究背景 4

1.2 研究意义 5

1.3 文献综述 5

1.4 研究问题和研究方法 10

2.恶搞现象嬗变到粉丝文化的个案解析-以淋文化为例 12

2.1 淋文化的概念解析 12

2.1.1 淋文化的定义 *12*

2.1.2 淋文化、恶搞、粉丝文化的概念区分 *13*

2.2 淋文化的媒介文本：互文性文本生产 14

2.3 淋文化的风格建构：认同和定位 22

2.4 淋文化的话语策略：典型式狂欢 26

3 恶搞现象到粉丝文化的嬗变历程梳理—以淋文化为例 30

3.1 阶段划分及各阶段的选择依据 30

3.1.1 淋文化的嬗变阶段划分依据 *30*

3.1.2 淋文化嬗变阶段的梳理 *30*

3.2 淋文化嬗变前后的文化特征比较 37

3.2.1 从恶意到善意-负面意义被淡化 *38*

3.2.2 从狂躁到冷静-叙事思维粉丝化 *39*

3.2.3 从小众到泛化-影响逐步日常化 *40*

3.2.4 从沉默到接纳-本体态度公开化 *41*

4 淋文化嬗变的原因 43

4.1 生产层面 43

4.1.1 媒介升级：传播与互动创造影响力 *43*

4.1.2 技术发展：稀释与改变文化内涵 *45*

4.2 信息层面 46

4.2.1 即时表达：注重愉悦和新素材 *46*

4.2.2 分众化时代：要求有焦点的信息 *47*

4.2.3 消解意见领袖：尊重个人选择 *48*

4.3 需求层面 49

4.3.1 代际区分：年轻人领地的自卫需求 *49*

4.3.2 群体归属：少限制而灵活的需求 *51*

4.3.3 自我表达：契合群体展示的需求 *51*

4.4 社会层面 53

4.4.1 全球环境：跨文化传播的显著倾向 *53*

4.4.2 转型困境：个人与社会的命运质询 *54*

4.4.3 社会氛围：网络赋予的开放话语空间 *55*

5 淋文化对粉丝文化的启示 57

5.1 逃离负文化的悲剧命运 57

万方数据

5.2 有生机的文化创造入口 58
5.3 无权力者的平衡与政治 58
结 语 61
参考文献 63
附录： 采访手记 67
致谢 75

万方数据

图表清单

图 2.1：以淋淋为关键词搜索到的贴吧图片示例…… 16
图 2.2：蔡依林头部被拼贴到其他影片截图中…… 17
图 2.3：蔡依林淋表情示例 …… 18
图 2.4：蔡依林 2010 年发布的一条微博…… 19
图 2.5：嬗变前的淋文化参与者构成…… 23
图 2.6：嬗变后的淋文化参与者构成…… 23
图 2.7：蔡依林演唱会图片于火焰的拼贴恶搞图片…… 27
图 2.8：蔡依林头部被拼贴到动画截图中…… 27
图 2.9：蔡依林和滨崎步专辑封面对比…… 32
图 2.10：蔡依林 2007 年唯舞独尊演唱会现场图…… 33
图 2.11：“降淋”游戏的开始界面…… 35
图 2.12：蔡依林官方微博配图是自己的表情…… 36
图 2.13：贴吧上薇文化中新词的截图…… 37
图 4.1 :日本人栗田穰崇发明的风靡全球的 emoji …… 47

万方数据

摘 要

随着移动互联网的发展，某些恶搞现象并非昙花一现，有了新的特征，比如恶搞蔡依林的文化嬗变成了粉丝文化的一部分。本文以恶搞蔡依林为研究对象，以传播学为框架，从个案解析、梳理过程、分析原因、总结价值等多个方面去探讨这种现象。

论文主要分为四大部分，绪论主要论述本论文的研究背景和研究意义，明确本文的研究问题和研究方法，整理当前与本文相关的国内外研究成果。

第一部分以案例解析为主，从概念上界定淋文化的定义，区分了恶搞和粉丝文化间的概念。然后从媒介文本上分析了淋文化是“互文式”的，认同和定位两个方面构成了淋文化的风格，而狂欢则是淋文化的话语策略。第二部分主要梳理了淋文化的嬗变历程，明确了嬗变阶段的划分依据。经过梳理后本文研究发现淋文化在嬗变前后有了四个方面的变化，即负面意义被淡化、叙事思维粉丝化、影响深入更多受众和作为文化原型的蔡依林的态度变为接纳。第三部分根据前两章的解析和梳理分析了淋文化从恶搞现象嬗变到粉丝文化的原因。本文主要从四个层面去透析嬗变的原因，首先是文本生产层面，由于媒介和技术的发展扩张了淋文化的影响和改变了其文化内涵；其次是信息层面，受众更注重对网络交往素材的信息和个人选择的意识；然后是年轻受众有自己的思想领地、灵活的群体归属以及群体展示的需要；最后从社会上分析，是因为跨文化传播倾向在全球的开展，当前社会转型时期个人与社会的命运质询以及网络赋予的开放话语空间，诸多原因让淋文化完成了向粉丝文化的嬗变。第四部分主要总结了淋文化对当今社会的启示，提出恶搞文化可以避免沦为负文化，文化发展找到了新思路，以及这种文化可以成为无权力者找到精神平衡和自我调节的方式。

关键词：恶搞 粉丝文化 嬗变 蔡依林

万方数据

Abstract

Along with the development of the mobile internet ,some kuso phenomenon is not a flash in the pan but have new features, such as the kuso culture of Jolin（Cai Yilin）which has evolved into a part of fan culture. This article takes the kuso culture of Jolin（Cai Yilin）as an example to discuss such phenomenon through analyzing case, combing process, analyzing the reasons, summing up the values under the framework of communication science.

The article is divided into four parts. The introduction mainly discusses the background and significance of research, clarifies the research questions and methods, and organizes the domestic and foreign research results related to this paper.

The first part mainly analyzes the case, with defining the definition of Jolin's culture and distinguishing the concept between kuso culture and fans culture. Then the part reveals that Jolin's culture is "intertextual" through media text analysis , recognition and positioning make up style of Jolin's culture , and carnival is the discourse strategies .The second part mainly combing the evolution period of the culture and clarify the basis of the evolution stage. Then the article found that there are four new features of the culture before and after culture evolved: negative meaning blurred, narrative thinking similar to fans , impact more on audiences and attitude of the Jolin(Cai Yilin) becoming into acceptance. The third part, based on the first two chapters ,analyzes the reasons of the evolution. First of all ,the development of media and technology influences and changes its culture meaning ,which belong to the level of test production. The second aspect is the level of information that audiences focus more on material and consciousness of individual choice. Then there is a need for young people to have their own intellectual territory, flexible group membership and group presentations. Finally, based on the analysis of society, Jolin's culture completed the evolution because cross-cultural communication tends to influence in the world , people would like to discuss the fate of individuals and the society, and internet gives them

万方数据

chances to show themselves. The fourth part mainly summarizes the cultural enlightenment to recent society which puts forward that kuso culture can avoid becoming negative culture, culture development has new methods and such culture can enables the powerless to do mental balance and self-control.

Key words ： kuso ， Fan culture，evolution，Jolin （Cai Yilin）

万方数据

绪论

1.1 研究背景

在移动互联网时代，内容在传播的空间、速度、便利性上都在加强，同时每个人在网络空间的互动性也越来越明显。网络空间包括的不单单仅是一个接受讯息的过程，同时也为网民的内容生产提供了一个自由的空间，比如不断滋生的恶搞现象。

在微博还未成为主流媒介渠道的 2010 年以前，网络上最火热的恶搞形式存在于贴吧、天涯 BBS 等论坛或者博客形式的渠道，这个时期的恶搞现象很大部分是属于稍纵即逝的互联网内容，流行一阵子就会被大众遗忘。但到微博变成大众日常使用的信息传播渠道时候，以及接下来的腾讯推出的移动通讯聊天软件“微信”的到来，移动互联网时代的恶搞现象并不再是昨日黄花，反而随着信息的不断沉淀、网友的再创造和传播甚至网民的自发认同等等的因素催生下，嬗变成了粉丝文化的一部分，比如恶搞蔡依林的现象，被网友归结为“淋文化”。

这种粉丝文化并未全盘抛弃原来恶搞现象的元素，但是其背后的指向性意义并非是原来的戏谑、讽刺或者是侮辱性含义，而是加入了自嘲、卖萌甚至是自我认同的元素，同时其使用和再创造人群也并非仅仅是原来仅仅为了博取眼球、戏谑、讽刺甚至侮辱等的网民，而是扩大到了原来的粉丝甚至是不被称为粉丝的大众，这些变化使得恶搞有了新的研究空间。

恶搞现象的粉丝文化嬗变，以恶搞蔡依林较为典型，在网络空间随处搜索蔡依林表情包或者是之前恶搞的“淋”等有网络属性的字眼等等，都可以看到恶搞蔡依林的影响力，恶搞蔡依林的嬗变后的文化拥有自己的一套语言体系，包括了表情包、自创语言等等文本。

值得一提的是，在 2016 年下半年的赵薇因引用台独艺人惨遭网友炮轰事件中，蔡依林的粉丝文化再一次表明了它强大的影响力，网友发明了“淋薇不惧”等恶搞词语，将一个与热点无关的文化牵扯其中，让这种粉丝文化拥有了宽泛的研究潜力。

万方数据

1.2 研究意义

理论意义：

本文从移动互联网时代的粉丝文化作为切入点，梳理恶搞现象到粉丝文化的嬗变路径，探讨粉丝文化与恶搞现象之间的关系，以小搏大，弥补当前粉丝文化研究中关于恶搞现象与粉丝文化之间关系的探讨的欠缺。

同时，本研究是对现有的粉丝文化研究的补充，本文聚焦的是恶搞现象到粉丝文化之间的嬗变过程和原因，引入恶搞蔡依林的具体案例，以该案例作为具体事实，进行恶搞现象到粉丝文化之间嬗变的研究，文本分析论据充分，加入访谈支撑理论，针对性较强，为加深理解目前现有粉丝文化的理论有一定参考意义。

实践意义：

本文研究的“淋文化”贴近现实但却又不完全被大众所熟知，恶搞蔡依林的现象在一个不被完全接受的开放环境里发展，使用人群虽增长却依然有局限，粉丝文化的小众和圈子属性又决定其无法称为主流文化。

本文的实践意义就在于对当今社会价值的讨论，这种社会价值关系到的不仅是文化本身的嬗变，而是使用人群的情感、认同和需求等多种层面，以恶搞蔡依林作为研究案例为起点，剥离出该种文化嬗变现象背后的深层原因，在一定程度上对我们看待其他类似的衍生文化有一定参考意义。

1.3 文献综述

一．恶搞

（1） 恶搞、恶搞现象与恶搞文化

为恶搞本身下一个精准的定义是比较困难的。但关于恶搞的研究学界会经常提到三个概念，即恶搞、恶搞现象和恶搞文化。

王笑楠（2010）认为恶搞是当前网络上流行的，以文字、图片和影像为手段表达个人

万方数据

思想的一种方式，以颠覆的、滑稽的、莫名其妙的无厘头表达来解构所谓“正常”，所以她认为恶搞是一种滑稽幽默行为的另一种说法。

而她同时又提到，这种行为变成一种文化社会现象时候，人们称之为“恶搞文化”。而恶搞文化又要通过“恶搞现象”来表现出来，即恶搞是一种行为，恶搞文化是恶搞从行为变为一种现象的过程及结果，而恶搞现象则是这种文化的外在表现。

目前学界在对关于恶搞的这三个概念中，并未有明确的区分，但在本文研究中由于选题的特殊性，需要在此做出一定的区分说明，以便后续的分析中更加具有针对性。

（2）国内外对恶搞的研究成果

在国外，恶搞的概念更多的是将其作为一种文化现象来研究，即上述提到的恶搞文化，具有与主流文化相对抗的亚文化属性。 将恶搞作为亚文化的思路研究中最为著名的是亚文化研究鼻祖—英国霍尔（1976），他主编的《仪式抵抗—战后英国青年文化》中提到，青年亚文化的表达是“想像性”地去解决了上一辈人的矛盾，对当前的占据控制地位的强势文化、权利阶层加以挑战，尽管这种抵抗是无用的。

而有的学者已经注意到恶搞这种行为已经成为了一种年轻人的生活方式，这种研究涵盖了恶搞的行为、现象和文化多个方面。Shah（2009）提到恶搞不仅“将事物变成垃圾”，而是已经成为一种组织政治抗议、社会集体意识聚合的方式，这是民众意识披着恶搞的外衣来进行展示的一种途径，恶搞的意义已经超越了其原有的趣味和狂欢，这种恶搞附着在被官方定义的某些群体的年轻人的生活方式上，抗议着官方对其的定义和狭隘描述，这种现象尤其在亚洲某些地区尤为明显，比如台湾的草莓族年轻人（意指抗压能力差的年轻人）。

在关注恶搞与年轻人的关系上，还有一种思路是将恶搞与草根文化相结合。在这种研究范围领域，“恶搞”更多是作为一种恶搞文化的身份出现。由于恶搞生产者中很大一部分人并非处于社会上层阶级，更多的是处于相对底层的群众，所以恶搞文化又被一些学者视为草根文化的一部分。Antonina Kłoskowska(2001)认为，草根文化体验奠定了民族的“集体认同”，将这种底层文化与民族的集体认同联系起来。

国外在研究恶搞与年轻人的强关系上有突出的成果，认为年轻人被官方和主流秩序定义的身份引起了他们的反感从而导致其使用恶搞的方式去批判和抗议，恶搞在他们看来，更多的是体现年轻人对主流文化的不屑态度。

万方数据

而纵观国内，关于恶搞的研究则主要从现象剖析、亚文化理论探讨、评论形式、营销策略运用以及近年来被关注的消费主义等角度去进行研究，以分析恶搞内容的文本内容为主流，思考恶搞文化的多层面意义（如对青少年的影响），大部分的结论聚焦在其触及了主流文化的底线，对当前的社会秩序造成了一定影响。陈正果（2006）《恶搞的限度与技法—观大杀器传奇与美国战警》聚焦的是作为亚文化身份的恶搞现象与主流文化秩序的对抗，而非背后的真正成因。

现象角度的剖析是国内学界较为普遍的研究落脚点，比如学者吴凯（2014）用评论性文章将恶搞的娱乐性和反讽性进行剖析，以一些著名的恶搞事件作为分析素材，提出网络恶搞的特征是互文性、抵抗性和文化变迁，对恶搞现象定义了较为清晰的特征。

理论框架的研究则是用亚文化的框架去分析作为亚文化身份的恶搞现象如何对社会产生影响和对恶搞现象前途的探索，学者郝雨、路阳（2013）则用亚文化的框架去分析了屌丝文化的成因，解释了社会格局的变化对亚文化的影响，同时她提到，屌丝一词将与其他网络词语一样因各种原因将会变得不再戏谑和不再流行，该学者的研究强调了恶搞现象是会被收编而中止以前的流行之态。

营销与恶搞的关系则是解释了恶搞是可以作为营销的策略而存在的，沈菲（2016）提出恶搞能够将大众草根中的创造力和网友的集体智慧结合起来，通过新媒体技术、情绪感染、社群动力的推动，成为营销的重要方式，比如网络小说改编剧的恶搞营销证实了该种方式的力量。

恶搞与市场的研究，不仅仅是营销策略层面，有的学者注意到，恶搞越来越充斥着消费主义的气息。宇泉锟（2013）指出恶搞从宣泄情绪的功能表征逐渐嬗变为消费与娱乐为核心的功能，而恶搞的这一表征的嬗变与目前人们日益增长的消费欲望和社会化媒介的消费主义的加重有着莫大的关系，恶搞的终极目的不再是仪式抵抗，而是变成了快感消费。

除了恶搞现象的影响研究、其他理论的衍生研究以及与商业社会的关系研究，恶搞现象一个重要的研究领域还包括伦理，即基于目前所存在的恶搞现象进行的一个反思。

卢霞和朱美芬（2011）提出恶搞不应无底线，而应该遵守多个原则，这些原则的提出都是最大程度保障被恶搞对象的人权。比如无伤原则，不能对他人造成伤害；有利原则-对他人有利，相对于无伤原则；尊重原则-尊重被恶搞人的权利，而非侮辱；允许原则-在进行恶搞前最好事先征得被恶搞人的同意，以免不必要的伤害，此外还有强调责任意识的

万方数据

责任原则和不歪曲事实的诚信原则。

总体而言，对于恶搞现象的研究，无论是国外的对青年恶搞现象的研究也好，还是国内针对恶搞现象不同角度的探析也好，其视角更多的是集中将恶搞现象看做是对抗主流文化的一种文化现象形式，不断强调的是对抗和收编，并没有将其作为一种完整而不断发展的文化去研究，忽略了其作为文化的整体性。国外偏向领域的全面性，国内又偏向特定恶搞文化的结果分析，但是对恶搞现象的过程和归宿没有一个完整的研究，也并未关注到其之后的发展走向。

二.嬗变的理论综述

嬗变一词根据《现代汉语词典》的解释，即演变的意思，而演变在该词典的解释含义则是发展变化（多指历史较久的）[1]。笔者根据词典含义，认为最接近本文研究需求含义的是文化的一种转变（如条件或者特征的改变），而在本文中的研究，嬗变一词指的是恶搞现象到粉丝文化的转变。

纵观国内外的研究，涉及到恶搞现象嬗变的研究较为缺乏，宇泉锟（2013）注意到的恶搞嬗变是基于消费主义视域下的，更多的是探讨消费主义社会中恶搞的地位和特征发生的改变，而对其本质的探讨并未过多涉及。

此外，媒体人员注意到的恶搞文化的变化是从其与主流文化之间的转换而研究，比如韩浩月（2012）认为恶搞文化正在脱离低智商、恶趣味和无聊的特征，转而更接近主流的价值观，同时，恶搞的对象也更多转移到了社会的丑恶现象，伤害性下降，有了更多隐藏的智慧。

三.粉丝文化

费思克（1992）提出，粉丝的生产力可以分为符号、声明以及文本生产力，符号生产力是属于大众文化的特征，民众从文化商品的符号资源中创造意义就是从事符号生产，而这种内在的私人意义通过交流、外在装扮等其他行为表达出来的时候，就变成了公共的“声明生产力”。文本生产力则是体现在粉丝新创造的文本和原始文本的重构。

克洛斯伯格（1992）提出“感受力”的概念，他认为粉丝可以通过调动和组织情感投入可以建构出个人的身份和权利感，这种建构会导致他们可以对自己的情感生活重新拥有

[1] 来源于现代汉语词典第1190页“嬗变”的解释，商务印书馆（第5版，2005）

万方数据

全新的支配权，从而可以更好的应对新的痛苦、悲观主义、挫败感、异化、恐惧及厌倦。，克罗斯伯格提出的粉丝心里和情感问题已经成为粉丝文化研究中的一个重要领域。

海纳曼（1992）关注到大众媒介对粉丝文化的影响，引入精神分析理论，解释了粉丝幻想的本质，认为明星形象与粉丝幻想者的个人生活纠缠在一起，成为了被压抑的、寻求完满的欲望的重要符号。

从国外的研究可以看出，本文认为粉丝文化是粉丝所创造的文化，粉丝通过追随和利用各种创造的文化符号去表达他们对偶像的狂热与崇拜。

而国内的粉丝文化研究则主要从两个方面展开，一个是新媒体时代下粉丝文化的传播新特征，另一个则是粉丝文化的消费主义特征研究。

黄婷婷（2016）提出微博的传播模式消解了传统媒体的霸权，粉丝不需要通过传统媒体刻意筛选与塑造的虚饰形象来获取偶像的信息，粉丝们在信息上实现了更加相对的自由，他们可以自行探索关于偶像的信息，同时，这些信息的获取比传统媒体更为快速和全面，因此，粉丝和明星之间形成了与现实社会关系相区别的“伪社会互动关系”，构筑了真实与虚幻之间的状态。

值得一提的是，国外的学者詹金斯（2006）作为粉丝文化研究的著名学者，他采用了“参与性文化”的概念，消费者之所以可以在网络上进行偶像的内容生产和传播，是因为新技术的授权，他们提出了新的自我要求，即“拥有参与媒介叙事的创造和发行的权利”。关于消费主义的研究，学界认识到的是粉丝的需求促进了消费主义的蔓延，而消费主义同时也促进了粉丝文化的发展。李康化（2016）在《粉丝消费与粉丝经济的建构》提到，消费社会中，商品的符号价值日益增强，会逐渐超过实用价值，而对粉丝所投入在符号价值的消费引起的身份认同又极大推进了粉丝文化的发展。

在粉丝文化的研究范围里，媒介技术对其影响和粉丝文化呈现的消费主义特征这两方面有了新的研究成果，发现了移动互联网时代的粉丝群体行为的新特征，但是媒介技术影响下的恶搞与粉丝文化的关系鲜少有人涉及。

万方数据

1.4 研究问题和研究方法

一.研究问题

本文探讨的并不是孤立的恶搞现象抑或是粉丝文化，而是恶搞现象嬗变到粉丝文化的这种过程中产生的变化、原因和结果所在，所以在传播学的背景下主要研究如下几个问题：

（1）恶搞现象嬗变到粉丝文化的传播学成因是什么？

从传播学的角度去分析为什么恶搞蔡依林可以完成文化的嬗变，并且嬗变后的文化依然拥有经久不衰的影响力，能够让这类文化与其他短暂消亡的恶搞现象区别开来。新媒体的发展、受众的自我创造力和身份认同、还有消费主义的普及、社会文化的变迁和政治导向等的影响都是需要去研究的因素。

（2）恶搞蔡依林的文化嬗变的发展脉络是怎样的？

从恶搞蔡依林的源头-贴吧论坛、恶搞蔡依林的文本传播的渠道-贴吧、微博和微信以及其他与恶搞蔡依林和蔡依林本人相关的新闻门户网站等不同来源的文本整理出恶搞蔡依林的淋文化的嬗变脉络，以此来确定嬗变过程中起到关键作用的因素，为研究提供有力的支撑。

（3）这类经由恶搞现象嬗变的粉丝文化与移动互联网时代之前的恶搞文化有什么不同的地方？

该问题主要是区分嬗变前后的文化特征，引入媒介背景深入研究文化的嬗变成因。

（4）这种嬗变后的粉丝文化存在的价值是什么？

探求恶搞现象的文化嬗变的价值所在，该种粉丝文化文化如何与主流价值观并存，对当今的主流文化秩序起到一个怎样的作用，帮助理解粉丝文化与主流文化人群之间的话语关系。

二.研究方法

本文采用的研究方法主要有文本分析法和半结构访谈法。

万方数据

（1）文本分析法

由于本文涉及到对淋文化成果的研究，强调的是对媒介内容的深入理解，所以采用了文本分析法，陈阳（2007）认为文本分析法其优势在于获得深层的隐含意义。本文搜集并整理了淋文化发展的源头-百度贴吧（以 Oricon 吧、Billboard 吧、蔡依林吧）和微博两个传播平台的相关内容，同时辅以一些与蔡依林相关的新闻门户网站的早年通稿，主要从表情包和淋语言两个方面来进行分析，提炼出这些文化成果所指向的含义和特征，得出淋文化的文化内核意义。

（2）半结构访谈法

本文通过线上和线下访谈相结合的方式，先后采访了六个不同行业或不同专业，与淋文化有关系的人。他们有的是淋文化的资深使用者，有的是蔡依林的粉丝，有的是了解蔡依林但不是蔡依林粉丝的群众。笔者设定一定的样本容量，总共访谈 6 个人，年龄跨度在 15-26 岁之间，主要以青年和少年为主。访谈问题会根据受访者的身份和其他实际情况在原有访谈提纲基础上进行调整。

万方数据

2.恶搞现象嬗变到粉丝文化的个案解析-以淋文化为例

不是所有的恶搞现象都可以嬗变为粉丝文化的一部分，所以在研究这种文化现象的时候首先要厘清这种文化的意义，从文化定义和话语体系去分析其文化的表面含义，而风格建构和话语策略的分析则可以协助理解这种文化嬗变中的内在动力。

2.1 淋文化的概念解析

2.1.1 淋文化的定义

从现象到文化，是一个过程，也是一个多种因素催生的结果。谢元森（2014）提及舆论场中很多热点事件很容易沦为烂尾新闻，经过一阵子的舆论关注但很快消失匿迹。淋文化摆脱了热点事件的烂尾特征，从多种争议事件中不断发酵，不断汲取营养，从黑粉到如今被越来越多的人所熟知的淋文化，必然有其发展的原因 ，而为了方便研究，需要对其做一个定义。

文化的概念学界并没有一个统一标准，美国文化学家克鲁伯和克拉克洪在《文化：概念和定义的批判性回顾》(1952）一书中认为，文化是包括各种外显或内隐的行为模式，通过符号的运用使人们习得并传授，并构成了人类群体的显著成就。文化的基本核心是历史上经过选择的价值体系。而毛泽东在《新民主主义论》(1952）中提出一定的文化（当做观念形态的文化）是一定社会的政治和经济的反映，又给予伟大影响和作用于一定社会的政治和经济。

国内外的文化定义都聚焦在文化是经过历史选择的，而不同文化的历史选择主动权是不同的。

回到淋文化的定义上，淋文化的文化内核和文化生产力并不同于其它粉丝文化的自我创造，很大一部分是吸收了“异见”性质的恶搞元素,即非蔡依林粉丝自发性和原生性的创造。这是一种外来的文化引进，所以淋文化诞生之初很大一部分程度的文化生产是依靠非粉丝的网友群体来完成的，所以，首先淋文化是一种恶搞文化。

但淋文化在后续的发展过程中，却不可避免的受到了粉丝的影响。费思克（1992）将粉丝的生产力分为符号、声明、文本三类。淋文化最主要的符号资源就是蔡依林这个偶像

万方数据

本体；声明生产力是通过生产淋文化专属的语言和表情包来彰显符号意义；文本生产力则是实际可见的、可以被流通的那些文本，比如淋语。在后面的分析中笔者会提到，淋文化发展的前后期粉丝的介入程度是不一样的，前期粉丝是一种否定和抗拒的态度，而在后期粉丝加入了这场文化嬗变过程，令淋文化不再是单纯的恶搞文化，所以使用群体和创造群体是一种动态的变化过程。

而淋文化的内核是蔡依林本身，文化成果是以蔡依林本体生产和再生产出的内容，包括恶搞图片、个人言行以及其音乐作品中的被人诟病的部分等等，这些成果的传播却是借由影响力巨大的网络媒介，这种由他人再次加工的可传播成果带有强大的社交传播元素，从贴吧到新浪微博，它从诞生之初起就是通过社交媒介渠道来进行态度和身份的双重展示，从传播渠道上来说，淋文化具有天然的社交传播属性。

归纳以上的概念阐述，淋文化实际上是以蔡依林为原型将网友生产出的包括图片、语言等一系列恶搞的文化成果通过社交媒介进行传播所形成的恶搞文化，同时随着时间推进和粉丝的介入影响动态性地转变为粉丝文化的一部分。

2.1.2 淋文化、恶搞、粉丝文化的概念区分

由于恶搞在含义上会根据实际研究的范畴而定，所以容易造成研究上的误解，所以笔者为了研究的准确性，需要对这三者有一个概念上的清晰界定。

（1）淋文化与恶搞

在本文中，淋文化在 2.1.1 节做出定义[2]，而恶搞从三个方面来考虑的时候，恶搞是一种行为，即淋文化创造者以蔡依林为原型创造淋文化成果的一种行为，这种行为是动态的。

而根据王笑楠（2010）的定义，恶搞行为变成一种文化现象的时候，可以称之为恶搞文化。

在淋文化的情境中，则可以理解为淋文化本身就是一种成熟的恶搞文化。

而恶搞现象则是淋文化的外在表现，比如那些恶搞蔡依林的图片、文字等。

[2]参见 2.2.1-淋文化实际上是以蔡依林为原型将网友生产出的包括图片、语言等一系列恶搞的文化成果通过社交媒介进行传播所形成的亚文化。

万方数据

（2）淋文化与粉丝文化

粉丝的概念，来源于拉丁文“fanaticus”，是“疯狂但是受到神灵启示的”（insanely but divinely inspired）的含义。[3]对粉丝的定义学界并没有明确的标准，但根据陈庆婷（2015）认为，粉丝主动不断地消费偶像（文本）、采取进一步的行动，相对于普通大众的消费者他们更加痴情与着迷，在这层定义中，粉丝被视作是一种付出感情和行动去支持和崇拜偶像（文本）的人，而粉丝与一般的大众不一样的地方在于他们这种行为会变成生活习惯和态度。

文化的概念并未统一，但基本承认这是一种属于精神生活的部分。在文献综述中，笔者将粉丝文化定义为粉丝参与创造的文化，粉丝通过这种文化表达对偶像的崇拜和热爱。王羽秋（2012）认为粉丝文化是伴随着粉丝社群出现的，成员通过自愿的参与和一系列互动交流所形成的自己独特的话题议程、行为准则和语言表达等。笔者由此认为蔡依林的粉丝使用淋文化去表达自己的暗含的情绪和对偶像独特的感情，本身就是属于粉丝社群中的一种行为。

所以，粉丝文化的来源必然来源于粉丝自身的行动，即粉丝文化的创造主体一定有粉丝本身的存在，粉丝通过各种途径跨越虚拟与现实，狂热的表达自己对偶像的崇拜，形成了独特的粉丝文化。值得注意的是，淋文化并非是一种原生于蔡依林粉丝群体的文化，可以说是一种后来的和外来的文化。因此，粉丝文化与淋文化的关系则是一种包含与被包含关系，淋文化并不完全等同于粉丝文化。

蔡依林在长期的粉丝积累中，源自非蔡依林粉丝的淋文化的发展与源自蔡依林自身的粉丝社群发展而来的粉丝文化并非重合关系，而应该看做是动态的包含关系，即淋文化在嬗变的过程中，被吸纳进蔡依林的粉丝文化中，逐渐变成其粉丝文化的一部分。

2.2 淋文化的媒介文本：互文性文本生产

曾一果在《恶搞：反叛与颠覆》（2013）中提出，就文本层面而言，今天的恶搞文化属于费斯克所说的大众文本--一种“生产者式文本”。生产者式文本不仅要求受众参与文本，

[3] 马孝辛，辛红娟.粉丝（fans）在中国的接受流变研究[J].理论月刊.2013（2）

万方数据

而且文本、大众与社会现实有了更加密切的关系。而由于媒介的空前繁荣，新的文本不断衍生、繁殖、构成了互文的文本链，即成果之间有着千丝万缕的关系，但又互相区别，构成的是一种文本的互文关系。这是今日文化创造中的一个突出现象。

淋文化的媒介文本主要是通过符号生产和文本生产的成果体现出来，主要是两个形式的文化体系，一个是淋表情（恶搞图片），一个是淋语（语言）。而淋表情大量运用淋语，有的淋语与淋表情结合能产生意外的效果，两种形式互相交叉、组合，成为一种文化奇观，符合互文性文化生产的文本特征。

而除了两种形式之间的互文性，笔者发现在各个形式内部也存在互文性的特点。

（1）淋表情

淋表情主要是以蔡依林为原型制作的动静态图片，此类图片取材于蔡依林不同于官方宣传和媒体塑造的符合正常大众审美的表情瞬间，以夸张的丑化元素为主要基调，以恶搞常见的拼贴形式为主，同时，很多淋表情会配上淋语。

该种载体的主要特征是：

① 互文性文本的原始文本颠覆：淋表情的素材来源为蔡依林的丑态、搞笑、不自然、夸张的表情和动作等。

以百度贴吧为例，以淋淋或者蔡依林为关键词，能够搜索到的恶搞蔡依林的图片拥有普遍的非常态来源特质，比如图 2.1。

万方数据



图 2.1:以淋淋为关键词搜索到的贴吧图片示例

这张图是经过拼贴和移植的方式将蔡依林的头部用图片处理技术处理到其他的影视作品形象（巴拉拉小魔仙），不同来源的文本进行肢解而重构，而且这些选取的表情按照正常审美来说并非是一种常见而合理的，更多的是一种丑态、搞笑，属于不自然和夸张的表情。

① 互文性文本的新意义建构：经过拼贴形式二次加工，无底线的渲染和丑化。

以图 2.2 为例，除了选取蔡依林不自然和丑态搞笑的表情之外，创作者还会应用图片处理技术，在原有恶搞的基础上，进行再次加工。加工的形式可以是文字，也可以是再次拼贴，目的是将创作者心中渲染和强化丑态的动机表达出来，而这种渲染和丑化并非是有底线的。

万方数据



图 2.2：蔡依林头部被拼贴到其他影片截图中

② 互文关系中的理解障碍：淋表情的理解并非直观，而是需要有相当的积累才能被理解

霍尔（1973）的“编码与解码”理论批判传统的”发送者-信息-接受者“的简单和一刀切的传播模式，但是这种模式并非证明能够将发送者（编码者）的本意无误传递给解码者，由于种种原因，解码者会有多种理解甚至导致对信息的误解。淋文化的生产本质上就是一种编码过程，并非所有的解码者都能对生产者所要表达的所指含义能够进行正确的解码，只有对淋文化有所了解的人才能正确编码，此外能够被大众理解的部分淋文化成果实际上是来自于常识。

“我不会使用她的表情包，因为很多人都不懂啊。”受访人日语老师光洙说在采访中提到这一点，在他看来，淋表情并不够大众，很多淋表情本身并不能直接用于直观的聊天中，甚至会阻碍聊天语境中的理解。[4]而受访网友绝色春晓也会提到，她也是有选择性的去使用淋表情，但是很多黑的成分太重的表情她不会去使用。[5]

尽管这种文本的元素受众都理解，但当它们聚合到一起的时候，创造出的新文本必须要在一种“互文关系”中才能理解，

[4] 详见附录-光洙的采访手记（日语老师，蔡依林粉丝，2017 年 4 月）
[5] 详见附录-绝色春晓的采访手记（高中生，蔡依林粉丝，2017 年 4 月）

万方数据



图 2.3：蔡依林淋表情示例

如图 2.3，受访人绝色春晓提到，这张表情她不会去使用，因为很多人无法理解吸的含义是什么，而且张开的大腿很容易引起性方面的理解偏差，只有深谙淋文化或者是蔡依林粉丝的人才会知道这张图代表的意思是夸张的说明蔡依林的努力可以吸入宇宙一切事物。[6]

（2）淋语

淋语即一种反-语言(anti-language),即费斯克在《关键概念-传播于文华研究辞典》中提及的反-语言，是一种同主流语言秩序相反的、多少是存心制造并维持的语言，表现的是语言领域的反抗情形。

淋语是淋文化中另一个重要的组成部分，它不仅来源于蔡依林在公开场合发表的言论，还有来源于她音乐作品的歌词、媒体通稿中的采访语句，甚至是在社交媒体中发布的话语，此外网友自身也会加入到语言的创造过程中，总体来说，来源形式多样。

笔者整理后，根据淋语的不同用法，主要分为必备淋词、语气助词、歌词专词、高级淋词、专用句子等五个大类。

① 必备淋词

必备淋词针对淋文化的入门学习者最先应习得的词语，是整个文化体系中的最基础的

[6] 详见附录-绝色春晓的采访手记（高中生，蔡依林粉丝，2017 年 4 月）

万方数据

一部分，这一部分的淋词是不同网友对蔡依林的别称，即非官方称呼。以下为示例

a. 淋淋。这是蔡依林在整个淋文化中的核心称呼，使用淋文化的人会将蔡依林称之为淋淋，以表示自己了解或者熟知淋文化。

b. 地才。代指蔡依林。蔡依林在不同的场合都会强调自己努力的重要性，将舞蹈动作当成高难度的杂耍，赢得了“地才”称号。

c. 被吸。意指被蔡依林的性器官吸进去，多用在不努力就会被吸的语境中。夸张的形容蔡依林的力量很强大，可以吸进宇宙一切事物。

d. 淋逼/淋 B/淋 13。特指蔡依林的生殖部位，指代为温暖干净的地方。

②语气助词

语气助词多来源于蔡依林微博，经笔者翻看蔡依林 2010 年早期微博（如图 2.4），如下语气助词都是粉丝或者黑粉模仿而形成，改变语言传统的用法，无论动词还是名词都可能作为语气助词。以下为示例：

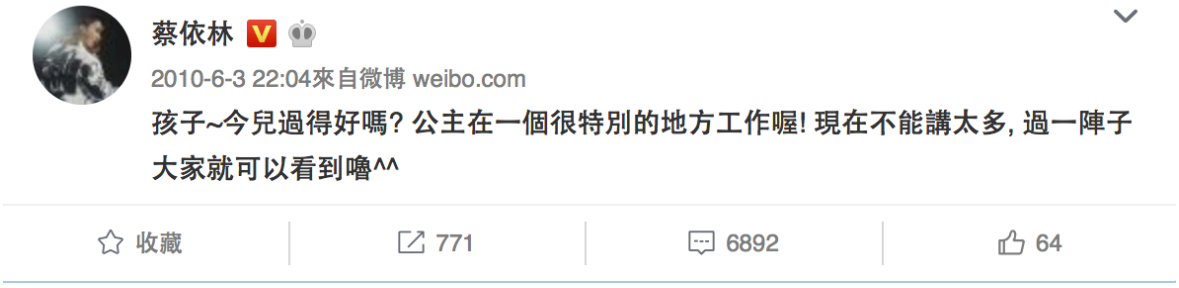


图 2.4：蔡依林 2010 年发布的一条微博

a. 噜。

表示了。多用于句子结尾，用法示例：淋淋要发新专辑噜！

b. 惹。

表示了。用于句子结尾，但“噜”有了更多傲娇的语气，感情色彩更强。用法示例：淋淋真是好棒棒惹！

c. 奴。

万方数据

表示了，用于句子结尾，可与“惹”替换，用法相似。用法示例：淋淋又长大奴！

d.厚。

语气词，单独使用，抒发强烈而鲜明的情感，表示感叹，属于正面词汇。

用法示例：厚！有你们真好噜！

③歌词专词

歌词专词来源于蔡依林歌曲作品中的歌词文本，可能是一个句子，也可能是一个词语，通常单独使用的时候其语境含义已经发生变化。

a.路人甲

来自于蔡依林歌曲《花蝴蝶》的歌词“那些路人甲们，凭什么发言惹人讨厌”，经由传播，浓缩为路人甲，意指为那些乱评价和指点别人的人。

b.走钢索

来自于蔡依林歌曲《美人计》的歌词“是谁为爱走钢索”，意指为追求心爱的事物甘愿铤而走险。

c.恒河水

来自于蔡依林歌曲《舞娘》的歌词“再来一杯那古老恒河水”，意指为可包治百病的良方，多用于自嘲。

④高级淋词

这类淋词并不在传统和官方承认的词语之内，属于字典里找不到的词汇，而且多是改变了被官方承认的词汇的正规组合，多以错别字或者谐音字的形式出现。

a.开熏。

表示开心，这类词使用体验会更加具有感情色彩。

b.孩柱。

万方数据

表示孩子的意思。

c.洗翻

可写成喜翻，意味喜欢的意思，蔡依林本人也经常使用。

⑤专用句子

专用句子的创造自由度较高，多源于淋文化创造者结合蔡依林本人的行为模式、生活状态或者其他相关符号进行创造，句子来源多样。

比如不努力就去死。表面意思是嘲讽不努力的人，但实际上使用者在使用该句子时以“自黑”心态为主，意指自己无能为力的无力感。

从上述的淋语言整理中，可以归纳出淋语言的主要特征为：

① 互文性文本的原始文本颠覆-改变语言本意

淋语首先改变的是中文的传统含义，比如努力一词在淋语中不再是一个正面词汇。在帖子数破 2390810（2017.4.28 数据）的三木木贴吧里，（三木木即淋字的拆分），搜索关于努力的帖子的时候，一个帖子名为《 【三木木】，最后一节课是语文课大不了不上了》里面的发帖人提到与“黑公主的人同归于尽”，下面的回复是“好努力的鸡屎惹，感动的我想砍你 130”。

从这个发帖人与回复人之间的信息互动来看，努力在这里并不是一个很正面的词汇，而成了一个可以被嘲笑的词汇。[7]

② 互文性文本的新意义建构-挑战现有的语言使用秩序

从上述的文本分析中，除了努力，有些原本只能作为形容词、动词和名词的汉字都被当成是语气助词，比如厚。淋语是作为挑战现有的语言秩序而存在的。在这里戏仿的是蔡依林的口吻，颠覆的却是主流的语言秩序。

③ 互文关系中的理解障碍-粗鄙和性暗示意味浓重

[7] 详见链接 https://tieba.baidu.com/p/5087144543?pid=106581411163&cid=0#106581411163

万方数据

从淋逼和淋淋等词可以看出，淋语讲究的是语言的粗鄙，并且时不时插入性暗示的部分，而若没有一定的积累，也很难理解背后的真正含义。

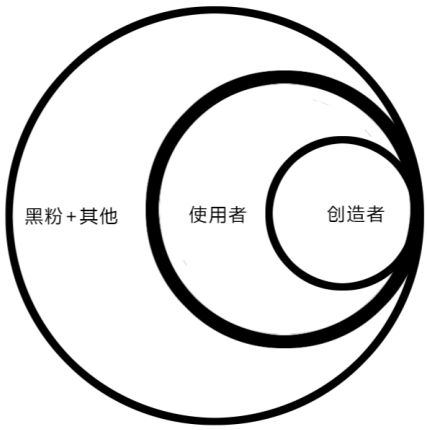
2.3 淋文化的风格建构：认同和定位

费斯克在《关键概念：传播与文化研究辞典》中提出，风格是文化认同与社会定位得以协商与表达的手段（2004）。淋文化的风格建构，与它自身的文化认同与社会定位有莫大的联系。本文主要从文化认同和社会定位两个方面解构淋文化的风格来源。

（一）文化认同

华语流行乐坛中，港台艺人是中国两岸三地最早注重市场定位和艺人推广的群体，而蔡依林作为该群体中的代表人物，由于其经纪公司、代表作品、市场受众等原因决定其从音乐圈向大众的高度渗透力，其中粉丝对其的作品认同、性格认同以及励志经历等不同符号的认同是粉丝文化庞大的基础之一。

淋文化一个重要的风格来源就要从其本体去考虑，即蔡依林本身。粉丝的符号生产力的发生过程就是在这个核心符号上重新建构的。值得注意的是，符号生产力是基于人们自己对文化商品的理解而得出的，这是一种属于个人的私人意义，本质上是内部的，这时候并不能作为容易传播的符号，所以传播的责任就要落到更为直观的粉丝文本生产力上。嬗变之前和之后，淋文化的风格建构是不一样的，因为两者个时间段的文化创造者、使用者发生了错位的变化。



万方数据

图 2.5：嬗变前的淋文化参与者构成

在还未进行粉丝文化嬗变前的恶搞时期，恶搞成果的创造者、使用者、黑粉和其他人群的范围是不一样的。恶搞时期并未涉及太多粉丝文化的部分，所以这一时期的群体主要是反对蔡依林的日音粉丝和欧美音乐粉丝，以及其他对蔡依林拥有一定的反感度的网友。这部分叠加起来的人群中又包含了一定的恶搞成果的使用者，而创造者是必然在使用者内部产生的，有最初的创造者，也有后来成为意见领袖的创造者，一层一层的叠加，构成了淋文化嬗变前的相关参与人员群体。

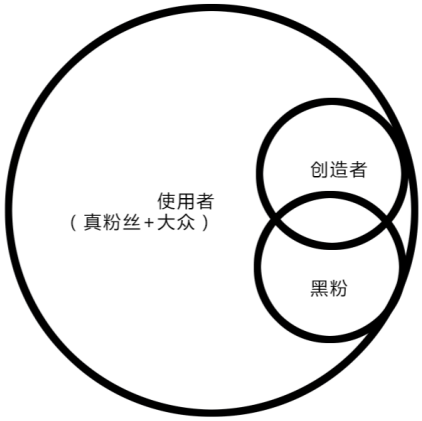


图 2.6：嬗变后的淋文化参与者构成

嬗变后的淋文化，由于传播途径的变化，淋文化受到的关注度增加，一部分蔡依林自己的粉丝和一部分大众也加入到了使用者的行列，原有摇摆不定的中立人群也加入了一部分大众使用者行列。而黑粉和创造者不再是包含关系，而是成了交叉关系，也就是说，在同为使用者的黑粉的一部分人继续为淋文化的创造做出贡献，但另一部分创造者加入了新的人群，这部分人群可能是真正的粉丝，也可能是一部分大众。

而淋文化主要的文化内核是有如下四个方面，这些内核是嬗变前后都存在的，嬗变后的粉丝文化继承了嬗变前后的恶搞内核：

（1）抄袭

万方数据

即事业的争议。纵观整个淋文化的发展史，淋文化的最初创造者是一部分热爱日本流行音乐的粉丝，蔡依林涉嫌抄袭日本流行音乐的作品激怒了这一部分日音爱好者，而这一个时期的恶搞主题也以抄袭为主，他们试图传达抄袭与蔡依林的必然联系性。

但是嬗变后的淋文化，虽然并未完全抛弃“抄袭”这种内核，但在后期的嬗变中，淋文化渐渐淡化抄袭的成分，而是将注意力转向了其他的内核，比如努力或者是天后等。这是因为在嬗变的过程中，抄袭是一个极富争议性和专业度要求较高的话题，官方也不会承认蔡依林抄袭，无论是黑粉还是真粉丝都没有办法去取得这场争辩的胜利。

（2）努力

即行为的争议。在淋语言中，很大一部分的含义都与努力这个关键词有关。比如“地才”,相对于大众熟知的天才来说,是被认为努力的自称,不靠天赋。“不努力就把你吸掉”也是一种批评不努力的态度。淋语在尽情渲染蔡依林的努力程度，在最初的文化创造者看来，这不过是一种规避抄袭负面印象的公关做法，原本正面的关键词也被黑粉利用变成了淋文化的恶搞素材。

而嬗变后的淋文化，由于蔡依林本人的成就得到大众的认可，在流行乐坛的话题度并不减当年，加之如今华语歌坛的颓势，蔡依林用自己的经历证明了自己的实力，淋文化嬗变前后渲染的努力内核，因为蔡依林的以身作则，比原本的嘲讽多了一些羡慕意味。

粉丝在情感上对偶像的认同随着蔡依林的成就与日俱增，淋文化在发展过程中不再只是一种被单纯看做是以恶搞为目的而发生的行为，而是将其视作明星社会影响力的资本之一。粉丝在传播淋文化的某些成果之时，恰恰也是在公开扩大这种影响力。

（3）天后

即地位的争议。一个流行艺人的地位目标是天后天王,这是一种娱乐市场自身的规则。在黑粉的创造理念中，蔡依林的所作所为都是在遮盖抄袭的真相，于是他们选择将一个个正面的词语转变为一个个违背原有语意的淋语，目的是在于“为偶像出一口气”，捍卫自己所重视的东西。于是天后，实际上不再是一个天后的本意，而是一个黑粉心中的具有反讽和戏谑含义的词语。

天后的地位争议，一直是淋文化重要的文化素材来源，从“万能的淋逼”这类词汇都可以看出黑粉渲染一种蔡依林控制宇宙的幻象。而嬗变后的淋文化，天后的意味也渐渐被

万方数据

淡化，因为实际上蔡依林本人的天后地位已被市场承认。

（4）做自己

即形象的争议。做自己是自我认同，这在蔡依林的作品和演唱会中可见一斑，除了对自我风格的肯定之外，蔡依林也号召各类性少数群体勇敢面对社会大众，这个元素在之后的传播过程中起到了重要的作用。

做自己是嬗变前后少有的被黑粉和真粉共同承认的文化内核，一方面做自己的确迎合了目前社会对自我身份压抑的内心解放需求，比如长期处在社会边缘而话语权薄弱的性少数人群，另一方面蔡依林在自己的对外形象包装上，无时无刻号召粉丝勇敢做自己。[8]

（二）社会定位

艺人的社会定位一般都是输出文化产品和提供谈资，在蔡依林自己的粉丝文化圈和恶搞的黑粉文化形成之后，出现了两种价值观的对抗，一个是对偶像的维护，另一个是偶像的打击，两个文化圈子不断对抗却又不断影响。

恶搞蔡依林本身是社会定位带来的正常结果，消费偶像的私生活是娱乐市场的传统。恶搞蔡依林实际上遵循的是恶搞文化的模式，对抗主流文化，对抗被媒体和官方构筑的蔡依林，展现的是颠覆化的蔡依林形象，这个形象扭曲、污名化，也带有强烈的娱乐意味。换句话说，在一个被媒体和官方构筑的蔡依林之外，淋文化带来了另一个蔡依林，这是一个全新的符号定位，或许原本不属于粉丝文化，但是随着时间的流逝，它成了人际交往中的意义载体，变成了沟通的语言素材，变成了蔡依林本身默认的存在，变成了真粉丝的自我解嘲，甚至变成了自我风格的展示。

这种粉丝文化不同于其他原生的粉丝文化，它有自己的传播缘由，它有自己的产生土壤，它有自己的风格建构，但却是社会定位带来的必然后果。

[8] 视频-蔡依林的蛋糕哲学演讲，号召粉丝勇敢做自己：http://www.iqiyi.com/w_19rt2oc3e1.html

万方数据

2.4 淋文化的话语策略：典型式狂欢

风格建构完成了文化气质建设，是一种源自于蔡依林原型的内部元素，而话语策略则在蔡依林这个原型之外重新制定了淋文化的内容建构规则，这种建构更多的是从淋文化的使用者、传播者等参与者角度出发的。

巴赫金（1998）的狂欢化理论将狂欢现象视作一种反抗霸权的力量，将官方、严肃和等级森严的秩序世界视作第一世界，而在第一世界的另一边建立起就是完全颠倒的世界，这是属于平民大众的世界，在这个世界里，平民可以释放天性不再压抑，不必考虑秩序的束缚，褪去的是外在社会赋予的标签符号，在这个世界里，人们可以尽情的对生活的正常逻辑进行颠倒、亵渎、嘲弄、戏耍、贬低、歪曲与戏仿。

巴赫金将人类现实中真实存在的狂欢节转化为一种理论，在狂欢节广场这个具体场景中，人们通过各种有趣的方式去游戏和娱乐，建构起一个在场景中获得欢愉和大笑的狂欢节。而这种狂欢场景正是淋文化话语策略建构的真实表现，换句话说，缘起恶搞的淋文化是这种狂欢场景在网络上的具体展现。

淋文化实际上是一场典型的狂欢，在这个狂欢中，淋文化制定了狂欢内容、狂欢场景以及狂欢认同三种不同层面的狂欢。

（一）狂欢内容-极致的夸张渲染

淋文化极致的夸张渲染是话语内容的狂欢。在传统话语体系中，人们会顾及各种包括职业、家庭、地位等社会符号加诸于自身的语境下从而会有意识去控制自己的对外表达，处在社会关系中的人受到主流话语秩序的制约而表达出的话语文本都是经过符合社会主流观念的前提下而筛选出来的，是一种刻板而又严肃的话语文本生产。

而淋文化将这种刻板而严肃的话语文本生产规则彻底打破，淋表情的文化生产过程中，其恶搞者把握的一个重要原则是“非正常审美”，这种审美的特点从不迎合市场所谓美轮美奂的官方宣传，颠覆的是官方塑造的形象，嘲弄的是规则，本质上是一种对旧有秩序的破坏。在人类审美维度里，这些表情并非一种美妙的体验，甚至连普通都算不上。因为选取的角度都是偏离主流审美的,如图 2.7 和图 2.8,这些图片展示出的蔡依林是表情狰狞、动作狂放的形象，毫无底线。对这些图片的二次加工，会力图造成一种非自然的现象，冰火、换脸等具有反差视觉感的加工技术会被运用其中，渲染出创造者想要传达的风格关键

万方数据

词，如努力和天后等，在淋文化中构筑的蔡依林是不同于官方话语宣传下的一个正面形象的唱跳艺人，是一个跨文本的恶搞形象（从影视到动画）。



图 2.7：蔡依林演唱会图片与火焰的拼贴恶搞图片



图 2.8：蔡依林头部被拼贴到动画截图中

通过这些极致夸张渲染和突破常规的的文本生产，打破的是不同素材的在空间和文本上的本义，从而创造出崭新的文化含义，这种创造经常是颠覆性和彻底性的，比如图 2.7，火不再只是单纯的火焰，与蔡依林夸张的舞蹈造型结合，造成惊叹的视觉效果。

淋文化的狂欢内容展示的是话语文本层面的狂欢，是一种颠覆性的文化生产，在这种生产过程中，正如其文本的“生产者式文本”特征，这种内容站到了“严肃和刻板”的社会对立面。

万方数据

（二）狂欢场景-情感化的符号解读

正如上一节提到的，淋文化的话语秩序实际上在打破主流话语文本生产的严肃和刻板性，而淋文化在生产之后，如何解读也是狂欢的一部分，这种解读同样带有打破的是旧有的解读秩序，即社会普遍推崇的做人处事的基本法则，在正确的场合做正确的事情，每个人将自己的行为框定在社会制定的规则之下，而非真实的情感。

但在互联网时代，网络交流已成为人际交往的重要方式，而网络交流相比现实生活有了更多交流的自由性，相比现实生活用言语或者身体语言的沟通，网络沟通的形式丰富多样，而隔着电子产品间的网络交流更好缓解人与人沟通的紧张氛围，在互联网上的交流的人们，有了更多自由去表达自己的真实情感，现实中严肃的秩序的影响在网络上得到些许消解。

而淋文化在网络空间展示出的狂欢场景，是情感化的符号解读为基础带来的。淋文化是一种“生产者式文本”，这种文本生产的过程中本身就带有恶搞者的强烈的个人情感，而赋予使用者自由的解读权利也让这种对文本的解读自由的带有私人感情。作为反-语言的淋语功能上就是强化情绪的作用，比如“惹”被理解为带有惊叹性的情感倾向，比如努力一词也不再拥有正面能量，是一种对当前社会奋斗的个人并没有得到相匹配的成果的嘲弄情绪，可以被理解成一种虚伪而展露给大众观赏的价值观，比如使用图 2.7 的表情包去表示一种惊叹中的不以为然的情绪，这些被刻意歪曲的文化符号，恰恰是在表达当今青年人对社会的真实感受，他们受到长期的官方媒体所宣扬的正面信息的影响，却在不稳定的竞争环境中，看到了社会的真相，他们鄙夷这种虚假的宣传，但在社会中又受到庞大人际关系的压力不能真实表达，所以他们选择在淋文化找到宣泄的出口，自由而不受限制，人们可以肆意使用其中的文本符号怀着最真实的情感加以重新解读。

人们通过这些被他们自己解读的文化符号在网络上塑造了他们自己部分形象，用以模拟他们真实的情绪，在网络上创造了一个又一个新的情感狂欢场景，在场景中肆意的表达自己，不同的人在淋文化中都能找到自己的解读方式从而加以运用，是一种不受限制的情感狂欢。

万方数据

（三）狂欢认同-身份辨别

巴赫金所描述的狂欢广场中，狂欢人群是要抛弃所有的身份、地位、财产、阶级等外在符号，作为一个纯粹的狂欢参与者角色加入其中，所以所有人都共同拥有一个被认同的身份-狂欢者。

所有的大众受众通过文化工业产品中创造出与自身社会情境相关的意义与快感，而不同程度地从事着符号生产，但粉丝将这些符号生产转化为可在粉丝社群中传播，并以此来帮助界定改粉丝社群的某种文本生产形势。费思克（1992）认为粉丝们创造了一种拥有自己的生产及流通体系的粉丝文化，这就是界定身份的策略来源所在。

狂欢和粉丝文化的共同之处在于，在一个场景中拥有共同的身份，这个身份是基于某种共同的东西。创造和享用这种文化，不一定意味着承认该种文化，但却是身份辨别的重要工具。最初的身份识别功能是为了团结共同讽刺蔡依林抄袭的黑粉，而如今却是检验蔡依林真正粉丝的一个量尺，原来带有贬义的淋淋或者公主都成了粉丝对偶像的爱称。在淋文化中，每个参与者都找到了自己的享用快感，他们可能实现了自己的某些想法，他们也可能找到了另一个现实中找不到的自己，甚至他们借助这种文化找到与这个社会的暂时平衡感觉，而这些精神层面的感受，是不需要他们有额外的入场券，只需要下意识进行了解这种文化然后使用即可，而且随时可以选择离开。布尔迪厄（1984）在《区隔：对趣味判断的社会批判》一书中强调，不同的文化资本决定了不同阶层的欣赏趣味或者品味，审美差异揭示社会群体不同的位置。这种后天形成的趣味判断力和审美判断力成了社会区隔的标志。

而淋文化的掌握程度，就是布尔迪厄提到的文化资本，这种文化资本区隔了淋文化内外的不同地位的人，有的人不了解淋文化，自然无法加入淋文化的狂欢中，掌握熟悉的淋文化的人是真正的粉丝，在狂欢中也就被默认为拥有共同性的参与者，尽管这并不算一种十分必要的方式，但却是一种“辨别粉丝”的有效方式。

万方数据

3 恶搞现象到粉丝文化的嬗变历程梳理—以淋文化为例

3.1 阶段划分及各阶段的选择依据

3.1.1 淋文化的嬗变阶段划分依据

在如今的媒介时代，一张图片变成广泛传播的恶搞图片，这种恶搞现象很常见也很短暂，而针对某明星艺人的恶搞现象也并不少见，但能够维持相当久的时间同时又在规模和影响力上不断增长，继而嬗变成为粉丝文化，这种媒介奇观却相对而言不太多见。而要对这种媒介奇观做研究的时候，有必要对其恶搞现象的嬗变历程做一个梳理，这种梳理的作用在于直观而清晰的揭示恶搞现象在发展过程中与之联系的重点因素。在 2 章中已经对蔡依林的例子定义为淋文化,所以在研究中统一称之为“淋文化”。

大多数文献关注的是恶搞现象带来的启示，恶搞和粉丝文化结合起来进行关联性研究的文献较为欠缺，所以在划分上，一般是根据该阶段蔡依林本人的事件和淋文化呈现的特征来区分。

3.1.2 淋文化嬗变阶段的梳理

本节内容是从百度贴吧、新浪微博和搜索淋文化相关的资料整理得出淋文化的成型阶段梳理，从阶段、事件、对淋文化的影响程度都做了一个整理。

由于本论文的研究范围是一种恶搞现象的前后嬗变，所以大体上可以分为恶搞现象期和粉丝文化期两大时间段，而这两大时间段又可分为多个小时期来细节性的勾勒出整体的嬗变过程。本论文选取蔡依林出道时间为研究起点，文本分析的范围包括百度贴吧、新浪微博和其他与淋文化相关的资料。

（一）恶搞现象期

（1）初始期：蔡依林成名初期

时间：1999-2002 年

万方数据

事件：蔡依林在 1999 年 9 月 10 日发行出道以来第一张专辑《1019》，形象定位于“少男杀手”，这张专辑令蔡依林在当年的华语流行乐坛崭露头角，在台湾的专辑销量高达 40 万。

影响：这个时期是蔡依林以新人姿态活跃在华语流行乐坛的时候，专辑的可观销量使得其积累一定的知名度，但是由于资历问题，蔡依林的形象定位就是一个新人，蔡依林开始有了自己初步的粉丝圈。

（2）萌芽期：蔡依林陷入抄袭负面新闻

时间：2003-2005 年

典型事件：2003 年发布《看我 72 变》新专辑以及媒体曝出周杰伦与蔡依林分手传闻。

影响：

日音黑粉的养成：2003 年蔡依林的新专辑《看我 72 变》一经发布，便被网友质疑专辑新封面抄袭日本当红歌手滨崎步 2002 年发行的《I am》新专辑封面，两人的动作和构图甚至色彩运用都让蔡依林抄袭成了一个确定事实（如图 2.9）。

这次抄袭风波使得当时以滨崎步粉丝为首的日本流行音乐爱好者异常愤怒，同时，蔡依林的粉丝又因维护蔡依林而反过来说滨崎步抄袭蔡依林，令日音爱好者极其愤怒，他们纷纷在百度贴吧等粉丝聚集地进行质疑、声讨、甚至辱骂，蔡依林的第一批“黑粉”养成。

周杰伦粉丝的养成：第二件事情是该时期不断传出的周杰伦和蔡依林的双 J 恋，尽管事到如今两人对该恋情从未真正承认过，但是媒体的不断报道和网友们的猜想使得蔡依林在这段时期内收货了很多非正面的评价，蔡依林的私生活为她引来了第二批黑粉，即周杰伦粉丝。

抄袭和恋情提升了蔡依林的人气，同时也增长了她更多的负面评价，越来越多的网友去讨论一个娱乐明星，讨论她的生活、作品、性格等，而讨论的过程必然带着话语文本的传播，其中反应最激烈和对其最敏感的人群则是上述两类粉丝，他们在论坛和粉丝圈里传播着对蔡依林的负面评价，为后来蔡依林恶搞的真正高峰积累了素材。但是彼时还并非真正意义上的移动互联网时代，传播的声量和渠道有限，所以该时期的粉丝之间的互相攻击

万方数据

也仅仅限于粉丝圈之间的力量博弈，并未涉及到过多其他力量的参与。



图 2.9：蔡依林和滨崎步专辑封面对比

（3）发展期：蔡依林站到了日本流行乐粉丝的对立面。

时间：2005-2006 年

事件：2006 年蔡依林发布《舞娘》专辑，再一次陷入抄袭风波。

影响：

2006 年蔡依林发布《舞娘》专辑，但其中的单曲《蠢蠢欲动》的 MV 被质疑抄袭中岛美嘉的《SEVEN》，这次抄袭让蔡依林又再一次走上了风头浪尖，大量的中岛美嘉的粉丝和之前日本音乐粉丝聚集起来在网上指责蔡依林，这次事件让蔡依林真正站到了日本流行音

万方数据

乐爱好者的对立面，他们在 Oricon 吧（日本音乐爱好者聚集的贴吧）有了共同的目标，即攻击蔡依林。

（4）成型期：蔡依林恶搞表情包的集中爆发期。

时间：2007-2010 年

事件：2007 年蔡依林唯舞独尊演唱会/2008 年英文翻唱专辑《爱的练习语》发布/2009 年花蝴蝶专辑的发布

影响：

2007 年蔡依林唯舞独尊演唱会（如图 2.10）又被网友称是地才演唱会上夸张的造型、出位的舞蹈动作和容易误解的表情等成为了后续淋文化中高频率传播的图片素材，包括后续被大量传播的 GIF 动图（GIF 分为静态 GIF 和动画 GIF 两种，但常见的是后者，即通过一帧帧动画串联起来的动图）等。



图 2.10：蔡依林 2007 年唯舞独尊演唱会现场图

2008 年翻唱英文歌曲专辑《爱的练习语》正式发布，这一个时期蔡依林的对英文歌曲的发音受到了一大批欧美音乐爱好者的诟病，习惯于欧美歌手发音的粉丝们将蔡依林的这一张专辑视为一个笑话，这种看起来“冒犯“自己偶像的行为让他们感到愤怒，他们也成为了蔡依林恶搞大军的一员，而百度贴吧也有相应的欧美音乐粉丝类的主题吧，如

万方数据

Billboard 吧。

而 2009 年花蝴蝶专辑的发布，又招来一片网友的恶评，专辑中的翻唱、出位的舞蹈以及造型等元素让网友对其的反感加深，原有的日音粉丝在之前恶评的基础上继续加深对其的言语攻击，恶搞的程度越来越深，从表情的恶搞到讽刺文本的创造，将蔡依林的称呼变成了“淋淋”。

而 2009 年，百度贴吧也诞生了专门的一批用来恶搞蔡依林的主题吧，贴吧名字多带有淋，或者是 Oricon 吧里与蔡依林相关的主题帖子都不再将蔡依林称为蔡依林，而是采取了别的称呼以及淋文化成果的大量运用。

该时期之所以称为成型期，主要是两个方面因素的考量，一方面是淋文化素材的高峰堆积，比如确定“淋淋“这个异化的称呼，为淋文化的成型起到了很大的作用，另一个方面，淋文化的传播阵势也形成，不仅仅是原有的日音粉丝，欧美音乐的粉丝群体也加入到这个群体进行传播，而传播的渠道则是贴吧，而贴吧受其影响的受众都将成为传播者或者创造者。

（5）高峰期：大批“淋”文化成果的涌现。

时间：2011-2012 年

典型事件：网友自制淋文化主题的《降淋》

影响：

该时期的是大批淋文化成果的不断涌现，以多个贴吧上的意见领袖作为主要代表。其中一个 ID 名为“请你走开”的网友，不仅创造了大量的动图，还在 2011 年以主创身份推出了一款游戏《降淋》(见图 2.11)，这款游戏放入了大量蔡依林的丑化图片，将蔡依林的脸被移植到癞蛤蟆、大魔王和千手观音之上。

除了蔡依林，滨崎步等艺人的照片也放入其中。这款游戏因为涉嫌丑化形象，被蔡依林粉丝和经纪公司意欲起诉，后来就不了了之。

万方数据



图 2.11:“降淋”游戏的开始界面

这款游戏的诞生所耗费的时间和精力并不算小，语言、图片、音乐等等结合在一起，成为了互文性恶搞文化奇观。创作者拥有足够的动力和技术去创造游戏的同时，恰恰说明了淋文化的文化自我创造力。

（二）粉丝文化期

（1）承认期：2012 年-2017 年

典型事件：蔡依林本人微博使用淋文化相关表情配图。

万方数据



图 2.12：蔡依林官方微博配图是自己的表情

影响：

图 2.12 是蔡依林 2017 年 3 月份在自己的微博上发布的一条状态，配图中的文字和语言就是典型的淋文化风格，而网友的评论倾向都是正面，比如有个 ID 为-水蛋蛋-的网友评论“哈哈哈哈哈好感度飙升”，除了肯定的态度，更多的是对蔡依林本人使用自己表情包的惊讶，网友评论“居然是本尊”“原 po 居然自产表情包”等的言论，说明了恶搞蔡依林的现象已经不再是那些对蔡依林怀有敌意或者恶搞蔡依林的人的专利了。

从恶搞的本体到其粉丝，都已经默认接受了这种文化的存在，个中的意味已经发生了改变，但是需要说明的是，这种默认不是一蹴而就的，而是在长期的过程中慢慢形成的默认，而 2017 年蔡依林本体自己公开使用表情包的则是比较明确和官方的“承认声明”，所以，这个事件宣告的是淋文化成为被承认的粉丝文化，尽管这种承认并不是一种正式的和大张旗鼓的，而是通过蔡依林和粉丝的态度彰显出来的。

（2）衍生期：2016 年-至今

典型事件：薇文化的诞生。

这里需要解释的是，衍生期与上述的承认期在时间上有一些重合（都包括了 2016

万方数据

年），之所以这样划分的依据是，承认期所揭示出的重要转折点的是淋文化的粉丝和官方态度，衍生期揭示的是这一时期展示出与热点事件衍生发展新文化成果的特征，两者的时间维度上有一些重合，但两者的划分上需要做一个区分，因为这两个指向的特征是不重合的。

影响：

在 2016 年下半年爆发的赵薇事件中，该事件以赵薇新片《没有别的爱》采用涉嫌台独的艺人戴立忍为由头，加之剧组官方和赵薇本人对该事件公关态度的缓慢，引起网友对其用心的揣测，此时赵薇控制论（即赵薇勾结国外势力意欲颠覆中国政权）等阴谋论大行其道，在此事件中，淋文化再次体现了其强大的影响力和生产力。网友将赵薇的图片与淋语言结合起来，造出了新词。

以豆瓣某帖子为例，该帖子复制粘贴了 Oricon 吧某个发帖人整理的与淋文化异曲同工之妙的“薇文化”学习心得，如图 2.13。

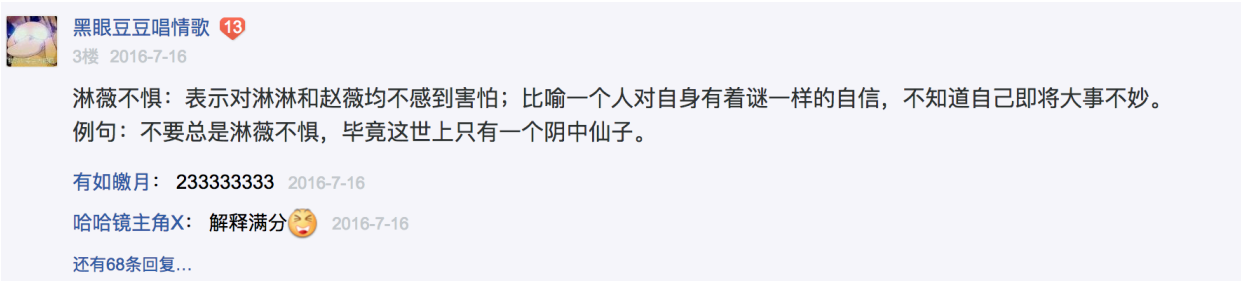


图 2.13：贴吧上薇文化中新词的截图

薇文化本质上也是淋文化的一部分，只是这种文化更多的是被热点事件激发出来的，而在这种热点中，网友本质上攻击的对象并不是蔡依林，而是赵薇。淋文化发展汲取的营养和动力，逐渐来自于外来因素，这种衍生时期迈向的是吸收更广泛文本意义的文化时期，证明淋文化的勃勃生机。

3.2 淋文化嬗变前后的文化特征比较

正如美国人类学家恩伯夫妇在《文化的变异》（1988）中提到，“正如没有哪个人会永

万方数据

远不死一样，也没有哪种文化模式会永远不变。”恶搞现象的出现，带有天然的非正面化的生产基因，大部分的恶搞文化都拥有自己独特的恶搞指向，一般来说，如果没有特定的原因，恶搞现象的语意理解都会停留在恶搞的出发点，而并不会衍生出其他的含义。

但是淋文化的出现为恶搞现象的归宿提出了新的思路，在文化生产过程中，除了粉丝因素的作用之外，社会背景和技术改革等原因都催生出恶搞现象的嬗变。恶搞蔡依林的出发点是讽刺和诋毁，而在经过嬗变后的淋文化，不仅成为了粉丝文化中极其重要的组成部分，更是不断为大众文化创造着新的灵感。

3.2.1 从恶意到善意-负面意义被淡化

“人性的各个层面会因为在网络上文化生产的随意性而得到充分暴露和传达，各种丑陋的一面会穿越社会的限制进入到网络空间中，网络的自由度也导致了恶搞的“恶”的自由度。”（邓蓉、周清平，2011）。跟原生的粉丝文化相比，淋文化作为一种粉丝文化，出身算不得太光彩，毕竟最初是跟抄袭这一类艺人的负面新闻相挂钩的。在最初的创造者心里，蔡依林的形象是被有意恶化的，这个文化生产过程带有强烈的个人情感色彩，有着鄙夷、有着讽刺、有着辱骂、有生殖器侮辱等等恶性词汇。

恶搞蔡依林的最初发展阶段，是百度贴吧产品蓬勃发展时期，以发帖、跟帖为主的 UGC（User Generated Content，即用户原创内容）内容在特定的百度贴吧里至今还可以找到很多年前的恶搞源头，虽然已经无法辨认第一个帖子的起源，但那个时候的贴吧文化发展的吐槽文化和传播在当时的社交网站中是首屈一指的。

到移动互联网时代，随着智能手机的不断普及，手机的 APP 应用越来越多，以微博为代表的及时性内容 UGC 网站与贴吧这类论坛拉开了差距，信息沉淀和传播尤为明显。在微博上收获的淋文化似乎开始收到了更多的宽容，而紧接着随着微信的发展，即时通讯软件的急速发展加速了表情包的大量生产，好玩和娱乐性，社交网络上的自我身份标榜等等需求促进了一大批表情包爱好者的制作和传播，而其中一个代表就是淋文化。

新媒体时代的淋文化，由于生产的文本越来越多，参与生产的受众也越来越多，传播上又经过多次解读，淋文化的文化内涵得到了一定程度的稀释和改变。它不再是那个恶意

万方数据

满满的吐槽文化，从微博到微信朋友圈，淋文化的存在满足了很大一部分人的表达需求。当他们面对社会现象需要进行表达的时候，淋文化的语言和表情包成为了他们最好的表达载体，无论这是一种有意义的表达，或者是一种无意义的狂欢，又或者是仅仅闲暇时刻的调侃。

不可否认的是，不断涌现的文化生产，稀释了淋文化的恶成分，这个时期的淋文化已经有很大的善意倾向了，不再是那个充满着生殖器辱骂意味的恶搞文化，如我们现在看到的淋文化使用情境一般，越来越多的人熟练运用淋语的惹、厚等表达自己独特的情绪，在网络社交中展示独特的气质。

3.2.2 从狂躁到冷静-叙事思维粉丝化

淋文化最初的创造者，站在蔡依林对立面的日本音乐和欧美音乐的粉丝圈，带有天然的偏见，一心维护自身所喜爱的事物，贴吧的论坛特性和版主的身份又让其带有意见领袖的性质，于是在最初的恶搞文本生产中，带有传染性的狂躁。这种狂躁有多个明显的特征，一是不尊重，从多个涉及性器官的淋语成果中可以看到的是这种狂躁并不是处于尊重的出发点；第二是未经允许，自发性极强，这是很多恶搞现象都会经历的狂躁，他们在恶搞前并未经过当事人的允许，不受限制的进行恶搞，所以创造的自由度较高，但同时也会带来不必要的负面伤害；第三是不负责任，由于网络的开放性，言论自由度和传播自由度都很高，所以很多网民在网络中会将自己拥有的权利放大，无底线的进行恶搞，认为其仅仅是玩笑并不会涉及法律责任和道德责任的问题。正如范燕虹（2015）所认为，恶搞行为的创造者与传播者常常处于匿名状态，这种状态往往会使得他降低对自己的约束管理标准，做出种种宣泄原始本能冲动的行为。

虽然是有计划和有预谋的文化生产过程，但在过程中又强调个人的态度喜好，为这种文化创造者带来了鲜明的个人特征。同时，文化创造又不仅仅局限于一个人，多个人的智慧，多个人的心血，使得这种文化变成了一种多样性和个人性并存的文化。

2011 年夏天，贴吧的 Oricon 吧有一个 Id 为“请你走开”的大神推出了一个游戏，名为《降淋》，里面汇聚了蔡依林大量的恶搞图片，变成了一个游戏。可以看出那个时候的淋文化发展成果是相当惊人的。而到了现在，被留下来的淋文化，用的频次最高的是淋语和

万方数据

图片。这些文化成果的传播者和后续的改编者不断加入了新的群体-即蔡依林的粉丝群体，正如费斯克在《理解大众文化》所说的文本不完整性，即文本的疆界并不牢固，文本的跨越是轻而易举的。

由于创造淋文化的最初一批网民已经随着某些原因淡出，粉丝群体的不断加入，粉丝文化的创造总是基于对偶像形象的自我想象和崇拜，在创造文化的过程中总是会倾向于美化和淡化负面影响。所以如今的淋文化自我更新主要是体现在内涵的不断演变，而这种演变相对于当时的创造是更加温和、平静。数量骤减而愿意花大力气去创造淋文化的黑粉不再激进，真爱粉不再对抗，取而代之的是淋文化的叙事思维越来越粉丝化，无论是蔡依林粉丝团不断流出根据蔡依林制作的表情包和使用淋语，还是蔡依林本人发布自己的表情包，淋文化逐渐成为蔡依林本人及其粉丝团在粉丝社群中传播的重要部分，成为粉丝群体认同的方式。

3.2.3 从小众到泛化-影响逐步日常化

微博的发展为这种原本自娱自乐的恶搞现象变成了一种现象级文化，尽管大众中有很大一部分受众并不知晓淋文化的来源，但很多人都知道有这么一种文化的存在。

“说着淋语，听着《大艺术家》的人不在少数，时间慢慢将淋语的黑色削弱，变成了一种独特的文化潮流。一个说淋语的男孩子，一般会爱好日本或欧美的流行乐，偶像会是滨崎步、安室奈美惠、LADY GAGA、KATY PERRY 或者徐熙娣，周日的 KTV 聚会，若是开心会唱一场《舞娘》，不开心便会唱着《倒带》默默哭泣。”正如知乎上 ID 为 Mario K（2015）的用户在知乎上对淋文化的上述评价，可以看出如今的淋文化不再是少部分人用以文本攻击的工具，更多的是展现在了年轻受众面前，他们将这种文化作为表达的工具，使用者并非有强烈的占有欲，而是将其变成一种表达习惯，跟日常用语一般，同时并不妨碍他们去追求别的事物。这不过是他们表达的一种方式罢了。

而近年来传播方式的不断变革以及文化生产方式的便利，生产和传播一种文化成为了轻而易举的事情。尤其在群体行为中，个体之间存在的相似性，更容易使得淋文化变成一种可传播状态。表达的过程就是一种传播的过程，淋文化最初的使用者，同时也担任着传播者的角色，通过各种传播方式，自上而下的将这些元素扩散出去，潜移默化的影响了他

万方数据

们周边的人，最终导致的结果是淋文化的不断扩散，从黑粉到真粉丝，从真粉丝到原本不是粉丝的普通人。

“有很多人就是黑到深处自然爱啊，我开始也是路人甲，后来就慢慢变成蔡依林粉了，淋文化对我的影响还是有的。而且黑和爱界限并不是这么明显的。”受访人之一 Vincent 这样提到淋文化对其转化为蔡依林粉丝的影响是存在的。[9]

3.2.4 从沉默到接纳-本体态度公开化

在研究文化的时候，除了追溯文化的源头之外，更应该去关注一种文化的被使用者，粉丝文化和恶搞文化的被使用者都是一个独立的个体，这个个体的行为和状态会影响这种文化的发展。尤其是涉及到粉丝文化的研究之时，蔡依林这类明星的研究也是有必要的，对于明星形象的研究，其目的之一就是揭示各种媒体文本如何建构特定的明星形象。（理查德·戴尔，2010）

虽然蔡依林并没有正式和很明确的公开对这种以她为原型的恶搞文化的态度，但是从她的一些社交网络的状态和采访手记中还是可以看出一些端倪，这种状态更多是一种沉默和无声的，并不是一种激烈的反对。

2014 年底蔡依林发布了全新专辑《呸》，专辑中的《Play 我呸》是华语舞曲中鲜有涉及的主题，富有争议和恶搞性的歌词表达了蔡依林这几年来的心路历程，也暗示着她对过去的流言蜚语不屑一顾的态度。

2015 年在接受网易云音乐独家专访时刻，关于如何看待“淋语”的问题回答，她本人的回答是：“我觉得是因为这个社会当中有太多的压抑，大家蛮需要一个管道来发泄，这样的歌词就是让大家在生活当中有一个放松的机会，这是流行音乐该做的事情。”[10]从她的回答来看，从曾经的陷入低谷，到如今的励志天后，对这种文化的心态已经悄然发生改变。

而在 2017 年 3 月 27 日发布的微博中，蔡依林本人在发布博文配的图片也是一张表情包（见图 2.12），可以看出这个时候的蔡依林已经不是那个稚嫩和青涩的出道新人，如今

[9] 详见附录-Vincent 的采访手记（广告从业者，淋文化爱好者，2017 年 4 月）
[10] 蔡依林接受网易云音乐专访通稿：http://ent.163.com/15/0625/06/ASUFIG6A00034PF4.html

万方数据

的她，站在大众面前，拥有正能量和不顾旁人眼光踏实做事的特质，她用自己的工作去证明，过去的恶搞已经无法伤害她。

作为一种潮流粉丝文化的偶像，与大多数明星反感和排斥的态度不同的是，蔡依林是有足够长的时间去接受这种文化的存在。一个在流行音乐圈立足的艺人最希望的并不是自己的负面新闻越多越好，他们更希望大众关注的是他们的作品本身。但是蔡依林的作品已经备受认可，多项音乐大奖加身的她，正在用一种积极和宽容的心态去面对这种文化，可以说是一种接纳的态度。

万方数据

4 淋文化嬗变的原因

淋文化从恶搞现象转变成粉丝文化，是恶搞文化归宿中比较特殊的情况，但同时它的嬗变过程也见证着从贴吧为王的论坛黄金时代到如今的双微霸占的移动互联网时代。如今的网络文化都不可避免受到了移动互联网时代的冲击，一种文化之所以诞生，和它所处的时代的背景密不可分。文化首先应当从生产的角度去理解它的诞生条件，从需求去理解它的诞生背景，从信息去理解它的文本价值，从社会去理解它的经久不衰的秘密，不同层面的原因共同促进了恶搞的文化嬗变。

4.1 生产层面

生产层面主要强调的是文化生产的过程，而植根于网络的淋文化，其文化生产的具体表现形式则是UGC，即用户生成内容，指的是以任何形式在网络上发表的由用户创作的文字、图片、音频、视频等内容，是 web2.0 环境下一种新兴的网络信息资源创作与组织模式。(赵宇翔、范哲、朱庆华，2012)。

如果一个文化不能够及时更新生产，迟早会被市场所抛弃，而淋文化能够坚持到恶搞到粉丝文化的嬗变，保持强大的新鲜活力，与当今媒介时代推进UGC内容生产有很大关系，因为这些内容的生产，在不断丰富文化成果的同时，也在稀释和改进文化的意义。

4.1.1 媒介升级：传播与互动创造影响力

纵观现代媒介的发展，从论坛时代到微博微信时代，受众在对互联网的接触渠道是有差异的。以论坛为主要渠道的媒介时代，受众是以个人电脑为主要的互联网接触渠道，而随着智能手机和其他移动互联网使用终端的不断普及，电脑不再是唯一或者少数获取互联网信息的渠道的媒介，更多的人选择在手机或者平板电脑等便携性更强的移动设备上进行信息的获取和传播，这个时期被称作移动互联网时代。

移动互联网时代的特性在于其强大的传播及时性和用户互动性。一方面由于信息传播

万方数据

的速度快和容量大，导致的互联网承载的信息冗杂而繁多，但另一方面同时也为聚合信息提供了更多的可能，在以手机为主的移动互联网时代，便携程度的不同使得移动互联网时代的受众拥有更多的时间和机会去接触网络，所以会有人笑称手机是长在人体上的。

首先，对热点拥有先天依赖性的恶搞文化拥有了新的生命力。移动互联网时代的受众对信息的反应速度很灵敏，手机可以轻而易举推送出最新的新闻资讯，再也不用守在电脑或者电视前回顾可能已经失去时效性的新闻资讯。所以，对热点有着先天依赖性的恶搞文化在新媒时代拥有着得天独厚的媒介条件。移动互联网的及时性帮助恶搞文化获得了新的生命力，恶搞如果不能传播，就会失去其生命力，这种快速传播的特质成了恶搞现象发展的外在动力。

其次，受众的互动性大大加强，为思维碰撞提供了更多可能，信息发送者和接受者之间的交流是双向的，参与个体在信息交流过程中均拥有控制权和话语权。在移动互联网时代之前的即时聊天工具主要是电脑版 QQ，QQ 是电脑时代的产物，而在移动互联网时代则拥有了手机便可注册的微信，这两者虽然都是即时通讯工具，但是后者由于存在手机里，消除了“在线”的功能，区别于 QQ 的在线、离线或者隐身等显示用户状态的功能，是一款专注聊天的微信软件，保持一种永远在线的状态，但不能保持立即回复的状态，在这样的情境下，微信让沟通成为一件纯粹的事情。

这种纯粹沟通的趋势在一定程度上引领着目前社交类互联网产品的功能，越来越多的移动互联网产品注重用户的互动，弹幕也是一个例子。移动互联网时代让互动无处不在，让不同性格和不同兴趣的网民思想暴露在可视化的平台上，几千万甚至上亿的网民在一个平台互相发表自己的见解或者网络语言。有些被称为流行的“段子”，他们从中汲取不同的灵感和想要的思想，为文化的创造提供了更多可能性。

将移动互联网时代的互动性和及时性结合起来的典型是 2016 年 7 月份因赵薇在执导新片《没有别的爱》涉嫌使用台独艺人被网民攻击的事件。与此事件并无多大关系的蔡依林淋文化重出江湖，淋文化的发源地-Oricon 吧在此时发明了薇文化，以参考淋文化的模式重新创造了薇文化，比如词语淋薇不惧（表示对淋淋和赵薇均不感到害怕；比喻一个人对自身有着谜一样的自信，不知道自己即将大事不妙）。

在名为《薇文化：圈吧学习中心》的帖子中，ID 为黑眼豆豆唱情歌的是最初的发帖者，他在萝莉了几个薇文化的新词语之后，一个 ID 为兰草 GACKT 的网友提出“薇虎作怅“，

万方数据

引起了众多网友的回复，而后续一个名为 x1ngpark 丶的网友则回复“生化薇鸡”，又引来热度回复。[11]

在该帖子的评论中，无论是发帖者还是参与者都运用淋文化的语气去评论回复，而在回复中又产生了新的词汇，不同的思想在一个帖子中不断碰撞，同理，我们可以想象当时的淋文化，也是在这样的发帖-回复的流程中不断诞生出新的思想，慢慢丰富了淋文化的文本内涵，在传播与互动中，淋文化的影响力不断扩大。

4.1.2 技术发展：稀释与改变文化内涵

移动互联网催生出一大批互联网公司，覆盖人们生活的各个方面。而其中一个重要的领域便是图片处理。电脑上流行的 Photoshop 软件是 PC 时代的宠儿，而移动互联网时代，一大批图像处理软件异军突起，中国的美图秀秀、光影魔术手，国外的 Snapseed、Vsco 等图像处理软件，为用户随时随地处理图片提供了极大的方便，节省了时间和精力。

正如学者胡疆锋（2008）提到的那样，恶搞文化的生产呈现出大众化、草根化的趋势。恶搞文化的生产得益于现有的技术，用户只需要在手机上下载素材，便可进行全手指操作，然后在社交网络上进行发布和传播。当热点来临的时候，喜爱创造文化的就无需打开电脑，仅仅在手机上创造表情包便可进行输送。从微信的群聊和单聊到微博的发布图片和制造话题，一系列的技术为文化的创造和传播提供了一条龙的服务。

而恶搞现象嬗变到粉丝文化的过程中，恶搞本身得需要大量的文化成果涌现，才会有足够的资源去与粉丝文化融合为一体。而生产权的大众化和草根化会充分发挥网民的智慧，生产出来的恶搞成果在数量上不会匮乏，这使得恶搞-粉丝文化之间的资源输送不会呈现乏力的真空局面。值得注意的是，在这个过程中，技术的发展使得这个过程人人都可以做到，并不需要太复杂的专业技巧，用户只需要明白手机上 APP 的操作过程，他们随时可以做出不输于专业技能制造出的文化成果。

大量文化成果的涌现，不断稀释和改变恶搞文化中的“恶”，加入更多人的想法，不断丰满淋文化的内涵，让淋文化不再仅仅只是一味的贬低和虚无的愤慨，有了更多温和的意

[11] 贴吧原贴地址：http://tieba.baidu.com/p/4673840752?pn=1&statsInfo=frs_pager

万方数据

义，而这些温和的意义，代表的是对一个时代和个人命运的自我探讨。

4.2 信息层面

信息层面关注的是淋文化本身的文本内容是如何迎合大众的交流欲望，从当前的语言秩序，以及分众化时代甚至意见领袖的作用削弱都是不同的因素。

淋文化的文化成果很好的满足了一部分人的自我延伸，这些文化弥补的是目前交流的一些空白，无论是情绪上或者是关系上，这些信息都有自己的作用。

4.2.1 即时表达：注重愉悦和新素材

汤普森（1995）在《媒介与现代性》一书中梳理了人类的交流方式，从古代的面对面交流到以书信和电话为主的媒介交流，再到以电视、报纸等大众传媒的中介式媒介交流（Mediated quasi-interaction，quasi 意指类似和准，mediated 是居中促成的意思，在这里可认为是中介形式）。与媒介交流不同的是，大众传媒的信息受众并不是特定的。考虑到传播技术对时空的超越，后两种媒介交流方式都在迅速发展，以微信为代表的即时通讯则是媒介交流的一种新兴形式。不断涌现的社交媒体也是第三种媒介形式的体现，但无论哪种形式，即时性表达内容已经成了现代人的一种生活方式，而这种方式往往是要求对方做出迅速反应即回复。现有的语言秩序，普通话也好，方言也罢，都已经不能够满足现代人的需求了。表情包的应运而生，是对即时通讯自带表情秩序的一种强力补充。而新奇的语言结构，比如淋语，则是语言文字内容的补充。图文结合，让即时通讯聊天不再仅仅局限于枯燥的工作、学习等内容。这些内容的加入可以帮助他们迅速打开话题，缓解气氛，必要的时候可以释放压力和化解尴尬。淋文化的恶搞成分本身带有强烈的娱乐意味，在即时通讯的聊天中作为消遣是一种极佳的选择。

在对一个淋文化重度爱好者 Vincent 的采访过程中，他提到：“我喜欢和我的好基友互相斗图，互相说淋语，但我其实不知道这样做的意义何在，只是觉得这样很好玩，当他说一件很好玩的事情的时候，我说一句：当心被吸厚。这样的一个回答，其实是非常轻松的，你本身说不出那是什么意思，但你就是知道放在这里特别合适，我也找不到其他更好的表情或者语言来表达自己的心情了。但是对其他人我可能就不会有这种无聊的消遣，更

万方数据

多的，可能还是在懂这个文化的人之间吧。”[12]

通过上述的采访片段，可以看出，淋文化实际上还是一个偏小众的文化，它并不像那些日本人发明的 EMOJI 表情(即表情符号,来自日本来自日语词汇“絵文字”(假名为“えもじ”，读音即 emoji，如图 4.1)，能够毫无顾忌的在大众面前进行传播。而淋文化在即时通讯上弥补的是交流愉悦感、沟通素材库的空白，所以越来越多的人会选择使用淋文化来进行聊天，这种选择使得淋文化的受众数量增多。尽管在普及上会有一些困难和障碍，但实际上网络上的科普已经足够让新的使用者去理解了。



图 4.1：日本人栗田穣崇发明的风靡全球的 emoji

4.2.2 分众化时代：要求有焦点的信息

博伊德-巴雷特（2004）认为新受众研究的特征之一是“不同受众对文本有不同的解读”，由于多种复杂因素的影响，不同社会文化语境的受众有不同的解读。虽然处在同一个网络空间里，但受众的兴趣、爱好、解读并不会统一，正如一种文化是无法适用于所有的人。

而分众化时代要求信息有足够的整合能力，即受众需要看到自己想看到的东西。而移动互联网时代很好的适应了这种时代的到来。越来越多的人选择自己感兴趣的信息去挖掘，

[12] 详见附录-Vincent 的采访手记（广告从业者，淋文化爱好者，2017 年 4 月）

万方数据

他们乐于看到与自己拥有相似兴趣的人一起来交流。官方也好，软件运营商也好，他们提供的文化都是属于他们自身理解的文化，而非站在用户角度去考虑的，当官方无法提供受众自己的分众性质的信息的时候，受众会主动去创造和传播属于自己的分众信息。

粉丝文化本身就带有分众的性质，作为一个偶像的粉丝，在平时的信息选择中，都会偏向该偶像的信息去注意，而并不是对着一堆软件自发的信息推荐去进行吸收。而分众化时代带来的好处是，更多有同好的人会聚集在一起，显示出信息和智慧聚合的力量，大家在同一个圈子里去讨论、交流，沟通和互相促进，无形之中为淋文化的嬗变提供了良好条件。

正如受访人何同学提到，他身边的人并没有人使用淋文化，[13]从反面证明的是淋文化是需要通过圈子去产生作用的，当一个人没有处在圈子的时候，淋文化对其的影响是有限的，他可能会知道淋文化，但是他身边没有人在用，恰恰说明了分众化时代的信息的接受人群是有焦点和分类的。

这种根据兴趣爱好聚合而成的圈子之间产生的文化影响，便是一种趣缘关系建立的文化传播，蔡骐（2014）提出在“在巨大的信息场中，人与人之间并不是彼此隔离的，而是以兴趣爱好、价值理念、目标利益等因素为纽带形成了一个个虚拟社区。在此，成员之间通常是以网络应用为媒介进行面对面的交流，或者通过相同的符号表达及行为方式来共享文化经验。”兴趣是圈子的缘由，文化要在进入虚拟圈子之后才能发挥影响作用。

4.2.3 消解意见领袖：尊重个人选择

拉扎斯菲尔德和卡茨的二级传播理论指出在大众媒介（当时主要是指广播和报纸）中，意见领袖是一个必要的中介，媒介信息必须经由某些意见领袖才能到达其他人群。（Katz &Lazersfeld,1995）

当媒介产品还未普及到大众的早期，大部分受众的信息来源会是通过上层的意见领袖，这是一种自上而下的信息传递模式。而如今，信息可能是从上而下，也可能是从下而上，也可能是从左至右，从右到左，信息的传递模式变得复杂而多样，每个人都可以轻而易举

[13] 详见附录-何同学的采访手记（在读博士，淋文化了解者，2017 年 3 月）。

万方数据

通过网络去感知自己想要知道的一切。随着文化生产和传播成本的降低，虽然意见领袖依然会发挥一定的作用，但是更多的网民会自发参与到制作和传播。他们会自发担任解释文本的责任，他们并没有一个统一的意见领袖，而是通过零零散散的信息积累建立起他们对淋文化的认知和理解。而他们进行再创造的过程中，也是基于自己的理解，并非是意见领袖的驱动下。

“这些东西最初的出发点就是粉丝互撕互黑嘛，那个时候贴吧比较火……到现在回过头看的话，这些已经从单纯意义上对明星的诋毁逐渐演变成在社会的广泛应用，甚至可以称之为文化的东西。最初负面的东西少了很多，更多体现的是艺人的名气 。”微博用户“绝色春晓”是这样解释淋文化的。[14]

而喜欢与否，也真正成了自我选择，而非一种自上而下的灌输式的强迫性选择，“我不会啊，这不是我喜欢的风格，我喜欢聊天稍微正经点…我觉得这个东西是有黑她的成分在，但对我而言没有太大影响。”[15]如野孩子所说，从恶搞嬗变过来的粉丝文化似乎给了粉丝更多的选择去喜欢与否，他们自行承担解释文本的责任，而又有自行挑选是否喜欢和使用的权利。

所以对淋文化的理解，避免了引导的意味，更多的是在一个开放的环境中大家各取所需，学习和理解自己心中的含义。这是属于互联网开放的氛围赋予的网民自主权，他们通过这种方式去展示自己的理解力和创造力，代表着他们对这个世界的思考，而非是无视。

4.3 需求层面

4.3.1 代际区分：年轻人领地的自卫需求

标榜和别人的不同，尤其是自己亲近的人，与他们拉开差距，使用不同的文化，避免将自己划分为另一个代际的人，这是属于年轻人的自我区别方式。正如我们今天看到的一样，代际之间的表情包和话语表达在聊天软件上是有明显差别的，当年纪大于年轻人一代甚至两代的中年人在朋友圈发着养生类的文章，年轻人发的是恶搞图片或者是明显区别于

[14] 详见附录-绝色春晓的采访手记（高中生，蔡依林粉丝，2017 年 4 月）
[15] 详见附录-野孩子的采访手记（大学生 蔡依林粉丝，2017 年 4 月）

万方数据

父辈的文章时，恶搞文化就带有强烈的代际区分意味，这种区分包括了年龄、学识、背景、经历、思想等等差异。

随着互联网时代的发展，多种研究已经逐渐表明，年青一代在与父母或者年长一代的交往中，凭借出色的信息获取能力赢得了“话语能力”。（周晓红,2015）在年轻一代看起来，父母或者年长一代的思想是顽固和老气的，他们甚至学习新的智能手机的使用时候都需要进行年轻一代的指导，他们某种程度上不是这个时代的主动跟随者，而是一个被动的跟随者，尽管他们很大一部分人是受过高等教育的。经历、年龄、背景、思想等差异造成了在网络世界里代际之间的差别，淋文化的表情包使用很好的适应了这种差异区分。专属于年轻人之间的淋文化并未大规模渗透进中老年人的生活，中老年人在自己的世界里依然使用着被年轻人诟病和嘲笑的配色老气、图片过时的中老年人表情包。

受访人基本都会提到一点，他们只会在他们觉得亲近的人之间才会去使用淋文化，但这个亲近的人并不包括他们的父母，即父母等亲人已经被默认为在网络世界里的不亲近人群。[16]亲近在这里已经变成了相对的概念，血缘关系的亲情不一定代表在网络上的亲密，而是取决于能否自由表达的对象。

而这种区分的功能是在于找到属于新一代年轻人自己的生活方式，而非刻意疏远，两代人的兴趣差异太大，数字鸿沟的影响不能用使用智能手机和使用软件等方法就能解决的。较早接触和跟随互联网长大的这一代人，对移动互联网的恶搞文化的理解与上一辈人并不相同，那么年青一代在网络交流中，表情和文字风格的选择，都不能太过偏激，因为他们的接受度并不像新一代年轻人这么高。

区分代际差异证明了年轻人自我的生活方式，同时也是为了保护年轻人自己的思想领地。中国的传统教育要求下一代所承担的责任并不少，这一代年轻人被网络影响的思想在学校教育和家庭教育中并非是完全适应的，甚至带有格格不入的成分，当他们开始有自由去创造和使用一种文化时，他们需要明确而显著地将这种文化的领地划归自我的延伸，这块领地是限制不属于同一代际的人进入的，这样他们才可以对这块思想领地拥有绝对的支配权，至此，可以认为这是一种年轻人对思想领地的自卫需求。

[16] 详见附录 Vincent 和王小姐的采访（Vincent 淋文化爱好者 2017 年 4 月/王小姐 24 岁 蔡依林粉丝 2017 年 3 月）

万方数据

4.3.2 群体归属：少限制而灵活的需求

身份认同有两种含义：相似与差异（张晔，2015）。差异化指的是寻找到与其他人不同的地方做一个身份的区分，而相似则是找到共同的兴趣去进行认同。

自由而匿名的互联网带来的是现实身份认同在互联网上的削减，人们在现实生活中和互联网社会中拥有不同的身份，这两种身份不是重叠的，而群体的归属权又不像现实的群体中有极强的约束力，互联网的群体归属基本上属于灵活性的。受众在享用某种文化的时候，一方面可以归属在这个群体之中，即一起喜欢蔡依林的群体，或者一起去嘲讽蔡依林的群体，又或者只是一个单纯喜欢淋文化的普通路人，无论如何，在这种文化中，你都可以找到自己的群体归属感，这种归属感是现实生活中未能获取的满足感。在收获同好的群体时候，将自己展示跟别人一样的地方，给自己贴上一系列淋文化的专属标签，比如“本质骑士”或者是“姐姐妹妹”等，他们参与的不仅仅是淋文化的传播责任，同时也在塑造淋文化同好群体。需要说明一点的是，这个群体的归属标签与原先的群体标签并不冲突，而是锦上添花的作用。如果一个人跟另一个人本来是因为某种兴趣认识的朋友，其中一个人接触到淋文化，然后将其传染给另一个人，他们的原来的兴趣社区并不会消逝，他们在同时也变成了淋文化群体的一部分，他们可以继续发展和传播，让更多的人去接触淋文化。而这个过程往往是不经意和不自觉的，因为灵活的群体归属感和使用习惯的不断强化，这种传播往往是自发性和自愿的，没有群体规则和群体要求。

当然，他们随时可以停止使用和传播淋文化，而这个过程也没有任何的限制，一切的喜好都看他们自身的心情，并不会像现实中有如此多的规则和束缚，类似于美国的自由入党制，今天加入共和党，明天加入民主党，这个过程完全是基于自愿原则，他们并不会有太多被束缚的要求。所以淋文化的嬗变，满足了在网络社会中想要找到一种适合和舒服的群体身份归属感，在这个群体中，大家有极高的认同度和共同性，而且并没有太多束缚，所以这是一种很少限制而灵活的群体归属。

4.3.3 自我表达：契合群体展示的需求

美国传播学家蒂奇诺（1970）提出知沟理论，在他看来，信息获得的速度是由一个人

万方数据

所处的社会经济地位决定的，通常经济地位较高的人获得的信息速度较快，而地位较低的人获取信息的速度较慢。随着媒介承载和传送的信息的量增多，二者之间的知识鸿沟就会越来越大。

任何时代都不缺个性的自我表达，从个体来说，一个画家个性的自我表达可以是他自己的绘画作品，剥开群体来说，淋文化看起来在建构了一个新的文化群体，实际上他们不同于主流话语体系的表达满足了一部分人个性的自我表达。

淋文化最初的发展源头是一群欧美日音乐爱好者对蔡依林抄袭和其他负面新闻的不满，这是他们用以维护他们喜好地位的一种表达，他们认为这样的自我表达有助于对抗蔡依林在流行乐坛的来势汹汹。而在之后的发展过程中，蔡依林经历这么多年的沉淀和立足，如今是一个备受各大音乐奖项认可的歌手，高人气、高质量的作品让她逐渐褪去抄袭等之前的旧闻，转变成一个坚强而优秀的女歌手。大众对她的评价，是一个努力而又正能量的歌手。这样的一个成功逆袭的故事，使得受众在使用淋文化表达的时候，已经没有太大空间去嘲讽和吐槽了，因为原型已经变化了。

诺依曼（2013）倡导的“沉默的螺旋”理论揭示的是人们在看到自己赞同的观点很受欢迎的时候自己会积极参与，反之如果自己认同的观点被大多数人不认可，尽管赞同但还是会选择沉默，这样导致的结果是一定会有一方的意见会随着沉默和参与两方的的力量对比和推动下显得格外突兀，从而人们会试图去避免因为意见不合而被孤立的可能性。但由于社交媒体内容的低门槛发布，任何人都可以在网上掩饰自己的身份去发表意见，“沉默的螺旋”在这样的平台上接近失效，用户可以自由选择不同的表达方式去表达自己。而一种符合某种年轻人的心态的文化符号是必须的，拥有戏谑的气质的淋文化成为了这种自我表达的选项，不仅与年轻人的需求高度吻合，也满足了他们自我表达的欲望。

此外一个很有意思的现象是，粉丝圈自我构成而创造的淋文化，给予一种族群认同找到了新的表达方式。费思克（2001）提出粉丝文化代表了社会转型期大众传媒日益深入社会生活，尤其是精神领域所呈现的多元化格局。

“可能是圈子的缘故，我身边一堆同性恋都喜欢用这些。”[17]如 Vincent 所说，喜爱享用淋文化的人除了粉丝本身，还包括同性恋（LGBT）人群等在内的小众人群，在上述的风格分析中，淋文化本身带有夸大的成分，这与使用这种文化的群体的个性特征（例如行为

[17] 详见附录 Vincent 采访手记（广告从业人员，淋文化爱好者，2017 年 4 月）

万方数据

出格、言行大胆等）有着较高的契合度。

换句话说，与其说是对偶像的崇拜，不如说是自我特征符号的展示，将自己内心的真实一面通过艺人的符号展示出来。

当在中国流行的专业知识分享社区知乎上搜索淋语的时候，会出现如下结果：

a. 问题 1：为什么现在淋语掌握完美的都是男生？

b. 问题 2：擅用淋语的都是男同性恋者吗？如果是，为什么？

c. 问题 3：为什么感觉在 gay 圈，淋语很流行？

从上述搜索结果可见一斑，很多人意识到淋语在不同特定人群的流行程度是不一样的，有的人群会特别明显，比如上述的男同性恋人群。

淋文化的发展，满足了特定人群的自我展示需求，由于个性、行为、喜好等因素的契合，淋文化拥有了自己特定的享用者，却也穿过了这些特定的圈子，融入了新的意义，后来的人将符号不停的重构加入新的内容，更具有娱乐性和游戏性，更适合传播，但同时，也被赋予特定的意义，这种意义暗含对社会的深层思考和自我命运的想象，受到了更多人的认同。

4.4 社会层面

4.4.1 全球环境：跨文化传播的显著倾向

当全球化成为不可避免的趋势，国家与国家之间从经济到文化的联系日益紧密，越来越多不同国家、不同文化背景的人们有了更多机会去交流，但同时这样的交流往往伴随着文化误解的问题，而跨文化传播研究则将焦点聚集在这个矛盾中。段鹏（2006）提及跨文化传播的的核心要点是对带有不同观点、信仰和价值观的人际间相互作用的意义分析，是对这些人由于具有不同的文化背景而产生的相应差异的分析。

在淋文化嬗变的原因分析中，跨文化传播起到的作用主要有两个方面，一个是恶搞本

万方数据

身就是跨文化传播的产物，恶搞起源于日本的 KUSO 文化，又经由台湾香港等地再传入内地，恶搞的传播经历了不同的文化土壤，恶搞的行为规则并未脱离最原先的文化土壤。

另一方面，恶搞在每个地方的具体表现形式又不一样，或者说，恶搞也要经历一种本土化的转变，在全球日趋开放的语境下，淋文化在嬗变的过程中，可以看做是外来文化的隐秘而变相的本土化。

淋文化在嬗变前期，虽然淋文化的文化原型是蔡依林本身，但蔡依林所引致的文化冲突是介于日本音乐粉丝、欧美音乐粉丝与蔡依林所代表的华语音乐之间的，这本身就是一种受不同文化和价值观影响的群体之间的文化冲突，换句话说，不同的文化通过不同的群体在进行博弈。

淋文化的始作俑者基于支持和拥护国外的文化，在兴趣上倾向于国外的音乐，但实际上他们本身又带有国内的文化背景，比如中文思维，这些文化背景塑造出了一种淋文化的“本土意识”，为了传播他们对蔡依林的不屑和反感，他们生产的恶搞文本是受他们作为欧美音乐粉丝或者日本音乐粉丝文化中的思维影响，而最终呈现的话语文本则是带有明显的本土特征，这是因为适应本土化的东西才更容易被本土的受众理解，反之则会因为无法理解而无法进行传播。

所以，淋文化的嬗变，是外来文化的跨文化传播的变相尝试，外来文化不一定要在冲突的过程中大张旗鼓将自身作为一种公开的文化身份去进行本土化，而是将自己的某些符号通过本土人民融入本土文化，继而进行传播。

4.4.2 转型困境：个人与社会的命运质询

当网络拉近了世界的时空距离，我们真切感受到自己正身处一个无法停止的时代。“边缘人”、“蚁族”、“屌丝”构造的文化心理冲突，无一不构成当下中国的转型社会特征。（杨海鹰，2014）淋文化代表着一种目前潜藏的小众心理，并非与当前的主流文化方向一致。淋文化的风格建构中，很大一部分是与努力这个关键词有关。努力这个词语在目前的社会环境中，是一个非常复杂的词汇。一方面社会倡导努力和奋斗，但是由于阶级的固化和经济分配的不平等，个人的努力与奋斗似乎变得不那么有意义。

个人对“努力与成功”的关系有了新的质问，两者之间的争辩，话语群体有了不同的立场，一方面所谓的精英阶层享受这种固化的阶级利益，另一方面处于相对弱势的平民大众在这种转型时期只能通过激烈的竞争去获得为数不多的机会。

万方数据

美籍德裔心理学家K·勒温将青年称为“边缘人”(Marginalman)，认为青年群体普遍缺乏安定感、容易出现神经过敏和紧张状态，他们需要通过自己的文化对抗成年人的主流文化，以取得某种安定感。淋文化使用群体不同程度的利用这种文化去纾解对这个社会不公的不满，他们深知现状很难改变，于是选择在用丰富的文本形式去撕开这个社会虚伪和固执的旧有话语体系，比如官方一直宣扬的正能量，他们深不以为然甚至是持有一种负面的消极态度。

市场经济的转变过程中，浮躁的金钱至上的观念在现代社会的大肆流行，但中国社会的贫富不均问题很严峻，高居不下的房价，沉重不堪的税负，在经济上给予民众极大的压力，而在为数不多的能够有自主权的网络语境里，他们选择了隐匿的文本去放松和缓解情绪，看似玩世不恭，但实际上是一种深深的无力感。

4.4.3 社会氛围：网络赋予的开放话语空间

“淋文化代表的更多是一种年轻人的想法吧，这种想法跟那些中老年人不太一样，我也不想和他们一样（笑），人生如此艰难，何必需要揭穿，反正感觉生活有点小乐趣也是挺好的。”[18]在他们看来，这一种颇具反传统和反主流的大胆出位的言辞才能足够表达自己真实的内心。

对边缘性少数人群来说，淋文化风格中的大胆、独立和宣扬做真实的自己等特征又让他们去使用这样风格的文化去抵抗这个社会对性少数人群的压制甚至是歧视。

但随着网络的深入发展，开放和多元的网络氛围折射到现实社会里，在网络影响下的真实社会也有了越来越多的多元和开放的氛围，更多的人有勇气去表达自己和展示自己真实的想法。很多学者会将网络这种新媒介看成是一种“解放的媒介”，认为它为大众的自由和解放提供了更大的空间，距离和时间的概念在这里得到了消弭。移动互联网时代，将这种解放推向更深层次，分享和传播门槛极低，任何人都可以表达自己的想法。这种表达并不一定代表是对主流文化的完全颠覆和否定，恶搞者隐匿在网络空间里，用自己的方式去批判音乐的不同意见，之后加入对社会不平等现象的探讨。

但是开放和多元并不代表主流社会的接受，而正常的话语体系是不能够让主流社会关

[18] 详见附录 Vincent 采访手记（广告从业者，淋文化爱好者，2017 年 4 月）

万方数据

注到他们的，他们只能选择这种差异化和多样化的话语方式去对抗这个社会潜在和明显的双重压力，直面暂不可调和的矛盾中找到了自我平衡的道路，尽管社会依然没有公开承认，但是他们能够以这种方式去储存和表达自己的价值观，而且没有日渐消亡，已然证明平民的胜利。

万方数据

5 淋文化对粉丝文化的启示

当学界和业界担忧恶搞文化是否影响流文化的发展时，黑格尔（1961）认为“存在即合理”，合乎理性的东西都是现实的，凡是现实的东西都是合乎理性的。淋文化的价值体现主要是对现实社会而言的，恶搞现象嬗变到粉丝文化的过程，体现的是社会中某些矛盾的缓解，对主流秩序的维护，以及对改变的渴望。

5.1 逃离负文化的悲剧命运

淋文化作为一种恶搞文化，在发展的过程中带有恶搞的特性，丑化、追求娱乐性等等与生俱来的特性若没有特定因素的影响，很可能会走向持续的丑化，这种文化的发展道路最终会冲击一个社会的道德底线。如胡疆锋（2008）所说，当恶搞一味追求游戏性、娱乐性，冲击文化和道德的底线，就会成为负文化。有的恶搞仅仅只是搞恶，“它们失去了对时代的深切体验以及社会责任，缺乏世界观性质的深度和力度-这也正是某些恶搞最终被拒绝的深层原因，是一种止于‘娱乐至死’,成为娱乐的附庸。”

负文化是很多恶搞现象的终极命运，它们曾经辉煌的存在于网络世界，被人津津乐道的予以传播，但它们在短暂的文化生涯里，无法再进一步给予我们更多的思考，停留在浅层的娱乐和游戏表面，先天性缺失对命运和社会的思考，于是他们渐渐消亡，乃至于被网络和网民遗忘。

而淋文化一方面拥有文化本体（蔡依林）的巨大粉丝圈加持，在长此以往的粉丝与恶搞者之间的博弈中不断发展，另一方面使用者和创造者不断为淋文化的意义加入注解，在文本创造的过程中获得了快感，将这一场原本可能走向负文化的暴力文本变成了一场不知道何时结束的长期狂欢表演。也就是说，这种开放、偏大众的文本创造为恶搞文化的命运添加了更多了可能性，对于淋文化来说，它避免了沦为负文化的悲剧命运，被粉丝接受，转化为粉丝文化的一部分，其看似偶然的命运，实际上也是一个时代的必然结果，媒介的变化、受众的自我需求提升、社会层面的氛围影响，让恶搞文化有了新的归宿，比如嬗变成粉丝文化，两者在博弈中结合，摈弃恶搞的“恶”，倡导深层的思考。

万方数据

5.2 有生机的文化创造入口

卡西尔（1988）认为，象征符号化的思维和行为是人类生活中最富有代表性的特征，并且人类文化的全部发展都依赖这些条件。在他看来，人类的文化创造是属于符号能力的范畴，而最终的文化创造的结果表达、传播、巩固和最终规定性都路不开人类符号化的思维及其抽象表达。（万资姿，2009）

尽管淋文化的文化出身带着一些粗鄙，但是到后来的发展，淋文化符合现代人们常说“黑到深处自然爱”的一种心理，即负面符号的再解码，经过受众的再创造，会成为另一种面目全非的新文化。经受住收编的压力和抵抗住商业上的巨大诱惑，淋文化自始至终是目前恶搞与粉丝文化结合最好的文化创造入口。不同的人加入到这场创造过程中，建构出一个时常更新的“淋淋”，这个蔡依林不一定是舞台上光芒四射的偶像明星，而是一个被粉丝或者那些文化创造者和使用者自行想象的一个新形象，他们更像是在网络空间中塑造一个想要的自己，而非塑造蔡依林本身，这种塑造带有强烈的个人意味，同时这种文本生产式的塑造空间是极大的。

在当前的主流文化创造思路中，习惯于一种常规而偏大众的思路去创造，尤其是艺术这种应该带有私人特性的文化，也常常因为大众审美而被影响走上普通的道路。

但是淋文化的发展却彰显出一点，文化的发展不应拘束在一种框架思维里，文化应当是随着时间不断更新符号的意义，不拘泥于形式和内容，不断加入自己的想法，汲取不同人的智慧，才是用一种年轻人的思维去创造新的文化。

粉丝文化的优点在于一种聚合性的力量，不同性格的人因为同样热爱的事物去聚集在一起，迸发出新的文化成果，从而不断填充粉丝文化的内容，同时也为主流文化的发展提供了更多的养分，文化因为独特而美丽，一个社会若只有普遍被接受的文化，就做不到文化的百花齐放。

5.3 无权力者的平衡与政治

当代的社会处于强烈的转型期，周正刚（2001）指出当前转型时期的文化矛盾主要是表现在精神文化领域，在信仰层面的“信仰危机”、理想淡化，有表现在心理层面的心里迷

万方数据

惘和心态失衡。而年轻人是对社会状况表现最敏感的一个群体，2017 年一条阐述 1992 年出生的年轻人被联合国认定为中年人的新闻迅速传播，引起了大量网友的共鸣，说明了年轻人在当今转型社会期复杂的心理现象。社会感知到年轻人的压力，而年轻人也在感受到庞大的压力，这些恋爱可能是来自于奋斗的不安、家庭的归属感、养老的迷茫又或者是婚姻的不确定感，种种动荡让年轻人精神上提前走入衰老期。

淋文化的发展，经历了使用者情绪、环境和文本的变化，而在这些变化中，粉丝不断进入淋文化，与原生的粉丝文化不同的是，粉丝在淋文化中找到了不同的使用情境，去满足他们内心某种渴望表达的愿望。而同时，粉丝在生活中有意无意的将这种文化含义扩散到周围人群中，传达的不仅是文化本身，而是一种帮助找到精神平衡的方式。

“我那些朋友平时生活中就比较毒舌，特别爱说酸话的那种，但实际上他们看的也比较透彻，说话就是一针见血的那种，虽然听起来不舒服，但是还是挺有道理的。每次跟他们讲一个事情，他们会用这个文化来回答我，感觉一下子就明白他们的态度。”[19]受访者王小姐提及她的爱用淋文化的朋友，总结了他们的特征“毒舌、一阵见血、透彻”，验证了年轻人正在以自己的方式去对待社会的不安局势，不可否认的是，现代有相当数量的年轻人拥有着尖锐的思维去看待这个世界，同时拥有他们自己独特的观点，而非是传统社会遵循的行为模式。

除了精神平衡，淋文化的价值还符合费斯克所提及的“微观政治”般的作用，费斯克的微观政治的作用是从大众文化的角度出发，他认为大众文化的政治是日常生活的政治，“它关注的是发生在家庭、切身的工作环境、教室等结构当中，日复一日地与不平等权力关系所进行的协商。大众文化的循序渐进性联系着这些结构内部，朝向无权力者的权力的重新分配；它试图扩展自下而上的力量得以运作的空间。”但实际上，存在于网络空间拥有影响力的恶搞文化或者粉丝文化都具有这样的作用，而当恶搞与粉丝文化结合的时候，这种作用似乎更为明显了。

这个社会不可忽视的便是有一大批年轻人，正在运用自己的方式去推动多元社会的趋势，即关注人权。淋文化中一大批使用者是属于这个社会的性少数人群，也就是所谓的“无权力者”，他们的差异化话语诉求是借助淋文化表达出来的，他们的诉求可能包含对社会旧有秩序的不满、父辈压力的对抗或者对国外制度的渴望，他们知道暂时无法改变现状，

[19] 详见-附录王小姐采访手记（母婴行业从业者，蔡依林粉丝，2017 年 3 月）

万方数据

只能在自己的圈子里运用这些文化去进行一个自我安慰，某种程度上，也缓和了他们对这个社会现状的不满。

所以，淋文化实际上代表了年轻人的一种生活方式，在满足了他们麻木自己和安慰自己的一个内在情感需求的同时，也诉说了他们个人生存与社会之间的矛盾的不可调和性，他们运用这种话语的特殊性去尝试慢慢瓦解社会的不合理之处。

万方数据

结 语

从恶搞现象嬗变到粉丝文化，并不是一件极其普遍的事情，也并非是一件偶然的事情，而是多种因素共同作用的结果。本文梳理蔡依林恶搞现象的演变，从不同的时间点去挖掘不同时期的淋文化嬗变的关键事件，正是这些历史性的回顾将恶搞蔡依林的嬗变轨迹清晰展现出来。一个艺人出道之初，到中途被网友攻击谩骂，再到最后以自己的实力和成就证明自己。不同的时期，蔡依林本身的事业节点、态度、粉丝的行为、社会环境等多个倾向和因素的改变，对淋文化的嬗变的作用是不一样的。而这恰恰证明了这种现象并不是一成不变的，它的风格和特征是随着时间和事件不断变化的，这才有了恶搞到粉丝文化的嬗变过程。

恶搞现象的指向性意义更多基于恶搞者本身的指向，但完成文化嬗变后的粉丝文化中的淋文化这一个身份带给淋文化的指向性意义就发生了改变，不断涌入的粉丝赋予的意义和其他网民自行创造的文化含义都被吸纳进淋文化中。由于新媒体技术的涌入，越来越多受网络影响和自我意识较强的网民将自己的意见融进了淋文化中，使用和传播都在慢慢淡化淋文化本身的恶意，更多的转向了一种善意。而创造者的人群也并非是最初的不负责任、不尊重的狂躁到最后的冷静，这种冷静将狂躁转换成了一种温和的调侃，这种调侃带有一些善意而非仅仅粗鄙本身。同时，传播者渐渐从小众泛化，原本的使用者不厌其烦的去解释淋文化的含义，影响到周围的人去激励他们使用淋文化。而最重要的淋文化本体-蔡依林本人，也在社交媒体逐渐明朗的表达自己对该种文化的态度，以一种包容性的心态去接纳了这些。

这种嬗变的关键原因是多个层面的，从生产层面来说是技术的发展赋予他们低门槛去足够进入到文化的传播和创造的权利。从信息层面来说又满足了他们对当今社会背景下自我表达的愿望，而非以前迷信意见领袖的年代，他们有足够的自由度去寻求自己想要的信息。从需求层面来说又令他们找到了新的代际之间的区分、群体归属的新规则以及自我表达的个性化需求，这种需求更多关注的是他们需要去划分自己与普通大众之间的平常界限，找到属于自己的个性标签。而更深层次的原因则是这种文化的发展是跨文化传播中外来文化的本土化的内在规则作用，同时满足了目前矛盾重重社会下人们对不安现状的暂时缓解，无力改变众多困境而又无真正有力的话语输出口时，他们选择这样的方式去提醒自己和别

万方数据

人，社会有很多需要关注的问题。所以，本文在最后探讨淋文化的价值的时候，出发点都是基于对社会整体和个人关系的考量，淋文化不仅仅是带有一种对抗主流秩序的特性，而更多的是年轻人在自我构筑一种属于他们的生活方式。

本研究在结题之日，由于本人的原因，不足之处还有很多。本选题侧重于单案例研究，信度和效度是有限的，而且对于采访对象的深入访谈不足，解析文本和话语的客观性和主观分析上的平衡把控不够，导致有一些观点有所局限。

另外，本文研究选题的未来发展方向，可以在本研究的基础之上做一些衍生的研究，比如做一些案例的比较，比如国外的恶搞现象嬗变到粉丝文化的案例和国内的对比，在比较中总结出这类文化的共同特征，这对于我们扩宽研究粉丝文化的思路有着一定的参考意义。

万方数据

参考文献

一.英文文献：

[1] Stuart Hall, Tony Jefferson, ads, Resistance Through Ritual: Youth Subculture in Post-war Britain, London: Hutchinson 1976,pp.47.

[2] Nishant Shah (2009) Now streaming on your nearest screen: Contextualizing new digital cinema through Kuso, Journal of Chinese Cinemas, 3:1, 15-31

[3] Antonina Kłoskowska, National Cultures at the Grass-Root Level, Budapest: Central European University Press, 2001

[4] Lawrence Grossberg, “Is There a Fan in the House？: The Affective Sensibility of Fandom.” In The Adoring Audience : Fan Culture and Popular Media , ed. Lisa Lewis, London: Routledge, 1992, pp.50-65

[5] Stephen Hinerman, “'I’ll Be here with you’: Fans, Fantasy and the Figure of Elvis.”In the Adoring Audience; Fan Culture and Popular Media, ed.Lisa Lewis, London: Routledge, 1992, pp.107-134

[6] Sarah Thornton. Club Culture : Music and Subcultural Capital [M].Cambridge : Policy Press, 1995.119

[7] Lewin,K. Resol Ding Social Conflicts[M].New York:Harper,1948

[8] John B Thompson, The Media and Modernity: A social Theory of the Media, Stanford University Press, 1995

[9] Pierre Bourdieu. A social Critique of the Judgement of Taste, Harvard University Press Cambridge , Massachusetts （1984）

[10] Katz, E.,＆Lazersfeld, P.F.（1955）.Personal influence: the part played by people in the flow of mass commnunications.Glencoe:Free Press

[11] Mario, K. 无题[EB/OL]. https://www.zhihu.com/question/20574855, 2015-10-

万方数据

9/ 2017-4-04

二.中文文献：

[12] 吴凯.网络恶搞现象的亚文化研究[J].北京：中国报业.2014（08）

[13] 郝雨，路阳.屌丝现象的亚文化解读与反思[J].新闻界.2013（10）

[14] 沈菲.网络小说改编剧恶搞营销策略研究[J].福建：东南传播.2016(6)

[15] 宇泉锟.消费主义视域下网络恶搞的嬗变[J].福建：东南传播.2013(5)

[16] 卢霞,朱美芬.网络恶搞的伦理反思[J].江西：宜春学院学报.2011（1）

[17] 韩浩月.恶搞文化悄然变化[N].法制日报.2012-12-08

[18] 陶东风.《粉丝文化读本》[M].北京：北京大学出版社，2009

[19] 黄婷婷.微博视域下的粉丝传播[J].山西：编辑之友，2016（10）

[20] 卡斯特.网络社会的崛起[M].夏铸九，王志弘，译.北京：社会科学文献出版社，2000

[21] 李康化. 粉丝消费与粉丝经济的建构[J].河南社会科学.2016（07）

[22] 马中红.新媒介与青年亚文化转向[J].北京：文艺研究.2010（12）

[23] 马中红.商业逻辑与青年亚文化[J].北京：青年研究.2010(02)

[24] 陈阳.大众传播学研究方法导论[M].北京：中国人民大学出版社,2007

[25] 谢元森.沉默的喧嚣-网络烂尾新闻的社会记忆与遗忘[D].南京:南京师范大学,2014

[26] 罗钢，刘象愚.文化研究读本[M].北京:中国社会科学出版社，2000

[27] 陶东风.《粉丝文化读本》[M].北京：北京大学出版社，2009

[28] 范燕虹.网络“恶搞”文化与社会话语权的关系及管理对策[J].福建:东南传播,2015（10）

[29] 约翰·费斯克等.关键概念-传播与文化研究辞典.李彬译.[M]北京：新华出版社，2004

万方数据

[30] 宫承波.新媒体文化精神论析[J].山东：山东社会科学，2010（5）

[31] 胡疆锋.恶搞与青年文化[J].北京：中国青年研究，2008（06）

[32] 杨寄荣，宋玉静.粉丝文化语境下的话语权研究[J].辽宁：辽宁教育行政学院学报，2013（2）

[33] 伊丽莎白·诺尔-诺依曼，沉默的螺旋[M].董璐译.北京大学出版社，2013

[34] 黑格尔. 《法哲学原理》[M].范扬、张企泰等译.北京：商务印书馆，1961

[35] 费斯克.《理解大众文化》[M].王晓钰等译.北京:中央编译出版社，2001

[36]（美）C·恩伯 ，M·恩伯 ,《文化的变异》 [M] 杜杉杉译.辽宁：辽宁人民出版社，1998

[37] 胡春阳.网络、自由及其想象：以巴赫金狂欢理论为视角[J].复旦学报（社会科学版）.2006（1）

[38] （日）北冈诚司,巴赫金对话与狂欢[M].石家庄：河北教育出版社

[39] 巴赫金.巴赫金全集 [M]. 石家庄：河北教育出版社

[40] 邓榕，周清平.网络恶搞文化现象批评[J].求索.2011（4）

[41]（英）理查德·戴尔.明星[M].严敏译.北京：北京大学出版社，2010：304

[42] 陆嘉宁.明星文本与粉丝电影-2014 年度中国电影粉丝亚文化现象观察[J].北京：北京电影学院学报，2015（01）

[43] 赵宇翔，范哲，朱庆华.用户生成内容（UGC）概念解析及研究进展[J].北京：中国图书馆学报，2012（5）

[44] 周晓红.文化反哺：变迁社会中的代际革命[M].北京：商务印书馆，2015

[45] 张晔.互联网信息消费中身份认同的建构[D].山东：山东师范大学，2015

[46] 郭庆光.《传播学教程》.中国人民大学出版社，2011（P50）

[47]（德）恩斯特·卡西尔.人论[M].甘阳译.上海：上海译文出版社，1985

[48] 万资姿.文化创造：一种人类符号能力的实现与被规定[J].北京：探索，2009（1）

万方数据

[49] 周正刚.文化矛盾与社会稳定[J].广东：广东社会科学，2001(5)

[50] 王秀丽.网络社区意见领袖影响机制研究-以社会化问答社区“知乎”为例[J].北京：国际新闻界，2014（09）

[51] 王笑楠.对网络恶搞现象的文化分析[J].河南：河南师范大学学报，2010（5）

[52] 陈庆婷.媒介环境下中国粉丝文化的变迁及其演变规律研究（1978 年至今）[D].兰州：兰州大学，2015

[53] 王羽秋.网络媒介时代下的粉丝文化研究[D].上海：上海外国语大学，2011

[54] 曾一果.恶搞：反叛与颠覆[M].江苏：苏州大学出版社.2013

[55] 杨海鹰.转型中国语境中的传播劳动：以平面媒体新闻从业者身份变迁研究为例[J].上海：新闻大学，2014（03）

万方数据

附录： 采访手记

注：应受访人要求，以下下采访人露出的名字皆为化名。

一．被采访人：Vincent

身份信息：24 岁；上海某广告公司职员；淋文化爱好者

采访时间：2017 年 4 月 3 日

采访内容：

1.你最早什么时候接触淋文化。

答：大概大一的时候，那个时候是 2011 年，有朋友在讲，我就去查了一下，感觉很好玩，就开始用了，后来去贴吧和微博都会去看看，三木吧啊，肩上的脚丫吧都会涉及到淋淋的。

2.你为什么会坚持用这个淋文化？

答：她的表情特别夸张很精彩，非常适合聊天的；而且大家都在讲，感觉自己比较放得开。而且蔡依林的歌词特别多，随便都可以拿来当淋语。我喜欢和我的好基友互相斗图，互相说淋语，但我其实不知道这样做的意义何在，只是觉得这样很好玩，当他说一件很好玩的事情的时候，我说一句：当心被吸厚。这样的一个回答，其实是非常轻松的，你本身说不出那是什么意思，但你就是知道放在这里特别合适，我也找不到其他更好的表情或者语言来表达自己的心情了。但是对其他人我可能就不会有这种无聊的消遣，更多的，可能还是在懂这个文化的人之间吧。

3.你觉得淋文化代表什么态度？

答：其实淋文化是这样的，爱到深处自然黑，虽然一开始它产生的时候是在黑淋淋，但后来其实都是本质骑士，都会粉上蔡依林。而且实际上这些东西怎么说呢，你没有办法说它

万方数据

绝对的好还是坏，有很多人就是黑到深处自然爱啊，我开始也是路人甲，后来就慢慢变成蔡依林粉了，淋文化对我的影响还是有的。而且黑和爱界限并不是这么明显的。

淋文化代表的更多是一种年轻人的想法吧，这种想法跟那些中老年人不太一样，我也不想和他们一样（笑），人生如此艰难，何必需要揭穿，反正感觉生活有点小乐趣也是挺好的。

4.你身边用淋文化的都是什么人？

答：可能是圈子的缘故，我身边一堆同性恋都喜欢用这些。但现在其实很普及，男女都会用，直男直女偏爱用惹、天了噜之类的，用的可欢了，只要你好好解释，能理解的就能理解。

5.根据对象选择淋语表达

答：是的，跟客户倒不会说这些，还是主要跟朋友说，除非是关系很好的客户。也有一些人会被我带起来说淋语，至于他们懂不懂，完全看个人理解，有的人可能不敏感就不会去深究，有的人会有感受，就会问你到底。

二.被采访者：何博士

身份信息：25 岁 在读博士 淋文化了解者

采访时间：2017 年 3 月 16 日

采访内容：

1.最早接触淋文化，怎么接触

答：因为自己喜欢日本文化，最早已经记不清了，但主要是在一些日本的论坛上看到了淋语这个东西。但我自己从来不用，也没有刻意去找过，只是听说这个东西。

万方数据

2. 他们对淋语的态度是怎么样的？

答：我觉得淋语有点好玩，而且似乎没有特别低俗，感觉用这个的并不是真的在恶搞，更多的是一种调侃吧，没有太多感觉。

3. 你身边有用淋文化的吗？

答：没有，很少见到。

4. 你能理解“被吸”、“走钢索”、“恒河水”这些词汇的含义吗？

答：不是很理解，感觉被吸就是被吸走吧，走钢索代表很危险？恒河水的意思我感觉可能是很脏？说实话我感觉这些词语我只能从根据我的经验来理解。

三. 受访人：王小姐

身份信息：24 岁 母婴用品公司职员 蔡依林粉丝

采访时间：2017 年 3 月 25 日

采访内容：

1. 你做蔡依林粉丝大概有几年了？

答：从大一的时候开始喜欢的吧，现在差不多有 6 年了。

2. 那你是什么时候知道淋文化的？

答：跟喜欢蔡依林差不多同时期，我喜欢蔡依林的很大一部分原因也是因为她那些流传的表情包啊之类的，感觉现在看着她一路走过来，也挺不容易的，跟着她成长也挺好的。

万方数据

3. 你为对淋文化是什么看法？

答：其实说起来没有太大的感觉，一个是真的好玩，我身边有很多基佬朋友特别喜欢用淋语啊，跟他们聊天总是喜欢用什么天了噜，句子结尾会加上惹这种，感觉聊天蛮有意思的，我觉得跟一般的聊天区别还是很大的，跟不熟的人就不会聊的，但是跟那些基佬朋友聊天会有很大的放松，上班的时候跟朋友聊天都会用这个啊，感觉这东西成为生活的一部分了。

我自己不是一个重度的使用者，但我不会排斥，对我而言理解起来也没有太大的困难，而且看到那些表情可以看到我林不一样的一面，并没有什么不舒服，相反，还会更喜欢蔡依林了呢，这几年她的进步真的很大，基本有演唱会我就会去看的。

4. 你提到你身边朋友喜欢这些淋文化，你觉得是什么原因呢？

答：区分度比较明显吧，我那些朋友平时生活中就比较毒舌，特别爱说酸话的那种，但实际上他们看的也比较透彻，说话就是一针见血的那种，虽然听起来不舒服，但是还是挺有道理的。每次跟他们讲一个事情，他们会用这个文化来回答我，感觉一下子就明白他们的态度。

5. 比如讲到什么事情的时候，他们会高频率用这些文化？

答：也不是什么大不了的，无非就是生活中的琐事，比如谈谈恋爱啦，如何鉴别渣男啦，如何获得一段感情啦，不过他们从来不会给你灌鸡汤，每次就是骂醒你，还说我真素好好笑惹！没人要的野鸡之类的，他们难道不知道自己也没人要吗（笑）。

四.受访人：光洙

身份信息：26 岁 日语老师 蔡依林粉丝

采访时间：2017 年 4 月 23 日

采访内容：

万方数据

1.作为一个蔡依林的真爱粉，你喜欢蔡依林多久了？

答：从 2003 年她发布《看我 72 变》这张专辑开始，我就开始爱上她了，一直爱到现在。

2.那你是何时并且如何知道淋文化呢？

答：记不大清什么时候知道了，但是我应该是从微博上看到的，因为会看到一些关注的博主也会用这些淋语，而且有些跟我一样的蔡依林粉丝也会用这些表情包啊，久而久之，我也就慢慢知道了。

3.那你自己会用淋文化吗？

答：不会，我自己很少用这个东西。包括平时跟人聊天，我也很少用这些。我还是喜欢从新闻去了解蔡依林，我爱她的人和作品，感觉这个东西不会影响我爱她。

4.那你对淋文化是什么样的态度？

答：其实我并不讨厌淋文化，我不用淋文化的原因主要是这个东西不算大众，有些人听不懂，所以我并不会去刻意使用这个。

就算身边有人跟我用这个表情包或者说淋语什么的，我也不会刻意去讲淋语，但是有些语气词比如惹这种我还是蛮喜欢用的，感觉会有点萌萌的。而且作为粉丝，感觉这个东西也变成偶像的一部分了，别人喜欢用也是别人的选择，我不用也是我的选择，也并不妨碍我喜欢。所以我还是不排斥这个的啦，毕竟是我偶像的东西我都喜欢~

五.受访人：野孩子

身份信息：在校大学生；25 岁；同性恋；蔡依林粉丝

采访时间：2017 年 4 月 23 日

万方数据

1.你喜欢蔡依林多久了？

答：12 年了吧，我是她超级粉丝,很爱很爱她。

2.你是通过什么途径知道淋文化的？

答：微博和贴吧，那个时候贴吧会经常黑她，但是这几年感觉微博用的人比较多。

3.你会使用淋文化吗？你的朋友圈有人使用淋文化的吗？

答：不会啊，这不是我喜欢的风格，我喜欢聊天稍微正经点。我朋友，我想想，跟我聊天的，很少会用淋文化，如果有人说的话，我应该会说让他正常点。

4.所以，你是不喜欢淋文化的吗？为什么不喜欢？

答：我觉得用这个很奇怪啊，而且有点矫情。(插问：什么叫矫情？）矫情的意思是有点做作吧，感觉不是很在自己的接受范围内。

5.那淋文化会妨碍你对偶像的喜欢吗？

答：不会啊，肯定不会的，我觉得这个东西是有黑她的成分在，应该对她本人来说比较困扰吧，对我这种粉丝而言，这个东西没有太大影响，网上看到这些东西，其实也挺正常。

六.受访人：绝色春晓（微博 ID)，

身份信息：学生，年龄 15 岁

受访时间：2017 年 4 月 23 日

采访内容：

万方数据

1. 你喜欢蔡依林有多久？

答:大概四年多了，比资深粉少一点。

2. 你是通过什么渠道和何时了解到淋文化的？

答：微博吧，微博经常有人发那些我林的动图，特别搞笑，虽然有点黑她，但觉得挺有意思。还有一个是贴吧会有人发帖配图用的就是这些。接触的话，应该是在三年前的微博上吧，但是这些东西我后来了解到是很早就有了，我还没开始喜欢她的时候就已经存在了。

3. 那你自己会使用淋文化吗？

答：看哪些方面吧，比如“那画面太美我不敢看”、“让路人甲闭嘴惊艳”这类的我会用，但别的一些黑的成分和表情包尽量不用吧，感觉有些图片确实有点过分了，比如在唯舞独尊和舞娘时期她的表情包就是被黑惨了。

4. 你如何看待淋文化呢？

答：我觉得这个东西一开始是负面的，粉丝也是不太喜欢的，因为源头是黑粉制造这些，但是后来就混乱了，自家粉丝也用这些…这个东西到现在的含义都已经改变了…

5. 你觉得是什么改变了？

答：这些东西最初的出发点就是粉丝互撕互黑嘛，那个时候贴吧比较火，百度第一个帖子数破亿的不就是蔡依林吧吗。到现在回过头看的话，这些已经从单纯意义上对明星的诋毁逐渐演变成一种在社会广泛应用，甚至可以称之为文化的东西。最初负面的东西少了很多，更多提现的是艺人的影响力和名气，而且蔡依林本人现在也并不是太在意这些了。

6. 那你自己会参与制作这些表情包啊什么的吗？

万方数据

不会，因为我不会做…但是现在很多图都是从官方粉丝团流传出来的》…粉丝也会跟着用…而且蔡依林本人也时不时配自己的表情包，感觉粉丝都要疯了…

万方数据

致谢

在写下这篇致谢的时候，心情颇为复杂。一方面是对近乎 20 年的学生生涯即将结束的一种不舍，另一方面是在毕业之际又感受到人生的大起大落，有些东西在结束的当口，会愈发明显，比如感谢。

能完整而无愧于自己的写完这篇论文，首先要感谢的一定是我这辈子很幸运遇到又美又厉害的导师-章宏老师。说实话，这个选题在一开始写的时候，我并没有多大的把握，甚至觉得研究这个看起来特别另类和不学无术，但莫名坚持，于是自己特别任性的写了自己想写的东西。但章老师一直是最支持我的那个人，从论文开题到完稿，整个过程给予了我极大的帮助。导师的这一份勇气和耐心让我真的感激和感动万分，所以我也尽量在写的过程中，更认真点，好让这篇论文看起来没这么衰…同时在写作过程中，留学欧洲期间的胡灏琛师姐也对我的论文提出一些具有参考性的建议，学术的路上，有了我导师和师姐这样的人，觉得人生被照亮了，有时候写着写着也会莫名落泪，不是难受，而是觉得自己受之有愧…

我还要感谢那些被我采访过的人，无论是认识的还是不认识的，他们都给了我极大的研究素材，他们让我的研究更完整，在交谈的过程中也很开心，是他们让我懂得这个世界有很多丰富多彩的样子，每一种生活方式都应该被善待。

我还要感谢支持我的朋友，比如新闻所的杨一凡总是会在我论文遇到困难的时候鼓励我，巩晗也总是会关心我的论文进度，还有传播所的同学们，其实论文这东西大家一起承担，心情就会好一点，压力也会稍微没那么重，所以还是感谢那些同学啊朋友啊，是他们，让我觉得论文路上不孤单了。

本来想感谢下对象，突然发现自己万年单身狗，所以也没有特别值得感谢的爱情，更多的是感谢老师的帮助之情，和同学的鼓励之情，以及那些论文涉及到的相关人的配合，还有大明星蔡依林的存在，如果没有这个优秀的偶像，我的论文就不成立，希望她发展越来越好，一个有勇气去改变自己命运的偶像，值得学习。

最后，毕业之际，感谢我遇到的每一个人，是你们让我的人生越来越完整，我想带着这一份勇气，去经历更多我未曾经历的，希望这一份论文答卷，不是我的终点，而是

万方数据

我的起点。

谢谢你们！愿你们的未来如西溪田家炳门口那些繁花锦树一样灿烂，珍重！

万方数据