

青年扮老类语 C 游戏“AAA 家族”的运行机制与寓教于乐价值

董 浩¹, 皇甫钰², 张星宇¹

(1. 南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京 210037; 2. 江苏广播电视总台, 江苏 南京 210000)

摘要:青年扮老类语 C 游戏“AAA 家族”作为一种网络亚文化,不仅是青年群体自娱自乐的小圈子文化,而且是青年群体以反叛、搞怪、解构的方式对社会问题的反向言说与表达。以小红书平台上的“AAA 家族”为研究对象,运用网络民族志和非结构访谈法,对青年扮老类语 C 游戏“AAA 家族”的运行机制与社会价值进行探究。研究发现:青年群体之所以使用老年人语言,从表面上看,是因为在新媒体技术赋权下,通过挪用青年扮老类语 C 游戏“AAA 家族”的语言化文字,能够以戏仿、解构等手法模仿老年人,进而在获得间接反抗父辈权威、缓和家庭关系机会的同时,还能以话语实践提供的角色扮演方式,实现代际之间的另类沟通和理解。究其本质,是因为扮老类语 C 游戏“AAA 家族”具有寓教于乐的社会功能。即通过模仿间接获得父辈经验,进而加速个人社会化;通过自组织结成的趣缘群体,满足虚拟社交、表达、被尊重等需求;在好奇心的驱使下与解构的游戏狂欢中,通过模仿提前获得了“老年化”的体验,进而实现理解父辈、促进代际沟通的作用;通过碰撞与交融的方式,促进了网络青年亚文化与主流文化的融合。

关键词:AAA 家族;青年;戏仿;语 C 游戏;亚文化

中图分类号:G206.3

文献标识码:A

文章编号:1008-7699(2025)01-0023-09

在数字社会,老年人常常被认为是社会中的“数字难民”与“需要被数字反哺的对象”。但以银发网红为代表的老年人不仅“颠覆了社会对于老年人的刻板印象,活成了年轻人喜欢的样子”^[1],而且成为年轻人争相模仿的对象,如微信平台上“中老年表情包”“中老年特效”被大量年轻人使用、抖音平台上掀起模仿老年人穿搭的搞笑视频之风等。其中,以小红书平台上出现的青年模仿老年人的网络表达方式的“AAA 家族”最具代表性。作为一个以年轻、时尚为特点的社交媒体平台,小红书却出现了这种与该平台定位不符的亚文化现象,即大量的年轻人把自己的头像换成了老年人的自拍,或者是原生态的风景照,将昵称改成“三个 A 开头+自己职业+姓氏”的名字(如“AAA 建材批发老刘”“AAA 热带水果批发张姐”“AAA 专业疏通下水道李师傅”等)。聊天内容变成了客气聊天、交流生意、闲谈子女、互相慰问等;聊天符号开始使用微笑、拥抱、点赞、玫瑰等表情。虽然“AAA 家族”是被人们吐槽的“爹味文化”,并让小红书一夜变成了“老红书”,但成为了年轻人喜爱的新梗、新型亚文化与文字演绎类游戏,具体表现为:不仅引发大量小红书用户模仿,同时,形成了独特的圈层文化,引发社会关注,浏览量和话题量达到百万,《大众日报》《极目新闻》等新闻媒体纷纷进行报道,并促使社会对代际关系、社交语言等问题进行思考。因此,如何认识与理解青年模仿老年人的网络表达方式“AAA 家族”,成为一个值得研究的现实问题。

一、研究缘起

目前,学界尚未对“AAA 家族”进行专门研究,而是只有一些关于“AAA 家族”的新闻报道,如极目新

收稿日期:2024-10-15

作者简介:董 浩(1990—),男,山东滕州人,南京林业大学人文社会科学学院讲师、博士,南京林业大学文旅产业与城市传播研究中心副主任。

闻发布的《年轻人上网爱用“爹味发言”，专家：他们在找乐子中逐渐理解了父母》、红网发布的《“爹味发言”再出圈 老梗何以翻新？》等。但从学术的角度来讲，“AAA 家族”属于一种语言游戏。关于这一领域的研究，缘起于维特根斯坦在《哲学研究》中首次提出的“语言游戏”一词，虽然，他并没有给“语言游戏”一个确切的界定，但给出了许多论述。维特根斯坦认为：“语言和它所涉及的一切活动统称为语言游戏”；“语言游戏”是指“言语作为一种活动和一种生活形式的一部分”。这里所说的“生活形式”是指一种语言所处的特殊文化和社会环境。^{[3]9} 关于语 C 游戏的内涵与分类，徐鹤认为，语 C 游戏是“语言 cosplay”或“语言 costume”的简称，其内涵是指在网络平台上用语言化的文字模拟二次元形象、小说、影视中的虚拟人物并进行角色扮演的游戏，又可分为“同人语 C”与“原创语 C”^{[4]44}。目前研究也主要关注这两类。不同于仅关注语言游戏本身，“语 C 游戏的社会化运用”的研究则是从语用学的角度，认为语 C 游戏从亚文化圈层走出来逐渐应用到某一更为宽泛的社会领域或社会人群中，并表现出极大的社会性与包容性^{[5]717-718}。本文认为，“AAA 家族”既不属于“同人语 C”，也不属于“原创语 C”，而是属于语 C 游戏的社会化运用。因此，从语 C 游戏的社会化运用研究的角度而言，“AAA 家族”是一种语 C 游戏在青年群体中用来模仿老年人网络言行的应用，即家庭人物扮演类的“语言 cosplay”或“语言 costume”游戏。但“AAA 家族”并不是为了模仿而模仿，而是有着自己特定的价值诉求与指向，即通过模仿父辈的网络表达方式来解构、消费，甚至是反对父辈的权威，并从中获得社交乐趣，获得被尊重感、成就感与满足感。因此，将“AAA 家族”概念化为一种青年扮老类语 C 游戏，进而对其内在运行机制与寓教于乐价值进行探究，也就成为从学术的角度对其进行研究的关键所在。

从源流角度来讲，“AAA 家族”并不是凭空而来的，而是缘起自人类社会中的一个恒久社会母体及其变体——因子代在世界观、人生观、价值观等方面与父辈存在代沟而引发的叛逆、“反抗”父辈权威与说教的代际冲突与矛盾问题，并且在不同的世代有着不同的表现形式。在传统时代，代际冲突与矛盾直接表现为父辈在现实空间中带有一定的说教式、灌输式的说话方式“爹味发言”，面对父母的唠叨、说教，子代可能表现为厌烦、不理解，甚至发生各种形式的正面或侧面的交锋；在伴随着数字媒介技术成长起来的一代，代际冲突与矛盾的表现除了上述形式之外，还演化出各种隐蔽、隐晦、带有一定的游戏性的网络社群与亚文化形式，如豆瓣平台上的“父母皆祸害”小组、“AAA 家族”以及家庭人物扮演类的语 C 游戏等，来“反抗”与解构父辈权威与说教。但根据田野观察与访谈“AAA 家族”成员可知，“爹味发言”与家庭人物扮演类的语 C 游戏是“AAA 家族”最为直接的两个来源。

最初，“爹味发言”是指父母以一种高高在上、上位者的身份或姿态对他人进行说教，甚至是指手画脚的发言。现在，“爹味发言”常被用来泛指不限于父母的没有礼貌、过于自我的说教式发言。这种人喜欢把自己的观点、主意强加在他人身上，带着“上对下”的发号施令，在谈话间透露出蔑视、不尊重、控制别人的语气。而“AAA 家族”则是一种青年群体通过貌似娱乐、游戏化的语言模仿“爹味发言”，来反对以“爹味发言”为代表的父辈权威与说教的网络亚文化或文字演绎游戏。

根据网民在小红书发布的《AAA 家族教程》可知，一般而言，“AAA 家族”成员的特征为：昵称是由 A+行业、姓氏、称呼组成，头像是大头自拍、花朵或是风景，充斥着标点符号、形近字、同音词、错别字，内容是日常问候、励志鸡汤、排比祝福，还有对人生的感悟、夸赞（互夸）、挣钱发财、养生、教育年轻人等（详见表 1）。至于为什么“AAA 家族”的昵称通常是“AAA+行业+昵称”，则是因为“AAA 家族”继承了微信上微商的取名方式。微信平台上既有熟人，又有刚刚认识的朋友，为了更好地进行商业交易，常常需要表明自己的行业和职业，因此，故微商的昵称命名方式最好是可以证明其身份的实名。而将自己的网名前面加上“AAA”，则是为了能让自己的微信账号显示在好友列表、平台搜索列表的前排，让亲朋好友一眼就能看到，增加自身的可见性^{[2]8-19}。后来，这种命名方式被 B 站、豆瓣、知乎、小红书等其他的社会媒体上的用户所习得与采用。但需要特别指出的是，尽管“AAA 家族”不是一种商业行为，但也继承了这种命名方式。

表1 “AAA家族”教程项目

编号	项目类别	项目具体内容
1	表情	通过微笑、鲜花、动图等形象、生动的表情包以示友好
2	错别字	形近字、同音字、偏旁拆开、拼音首字母【因文化水平有限、手写输入(太慢)、语音输入(普通话不标准)、拼音输入(点错)导致】
3	标点连用	、、+【手抖容易多打(确信)】
4	头像	叔叔阿姨大头自拍,与花、职业等相关
5	名字	“AAA+行业+姓氏+称呼”【A字开头可以排在微信联系人前面,微商必备】
6	常用词	“恁”“俺”“呵”“呐”“咯”“友友”“小美女”“小伙”等
7	发言内容	日常问候、养生、排比祝福、夸赞(互夸)、挣钱发财、励志鸡汤、教育年轻人、调戏美女帅哥等

综上所述,“AAA家族”不仅仅是“爹味发言”的翻版,更是青年顶着另类的头像、昵称,使用另类的语言,在不属于自己的年龄阶段,通过模仿父辈的网络行为,即通过借“爹味发言”的语言形式来解构“爹味发言”。换言之,即青年们以幽默的口吻,以模仿、戏仿、解构的方式,来隐晦的调侃与反抗父辈的说教、权威的语言工具。因此,在对其历史源流进行梳理之后,如何对极具解构性、反权威性、复合性的“AAA家族”进行定位与理解,就成为一个亟待解决的学术问题。

二、研究方法

本文以小红书平台上的“AAA家族”为主要研究对象,综合运用网络民族志和非结构访谈法,对作为一种青年扮老类语C游戏的“AAA家族”的运行机制进行探究,进而发现其社会价值。具体而言,首先,为了解其运行机制,采取网络民族志的方法,对小红书平台上的“AAA家族”进行长达一年的参与式观察,时间范围为2022年7月到2023年6月。同时,对以“AAA家族”为关键词在小红书上检索到的1万多条文本进行文本分析,从而了解“AAA家族”群体的人口统计信息、社交媒体使用情况、对“AAA家族”的看法、角色扮演经历等。其次,为了探究其传播价值,在网络民族志调研过程中发现的具有代表性的样本中选取了10位“AAA家族”成员作为访谈对象(详见表2),访谈实施方式为线上语音通话和线下面对面交谈,访谈前征得了受访者的同意。访谈围绕受访者的生活经历、网络使用情况、模仿内容和感受、图文发布效果、模仿带来的物质和情感收获等方面展开。

表2 10位具有代表性的“AAA家族”成员一览表

编号	姓名	性别	职业	年龄	采访方式
1	CBB	女	全日制本科生	20	面对面采访
2	LCY	女	高中生	17	微信采访
3	LHZ	女	私企员工	28	面对面采访
4	GYS	女	自由职业	27	微信采访
5	HXY	女	全日制本科生	19	面对面采访
6	GL	女	全日制本科生	21	面对面采访
7	ZY	女	国企员工	30	微信采访
8	YCM	男	高中生	18	微信采访
9	GMT	男	全日制研究生	25	面对面采访
10	LCJ	男	全日制本科生	22	微信采访

三、青年扮老类语C游戏“AAA家族”的运行机制

传统的游戏运行总是以一定的规则为基础。而青年扮老类语C游戏“AAA家族”作为一种文字演绎类语言游戏,必然也是按照一定的规则进行的,但由于“AAA家族”属于语C游戏的尝试性社会化发展,而且其主要使用人群是极富活力、创造力的青年群体,因此,其运行机制的内核带有更多的青年亚文化特色与群体价值诉求。概言之,即更多的是通过游戏、戏仿、解构等手法模仿老年人网络表达方式,进而实现间接的反抗权威、理解父辈的目的。

(一)戏仿式模仿老年人：“AAA家族”形成的社会原型

传统的角色扮演游戏主要是人们从日常生活经验中总结出来的、带有一定的娱乐性质的动作和角色扮演^[6],或人们模仿从戏剧、影视作品看到的人物、故事;后来,则发展为在电子平台上,侧重于故事、虚拟世界环境和所扮演的人物的描述。语C就是一种侧重于人物角色扮演的游戏。而与传统的角色扮演游戏不同的是,“AAA家族”作为一种青年扮老类语C游戏有着非常现实的价值诉求,即“AAA家族”通过略带夸张的方式模仿父辈的行为,戏谑地模仿父辈语言,就像父辈之间在社会交往中使用的话语与动作一样,来实现对父辈的戏仿与解构。这种借助文本的模仿,随着加入其中的青年不断增多,不仅逐渐成为一种极具力量的“玩梗”形式^{[7]106-108},甚至逐渐演变为一场“模仿”的狂欢。比如在视频创作平台上,我们也可以看到很多扮演老年人的内容,一夜之间引发博主竞相模仿,并大受年轻人欢迎,成为流量密码。他们从穿搭、举止、神情、说话方式、聊天内容等方面,把老年人模仿得惟妙惟肖,让许多老年人误认为是自己的同龄人。

虽然,从源头上讲,青年扮老类语C游戏是一种存在于网络空间中的文字演绎类游戏,但由于网络空间中的社会行为会延伸到现实空间中,年轻人也会慢慢从对父辈的戏仿中学会换位思考。这种换位思考不同于霸道总裁式的油腻爹味说教,而是在参与网络亚文化(有时候以游戏的形式呈现)的过程中,通过“并喻文化”^{[8]27},即年轻人同辈之间的相互交流,获得体验父母的媒介使用习惯和说话风格。青年以“AAA家族”的方式模仿父辈,不仅能够增强年轻人对包括父母在内的长辈的共情能力、同理心,而且能够将其传递到他们的线下生活中。正如受访者CBB所言:“看到网上一堆年轻人模仿自己的父母,我也想来模仿一下,以前没有注意过父母的说话方式、思考方法,只是觉得有些反感、有代沟,但当我尝试融入他们时,我让自己按他们的方式和其他父辈说话、去解决问题,渐渐觉得很有意思,也渐渐理解了他们。当发生分歧时,我也不再仅仅站在自己的角度考虑问题。”

(二)挪用符号以反抗权威：“AAA家族”运行的精神特质

随着抖音、快手等平台迅速成为人们日常生活的一部分,年轻人在这些平台上创造出越来越多的文化产品。发疯文学、孔乙己文学、鼠鼠文学、吗喽文学等网络文学的热度还未消退,“栓Q”“退退退”“我真的会谢”等网络流行语就开始迅速的在年轻人中流行开来,以至于当代社会的社交语言变得日趋复杂化和多样化。然而,在这些看似有趣的表达背后,隐藏着深深的数字代沟。例如,在年轻人的语言知识库中,“呵呵”意味着阴阳怪气,“微笑”意味着冷漠等,但在老年人的语言知识库中,则不是这样,“呵呵”可能就是笑声,“微笑”意味着微笑。而青年扮老类语C游戏“AAA家族”就是一种通过亚文化的方式,挪用已有的网络符号资源^{[9]92},在反抗、解构父辈权威的过程中,反向表征当代社会数字代沟的体现。具体而言,虽然年轻人与老年人不仅都以“AAA+行业+昵称”来命名自己的昵称,而且有着类似的网络言行,但两者之间的表意完全不同。老年人的网络言行是一种因生理与心理等方面的原因而产生的属于这个年龄阶段的自然言行;而年轻人则属于通过借助语言化的文字,模仿老年人的网络言行,来达到戏谑、反抗老年人的“爹味发言”与权威,并激起青年共鸣的亚文化行为^{[10]145}。比如“AAA家族”的青年人们这样模仿老年人:

“头疼、闺女非要我这老家伙想什么文接,难。”(头疼,闺女非要我这老家伙想什么文案,难。)

“闺女老喜又欠买这种衣服、,说是什么萝卜塔、”(闺女老喜欢买这种衣服,说是什么洛丽塔。)

“子亥子老是花钱买这些很贵的饮料、、”(孩子老是花钱买这些很贵的饮料。)

“晚上女子,最近在拿里发贝才”(晚上好,最近在哪里发财?)

“老板、、还有没有西瓜、我想批发点、多买点有没有优惠哦”(老板,还有没有西瓜,我想批发点,多买点有没有优惠哦?)

在每一篇“AAA家族”成员的发言中,都可以看到“爹味发言”的标签,他们模仿着老年人的语言,或互祝生意兴隆,或问候家中情况,或吐槽子女生活习惯。在这场“游戏”中,他们以表情、头像、语言为线

索,通过对老年人网络语言的挪用、嘲弄和变形,一方面,再次确认了青年群体的自我存在,另一方面,“AAA家族”对于老年人网络语言符号的挪用,不仅是对原本意义的“爹味发言”的抵触,对现有聊天方式的不满,也是对父辈权威的解构与“抵抗”,对那些带有说教意味的、高高在上的现实生活中的权力者话语的反叛。更进一步地,在“AAA家族”的话语体系中,“呵呵”不再代表阴阳怪气而是友善,微笑表情不再是冷漠和无语,说一句话不再需要加括号表示自己“没有这个意思”。概言之,“AAA家族”让变形的网络语言回归原汁原味,能够像父辈一样,线上线下行合一,不厌其烦地转发养生帖,发送中老年表情包,直白地表达喜怒哀乐,也让很多年轻人觉得自由而有趣。

(三)以媒介玩梗缓和家庭关系:“AAA家族”产生的意外效果

从家庭的角度来讲,“AAA家族”有利于以媒介玩梗的形式缓和家庭关系。数字鸿沟问题不仅是一个社会问题,也是家庭问题。根据罗杰斯的创新与扩散理论,大部分中老年群体在互联网中往往不是“创新者”和“早期采用者”,更多的是“晚期大众”甚至是“落伍者”。因此,在这种情况下,除了可以采取对数字媒体技术进行适老化改造、提高老年人的媒介素养、进行数字反哺等措施之外,“AAA家族”在无意间也成为一种有效地帮助老年人跨越数字鸿沟、实现数字突围的路径。比如在“AAA家族”里,有一些颇有想法的成员将“爹味发言”灵活运用到了生活中,从线上的媒介游戏转变为线下的促膝长谈,成为与父母的参与式互动游戏,不少年轻人称,靠着“爹味发言”完美融入了家庭群,缓和了家庭关系。

“因为学会了爹味发言,自己终于第一次融入了家族群中。一边是真实的中老年家长,一边是模仿他们的年轻人,我们之间的交流却仿佛没有隔阂,就好像是几个同龄人在掏心掏肺地聊天”。(受访者LCY)

“我觉得AAA组织能够成为流行梗的真正原因是‘用魔法打败魔法,用爹味打败爹味’。我们用AAA家族的方式与父母沟通,得到了父母的认可与喜欢,用父母的方式和父母沟通,就像小时候他们用孩子的语言和我们沟通一样。”(受访者LHZ)

更有甚者,在互联网上喜欢新鲜事物、玩梗的年轻人,还模仿大爷大妈的拍照姿势、父辈使用抖音制作的视频风格(色彩鲜艳、配曲年代感强、特效丰富和拍照姿势唯美花哨),以及用五颜六色的花朵特效制作抖音视频,形成了一类“土味视频”的风格。这类视频虽然不是青年群体拍摄视频的主流风格,也不是他们喜欢的风格,但它确实是青年群体在媒介技术赋权下,借助模仿、解构的网络亚文化方式,主动地走近老年人,试图理解老年人和缓代际差异的一种体现。因此,以青年模仿老年人的风格拍摄的短视频作品一经发布,就迅速获得较大的社会关注。

(四)从挪用/反抗到沟通/调和:“AAA家族”话语实践中的角色沟通与协调

一般而言,人们的身份或角色往往是随着个人的生命历程逐渐展开的,即到达某一个年龄阶段或通过某种仪式与考核,才能获得某种身份或角色,如年轻人只有成家之后,才知道操持家庭的不易;年轻人只有结婚生子,成为人父人母之后,才能理解父母的不容易。这也是所谓的“不当家,不知盐米贵”“不生子,不知父母的恩”。但随着互联网等新媒体技术的发展及其对青年的赋权,网络空间也逐渐成为青年亚文化交流、活动的空间,人们获得某种身份或角色,可以不需要再通过到达某个年龄阶段或通过某种仪式与考核,比如通过语C等文字扮演类的亚文化及其话语,也能够建构、体验某种角色或身份^{[11]12-13},并且影响着“我们对于世界和自我的认识”^{[12]106}。而青年扮老类语C游戏“AAA家族”就是这样一种可以通过话语实践的方式超前体验某种身份或角色的亚文化类型。具体而言,“AAA家族”成员在通过戏谑式的挪用父辈话语风格、内容,以反抗父辈的权威或者以爹味风格的发言来说教的人的同时,能够以媒介玩梗的方式实现与父辈的想象式的交流与调和,进而实现家庭关系的缓和。

但访谈发现,这种通过青年扮老类语C游戏“AAA家族”超前获得的体验父辈身份或角色的角色扮演方式,只是一种在互联网等新媒体技术提供的特定情境下获得的一种暂时性体验。正如梅罗维茨所言,电子媒介影响包括社会角色在内的社会行为的原理是我们表演的社会舞台的重新组合及其所带来的我们对“恰当行为”认识的变化。^{[13]3-4}因此,青年扮老类语C游戏“AAA家族”提供的这样一个游戏、解构

父辈权威的短暂空间与机会,深受青年群体的喜欢。

四、青年扮老类语 C 游戏“AAA 家族”的寓教于乐价值

寓教于乐自古以来就是一种非常重要的教育方式。过去,寓教于乐主要是老师、家长等社会主体自上而下提供给青年的,但在当今的数字社会,随着互联网等新媒体技术为青年自身自主建构这种教育方式提供更多的机会结构,^{[14]3-9}青年作为最富活力、创造力的群体,也开始成为实施寓教于乐教育方式的重要社会主体。他们借助互联网等新媒体技术所创造的网络亚文化,不仅有助于青年实现自我价值与加速个人的社会化,促进代际沟通,而且也有助于文化的百花齐放。

(一)模仿与成长:父辈经验加速青年虚拟社会化

“AAA 家族”最为典型的特征就是模仿,但这种模仿并不只是形式上的模仿,如以“AAA+行业+昵称”的形式命名个人在社交媒体上的虚拟数字身份、模仿老年的网络言行。事实上,模仿父辈也是学习父辈的经验与思维方式,因此,可以在一定程度上以虚拟的形式加速青年的社会化。过去,青年的社会化大多通过父辈的经验传授,但随着互联网等新媒体技术的发展,父辈被认为是数字社会中的“难民”,父辈的经验早已过时,被人们所忽略与轻视。

但实际上,父辈的社会经验不仅不过时,而且还非常有用,一直都是青年在社会化过程中获得指导与点拨的重要来源。比如,父辈传授的社会经验之一“女孩子在外面遇到问题时要勇敢一点、灵活一点、机智一点”就被“AAA 家族”灵活地采用,即通过模仿的方式,女性机智地伪装成男性,来保护自己,维护自己的合法权益。

“伪装成中年男人后,我的生活更自在了。不仅说话变得硬气,还能规避危险和骚扰。以前一个人在家不敢拿外卖,现在外卖改名 AAA 建材王哥,再也没有接收过骚扰短信。在网上维权也变得容易,淘宝买的衣服货不对板,只要说一句‘不退就投诉’,胜过以前十句‘麻烦您了’”(受访者 GYS)

(二)社交与表达:趣缘群体促进青年群体的身心健康

从青年群体的角度来讲,青年扮老类语 C 游戏“AAA 家族”通过形成趣缘群体,不仅满足了社交与表达的社会需求,而且促进了他们的身心健康。根据美国心理学者马斯洛的需求层次理论,人类的需求有五种,从低级到高级分别是:生理需求、安全需求、社交需求(感情需求)、尊重需求和自我实现需求。^{[15]16-17}而青年身处人生的关键上升期,对于社交、尊重与自我实现等需求有着强烈的渴望,尤其是渴望得到同辈人、父母的认可。但在功绩社会中,社会内卷不断加剧,青年面临着巨大的社会压力,很少有时间与精力陪伴并理解父母、交友并收获友谊,而社交媒体的发展为他们提供了机会。

通过“AAA 家族”式的语言风格,如使用“AAA”字母符号、多出的顿号、错别字等文字符号、“玫瑰”“点赞”“微笑”等表情符号、“小美女”“好久不见”“最近生意怎么样”等语句,不仅帮助“AAA 家族”建立起自己的语言,而且通过成员之间的相互联系、交流,还构建起一个无形的趣缘群体。不少加入“AAA 家族”的网友,甚至会在博文中加入#AAA 家族#标签,表示“想认识叔叔阿姨们”“想和大家聊生意”等。

“与年轻人一同参与这场模仿游戏让我觉得很有意思,本来我只是觉得新奇想加入这个群体,但当我发现越来越多人加入这场游戏,我们在网上用大人的语言对话,满足了自己的社交需求,我在互联网上不再是自己冲浪的感觉。脱离小红书,我们这些 AAA 家族还会互相加微信交朋友,甚至还会约着线下见面。”(受访者 GL)

(三)好奇与解构:“青年老年化”促进代际沟通

网络更迭迅速,人们短时间内就可能和他人隔着“2G”和“5G”的沟壑,只要一天不上网,很多人都会调侃自己“2G”了。父辈作为“数字移民”,对互联网的操作机制有诸多不熟悉,例如,时常打出的错别字和标点符号,对网络视频和谣言的轻信,对年轻一代笨拙的鸡汤式说教等,而作为互联网原住民的年轻人对互联网的运用则相较于父辈更为熟练。虽然年轻人对父母使用网络的方式不解,十分好奇。因此,在

此情况下,年轻人在网络空间中掀起了模仿父辈的文化潮流。从以大红大绿、高饱和度的色彩配上礼貌问候的中老年人表情包,到配有年代感音乐和五颜六色图案的抖音特效,再到假扮老人言行举止和穿搭的各类恶搞视频。在其中,有调侃,有解构,也有包容与理解。代沟的存在虽然使得中老年群体认为的“潮流”可能被青年群体认定为“过时”,但以“AAA家族”为代表的网络亚文化则是一种建立在对中老年群体的换位思考基础上,试图通过模仿来理解老年人的探索与尝试。

众所周知,模仿并不简单,好的模仿需要互换思维和对被模仿对象有较为深刻的理解。因此,青年群体对父辈的模仿并不仅仅是语C游戏,还是他们试图理解父辈世界的体现。此前似乎被互联网抛弃的老一辈,如今却在不知情的情况下,被戴着“面具”的小辈们推到了舞台中央。也有很多年轻人趁机想“吐槽”一下爸妈对自己的不理解,模仿爹妈的语气,抱怨自己“沉迷于看漫画”“喜欢奇装异服”“不找对象”等等。而其他网友也会模仿“老哥”“老姐妹”的语气,进行开导和劝慰,劝其“多理解年轻人”“要有一颗年轻的心”“儿孙自有儿孙福”等。因此,“AAA家族”语C游戏成为年轻人与父辈实现换位思考和相互理解的一个重要媒介。通过模仿父母,“后浪们”看到了唠叨和管教背后的关爱,感受到了父母的担忧和迷惘,也期盼着代际交流能更加平等、顺畅。这种传播有助于弥合数字代沟,加深年轻人对父辈的理解,缓和年轻人和父辈之间的紧张关系,传递着积极向上的价值追求,助推年轻人在戏谑的表达中理解了父辈,进而加深对年龄、人生与社会的理解。

(四)碰撞与交融:网络青年亚文化助力文化繁荣

随着互联网等新媒体技术的发展,主流文化与青年网络亚文化逐渐融合在一起,不仅主流文化呈现“下沉下潜”之势,网络青年亚文化也一改以往“趣缘群体”“圈层文化”的“圈子化”特征,呈现出与主流文化融合、互嵌、博弈的发展趋势。^{[16]19-20} 青年扮老类语C游戏“AAA家族”就是这样一种网络青年亚文化与主流文化融合在一起的新型文化。其建构的新型融合文化最大特征就在于,一方面,能够继承网络青年亚文化的风格,另一方面,能够与主流文化进行对接与对话。详而言之,虽然,“AAA风”依旧是一种网络青年亚文化,文本自身充斥着意识抵抗、圈层斗争,但不同于让人难以理解的网络圈层话语,“AAA爹味发言”所表述的内容亲切、直白,不会让网民感到迷惑不解。看似过时、笨拙的“AAA爹味发言”却并不排他,而是非常的日常化、接地气。因此,这种另类的网络青年亚文化能够一边抵抗主流文化的规训,一边又被主流文化潜移默化地采纳,进而达到出圈的社会效果。

事实上,从更为广阔的网络实践角度来讲,“AAA家族”并不是融合文化发展的个案,在抖音、哔哩哔哩(B站)、微博等平台上,也有类似的文化形态。例如,B站真人秀综艺《屋檐之夏》邀请独居老人和“城漂”青年同居,通过彼此日常生活中的交流,打破思维代沟,实现互相治愈;抖音“给一百位老人拍照”“和100个老人聊天”等话题引发各大博主创作内容,呼吁社会关心关爱老人……因此,通过与主流文化的融合,以“AAA家族”为代表的网络青年亚文化能够在一定程度上为社会文化注入更多新鲜的活力,促进其实现发展与繁荣。

五、结论与讨论

通过对青年扮老类语C游戏“AAA家族”进行研究可知,青年之所以在不属于他们的年龄段,使用老年语言,从表面上看,是因为在互联网等新媒体技术的赋权下,通过挪用青年扮老类语C游戏“AAA家族”的语言化文字,能够以戏仿、解构等手法模仿老年人,进而获得间接反抗父辈权威、缓和家庭关系机会,同时,还能以话语实践提供的角色扮演方式,实现代际之间的另类沟通和理解。但从根本上来讲,是因为扮老类语C游戏“AAA家族”具有寓教于乐的社会功能。具体而言,即青年群体通过模仿,能够间接获得父辈经验,进而加速个人社会化;通过自组织结成的趣缘群体,满足青年个人虚拟社交、表达、被尊重等需求,促进个人的身心健康;在好奇心的驱使和解构的游戏狂欢中,通过模仿提前获得了“老年化”的体验,进而实现理解父辈,促进代际沟通的作用;通过碰撞与交融的方式,不仅促进了网络青年亚文化与主

流文化的融合,而且助推社会文化的发展与繁荣。

虽然,青年扮老类语C游戏“AAA家族”具有多种积极作用与价值,但不可否认的是也存在一定的消极影响与发展隐忧,如频繁的模仿容易造成正常语言表达能力的退化;青年群体将网络空间中模仿父辈的言行带入现实与父母的交往模式中,有可能造成父母的不适应;网络空间中的模仿并不意味着子女在现实空间中就能采取理解父母的行动等;这波文化潮流热过去之后,年轻人是否还会自发地以文字游戏的形式表达对父母的理解尚未可知。因此,青年扮老类语C游戏“AAA家族”更像是一面镜子,为青年群体提供了一个理解父母的契机。未来,青年主动地跨越数字代沟、理解父母的行为若要可持续地进行下去,则需要社会营造出尊老爱老的氛围,以及对青年网络亚文化采取包容的态度,当然,也要防止过度参与与失范、违反社会公序良俗等行为的出现^[17]¹⁰⁰⁻¹⁰¹;互联网平台应建立一定的体制机制,鼓励适用于老年人的内容创作与游戏开发;青年则需要转变思维、观念,积极、主动地与父母进行直接交流与对话,从而理解父母。

文化研究不只是发生在小群体中的文化故事,同时也在一定程度上也包含着对社会现实的观照与映射,具体到本文的研究也是如此。从问题域的角度来讲,尽管,本文对青年扮老类语C游戏“AAA家族”的运行机制与寓教于乐价值的探讨,仅是个案研究,且还有很多未尽之处,但它反映出一个更为本质的问题,即代际之间的符号挪用、话语互动及其折射的代际之间的家庭关系、互动关系。因此,未来,还需要从更广阔的社会范围来探讨这一问题域,如青年群体对父辈的“冒犯”意味着什么?父辈如何看待、回应这种“冒犯”?亚文化及其戏仿、解构等特质在其中发挥着什么样的作用?或者说,当代青年及其文化发生了什么样的变化?当代的家庭为什么会容许这种“冒犯”?代际关系在当下发生了什么样的变化?以及青年群体为什么开始大范围地、频繁地反思“原生家庭”问题?等。与此同时,后续研究还可以以青年扮老类语C游戏“AAA家族”为例,并参考其他相关典型案例,与风格化理论、传播游戏论、戏仿理论、后现代理论等进行对话。

参考文献:

- [1] 刘峥. 这些“银发网红”,活成了年轻人喜欢的样[EB/OL]. [2020-10-21] https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_9701060.
- [2] 胡翼青,王沐之. 作为媒介性的可见性:对可见性问题的本体论探讨[J]. 新闻记者,2022(4):8-19.
- [3] WITTGENSTEIN L. Philosophical investigations[M]. Oxford:Wiley Blackwell,2009:9.
- [4] 徐鹤. 角色丛与我本体:青少年语c行为的虚拟民族志研究[J]. 当代青年研究,2020(4):44.
- [5] 雷容. 人际语用学视域下网络话语研究的新趋势[J]. 现代外语,2022(5):717-718.
- [6] 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢,译. 北京:北京大学出版社,2008:1-25.
- [7] 苏歆,蔡之国. 戏仿生产与快感实践:对豆瓣“疫情文学”火爆传播的话语分析[J]. 东南传播,2022(6):106-108.
- [8] 玛格丽特·米德. 文化与承诺[M]. 周晓虹,周怡,译. 石家庄:河北人民出版社,1987:27.
- [9] 尼克·库尔德利. 媒介、社会与世界:社会理论和数字媒介实践[M]. 何道宽,译. 上海:复旦大学出版社,2014:92.
- [10] 迪克·赫伯迪格. 亚文化:风格的意义[M]. 修丁,译. 桂林:广西师范大学出版社,2023:145.
- [11] 詹姆斯·保罗·吉. 话语分析导论:理论与方法[M]. 重庆:重庆大学出版社,2011:12-13.
- [12] 陈帅. 个体的自我拯救——福柯生存美学理论研究[M]. 武汉:武汉大学出版社,2021:106.
- [13] 约舒亚·梅罗维茨. 消失的地域:电子媒介对社会行为的影响[M]. 肖志军译. 北京:清华大学出版社,2002:3-4.
- [14] 骆郁廷,方萍. 论新媒体时代的寓教于乐[J]. 思想教育研究,2017(3):3-9.
- [15] 马斯洛. 动机与人格[M]. 许金声,程朝翔,译. 北京:华夏出版社,1987:16-17.
- [16] 马中红,胡良益. 互嵌、分歧与可见:网络青年亚文化发展新趋势[J]. 青年探索,2021(5):19-20.
- [17] 刘新民,仙白雪. 青少年群体持续使用移动社交游戏的影响因素研究[J]. 山东科技大学学报(社会科学版),2021(2):100-101.

Operation Mechanism and Entertainment Value of “AAA Family”, a Language Cosplay Game for Youth Pretending to Be Elderly

DONG Hao¹, HUANGPU Yu², ZHANG Xingyu¹

(1. Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing 210037, China;

2. Jiangsu Radio and Television Station, Nanjing 210037, China)

Abstract: As an online subculture, the “AAA family” reflects not only a small circle culture for young people to entertain themselves, but also serves as a platform for young people to voice their opinions on social issues in a rebellious, humorous and deconstructed manner. Given this context, this paper takes the “AAA family” on the Xiaohongshu platform as the research object, and uses the online ethnography and unstructured interviews to explore the operation mechanism and social value of the “AAA family”, where young people pretend to be elderly. The results show that the reason why young people actively participate in the “AAA family” and use the language of the elderly is because under the empowerment of new media technology, young people can imitate the elderly by parodying and deconstructing elderly linguistic expressions, and then get the opportunity to indirectly rebel against the authority of their parents and ease family tensions, and at the same time, they can also use the role-playing dimension inherent in discourse practice to facilitate cross-generational communication and understanding. Ultimately, the appeal of the “AAA family” lies in its dual function of entertainment and education. Specifically, through imitation, young people can indirectly gain the experience of their parents, thereby accelerating their personal socialization. Additionally, as a self-organized interest group, it addresses the virtual socialization, expression, and respect needs of young individuals. Driven by curiosity and deconstructed game carnival, the experience of “aging” is obtained in advance through imitation, and then the role of understanding parents and promoting intergenerational communication is realized. This process of collision and integration contributes to the combination of online youth subculture and mainstream culture.

Key words: AAA family; youth; parody; language cosplay game; subculture

(责任编辑:傅游)

(上接第 22 页)

The Mechanical Friend: An Exploration of Subjectivity Dilemmas in Human-Machine Interaction with an Empirical Study of the Social Media bot “Comment Robert” from Weibo

JIANG Yiyao, KUANG Yue, HUANG Yuhan, HU Hanhan

(School of Journalism and Communication, Nanjing University, Nanjing 210023, China)

Abstract: This article is based on the whole process of interaction between humans and social robots, with a particular emphasis on empirically examining the subjectivity dilemmas faced by different users. The study finds that while users are aware and take actions to maintain their self-subjectivity, they are still facing unconscious alienation and exploitation, which are specifically manifested in four major subjectivity dilemmas: in the machine communication experience, they can discern the traces of the algorithm but cannot resist the deviance of discourse; in the information attribution decision, they attach importance to information protection but face the risk of leakage; in the emotional interaction process, they emphasize the value of emotions but suffer from the invasion of bias; in the identification of the essence of the algorithm, they master the subject consciousness but still have the problem of failure and domestication. In response to the above problems, the study further points out that the thinking about the crisis of human subjectivity should return to human beings themselves. Moreover, enhancing users’ algorithm literacy level will be pivotal in overcoming the subjectivity dilemma at the current stage.

Key words: human-machine interaction; subjectivity dilemma; social bots

(责任编辑:傅游)