

弹幕文化在红色影视剧中的表现与转向

——以《觉醒年代》为例

沈鹏飞 吴玉兰

摘要 | 弹幕作为强互动性的交流媒介，为青年群体观点和情绪表达提供了场所，也为主流意识形态在青年群体中的传播提供了全新的研究视角。《觉醒年代》作为革命历史题材的红色影视剧，在播出后受到广泛好评，打破了主旋律影视剧的传播圈层，并在作为一种微型评论的形式多样弹幕加持下，获得青年群体的青睐。本文以《觉醒年代》在爱奇艺平台播放的弹幕为研究对象，对其内容构成、属性和字数进行统计分析，研究发现，弹幕文本呈现出情感表达由“狂欢”到“共振”、内心感受由“孤独”到“共鸣”、话语表述由“戏谑浅思”到“理性深知”的转向，提出弹幕与红色影视剧作品相结合的“青春态”传播方式有助于主流意识形态更好地融入青年群体。

关键词 | 红色影视剧；弹幕文化；《觉醒年代》

Copyright © 2022 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



媒介技术的革新推动了受众表达方式的发展，也为其提供了新的场域，诸如创作视频、弹幕互动、留言跟帖、鉴赏评论等表达方式的创新为受众群体拓展了更为广阔的语义空间。在网络世界，受众对影视剧作品的反馈比以往任何时候都更为直接和便捷——无论是欣赏、鼓掌，还是批评和更正，某种程度而言，这是拉近受众与作品距离的体现。不同历史时期，红色文化精神的内涵各不相同，作为承载红色文化精神的作品，红色影视剧同样与时代紧密结合，完成创作重心由单纯为政治服务向意识形

态诉与市场化相结合的转变^[1]。在具体的创作实践中，红色影视剧作品的传播平台也由以电视为主的传统媒体平台走向微博、抖音、B站、爱奇艺等新媒体平台，获得了更为广泛的关注。如国产红色动画《那年那兔那些事儿》在B站的播放过程中，弹幕刷屏的现象不断出现，相关的影视片段也在微博、抖音中广泛传播。

2021年为庆祝中国共产党成立100周年，以

[1] 周涌、张逸君：《当代红色影视剧的传播价值与传播策略探析》，《新闻战线》2021年第16期。

《觉醒年代》为代表的一系列优秀红色影视剧不仅是献给党的贺岁礼，也为新时代的青年树立文化自信、坚定爱国情怀指明了方向。与其他红色影视剧作品相同，《觉醒年代》除在中央一套电视台播放，也同时登陆爱奇艺和优酷等网络平台，一经播出便受到广泛关注，相关话题的探讨一度成为热搜。值得注意的是，20~29岁年龄段的青年群体是《觉醒年代》的主要观众^[1]，打破了以往主旋律影视剧是中老年观众“专属品”的认知，该年龄段的青年群体同时也是网络意见表达的主力军，弹幕则是其用以表达意见的主要工具之一。

由于弹幕的加入，2021也成为红色影视剧“破圈”的一年，青年与红色影视作品二者之间不再是相去甚远的关系，以青年群体为主的弹幕表达是以独特评论进行观点的输出，是对红色文化的创新发展和追求，形成了独特的弹幕文化。爱奇艺平台数据显示，作为表现二十世纪初进步青年们革命故事的《觉醒年代》，每一集的弹幕数量均达到了一万余条^[2]，这表明当代青年群体对于与其年龄相仿的“新青年”们的遭遇有着强烈感慨。这种红色影视剧与弹幕结合的方式，也是全新文化景观的体现，在某种程度上展露了社交媒体语境下未来影视剧创作等文艺活动和文艺观念变革的可能性。

一、弹幕文化概述

“弹幕”一词最早起源于军事领域，意为使用密集火力对某一区域进行轰击。20世纪90年代末，纵版射击游戏开创了子弹密集成“幕”的战斗风格，弹幕因而被用来形容这种游戏场面，并由此进入ACG领域(动画、漫画、游戏的缩写)。2006年12月，以ACG文化为主的日本视频网站niconico首创即时评论功能，允许观众在观看视频的同时将评论的内容发送到服务器上与视频同步播放，大量评论覆盖整个屏幕的景象与射击游戏的画面十分相像，因而被用户形容为“弹幕”^[3]。国内的ACG文化爱好者受到niconico的启发，在开设的视频网站中引入弹幕功能，可以说，弹幕自诞生起便拥有浓厚的ACG文化背景。基于弹幕用户群体的创作和交流，经过近十年的发展，弹幕已经拥有特定用语和思维习惯，具备独特的文化要素。

博精于ACG文化的群体通常被称为“御宅族”，他们常常沉迷于“二次元”的虚拟世界中(即X轴

和Y轴构筑的平面二维空间，传统的动画和漫画便是二维空间的产物)，基于对ACG文化的共同兴趣，以趣缘为纽带的御宅族逐渐形成二次元文化圈，并构筑“次元壁”将非二次元文化爱好者阻隔开来。弹幕从属于这种文化圈，如果不是深谙ACG文化的用户，可能根本无法理解具备“燃”“萌”“梗”等文化要素的弹幕，这些要素构成ACG文化爱好者间暗语交流的基础。

当社会中的某一群体形成了一种区别于占主导地位的文化特征、具有了其他一些群体所不具备的文化要素的生活方式时，这种群体文化便被称为“亚文化”^[4]。从这个角度出发，弹幕文化可被视为ACG文化在网络时代的衍生品，本质上而言是一种网络亚文化，具备“萌”“梗”等二次元审美要素的弹幕则是一种文化实践，是个性化的集体表达。

二、《觉醒年代》的弹幕抽样及分析类目建构

深入一种文化的最有效途径是了解这种文化中用于会话的工具^[5]，弹幕是受众交互及形成弹幕文化的重要媒介，通过对弹幕文本进行内容分类与建构，可以有效地挖掘受众对视频文本的关注点与态度倾向。

(一)《觉醒年代》弹幕样本抽取方法

本研究以爱奇艺平台《觉醒年代》的弹幕为研究对象，在43集电视剧中每十集随机抽取一集，收集点赞量超过500的弹幕，共获取1168条弹幕文本。之所以选择爱奇艺平台，是因为央视影音、优酷等平台并未开放弹幕点赞功能，点赞量可以在一定程度上反映全体受众对弹幕观点的认可程度，是受众想法的集中体现，因此具有代表性。

[1] 百度指数:《〈觉醒年代〉人群画像》, <https://index.baidu.com/v2/main/index.html#/crowd>, 访问日期:2022年4月14日。

[2] 在爱奇艺平台中,《觉醒年代》每一剧集的弹幕列表均显示9999+条。

[3] 丁依宁:《受众的表演与想象:弹幕使用族群研究》,《新闻春秋》2015年第4期。

[4] 孟登迎:《“亚文化”概念形成史浅析》,《外国文学》2008年第6期。

[5] [美] 尼尔·波兹曼:《娱乐至死》,章艳译,广西师范大学出版社,2011,第10页。

一方面，与其他题材的影视作品相比，红色影视剧的受众发送的弹幕内容主要是何种面向，是否存在分明的情感态度差异；另一方面，弹幕处于流动状态，在屏幕上存续的时长较短，因此弹幕的字数相应较少，这也在某种程度上降低了弹幕语言的思辨性，《觉醒年代》作为红色影视剧的代表，针对剧中情节、剧集主题等，弹幕用户是否有意愿发送相对较长的弹幕，有待进一步的探究。

基于以上问题，本文认为弹幕的内容是受众研究的重要文本，伴随着视频文本产生，亦可视之为影响受众解读视频文本意义的“伴随文本”^[1]，通过分析弹幕内容可以从宏观上把握受众的表达倾

向。并且受众在发送弹幕时常常伴随着情感流露，探析弹幕文本的情感意涵有助于发掘弹幕表达所蕴含的情感特质。此外，碎片化、简短化是弹幕语言的显著特征，弹幕的字数在某种程度上代表着受众对视频内容的关注和思考深度。

因此，从弹幕内容、弹幕属性、弹幕字数三个层面出发并建构类目分析表，可以对《觉醒年代》的弹幕特征建立起更进一步的认知。

表1为弹幕内容的类目分析表，表中子类目的建构主要参考了丁依宁^[1]和全冲^[2]归纳总结出的弹幕行为，并根据所收集的《觉醒年代》弹幕样本进行调整，最终归纳出7个子类目。

表1 弹幕内容类目分析表

类目名称	类目介绍	弹幕示例
1. 剧情相关	对剧情走向、影视情节等的讨论	“穷但是有家教”
		“这条父子线很可爱也很感人”
2. 演员及台词	对演员的相貌、体态、眼神、演技以及剧中台词的讨论	“于和伟演啥像啥！”
		“演员台词功力好厉害”
3. 音乐及运镜	对剧中的音乐使用及镜头语言的讨论	“这音乐听着哭了，好艰难”
		“哇！这个镜头好美啊”
4. 科普	以通俗易懂的文字形式传播知识、解释概念	“力巴就是卖力气的人，泛指平民”
		“世界上第一个《德国民法典》的英译本就是王宠惠翻译的”
5. 口号呼喊	对特定话语的重复，有时会引起刷屏，以爱国口号为主	“致敬先辈，兴我中华”
		“这盛世如您所愿”
6. 自我表达	由视频文本延伸出的个人见解及情绪感受	“山河破碎风飘絮，身世浮沉雨打萍”
		“乱世总有人挽天倾”
7. 其他	不属于以上任何一类内容	“前方高能”

如表2所示，弹幕属性类目分析表共包含5个子类目，其中情感抒发类弹幕又分为正向与负向，主要原因在于《觉醒年代》是革命题

材的红色影视剧，故事情节可能进一步引发受众的强烈共鸣，弹幕的情感色彩可能因而较为多元。

表2 弹幕属性类目分析表

类目名称	类目介绍	弹幕示例
1. 正向情感抒发	包括对影视情节表示愉悦与欢乐、对国家的发展寄托希望、对来之不易的国家现状表示珍惜、对革命先驱表示敬仰等	“伟大的祖国，每个时代总有那么多可爱的人，努力变得伟大”
		“载入史册，万世敬仰”
2. 负向情感抒发	包括对影视情节表现出悲伤与失望、对真实历史情节表现出遗憾与惆怅、对剧中人物表现出憎恶或质疑、对革命烈士表达惋惜等	“看到这里哭死了”
		“1919，勿忘国耻。”
3. 提问、解释与解读	针对视频文本提出问题、对弹幕问题的解答、对视频文本发表见解，帮助他人理解剧情	“胳膊绑带子什么意思？”
		“那叫袖箍，以前用来调节衬衫袖子长短的，现在多用作装饰”
4. 娱乐与吐槽	针对影视情节、人物言行语为等的批判、调侃	“你们要知道他们在探索阶段，肯定也不是所有地方都是最完美的。”
		“北大F4”
5. 其他	不属于以上任何一类的其他内容	“等得花儿也谢了”
		“正片开始”

[1] 丁依宁：《受众的表演与想象：弹幕使用族群研究》，《新闻春秋》2015年第4期。

[2] 全冲、赵宇翔：《基于内容分析法的弹幕视频网站用户使用动机和行为研究》，《图书馆论坛》2019年第6期。

如表3所示，基于对弹幕视频中弹幕长度的观察，将弹幕字数划分为3个子类目。

表3 弹幕字数类目分析表

类目名称	类目介绍	弹幕示例
1.5个字符以下	字数在5以下，含符号	“起风了！”
2.6~10个字符	字数在6~10之间，含符号	“对！起风了！”
3.10个字符以上	字数在10以上，含符号	“这觉醒的风，就从来没停过”

（二）《觉醒年代》弹幕样本分析

参照上述类目分析表的划分标准，可进一步获得《觉醒年代》弹幕样本的弹幕内容、弹幕属性和弹幕字数的具体分布。

1. 弹幕内容：自我表达意愿强烈

如表4所示，《觉醒年代》的弹幕用户更倾向于发表个人见解和表达情绪感受，这种倾向在国家主权遭受践踏、革命先驱据理力争时尤为明显。例如第26集中作为战胜国参与巴黎和会的中国，合法权益遭受侵犯被迫转让山东特权时，“弱国无外交”“落后就要挨打”的弹幕不断划过屏幕，也有用户引用现任外交部新闻发言人赵立坚的话语“吾辈必当勤勉，持书仗剑耀中华”对这段屈辱的外交史做出回应，展现出个人对于国家发展与民族自强的自省和思考。对于第13集中北大教授团在解聘外籍教师的谈判桌上据理力争的情节，弹幕用户同样表达了支持和赞扬，如“在国家和民族大义面前，一致对外，共御外辱”“泱泱大国，泱泱中华，真的是为之感到自豪”的弹幕均获得高赞，成为所有观影用户的共鸣之处。

表4 《觉醒年代》弹幕内容分布

	弹幕条数	百分比
自我表达	599	51%
剧情相关	387	33%
演员及台词	59	5%
科普	35	3%
口号呼喊	35	3%
其他	34	3%
音乐及运镜	19	2%
合计	1168	100%

除此之外，对于剧情本身的探讨也是《觉醒年

代》弹幕用户的主要落脚点。近代中国的发展与众多革命先驱的贡献密不可分，《觉醒年代》作为一部红色影视剧，自然还原了历史情节展现了革命前辈的担当与作为，弹幕用户在观看这些真实情节后进行了理性的思考。如对于北大校长蔡元培在处置外籍教师一事上提出的条件，弹幕用户以“相当有心”予以评价；在鲁迅准备创作白话文小说时，弹幕用户从添炉火的动作中发现“为中国的发展增添火光”的巧妙寓意。可见弹幕用户对于历史情节的接受和进一步的理性认知。

2. 弹幕属性：情感抒发偏向正面

如表5所示，在《觉醒年代》的弹幕属性的分析中，正向情感抒发的弹幕占样本总数的48%。台词是这类弹幕的主要互动对象，《觉醒年代》的台词精炼，含义丰富，往往包含着剧中人物强烈的感情色彩和态度倾向，弹幕对台词进行回应，仿佛是观众试图与剧中人物产生对话。例如外交官顾维钧在巴黎和会上多方求助无果，无奈说出“锣鼓震天、鞭炮齐鸣、万众欢腾庆祝外交官凯旋原来是个梦”时，与之相呼应的弹幕为“您那不是梦，那就是今天的外交天团”。剧中的影视情节部分也是此类弹幕的“投放区”。例如陈独秀出狱后众多同仁前来庆祝相互拥抱致意时，“我也想拥抱一下诸位”的弹幕缓缓飘过，简短的话语道出对先驱们的敬意。

表5 《觉醒年代》弹幕属性分布

	弹幕条数	百分比
正向情感抒发	555	48%
提问、解释与解读	236	20%
负向情感抒发	168	14%
其他	115	10%
娱乐与吐槽	94	8%
合计	1168	100%

提问、解释与解读类弹幕占比20%，不仅包含了对于影视情节的提问与回答，也有情感态度上的回应与提振。例如在影片结尾，有弹幕询问“什么时候拍续集？”，之后便有弹幕回应“我们现在的美好生活就是续集”，升华了弹幕的思想性。解读类弹幕也不在少数，例如“注意：只是点头致意，不是鞠躬”“这里服装就能看出信仰不同了，适之先生是穿西装的，而陈李是大褂”，促进观众对于《觉醒年代》有更深理解。

值得注意的是，娱乐与吐槽类弹幕占比仅为8%，主要表现为弹幕用户针对影视情节的调侃和批判质疑性言论，此类弹幕常呈现出青年亚文化的话语形式。如旧文化代表辜鸿铭十分赞同新文化代表蔡元培的意见，弹幕池中便出现“蔡公铁杆粉”“粉头实锤”，以青年人特有的方式表达了对新旧文化之争的看法。有学者认为，弹幕使得不同年龄、不同身份、不同性别的人以搞笑、戏谑的话语尽情释放自我，表达对主流文化的挑战和反抗^[1]。该结论似乎并不适用于《觉醒年代》，面对《觉醒年代》中展现的近代中国史，弹幕并没有一味抵抗，而是以年轻化的眼光和思维予以理解和接纳，完成主流文化与青年亚文化的结合，这也是《觉醒年代》受到青年群体追捧的一方面原因。

3. 弹幕字数：长句频出

如表6所示，68%的弹幕字数都在10个字符以下，这与弹幕稍纵即逝不宜过长的特点密不可分。值得注意的是，10个字符以上的弹幕占比达到32%，最长的一条弹幕“如果不是为了自己的国家，谁愿意放弃尊严做这种事，那个年代的每一位前辈都值得我们致敬”高达41字符，这表明《觉醒年代》的弹幕用户有强烈的意愿参与剧情的探讨，并抒发个人的意见。

表6 《觉醒年代》弹幕字数分布

	弹幕条数	百分比
6~10个字符	585	50%
10个字符以上	377	32%
5个字符以下	206	18%
合计	1168	100%

三、《觉醒年代》弹幕样本研究发现与总结

2022年2月8日，国家广播电视总局正式印发《“十四五”中国电视剧发展规划》^[2]，总结了党的十八大以来我国电视剧事业取得的成就，并进一步明确了电视剧“完善主题创作引导机制”的发展目标，这表明在我国电视剧转向高质量发展阶段的背景下，创作思想艺术水平高、民族精神浓郁的电视剧作品将成为建设文化强国、提高文化软实力的应有之义。《觉醒年代》作为近年来展现中华民族伟大奋斗精神和爱国精神的电视剧作品，无疑为此类电视剧之后的创作立下标杆。通过对该剧相关

弹幕的统计与内容分析，发现红色电视剧与弹幕文化相结合后呈现出如下特征。

（一）情感表达：从“狂欢”走向“共振”

“狂欢”的概念由巴赫金提出，意指人们在“狂欢节”上通过节假日特有的庆贺仪式与形式来实现自身“狂欢化”的情绪表达^[3]。“狂欢”的第一个特点是人与人之间的完全平等，任何行为都不受限制；“狂欢”的另一个特点则是仪式性，小丑可以通过为国王“加冕”与“脱冕”的一系列仪式性表演制造欢乐，这样的仪式寓意着对权威的颠覆，对崇高与卑微、伟大与渺小的倒转^[4]。

弹幕文化的仪式性色彩同样浓厚，当视频内容对弹幕用户产生感官刺激时，刷屏现象旋即而来，作为一种仪式凸显了狂欢的性质^[5]。这一点可以在弹幕族对经典影视文本的解构式观看中得以证明。无论是1994年版《三国演义》诸葛亮与王朗阵前对骂的桥段，还是《帝国的毁灭》中德国元首希特勒愤怒摔笔的片段，诸如“我从未见过如此厚颜无耻之人”“我到河北省来”的刷屏弹幕与视频内容的结合，已然突破了影片本身的严肃背景，观影重心也由戏剧情节转为精神上的消遣娱乐^[6]。仪式化的刷屏带来狂欢，在这一过程中，弹幕扮演了重要的角色。

与其他题材的视频作品相比，除了严肃的主题，红色影视剧最大的特点便是对于特定历史情节的生动复现，特别是近代中国的屈辱史更容易对受众造成情感冲击，在同一时段激发爱国情感的集体涌现。

[1] 王伟：《新媒体语境下弹幕的亚文化研究》，《首都师范大学学报（社会科学版）》2021年第3期。

[2] 国家广播电视总局：《国家广播电视总局关于印发〈“十四五”中国电视剧发展规划〉的通知》，http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-02/10/content_5672956.htm，访问日期：2022年2月21日。

[3] [苏]巴赫金：《陀思妥耶夫斯基诗学问题》，白春仁等译，三联书店，1988，第183页。

[4] 朱亮：《弹幕文化对主流文化的象征性抵抗》，《青年记者》2016年第35期。

[5] 郑梦茹：《弹幕文化的狂欢与收编》，《视听界》2016年第3期。

[6] 熊晓庆、高尚：《经典影视剧的沦陷：弹幕狂欢下的审美嬗变及伦理反思》，《电影文学》2018年第22期。

从收集的《觉醒年代》“弹幕属性”类样本中可以发现，弹幕用户并未过多针对影视情节进行吐槽和娱乐化的解读，而是倾向于正向抒发情感，其中不乏对仁人志士的敬仰和自豪之情，譬如“在那个积贫积弱的年代，我们却有那么多大师”“向李大钊同志致敬！”等弹幕在剧中层出不穷，类似的弹幕在历史情节的渲染下则形成特定口号并引发刷屏行为，如“全世界无产者联合起来！”“吾辈当自强”的弹幕层见叠出，构筑成独特的景观。与以往影视文本中的解构式观看不同，《觉醒年代》的弹幕用户并未如同身临狂欢节一般，肆意地宣泄自身的情感，而是在民族认同和国家认同的基础上，在仪式化的刷屏行为中达到了情感上的强烈共振。

（二）内心感受：从“孤独”走向“共鸣”

一方面，网络技术让随时在线和时刻在场成为可能，“虚实两栖”成为网络用户特别是青年群体的生活常态，“虚实”分别指代网络与现实，“两栖”不仅意味着个体身心所处空间的不同，也指心理栖居场所的迥异^[1]，这种迥异带来不同个体间相互隔绝的内心。智能设备加持下的人类在线上实现着“天涯若比邻”，线下则是处于“比邻若天涯”的孤岛状态，雪莉·特克尔将此种现象称为“群体性孤独”^[2]。这一特征在御宅族中更为明显，有研究认为御宅族缺乏对本族群和兴趣领域以外规则的信任，只能在每日接触的互联网媒介中寻找朋友和价值取向，进而沉溺于媒介接触而回避现实互动，因此具备自我封闭和孤独的特征^[3]。弹幕文化发轫于御宅族，虽然扩大了情感表达的精神领域，但本质上而言这种表面繁华的“集体狂欢”背后隐含着用户真实的个人孤独^[4]。

另一方面而言，这种孤独感实质上也是科技发展导致的原子化社会所难以避免的问题。作为网络交互媒介，弹幕以某一时段对同一内容表达同一感受的方式，营造“共同在场”的观看体验，一定程度上弥补了身体的“缺场”感，构造出了本尼迪克特·安德森意义上的“观影共同体”。

一般而言，弹幕数量随着视频文本内容的走向发生变化，特别是当影视剧作品情节充满张力引发共鸣时，弹幕数量往往呈爆发式增长。民族、阶级、身份各异的用户共同聚集于相同的视频内容前，通过弹幕这一能够记录并传播这些相同感受的方式，

构筑起舒适、易于情感交流的平台，达到情感上的共鸣，真正实现超越时空距离的社交。^[5]因此许多用户表示，弹幕有时比影视剧本身还精彩。

《觉醒年代》以陈独秀、李大钊、毛泽东等革命先驱追求真理的叙事线展现中国共产党从萌芽到诞生的历史画卷，剧中大量呈现了革命青年为革命信念燃烧理想的故事情节，引发受众的强烈共鸣。从弹幕内容出发可以发现，《觉醒年代》弹幕用户的自我表达意愿强烈，超过半数的弹幕基于视频文本延伸出个人见解，当革命斗争趋于高潮时，“苟利国家生死以，岂因祸福避趋之”“致敬先辈，砥砺前行”成为弹幕用户共同的感受；当国家主权受到侵犯时，“自己的国，自己的家，只有自己强大，才能抵抗外辱”成为相通的情绪。某种程度而言，这些共通的情绪感受建立在弹幕用户对于阶级、革命、政党、家国的共识之上，是经验世界与“民族共同体”“家国共同体”的想象世界联结的产物，这种“想象的共同体”成为产生共鸣的基础，并在弹幕用户相互交流的过程中不断深化共鸣体验，完成心灵孤岛向心声共鸣的转变。

（三）话语表述：从“戏谑浅思”走向“理性深知”

在中文的主谓宾结构中，5个字符可以表达出基本的含义，10个字符能组成完整的句子，10个字符以上则是内容更为复杂的长句，蕴含着更为丰富的信息量。简洁是弹幕语言的最大特征，弹幕用户的思想通过一个表情、一串颜文字便可轻松表达，这样的表达方式并未如同中文语法规定的那般包含主谓宾结构，有时如“泪目”“2333”“6666”的

[1] 陶志欢：《青年“群体性孤独”现象的审思与调适》，《中国青年社会科学》2020年第5期。

[2] [美]雪莉·特克尔：《群体性孤独》，周涛等译，浙江人民出版社，2014，第2页。

[3] 汪靖、顾晓晨：《“御宅族”现象——新一代媒介依存症》，《当代传播》2008年第5期。

[4] 罗红杰：《弹幕文化的生成逻辑、表意实践与正向建构》，《深圳大学学报（人文社会科学版）》2021年第6期。

[5] 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》，《中国青年研究》，2021年第7期。

寥寥数语便能吐露情感。一方面，弹幕的这种语言特点使得受众间的接触不再拘泥于传统的礼数规范，打破了现实生活中因性别、年龄和身份等因素带来的约束^[1]。另一方面，由于弹幕语言的轻松诙谐，积极抑或严肃的视频主题都将在弹幕的流动中遭受不同程度的“肢解”而转向欢愉的附庸，使得受众难以建立起对视频内容的深度思考和批判。

这一现象在《觉醒年代》的播放中获得很大转变。在红色影视剧作品中，意义生产已不再是单独的、私人的过程，而是社会的、公开的过程^[2]，这一过程指向受众的个体经历和知识体系，是超越元文本的意义生产方式，即“一千个读者眼中有一千个哈姆雷特”的由来。弹幕则是这种意义生产机制的具象化产物。借由弹幕，个人经验与视频内容交织后的新认知得以展现。

在《觉醒年代》中，10个字符以上的弹幕频繁出现，这表明受众希望跳脱出弹幕原有的简化特征，通过相对长篇大论的话语表述方式表达个人见解，如“知昨日中国之艰难屈辱，更懂得珍惜现今中国之幸福和平”“有信仰的教育，才能种出有希望的桃李”，故事情节引发的不仅是情感上的共鸣，更是在此基础上所形成的理性认知和深度思考。究其原因，《觉醒年代》以家国情怀为主线，这种理性和深思则建立在受众对于国家历史的认知基础之上，故事的合理性通过观众的个体经验与主文本勾连而得以确认，最终形成家国情感的共鸣与集体记忆的内化^[3]。某种程度而言，这是作为亚文化的弹幕文化与主流意识形态的耦合，为今后红色影视剧的创作提供了新入口。

四、结语

布尔迪厄曾提出“惯习”的概念，即主导实践行为的倾向，该倾向“来自社会制度，寄居于身体之中”^[4]，换言之，行动者的“惯习”来源于社会结构，内化为自身自然而然的倾向。“中国梦”的实现与青年群体对于国家和社会的认同密不可分，也离不开红色文化精神的传承。青年人对红色影视剧的信任度越高，其国家认可度可能就越越高^[5]。青年群体作为在互联网快速发展、中国经济跨越式腾飞、中国国际地位和影响力显著提升背景下成长的年轻一代，他们对国家和民族有着深深的认同感和自豪感，这些情感伴随着受教育的过程而逐渐增强，成为指导其行为实践的深固价值观。对于青年群体而言，红色影视剧不仅是生动再现中华民族和中国共产党的历史的作品，也是爱国情感自然生发、对国家富强充满自信的助推器。

社交媒体时代，弹幕以其新颖有趣的特点深受广大青年人的追捧，成为个体交互达成情感共鸣的重要媒介，红色影视剧与弹幕的结合，使得青年群体能够跨越时空界限实现“同屏共振”，实现主流意识的“青春态”传播。以《觉醒年代》为代表的百年建党影视作品的弹幕则为“青春态”传播立下标杆，其实质是主流意识形态与亚文化的共融。以此为契机，将更多符合“青春态”传播特征的红色影视剧作品推向荧幕，有助于主流意识形态更好地融入青年群体。

[沈鹏飞 吴玉兰 中南财经政法大学新闻与文化传播学院]

[1] 汤天甜、陈卓：《弹幕的传播效果及其影响研究》，《重庆大学学报（社会科学版）》2016年第5期。

[2] [美]亨利·詹金斯：《文本盗猎者：电视粉丝与参与式文化》，郑熙青译，北京大学出版社，2016，第71页。

[3] 张玲玲、朱旭光、栗青生：《刷屏文化：弹幕社群的“同时性”与“想象的共同体”——以网络动画片〈那年那兔那些事儿〉的弹幕文本为例》，《未来传播》2020年第5期。

[4] [法]布尔迪厄：《实践与反思：反思社会学导引》，李猛等译，中央编译出版社，1998，第171页。

[5] 陈银花、陈晰儿：《时代与使命：〈觉醒年代〉的传播价值》，《中国广播电视学刊》2021年第9期。