ATLANTIS PRESS
Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 412
International Conference on Modern Educational Technology and Innovation and Entrepreneurship (ICMETIE 2020)

On the Value and Development Strategy of Ghost Animal Culture

Li Jia Rui [1, a]

[1] School of Marxism, Guilin University of Electronic Science and technology, Guilin, Guangxi, China

[a]971891626@qq.com

*** Li Jiarui**

Keywords: network subculture, ghost animal culture, ghost animal video

Abstract. Ghost animal video is an important carrier of the formation and development of ghost animal culture. As a network subculture different from the mainstream culture, ghost animal culture has shaped its own independence, has unique connotation and characteristics, and is an important resource to promote moral education, product marketing and development of public entertainment. To explore the development strategy of ghost animal culture and enhance the vitality of ghost animal culture is an important guarantee for the rapid prosperity of network subculture.

鬼畜文化的价值与发展策略探析

李家瑞[1, a]

[1]桂林电子科技大学马克思主义学院，桂林，广西，中国

[a]971891626@qq.com

[*]李家瑞

关键词：网络亚文化；鬼畜文化；鬼畜视频

摘要：鬼畜视频是鬼畜文化形成和发展的重要载体，作为区别于主流文化的网络亚文化，鬼畜文化塑造了自身的独立性，拥有着独特的内涵和特征，是推动德育教育、促进产品营销和发展大众娱乐的重要资源。探究鬼畜文化的发展策略，提升鬼畜文化的生命力，是实现网络亚文化快速繁荣的重要保障。

1. 前言

随着信息技术的不断发展和社会互动频率的不断增强，主流文化的宽容度逐渐增加，越来越多的网络亚文化不断涌现。鬼畜文化作为网络亚文化的重要组成部分，富含着丰富的价值。但长期以来，由于鬼畜文化的发展自由、急剧且缺乏监管，使其充斥了许多淫秽色情、冷暴力、侵犯他人版权等消极因素。如何净化鬼畜文化的文化生态，提升鬼畜文化的内涵，使鬼畜文化发挥其积极价值，已经成为了一个迫切的现实问题。

2.鬼畜文化的内涵与特征

2.1.鬼畜文化的内涵

“鬼畜”一词最早来源于日本，是对口语“きちく”一词的直译，原来指的是作恶多端或做

Copyright © 2020 The Authors. Published by Atlantis Press SARL.
This is an open access article distributed under the CC BY-NC 4.0 license -http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/.

事残忍的人。随着抖音、快手、AcFun、哔哩哔哩（即 B 站）等自媒体平台的不断发展壮大，弹幕网站越来越来，新型特殊的鬼畜类视频逐渐从小众走向大众，受到越来越多的人的关注。鬼畜视频的制作者被称呼为“UP 主”。对于鬼畜视频，B 站给出的普遍定义是：“使用素材在音频、画面上做出特殊的帧处理，力求音乐与视频节奏协调一致，不断重复、踩点和衔接，加之以特效甚至剧情，以至达到娱乐、恶搞的目的视频。”[1]鬼畜视频的兴盛带来了鬼畜文化，在 B 站，鬼畜文化俨然已经成为了一个被年轻人所标榜和信仰的小型文化圈。[2]当下，鬼畜文化一般指的是借助鬼畜视频，以表达某种情效果的网络亚文化。

2.2.鬼畜文化的特征

鬼畜视频解构并重组了原素材，从而制造出喜剧或讽刺效果，是对原作品的二次创作。鬼畜文化作为恶搞文化的新生军，是典型的网络亚文化，在其传播与发展的过程中，拥有着内容丰富、强互动性、符号化传播等特征。

2.2.1.内容多元：鬼畜视频基于技术、趣缘、情感而诞生。在制作上，鬼畜视频对出场人物进行夸张处理，取材不局限于时间与空间，展示的内容紧扣热点话题，表达的情感更是丰富多样、千奇百怪。以哔哩哔哩为例，目前 B 站对其上架的视音频产品做了十多个大分类和二到八个小分类, 分别是动画、番剧、国创、音乐、舞蹈、游戏、科技、生活、鬼畜、时尚、广告、娱乐、影视等。其中，鬼畜调教、音 MAD、人力 VOCALOID 统称为“鬼畜”。鬼畜视频在取材与创作上不拘一格，在“鬼畜”区，诞生了数量众多的鬼畜明星，例如：葛平、汤姆猫、面筋哥、诸葛亮，甚至马云、马化腾等。依托于这些角色而形成的鬼畜视频，诸如：“改革春风吹满地”、“我的烤面筋融化你的心”、“全明星雨蝶”等，都获得了百万乃至千万的播放量。鬼畜视频的内容丰富，富有节奏的表现，使其获得了极大地欢迎与关注，也使得鬼畜文化具有了多元的内容。

2.2.2.强互动性：鬼畜文化的扩张与弹幕网站的发展密不可分。B 站将浏览用户分成了三种身份，分别为游客、注册会员和正式会员，其中注册会员和正式会员可以使用弹幕评论功能。鬼畜视频离不开受众的互动，发弹幕、评论、转发、点赞、收藏、充电、抛硬币等方式都是受众与 up 主，受众与受众之间的常见反馈方式。受众在表达自身见解，实现反馈互动的同时，也间接地扩大了视频的传播范围，吸引了更多的受众观看。鬼畜文化爆炸式的传播方式，是鬼畜视频强互动性所带来的必然结果。

2.2.3.符号化传播：鬼畜文化常常在符号中进行传播，这些符号经过“解构”、“碎片化”、“去中心”、“再构建”这一过程后，逐渐被大众所认同。[3]鬼畜视频创造了很多的符号，这些符号或是与时事热点相结合，或是颇具议论性，或是众所周知的常见话题，例如：“鸡你太美”、“duang”、“送终鸡”、“兄弟家”等词汇，这些词汇如果脱离了鬼畜文化，本身没有什么特殊意义。人们只有经过鬼畜符号的认知学习以后，才能融入其中，鬼畜文化也在这种认知学习中得以互动和传播。

3.鬼畜文化的价值

3.1.德育教育价值

作为一种有别于主流文化的网络亚文化，鬼畜文化体现着独特的审美观念和价值观念，对思维活跃、本能敏感、追求时尚的青少年群体而言，有着极强的渗透力、凝聚力和影响力。鬼畜视频可以在智能手机、平板电脑、笔记本电脑上随时播放观看，许多青少年都会利用闲暇时间观看鬼畜视频。浙江共青团，乃至共青团中央都相继在 B 站开设了属于自己的账号，其中浙江共青团拥有粉丝量 70 多万，共青团中央更是拥有着 550 多万粉丝量。[4]在此趋势下，鬼畜文化也诞生了许多得“正能量”符号，比如：“厉害了！我的国！”、“微笑面对任何困难”、“要勇于向生活亮剑”等等。积极鼓励含有“正能量”鬼畜文化的创造与传播，将“正能量”鬼畜文化融入青少年的闲暇生活，不仅可以丰富鬼畜文化的内涵，提升鬼畜文化的生命力，

还可以丰富青少年的闲暇生活，让青少年在不知不觉中受到熏陶。

3.2.产品营销价值

作为网络视频新的衍生物，鬼畜视频不再仅仅局限于 Acfun 和 B 站，而是更多的涌入到了新媒体平台上，网络上呈现出了“全民鬼畜”的发展态势。[5]在数字化时代，广告投放媒体越来越向互联网偏移，鬼畜式广告常常以搞笑幽默的形式表现出来，其魔性效果更容易强化受众记忆，这种新颖的广告形式借助新媒体平台给产品品牌的运营提供了新的选择。如：可口可乐鬼畜广告《The Line Up Song》，很多网友表示，听完后禁不住唱了出来。瓜子二手车直卖网的广告词“瓜子二手车直卖网，没有中间商赚差价，车主多卖钱，买家少花钱。”让人读起来朗朗上口。鬼畜文化诞催生了契合大众口味的新广告形式，为大众创造出了别具一格的恶搞、猎奇、雷人的宣传效果，低成本的制作与爆炸式的传播使得鬼畜式广告极具产品营销价值。

3.3.大众娱乐价值

网络恶搞文化诞生在大众娱乐狂欢时代，主要由青年群体参与，以娱乐、搞笑为宗旨，采用戏仿、拼贴等手法对主导文化和精英霸权进行反叛和抵抗,并通过网络进行传播的亚文化现象。[6]由鬼畜视频而衍生的鬼畜文化是网络恶搞文化的典型代表，其制作的本意就是为了满足大众娱乐。从 2005 年《一个馒头引发血案》到 2008 年《最终鬼畜蓝蓝路》，再到当下热门的《改革春风吹满地》，在大多数鬼畜视频的制作过程中，“UP 主”们通常强调是“惊喜”、“个性”、“狂欢”、“颠覆”式的搞笑效果。鬼畜视频是洗脑性与喜剧感的达成，其制作突破了传统的创作规则，通过幽默的剧情配上带感的音乐，在随意中紧贴热点，以新颖内容和形式吸引着大众，娱乐着大众。鬼畜文化重点强调自由和释放的快感，娱乐游戏性的目的使得其富含大众娱乐的价值。

4.鬼畜视频的发展策略

4.1.以“正能量”涵养鬼畜文化

文化是一种精神力量，具有调节、整合和导向作用，能够在人们认识世界和改造世界的过程中转化为物质力量。社会主义核心价值观、中华优秀传统文化、先进事迹与榜样人物等都是充满了“正能量”的先进文化，凝聚并传递强大“正能量”，将充满“正能量”的先进文化元素融入鬼畜文化，是推动鬼畜文化高质量发展的必然要求。首先，积极鼓励政府部门、社会团体、公益组织等在弹幕网站注册账号，及时发布或转发含有“正能量”的视频，通过弹幕网站在全社会推广“正能量”视频、弘扬“正能量”；其次，积极鼓励鬼畜“UP 主”们制作“正能量”视频，降低“正能量”鬼畜视频投稿的门槛；最后，多举办“正能量”视频竞赛活动，对于播放量和关注度高、转发量大、评论量多的“正能量”视频授予“最牛 UP”“最佳新人”等称号，并给予物质奖励让大众在潜移默化中感受到鬼畜视频内所包含的“正能量”因素，促进“正能量”的弘扬与传播，更促进鬼畜文化的进一步昌盛、繁荣。

4.2.加强对鬼畜视频内容的监管

随着互联网的迅速发展，网络亚文化已经成为当今社会重要的群众文化现象之一。2018 年 3 月 22 日，国家广电总局发布《关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知》中要求：“坚决禁止非法抓取、剪拼改编视听节目的行为，并严格管理包括网民上传的类似重编节目，不给存在导向问题、版权问题、内容问题的剪拼改编视听节目提供传播渠道。”[7]鬼畜视频作为一种网络亚文化，由于网络社会的自由、开放、没有疆界的特征，导致其在制作与传播过程中存在着诸多问题，譬如：变相的冷暴力、侵犯他人版权等。这些问题随着鬼畜视频影响着青少年的身心发育，对青少年的价值取向和道德观念产生了不良的影响。可以通过法律手

段，加强对鬼畜视频内容的监管。首先，通过制定相应的规章制度，对鬼畜视频的素材来源与使用做出界定，明确版权问题；其次，对制作并上传侵权、淫秽色情等视频的“UP 主”进行封号，并根据其造成的社会危害追究法律责任；最后，建立并完善“UP 主”的培训制度，对上传视频的“UP 主”进行法律法规、道德知识、营销知识的培训，不仅有利于提升“UP 主”的业务能力与水平，更有利于将违规违法问题防患于未然。加强对鬼畜视频内容的监管，净化鬼畜文化，使鬼畜文化的发展更加充满活力。

4.3.打造鬼畜文化的参与式学习空间

参与式学习即指的是让学习者可以积极参与学习过程的各个方面：从学习内容到学习结果的评估，都可以产生影响力。[8]参与式学习最大的特点就是学习者不再是被动的聆听者和接收者，而是一个热切地对内容和过程作出贡献的学习社群。鬼畜文化是一个不断发展壮大的网络亚文化，打造鬼畜文化的参与式学习空间就是让弹幕网站、“up 主”们或鬼畜的爱好者们有很多机会对鬼畜视频的内容、技术或弹幕网站的运发展提出建议或作出有意义的决定，并从中学习。首先，弹幕网站可以定期举办和鬼畜文化有关的交流会，邀请各大“UP 主”或“鬼畜”爱好者参加；其次，在政府的引导下，加强弹幕网站与弹幕网站之间的沟通、交流，以实现“双赢”为目的，相互学习运营经验；最后，政府增加对鬼畜文化的科学研究资助，以使得鬼畜文化能够更好的发挥其德育教育价值、产品营销价值和大众娱乐价值。

随着媒介技术的日益发展，文化越来越呈现出多元性的特点。鬼畜文化隐藏着对主流文化的反叛，其幽默、滑稽、洗脑、无厘头的表现形式符合了当代年轻人的需求。[9]在多元文化并存的新格局下，积极调整并引导鬼畜文化，发挥鬼畜文化的内在价值，实现网络亚文化快速繁荣发展。

致谢

本文为广西研究生教育创新计划项目《传统乡贤文化在农村社会主义核心价值观培育中的价值与实现路径研究———以江头村爱莲文化为例》(YCSW2019151)的阶段性成果之一。桂林电子科技大学研究生教育创新计划项目《信息化视域下高校德育家校联动模式探究》(2019YCXS124)的阶段性成果之一。

REFERENCES

[1] Chen Weichao. A Study of “Demon” Videos from the Perspective of Youth Subculture[J]. Journal of Changzhou University (Social Science Edition), 2019,20 (03): 110-116.

[2] Qiu Xiangjun. A study on ghost animal culture of BiliBili bullet screen [J]. New media research, 2019,5 (14): 77-79.

[3] Wang Lei. The style and transformation of subculture communication codes on the Internet: a case study of BiliBili website [J]. Contemporary communication, 2017 (4): 69-72.

[4] Feng Yannan. Research report on the communication effect of the Central Communist Youth League in Bibili and suggestions for improvement strategy [D]. Zhejiang University, 2019.

[5] Yang Fei. Application of Oto MAD on Promoting Entertainment Program [D]. Hunan University, 2018.

[6] Hu Jing. Interpretation of the youth sub-culture character about the internet KUSO phenomenon [D]. Jinan: Shandong University, 2009.

[7] National Radio and Television Administration. Notice on further standardizing the order of dissemination of online audio-visual programs[Z]. 2018-03-22.

[8] Wang Minjuan. Participatory learning and online teaching method [J]. Open education research, 2008 (02): 22-27.

[9] Huang Tianhong, Zhang Qin. On the form, connotation and expansion strategy of ghost animal culture [J]. Today media, 2016,24 (01): 158-159.