

# 亚文化视角下中国青年滑板圈层文化的形成及发展机制

李 闯

(中国社会科学院社会学研究所)

**[摘 要]** 经过三十多年的实践和发展, 滑板运动已从青年亚文化现象发展为奥运会永久参赛项目, 成为青年社会学、体育社会学、文化研究等领域内的重要研究对象。基于对中国滑板文化社群的参与式观察和深度访谈发现, 滑板亚文化在不断加速的商业化、体育化和体制化过程中出现了多次的建圈、扩圈、破圈与守圈的现象。在这些现象的发展过程中, 中国滑板文化参与者对滑板亚文化风格、商业行为、滑板技巧、创新精神进行动态的亚文化建构, 形成与主流文化之间灵活性抵抗的文化实践策略。运用这样的文化实践策略, 中国滑板亚文化群体主动参与到滑板商业化、体育化和体制化的过程中。最终, 中国滑板亚文化形成了与主流商业和体育文化互为对象、相互建构的动态关系。

**[关键词]** 滑板; 青年亚文化; 圈层文化; 亚文化破圈

**[中图分类号]** D432.6 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1006-1789 (2022) 06-0048-11

青年亚文化一直是青年社会学的重要研究领域, 其研究主题涉及密切联系青年文化生活的各类具有代表性的青年现象。<sup>[1]</sup>自20世纪40年代以来, 青年亚文化的理论经历了芝加哥学派、伯明翰学派、后伯明翰学派和“后亚文化之后学派”等不同范式和理论框架的变迁, 旨在更好地解释青年亚文化在不同时代背景下的变化和复杂性。国内的青年亚文化研究领域尽管产出了丰富的成果, 但在理论框架和概念的使用上仍未能将最前沿的亚文化理论应用在日益复杂化、多元化的青年亚文化现象的分析上。<sup>[2]</sup>作为与青年生活息息相关的研究领域, 体育亚文化却仍然处于亚文化研究的边缘位置。<sup>[3]</sup>本文将以中国的青年滑板文化为例, 运用亚文化的理论视角对中国滑板青年亚文化的特点及其发展路径进行分析, 以此探索亚文化研究领域前沿理论和概念对理解当代青年亚文化的理论价值。

滑板文化发源于20世纪50年代的美国加州, 其雏形是加州冲浪社群在非冲浪季时于陆地上享受运动乐趣的替代品。从20世纪80年代末开始, 滑板文化因为“Ollie”(注: 一种双脚利用滑板砂纸带来的摩

**[收稿日期]** 2022-09-24

**[作者简介]** 李闯, 中国社会科学院社会学研究所, 助理研究员, 博士后, 主要研究方向为青年社会学、文化社会学、体育社会学。

擦力带动跟随滑手一起跳跃的动作)的发明,经历了一场从U型池滑板、碗池滑板(注:大多数为北美地区家庭后院的游泳池)到以街头滑板为主要的文化实践模式的变化。<sup>[4][5]</sup>伴随着这些变化,滑板文化因其具有反叛性的街头亚文化特征而逐渐进入主流大众视野:滑板与20世纪90年代具有反叛性的街头文化融合后产生的带有反叛性亚文化的穿衣风格,以及通过在台阶、座椅、人行扶手等公共设施上做出具有危险性的滑板动作,共同形成独特的滑板亚文化风格与仪式。<sup>[6][7][8]</sup>正是在这个时期,滑板文化进入了中国,<sup>[9]</sup>与摇滚乐、说唱、涂鸦、街舞等一起成为改革开放之后最早进入中国青少年视野的舶来亚文化之一。21世纪快速扩展的中产青年消费者群体,使跨国体育集团将滑板作为开拓青年消费群体的重要途径,媒体也将滑板文化作为报道青年亚文化的重要内容。在美国,滑板运动因此也迎来了高速的发展,成为全美增速最快的体育运动。<sup>[10]</sup>2016年,国际奥组委宣布滑板成为东京奥运会的参赛项目,后因被确定连续出现在巴黎奥运会和洛杉矶奥运会,如今已经成为奥运会永久项目,滑板在之后的几年达到了其发展的巅峰,拥有超过五千万的跨代际参与者群体和成千上万个滑板运动场地。<sup>[11][12]</sup>一个风靡全球的滑板体育产业由此诞生。中国滑板文化的早期参与者也在近40年的中国滑板历史演进中从青少年过渡到了成年,从青年亚文化爱好者和消费者成为滑板产业中的创意文化生产者。

本文试图借助亚文化理论中的圈层视角分析滑板圈层文化在中国的产生及演变,以及在不断加速的商业化、体育化和体制化背景下,<sup>[13]</sup>滑板圈层文化与主流文化出现了怎样的互动机制。

## 一、文献评述

青年亚文化作为一种圈层文化在国内的出圈现象已经得到了许多学者的关注。但是,在青年社会学领域,滑板文化作为青年亚文化的一部分尚未得到国内学者的关注。出圈一词源于粉丝圈层文化,因此大多数关于出圈的研究局限于媒体、互联网维度对网络亚文化圈层的影响。<sup>[14]</sup>对粉丝文化是否具有亚文化的特征在学界内仍有分歧。<sup>[15]</sup>因此,现阶段的研究中尚未建立起出圈现象与亚文化理论演进之间的联系。实际上,传统亚文化研究领域对亚文化圈层的建圈、扩圈、破圈和守圈现象本质的讨论已经有深厚的基础。

### (一) 传统亚文化理论中有关建圈动机与机制的研究

在亚文化研究领域内,亚文化的形成(Subcultural Formation)一直是一个重点的研究议题,实际上这就是本文想要研究的建圈现象背后的机制。关于亚文化建圈机制的既有研究主要围绕以下两个方面展开。

一是亚文化建圈的动机。早期芝加哥学派<sup>[16][17][18]</sup>和伯明翰学派的亚文化研究者<sup>[19]</sup>认为,亚文化的形成是年轻人共同面对社会问题时的一种不实际但力所能及的解决方案(Magical Solutions)。第二次世界大战后,芝加哥的越轨青年圈子(Deviant Groups)在城市中的边缘地区建立自己的小地下城(Underworlds),是它们面临失业率和种族问题一种不得已的反应。<sup>[20]</sup>20世纪60年代的英国出现具有强烈反叛性的朋克文化,同样也是因为当时的英国产业转型背景下工人阶级青年所面临的阶级矛盾。<sup>[21]</sup>

二是亚文化建圈的机制。在对爵士乐亚文化的研究中,贝克提出标签理论(Labeling Theory),认为爵士乐手通过构建即兴表演的特质标签,将其与主流的音乐文化做出区分,创造出“圈内人—圈外人”的二元边界。<sup>[22]</sup>伯明翰学派认为,像朋克这样的亚文化参与者,通过对工人阶级的文化符号(如皮夹克和皮靴等)进行拼贴(Bricolage)和同构(Homology),并应用于其具有奇观性的表意实践之中,<sup>[23][24]</sup>形成对主流文化符号性的抵抗。传统亚文化研究理论流派中芝加哥学派的“越轨亚文化”和伯明翰学派的“风格—抵抗”视角,便是建立于在以上两个方向所构成的二元对立的基础之上。

### (二) 伯明翰学派与后伯明翰学派对亚文化扩圈与破圈的争论

伯明翰学派亚文化研究在20世纪90年代遭遇了严重的挑战,这些挑战主要针对其理论对后现代社会中扩圈与出圈现象解释能力的不足。这类对伯明翰学派亚文化理论的批评同样来自两个方向。第一个方向是对亚文化“圈”存在理解上的差异。风格作为伯明翰理论中重要的建圈机制,在赫伯迪格看来存在被商业收编的宿命,终将被资本主义收编而成为消费符号。<sup>[25]</sup>因此,商业收编带来的亚文化破圈现象标志着抵抗性亚文化的终结。<sup>[26]</sup>国内学者在对“双十一购物节”收编“光棍节”的相关研究中发现,通过意识形态与商业化收编两种方式,光棍节的原本亚文化符号被商业挪用,变成了消费狂欢的符号。<sup>[27]</sup>后

伯明翰学派的亚文化理论则认为,亚文化在后现代社会中本身就不存在伯明翰学派理论视角下的破圈,因为亚文化的“圈”本身就是一个流动化、碎片化的现象。<sup>[28][29]</sup>后伯明翰学者认为,亚文化群体建立圈层的动机不再是面对阶级矛盾的情境下青年与主流文化二元对立的抵抗,其亚文化实践也并不需要与阶级存在必然联系。在后伯明翰学派看来,亚文化的反叛与抵抗性已经被边界流动化的情感部落和对短暂归属感需求的满足所取代。<sup>[30]</sup>亚文化风格也不再指向一个亚文化共同体,而是个体层面个性化的表现形式。<sup>[31]</sup>在后亚文化理论视角下,消费占据了亚文化建圈、扩圈机制的中心位置。以创意性、情感性、悦己性的消费行为取代了草根的“DIY拼贴文化”,而风格则成为超市中货架上随处可取的时尚选择。<sup>[32]</sup>在后伯明翰学派对亚文化圈层的阐释下,亚文化与主流二元对立的分析视角开始瓦解。

### (三) 后亚文化之后的亚文化实践与守圈

后伯明翰学派针对亚文化圈层流动化、碎片化、消费化特点提出的新部落<sup>[33]</sup>、生活方式<sup>[34]</sup>等概念,在21世纪初也受到了包括他们自己在内的质疑<sup>[35][36][37][38]</sup>。尽管亚文化参与者不再将圈层身份认同建立在与主流二元对立的基础上,但以亚文化层级(Subcultural Hierarchy)为线索的内部身份认同却建构了更为坚实的亚文化圈层壁垒,<sup>[39][40]</sup>成为亚文化守圈的关键机制。亚文化研究中的人类学转向,<sup>[41][42]</sup>使得研究者更加关注亚文化参与者的主体性,以及通过文化层级建立的具体亚文化实践如何塑造多元化的建圈与守圈机制。索顿<sup>[43]</sup>将布迪厄<sup>[44]</sup>的文化资本框架嵌入她对亚文化的研究中,在对酒吧/夜店文化的研究中她发现,在青年亚文化中存在着一种不同于主流文化资本的“亚文化资本”。区别于文化资本通过教育等官方组织获得并形成阶级再生产,亚文化资本则是亚文化参与者通过具体亚文化场域内的文化实践过程中积累的一种文化资本。亚文化资本可以包括关于具体亚文化的知识、特定亚文化产物的拥有、穿衣风格、对亚文化的投入程度、参与时间和奉献程度等。对亚文化资本的积累和运用决定着亚文化参与者在圈层内部的地位和塑造亚文化品位的能力。

杜邦<sup>[45][46]</sup>对滑板亚文化层级的研究发现,滑板人积极地通过线上社交媒体和线下渠道对滑板技巧、视频内容、价值观等品位进行积累、鉴定和赋值的文化实践,积累亚文化资本并构建自己在圈层中的核心身份。滑板亚文化通过层级化的亚文化身份建构,成功应对了亚文化消费所带来的破圈威胁。不仅如此,核心滑手还可以通过在滑板亚文化作为一个休闲领域的参与和实践获得亚文化职业。<sup>[47][48][49][50]</sup>在高度产业化、职业化的滑板产业中出现了包括滑手、摄影师、摄像师、团队管理员、品牌运营等多种亚文化职业,占领关键岗位的亚文化参与者都是滑板圈层内具有较高亚文化资本的老一代滑手们。<sup>[51][52][53]</sup>丁塞斯<sup>[54]</sup>引入哈维<sup>[55]</sup>灵活积累(Flexible Accumulation)的概念,分析滑板文化在后资本主义时代下的扩圈与守圈实践。他认为,滑板亚文化在社会关系和生产领域中通过具有“灵活抵抗性”(Flexible Opposition)的文化实践实现与主流文化的融合。滑板文化中的核心参与者通过这样的灵活抵抗性,主动参与到滑板文化商业符号的构建中,与商业文化形成了一种相互塑造的关系。作为主流社会中文化创新的重要动力,亚文化圈层的建圈动机从二元抵抗逐渐转向了文化创意产业内的多元创新,<sup>[56]</sup>而这种以创新为动机的灵活抵抗性和亚文化守圈机制,也使得亚文化与商业和主流文化之间形成了一种更为动态、多元的互动关系。

我国青年面对的社会、经济、文化环境在过去的几十年发生了翻天覆地的变化,这样独特的历史发展过程构成了中国滑板文化圈层怎样的基础?在中国滑板文化三十余年商业化、体育化和体制化多维度扩圈、破圈的背景下,中国滑板群体是通过怎样亚文化实践建圈和守圈?这样的亚文化实践又如何形塑中国滑板亚文化与主流文化的互动机制?本研究试图通过亚文化研究领域内的圈层视角,从对中国滑板文化中具体的亚文化实践和动机的分析入手,回答上述问题。

## 二、研究方法

本文使用滚雪球抽样的方式对滑板文化及产业内部的管理者、从业者和深度参与爱好者进行深度访谈。受访者来自4个中国滑板文化发展较早的城市:北京、上海、深圳和广州。笔者对生活和工作在这些城市的25名受访者进行了深度访谈,访谈时长从30~120分钟不等,主题包括参与滑板运动的个人历史、对滑板在中国发展的看法、成为中国滑板产业中工作者的经历、在本地滑板社群中的文化生活实践。另外,笔者还对共5个滑板活动进行了参与式观察,其中包括1个国际级滑板赛事、1个国家级滑板赛事、1

个国内滑板大型活动及2个小型滑板活动。

本文选择使用深度访谈和参与式观察相结合的研究方法,这一选择的重要原因是在滑板文化中长期存在一种“闭嘴,用滑板说话”(Shut Up and Go Skate)的价值观。单独使用访谈的方法可能忽视了滑板文化中日常实践与访谈中使用话语不匹配的,或者被忽略的重要的参与者构建意义的细节,如在聚餐、线下交往和滑板活动中的文化实践。同样,单纯的参与式观察也可能会使得需要深度展开的话题难以在研究资料中得以呈现。访谈和田野资料旨在了解滑板亚文化群体内部的生活方式和意义表达实践,以及其对中国滑板亚文化圈层建构动机、机制的理解和他们对滑板亚文化实践与身份认同过程中所遭遇的阻碍等。笔者除了深度访谈以外,还采用了局内人民族志(Insider Ethnography)的视角,<sup>[57]</sup>尤其是研究处于社会中相对边缘化的亚文化时,拥有局内人的亚文化身份对获得被研究者群体的信任、研究过程中对亚文化知识的使用及对研究资料的解读过程中都可以提供更有价值的研究分析。<sup>[58]</sup>笔者于2002年开始接触滑板,在多年中国滑板文化的参与经验中还曾经兼职做过滑板摄影师、摄像师,并在博士学习期间将中国滑板文化作为研究课题;博士毕业后,也曾经深入参与到中国的滑板产业内,曾经作为潮流滑板店合伙人建设、管理滑板团队,与滑板品牌洽谈合作,也曾经多次接受滑板文化媒体的采访。在研究和写作过程中,笔者结合本人在中国滑板文化中长期的深度参与和工作经验,对滑板文化的圈层建构过程在田野中做出有意识的自反性观察与分析。

作为局内人研究者,笔者拥有诸多优势,如看门人资源、进入田野的便利性、对被研究文化的理解、局内人身份的圈层认同、对研究对象背景和社会关系更深入的了解等。这类似于周飞舟<sup>[59]</sup>对田野调查观察和切入角度的讨论中“漫步者”视角。研究者身陷观察对象的生活实践之中,可以真正做到追溯被研究对象的生活史、生命史和社会关系史,从中发掘影响其行动和决策的关键要素,并因为局内人的身份而对研究对象的心态做到感通。体育青年亚文化的另一个特点是其在运动过程中的身体感受。<sup>[60]</sup>虽然使用浸入式民族志(Immersive Ethnography)的方式可以获得一部分滑板运动中经历的身体感受,但想要对滑板动作的难度、风格和意义有更深入的理解,则需要长期的训练和对滑板文化发展历史的理解。不然,则很难对核心滑手需要经历无数次受伤和失败才能获得的成功,和与之对应的热爱与投入程度做到真正的感同身受。因为同样怀有对中国滑板文化的热爱,所以在实际的调研和写作过程中,笔者可以用“将心比心”的心态与研究对象和研究资料对话,从而使研究得以产出在局内人与局内人研究者两个视角下均具有价值的分析。尽管作为局内人的研究者在亚文化领域拥有诸多优势,这样的视角对研究者保持反思性能力的要求也更高。局内人研究中时常会存在将一些对圈内人所周知的信息的忽略、圈层内部不同立场的个人选择和难以离开田野等问题,<sup>[61]</sup>需要对局内人与局内人研究者两个身份的转换时刻保持高度警惕,在研究过程中对局内人身份和视角不断地反思。

### 三、中国青年滑板文化的建圈与扩圈

传统亚文化理论视角下西方亚文化形成的历史背景与我国特殊的国情存在本质上的差别。虽然传统亚文化理论对奇观性亚文化的解释给予了滑板亚文化研究珍贵的理论基础,<sup>[62]</sup>但中国滑板文化在改革开放和全球化背景下建圈的机制却需要对理论与现实的联系更深入地审视。笔者试图从中国滑板亚文化的建圈背景与动机出发,探索中国滑板文化建圈机制的理论分析框架。

#### (一) 滑板亚风格的符号性建圈

在20世纪90年代科技和文化的迭代中,欧美的滑板文化从单翘滑板快速进化为现在主流的、更适合城市空间的双翘滑板,滑板文化也正是在这个时期走进了中国。在滑板文化从20世纪80年代末期开始进入中国青少年视野的十几年里,滑板动作和对西方滑板文化穿衣风格的模仿一直是仅有的建圈动机和机制。在采访中一位老滑手对早期中国的滑板亚文化意义进行反思:“滑板并不是在中国那个时代的产物。他是先有的这个东西,才开始慢慢地才有了文化。他跟美国正好相反。美国是从冲浪文化演变成滑板,咱这边就有点儿像那种先结婚再谈恋爱那种感觉。先是这个东西(滑板文化)来了,大家都觉得太新鲜了,根本先不管文化。一开始所谓的文化仅限于模仿国外滑板的穿着打扮什么的。我感觉那个时候的滑板跟穿越了一样,本来不应该出现在那个时期(注:20世纪90年代)的中国。所以滑板文化的意义都是那一辈最早的滑手自己慢慢摸索出来的。”(SE03)

可见,早期中国滑板文化圈层的意义与西方滑板文化的联系仅仅停留在了模仿滑板动作和穿衣风格的符号层面。由于消费品的匮乏,最早一批的中国滑手只有少部分可以通过在海外留学或者工作的亲戚朋友买到真正的滑板。大部分的老滑手只能通过将木板和轮滑鞋轮子结合的方式来组装一块他们印象中的滑板,用国产的回力运动鞋来代替滑板视频中的滑板鞋,并通过各种渠道购买的肥大的牛仔裤。这样的亚文化“拼贴”实践满足了当时处于青春期的—批年轻人对一种不同于主流学校文化的个性身份认同的渴望。<sup>[63]</sup>“那时候在学校里面所有人都需要是一样的,如果你不一样那么你就不是一个合格的学生。滑板带给我的是一种可以变得不一样的自由。那时候我觉得这种感觉跟之前接触过的所有东西都不一样。”(SK09)拥有一块区别于主流运动的滑板、带有反叛意味的穿衣风格、做出大众所不理解的滑板动作,成为建构原初的中国滑板亚文化符号与主流二元区分的风格与仪式素材。早期的中国滑板参与者就是通过这样风格化的文化符号建构机制,完成了第一个阶段的以主流风格的抵抗为基础的中国滑板亚文化建圈。通过以上论述可以看出,传统的亚文化理论仍然可以为中国滑板早期通过风格化的建圈机制和对个性身份认同追求的动机提供可行的理论分析框架。<sup>[64][65]</sup>然而,由于不同的历史背景和文化基础,滑板亚文化风格的意义在中国却不能简单地归结于传统文化理论中亚文化对主流文化的抵抗。在改革开放的背景下,中国滑板群体对滑板亚文化风格的拼贴实践更倾向于一种对文化主体性的探索。<sup>[66]</sup>

## (二)早期滑板商业化与中国滑板文化的扩圈

从20世纪90年代开始,欧美地区的滑板文化经历了高速的发展,<sup>[67]</sup>但滑板器材在中国还属于非常稀缺的消费品类。中国改革开放进程的推进让中国这个具有无穷潜力的消费市场进入了美国滑板品牌的视野。魄翱滑板(Powell Peralta)在美国20世纪80年代、90年代初期统治着整个滑板文化。1992年,翱翱滑板的创始人之一保罗(George Powell)在斯坦福大学的中国校友高原,将第一个“纯正”的滑板品牌带入了中国。通过在中国销售在美国因为双翘滑板的发明而滞销的单翘滑板(注:20世纪90年代中期,随着滑板文化向空中动作技巧的转变,滑板的制造工艺也从一头翘起的单翘滑板,发展成为具有更多动作发展空间的双头翘起的双翘滑板),翱翱滑板开启了20世纪90年代的中国滑板产业早期商业化的进程。翱翱滑板在中国滑板文化中代表的亚文化圈层意义却远不止于此。从1994年到1999年,翱翱滑板共举办过5次“秦皇岛翱翱杯滑板大赛”,其间,翱翱滑板还创办了中国第一个滑板亚文化纸质媒体——《翱翱通讯》。<sup>[68]</sup>早期中国滑板文化圈层的定义因为信息的闭塞和消费品的匮乏,一直停留在模糊的亚文化风格层面。《翱翱通讯》和秦皇岛滑板大赛的出现使这个情况开始发生改变。中国的年轻滑手们开始踊跃地向《翱翱通讯》投稿自己滑板的照片、对西方和中国本土滑板文化的理解等材料,并用积攒下来的零花钱坐十几、甚至几十个小时的绿皮火车前往秦皇岛与其他滑手交流技术。通过这样的文化实践过程,中国的滑板群体得以在滑板圈层内积累、展现和定义自己的亚文化资本。<sup>[69][70]</sup>“那时候的《翱翱通讯》对我来说意义非常的重大,他让我知道我并不是孤单的。原来全国各地都有跟我一样喜欢上滑板的中国年轻人。我自己那个时候也会通过把照片寄给翱翱那边来跟国内其他地方的滑手交流,我恨不得每天都去看看邮箱有没有新的一期寄给我,就是找到组织的那种感觉,你知道吗?那个时候大家才开始慢慢明白滑板文化到底是什么意思。”(SM2)

从《翱翱通讯》和秦皇岛比赛开始,中国的滑板文化圈层才因为本土亚文化实践的多样化开始扩圈。然而,对当时中国的滑板青少年来说,进口的翱翱牌滑板仍然是一个奢侈品。早期的滑手回忆道:“我记得那时候(注:20世纪90年代初)一块翱翱滑板的售价在350元人民币左右,我家人一个月的收入也就这么多。”(SM2)于是,随着最早一批滑手步入成年,中国的滑板文化中开始出现最早的一批亚文化创业者。“我们那时候做滑板店的目的非常简单,身边玩滑板的人越来越多了,但是没地方买真正的滑板。我那时候也大学毕业了,又不太想按照家里的安排去工作,就想干一些跟滑板有关系的事情。于是就到处联系看怎么进货、开店、做网站等。虽然挣不到什么大钱,但能支持我继续滑板我就已经很开心了。”(SE05)“我们当时做滑板品牌是因为进口的滑板太贵了,很多身边的滑手都因为这个原因没办法坚持下去。所以为了让大家都能够买到便宜的滑板,我们就去广州到处找给国外品牌代工的工厂。还好我们的一个合伙人家里就是做工厂的,所以这个对我们来说不是很难。”(SE03)

类似于麦克罗比对伦敦二手服装市场中买衣服的女孩们的观察,<sup>[71][72]</sup>中国的滑板亚文化群体同样主动地探索并发展亚文化的商业价值,而非像伯明翰学派理论视角中那样亚文化群体被动地被商业所收

编。对当时的滑板人来说，正是因为滑板店和本土滑板品牌推动了滑板的商业化，才使得滑板圈层得以发展并逐渐扩圈。

#### 四、中国青年滑板文化的破圈与守圈

与滑板亚文化风格相同，滑板文化的商业化在中国也建立在不同的社会背景下。尤其是2000年以来，中国社会经济发展进入了新的历史阶段，中国青年的文化主体性也愈加凸显。在快速的社会变迁和经济发展的历史背景下，中国滑板文化将面临什么新的挑战？滑板文化参与者又将通过怎样的策略保持其亚文化圈层的主体性？滑板亚文化与主流文化的关系又会因此发生怎样的变化？

##### （一）高速商业化与亚文化风格的破圈与守圈

随着2001年中国加入WTO、改革开放的进一步深化、2008年北京奥运会的成功筹备和举办、互联网的高速发展和中国快速扩张的中产年轻人消费群体，中国滑板文化的商业化进程也随之进入了一个全新的发展阶段。中国的滑板文化圈层迎来了第一次真正意义上的破圈，如耐克、Vans、阿迪达斯、匡威等国际一线运动品牌均在大陆开启了滑板支线的业务。国内的滑板企业增速也随着2016年奥组委宣布滑板入奥的消息而加快，截至2019年新冠肺炎疫情暴发以前，全国滑板相关的企业数量已经到达了1409家。<sup>[73]</sup>曾经的休闲娱乐与仪式性的亚文化风格随着滑板的商业化和全球化的进程快速发生变化。<sup>[74]</sup>在资本的驱动下，滑板的穿衣风格很快便成为商业世界中代表着个性与时尚的流行消费符号，曾经的草根滑板青年亚文化中出现了大量的“滑板消费者”。<sup>[75]</sup>滑板消费者通过消费滑板品牌的产品、滑板鞋、滑板媒体内容，获得了一种滑板文化的消费者身份。

于是，滑板文化的参与者们开始了第一次真正意义上对商业收编的抵抗。与音乐青年亚文化不同，滑板文化的本质是体育运动。<sup>[76]</sup>相较穿衣风格，滑板亚文化符号的“表意实践”，更重要的是靠滑板运动本身的身体行为来实现。杜邦对美国滑板文化中消费者的对立面——“核心滑手”（Core Skater）的描述是“15~27岁的白人男性、几乎每天都滑板并坚持平均7年左右的滑手们”。<sup>[77]</sup>中国滑板文化中核心滑手身份的象征在2000年年初时也是基于此逻辑。于是中国的滑板文化圈层中第一次出现核心滑手的身份，以及其对立面——“拿样儿的”（Poser）。任何人都可以通过消费获得滑板文化的穿衣风格，但想要成为核心滑手，则必须拥有需要通过长时间参与滑板运动而积累的滑板技术。“你一看这个人滑就知道他是不是拿样儿的（注：指只拥有一身滑板风格服饰和装备，却不会滑板）。滑板对他们（消费者）来说就跟一个耳环差不多，买了拿着上街，有的人甚至连滑都不学，就拿着。现在滑板信息和产品太多了，不像以前在街上看见一个穿滑板鞋的就很可能是个真正的滑手。现在Nike SB（耐克滑板鞋系列）满大街都是。可是就算你穿得再‘滑板’，一滑，就露馅儿了。”（SK02）

滑板运动作为一种极限运动，具有比传统的群众体育运动更高的风险性和动作难度。这样的特性导致其运动水平的技术门槛比球类、田径等在年轻人中普及率较高的体育运动更高。因此，想要获得高超的滑板技术不仅需要长时间的练习，还需要面对几乎不可避免的伤痛。因此，滑板文化中文化资本的具身化（Embodied）形态——滑板技术，替代被消费化的风格符号，成为中国滑板亚文化面对21世纪初高速商业化进程中守圈的基础。拥有滑板技术并且能够准确辨识其技术的难度，区分着作为亚文化参与者的滑手与作为消费者的滑手。

##### （二）滑板技术体育化和媒体商业化背景下滑板文化的破圈与守圈

对滑板亚文化圈层来讲，破圈真正的威胁并不是来源于20世纪90年代起就开始关注滑板文化的时尚产业和运动产业。以上的研究分析已经描绘出滑板亚文化群体在不同阶段采用的灵活抵抗性重新定义滑板文化的品位，以抵御商业收编危机的文化实践。但是，真正的滑板亚文化破圈威胁来自奥运会对滑板的影响。自2016年国际奥组委宣布滑板进入奥运会以来，媒体平台和主流大众对滑板的关注也达到了前所未有的程度。2019年，腾讯视频播出了一款由顶级流量明星王一博参与的滑板综艺节目《极限青春》，全网播放量7亿，豆瓣评分8.6分。小红书等自媒体平台也开始对滑板话题的流量进行扶持。2021年东京奥运会上，滑板也第一次以正式奥运会比赛项目的形象出现在全世界通过电视机和多媒体观赛平台的观众面前。由于奥运会的主要营收来源主要是通过售卖媒体转播权和收视率，实际上围绕着滑板体育化破圈<sup>[78][79][80]</sup>和守圈的关键矛盾在于商业化和体制化进程中的流量逻辑与亚文化逻辑之间的冲

突。主流和商业媒体平台的介入，打破了传统的滑板亚文化层级和通过线下圈层内部传播、定义滑板文化品位的机制。滑板的运动实践，也因此面临着被流量化和体育化的商业收编与体制收编的双重危机。我们不禁发问：在滑板技术面临被体育组织标准化和被媒体平台流量化的背景下，滑板人又会通过怎么样的亚文化实践来守圈？“别废话（注：本土滑板品牌）这一季的新slogan（注：宣传标语）——‘Skateboarding is not a sport’（滑板不是一个体育运动）我想表达的其实不是‘滑板不是一个体育运动’。它肯定有一部分是一个体育运动，但如果只把滑板当成一个体育运动的话，那就少了很多滑板文化层面的东西。滑板视频呈现的不只是滑板本身，还包括与音乐的配合、画面的艺术感等，所有的这些东西融合在一起才能呈现滑手的风格。”（SE2）

在滑板文化中，不同于传统的体育文化，是否取得滑板比赛的成绩并不是一个滑手圈层身份的象征。在西方滑板文化中，“比赛滑手”因为其类似体育运动员对比赛功利性的策略而被视为代表着主流体育意识形态的象征。而“视频滑手”则与此相反，更重视滑板线路的设计、不同的地形挑战、滑板技术动作的创新和对个人风格的凸显。核心滑板群体将以上作为滑板亚文化价值观特点的建构融合进日常的亚文化实践，与主流的“更快、更高、更强”的体育价值观作出区分。滑手是否拍摄核心滑板视频，是其亚文化圈层认同重要的载体。<sup>[81][82][83]</sup>在滑板文化中，“NBD”（Never Been Done）精神被视为重要的核心滑手衡量标准之一，直译为“从没被完成过的动作”。在包括奥运会在内的滑板比赛中，因为这样的尝试会承担很大的风险，所以几乎不会出现NBD的动作。在访谈中，滑手对奥运中作为体育项目的滑板和他眼中作为亚文化的滑板的区别作出了解释：“滑手又不是陀螺，不是谁转的圈数更多就更厉害。我更期待看一些新的以前没见过的动作，或者是某个滑手在视频中用同一个动作挑战了一个谁都没有挑战过的地形。我从来不看滑板比赛，奥运会滑板比赛我也没看。一个个搞得跟数学家似的，算这个动作多少分那个动作多少分。结果就是谁也不敢做自己拿不准的动作，谁在哪个道具上会做什么动作都差不多能猜到了，就变成看谁成功率高了，没意思。”（SK05）

核心滑板视频中则非常强调“NBD”精神，一个滑板团队经常会为了某一个“NBD”动作多次去同一个地点挑战并拍摄。因此，一个完整的核心滑板视频通常需要一年甚至更长的制作周期。从计划去哪个没有人滑过的地形，到在哪个障碍、台阶、杆子上面做一个从来没有人做过的动作，再到尝试一条不同的线路，滑手在这种追求“NBD”亚文化象征意义动机的驱使下，处处都必须力求创新。这是不管在强调竞技性和观赏性的体育比赛转播，还是追求“点击量”指标<sup>[84]</sup>的自媒体平台短视频都很难实现的。也正因为如此，滑板群体得以将核心的滑板视频与追求“短、平、快”的自媒体短视频之间作出品位上的区分。滑板群体通过对文化层级的拓宽和品位的重构来实现对体育化和媒体商业化带来的破圈危机下的守圈。像滑板这样的体育亚文化中所包含的身体体感上的愉悦感和心理上的成就感也因此区别于传统伯明翰理论中与主流二元对立基础上的符号性风格和仪式。

### （三）滑板的体制化背景下亚文化的守圈与奥运的破圈

滑板成为奥运会的比赛项目不仅使其受到更高的媒体关注，也引来了滑板亚文化体制化的讨论。与伯明翰学派对亚文化群体在体制化收编过程中的被动角色和负面情绪不同的是，滑板、冲浪和攀岩这类新兴奥运会项目的亚文化群体对体制化的态度更为多元化。<sup>[85]</sup>在滑板群体看来，虽然滑板的体制化会弱化滑板文化的亚文化属性，但同时体制化也带来了积极的影响。更多的媒体关注为滑板文化在主流社会中的地位提升起到了积极作用，更多的资本介入和体制内的滑板运动队建设也为亚文化群体提供了更多的职业选择和发展空间。

资深滑板媒体主理人SKM01在访谈中提出了“到底是奥运会改变了滑板还是滑板改变了奥运会？”的质疑。从2016年开始，全国各地的市级、省级体育组织都在大力建设滑板运动队伍。由于滑板运动在我国的体育系统中还属于一个“新鲜物种”，通过跨界选材的方式，各地方滑板队快速提高竞技水平，但是各个层级的体育组织中都吸纳了滑板圈层中的一些核心滑手来协助滑板队的建设和赛事的组织运营。一位担任过国家级滑板裁判且兼职某省队滑板顾问的滑手在访谈中告诉笔者：“我开始跟他们（省队组织者）接触之后发现，我可以专心地把滑板的東西（滑板的文化和技术特点）告诉他们，你怎么练这些、你去找谁、怎么学，他们执行得特别到位。每天早上6点多或7点起来晨练，然后体能、滑板，下午到几点滑板，怎么恢复，他们把自己专业那套放在这儿，对我的指导也不干预，完全听我的，对我很

尊重,所以我觉得跟他们合作特别好……你拿名次、拿奖金、拿工资,他们要成绩,这个东西完全没有冲突。我开始觉得这样做会不会出卖了灵魂或者滑板本来的东西没有了,现在这种感受也没有了。这样下来之后反而认识了很多体制内的或者搞体育的人,他们本身对滑板也有兴趣,对滑板怎么发展也给了很多自己的建议或者意见。”(SK05)

可见,这类参与到体制化过程中的核心滑手们实际上对我国各地体育组织对滑板项目的建设起到了关键的引导作用。而这种引导作用并不仅仅停留在体育训练的层面。体制内的管理者、教练、滑手等也都通过与这些核心滑手的接触而对滑板文化产生兴趣,将自己的体育专业知识与滑板文化中的创新精神结合,共同拓展了滑板文化实践的边界。在多个采访中,不同滑手都对一些体制内滑板队伍中的滑手在比赛中做出的创新动作表示了积极的肯定。“××队的那个小滑手×××,在杆子上做Inward heel lipslide(注:使用脚跟将滑板准确地同时横向翻转180度纵向翻转360度之后顺利在金属杆上做出平衡滑行并平稳落地的动作)特别稳。你别说国内的滑手了,国际比赛上这个动作也没见人做过。”(SK04)

体制内的滑板在滑板技术上的创新和表现出的对滑板的热爱,使得作为亚文化的滑板与作为体育项目的体制化滑板的边界越来越模糊。库尔波次<sup>[86]</sup>根据法国社会学家凯亚罗斯<sup>[87]</sup>的“游戏论”,将奥运会滑板中的街式和碗池两种赛制分别用古希腊语和拉丁语中对体育运动的两种分类作出分类——本能性游戏(Paidia)和规则性竞赛(Ludus)。本能性游戏在这里主要指那些更为即兴、有机、具有创造性的运动;而规则性竞赛所代表的体育运动则更强调规则意识、对抗与竞技。经过国际滑板协会与国际奥组委长期的协商,最终国际奥组委决定将街式和碗池作为奥运会滑板比赛两个赛制。加入碗池这种更可控的竞技滑板形式虽然部分代表了滑板文化与奥运会的妥协,<sup>[88]</sup>但奥运会仍将碗池比赛宣传的重点放在了其所代表的滑板初期(20世纪60—70年代)的亚文化历史上。奥运滑板的规则中加入了风格分、流畅分等可以表现出滑手创意的一些元素。滑板、单板滑雪、冲浪等体育青年亚文化的加入,也使得奥运会本身获得了更多年轻观众的青睐,提高了其低迷的青年收视率。奥运会也因此调整了其以传统体育价值观引导的比赛形式和观赛模式(如在比赛中加入街头说唱歌曲背景音乐、对服装穿着要求更开放、与自媒体平台更深入地合作等方式),向拥有着青年亚文化喜好的青年观众靠拢。尽管如此,在西方滑板文化中,各大资本与财团正在加大对国际滑板组织的控制权,并弱化滑板亚文化群体的参与。<sup>[89]</sup>而在中国的体制化过程中,核心滑手通过与官方体育机构形成共谋关系维持品位的塑造权力,并以这样的品位塑造着我国新兴体育产业的建设和发展。从某种意义上讲,滑板亚文化中的核心滑手们通过滑板亚文化风格、滑板技术、创新精神等方式守圈的同时,实际上与奥运会和随之而来的商业化、体育化和体制化中不同的行动者形成共谋关系,在主动或被动的过程中奥运会和体制化的传统体育圈层也在发生破圈。

## 五、结论

本文基于中国滑板文化的局内人研究视角,认为对滑板作为当今社会中一个亚文化现象的分析存在诸多不足,并可能存在“局内人成见”(Insider Bias)的风险。但本文仍希望通过深入探索“活着的滑板亚文化”,并充分呈现滑板群体与结构互动中的个体能动性,<sup>[90]</sup>使读者感受到本文对“青年眼中的社会问题”与“社会眼中的青年问题”间平衡的努力<sup>[91]</sup>。回到本文的经验问题,即中国滑板亚文化到底何以在外界社会变迁的过程中成功守圈并继续保持一定程度上的亚文化特征。本文通过对中国滑板文化中包括管理者、从业者和爱好者等不同身份滑手的访谈和参与式观察发现,中国的滑板文化作为一个发展时间跨度超过30年的青年亚文化,已经从生理的亚文化走向了精神的亚文化。在其近40年的发展过程中,经历了多次建圈、扩圈、破圈和守圈的过程。本研究对这些过程中滑板亚文化实践的分析发现,中国滑板亚文化群对亚文化圈层意义、亚文化风格、以运动为基础的滑板技术创新,在商业化、体育化、体制化背景下基于滑板文化实践主动、多维度动态建构,实现了其对外界收编的灵活性抵抗。<sup>[92]</sup>

本文的理论问题在于探讨滑板亚文化在中国的发展与亚文化前沿理论发展之间的关系。本研究发现,中国滑板亚文化在其发展历史中经历了不同亚文化理论流派眼中青年亚文化在不同历史阶段所经历的同或相似的矛盾与冲突。显然,不管是芝加哥学派的越轨还是伯明翰学派的“风格—抵抗”,都提供了对亚文化圈层动机形成的解释基础,却不足以对现代社会中主流文化与亚文化更为复杂的关系作出

合理的解释。滑板亚文化群体不但主动参与到商业化的过程中,并且通过对符号性亚文化风格基于滑板技术创新进行对亚文化风格和品位的重塑。这样回归到日常实践的多元灵活性的抵抗,与两个学派理论视角下亚文化与主流文化二元的对立关系形成了鲜明的对比。后伯明翰学派理论可以对亚文化在现代消费社会中青年亚文化所面对的经济、社会背景作出基础性描述,但是滑板亚文化对后现代社会中圈层身份的碎片化和流动化并非持主动接受的态度。与之相反,在长达数十年的时间维度中,滑板守圈的文化实践体现出滑板亚文化群体对其圈层亚文化持续的认同。而“后亚文化之后”的亚文化理论则为解释青年亚文化与主流文化之间的互动机制提供了更生动的理论资源。通过对亚文化资本的积累和运用,滑板亚文化群体不但构建出应对亚文化破圈的实践工具,并且主动参与到体制内的生产领域。在每一次破圈危机中,滑板亚文化群体都并非被动地接受,而是主动地发挥其主体性并达成与主流商业文化和体育文化动态的协商和共谋。通过不断对亚文化实践的修正,维持亚文化群体对滑板圈层定义和品位的建构权力,并形成与主流文化相互融合和形塑的互动机制。在这样的理论视角下,中国滑板亚文化正在摆脱亚文化参与者对主流社会中的矛盾“不真实解决方案”的迷思,通过参与亚文化反而使得滑板青年们更好地融入主流文化中,并与商业和体制力量一起推动着主流文化的创新与变迁。

### 参考文献

- [1] 风笑天. 从青年社会学的视角认识青年与研究青年[J]. 广东青年研究, 2022(1): 30-45.
- [2] 胡良益, 马中红. 海外青年亚文化研究的新理论动向[J/OL]. 青年探索, 2022: 1-13.
- [3] Wheaton, B. After Sport Culture: Rethinking Sport and Post-subcultural Theory[J]. Journal of Sport and Social Issues, 2007(3): 283-307.
- [4][7] Borden, I. Skateboarding, Space and the City: Architecture and the Body[M]. Oxford: Berg, 2001: 182.
- [5] Beal, B., L. Weidman. Authenticity in the Skateboarding World into the Extreme: Alternative Sports Inside and Out[M]. Albany: SUNY Press, 2013: 27.
- [6][62] Beal, B. Disqualifying the Official: An Exploration of Social Resistance Through the Subculture of Skateboarding[J]. Sociology of Sport Journal, 1995(3): 252-267.
- [8] Howell, O. The “Creative Class” and the Gentrifying City: Skateboarding in Philadelphia’s Love Park[J]. Journal of Architectural Education, 2005(2): 32-42.
- [9] [68] Sedo, T. Dead-stock Boards, Blown-out Spots, and the Olympic Games: Global Twists and Local Turns in the Formation of China’s Skateboarding Community[J]. Cultural Autonomy: Frictions and Connections, 2010: 257-282.
- [10] The Aspen Institute. Aspen Institute Project Play: Reimagining Youth Sports in America [EB/OL]. <http://youthreport.projectplay.us/the-problem>. 2015-06-15.
- [11][67] Borden, I. Skateboarding and the City: A Complete History[M]. London: Bloomsbury Publishing, 2019: 1, 71.
- [12] Bäckström, Å., S. Blackman. Skateboarding: From Urban Spaces to Subcultural Olympians[J]. Young, 2022(2): 121-131.
- [13][79] Thorpe, H. Transnational Mobilities in Action Sport Cultures[M]. Berlin: Springer, 2014: 9, 13.
- [14] 马中红, 胡良益. 无限连接: 网络平台技术逻辑下的亚文化“出圈”现象[J]. 新闻与写作, 2021(6): 21-29.
- [15] 毛丹, 王敬雅, 陈佳俊. “饭圈”观察: 组织特征与圈内外关系[J]. 社会学研究, 2021(6): 90-112.
- [16][20] Thrasher, F. M. The Gang[J]. Small Groups: Studies in Social Interaction, 1965: 38.
- [17] Cohen, A. K., et. al. Research in Delinquent Subcultures[J]. Journal of Social Issues, 1958(3): 20-37.
- [18][22][63][64] Becker, H. Outsiders-defining Deviance[J]. Becker, Howard. Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance. New York. Bernburg, JG (2019). Labeling theory. In Handbook on Crime and Deviance, 1963: 179-196.
- [19][23][24] Clarke, J., et. al. Subcultures, Cultures and Class[C]. Resistance Through Rituals: Youth Subculture in Post-war Britain. London: Hutchinson, 1976: 42, 42, 178.
- [21][25][65] 赫伯迪格. 亚文化: 风格的意义[M]. 陆道夫, 胡疆锋译. 北京: 北京大学出版社, 2009: 112.
- [26][37][40] Williams, J. P. Youth-subcultural Studies: Sociological Traditions and Core Concepts[J]. Sociology Compass, 2007(2): 572-593.
- [27] 王璐. 11月11日: 从文化建构到商业收编——对“光棍节”和“网购狂欢节”的分析[J]. 青年研究, 2014(3): 74-

83.

- [28][30][33] Bennett, A. Subcultures or Neo-tribes? Rethinking the Relationship Between Youth, Style and Musical Taste[J]. *Sociology*, 1999(3): 599-617.
- [29][31] Muggleton, D. *Inside Subculture*[M]. Oxford, UK: Berg Publishers, 2000: 205, 205.
- [32] Polhemus, T. In the Supermarket of Style[J]. *The Club Cultures Reader: Readings in Popular Cultural Studies*, 1997: 148-151.
- [34] Miles, S. *Youth Lifestyles in a Changing World*[M]. London: McGraw-Hill Education (UK), 2000: 158.
- [35][39] Hodkinson, P. Goth. Identity, Style and Subculture[M]. Oxford: Berg Publishers, 2002: 131-132, 131.
- [36] Muggleton, D. From Classlessness to Club Culture: A Genealogy of Post-war British Youth Cultural Analysis[J]. *Young*, 2005(2): 205-219.
- [38] Blackman, S. Subculture Theory: An Historical and Contemporary Assessment of the Concept for Understanding Deviance[J]. *Deviant Behavior*, 2014(6): 496-512.
- [41] Willis, P. E. *Profane Culture*[M]. London: Routledge & Kegan Paul, 1978: 1-11.
- [42][57] Hodkinson P. "Insider Research" in the Study of Youth Cultures[J]. *Journal of Youth Studies*, 2005(2): 131-149.
- [43][69] Thornton, S. *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital*[M]. Middletown: Wesleyan University Press, 1996: 11-12, 12.
- [44] Bourdieu, P. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*[M]. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press, 1984: 90.
- [45][70][75][77] Dupont, T. From Core to Consumer: The Informal Hierarchy of the Skateboard Scene[J]. *Journal of contemporary ethnography*, 2014(5): 556-581.
- [46][47][83] Dupont, T. Authentic Subcultural Identities and Social Media: American Skateboarders and Instagram[J]. *Deviant Behavior*, 2020(5): 649-664.
- [48] Snyder, G, J. The City and the Subculture Career: Professional Street Skateboarding in LA[J]. *Ethnography*, 2012(3): 306-329.
- [49][71] McRobbie, A. *Second-hand Dresses and the Role of the Ragmarket*[M]. Palgrave Macmillan, London, 1989: 23-49.
- [50][72] McRobbie, A. Clubs to Companies: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded up Creative Worlds[J]. *Cultural Studies*, 2002(4): 516-531.
- [51] Willing, I., et. al. Skateboarding and the "Tired Generation" : Ageing in Youth Cultures and Lifestyle Sports[J]. *Sociology*, 2019(3): 503-518.
- [52] O'Connor, P. Hong Kong Skateboarding and Network Capital[J]. *Journal of Sport and Social Issues*, 2018(6): 419-436.
- [53][82] Snyder, G. J. *Skateboarding LA: Inside Professional Street Skateboarding*[M]. New York: NYU Press, 2017: 306.
- [54][92] Dinces, S. "Flexible Opposition" : Skateboarding Subcultures Under the Rubric of Late Capitalism[J]. *The International Journal of the History of Sport*, 2011(11): 1512-1535.
- [55] Harvey, D. Flexible Accumulation Through Urbanization[J]. *Antipode*, 1987(3): 260-86.
- [56] 马中红. 商业逻辑与青年亚文化 [J]. *青年研究*, 2010 ( 2 ) : 66-67.
- [58] Williams, J. P. *Myth and Authenticity in Subculture Studies*[C]. *Researching Subcultures, Myth and Memory*. Palgrave Macmillan, Cham, 2020: 35-53.
- [59] 周飞舟. 将心比心 : 论中国社会学的田野调查 [J]. *中国社会科学*, 2021 ( 12 ) : 37-54.
- [60] Donnelly, M. Studying Extreme Sports: Beyond the Core Participants[J]. *Journal of Sport and Social Issues*, 2006(2): 219-224.
- [61] Lumsden, K., A. Winter. Reflexivity in Criminological Research[M]. Palgrave Macmillan, London, 2014: 1-19.
- [66] 吴小英. 代际视野中的“80后”认同 [J]. *江苏社会科学*, 2012 ( 3 ) : 38-44.
- [73] 宋钰婷. 滑板运动从街头到奥运“破圈” : 我国现存滑板相关企业超两千家 [EB/OL]. <https://www.bjnews.com.cn/detail/162866490014646.html>. 2021-08-11.
- [74] Beal, B., C. Wilson. "Chicks Dig Scars" : Commercialisation and the Transformations of Skateboarders' Identities[M]. London: Routledge, 2004: 43-66.
- [76] Bäckström, Å., A. L. Sand. Imagining and Making Material Encounters: Skateboarding, Emplacement, and Spatial Desire[J]. *Journal of Sport and Social Issues*, 2019(2): 122-142.
- [78] Wheaton, B. *The Cultural Politics of Lifestyle Sports*[M]. London: Routledge, 2013: 98.

- [80][85][89] Thorpe, H., B. Wheaton. The Olympic Games, Agenda 2020 and Action Sports: The Promise, Politics and Performance of Organisational Change[J]. International Journal of Sport Policy and Politics, 2019(3): 465-483.
- [81] Buckingham, D. Skate Perception: Self-representation, Identity and Visual Style in a Youth Subculture[M]. Palgrave Macmillan, London, 2009: 133-151.
- [84] 韩璐. “点击量经济”下青年内容创作者的义利之辨[J]. 当代青年研究, 2021(5): 77-82.
- [86][88] Kilberth, V. The Olympic Skateboarding Terrain Between Subculture and Sportisation[J]. Skateboarding Between Subculture and the Olympics: A Youth Culture Under Pressure from Commercialization and Sportification, 2019: 53.
- [87] Caillois, R., S. Massenbach. Die Spiele und Die Menschen: Maske und Rausch[M]. München: Ullstein, 1982: 59.
- [90] 卢幸妮. 反思“始终局外人”: 伯明翰学派青年文化研究民族志方法论探析[J]. 当代青年研究, 2021(2): 33-38.
- [91] 吴小英. 再论青年与青年研究: 从概念变迁到范式转换[J]. 青年研究, 2019(6): 7-11.

### Past and Future: Chinese Skateboarding Culture as a Youth Subculture

Li Chuang

(Chinese Academy of Social Sciences, Institute of Sociology)

**Abstract:** Over its 30 years of development in China, skateboarding has evolved from a grassroots subculture to an official Olympic sport. To a certain extent, it has become a topic that could not be ignored by anyone who is seriously interested in subculture, cultural industry or sports. From a subcultural theoretical standpoint, this paper looks at the cultural development of the Chinese skateboarding culture from the perspective of subcultural incorporation. With insights from interviews and insider ethnographic observations with key events and personnel in the Chinese skateboarding culture/industry, this paper aims to provide an exploratory explanation on how Chinese skateboarders, have constantly constructed, maintained, and reconstructed various versions of subcultural style and taste in response to commercialization, sportisation and institutionalisation. Findings from this research reveals the flexible resistance practiced by Chinese skateboarders throughout various phases of developments in order to maintain its subcultural solidarity. As a result, Chinese skateboarding subculture has not only evolved into an important innovative actor within mainstream commercial and sports infrastructure, but also continue to reshape the dialectical relationship with the mainstream.

**Key words:** Skateboarding; Subculture; Subcultural; Incorporation

责任编辑: 李友权