

性情中人的 自我展露

——当代中国大众文化典型事例述评

佐 斌 温芳芳 / 主编

xíngqíngzhōng rén de zìwǒ zhǎnlù

 华中师范大学出版社

性情中人的 自我展露

——当代中国大众文化典型事例述评

主 编：佐 斌 温芳芳

副主编：刘 珂 孙 山 吴 漾

严 磊 宋静静

xingqingzhongren de ziwo zhanlu

教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目
“当代中国大众文化价值观研究”（11JZD006）成果

 华中师范大学出版社

新出图证(鄂)字10号

图书在版编目(CIP)数据

性情中人的自我展露:当代中国大众文化典型事例述评/佐斌,温芳芳主编. —武汉:华中师范大学出版社, 2015.8

ISBN 978-7-5622-7096-6

I. ①性… II. ①佐… ②温… III. ①群众文化—文化研究—中国
IV. ①G249.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第196779号

性情中人的自我展露

——当代中国大众文化典型事例述评

◎ 佐 斌 温芳芳 主编

责任编辑:邹玉霞 王文琴

责任校对:肖绪旭

封面设计:胡 灿

编辑室:第二编辑室

电话:027-67867362

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路152号

邮编:430079

电话:027-67863426/3280(发行部) 027-67861321(邮购)

传真:027-67863291

网址:<http://www.ccupress.com>

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:虎彩印艺股份有限公司

督印:王兴平

字数:420千字

开本:787mm×1092mm 1/16

印张:17.75

版次:2015年8月第1版

印次:2015年8月第1次印刷

定价:38.00元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话027-67861321

大众文化中的价值呈现：普通人的自我映像

如果有人问起，当代中国最有影响的文化现象是什么？我想大家都会自然而然想到一些流行音乐、电视综艺节目、畅销书、高票房电影、火爆的网络游戏等一些流行的大众文化现象。可以说，大众文化是当代中国社会中最受人瞩目的一种文化现象，它不仅构成并影响着中国人的日常生活，满足着广大中国人的基本文化需要，展现着普通中国人的思想情感、价值理想和人生追求等世间百态，同时也影响着中国人现实的七情六欲及其行为。

大众文化受到当代中国大众的欢迎，丰富着中国人的文化生活，影响着中国人的思想和行为方式。改革开放以来，大众文化对中国民众的影响受到政府和相关学科学者的高度关注。特别是近些年来，大众文化中的一些节目类型或产品屡屡涉及一些引起人们争议的导向问题。比如，有的网络游戏过于暴力、杀戮，打打杀杀的东西非常多；有的综艺节目中现场嘉宾或参与人员所表现出的行为方式和他们所表达的一些语言中有明显的功利化、个人化的取向；还有网络文化中的一些内容，比如在网络游戏和微博、微信中，人们过多表达负面情绪和无意义的日常生活状态，甚至大量转发各种帖子，不加判断、不考虑是非、不计后果转发甚至散布一些虚假的信息。这些情况既引起了社会公众的高度关注，也引起了政府部门的高度重视，同时也促使研究大众文化的一些学者对此进行思考：大众文化到底是一种什么样的文化？它的本质特征是什么？中国大众文化现在处于何种境况？它对人们的精神面貌、行为方式、道德情操、生活满意度和幸福感等方面有什么样的影响？研究大众文化，研究中国的大众文化，就必须思考和回答这些问题。

从学术的角度来看，学者们通常认为大众文化是源于西方的一个概念，是在现代工业化之后，在工业生产特别是大众传媒出现之后，文化生产与消费领域的一种特定现象。对大众文化到底是采用 popular culture 还是 mass culture，学者们都有很多的争论，因为这两者的意涵确实有所不同，各有褒贬。但是无论学者们如何定义，当回到现实生活中的时候，我们可以清楚地发现：大众文化就在我们身边，就存在于我们的日常生活中间。

大众文化不是学者们那些高深的分析，而是一些生动具象的大众行为表现。大众文化既有我们日常生活中人们的一些文化行为，也包括通过我们的大众传媒传播、展播、演播的大量作品和节目。从现实生活来看，大众文化有很多类型，内容丰富多彩，形式多种多样。我们看一些介绍大众文化或者对大众文化进行评论的书籍的时候，就能够发现研究者们提到过的各种各样的大众文化形态。比如有人在介绍美国大众文化的时候，就把美国社会中的消费、广告、电视、体育、音乐、电影、大众偶像等方面都列入其

中。有人在分析美国的大众文化的时候，主要倾向于美国的棒球、美式橄榄球、高尔夫球这些体育运动对美国大众和对美国社会的影响；还有人把牛仔裤、百货商店、超级市场、电视脱口秀节目、摇滚乐，当然还有电影电视特别是好莱坞大片、《老友记》电视剧，都作为美国大众文化的典型代表。因此，大众文化的内容和形式涉及的面是非常广的。

我国学者在谈到大众文化的时候，也有一些基本的分类。有的把大众文化分为电影电视、纸质媒体、网络文化、广告文化等；有的分为大众艺术、大众体育、大众影视、流行音乐、大众行为等。我认为，大众文化从学术的角度确实可以依据一定的维度给它进行分类。在研究大众文化价值观的时候，我们参考国内外对大众文化的类别划分把大众文化分为以下五类。

第一类是大众纸质文化。主要通过文字，特别是图书、期刊，以纸质载体来呈现的大众文化形态。畅销书、时尚期刊、都市报纸、促销广告册以及曾经一度在我国很多码头车站等人口密集中转的地方叫卖的“内参”、“揭秘”等非法报刊，都是大众纸质文化的产品。

第二类是大众视听文化。主要是以视听为媒介来承载和表现的文化现象。包含的内容比较多，比如说流行音乐、流行电影、流行电视剧以及在中国非常有影响、非常出名的贺岁片等等。大众视听文化为社会公众提供了十分丰富的产品，对于普通大众的影响也较为深远。

第三类是大众网络文化。因为互联网载体的独特性，各种各样的语言、文字、符号所表征的内容都可以在互联网上进行生产、加工、传播，形成了微信、微博、网络游戏、网络音乐、网络文学以及网络购物等文化形态，这些都是以网络为载体和平台所呈现出来的文化现象。应该说，大众网络文化对中国人的日常生活的影响越来越大。

第四类是大众行为文化。大众行为文化包含的内容也比较广泛，是人们通过外显行为来表现的流行文化现象。像大众健身、广场舞、足疗保健以及大众从众性的购买、泡吧、喝茶、看演唱会、过节、自拍、唱卡拉OK等都属于大众行为文化。另外还包括在一段时期跟风用大众流行语如“PK”、“土豪”、“白富美”等这些具有时代特征语言说话。这些具有一定流行性的行为都属于大众文化现象。

除了这四类之外，还有人提出依据大众文化的消费特点和早期理论观点，将广告视作一种独特的大众文化形态。的确，广告就是为了刺激大众购买欲而创造的一种独特文化形式，可以算作大众文化的第五种类型。广告也一直被大众文化的研究者所关注和研究。

我们应该充分注意到，这五类大众文化的划分也是相对的，目前随着多媒体的发展、互联网的发展以及互联网和其他各个方面的不断融合，这五种大众文化之间也是相互关联、相互渗透、相互结合的。例如，某一个大众文化内容既可能有它的纸质版（期刊的连载或者图书），也可能有同名电影和电视剧，还可能有动画动漫，甚至也有可能把它设计成为网络游戏。所以不同的大众文化分类之间都有一定的关联，不是绝对的划分，我们只是从研究大众文化的角度相对地做一些区分。

无论对大众文化怎么分类，我们谈到大众文化的时候，既要对这些不同类型的大众文化内容与载体有一定的了解，更要看到大众文化对大众所产生的广泛而深刻的影响。认识大众文化所产生的重要影响，就必须涉及对大众文化自身特点的认识和理解。大众文化不是高雅文化，它有一些自己的特点。这些特点也可以通过大众文化和高雅文化之间的比较来加以认识。如果做一个类比，高雅文化好比电影电视中的艺术片（如《大明宫词》），这些艺术片中的台词通常是演员在专业舞台上、在特定节目中间所说的，这些艺术片的剧情也主要是编剧、导演设计和安排的，这些台词说出来、听起来当然就很有艺术性。可是在真实的现实生活中，人们一般不会说这些话或者不会那么夸张地说这样的话。和高雅文化类似于艺术片相比，大众文化就类似于一些谍战片、警匪片、言情片等，这些电影电视中的语言很生活化，有的比较粗俗，有的比较乡土。当然，这只是大众文化和高雅文化的一个类比。很多学者都分析过大众文化的很多特点，我认为它有四个突出的特点。

第一是大众文化所具有的流行性。从大众文化现象来讲，凡是具有大众文化特点的某一种流行书籍、某一种时髦服饰、某一种新潮语言、某一种时尚发型、某一种流行行为方式等等，它们一般都在一定的时期能够流行。虽然大众文化的流行并不都是长期的，但是至少是一个阶段的流行。流行意味着除少数个体之外还有众多的人群会效仿、会参与。大众文化的流行性也就是大众文化本身的大众性。在电视节目方面，曾经一度流行琼瑶的言情片和爱情片，在一段时间之后又流行枪战片、谍战片，比如2012年《潜伏》、《暗战》成为大众喜爱的电视节目。我认为流行是大众文化的首要特点，这也是为什么大众文化（popular culture）也翻译成“流行文化”或者“时尚文化”、“时髦文化”。总之，大众文化要在一定的人群、一定时期内传播并产生影响，流行是它的首要特质。

第二是大众文化具有娱乐性。顾名思义，娱乐就是轻松、自在、开心，大众文化的主题和内容，甚至它的表现形式都是轻松活泼的。大众文化很重要的一个功能就是让人们心情放松。大众文化一般不涉及严肃的哲学、政治和经济的主题，通常以一种开心或寻开心的方式呈现出来。大量的娱乐节目、综艺节目都提供了轻松有趣的话题来满足观众。当代中国的大众文化为什么发达，大众文化节目为什么这么受人欢迎呢？这跟我国经济社会的发展变化节奏加快，人们工作和生活的压力需要进行缓解和释放是有关联的，而娱乐成为一种非常好的释放方式。大众文化具有娱乐功能，它以娱乐的形式，让人们缓解这种身心的紧张状态。所以娱乐节目、娱乐产品可以说是大众文化的主体组成部分。

第三个特点是大众文化的感官性。面对大众文化产品，观众或老百姓在参与的时候、欣赏的时候、消费的时候，思维往往处在浅显加工的水平而不需要费尽心思进行深入思考，主要通过人们的视觉、听觉来获得信息、感受愉悦。大众文化产品主要是视觉、听觉或以视听为核心表现的大众艺术形式。感官性的特点表现在什么东西好看、什么东西好听，大众消费者就去看、就去听。大众作为现实社会生活中的个体，对什么东西好看、什么东西好听有自己的判断，有自己的兴趣偏好。心理学关于注意的原理告诉

我们，新异的刺激、颜色鲜艳的对象、刺激量比较大的事物、运动变化的现象，都可能成为大众日常生活中关注的重点。因为感官性是大众文化中一个重要特质，我们就不难理解为什么在大众文化的节目或者产品中间有那么多涉及情感表现、涉及引起感官舒适的美人、美景、美事的欣赏和参与。那些精美的美女、帅哥图片以及电影电视画面背景，都直接满足着人们的感官欲望。现在利用高科技或者多媒体技术，大众文化产品确实能够使人们在很多场合获得视听盛宴般的享受。大众文化的感官性意味着我们在大众文化的消费过程中处于表象或者形象、具象的心理水平程度。

第四个特点是大众文化越来越具有参与性。如果说以前的大众文化产品和消费者的关系是相对分离的，如观众收看某些节目、观看某些电影、收听某些音乐，那么当代大众文化的产品和消费者就有互动融合的关系，很多节目的观众或听众参与到产品的生产与制作之中。综艺节目如《非诚勿扰》、《中国好声音》等，普通老百姓通过一定的渠道和形式参与其中，或者参与选拔，或者参与其中的点评，或者参与其中的投票等等。甚至在一些现场性的大众文化节目中，通过观众投票和评分来决定嘉宾的胜负、某个选手的“复活”状况。大众文化娱乐产品 KTV，更是典型体现了人人能够个性化参与、大众娱乐互动、展示自我的特点。可以说，正是大众的参与和卷入使得大众文化产品受到更多的关注。随着互联网技术的日益发达，人们及时参与文化产品的便捷性越来越强，大众文化的参与性和卷入性的特征会愈加明显。

我们要理解大众文化对人和社会的影响，就要基于大众文化的这四个方面的特点。分析大众文化对人和社会的影响，价值观是不可回避的第一主题。因为大众文化属于文化现象，而文化的内核是价值观。任何文化产品、任何文化载体都带有价值观。当代中国的大众文化反映了什么样的价值观？传递着什么样的价值观？有什么样的价值呈现？这正是我们要关注和研究的重大问题。

大众文化是属于大众的，是属于普通老百姓的，是世俗化的文化。大众文化产品或者大众文化现象首先反映的是大众作为普通人的自我存在感和自我认同感。通俗来讲，大众文化反映了“我是一个普通人”、“我们是性情中人”的需要和行为状态。人们把自己作为普通人和性情中人的特性反映到社会的大众文化中来，在社会文化产品中能够看到普通人的生活状态和生活方式以及作为一个普通人的心理、情感、思想、需要等。因此，大众文化实际上是普通人的价值生产和价值交互影响的活动。我们在开展选取当代中国大众文化事件及现象这一工作的时候，能够明显看到价值取向确实确实存在于其中。

这本书涉及的大众文化现象案例或事件，有大量是表现积极价值观——传递正能量的，弘扬真善美，显示出惩恶扬善、健康向上的价值观。比如说，《百家讲坛》的流行让老百姓更好地了解中国人文和历史故事，以老百姓喜爱的通俗的语言进行人文知识的普及和教育；《建党伟业》这样受到老百姓欢迎的电影所反映出的革命精神、奉献精神、对党的忠诚、共产党人高风亮节的品质、成就伟大事业的决心和意志等等，对个人和社会的价值观都有积极的引导作用；《士兵突击》也把普通士兵日常生活中的真善美呈现出来，将忠厚老实、不屈不挠，又能跟大家和睦相处、团结友爱的普通士兵的人格与性

情反映出来，因此它受到老百姓的欢迎，成为大家喜爱的电影；还有《舌尖上的中国》、《中国好声音》等以艺术性为追求的文化产品通过传播和弘扬真善美，提升人们的道德情操，对社会公众的价值观有导向作用，所以才成为流行的大众文化产品。当然在本书中有很多是涉及反映人性百态，反映人的一些基本欲望，反映社会价值底线或在价值底线边缘游离的文化现象和案例。比如说，《木子美日记》的流行、“芙蓉姐姐”的走红、“艳照门”事件的扩散、车展车模露胸的性感展示等等，当然还有一些如“杜甫很忙”类似的网络语言的流行等等。这些大众文化现象触及人们的价值底线，反映了人们的本能本性。这些文化产品或现象偏于低俗，健康度和真善美的程度比较低，这一类的大众文化案例和现象恰恰给我们提供了认识、重视和反思老百姓价值取向的一个途径。当然还有一些选取的代表性案例，并不涉及明显的美与丑、善与恶的斗争和交锋，我们很难用真善美和假恶丑进行评价，但它反映的仍然是人们的本能、欲望和需要，大体上反映了所谓性情中人的心理和行为状态。

大众文化产品通过视听媒介或者是语言文字，把普通人对自我的认识和价值评价展示出来。当代中国大众文化的价值取向，主线是“我们都是性情中人”这样一种世俗人的心理认同感，反映着普通人的自我存在感和价值，是普通人对于“人”和“做人”的一些基本看法与评价。

那么普通人对自我的看法，对做人的这些看法，在大众文化的视角内是什么样的内容呢？它有什么样的价值启示呢？我认为，大众文化呈现出来的普通人对自我认同或对人的看法可以从四个方面进行分析。

第一，大众文化反映着“我们是人”的价值，我们有人的本能、需要、欲望。人的这些本能最基本的当然是“食色性也”，是饮食男女，是人的基本需求，是人对美好情感的追求和向往。很多大众文化作品涉及美丽、性感、人的存在这些方面的问题——我想成为什么样的人；我希望自己生活得到保障；希望自己能够成功；希望能够找到符合自己需要和价值取向的朋友和伴侣。大众文化产品在反映人的基本需要方面表现得最为突出。可以说，饮食男女是大众文化的重要主题与主体部分，大量的文化都跟它有关。大众文化产品中，很多都真实地表达着人的本能、情欲的东西。在普通老百姓看来，人们不仅有这些欲望，而且有这些欲望也是正常的；表达和表现这些欲望，真实地呈现自己的欲望也没什么不好。所以大众文化是人们直接或间接表达、表现自己欲望的重要渠道与载体。

第二，大众文化反映着“我们普通人有自己的快乐”，反映着普通大众的愉悦自我的心理取向。我们是普通人，我们普通人有我们普通人的快乐，我们普通人的快乐和愉悦可能比较简单、比较直接。普通人的快乐多是基本的、感官的愉悦和浅层的心理愉悦联系在一起。大众文化提供的是一种满足普通大众的产品，其目的是让老百姓开心。愉悦普通人是大众文化的心理功能。呈现愉悦没有什么不好，它有它特定的美感。虽然在日常的生活工作学习中人们有压力、有竞争、有烦恼，但是大众文化产品给性情中人提供了愉悦的功能。普通老百姓的快乐不是那种哲学深层次的思考，不是辨析人生、人性、世界本源以及身心之间的复杂辩证关系问题，它就是一种简单的感官满足的愉悦，

而这也就是普通人的心理需要。

第三，大众文化反映了普通人的一种自我存在感。在大众文化中间，每个人都寻求自己的价值存在，这体现在两个方面。第一个方面是“我和你们一样，也是普通人，我们都有七情六欲，我们都吃喝拉撒”的自我存在和表现。我们都有快乐也有痛苦，我们都有自己的本能，有自己的需求，在这些方面每一个人跟其他所有人都是一样的。大众文化是自我和他人基本需要和情感一致性和共同性的证明与表达之地，通过这种共同性表达来确认自己的自我价值。另外一个方面就是在大众文化中也反映了“我们是普通人，但我们每个人也不一样”的自我表达。你是你，我是我，我和你不同，我们每个人都有自己的个性，有自己的独特性。在综艺节目中可以看到一个个“我”与“你”的不同。你喜欢身材丰满的人，我可能喜欢偏瘦的人。我愿意在城市里面，在都市里面生活和工作，你可能愿意到乡村、在安静的地方创业工作。每个人在大众文化的产品中都表现出了不一样的自我。普通人有相同点，但普通人也有自己的独特性。对普通人自我认同的这种共同性和独特性通过大众文化产品或现象加以呈现和证明，在理解大众文化价值取向的时候，是很重要的一条主线。

第四，大众文化反映着“我们普通人有我们自己的成功”的人生目标倾向。普通人并不意味着是一个平庸的人或失败的人，大众有自己对于成功的定义，也有普通人通过一些渠道使自己从一个普通人变成一个名人。大众文化产品为普通的“出名”提供了一个途径，让草根阶层有可能一举成名，现在的选秀节目和综艺节目都提供了这种可能性。大众文化为普通人成功提供的可能性，激发着普通人的成功意识和成功愿望。在2011年春节晚会上表演的旭日阳刚、西单女孩等草根明星曾被认为是我们这个时代普通人成功的神话。在春节晚会之后，大量的电视访谈栏目请他们做嘉宾，让他们现身说法，讲述普通人的生活和艰辛以及在生活中追梦进而梦想成真的故事。类似他们这样的情况还很多。但是我们也知道，没过多久他们中的绝大多数还是还原为公众视野的普通人了。草根明星是通过大众娱乐这样的方式制造的，而大众娱乐文化有一定的流行规律，当一些草根明星被娱乐与商业过度消费的时候，就会有新的草根明星出来。草根明星能在捧红之后维持长久的少之又少。但是不管怎么样，大众文化中的这些草根的成功确实实是表现了并影响了普通人的价值取向。普通人也可以成功，也可以出名；普通人有奋斗，有追求，有梦想，这是当代大众文化取向中很重要的一点。当然人们也注意到，作为一种文化消费，现在的各种节目追求收视率、博眼球，制造一些怪异的轰动事件，甚至是让一些很奇葩的人或事呈现出来，这对于电视观众或大众文化消费者也产生了非常恶劣的影响，必须加以重视。

总而言之，这些丰富多彩的大众文化现象案例所反映的价值观，是我们普通人的生活观、普通人的的人生观、普通人的七情六欲观、普通人对自己和他人做人的基本看法。作为一种特定的流行文化现象，大众文化展现和反映的是普通人的需要、欲望、情感、审美与生活方式。普通大众的自我会在社会法律和道德许可的范围里去展现，也一定会出现“打擦边球”、在道德和法律的边界进行游离飘动的情况，呈现出偏向于个体自我一方与社会规则悖立的取向。大众文化是大众的，偏向于普通人个体本能、需求和自我

表达方面，而不是社会精英文化的表达，本书的大众文化案例也十分明显地反映了这一价值观状况。

毫无疑问，形式丰富多彩、民众喜闻乐见的大众文化对当代中国人产生了深远的影响。进一步繁荣和大力发展我国的大众文化，既是广大人民群众的愿望，也是社会主义文化事业发展的必需。大众文化能够娱乐大众的身心，丰富人们的精神生活，缓解社会变迁带给人们的心理压力。大众文化为普通人的自我价值认同、情感自由表达提供了广阔的平台或空间。

对于部分大众文化产品存在或者出现了一时的价值偏差或者是令部分人感到不太舒服的情况，我们在予以重视的同时也不必过分紧张。大众文化就是大众生活的反映，大众生活就是大众文化的空间。大众文化要发展就必须要为大众的欲望、思想、情感的自由表达提供空间，按照“法不禁止即可为”的原则，让社会大众去消费、去参与、去创造、去展示、去实现自我。当然，从社会文明进步的角度来讲，大众文化往往靠近社会价值观的底线，会不时触碰到一些不那么真善美的东西。但是，也因为这些触碰做人底线的东西存在，帮助公众认识到人是社会中的人、社会中的人是应该有价值底线的。“食色性也”，饮食男女都是普通人正常的需要和本能，但是食和色也不是无限度的。超过了一定界限，不仅有害于个体，也有害于社会。对于逾越底线、违背人性、丑恶低俗、有害个人健康和社会文明的文化作品，当然必须及时加以清理。大众文化的生产部门、管理部门或者关联部门都应该对大众文化中的价值取向进行关注、进行追踪、进行引导。为了使大众文化发挥更好的作用，我们不是去消解或者限制大众文化，而是让社会主流价值观、社会主义核心价值观成为大众文化的产品素材。我国主流文化、精英文化应该学习和借鉴大众文化的形式，以人民群众喜闻乐见的方式来融入和影响民众的日常生活行为。事实上，社会主义核心价值观跟我国普通老百姓做人的价值取向是一致的，但是我国的一些主流文化、精英文化产品在内容取舍、主题表现和呈现形式方面还存在跟百姓脱节、不接地气、不受群众欢迎的情况。

本书选编了 51 个当代中国大众文化的案例，并对这些案例进行了介绍和评析，目的是对当代中国大众文化及其价值状况进行认识和把握。考虑“当代”的因素，我们的研究团队选取的是从 2000 年至 2014 年共 15 年间的现象案例。这些案例按照我们对大众文化的分类可以归纳为四个方面：纸质文化现象、视听文化现象、网络文化现象和流行行为文化现象。广告作为一种综合的、独特的大众文化现象跟纸质、视听、网络、流行行为都已经密切关联在一起，所以我们没有对广告进行单独划分。选择这些案例和事件，主要考虑到这些大众文化现象的代表性和影响力，没有求多求全。对于每一个大众文化案例，我们通过说明事件的基本情况、分析现象的特点或过程、思考事件的价值启示三个部分加以阐述。所选择的这些大众文化案例涉及的主题领域不同，所反映的价值取向也不尽相同。这一点也跟大众文化的特点正好吻合，因为大众文化本身就是多元的、交互的，既有积极向上的一面，也有反映人性情欲底线的一面。由此，这本案例分析作品也可以被视作一个纸质大众文化作品的创作和表现。对于这些大众文化案例的选取以及对案例的介绍和分析，尽管我们力求反映客观的情况、力求从价值取向的角度来

进行分析和评价，但是我们非常清醒地知道，这一本关于当代中国大众文化价值观研究的通俗作品不一定能够达到我们预期的目的，在此恳请各位大众文化研究者和广大读者给我们提出宝贵意见，我们将会在今后的大众文化价值观研究中做得更好。

佐 斌

2015年2月14日

目录

1	《三重门》热销	1
2	《反恐精英》(CS) 火爆全国网吧	6
3	“日本军旗装”事件	11
4	《东北人都是活雷锋》动画走红	16
5	电视剧《流星花园》红透亚洲	21
6	“木子美日记” 助推博客流行	26
7	狂欢活动“环球嘉年华” 在中国大获成功	31
8	“世界小姐” 大赛首次在中国举行	35
9	“我的地盘听我的” ——广告语的流行	40
10	“菲比寻常” 演唱会全国巡演	45
11	“超女” 揭开选秀节目新篇章	50
12	《大长今》创收视新高	54
13	网络红人“芙蓉姐姐”	59
14	《百家讲坛》栏目受到热捧	64
15	网络游戏《征途》大流行	69
16	《一个馒头引发的血案》视频遭追捧	74
17	《明朝那些事儿》网络小说流行	79
18	《鬼吹灯》风靡一时	84
19	国产剧《士兵突击》走红	89
20	《色·戒》掀起影评高潮	94
21	“史上最恶毒后妈” 遭网民“人肉”	100
22	周立波海派清口引轰动	106
23	“艳照门事件”	111
24	《小团圆》点沸“张爱玲现象”	117
25	《非诚勿扰》引爆电视相亲节目	123
26	“贾君鹏” 蹿红网络	131
27	网络游戏“农场偷菜”	138
28	新浪微博——中国网络社交新时代	143
29	小品《不差钱》走红引热议	147
30	“养生神医” 张悟本一度蹿红	153
31	《三国杀 online》网页游戏风靡一时	159

32	宝乐迪量贩式 KTV 盛大开业	164
33	《建党伟业》再掀红色电影热潮	170
34	另类“神曲”《忐忑》及翻唱热	175
35	莫言获诺贝尔文学奖	181
36	期刊领域的“《知音》现象”	186
37	《舌尖上的中国》俘获电视观众	191
38	《中国好声音》刮起“好声音旋风”	196
39	“杜甫很忙”——杜甫涂鸦微博遭疯转	201
40	微信用户数突破六亿	207
41	北京车展中的车模“胸展”	212
42	比基尼小姐着京剧装引发热议	217
43	《爸爸去哪儿》受观众追捧	222
44	青春爱情电影《小时代》在争议中热映	227
45	“土豪”成为大众流行语	232
46	《来自星星的你》再引韩剧热	238
47	冯氏春晚引全民吐槽	244
48	百合网“逼婚广告”遭网友抵制	249
49	卢浮宫前中国大妈齐跳广场舞	255
50	人造“光棍节”掀网购狂潮	259
51	《小苹果》MV 席卷网络上下	266



1 《三重门》热销

20 世纪 90 年代初期，少年作家的作品就已经出现在图书市场之中，但是这些作品被看作是“为赋新词强说愁”，在当时并没有获得市场的认可，这些作品的种类较少，印量也不大。但进入 90 年代后期，一批“少年作家”几乎在一夜之间涌现，而且年龄越来越小，字数越来越多，发行量越来越大。自深圳的女中学生郁秀的长篇小说《太阳鸟》被江苏文艺出版社以 20 万册的首印量在国内文坛投下一个重磅炸弹后，2000 年，少年作家的作品更是以蜂拥而至的疯狂态势一夜之间占据了书店、书摊的各个角落。1980 年后出生的一批少年作家给文坛注入了新鲜的血液，他们的作品在文学图书出版销售市场处于重要地位，“80 后”少年作家的创作和作品的热销成为一个独特的文化现象。

作为“80 后”少年作家的代表人物之一，1982 年出生的韩寒在当时风头无两，1999 年以《杯中窥人》一文获得首届“新概念”作文大赛一等奖，2000 年发表长篇小说《三重门》，2001 年出版文集《零下一度》，随后又相继出版小说、文集、随笔等作品 20 余部。不仅是文学作品，韩寒的一举一动也都备受社会关注，作文大赛获奖之后，韩寒因期末考试七科不及格而留级，因此引发社会上关于“学校应当培养全才还是专才”等系列教育问题的激烈讨论。《三重门》发表之后不久，便引发了社会上关于“韩寒现象”的讨论。



一、事件简介

2000 年，韩寒的长篇处女作《三重门》在作家出版社出版，该社首次出版高一学生的长篇小说，由曹文轩为之作序。这部小说荣获当年“年度全国最畅销图书”称号，连续 10 个月排名第一，全国图书销售排行榜上榜时间达 33 个月，曾在日本、法国、越

南和我国台湾等地出版发行。刊行至今，重印超过45次，销量超过500万。小说出版后迅速引发全国范围内的大讨论，媒体称这场风波为“韩寒现象”。

《三重门》可以被看作日后所谓“80后写作”、所谓青春文学的发轫之作，不但掀起了随后而来的“80后”出版的浪潮，所产生影响的持久性也是同类型作品难以企及的。《三重门》自出版以来，2000年和2001年连续两年入围畅销书年度排行榜的前十名。2009年，由中国出版集团主办的“改革开放30年最具影响力的300本书”评选中，在不断创造图书市场奇迹的80后作家的作品中，唯独韩寒的《三重门》入选。2009年底，中国新闻出版网发布由小作家联盟网站评选出的“中国十大‘80后’文学作品”，虽然评选结果中有排名不分先后的说明，但是《三重门》排在首位的结果还是能从侧面反映出其在“80后”文学作品中的地位。2010年，北京电视台“书香北京 文化盛典——21世纪10年影响中国图书榜”晚会评选出30本21世纪10年最具影响力的图书，《三重门》名列其中。

伴随着《三重门》的热销与影响，从出版之初关于这本小说的争议就没有停止过。首先，对于小说的评价出现两极分化的现象。作家出版社的编辑袁敏称赞该书“行文似有《红楼梦》的格局，它的用笔又有《围城》的韵味，它的语言藏龙卧虎、吸古纳典，语言本身有细节、有性格、有生命，充满灵性”。“中国十大‘80后’文学作品”评选中《三重门》的当选理由为“对青春的描绘是淋漓尽致的，对生活的描绘是一针见血的，对社会的描绘是入木三分的”，并认为“在韩寒的《三重门》中，常常感觉到，作者以奇特丰富的想象、特立独行的风格、机智幽默的语言、锐不可当的才气，在书写他那独一无二的文学作品”。然而持反对意见的比如诗人沈浩波就认为《三重门》在文学意义上不过就是“小儿科的牙牙学语”。

其次，对于《三重门》是否真由韩寒所著的质疑也一直存在。对于一个高二的学生而言，《三重门》中文字的智慧、老练与其年龄看上去非常不符。韩寒在文中用非常幽默辛辣的语言给时下的应试教育模式中的学生、家长、老师画了个芸芸众生相。并且也在有意无意中对社会上很多虚伪丑陋的现象进行了嬉笑怒骂。这本来是小说一个鲜明的特点，但同时也成为质疑的来源。2012年初在互联网上的争论，无疑是对《三重门》作者真实性的质疑中声势最为浩大的一场。2012年1月，博客麦田发表文章指证“人造韩寒”，其后著名打假斗士方舟子力证《三重门》并不是韩寒所作。

韩寒在回击的同时，于2012年4月1日出版《光明与磊落》，登上该年虚构类畅销书排行榜的前五名。这套书籍分为两本，以韩寒成名作《三重门》手稿形式出版，其中《光明》印有韩寒未发表过的诗作与散文200多页，同时也是一本可以任读者书写的笔记本。《磊落》的一书则为《三重门》的全版手稿400多页，11年前《三重门》出版时未采用的一万多字手稿也在其中，得以重见天日。尽管关于本书的争论没有停止，但是它在市场上超过500万本的销量也确实显示出它在年轻读者群体中受欢迎的程度之深。

二、评价与分析

《三重门》的故事围绕着一个叫作林雨翔的初三学生展开。林雨翔是一个自幼在父亲逼迫下熟读很多文言文经典作品的“天才少年”。在初三最后一个学期里，由于其语文水平受到新任语文老师马德保的赏识，顺利进入了梦寐以求的该校文学社（主要是冲

着文学社的社团旅游)。在一次文学社组织的周庄之行中,结识了学校里品学兼优的校花 Susan,并为之心动。随着中考的临近,林雨翔在学业压力的缝隙里,想尽一切方法接近 Susan。然而在中考中,Susan 意外落榜,没能考上期望的市南三中,而林雨翔却借着母亲的关系交钱进了市南三中。尽管百般不愿,林雨翔还是在父母的催促之下,离开了 Susan,来到了市南三中。在现行的应试教育的模式下,林雨翔无法找到自己的位置,茫然不知所措。经历了一系列无奈的误会,林雨翔被 Susan 误解为自暴自弃不求上进,并且又被学校记了大过处分。于是在一片茫然之中,林雨翔陷入了进退两难的境地,茫茫然看不见前进的方向……

《三重门》中的主人公林雨翔可以视为韩寒的缩影,整部作品仿佛就是韩寒在向读者诉说自己的中学生活,借剖析自己之口进一步剖析自己所处的环境。韩寒的《三重门》中表现出一种新时代的苦闷、压抑和焦虑。

1. 对教育体制的抨击

对我国当前教育体制的公开批评和发难是小说的重要内容。在小说中主人公林雨翔自幼天资聪颖,并受到从事文学工作的父亲影响,从小就被誉为“神童”。但是这个极具才气的少年却在初中严重偏科,他逃避学习、害怕父母的管教、暗恋 Susan、与小哥们鬼混。升入高中后,因为“逃夜事件”而被学校开除。林雨翔的变化与他所处的环境是分不开的,在小说中学校作为重要的场景占据了很大的篇幅。作者用辛辣的手法在学校这个重要的场景中塑造了许多教师的形象,这些教师肤浅、好色、贪婪、无能。而师生之间、同学之间的关系在他的笔下也不再纯洁,而是互相利用。比如林雨翔利用他的语文老师马德保的宠爱满足自己的虚荣心,马德保利用林雨翔炫耀自己教学有方;学生之间相互欺骗、互相攀比等等。通过这些人物的塑造,作者似乎为林雨翔转变的原因给出了明确的答复。在这样的教育环境中,很难想象能培育出国家的栋梁之材。在该书的后记中,作者更加直接地表达了自己的看法:“如果现在这个时代能出全才,那便是应试教育的幸运和这个时代的不幸。如果有,他便是人中之王,可惜没有,所以我们只好把‘全’字人下的‘王’给拿掉。时代需要的只是人才。”“全面发展最可能导致的结果是全面平庸。”在小说中作者不仅仅对教育现实进行嘲讽,同时还对应试教育狠狠地调侃了一番,并且给出自己的建议:“对于以后不去搞理科方面研究的人,数学只要到初二水平就绝对足够了,理化也只需学一年……”“教师不吃香而家教却十分红火,可见求授知识这东西就像谈恋爱,一拖几十的就是低贱,而一对一的便是珍贵……同是赚钱,教师就比妓女厉害多了。妓女赚钱,是因为妓女给了对方快乐;而教师给了对方痛苦,却照样收钱,这就是家教的伟大之处。”除了对老师和应试教育的讽刺,教育现象中的权钱交易也在小说中被大加挞伐。例如,林雨翔能进重点高中不是因为成绩好,而是因为林母牌友的“帮忙”,“这个容易,那里不是收体育特长生嘛,什么?雨翔体育不行,嗨,这个你就不懂了,他们说是招体育生,降低分数。其实啊,是开一个口子,让人放水啊,只要体委开个证明,自己摸点钱,保准进去”。面对这样的社会现实,作者借着主人公的口,发出了这样的感叹:“这小镇最穷的是教育,最富的是教育局。”

在《三重门》中,充斥着对中国教育体制的批评和讽刺,这成为小说重要的组成部分。教育体制与青少年的学习生活息息相关,小说借着主人公的口吻表达出了对教育体制的关切和意见,这可能是吸引青少年的重要因素。

2. 个人视角的自我表达

学校的生活、学习、出外郊游等一幅幅场景，被韩寒以老到的文笔、辛辣的语言加以表现了出来，显示出作者的才气、天赋以及对语言的熟练运用，映照出当今青少年的精神面貌。韩寒模仿钱钟书《围城》的风格，幽默地调侃中学里的种种蝇营狗苟，同时流露出主人公的迷茫和痛苦。林雨翔“什么都想批判——想而已，他胆子小，把不满放在肚子里，仅供五脏之间交流”。《三重门》却把主人公不敢发泄出来的情感和不敢说出来的批判，毫不掩饰地表达出来。整个作品冷嘲热讽，对什么看不惯的都加以讽刺一番。林雨翔的尖锐和棱角毫不客气地碰触现实，对生活摆出一副不合作的姿势，活脱脱一个离经叛道的少年形象，当中也有作者的影子。如林雨翔戏说药丸“那药和人在一起久了，也沾染了人的习气，粒粒圆滑无比”。

作为韩寒中学时期创作的小说，《三重门》中许多的内容都带有作者现实生活的烙印，在小说中主人公林雨翔和作者韩寒的形象不时地合二为一，作者亲自披挂上阵附在主人公的身上讲述自己的观点。小说的目的并不是显示忧国忧民的思想情感或者就某种宏大主题展开论述，而是可以看作一种个人视角的自我表达，用中学生的视角去打量周边的世界，以中学生的口吻去调侃校园的生活，用中学生的目光去否定教育制度中的不合理之处。

三、反思与建议

1. 理性的评价与探讨

围绕着《三重门》的种种评论和争议中需要强调理性的价值。当“80后”作家的作品在读者中广泛传播之初，文艺评论界和一般读者对这些作品的反应就表现出明显的差异。主流的评论界并没有把这些少年作家的作品当作值得评价的对象，只是简单地贴上“肤浅”、“商业化”和“低龄化写作”的标签。而一般的读者，却对这些作品投以极大的热情，特别当这些读者群主要由青少年构成之时，这种热情的强度和持续时间是文艺评论界无法预料的。随着“80后”作家影响力的日益增加，尤其是当韩寒、郭敬明作品的销量动辄达到百万，郭敬明、张悦然等相继加入中国作家协会后，主流的文艺评论再也无法对其视而不见。

文艺评论界以文学性的要求去评价这些“80后”作家的作品，但是读者却是在消费其娱乐性。当一些知名的评论家，比如白桦发出了一些批评声音的时候，他们的观点并没有得到青少年读者的认同，竟然最后发展成声势浩大的一场论战，而这种大规模的论战变成情绪宣泄，却不是对特定作品的讨论。双方并没有在同一个场域中来进行讨论，文学评论家表达的是对作品文学性、语言风格和思想深度的探讨，而青少年读者则是在表达一种对这些作品的认同，甚至是对“80后”作家这一标签的认同。如何使这样的讨论回归到理性的层面是引导这些“80后”作品良性发展的重要组成部分，缺乏理性的讨论只会适得其反。以白桦和韩寒的论战为例，不但没有形成比较有建设性的意见，一度还被出版商拿来作为市场上的噱头。

2. 加强媒体的正确引导

媒体和“80后”创作从一开始就有着紧密的联系，对于“80后”作家的创作，媒