



审美文化与形象诗学

徐放鸣 著

凤凰出版传媒集团
江苏人民出版社



审美文化与形象诗学

余光中题



徐放鸣 著

图书在版编目(CIP)数据

审美文化与形象诗学/徐放鸣著. —南京:江苏人民出版社, 2008. 6

ISBN 978-7-214-05463-0

I. 审... II. 徐... III. ①美学—文集②文艺学—文集 IV. B83-53 I0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 062749 号

- 书 名 审美文化与形象诗学
著 者 徐放鸣
出版统筹 许文菲
责任编辑 陈中南
装帧设计 许文菲
出版发行 江苏人民出版社(南京中央路 165 号 邮编:210009)
网 址 <http://www.book-wind.com>
集团地址 凤凰出版传媒集团(南京中央路 165 号 邮编:210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
照 排 南京奥能制版有限公司
印 刷 者 常州市武进第三印刷有限公司
开 本 960 毫米×1 304 毫米 1/32
印 张 10
字 数 250 千字
版 次 2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 978-7-214-05463-0
定 价 28.00 元

(江苏人民出版社图书凡印装错误可向本社调换)



徐放鸣，男，1957年6月生，江苏靖江人。现为徐州师范大学校长、文学院教授。学术兼职有：全国马列文论研究会副会长、中国中外文艺理论学会理事、中国教师教育学会理事、江苏省美学学会副会长、江苏省传媒艺术研究会副会长等，为中央电视台“百家讲坛”栏目特约主讲人。学术专长是美学与文艺学研究，主要著述有：《沫若诗话》、《创作个性研究》、《高校美育概论》（合著）、《审美文化新论》（合著）、《真理与人格的文化精神》（主编）、《文化观照与审美阐释》（主编）、《审美文化新视野》等，另外还担任《审美文化丛刊》主编。

自序

本书出版之时,适逢国内隆重纪念改革开放 30 周年的时刻。事实上,当代中国的美学和文艺学研究伴随着中国改革开放 30 年的历程,也经历了深刻的思想解放的过程。我作为恢复高考招生制度之后的第一届大学生,也作为从事美学和文艺学的教学及研究工作的大学教师,可以说是改革开放 30 年的亲历者,至少是在思想文化领域改革开放的亲历者。能够亲身经历这些年来学术研究不断地破除各种思想束缚,寻求理论和实践上的创新境界,对我个人来说是难得的人生阅历,也使我从中获得了深刻而丰富的人生体验。回头检视这些年来我所写的一部分文章,特别是近 20 年来写的文章,我感觉所讨论的问题似乎也在应和着美学界和文艺界本身解放思想、破除禁锢、开拓创新的节奏,记录着我自身对理论问题的认识走向深化的历史过程。从根本上说,这些认识成果的获得正是得益于 30 年前邓小平所倡导的思想解放,得益于打开国门,面向世界,真正开始与不同文化传统、不同学术思想的交流对话。所以,在这样的历史时刻,我愿将这本书奉献出来,作为对中国改革开放 30 年的一个小小的纪念。

收入本书的文章是我这些年来所发表的部分关于美学和文艺学研究的专题论文,已经纳入其他专著出版的论文和有关高等教育管理及文化研究的一些文章没有收入。就内容来看主要分为四个部分,涉及审美文化研究、文艺美学研究、形象诗学研究和比较诗学研究等,反映了我这些年来在理论研究上的侧重点和学术兴趣的迁移。现就四个部分的内容做简要的说明。

第一部分是审美文化研究,收入了 9 篇文章。审美文化研究作为当代美学研究转型的一个主要趋向,是我一直在关注和研究的一个领域,我所在的学校还在国内较早地设立了审美文化研究方向,培养研究生。我们还出版了《审美文化新论》、《审美文化新视野》等著作,创办了《审美文化丛刊》。这一

部分所收文章有两个重点:一是对审美文化研究的宏观分析和评述,讨论了审美文化研究的不同价值取向、审美文化理论的建构问题和主要的实践领域涉及的具体问题,包括对校园审美文化和城市审美文化的形态、特征以及建设规律的探讨等。二是在微观层面上对审美文化研究中的关键性范畴和命题的研究,这方面涉及了诸如“时尚”、“休闲”、“原生态”以及“日常生活审美化”等,对这些范畴或命题进行了具体的阐释和辨析,试图以扎实深入的范畴研究来推动审美文化建设走向深化。我尤其注重审美文化研究的实践性品格,力求使这种理论探索对当代审美文化的健康发展有所助益。

第二部分是文艺美学研究,收入了10篇文章,主要分为两个侧重点:一是从文学艺术的主体性研究切入来考察作家、艺术家的创作个性问题,对艺术家的审美心理结构、审美创造力、艺术家的自我发现和自我超越、艺术家接受外来思潮影响等问题进行分析,提出了自己对艺术创作的心理机制和内在规律的观点。有关对艺术家创作个性本身的讨论,我已出版了《创作个性研究》一书,在此不再收入。二是结合中国美学从古到今的发展历程,特别是现当代美学的发展和转型,探讨影响中国美学发展的若干因素。这方面涉及了留学生与中国现代美学发展的关系、审美范畴研究对于建构中国美学的科学体系的基础性作用、继承传统美学的思想精华对于当代美学发展的作用、当代美学发展中的体系、方法和美育实践问题等,相对集中了我对中国美学的发展演变所作的一些思考。

第三部分是形象诗学研究,收入了5篇文章。我对形象诗学问题的关注,经历了从对文学作品中人物形象的性格发展分析,到当代影视艺术作品中的形象塑造的讨论,再到当代文艺作品中塑造的国家形象问题的分析。在对不同层面形象塑造问题的把握中,我注意到形象诗学的理论视野逐渐开阔,所涉及的形象问题已经超出了原有的文学理论中的文学形象的塑造,以及比较文学中的一个分支——跨文化传播中的形象学,而在更为宏观的文化战略和理论建设上提出了“形象诗学”的整体建构问题。在这方面,国内已有学者推出了专题著作,我在此愿意有所呼应。另外,形象诗学的研究还可以面向大众进行特定艺术形象的分析评价和鉴赏,发挥理论工作者对大众审美的引领作用。我在中央电视台“百家讲坛”栏目所做的电视连续剧《亮剑》的主人公李云龙形象分析——《另类英雄李云龙》就是这方面的一个尝试。

第四部分是比较诗学研究,收入了9篇文章。比较诗学本是比较文学理论体系中的一个组成部分,但是随着比较文学研究的深入发展,比较诗学的研究越来越受到重视,似乎的确出现了如当年法国学者艾田伯所预言的“比较文学必然走向比较诗学”的趋向。我对比较诗学的研究主要侧重在两个方面:一是在跨文化的学术视野中考察不同诗学体系的相关命题和范畴,从比较中寻求诗学观念的汇通性和特殊性,譬如对不同诗学理论中的文学风格论的汇通性研究,对东西方最早的审美观念的比较研究,对比较诗学研究中的狭隘民族主义情结问题的分析等。二是以一些典型个案如宗白华、郭沫若、叶维廉为例证,来考察中国学者(或华裔学者)在文化比较与文化遇合中对比较诗学的学术建树,分析跨文化的留学背景对于其学术和创作成就的影响作用,从中把握一些规律性的现象来深化对中国现代学术史上代表性人物的认识。我还注意从这些学者不同的文化身份和学术经历中去寻求和把握其特殊的学术个性,试图通过对其学术个性的概括来展示不同学者的个性风采。

本书所收入的33篇文章,均曾经在专业学术期刊发表,其中一些文章先后被《新华文摘》、《中国社会科学文摘》、《高校文科学术文摘》、《中国学术年鉴》以及中国人民大学复印学术资料中的《美学》、《文艺理论》、《中国现当代文学研究》等专辑全文或者摘要转载,产生过一定的学术影响,也曾承蒙国内外学者惠予评论或者引用。

本书的出版得到了有关方面的关心和支持。我衷心感谢享誉世界的杰出华语诗人和学者余光中先生为本书题写书名,并多有鼓励;衷心感谢江苏天健华代文化传播有限公司总经理郑磊先生对本书出版的帮助;衷心感谢徐州师范大学文科学报编辑部主任周棉教授对我的研究工作的长期支持;也感谢浙江大学的邹广胜博士以及我的几位研究生张玉勤、杨森、李萍、孙茹茹、王光利和我一起进行合作研究。

古人云:文章千古事,得失寸心知。我深知这些文章还有诸多不足,但终归不能打破“敝帚自珍”的情结,遂不避浅陋,奉献于尊敬的读者面前,敬请惠予批评指正。

是为序。

徐放鸣

2008年4月4日清明节

目 录

自 序 (1)

第一部分 审美文化研究

- 当代审美文化研究的前沿问题 (3)
- 审美文化功能与审美人文精神 (12)
- 鲁迅的文化人格与当代审美文化建设 (16)
- “日常生活审美化”:论争与辨析 (19)
- 审美时尚范畴论 (29)
- 全球化语境中的休闲文化研究 (40)
- 论原生态诗性文化 (49)
- 关于校园审美文化建设的若干问题 (57)
- 城市审美文化研究的若干问题 (63)

第二部分 文艺美学研究

- 论艺术家的审美心理结构 (75)
- 论艺术家的审美创造力 (84)
- 论艺术家的自我发现与自我超越 (97)
- 从艺术的主体性看西方现代派文学在中国的命运 (110)
- 论美学范畴的学科特性 (122)
- 留学生与中国现代美学的发展 (134)
- 当代中国美学研究的若干问题 (144)
- 当代生活的嬗变与当代美学的深化 (151)

论中国中古时期艺术构思论的发展	(154)
儒家经典中的审美智慧	(166)

第三部分 形象诗学研究

初论人物性格冲破原构思的自然发展	(179)
再论人物性格冲破原构思的自然发展	(191)
我们这个时代应当塑造什么样的英雄形象	(200)
英雄形象塑造与非英雄化倾向问题	(205)
我们的文艺如何面对中国的“形象焦虑”	(211)

第四部分 比较诗学研究

东西方最早的审美观念之比较观	(221)
比较诗学视野中的文学风格论	(227)
跨文化诗学研究中狭隘民族主义情结问题	(238)
文化身份与学术个性	(246)
徜徉于学术与人生的诗意境界	(261)
文化遇合与文化选择	(274)
永恒的诗心与诗意的人生	(286)
谈郭沫若早期诗歌的独创性	(295)
郭沫若早期诗歌民族传统溯源	(301)

第一部分 审美文化研究

当代审美文化研究的前沿问题

进入新世纪以来,伴随着经济和文化全球化的进程,我国出现了更加纷繁复杂的文化艺术现象,对当前的美学和文艺学研究提出了新的挑战和新的课题,从而呼唤着传统的美学研究尽快实现转型,以富有批判精神和实践指导性的审美文化研究来回应消费社会大众文化发展中的新问题。

一、审美文化研究兴起的背景分析

从 20 世纪 90 年代兴起的审美文化研究表现出相当强劲的发展势头,它代表了美学研究转型的主流趋向,顺应着大众审美心理和审美行为在进入消费社会之后的新变化。

首先,分析审美文化研究兴起的背景,可以说有三个“新”值得关注。

一是新的审美现象。例一,“超级女声”的风靡全国。一个纯粹的娱乐性电视歌唱以及商业性选秀比赛,在短时间内席卷整个中国,网络论坛上数以百万计的留言与争论,包括美国《时代》周刊在内的许多主流媒体的专题报道,使“超级女声”的收视率直线上升,甚至一度超过了央视的“春节联欢晚会”。“超级女声”以其门槛低、参与面广、互动性强的魅力,征服了中国 4 亿电视观众,成为 2005 年中国百姓最为关注的审美文化现象之一。例二,“网络文学”的异军突起。伴随着信息网络化时代的到来,文学的载体也悄然发生改变。从 1998 年一部最有代表性也最具影响力的网络小说《第一次的亲密接触》(蔡智恒)诞生,到 2000 年,号称“最佳网络文学”的《悟空传》(今何在)的推出,再到 2002 年 9 月,慕容雪村的《成都,今夜请将我遗忘》在“天涯”的点击量达 16 万次,以及“网易”和“榕树下”网站分别举办的网络文学评奖,使网络文学在文坛引起强烈反响,国家社科基金也设立了课题专门研究网络文学。例三,“韩剧”的流行。如在央视播放的《澡堂老板家的男人们》、《看了

又看》、《人鱼小姐》、《黄手帕》、《大长今》等。据央视一索福瑞提供的数据显示:《看了又看》在《海外剧场》播出时,最高平均收视率达到1.72%,位居当时全国同时段排名首位。韩剧广泛的收视率昭示着“韩流”对中国观众的“侵袭”已经成为值得重视的审美文化现象。例四,《亮剑》的热播。《亮剑》以平均10.3%的收视率排在2005年度收视第二位。特别是剧中“另类英雄”李云龙的形象塑造受到男女老幼的普遍接受与好评,一时间“亮剑”精神广为流传,个性化的英雄形象引发热议。以上案例可以表明,大众审美时代已经来临,这种来自大众方面日趋明显的日常生活审美化,产生了许多亟待研究的新的审美现象,需要美学家发挥评价、引领作用,促进其健康发展。

二是新的理论武装。西方后现代主义思潮在美学和文化研究方面的理论资源和学术观点对我国美学界产生了新一轮影响,提供了更加适应消费时代的理论武装。特别是它所标举的多元性、碎片性、边缘性、平面性、差异性和世俗性,彻底否定了传统文艺的美学追求、文化信念和叙事规则,它所呈现出的解构理性、消解中心、躲避崇高、零度叙事、表象拼贴、与大众文化合流的鲜明特点,进一步渗入了大众传媒和日常文艺消费,激起了众声“喧哗”,深刻地影响并改变着中国传统美学观念和审美理想,并表现出与当下审美现象的呼应与互证。

三是新的转型动因。上个世纪90年代,当人文知识分子还在埋头构建自己的美学理论的知识体系时,新兴的全球性大众文化浪潮正侵袭而来,“很快地,他们发现,他们的发言已经没有了听众,他们的表演成了无人观看、无人喝彩的尴尬独白。他们的批判失去了对象”^①。失去了话语权力,被挤到边缘地带的学者们“要求美学在自身理论话语的转型中,寻找到一条与往日有所不同、能够真正体现当代文化追求的新的理论精神。这一理论精神的核心就是积极地寻求美学在文化批判/重建进程上同大众日常生活及其利益的充分‘对话’”^②。在这种情况下,审美文化研究作为美学的转型应运而生。这是当代美学寻求自身的转型方向,获得新的生命活力的内在需求。

其次,审美文化研究在理论形态和价值追求上试图实现“四个超越”:第

① 徐碧辉:《美学与中国的现代性启蒙》,载《文艺研究》,2004年第2期。

② 王德胜:《扩张与危机》,第10页,中国社会科学出版社1996年版。

一,超越传统美学形而上的哲理推演而走向关注当下现象的文化美学。最初美学作为一门独立学科的定位是“感性认识的完善”。然而,自古以来,人们思考美学总是从哲学终极关怀上加以追问“美是什么”?直至康德以降,才把美学的基本问题从“美是什么”转变为“审美是什么”。不过,即便是如此,康德也还没有把美学带出经院式研究的狭窄天地。向审美文化转型,是美学从传统学院式的对经典理论的阐释向关注人的当下感性生活的转变,更多地关心当代普通人的生存状况和审美行为,凸显了其实践性品格。第二,超越艺术与非艺术的界限而走向日常生活审美化。美学向审美文化的转型标志着当代社会中出现了审美活动向日常文化生活的渗透,同时日常文化生活也出现了借助审美而被装饰或被美化的新趋势。可以说,审美文化研究的兴起体现了对孤立地研究艺术的不满,表现出当代审美研究的一种新诉求:立足于日常生活世界而对发生于每个人周围的各种泛审美活动加以观照。一方面,以往的纯审美被泛化到文化生活的各个层面,日常生活体验成为审美的重要资源;另一方面,在物质生活充分改善的基础上,日常生活也趋于审美化。第三,超越主体与受众的截然分野而走向创作与欣赏在互动参与中合一。就创作主体来说,面对文化素质逐渐提高和欣赏口味日渐挑剔的欣赏者,作家艺术家开始苦苦探寻自己的审美理想和艺术追求如何与欣赏者的接受心理相契合,如何获得读者和观众的认可。就欣赏者来说,他们在审美文化活动中由消极的“受众”开始转变为积极的接受主体,不少欣赏者不仅乐于参与,而且善于参与,在一展身手的表演中体验到愉悦身心的快乐。一些媒体推出的娱乐活动,如央视的“星光大道”、“幸运 52”、“超级大赢家”、“开心辞典”等就打破了传统的“主客二分”的接受方式,实现了主体与受众的双向互动,从而形成了一种“主客合一”的审美创作和欣赏行为。第四,超越严谨封闭的知识体系而走向开放式的理论批评建构。审美文化作为一种新的文化价值取向和理论策略,把美学从过分自律的领域中“解放”出来,突破了传统美学严谨封闭的知识体系和研究范型,在理论形态和价值追求上不再拘泥于理论上的封闭,而是以建设性批评者的姿态对人的实践生活予以评价、引导与提升。

再次,审美文化研究的兴起具有值得重视的积极意义。一是探索了一种转型趋势,使美学研究更具生命活力和实践性品格。审美文化研究的独特性,如李西建所言,在于引导人们以更加切近现实的方式介入人的现代化进

程,自觉地省察、批评当代文化与艺术发展的现实,并使美学研究更加自觉地关注人的生活活动和文化实践。审美文化突破了传统美学的研究范型,而更加关注人的感性生命状态,以其强烈的实践性和现实关怀的品格介入当下文化与生活,从而使美学重获“新生”,更具生命活力和超越性品格。二是搭建了一座沟通的桥梁,使美学与文化学的研究实现了紧密结合。审美文化的产生和发展体现了美和文化新的价值融合与统一。一方面,美学因与文化学的融合,扩大了其研究的对象和范围,从而更具形而下的实践意义。另一方面,文化学因有美学的渗透,具有加强其理论形而上的提升意义。特别是两者有机结合后,所形成的理论视野和综合意识成为审美文化研究的合法性依据。三是开拓了一个新兴领域,使美学不再局限于艺术审美,而是更加关注大众的多元审美生态。诚如有些学者所言,审美文化不同于经典美学的知识叙事,而是相当普遍地成为整个社会文化和大众日常生活本身的直观形式——人的生活的感性存在和存在证明。现在,阅读小说、观看电影、欣赏音乐、参观美术馆、博物馆等等,不仅仅是一种“审美的”活动,更是人们用以证明自己生活方式的“审美化”形式,而大众传媒对大众日常生活形式在感性方面的同化加剧,以至连理发、穿衣、居家、购物等等也“审美化”了,成了“艺术”。这充分说明,审美的形式化特征导致了艺术与生活边界的模糊并趋于消失。

二、审美文化研究面临的内在矛盾

审美文化研究的兴起固然有着深刻的现实意义和强劲的发展势头,但在自身发展中也存在着不容忽视的内在矛盾,概要地说有三个问题。

一是概念界定的困难。对如何理解和把握“审美文化”,研究者各有其解释,理解上分歧很大。譬如,陈炎主编的《中国审美文化史》、吴中杰主编的《中国古代审美文化论》、周宪的《中国当代审美文化研究》、聂振斌等的《艺术化生存——中西审美文化比较》、黄力之著的《中国话语——当代审美文化史论》、肖鹰的《形象与生存——审美时代的文化理论》等,他们对审美文化的定义表现出了各自理论背景的不同。李世涛在《审美文化研究的回顾与前瞻》一文中大致归纳了学界对审美文化的理解的几种意见。一种认为,审美文化就是大众文化;一种认为,审美文化就是当代文化;一种认为,审美文化是中性的概念,是具有审美属性或审美价值的文化;而另一种为大多数人认同的意见是:审美文化是整个文化发展的高级形式,是把审美原则贯穿于人们的社

会日常生活的产物。当然,还有人认为审美文化是文化系统中的审美层面。审美文化概念界定的困难,就带来了讨论问题时起点上的不对称。

二是适用范围的分歧。有一些学者主张审美文化研究应当贯通古今,而且要进行中外比较,由此展开了有关中国古代审美文化史、中国古代审美文化论、当代审美文化及当代中西审美文化比较等相关领域的专题研究。另一些学者则坚持审美文化研究的当代特性,认为就是针对当代的社会文化现象进行的研究,是对审美现代性的理论和实践探索,不必扩展到古代和近代。这种分歧使得审美文化的研究空间带有明显的不确定性,形成了各循其是的研究格局。

三是研究方向的殊异。细察审美文化研究格局还可以发现,其间的研究路线存在显著不同的两种选择:一些研究者依然有着建构体系的情结,力求尽快构成较为成熟的审美文化理论框架,确立相应的逻辑结构和知识体系。例如,林同华、李西建于1992年各自推出的《审美文化学》等。而更多的论者则着眼于批评实践,紧密追踪当代审美文化现象及其走势,捕捉具有理论意义的审美文化批评课题,因而更加注重作为批判者的在场姿态,致力于追踪评论当下发生的审美文化现象,倾向于把审美文化研究理解为开放式的理论批评话题,从而构成审美文化研究的开放性格局。代表性学者有周宪、王德胜、陶东风等。这两种研究路线以其互补性共同推动了审美文化研究走向深化。

三、审美文化研究的内在规律问题

针对以上讨论的意义和矛盾,我们认为审美文化研究的健康发展,需要着重探索四个关键性的内在规律问题。

第一,关于娱乐性与超越性的关系问题。以往的讨论和实践有将两者割裂的倾向,特别是随着审美文化活动的“市场化”趋势日益明显、“平民化”色彩逐渐浓厚、审美文化作品中诗意的消解和深度的缺失,使娱乐性与超越性的关系问题更加突出。如何应对这种倾向,怎样解决这个问题,关键在于正确处理娱乐性和超越性之间的关系,即把两者有效地结合,建立起一个喜闻乐见与引导提升、适应与征服有机结合的内在机制,这个问题需要从两个层面探索。

首先,在现实层面上应重视审美文化的娱乐功能和交流功能。与传统审美活动突出强调认识功能和教育功能相比较,当代审美文化在不排斥认知与

教化作用的前提下,更加重视娱乐功能和交流功能的发挥,譬如在“开心一刻”的短暂时光中让人愉悦身心,在并不追求真实和深刻的“戏说”形式中满足人们的探究心理,用豪华的阵容和精美的制作来包装“故事性”,以求得有效地占据大众的闲暇时间,发挥以休闲消遣为主的娱乐功能。又如以多种形式吸引欣赏者参与艺术文化活动,创造机会让观众表现才能,展示自我,也娱乐自我,使人们在审美文化活动中体验成功的乐趣,交流审美的经验,共同创造丰富多彩的艺术活动形式。

其次,在超越层面上应重视审美文化的情感体验功能和人格提升功能。当代审美文化的功能不能仅限于现实层面的娱乐性功能,而要更深刻地表现出超越层面的发展性功能——发展人的审美能力,净化人的情感世界,塑造审美化的人格精神。也就是说,当代审美文化应当体现出鲜明的审美人文精神,这种审美人文精神是在形象感悟和情感体验中对完美的人格和纯净的情感的启悟和认同,是以审美化的感性方式对生命意义和精神价值的昭示,也是对人的素质发展尤其是审美素质发展的终极关怀。唯其如此,它才能将当代审美文化由现实层面导入超越层面,才能促使当代人在参与审美文化活动时既获得愉悦身心的当下快乐,又能于潜移默化中发展自我、提升人格、美化情感,从而使带有休闲娱乐性质的审美文化生活体现出更加本真的人文关怀意味。

第二,主体与受众的关系问题。

当下随着日常生活审美化的流行、媒体与观众互动性的加强,使得以往审美表现的主体与受众关系发生变化,出现了丰富多样的双向选择和互动交流关系,其中蕴涵的审美规律值得进一步探索。我们以“超级女声”这一典型个案加以剖析。主体与受众的关系问题,首先表现为创造主体的扩展。这种扩展主要彰显在媒体和观众互动性加强的过程中。《超级女声》这个2005年最具颠覆性的大众娱乐事件,开播仅2个多月就创下全国收视奇迹,并先后在长沙、武汉、南京、成都等赛区引起轰动。据统计,2005年的《超级女声》有近15万人参赛,拥有全国4亿观众观看,单场手机短信收入超过1500万元。8月初在Google搜索引擎中已拥有32万条记录,15天后这项搜索记录被轻易刷新为165万条。所有这些惊人数字都可以表明,审美文化的大众性和平民性特点,使参与者不断扩大,创造主体空前扩展。其次表现为参与门槛的降低。“不论年龄、不问地域、不拘外貌、不限身份、零门槛,被认为是超级女