



“流行蛊”系列丛书

侯虹斌 著

偶像生猛

打动过我们感觉与心灵的流行人物

流行生活的全息再现

都市时尚的经典回放

大众文化的另类解读

图文互涉的趣味文本

南方日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

偶像生猛/ 侯虹斌著. -广州: 南方日报出版社,
2000. 1

ISBN 7-80652-024-4

I. 偶… II. 侯… III. 名人-人物研究 IV. K815

中国版本图书馆CIP数据核字 (1999) 第54202号

偶像生猛

侯虹斌 著

出版发行: 南方日报出版社

地 址: 广州市广州大道中289号

电 话: (020) 87374631、87373998-8509、8504

经 销: 广东新华发行集团股份有限公司

印 刷: 南海市彩印制本厂

开 本: 32开 850mm × 1168mm

印 张: 7.875

字 数: 100千字

印 数: 1-10000册

版 次: 2000年1月第1版第1次印刷

定 价: 14.80元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

「流行蛊」

的

【蛊】

①诱人。

②李时珍《本草纲目》：“取百虫入瓮中，经年开之，必有一虫尽食诸虫，即此名为蛊。”

③六十四卦之一，巽下艮上。《易蛊》：“象曰：山下有风，蛊。”

④粤语有“蛊惑仔”一词，指狡猾、多计、善变之年轻人。

⑤英语中较为接近的词是bewitch。Bewitch有两种解释，一是work magic on（对…施法术，蛊惑），一是charm或delight very much（使销魂，使着迷，使极为快乐）；而witch是指女巫或迷人的女子。

⑥与“谷”、“鼓”、“股”等同音，流行蛊也是流行谷、流行鼓和流行股。

偶像生活

打动过我们感觉与心灵的流行人物



“流行星”系列丛书

侯虹斌 著

南方日报出版社



流行揭蛊

黄树森

时尚，其势滔滔而莫之能御，无处不在而古今皆然。

这是一个令人战栗的字眼，一个使人狂热的字眼，一个讨人嫌弃的字眼，一个让人困扰的字眼；也是一个丰富涌流生生不息、上达王官后室下达市井无赖、入得艺术殿堂下得世俗地摊、跨时空跨地域的字眼。

这仿若一块白布染上了一滩红墨水，陶醉中的热恋者说它艳若桃花，快感中的新婚者说它喜得元红，而惊恐万状处于火灾危难中的逃亡者，则说流了好多好多的血。

这一切，都取决于对时尚的观念认同、价值取向、审美视角和心理倾向。

但人生存于时尚，发展于时尚，幻想于时尚，拼搏于时尚，确是不可逾越的生活规律。

主持人问：当今世界最具影响力的男人是谁？女人是谁？

应对者从克林顿到邓丽君一一历数之。

主持人说：不对。

一个花季少女红着脸抢答道：伟哥和伊妹儿。

还没出国哪——还没下海哪——还没炒股哪——还没成
腕哪——还没离婚哪——还没考车牌哪——还没 MBA 哪——
还没伊妹儿哪——还没写本传记哪——还没在郊外
给自个弄块便宜墓地哪？

有啥别有病——没啥别没钱——下啥别下岗——上啥别
上当

时尚自语，道出时尚姿容，感慨、提醒、调侃、无奈、激励兼
而有之。

时尚是什么？笔者不才，试作以下戏说和诠释，它是：

消费机制与受众心理的一次联手密谋

崇拜成功与赶超新奇的一圈精神交媾

生命热能与个性勃发的一场节日探戈

提升品位和完善人生的一桩文化狡计

当代文化语境中的流行词关键词、生活行为、时尚图景、消费
品位、影视媒体、资讯网络、品牌效应，大众文化、通俗文化、快
餐文化、平民文化，也即人类共享着交流着传播着、频率最高流通
最广或街谈巷议或奔走相告或津津乐道的人、事、物、史，都可囊
括其中。它跟与之对应的精英文化严肃文化一样，或速配或越世，
自有其定数和规律。

尴尴尬尬，起起伏伏，曲曲弯弯，纷纷纭纭，造访时尚的境况
和遭遇，求索时尚的奥秘和价值，是饶有兴味的，也是发人深省的。

谁亵渎时尚，如同谁冒犯了神灵，把时尚尊为九五、偶像、天
王，趋之若鹜。这时时尚的拥趸一族，有鲜明标志。宏观观之，据说是：
(1) 电脑操作一流；(2) 渴望交流，表现欲强烈；(3) 说话很
“损”，但智商很高；(4) 有自己的流行语言；(5) 崇拜成功、征服、
创造力和自信力；(6) 消费上注重概念、格调、品牌和个性；(7) 在
放松与放纵，耍乐、兴趣与责任、使命间彷徨困惑；(8) 亦步亦趋，
羊群效应；(9) 拒绝饮早茶，不会写情信。微观观之，据说体验着
张惠妹的“新感觉”，画个王菲的“鬼魅脸”，唱着格格“我是风儿

你是沙”，争论着“王朔战金庸”，说着“少给我克林顿”“男人吃药女人化妆”，以及葡萄叫提子，苹果叫蛇果，得意地宣告“我这几天正在磕一蜜”，就能酷死一街人的即是。或是情感夜泊于无病呻吟，多愁善感，“伤心是一种说不出的病”“我被青春撞了一下腰”，或是情感表演于浪漫虚幻的“多梦时节”，或认为高雅艺术不过是一群文化骗子缝制的皇帝新衣，是一律的“狗日的”。

谁沾染时尚，如同谁得了爱滋，把时尚视为大逆、怪诞、荒唐，挞伐斧斫。时尚狂飙，流行勃兴，给文场注入了三个不可移易的铁律，即尊重受众、讲求竞争、推崇平等。这种严峻情势，势必使文化创造者与传播者的界限渐次模糊和断裂，精英的文化特权面临挑战和狙击，文化发动者、创造者与追随者的角色位置有被置换甚至颠倒的可能，有的人便把自己推到一个无奈、气馁、尴尬的境况，一如既往地像皇上宠幸了一个不识抬举的嫔妃般居高临下，不可一世，一副“骂你没商量”的气焰，如骂文学极“通俗”“没劲”即是，“通俗”成了罪过，一律以“心灵癌症”棍棒横扫之。某些精英导演编剧一边喜滋滋地饮着流行电视剧的营养乳汁，一边泪涟涟地叫屈自己被时尚“污染”。

谁拥抱时尚，谁就是品位不高、品格低下，但又涂抹时尚的蹩脚口红水粉，装扮着崇高、高雅、深沉，搅拌出一种乞讨而又反叛、不想同流合污而又浓情依恋的复合心态。这种复合心态有三种形态。一是劲往一处使地攻击“媚俗”。“俗”有群众喜闻乐见的“俗”，受众低级趣味的“俗”，有推动社会进步的“俗”，也有阻滞时代前进的“俗”，有沉沦阴暗的“俗”，也有激励高昂的“俗”。漠视“俗”的客观评判标准，总是站在高处，俯视该受教诲的“发傻”的受众们：别“被人卖了还替人数钱”。对“五亿收视率”的“俗”不探究不自省，而对“铁达尼”奥斯卡流着好长好长的口水。二是貌似高尚地推崇“媚雅”。私隐的、蛮荒的、教条的、卑劣的、阴暗的“雅”，一律“媚”之可也。不厌其烦地重复《百年孤独》那一个什么下午的开头（据说有一两百篇小说的开头在模仿），对国际电影某些潮流效仿跟风亦步亦趋，“媚”之唯恐不及，而对某些轻巧活泼尚属健康百姓喜爱的“俗”不过“媚”了一下，就大吐酸水大翻白眼。重复的“雅”，效仿的“雅”，带着“病毒”的“雅”，也比你创造的“俗”、

健康的“俗”，来得高贵高尚高洁。三是犹抱琵琶半推半就式的彷徨和伪饰。追求而不得，盼等而落空，恼火而无奈，心理落差很大，一时间还找不到合适的自我确认。想拥抱时怕拒绝，拥抱之后又一边提着裤子一边大骂贱货，以及道德姿态中的“滑稽”，一知半解的“痴狂”，投机裹挟的“高雅”，都是当今某种借重时尚红得发紫的大文人的经典之作和看家本领。

时尚是一种文化。

它是现实生活的弄潮儿，每天都生产着许许多多新奇的、鲜活的创造；它是东方传统和西方思潮的异质杂交尤物；它的飞短流长、说三道四、市场搅拌、心理宣泄，在白天和黑夜的空气中，在切磋和砥砺的统合中，在生产和流通的拼搏激战中，交配繁殖，优化和诞生新的物种。

这都给哲学、新闻传播学、历史学、人类学、心理学、社会学等提供广阔生动的灵性和灵感，一个取之不尽用之不竭的现实研究文本。

这都给最具稳定性的语言学、民俗学等带来生机无限的研究空间，给精英控制的语言特权，以狙击，以反叛。

仅就流行歌曲而论，“别走”“别离开我”的痴痴纠缠，“当初”“曾经”的自我慰藉，“为什么这样对待我”的哀怨自怜，“如果”“也许”的逃避现实，是不是揭示某种市场需求，折射某种社会心理呢？

时尚也是一种文化轮回和文化推进，周而复始，生生不息，在变革中淘汰稚嫩脆弱带着“病毒”稍瞬即逝的文化因子，在积淀中孕育壮健成熟稳固凝重的文化因子。

《飘》写美国南北战争中一个求爱求生存的故事，传入中国已有半个世纪，郝思嘉内心那种人类共有共享的“家园情结”“乡土情结”，早为我辈铭刻于心，它的流行程度决不逊于当今的流行歌曲和新派武侠小说。前几年，《乱世佳人》热再度兴起，显示其极为旺盛的生命力。

鲁宾逊·克鲁索早在18世纪初由丹尼尔·笛福创造，夏洛克·福尔摩斯和波洛也在20世纪为柯南道尔和阿加沙·克里斯蒂创造，还有007、詹姆斯·邦德以及来自氦星球的“超人”，以特别的叙事

策略，造就了特别的受众效应，长久而不衰，此落而彼起，构成大众文化/时尚文化一幅璀璨的图景和记忆。

仅从20世纪20年代到40年代，作为中国鸳鸯蝴蝶派小说主要文类的旧派武侠小说，便约有170多位作者680多部作品。当西方政要以阅读侦探小说和科幻小说调剂心态时，从民国初到抗战时期，向恺然（平江不肖生）的《江湖奇侠传》，尤其是其中《火烧红莲寺》的故事，以及李寿民（还珠楼主）的《蜀山剑侠传》畅销中国大江南北，几乎家喻户晓。50年代鸳派被视为毒草，销声匿迹，80年代重新受到关注，在新派武侠小说走红的今天，新鸳鸯蝴蝶派重出江湖亦未可知。

更值得深思的是，许多大学问家都是时尚文化的追随者和鼓吹者，300年前的明代文艺评论家金圣叹就力排时俗，把《水浒传》与《庄子》、《史记》相媲美；胡适是还珠楼主的忠实读者；华罗庚更在1984年的《光明日报》撰文，称“武侠小说是成年人的童话”。

时尚是一种历史。

如果把20年前穿蓝色中山装，提出鱼丝网网着的茶瓶，早上排队打鸡血针，晚上唱“打虎上山”和“表叔数不清”，与今天的穿着松糕鞋，敲敲键盘找虚拟电脑美女，早上去麦当劳找“史努比”和芭比娃娃，晚上去看小鱼儿和盖茨，作一纵的联想和比较；如果把托尔斯泰《战争与和平》中的两个主人公贵族安德烈和比埃尔这两个当时法国最流行的姓，与当今百家姓时尚版“钱赵孙李，权吴郑王”姓氏排列，以含金量度之，作一横的联接和遐想；如果把美女的标准，从30年代的柳眉杏眼，50年代的俊俏朴实，70年代的盘亮条顺（脸盘漂亮、身材顺溜），80年代纯情性感“小可爱”，到90年代的“靓”“酷”，不仅要漂亮，还要看神采和装扮，作一纵的概括和联想，不是可以获得许许多多的历史记忆和历史比较，从而深化我们对现实的理解和研究么？至于格林童话——安徒生童话——基度山传奇——鸳派小说的现实化故事化通俗化与当今言情武侠小说间的一脉相承的某种玄机，那就更不待言了。

时尚是一种经济。

成为全球娱乐的美国电影，是把玩时尚最成功的典范。好莱坞的八项主义：英雄主义、理想主义、浪漫主义、人道主义、唯美主义、神秘主义、乐观主义、拿来主义；七项法规：影片品质、观众定位、品牌观念、经营销售、宣传发行、融资途经、信息统计。这“七七八八”定律，我看就是文学家、经济学家的智囊、企业家的计算和受众者的时尚（消费兴趣和内在心理需求）所铸造的铁三角的构架和统合。这会给我们许多有益的启示。

离开时尚，离开潮流，离开业已证实成功的理念和规则，离开对这一切的探究而奢谈中国文化走向市场，走向产业，走向世界，我看是很艰难的。

时尚，在近20年来汹涌疯长、不断隆升，有着深刻的文革记忆、历史记忆和文化记忆，有着驳杂的社会心理、个人心理和时代心理，打上了与日俱变与世俱新的文化流变、个性建构、都市消费的深深印记。

概而述之：

一、文革的创伤，怀旧的压抑，精神出现空场，创伤而需慰藉自我，怀想而需净化自我，以寻求新的心理补偿。

二、虚拟式的个人重塑，漂泊无根的心灵游荡，需要寻找心灵的替代和庇护，寻找自身的位置。

三、城市挤迫、激烈竞争、寂寞失落而寻觅摆脱伤感、孤立、无奈、无助的良方妙药，江湖世界、娱乐世界、休闲世界是承接个体游荡意识的最佳载体。

四、个人权欲、物欲、情欲、性欲被抑制被禁锢被搁置，时过境迁，青春不再，咀嚼已经失去的和没有来得及做的梦，“过好每一天”的精神驱动而求舒缓纾解、心理兑现。

五、在权、钱、名、利诱惑压迫下，对自身身分、自身价值和自我实现的反省检视、重新置换和确认。

六、文化上从“宏大叙事”、“宏伟理想”、英雄主义、意识形态、黄钟大吕向世俗、温婉、实惠、个人关注、自我天地的转移，探求一种新的许诺新的借助力新的生长点和新的满足感。

七、随波逐流、消闲娱乐，宣泄内心迷惑的“羊群效应”心理。

八、对传统窠臼的戏弄和僭越，对想象自由和欢愉自由的嫁接，将纸上的无尽狂欢化作对现实的批判的“狂欢节理论”心理。

等等。

求索时尚，使我们置身时尚而解构时尚，进击时尚而把握时尚，利用时尚而优化时尚，对提升时尚的历史文化含量，提高人们的文化品格和文明涵养，我认为肯定是有益的。

生物学有“群落”一说。遍居于多种层面多种空间的动物植物，借助于阳光普照和土壤资源，各取所需，各有奉献，互利互补，生物与生物、生物与环境协调成最为生动最为完善最为繁茂的“群落”，盖热带雨林也。

我们呼唤和期望：高雅文化与通俗文化共生，大众文化与小众文化并长，阳春白雪和下里巴人合唱，大巴与小巴同存，鲍参翅肚与臭豆腐咸泡菜相伴，你你我我，来来往往，多多明白自己的位置和对方的角色，各各从对方汲取营养乳汁。诚如是，则文化群落大业可兴，文化生态大业可旺也。

本系列丛书策划运作经有年矣。

本套书规模，欲以百万文字，上千图片，择时分册推出。

本套书追求，已在本序言中多有“点穴”。

本套书概言之乃：**中国近 20 年流行生活的全息再现，
中国近 20 年都市时尚的经典回放，
中国近 20 年大众文化的另类解读，
中国近 20 年图文互涉的趣味文本。**

1999 年 12 月 9 日，于广州

自序



“流行盘”系列丛书

最后二十年的蝴蝶

根据混沌理论，有时候大西洋东岸的一只蝴蝶扇动一下翅膀，引起的连锁反应很有可能就会在太平洋西岸酿成一场飓风。这是在70年代末盛行的“蝴蝶效应”理论。知道这个理论的来由的人不多，可实际上道理我们都懂。这段时间贼流行的那首张宇的歌也在唱：都是月亮惹的祸，月色太温柔引诱了我。

“蝴蝶效应”告诉我们，影响世界的，最初也许仅是一些意想不到的小因素。上帝可能是哪天闲着无聊团泥巴玩儿，弄了几个小人，就造出了咱们这个充满惊心动魄的世界来。

而今，如果我说我最崇拜的人是王菲或金庸或张爱玲或迈克·杰克逊，可能有人会嘲笑我没品位，有人会告诉我比尔·盖茨更值得崇拜，但大家不会骂我卖国。进入一个“萝卜青菜各有所爱”的时代，就是比较多花样，比较好玩儿。大家一方面惟恐别人说自己Out-day，赶紧证明自己是流行的；另一方面又老担心被别人笑自己没个性，赶紧标榜与众不同。偶像与时尚就这样在青春的张扬中左摇右摆。爱不爱偶像，爱树谁为偶像，仅仅关乎你个人的趣味，关乎你的价值观。用电影明星徐帆的话来说：“爱谁是谁。”于是大家可以容忍有这样一本书，列出一大堆在世纪末的20年中，在中国人民大众中引起过影响和骚动的人物，扪心自问各自爱过谁谁谁。通过叙述他们，勾勒出这些年来我们生活、思想、喜好和品位的变迁。

在我眼中，他们只是一只只小小的蝴蝶，在可能的现世中扇动他们的翅膀，有意或无意地给普罗大众掀起一阵风。

本书跨越了娱乐圈、体育界、文坛、企业界和科技界的重要人物；采撷中国当代或在当代特殊的氛围下“精神复活”的流行人物，如生前不事张扬、近年却被炒作得不亦乐乎的国学大师陈寅恪、被人翻出 50 多年前的旧作大做文章的张爱玲等；囊括部分“西风东渐”过来，年轻人一提起就两眼放光、保守者一看到就心肌梗塞的家伙，如“荡妇”麦当娜；还会穿插一些电视电影中的虚构人物，例如“好人”刘慧芳、卡通英雄圣斗士等；甚至有些“非人类”，但他们身上被赋予了相当的人文品质，并对世界投下他们的影子，如电脑深蓝、小绵羊多莉……

不敢以纯粹的影响力为标尺，众所周知，上至国家主席政府总理，下至科室领导教研室主任，投射在我们身上的作用力都比王菲、张惠妹要大。也不是以知名度为准则，各人眼中有各人的名人排行榜，谁也没法统一，没选入本书的并不一定就比书中的人物更不有名。又因为是流行，所以压根没雄心甄选出来的谁谁能流芳百世，但求他们能体现这个变化的时代方方面面的心态。如果有哪些人物在这么热闹的年头，能让尽可能多的人记住，或者是 20 年后还能被大家所提起，那他身上一定有些东西代表咱们内心，代表某些不变的东西。每部分打头的“年度人物”，更是一个特定时代集中在他身上的投影，是一类人、一代风气、一个社会的代言人。

时尚还在变。在我写下这些文字的时候，谁知道就在这一刻，唱片公司签下了多少小歌手，日后会不会有像邓丽君一样的天皇巨星？谁知道就在这一刻出生的人里，会不会有一个担负着拯救我们心灵和命运的使者？

谁知道呢？



“流行盘”系列丛书

主编/黄树森

策划/谭庭浩

1、永乐大点

——二十年目睹之时尚标签

吴真著

2、偶像生猛

——打动过我们感觉与心灵的流行人物

侯虹斌著

3、爱如情歌

——流行歌曲里的爱情攻略

陈艳冰著

4、脱口成碑

——透过词语看流行

周文军著

5、红粉绵绵

——女性时尚二十年

李若岚著

6、欲望盛宴

——广告流行元素

张承良著

7、读来读往

——现时代的流行读物

陈翠平著

8、流光叠影

——电影流行密码

沈远安著

9、风正在吹

——电视制造流行

杨桂荣著



作者简介

侯虹斌 女，生逢十月十日，广东考入上海交通大学就读文化管理专业，边呛水边游弋于流行文化市场的学习中；然后又杀回广州中山大学攻读古代文学研究生。兴趣广泛，曾狂爱过许多人，从古人到今人组成一“偶像团”足矣。如今，正在古典与摩登的对立统一中炮制未来。



“流行”系列丛书

责任编辑/谭庭浩

责任技编/张志强

装帧设计/张志强

目 录



“流行蛊”系列丛书

总序：流行揭蛊 / 黄树森

自序：最后二十年的蝴蝶

1

一、1999：网络时代的反爱情

张朝阳：网络时代的新贵

王菲：全球最酷的女子

张惠妹：最热辣辣的歌坛巨星

小燕子：都市流行新偶像

宋朝弟：一亿元炒作一本书

贝克汉姆与维多利亚：另一场世纪婚礼

乔丹：NBA皇帝

22

二、1998：空气中都是情侣的味道

胡瓜：非常男人

杰克和罗丝：倾船之恋

吴小莉：传媒明星

马俊仁：比窦娥还冤

格林斯潘：华尔街神父

胡志标：曾是中国VCD之王

蔡元培：改造大学

41

三、1997：这一年的爱与忧

王小波：一只特立独行的猪

深蓝：与人脑对奕

戴安娜：凋谢的英伦玫瑰

张雨生：未来已成灰

多莉：不只是一只小绵羊

56

四、1996：仰望高度

比尔·盖茨：坐在世界巅峰

陈寅恪：国学大师的光芒

余纯顺：用生命穿越荒漠

崔永元：一“脱”成名

迈克·杰克逊：POP之王