



“流行蛊”系列丛书

吴真 著

永乐大点

二十年目睹之时尚标签

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



90213595

永远的大点
流行曲
二十年
回首之时

流行曲

“流行曲”系列丛书

吴真著

花木兰

南方日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

永乐大点/ 吴真著. -广州: 南方日报出版社,
2000. 1

ISBN 7-80652-023-6

I. 永… II. 吴… III. 社会生活-概况-1979-1999
IV. C913

中国版本图书馆CIP数据核字 (1999) 第54201号

永乐大点

吴 真 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: 6.875

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。

「流行蟲」

的

【蟲】

- ①誘惑人。
- ②李时珍《本草綱目》：“取百虫入瓮中，经年开之，必有一虫尽食诸虫，即此名为蟲。”
- ③六十四卦之一，巽下艮上。《易蟲》：“象曰：山下有风，蟲。”
- ④粤语有“蟲惑仔”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…施妖术，蟲惑），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，流行蟲也是流行谷、流行鼓和流行股。



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，要乐、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”，以及管葡萄叫提子，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，但又涂抹时尚的整脚口红水粉，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，俯视该受教海的“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年代纯情情感“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，我认为肯定是有利的。

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



追求时尚就是追求快乐

早茶有超点顶点大点中点小点，“永乐大点”，时尚之大点也。
或名《永乐大典》，永远快乐的时尚词典。

欲练神功，挥剑自宫

《葵花宝典》这句箴言同样适用于本大典。

时尚是大规模的交响乐，像浩浩荡荡五四运动一般地冲了来，把每个人的声音都变成了它的声音，人一开口就震惊于自己声音的深宏远大，又像初睡醒的时候听见人向你说话，不大知道自己说的还是人家说的，感到模糊的恐怖。但是你只要慧剑一挥，喀嚓一声，首先阉割自己的个性，从此以后，怎么说，怎么做，通通由时尚代你选择，那么，所有的恐怖都将化成永远的快乐。你异乎寻常的伟大，又异乎寻常的快乐。

不离不弃，此生永乐

此乃本大典的八字真言。

追求时尚就是追求快乐。整整100年前，美国社会学家范伯伦有句话道破了时尚的全部奥秘：“你以为时尚是什么，不就是玩

吗？”红尘男女相拥着吃喝玩乐，在这样的现世的快乐中，他们的肉体告诉灵魂：“我是活着的。”

追求时尚就要坚持到底。否则它就是蓝凤凰下的蛊，你爱她时她让你飘飘欲仙，你不爱她时她让你求生不得求死不能。唉，当初就不该招惹她。

依照此八字真言，本大典记录的是20年来的时尚潮流，采取的是贴标签的方法，一个时尚一个标签，以便辨认我们曾经快乐过的时间与空间。

所有的标签只是我们领悟生命的素材，而决定成熟的只有我们自己的内心。

如果在这近百条标签中你恍恍然若有所悟，那么，恭喜你，你已经打通了时尚神功的任督二脉。

如果在这样散乱的标签中，你能看出时尚神功的要旨——冒险精神、浪漫情怀、天才的创造力、投机心理、获取知识的新方法、善良与邪恶的较量……哈哈，神功已成，天下任我行矣！

目 录

总序：流行揭盅 / 黄树森

自序：追求时尚就是追求快乐



“流行盅”系列丛书

① 一、我是流行我怕谁？

① 1. 1978-1982，待业青年

喇叭裤
蛤蟆眼镜
邓丽君
双卡收录机
台湾校园民谣
迪斯科
交谊舞
迷踪拳



⑥ 2. 1983-1986，诗人、愤怒的青年

上帝死了
西装
《读者文摘》
匆匆太匆匆，几度夕阳红；心有千千结，窗外翦翦风
吉它

⑨ 3. 1987-1990，摇滚青年

霹雳舞
新民谣
越民族的就越世界

⑫ 4. 1991-1993，顽主

玩
侃
东北卖画
文化衫

⑮ 5. 1994 年以来，新人类

雅皮士
格调

RB7-58/11

负债生活
宜家家具
刷卡
看《TIME》
Y一代
我消费，我存在
DIY
我有，我可以
朋克
NB
不会玩，不如死

24

二、对抗性游戏

新好男人
坏女孩
你是哪棵葱？
恰似你的温柔
寻找男子汉
情迷高仓健
春光乍泄
女模特/比基尼/超短裙
春光无限
人体艺术展览/选美
我很丑，可是我很温柔
没有钱是万万不能的
傍大款
高扬性感之旗
性骚扰

39

三、性趣盎然

城市的诱惑
请你抚摸我
催熟的苹果
“隐”爆中国
要性还是要命？
确保安全，自有一套

46

四、要的就是你

46

1. 千里姻缘一? 牵

婚姻介绍所
马路求爱者
有情就牵手
“爱得快”
一网情深

49

2. 爱情的条件

——从征婚广告看择偶标准的变化

海外关系
爱好文学
城市户口
“五大员”
二等残废
大学文凭
不限年龄
经济先行

56

3. 说你爱我吧

——拍拖的方式

内详情书
下馆子
轧马路
电话
伊妹儿

59

4. 五个城市的爱情模式

北京：耻于言爱
南京：萝卜青菜
广州：□□□□
西安：一起飞翔
上海：物质城市的奢侈爱情

63

五、明天我要嫁给你啦

63

1. 赶着你的马车

三十六条腿
 蜜月旅行
 十万存折
 婚纱照
 联婚
 玫瑰婚典
 懒得结婚
 一次性
 上船再补票

67

2. 围城之后

陈世美
 第三者
 “炒B股”
 离了吗？
 一个人的车站
 计划不生育

72

六、要不是每天的交通 烦扰着我所有的梦

72

1. 我有车

自行车
 摩托车
 “菲亚特”
 小轿车
 三轮车
 分期付款买车
 北京吉普

76

2. 远离尘嚣 农庄生活