

## 2015年度文化关键词

抢红包，颜值，我们，新诗，三体，文艺精品，清明上河图，书香中国……

主持人 张颐武 北京大学中文系教授 著名文化学者

本期嘉宾：

赖洪波 北京市文联研究部 副主任

郝朝帅 广东第二师范学院 副教授

师力斌 北京文学 副主编

主持人语：

2015年，中国经历了许多新的变化，人们有了很多新的感受，梳理这一年中出现的新的关键词，其实是对于这一年的社会变化、文化演进的梳理和思考。这些思考围绕着大众文化和群体意识的转变展开，探究着社会的脉动和生活的变化。

今天，我们请到的几位嘉宾就年度文化关键词这个话题为大家作如是解读，这是一个探究时下精神蛻迹、文化心理衍变的过程，也纪录了潮流的一个侧影。

反观几位学人谈到的文化关键词，它们正像是时代镜像的一部分，期望读者能够从中得到一些线索，这对于观察自己的时代是非常有益的参照。

师力斌：以关键词来梳理时代现象，英国左派学者雷蒙·威廉斯可能是最有名的一位，他的《关键词》是文化研究领域的必读书。所谓新词语含新意境，从词与物的关系上，可以看出文化的新变。2015年在现代中国历史上是非常重要的—年，既是中国人民抗日战争胜利暨世界反法西斯战争胜利70周年，也是新文化运动旗帜性刊物《新青年》创刊一百周年，这两件大事，一文—武，—启蒙，—救亡，都是中国人不应忘记的。有趣的是，在全球化和市场化推进到异常深入的当下中国，事关救亡与启蒙的大事件，其实是被日常生活的娱乐化的雾霭所掩盖，大家更多地参与、裹挟到由资本所推动的消费文化的狂欢中去。实际上，年度不仅仅是这十个词。无论是“抢红包”，还是“好声音”，不管是“颜值”，还是“我们”，在百年历史中呈现出来的救亡的英雄和启蒙的精英的主体形象都是缺失的，而更多的是被明星、牛人、成功、娱乐所打造的日常生活的快乐想象。资本的力量真的是无穷，它通过五花八门、令人眼花缭乱的运作，给人们带来不断翻新的形态和体验，生活被浅表化的同时，资本介入却越来越深刻。“抢红包”或许在资本历史上算不得什么大咖，但它带来的革命性灵感却令人难忘，它变“榨取”为给予，是“欲先取之，必先与之”传统理念不折不扣的现代版。更为奇妙的是，从首富的红包，到芸芸众生的草根红包，从成千上万到几毛钱，“发红包”似乎扯平了社会身份，满足了一种短暂的“地位平等”“俺也当回老板”的公众心理，而“守机待包”的微发财梦，也带给人数量众多的手机—族以白日梦般的快感。

抢红包

赖洪波：抢红包与微信等新的社交媒体紧密联系在一起。人们年年发红包，但是只有在2015年，当红包与新的网络社交媒体绑定在一起时，才真正成为几亿手机用户同时参与的狂欢化文化现象。据媒体报道，2015除夕当天，微信的红包收发总量惊人地达到10.1亿次，除夕到初五，微信红包收发总量为32.7亿次。抢红包以其游戏性、互动性、广泛的参与性，悄然改变了春节这一节日的红包文化，给传统节日注入与时俱进的时代气息。当然，这更是网络电商—次成功的营销手段。据统计，短短的几天春节假期中，微信支付新增绑定2亿银行卡，抢红包让越来

越多的手机用户进入了移动支付领域。在全民抢红包的背后，是资本借助社交媒体的又一次胜利。

#### 颜值

资本主导的消费主义话语在当下也呈现出复杂的形态。颜值、小鲜肉等网络用语在本年度的流行，显示了互联网时代女性作为一种新的消费力量的崛起。如果说“暖男”一词体现了女性对获得男性情感关怀上的一种期待，“小鲜肉”一词则带有强烈的戏谑观看心态。年轻、健康、情感经历单纯的男性，例如当下广受欢迎的TFBOYS组合，折射出女性新的审美取向。一方面，现实社会中男女不平等的深层结构并没有根本改变，另一方面，现代社会中获得经济独立的女性在娱乐文化中成为不可忽视的消费力量。“小鲜肉”被置于“被看”的中心，成为女性在娱乐经济中彰显平等话语的一个新媒介。

师力斌：你这个女性主义的揭示非常重要，不是“女性被看”，而是“男性被看”，你把这种“看权力”的历史性颠覆呈现出来啦。

郝朝帅：一句“颜值”，感觉有些机械时代冰冷而又精确的科学精神。于是漂亮不叫漂亮，改叫“颜值高不高”，很漂亮就叫做“颜值爆表”，真的比其他形容词更夸张，更生动可感。有意思的是，这个词在具体应用中完全是中性的，男女老幼广谱适用。美貌不再是女生的资本，男人也完全可以引以为荣。

曾分别有报道说过，冯小刚和张涵予两位糙老爷们，就非常不喜欢“小鲜肉”一词，觉着男人被这么形容等同于侮辱。冯大爷痛心疾首道，小鲜肉“有点色情，有点调戏，是上了岁数的女人才会说的”，有尊严的称呼应该是“小爷”——的确，这个称呼是有点色情，有点轻佻，可这正是“男色经济”意欲达到的效果。算起来，从2001年的电视剧《流星花园》起，中国就已经开启了新一轮“男色经济”的消费时代。当时一并涌来的还有“花美男”一词，花一样美的男人，已经足够让人们惊诧了。可渐渐地，这称呼又从“花美男”又升级到“小鲜肉”，从注重审美的心理享受演变为注重感官的身体享受，口味越来越重。但也正因为增添了些若有若无的性暗示，才让“男色消费”得以大行其道。因为在高度娱乐化的今天，要想让受众们早已履足的精神味蕾拥有新鲜感和好奇心，只有在刺激强度上不断加码。于是需要不断深挖“肉身”的潜力，提供更多的“可欲”想象。——这一原理，就如同全国各地美食在今天都变得越来越辣一样，只有让味觉口感劲爆起来，才能激发出食客本已麻木的欲望。

#### 我们

关于“我们”，只能说范冰冰实在是营销高手，在人们还称其为“花瓶”的时候，她已经在不期然间将“范爷”的旗号打了出去。再配合以“我不需要嫁豪门，我就是豪门”的慷慨豪迈，将自己的形象向着独立、洒脱、“高”且不“冷”的范儿一路而去。这一次，她公开自己的恋情也是如此，一张和李晨的合影，配以“我们”两个字的图说，剩下的就留给围观群众们去high吧。于是，网上瞬间跟风各种晒合影，全以“我们”为题，甚至还有北京公安晒朝阳群众的“我们”，真真网络狂欢有“乐”无类。

赖洪波：范冰冰与李晨在微博上公布恋情的合影并配以“我们”的标题，引发了社交网络上新一轮宣泄性狂欢。在网络世界，耀眼的明星合影即刻被各式各样的戏仿照所淹没，互联网使大众更为快捷地满足了对明星的窥视欲，更提供了消费明星私生活的狂欢化平台。在大众五花八门的戏仿照中，显示生活中普通人与明星的“成功”截然不同的现实人生，“我们”成为大众对自身境遇进行调侃宣泄的话语方式。

郝朝帅：非常有意思的现象是，在上世纪，为了不“掉粉”，娱乐圈人物多是不能公开自己的恋情和婚姻，而到了新世纪，拥有稳定的爱情或婚姻，却成了“吸粉”的要件。高调秀恩爱，高调大婚，高调生子，带孩子上节目，都成为各路明星赚取人心和金钱的好途径。

在过去，人们普遍处于一个比较稳定的生活状态中，日复一日并无亮点，他们渴望在明星偶像的身上看到生活中缺失的那一块：江湖浪子的潇洒浪漫，能够让自己沉滞的现实生活拥有美好的想象空间。因此大家不愿接受偶像也像自己一样堕入凡尘。试想下，如果刘德华一下子成了个

居家男人，那么银幕上那个永远坏笑、梳着漂亮小分头，骑着嚣张大摩托的“华仔”还有什么魅力可言？

可是到了新世纪，巨变的年代里人们的生活状态也更加不稳定了。爱情分裂、婚姻破碎、家庭解体，已经成为生活中屡屡上演的常见戏码。于是，人们又会希望在偶像身上看到生活中缺失的稳定爱情，美满婚姻，幸福家居。这样，才会有黄晓明杨颖的高调大婚，才会有杨幂的高调产子，以及范爷的“我们”——而作为反方的例证则是，文章的婚内出轨、陈赫的“隐离婚”等等作为“反面教员”带来的人格破产。

至于“好声音”，绝对是一门好生意，也是一架运转高效的“造星机器”。已经到了第四季，风光依然不减。这档节目是到目前为止，营销“梦想”最成功的中国电视娱乐节目。在这个高举“梦想”大旗的选秀让人们见证了一夜成名的神话，营造了成功机会属于每个人的良好感觉。在当下“鸡汤”文和“鸡血”文一边漫天飞舞，一边声名狼藉的时代，“好声音”等一众电视真人秀的存在，结结实实地让这些“鸡汤”和“鸡血”有了强硬的现实依托。这种选秀节目营销的“梦想”，与其说是“中国梦”，倒更像是另一个版本的“美国梦”——张扬个人成功，鼓吹梦想成真。而在当下阶层固化，年轻人上升空间越来越窄的时代，“好声音”这种节目的存在，真的不仅是娱乐，更是有些微妙的意涵。

### 新诗

师力斌：朝帅的这些话颜值也很高哈。前述属于娱乐政治，那么“百年新诗”“去睡你”恐怕就不仅如此了。我觉得，快感几乎是消费文化的圣经，是其发展壮大和深入人心的铁律。余秀华诗歌的走红，是备受冷落的新诗在新媒体时代的一次爆发，新诗展示了其蕴藏着的娱乐力量。“去睡你”成为余秀华这首诗歌拔弄全民的兴奋点。诗歌自上世纪八十年代朦胧诗的黄金时代以来，有点像股市，一路走低，至余秀华突然上扬。在现代诗歌史上，新文化运动初期的五四诗歌，1940年代的抗战诗歌，1950年代的“大跃进”诗歌，以及1980年代的朦胧诗，都具有强大的社会、政治动员能力，而在今天，这种能力以一种“XX体+”的方式出现了，什么丽华体、乌青体，连那些平时压根不知新诗为何物的普通民众，似乎也在朗诵或默念“去睡你”，这首诗出现在五花八门的网站上，财经网，金融网，英语网，学术网，都没有能逃脱这首诗的辐射范围。

郝朝帅：“去睡你”，这种表达无论怎么看都充满了粗鄙和恶俗。然而，随着余秀华那首《穿过大半个中国来睡你》的走红，这个词居然施施然登上大雅之堂了。余秀华的这首诗，直接，粗暴，有着一种混不吝的坦荡，以及刻意撕去那层温情脉脉外衣的恶毒。这种强烈的力度，读来也的确痛快，给人们看到了草根阶层那种一把将文人墨客拉下马的淋漓快意。关于爱情，诗人们已经说得太多太多。感情浓烈到“飘洋过海地来看你”已经足够令人动容，可那还是过于文人化的表达，总不似“穿过大半个中国去睡你”这样，将男女间从情感到肉身的渴盼与弃绝紧密撕缠，彼此难分。这是肉体的自我成全还是爱情的绝望咒怨？此时已经无法言明。而大众媒体也迅速嗅到了“眼球经济”的增长点，于是围绕诗人的农妇出身、生理残疾和“去睡你”这个令人“性”致勃勃、想入非非的“关键词”大做文章，将在大众面前沉寂已久的“诗歌”重新拉回公共空间，掀起了一轮的“诗歌热”。

本来2015年“新诗百年”纪念是纯属专业人士的历史大事，却不期而遇了新一轮“诗歌热”，端的是非常应景。在某些专业人士看来，诗歌主要载体从官刊、民刊向着手机自媒体的变化，诗开始重新意味着一首首具体的、依靠文本自身在口耳和手指间流转的诗，而不是局限在一个个小圈子里面的自娱自乐和被不断重复的人名，因此一种真正的清新气象开始出现；另有人则远非如此乐观，他们认为这一次的诗歌崛起，其实是中产阶级的崛起。刚吃饱了饭的中下层阶级日益增长的精神文化生活需求与智能手机日夜相守，于是谱写出无选票时代的自我恋曲。

### 三体

《三体》其实并不是在2015年才走红，只不过“雨果奖”让他彻底走进大众传媒罢了。早在2011年，著名中国现当代文学专家王德威先生就做过一场讲座，名为《乌托邦 恶托邦 异托

邦——从鲁迅到刘慈欣》，远在哈佛的王教授以他特有的学术敏感性和过人的文本阅读量，将刘慈欣科幻文学的意义给予极高评价——彼时，在中国著名的“当当”网上书店里，《三体》已经处于脱销状态。这部系列小说真可谓是“张开眼看宇宙”，以其全新的“宇宙观”遮掩了其并无新意的人文性。有评论说，刘慈欣以一人之力，将中国科幻小说提升到世界高度。的确如此，从《2001 太空漫游》到《异形》，再到近几年的诸如《地心引力》《星际穿越》，直到目前热映的《火星救援》，几十年来，美国以畅销的科幻小说为底本的科幻大片一次次冲击了人们的眼球，横扫了全球票房。而中国的科幻小说作为“类型文学”的一个品种，却一直都在小众圈里自娱自乐，从来没有走到公众关注中心。当然，也可认为这是与整体创作水平互为因果。刘慈欣此时出现了，但他作为一个个案，能够为中国科幻创作起到一种拉动效应吗？对此应该表示乐观。只要有更多的青少年会经由《三体》而对这种类型文学产生兴趣，那么一切就皆有可能了。

赖洪波：刘慈欣的《三体》因获得第 73 届“雨果奖”最佳长篇故事奖而成为一个热门话题。《三体》系列从中国现实出发，引发宇宙文明之间惊心动魄的大战。在“硬科幻”的内容里，彰显了中国人对世界、对人类未来的想象力。同时，小说中，中国人和中国文化在人类面对地球危机时所起到的关键作用，带来了中国文化与世界文化遭遇时一种新的思考。

师力斌：物质的兴旺发达并不能保证精神的丰富，精神贫富差距加大，这是当下中国继物质贫富差距加大后的第二个差距。文化软实力的提升绝非一日之功。比如人们对精品和经典的期盼，其实很强烈。

#### 文艺精品

郝朝帅：何为精品？如果在专业内来问这个问题，估计要弄成“美学原理大家谈”之类，从亚里士多德到德里达，几千年人们讨论得兴致不减。于是，这个问题似乎只能在具体语境中讨论才更有生发性与操作性。在当下中国，当人们讨论文艺精品的时候，总有着一种习见：这是一个没有精品的年代，不像现代文学时期，“鲁郭茅巴老曹”，大师辈出。——其实，这种看法似是而非，只要真正对当代文艺创作有持续关注的话，就应该不难得出结论：今天的文学文艺，整体确是处于高原状态，而具体在文学创作领域中，则可谓高峰迭出，美不胜收。远的不说，近几年的长篇小说中，像《蛙》《老生》等，均可圈可点，更有像《一句顶一万句》这样的小说，本身已经突破了形成于现代文学时期的“文学规范”，将当代汉语写作提升到全新的高度。

赖洪波：物质的丰富确实催生对精神生活的深度渴求，除了对精品的期待，还包括对传统文化的新的需求。今年，故宫博物院 90 年院庆活动中展出的《清明上河图》吸引了大量观众中前去观展，有的观众甘愿排队等候 6 个小时。有趣的是，北京故宫博物院研究室主任余辉在一次讲座中曾表示，他在故宫这些年，《清明上河图》展出了七八次。前面那几次没什么人看，根本就不需要排队。这说明最近这十余年，传统文化的影响力逐步增强。大众传媒对传统文化的广泛传播，艺术品拍卖与收藏市场逐渐成型，都促使人们对传统艺术品产生高度关注。但最根本的原因还是人们对传统文化深度的心理需求。在全球化的语境中，中国高速发展的经济状况呼唤着传统文化发挥作用，彰显独特的民族文化品格。在紧张的现代生活中，人们期待着传统文化建构最为亲切的文化归属感。故宫艺术珍品引发的观展热潮，从一个特殊的角度提示我们，应该创造更多的方式，让传统文化在多个层面更好地回应人们深刻的精神需求。

#### 清明上河图

郝朝帅：《清明上河图》像是中国文化的一块磁铁，吸引着一代代后人各展绝技。手绣、木雕、铅笔画，直至考验人们“逆天”记忆力的“最强大脑”电视节目，纷纷把它搬演出来，似乎能够 hold 住这幅画，就是对自己能力的高度肯定。而在古城开封和横店影视城，还都修建了“清明上河图”的实景公园。于是，当今年故宫 90 周年大庆，展出了一批绝世珍品时，最吸引人的就是《清明上河图》。平心而论，它真算是中国老百姓“熟悉的陌生人”了。

更有意思的是，《清明上河图》系列衍生艺术又增添了新品种：小说。今年有三部《清明上河图》题材的小说上市，而段永强、魏明明的长篇历史小说《清明上河图：故宫珍藏版》，则是

首部北京故宫版文学巨作——这可谓这是这幅名画最生动的衍生产品了。由此有理由设想：是否会有某一天，有一部名为《清明上河图》的电影要和大家见面呢？不过，此处请大家自觉控制奔放的联想，最好不要将它和那部名为《富春山居图》的电影联系在一起。

### 书香中国

建设“书香中国”是非常美好的一件事。尤其在今天在自媒体带动下越演越烈的“浅阅读”时代。过去人们爱说“读图时代”到来冲击着传统的文字阅读，而今天智能手机更是一举革命了传统阅读方式。只不过，阅读手机，更多的人只可能处于碎片化阅读，以及浅阅读状态。数据显示，2014年我国成年人图书阅读率为58%，较2013年的57.8%上升了0.2个百分点。数字化阅读方式的接触率为58.1%，较2013年的50.1%上升了8.0个百分点，各种媒介综合阅读率为78.6%，较2013年的76.7%上升了1.9个百分点。——这个数字很直接的将各种阅读方式都与“书香”等同，因此整体数据看似乐观，其实是遮掩而不是直面了问题。怎样在电子时代实现“书香中国”，让思想经典、文学经典走进百姓生活，而不是被段子和鸡血充斥人们的阅读空间，真的是任重而道远。

赖洪波：在互联网时代，茅盾文学奖的境遇越来越尴尬。有评论者认为，30余年来，茅盾文学奖已从反映文学的“全部”转变为反映“纯文学”这一“局部”。一方面，网络文学、青春文学等新的文学类型依托市场机制吸引着大量年轻读者，另一方面，“纯文学”依托原有的文学生产机制，在一定范围为仍然延续着文学的经典性和权威性。关于茅盾文学奖的种种质疑和争议，显示出新世纪以来，文学生产方式已经发生深刻变化，茅盾文学奖亟需作出调整，才能应对当下复杂的文学生态。

文学生产机制的变化同样影响了人们对精品的评价。当下对文艺精品的呼唤，显示出主流话语在走向民族复兴的过程中对文艺经典的期待。但文艺场域发生的深刻变化已经使文艺评价的标准越来越多元，网络文艺、青春文艺、纯文学等各个场域对精品的评价标准并不尽相同。如何在多元话语交汇的语境中创作生产出大家认可的“精品”实属不易。

郝朝帅：围绕着“茅奖”的质疑从未消停，但似乎也都是老生常谈。第九届“茅奖”作品新鲜出炉后，评奖委员会副主任李敬泽老师也即刻发声，主动向公众解释几部获奖作品的产生经过。因为和上一届评比的每轮投票都公开评委选择的“透明”机制稍有不同，也着实需要评比方赶在人们的吐槽之前讲解清楚。——中国最具影响力和权威的文学奖项尚且如此小心翼翼，遑论其他。比如“鲁迅文学奖”，简直成了文学奖的“重灾区”。仅仅今年，有作家行贿评委风波，有获奖诗人的“打油”古体诗被围观取乐，更有获得零票的著名作家对评奖规则的质疑……真是我拿什么拯救你，陷入口水中的文学奖？对此，有“改良派”认为，要恢复文学奖的公信力，必须“管、办、评”要分开，从机制上解决问题，而更超脱的则是“取消派”：文学本身是一块自己的园地，冷暖自知，为什么非要拿出来和别人争个高低呢？