

## 边缘诱惑中的话语狂欢\*

——论消费文化视域中郭敬明小说《小时代》的亚文化抒写

邱 艳

(西华师范大学 文学院,四川 南充 637002)

**【摘要】**作为一部畅销作品,中国当代作家郭敬明的《小时代》属于消费时代的产物,对文学的批评不能仅以一种想象的标准衡量,而应结合时代特征,《小时代》反映了消费时代的一种真实生存状态。我们在阐述消费文化理论的基础上,论述消费文化对郭敬明小说《小时代》创作的影响,具体探讨了作品中的青年亚文化、青年男女爱情和时尚化倾向在消费时代的独特呈现。

**【关键词】**消费文化;《小时代》;亚文化现象

**【中图分类号】**I207.42 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1883(2014)01-0041-04

随着市场经济体制的进一步推进,中国的一些区域开始步入消费社会,在这个时期彰显出消费文化状态。“遵循享乐主义、追逐眼前的快感、培养自我表现的生活方式、发展自恋和自私的人格类型,这一切都是消费文化所强调的内容”,<sup>[1]30</sup>无论从时间还是空间上来讲,郭敬明的《小时代》都是属于消费时代的产物。《小时代》自2007年11月在其主编的文学杂志《最小小说》上开始连载,由《小时代1.0折纸时代》、《小时代2.0虚铜时代》、《小时代3.0刺金时代》三部组成一个系列,分别于2008、2009、2011年由长江文艺出版社出版。和以往纯粹的校园文学不同,这部作品不再局限于校园,而是以国际化大都市上海作为故事背景,给我们展现极具消费时代特征的青春历程。作者为我们描述的是国际性大都市上海,在经济全球化的今天,城市已成为当今人类社会的一种生存状态。都市和消费之紧密关系由来已久,商业化和消费性是都市的显著特征,上海是迅速崛起的国际化都市,上世纪以来一直是中国公认的消费中心。这只是消费社会的一个缩影,“小时代”其实就是一个炫富的时代,是一个物质至上的时代。《小时代》中关于消费时代城市的描写十分深刻,对物质欲望的追求非常赤裸。“这就是上海它可以在步行一百二十秒距离的这样的弹丸之地内,密集地碰下恒隆I、恒隆II、金鹰广场、中信泰富,梅龙镇广场,以及刚刚封顶的浦西新地标华敏帝豪六座摩天大楼。”<sup>[2]145</sup>

法国学者让·鲍德里亚在他的著作《消费社会》中道:“今天,在我们的周围,存在着一种由不断增长的物、服务和物质财富所构成的惊人的消费和丰盛现象。它构成了人类自然环境中的一种根本变

化。”<sup>[3]1</sup>在消费社会里,文学所存在的文化语境发生了变化,文学作品作为时代精神的一个组成部分,从作品中我们可以看到这个时代人们的价值构成体系。“在现代消费社会中,‘财富及物品同话语’共同构成了一个全面、任意、缜密的符号系统,一个文化系统,它用需求及享乐取代了偶然世界,用一种分类及价值的社会秩序取代了自然生理秩序。”<sup>[4]</sup>所以,我们对文学的批评不能仅以一种想象的标准衡量,而应结合时代特征。《小时代》给我们反映了一种时代的真实,就是步入消费社会后成长起来的年轻人对物质和精神的巨大渴求。郭敬明小说的受众,大多是80、90后这个年轻的群体,自他们懂事以来,消费无时无刻不在影响其生活。本文将以消费文化的视域来解读《小时代》系列作品中呈现的青年亚文化、青春的爱情和时尚型倾向等特征。

### 一、消费时代抵抗中的青年亚文化

消费文化追求的最终目标是商业价值的实现,而文学作品在此更看重的是文学受众的功能性作用,作为一位作家兼商人,郭敬明很清晰地把自己的受众定位于广大青少年学生。他的作品大多描写的是这个时代青少年的生活与情感,《小时代》也不例外。所以作品中无时不在向我们展示这个群体特有的文化。青年亚文化是年轻人为了区别于主流文化而创造的一种文化,“叛逆”是其主要特征,显示了青年文化对主流文化的偏离,排斥甚至对抗的状态。美国学者詹姆斯·科尔曼(James S. Coleman,1926—1995)认为青年亚文化是“存在于成人鼻子底下的另类文化,它拥有不同的语言、特殊的象征符合以及更为重要的价值系统 所有这些使它远离了主体社会所建立的体系和目标”。<sup>[5]169</sup>从

收稿日期:2013-12-27

\*基金项目:西华师范大学校级科研项目“影视传播与中国当代小说”(项目编号:05B063)。

作者简介:邱艳(1980-),女,四川中江人,讲师,硕士研究生,研究方向:中国现当代文学与媒介文化。

这种意义上看,青年亚文化与主流文化相对抗,表现为对传统或主流文化的反抗与嘲弄,在言行举止等方面特立独行,其思想代表了青年群体的利益,体现了青年的叛逆,是青年生活观念与行为的体现,相对主文化而言,是边缘与次要的文化。

青年亚文化拥有与主流文化不同的价值体系和表现形式。很多年轻人为了追求生活的新鲜与刺激,特意偏离正道,“叛逆”和“反抗”是其主要表现方式。在全球化浪潮下,一些西方亚文化表现形式也成为中国青年亚文化的表现,如性开放和毒品。《小时代》中也无不呈现相关情节与内容,同性恋、三角恋、吸毒、阴谋、死亡无处不在。塑造的绝世美女南湘,在令人作呕的入学新生面前,她能毫不羞涩的说出“我怀孕了”,发展到后面成了神秘的“蛇蝎”女人,南湘的男朋友席城,在家庭遭受变故后“从最开始的逃课,到后来的打架,和流氓混在一起,偷店里的CD,和所有不三不四的女孩子上床、乱搞。”<sup>[6]</sup>他们用这样的自我毁灭的方式对抗主流文化。

家庭和学校的边缘化。作品中描写的人物表现出对家庭的疏离,对父母的描述充满了冷嘲热讽,作品中顾源的母亲飞扬跋扈,顾里的父亲背叛家庭,有私生子,唐宛如的父亲犹如训练机器,南湘的母亲把女儿当作赚钱工具,传统的父慈母爱在此完全被颠覆。对学校教育进行批判,以嘲讽的语气描述尊敬的老师,“人类灵魂的工程师”成了揶揄和嘲讽的对象。当代文学老师的课就像在下雨,因为他总是唾沫横飞,还以调侃的方式说到老师应该爱护下一代,爱护祖国的未来,不应在课堂上惊醒学生们的美梦。传统的好学生在作者笔下遭受了无情的嘲讽和戏谑,有意消解与颠覆主流价值观。

同性恋的描写,作品中涉及太多场景有意给读者一种同性恋的导向。让人们产生这样的感觉,似乎同性恋无处不在。不管男人间还是女人间,亲密的举动往往会让人忽略友谊而走向同性恋的猜想。顾源、简溪、Neil、蓝诀、崇光、宫洺之间都涉及同性恋的嫌疑。一开场,郭敬明就描述了顾源、简溪在高中运动会上被误以为同性恋的情景,在运动会上的接力赛中,喜欢顾源、简溪的女生们呼喊着,这种场景远远超出了运动会所能达到的极限,如同男女在此达到性幻想的狂欢。Neil这个美得极致的男人,是小说中首个自己承认的同性恋者,他先后和顾源、卫海的纠缠,最后和蓝诀之间的情感猜忌更是绵延了数章。

日本学者难波功士在他的著作《族的系谱学——青年亚文化的战后史》中表达了他对商业文化构建亚文化的认识。他认为从上个世纪90年代复

兴的青年亚文化不再如同上个世纪初那样对共同价值信仰的自我认知,而是基于时装、事实杂志及市场流行要素的共同兴趣之上。从这个意义上讲,以对抗精英文化和主流意识形态为出发点的青年亚文化在新媒体时代和消费社会中,还多了商品消费和商业文化这一认同要素,年轻人正是通过商品消费进入特定的亚文化群体。<sup>[7]</sup>当进入大众消费时代,一切都被卷入了商业的漩涡,成为了商人牟利的工具或者难逃被政治规训的命运。

青年亚文化在当代的表现,主要的形式是以狂欢化的文化消费来抵制成年人文化。在消费文化的影响下,一些青年的人生观和价值观发生变化,对消费的追求成为其至高无上的奋斗目标,顾里的目标就是像宫洺那样生活着,“挥霍着物质,享受着人生,用别人一个月的工资买一个杯子”,拥有最昂贵的消费品,享受最高级的服务,并认为这就是她的幸福之所在。消费文化中市场符号逻辑对青年价值观念的渗透使得意义消费和符号消费主导青年们的日常生活消费逻辑。消费变成了一种符号,消费文化渗透下的审美观念,正是因为消费符号和意义,“时尚”、“耍酷”是青年们追求的目标,同时也成为青年亚文化的主要内容。作品中塑造的成功人士宫洺,如同日本漫画偶像,总是那样又酷又帅,在他的脸上你看不出任何的喜怒哀乐,这种形象恰好符合青年对“酷”的追寻。

## 二、消费时代困顿的爱情与对理想的幻灭

郭敬明在《小时代》系列作品中一如既往的延续了他对爱情的悲情叙事模式,但伴随着消费文化的侵入,我们可以非常明显的感受到其中爱情夹杂的消费时代特征。正如黄平所言:“郭敬明的作品,是一种最卑下的浪漫主义,在资本的黄金竖琴下无限献媚。”<sup>[8]</sup>在商品社会发展初期,当下社会秩序失范,各种矛盾十分尖锐的大背景下,生存的艰难、生命的孤独、前程的渺茫、人生的严酷,成为了青年们超越现实的沉重枷锁,他们往往妥协于严酷的现实,钟情于金钱的诱惑,而放弃了对理想的探望。

书中描述林萧与简溪的爱情,看似纯真,而在一方受挫折时,理所当然会将原因归结于物质,简溪离开林萧时留下的信这样写道:“我有时候也痛恨自己如此平凡,我好想变得有钱,变得英俊,变得像大明星一样呼风唤雨。那样可能你就不会走”。传统的爱情建立在情感基础上,而消费时代的爱情,让我们看到更多的是物质的主宰。最典型的爱情是顾里和顾源的爱情,在整个过程中,女性在爱情中更有担当,包括对情感 and 责任的担当,作为一个女性,顾里身上没有我们传统女性的那份柔弱。

她对爱情的分析冷静而残酷。相比之下,友情在她的身上更闪耀出光芒,为了友情,她不顾一切,而对于爱情,却过于斤斤计较。当然,亲情在书中也一笔带过,若有若无。在两人即将分手时顾里对顾源说:“没有物质的爱情只是虚弱的幌子,被风一吹,甚至不用风吹,缓慢走动几步,就是一盘散沙。”<sup>[10]81</sup>这就是消费时代的爱情,等价交换,天长地久。传统的爱情观在此遭到无情的嘲弄与讥讽,物质凌驾于情感之上。在顾里和顾源的爱情争吵中,作者将一对学生恋人的吵架作为背景,更彰显了消费时代爱情的变异,女的说:“没钱你谈什么恋爱?你以为演琼瑶剧啊?”在消费时代,爱情的真谛发生了变化,物质成为了他的亲密爱人。

文中的主要人物顾里,是很多现代女孩羡慕嫉妒的对象,也是作者在本书里竭力推崇的优秀现代女性。对于顾里来说,一切的东西都可以用金钱衡量,包括爱情。“看见了英俊的顾源已经在收银条上快速地签下了他的名字,在钢笔摩擦的声响里,顾里也听见了爱情的乐章”。<sup>[10]89</sup>在消费的过程中,他们找到了快感与满足。这也是幸福、快乐和成功的新标准。日常生活与幸福想象全是围绕消费而进行,纯真的爱情在此成为附庸。而他们爱情的分分合合也伴随着利益的统一和分离。

多元而复杂的爱情。小说的叙述者林萧,文中所推崇的纯情之爱,在深爱着简溪的同时又爱上了崇光,而简溪在和她交往的过程中却和另一个女人关系密切。而这个女人竟是在高中时因单恋简溪而自杀的林汀妹妹林泉。更复杂的是借用很多韩剧常用的情节,崇光患癌假装病逝,通过整容以新的身份出现在人们面前,又继续着他和林萧的爱情。南湘、席诚和卫海的三角恋中,掺杂了好姐妹唐宛如的单恋。同性恋,三角恋、多角恋、虐恋,为爱自杀和吸毒、迷奸等随处可见。传统的天长地久的爱情在这里逐渐淡化,人们的爱情呈现出光速般的分分合合,林萧爱着的崇光假死没多久她又投入前男友的怀抱,期间没有撕心裂肺的痛苦和无穷无尽的思恋。南湘和席城的虐恋持续几年时间,我们以为是真爱,但后来变成无休止的纠缠与伤害。随着故事的推进,南湘一改以往的那种对爱的死心塌地,却以极快的时间和别人陷入恋爱和失恋的怪圈中,理想与情爱已经难以寻觅。

### 三、消费时代的时髦生活方式中的时尚元素

面对的青春消费群体,决定了小说的时尚型。小说从校园开始走向都市,而消费是都市的最鲜明特征,《小时代》是物欲社会的一个缩影。消费文化就其生产机制和消费群体来看,显然属于时尚文

化。在消费时代,随着消费文化的渗透,文学作为文化的组成部分在很大程度上被时尚化,而作为商人和作家双重身份的郭敬明其作品更具有此特征。文学时尚化的目的之一,就是期望有更广泛的读者,开辟更大的传播范围和市场空间,《小时代》系列是无可争议的畅销书。理论学家齐美尔说过:“时尚的本质存在于这样的事实中:时尚总是只被待定人群中的一部分人所运用,他们中的大多数只是在接受它的路上。一旦一种时尚被广泛地接受,它们就不再把它叫做时尚了。”<sup>[10]75</sup>郭敬明的作品,有着特殊的读者群,而这个群体是年轻而充满活力的,他们对未来的想象远远超过自己对现实的把握。

从心理学的角度来讲,人们总是对自己未曾经历而想经历的生活更感兴趣。郭敬明创作这部作品恰好满足了这些人对时尚生活的想象。韩寒曾经说过郭敬明的作品最受三线小城市小年轻的欢迎。这话有一定的道理。这群远离大都市的年轻人,他们是对时尚最渴望的一群人,通过大众媒介他们知道了时尚,而通过《小时代》描写的那种自己从未有过的、但却渴望拥有的生活状态。“作为一个社会学词汇,时尚所要表达的是某个特定人群的思想、身份和价值观”<sup>[10]95</sup>这群人通过对时尚的追逐和想象建构着自己的社会存在,时尚是他们生活的目标和理想。

作品中描写了大量的时尚流行元素,小说中几乎每一个人物对时尚品牌都处于一种痴迷状态。LV、Prada、Dior、H & M、DIOR、CHANNEL、D & G等奢侈品牌满篇皆是,举不胜举。在描写出色人物的时候从不会放弃对其所使用品牌的关注。小说中的成功人物,大众偶像宫洺,他的每次出场作者都会细致地描绘他身上物品的由来,总而言之,都属于名牌。如他手上的提包是摆在LV橱窗的新款非卖品柜台里,连领带的打法都是当年最时尚的打法。对顾里和他表弟Neil的描写,无时不和品牌联系在一起。他们对这些物品的占有暗示了其身份和地位。从符号消费和意义消费的角度来理解,也就是这些顶级奢侈品建构了他们的社会身份和地位。星巴克,卡地亚, LAMER, 爱马仕, LV 和 PRADA 这些来自法国和意大利的顶级奢侈品牌,是上流社会和中产阶级追逐的符号,同时也是众多青少年的生活梦想。作品在描写学生时代爱情中的顾源和顾里,他们相互赠送的都是时尚品牌。郭敬明在小说中试图使青少年在精神上得到他们奢望的物质满足。

对人物外貌描写,经常以最时尚的动漫方式来刻画,无论男女,总是充满时尚感。顾源、宫洛、蓝诀、顾准,Neil、崇光、蓝诀,他们都拥有英俊挺拔的体魄、干净帅气的面容,同时还有衬托他们品味的奢侈品。他们当然还需要以奢侈品牌服装来衬托他们的品味,“宫洛就是那种走在米兰时装伸展台上、面容死气沉沉却英俊无敌的男人,就像我们每次打开时尚杂志都会看见的Prada或者Dior Homme广告上哪些说不出的桀骜不驯却美得无可挑剔的平面模特。”<sup>[6]34</sup>

在《小时代》系列作品中展现的背景城市上海,本身就是时尚的代名词。上海是引领时尚的前沿,最早与国际接轨,这是一座风光而时尚的城市。作品展现的时尚城市里人们对时尚的追求。顶级的写字楼,高贵的别墅群,让人眩晕的穿梭在那些林立的写字楼间的人们,匆匆忙忙踩着10厘米高跟鞋穿着得体裙子在街头打车的白领,这些是都市风景线的重要组成部分。“在更加有钱的中产甚至是高产的富人们眼中,上海的中心一定是在外滩和外滩对面的陆家嘴。”都市的生活场景往往最能体现各种时

尚,无论是物质抑或文化,包括时髦的生活方式,都会借助生活场景展现出来。社会文化的时尚倾向,不可避免地要影响置身其中的当代作家。郭敬明作为一位从县城来到上海的作家,都市的商业氛围和时尚气息不可避免的影响着他,而且我们也看到那种影响不是被动的而是主动的吸收。

文学作为一种艺术形态,是时代精神的组合,在消费社会里,文学所存在的文化语境发生了显著的变化,文学作品暗喻着这个时代人们的价值构成体系。当我们翻过郭敬明小说的最后一页,也许会觉得仿佛轻轻地翻过了一个时代。而仿佛间当时光忽然倒转定格在了那个充满嬉笑的欢愉年代,他们的名字与声音,他们的悲哀与欢乐,都住进了我们的记忆里,再也无法剥离。而想到当落日的余晖洒在都市那条水泄不通的路口,映满了一地焦灼的金光时,也许那残阳中的城市便是这个时代的终结。郭敬明的小说《小时代》为我们展现了消费社会中一群青年对梦想的渴望与追逐,在价值体系上或许还因一些缺陷与不足而备受争议,但不可否认的是它引起了我们对这一代青年人梦想的关注与评判。

#### 注释及参考文献:

- [1][英]迈克·费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].南京:译林出版社,2001.
- [2]郭敬明.小时代2.0虚铜时代[M].武汉:长江文艺出版社,2010.
- [3][法]让·鲍德里亚.消费社会[M].刘成富等译.南京大学出版社,2008.
- [4]卢翎.消费主义的都市文学想象[J].河南师范大学学报,2008(2).
- [5]伯尼斯·马丁.当代文化流变的社会学[M].李中译译.四川人民出版社,2000.
- [6]郭敬明.小时代1.0折纸时代(修订本)[M].武汉:长江文艺出版社,2013.
- [7][日]难波功士.族的系谱学——青年亚文化的战后史[M].日:青弓社,2007.
- [8]黄平.“大时代”与“小时代”——韩寒、郭敬明与“80”写作[J].南方文坛,2011(3).
- [9]齐美尔.时尚的哲学[M].文化艺术出版社,2001.
- [10][法]多米尼克·古维烈.时尚不死[M].冶棋译.中国纺织出版社,2009.

## Discourse Carnival on the Edge of Temptation

——ON Sub Culture Expression of Guo Jingming's *Tiny Times* in View of Consumer Culture

QIU Yan

(School of Chinese Language and Literature, China West Normal University, Nanchong, Sichuan 637009)

**Abstract:** As a best-selling work, *Tiny Times* written by Guo Jjingming, a Chinese contemporary writer, is the product of consumption age. As to literary criticism it cannot be measured only by an imaginary standard, but should be combined with the characteristics of the times. *Tiny Times* reflects a true state of survival in the consumption era. This paper discusses the influence of consumer culture on Guo Jingming's novel *Tiny Times*, especially the unique youth's sub culture, young men and women's love and fashionable tendency in the consumption times.

**Key words:** consumer culture; *Tiny Times*; sub culture

(责任编辑:周锦鹤)