

文章检索

特别专题

组织机构

专家库

您的位置: 首页 >> 论文库 >> 青年恋爱、婚姻与家庭研究

[附录] 关于农村青少年流行文化现状的初步判断

杨守建 | 最后更新: 2003-12-30

【附录】

关于农村青少年流行文化现状的初步判断

杨守建

中国人口的主体在农村，青少年的主体也在农村，但农村不是“青少年流行文化”的主要传播区域。农村青少年对“流行文化现象”反应慢，无法真正融入更无从影响“大众流行文化”和“青少年流行文化”的发生、发展和走向。

农村青少年与城市青少年的“流行文化现象”在内容和形式等诸多方面有很大的不同，表现出区隔特征强烈的独立性特点。农村青少年“流行文化”这一鲜明的独立性特点，根源于农村与城市在经济发展水平，传统习俗瓦解程度，文化信息传播畅通程度，教育水平等方面的差异，同时还因为农村在城镇化过程中仍或多或少地保持着生活方式上的“乡土”气息。

针对目前农村特有的文化环境，为了繁荣农村文化，服务农村青少年的文化需求，各级团组织和政府部门应采取相应措施，以规范农村青少年“流行文化”的发展。

农村青少年流行文化的现状与特点

1、许多在城市如日中天的“流行文化现象”在农村无法走俏，不少“流行文化”被屏蔽于农村之外，至多只渗进了一些疏疏淡淡的影子。

地域性、民族性和时间性是文化的重要特征，“流行文化”也是如此。一种“流行文化现象”换个时间换个地点就不一定能流行。“青少年流行文化”同样体现着这些特征。“日风”、“韩流”刮过中国的城市，却没有刮进中国的乡村；农村青少年搞不清“寒流”和“韩流”、“韩寒”和“韩寒现象”到底指的是什么；至今在许多农村青少年的脑中，与“F4”相联系的不是四个帅哥，而可能是某种赛车或什么其他东西。至于“QQ热”、419（for one night，网上一夜情）等在农村就更难找到市场了（某些初具规模的繁华小镇除外）。

“青少年流行文化”在“新新人类”中培养出了一个“新动物世界”，这个“世界”主要由四种动物组成：“网虫”（沉缅网络的青少年）、“碟鼠”（整天窝在屋内看影碟的青少年，并以收集各种影碟为乐）、“吧蝇”（青少年中的泡吧一族，专喜在各酒吧消遣）、“车狼”（爱好汽车的青少年群体，部分青年有车，并爱飚车）。而农村青少年基本上没有加入这个“动物世界”。

2、有些“流行文化现象”在农村青少年中长盛不衰，而在城市青少年中却并不流行。

最突出的例子就是“赌博文化”。多年来搓麻将、走牌、掷色子等赌博现象一直风行于农村青少年中，从未式微。逢年过节在农家小院里总是能看到三五成群的青少年，围着牌桌赌得不亦乐乎。同样的情景在城市青少年中却并不常见。

3、相对而言，农村青少年“流行文化现象”在时间上有着明显的滞后性。

改革开放之初，城里已经时兴“喇叭裤”了，农村里还在流行着“绿军装”。如今由于电视的普及，在“流行文化”层面上出现了城乡“共此凉热”的现象；但这种城乡之间在流行风潮上的时差至今存在，不少正在农村青少年中流行的内容，在城市青少年中早已“过时”。

2002年6月28日晚，在工人体育场隆重上演“2008-北京期待你”张学友演唱会，获得了媒体大张旗鼓的追捧，但到过现场的不少“歌迷”都明白，这不过是一场“倚老卖老”的“怀旧之旅”。现场“歌迷”的纷纷离席，以及那些年轻“歌迷”听着张学友经典老歌时的一脸茫然，清晰地标示出，“四大天王”的称号已经渐渐淡出城市青少年的记忆。但在农村青少年中，“四大天王”仍然是一块流行的招牌；而且可以想见若干年后，“四大天王”的歌曲仍然会是农村青少年的卡带中的主打歌。

4、农村青少年流行文化的现实性强，虚拟性弱。

农村青少年不追求所谓的心灵感受和体验——“格调”、“小资”情调、“感伤”情愫等虚幻的东西，他们更在乎的是现实性的刺激和消遣。农村青少年中“暴力文化”（或“准暴力文化”）的潜滋暗长，就是一个很好的例子。

在城市青少年中已经势微的“古惑仔电影”、“古惑仔文化”，在农村青少年中仍有大量拥趸。“古惑仔电影”和“古惑仔文化”，加速了农村青少年中的“暴力文化”（或“准暴力文化”）潜滋暗长。一些农村青少年仿照电影中的“帮派”模型，文身、结盟、立规，从而完善了“暴力”色彩浓厚的农村青少年的“街角社会”。与农村青少年“拉帮结派”的暴力倾向形成鲜明对照的是，每天都有无数的城市青少年在网络上厮杀。同样是刺激，前者是在现实的人间，后者是在虚拟的世界。

正因为农村青少年“流行文化”更突出现实性和消遣性，在农村青少年看来，娱乐圈里的“八卦”消息、“走光”新闻远不如电视机里那些娱乐节目主持人的逗乐来得有意思。所以，相对于城市而言，农村青少年的“流行文化”显得不那么先锋，不那么时尚，不那么优雅，不那么前卫，不那么新奇，不

那么另类。

5、农村青少年对“流行文化”反应慢，无法真正融入更无从影响“大众流行文化”和“青少年流行文化”的发生、发展和走向。

青少年是“青少年流行文化”的直接推动者。青少年的价值取向、兴趣爱好等直接决定一种“流行文化现象”的兴衰存亡，包括其传播速度、流行时间、发展方向等。像“雪村热”、flash“闪客文化”等之所以能够兴起，首先是因为它吸引了青少年，而其发展衍变则是在广大青少年直接参与下实现的。正是青少年爱好者自己制作和传播的大量的flash作品，使这股热潮愈演愈烈、愈演愈精彩。“网络文学”也同样如此，其所以流行广泛、影响巨大，并不只是因为有几部“出色”的作品，而是有大量的青少年在读、在写、在争论、在传播……

一种“青少年流行文化”总是在青少年的参与下，才能迅速风行、弥漫开来，以至成为一代青少年的标志性符号。而农村青少年对“流行文化”反应慢，无法真正融入更无从影响“大众流行文化”和“青少年流行文化”的发生、发展和走向。他们无法通过将自己的审美取向、兴趣爱好等体现在“青少年流行文化现象”中，以影响主体“青少年流行文化现象”的发生和发展。

决定农村青少年流行文化特点的原因分析

1、农村青少年有限的购买力，限制了他们对高度商品化和产业化的“流行文化”的追求

当代“流行文化”是一种后工业的社会文化，“青少年流行文化”往往是商家、媒体与娱乐业合谋的产物，因此大多落实为具体的消费行为。“青少年流行文化”的背后裹挟着巨大的经济利益。这种经济利益的实现，建立在具有一定购买力的青少年参与的基础之上。同时“流行文化”的商品化和产业化，使得参与和融入其中的人必需以一定的经济基础作为前提条件。比如，要想在网络世界中“建功立业”，追逐“网络文化”，需要有足够的时间上网，支付大量的上网费用；要真正融入“哈韩一族”、“哈日一族”，要搜集韩、日明星照片，购买CD、影碟，看演出等，这同样需要大量的时间和金钱。面对这些“流行文化”，绝大多数农村青少年只能止步于自己有限的购买力之前。

由于农村青少年购买力的关系，有些“流行文化现象”虽然也能在农村兴起，却不彻底，没有像城市青少年那样疯狂。比如“小燕子热”，在农村也曾闹得纷纷扬扬，但终究跟城市青少年的狂热度无法相比。在城市，“小燕子热”已经融入影视、服饰、美容、出版印刷等各个消费领域，而农村青少年则始终停留在听歌、看电视上。

商家、媒体和娱乐界对农村青少年“流行文化”的购买力也是心知肚明的。因此，他们在合谋一种“青少年流行文化”之前，已经把这一“流行文化”的消费群体预设为城市青少年。而那些超越农村青少年购买力的“流行文化”，自然无法在农村传播开去。

2、远离“流行文化”的策源地

这种距离并不是指空间上的，而是就社会心理而言。“青少年流行文化现象”在其发端之初，就打上了城市生活的烙印，迎合的是城市青少年的消费水平、审美趣味、知识水平等。所以，只有那些能为

农村青少年接受和参与，或者经过农村环境的改造后能为农村青少年接受和参与的“流行文化”，才能农村青少年中风行起来。而那些无法迎合农村青少年的现实需求和参与可能的“流行文化”，从其发端之初就注定了不可能在农村青少年中流行，农村青少年对这些“流行文化”的推波助澜就更无从谈起。

农村存在着与城市不同的传统习俗、乡土民风，这些也极大地限制了某些“青少年流行文化”在农村的传播。比如，在城市青少年中大行其道的“彩发”，在农村就受到乡土民风的有力制约。“青少年流行文化现象”中那些与乡土生活格格不入的道德蜕变，在农村更是不容易发生。

3、缺乏“流行文化”的传播媒介

十几年前，曾有一位家在农村的高中生，每天放学后跑步8里去收听《平凡的世界》的广播，坚持数月。这个例子突显的不仅是十几年前那部小说的成功，也说明农村的文化传播环境与城市之间存在着巨大的落差。如果这位高中生在城里，他决没有必要如此辛苦。城市的文化传播环境使他很容易就能接收到各种流行的文化信息。他可以听广播、看电视，看杂志、报纸，也可以看书。

现在农村青少年接受“流行文化”的主要媒介还是主流电视台、电台、报纸，而这些主流媒体在传播“流行文化”方面的作为是有限的。“青少年流行文化”特别是其中的时尚文化，实验与别类文化等，主要通过互联网、文化杂志、手机等进行传播。这些传播媒介在农村是极为缺乏的，自然这些“流行文化”也无法在农村传播开来。

“雪村热”的发端和发展都在网上。真正使“大话文化”流行的是《大话西游》。而此后“大话文化”的每一步发展都离不开网络，并得益于手机短信的文化传播功能。“F4”的走红缘于《流星花园》的热播，而中国内地的青少年主要通过VCD机、DVD机和电脑看完该剧。在城市盗版光碟满街走，而对农村青少年来说，即无播放工具，也无VCD或者DVD，“上网”更不可能。所以像“雪村热”、“大话文化”、“F4追星热”这些“青少年流行文化现象”注定无法获得农村户口。

4、受教育的水平低

受教育水平的差异，决定了农村青少年和城市青少年对“流行文化”的品味要求、兴趣点、理解力上存在巨大的差别。大部分农村青少年即不会“媚俗”，也不懂“媚雅”，更不知如何算是“小资”。举个简单的例子，一个城里的学生会被《大话西游》里那句“我希望是一万年”的著名台词感动得一塌糊涂，而一个没受过多少教育的农村青年则会觉得不过尔尔。“拖沓冗长”的《大话西游》他们不喜欢也看不懂，王家卫在他们看来不知所云，那帮长得像女孩的韩国男歌星其实也不帅……

加强农村青少年文化建设的思考和建议

1、阻止不良文化流向农村

农村的文化建设是一个薄弱环节。随着农村经济的发展，农村青少年的文化需求在增强，而农村中一直缺乏为青少年所喜爱的文化活动。因此，一些不良文化趁虚而入，“黄、赌、毒”“上山下乡”，有些地方的农村文化市场已经相当混乱。各色“草台班子”借“送文化下乡”的名义，以“色情”表演

招揽青少年，封建迷信、“法轮功”邪教也迷惑了一些农村青少年。因此，要加强农村青少年文化建设的管理，抓好农村文化市场的净化工作，阻断不良文化向农村传播。同时，还要引导农村“青少年流行文化现象”的走向和农村青少年对“流行文化”的选择，使得他们自觉抵制不良文化，以有力打压不良文化在农村青少年中的传播空间。

2、加强面向青少年的文化设施建设

各级团组织和政府有关部门，应坚持思想教育、知识学习、技能培训、文化娱乐“四位一体”的方针，建设好农村青少年的文化活动阵地。加强农村的文化站、广播站、青少年活动室、图书室、阅报栏的建设，并确保图书室里有图书，阅报栏里有报纸，文化站里有专职的文化干部，活动室里有活动，广播站里有节目。

3、在着力净化农村文化市场的同时，繁荣农村文化生活，大力开展农村青少年文化活动

在统筹安排、积极引导的基础上，选择一些重要的节假日，分类型、分层次组织青少年开展自娱自乐的文体活动，这样可以较小的投入、获得较好的效果。充分利用好村镇集市的有利时机，结合当地中小学的教育资源，开展文化宣传活动。广泛开展文化、科技、卫生“三下乡”活动，做到“常下乡，多下乡”。

4、扶持培育农村特色的青少年文化项目

选择一批有地方特色和乡土气息，符合乡情、民情的青少年文化项目，并以之带动整个农村青少年文化活动的开展。积极挖掘和弘扬农村民俗文化、乡土文化，因地制宜，选准项目，促进农村的文化产业发展。

责任编辑：杨长征

[\[返回首页\]](#)[\[关闭窗口\]](#)



版权所有 京ICP备05031004号

地址：北京市西三环北路25号 邮编：100089

编辑部：86-10-88422055 电子信箱：louke11@yahoo.com.cn

