

## 热词盘点:

# 民意求共鸣齐声找元芳



## 年度热词三： × × style

解词:又见神曲效应

人们都还记得神曲《忐忑》的红极一时,《最炫民族风》的大热,但韩国“神曲”《江南Style》似乎更胜一筹,它的风靡使“× × style”成为网络热词,“武汉style”“理工科男style”……style遍地开花。中国首艘航母“辽宁舰”舰载机指挥员在起降过程中的手势,受到网友的追捧和模仿。一时间,这个半蹲式专业动作“航母style”正成为最火爆的流行元素,其背后是祖国的日益强大和群众的自豪之情。

说文:文化输出新例

媒体人夏琦:在中国这首歌同样风靡,百度上已经有网友建起了相关贴吧,百度视频中可以搜索到1.7万多个相关视频,在新浪微博上搜索,则可以搜出一百多万条结果。有网友将这首歌比作韩国的《最炫民族风》,认为好音乐不分高低贵贱,“因为听到这首歌就会觉得很快乐啊!音乐不就是这样吗?欢乐的歌给人带来快乐,伤感的歌让人听到流泪。无非都是让人感受各种情绪。”

《南都娱乐周刊》:《江南

style》之所以能轻松敲开中国市场大门,一定程度上得益于日益年轻化的韩流潜在消费群体。《南方周末》文化部总监袁蕾曾做过一系列韩流报道,对于神曲的走红她更认同是中国的韩流基础起作用,“他们都是一堆80、90后,甚至00后,韩流对他们的影响非常深,韩国那些我们根本不知道名字的组合在他们那里被捧为圣经,而且他们都会韩语,已经有无数家长在跟我提到这个东西,他们也不明白他们的小孩为什么会喜欢韩国艺人。”

北京大学中文系教授张颐武:《江南style》之所以成功是因为其中的文化障碍少,用一种国际通用的方式表现了全球中产阶级成年人的一种生活状态,如果仅单纯传播本土文化,就会产生文化折扣,外国受众不好接受。对中国的启示,就是要高度重视大众文化的传播,让大众文化更具活力。

收藏专家马未都:娱乐就是娱乐,没那么多道理,全世界今天都简单的高兴,认真幼稚地娱乐大家,大家也欣然接受。

## 年度热词四： 舌尖上的中国



解词:吃的东方智慧

纪录片《舌尖上的中国》因其目不暇接的奇幻画面、质朴生动的美食故事以及展现的独特东方智慧征服了无数观众守候在夜晚十点半的电视前,吃货们“垂涎三尺”的同时,更为其中普通人的故事触动。

说文:民族感情共鸣

网评:《舌尖上的中国》不仅仅是一部美食纪录片,更是一部人文纪录片,乡愁纪录片,所以才引起了天南海北观众强烈的情感共鸣。这部纪录片,从天寒地冻的东北查干湖,到四季常青的海南岛,可谓是走遍中国的江南塞北,当观众在荧屏上看见自己家乡的风土人情,人文历史,自然备感亲切,难掩激动,进而激发内心的思乡情愁。

《新民晚报》:本来,这是一部商业纪录片,制作者盯着的是国际市场。但不料,却先是激起了国人

的口腹之欲,进而激起了国人精神上的“大波动”:大味必简,每个人最想吃的,是小时候母亲做出来的味道,是外婆从小手把手教母亲做出来的那一口。其实,那是亲情的盛宴、记忆的盛宴、文化历史的盛宴,甚至,还有人从这盛宴中品出了“爱国的味道”。

媒体人乔苏:美食知识普及之外,《舌尖上的中国》拍得还很有感情,因为它十分关注人、关注自然。它的叙述是这样开始的:“卓玛和妈妈正在寻找一种精灵般的食物……”它以节制而温情的语调,讲述了许多和食物有关的人和故事,讲述了许多的人为了寻找食材而付出的艰辛,为了制作美食而付出的劳动。它还讲述了那些“靠山吃山,靠水吃水”的人向自然索取时的智慧,因此也更懂得敬畏自然。这种种“正面”的精神和故事,是不是在向当今中国食品工业的乱象温和地提出批评?

## 年度热词七： 元芳



解词:寻求民意共鸣

2012年“元芳”很忙,一天之内被网友问到250多万次:“元芳,你怎么看?”继“咆哮体”、“甄嬛体”、“淘宝体”后,这一出自电视剧《神探狄仁杰》中狄仁杰对保镖元芳的反复询问被网友广泛吐槽后,跟风模仿成“元芳体”,并被广泛运用到生活中,表达咨询、发泄、倾诉之意。

在一些网友看来,一句“元芳,你怎么看?”表达出了适应潜规则的难处与智慧。专家认为,“元芳体”的迅速蹿红,体现了网民表达意见、寻求民意共鸣的社会心态。

说文:询问还是表达

《西安晚报》:“元芳,你怎么看?”是对民心、民情、民意、民议的一种民主讨论作风。对任何事情,社会上出现不同意见,不同看法很正常;这是因为现在社会总是存在信息不对称、知识不对称、社会地位不对称、经济收入不对称、个人际遇不对称的客观事实;每一个人的观点和看法总是来自于这些“不对称”,因为人们只

能在自己掌握的知识范围内去识别信息的真假好坏优劣。

中国人民大学新闻传播学院副教授刘海龙:元芳体走红背后,更多的是公众对某些现实现象无奈的一种表达。元芳是个虚拟人物,对网友来说,不管你问,他都不会烦,当然也永远不会给你答案,但有时候网友这么提问,并不是真的没有答案,而实际上他在提出问题时的动机和语气是无奈的、调侃的。因为网友已经习惯了以一种隐晦的方式嘲讽社会人生百态,表达积聚已久的懊恼、猜疑。千万次地发问,其实是一种“集体焦虑”,公众们期待有人去倾听回应。

《齐鲁晚报》:在网友看来,一句“贾君鹏,你妈喊你回家吃饭了”反映了“老男孩”们对烟火人间和汤水生活的依恋;一句“你还记得当年大明湖畔的夏雨荷吗?”直逼痴男怨女们对前尘往事的辛酸追忆;一句“元芳,你怎么看?”则洗练地表达出了适应潜规则的难处与智慧。

## 年度热词八： “中国式”



解词:中性的标签

“中国式过马路”、“中国式治堵”、“中国式接送”、“中国式养老”、“中国式陪读”、“中国式晾晒”、“中国式回应”……2012年诸多社会现象被贴上“中国式”标签。“中国式”,这个原本描述中国特殊国情状况的中性词,俨然变成一种情绪的宣泄,演绎为一种娱乐化的消费与调侃。

说文:不能止于宣泄

北京大学社会学教授夏学奎:“中国式”现象成为网络热点总体而言是一件好事,它把很多本来大家习以为常的现象放大,并引发集中讨论,可以对从政府到公众的全社会起到警示作用。而这种中国人以调侃的心态进行自我反省的现象,甚至可被视为是一种文化自觉体现。

新华每日电讯特约评论员吴乔:从语言学上分析,当一个概念能把诸多现象问题一网打尽时,这个概念往往就失去了专指性,缺乏独特的价值。对于问题的提出

和解决,则缺乏建设性。其结果,就变成了一种情绪的宣泄,演绎为一种娱乐化的消费与调侃。实事求是地讲,把社会生活中的很多现象问题,全都贴上“中国式”标签,都指向为中国特有、独有,这对中国有点不公平,因为其他国家也有,没必要特意国别化。还有不少现象问题,只是一种生活习惯和心理习惯,人性的因素居多,全都栽在中国人头上,不太合适。

知名网评员熊传东:或张扬、或自嘲、或警醒、或讽刺、或攻击、或愤怒、或自娱,越来越多的人通过“中国式”,表达着自己对某些社会现象和问题的看法或观点。无论是社会,还是媒体,大可不必大惊小怪,更没必要“兵临城下”式地“围观”,既然允许有三教九流存在,就要允许百花齐放和百家争鸣;还要允许思想与思潮的自由开放;还要允许新思想和新思潮的流行盛行;更要允许各式各样文化生态呈现多元化、多际化和多媒化。  
王震 整理