精神寻根与偶像制造

——写在《恰同学少年》热播背后

魏颖

(中南大学文学院, 湖南长沙, 410083)

摘要:《恰同学少年》之所以热播,从审美文化视角看,是因其平民化视角叙事,将历史问题现代化,从立志、修身这一层面来营构了青少年群体的成才“白日梦”。湖湘文化则成为该剧的核心价值,满足了社会转型期观众进行精神寻根的审美期待。

关键词:《恰同学少年》; 湖湘文化; 偶像

中图分类号: I043

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2008)01-0123-04

1925年,32岁的毛泽东回想起自己在湖南一师求学的那段青春岁月,写下了《沁园春·长沙》:“恰同学少年,风华正茂;书生意气,挥斥方遒。指点江山,激扬文字,粪土当年万户侯……”这首词脍炙人口,以文字的形式激励了几代热血青年的壮志豪情。进入21世纪读图时代,由湖南电视台和长沙电视台精心打造的《恰同学少年》则以影像的形式迅速在观众中掀起一股“红色旋风”,收视率一路飙升,一举击败时下流行的日剧、韩剧、欧美剧,摘走2007年中央电视台收视率之冠,并荣获第26届“飞天奖”长篇电视剧一等奖。网上好评如潮,许多观众称该剧是“最‘酷’的红色青春剧”“红色青春励志剧”,认为毛泽东等剧中人物是“最酷的一代偶像”。

《恰同学少年》以毛泽东在湖南第一师范的读书生活为背景,展现了20世纪初一批有志青年感时忧国、积极进取的精神风貌。这样一部以弘扬革命历史为主旋律的作品,没有噱头遍地的打斗,也没有“三角”“五角”的恋爱,更没有华丽奢靡的场景,甚至没有一个大腕来支撑台面,却为何能一夜之间窜红中华大地,具有力压“寒流”(韩剧)、击倒超女的感召力?在《恰同学少年》热播背后,又有什么样的制胜策略?下面笔者主要从审美文化视角对该剧作一番探讨。

偶像制造和偶像崇拜。进入现代社会,大众传媒迅速发展,运用高科技手段和商业模式炮制了各种各样的偶像,使得偶像制造与偶像消费成为一种极具潜力的文化产业。上世纪90年代初,一部《东京爱情故事》风靡了整个亚洲,也缔造了“青春偶像剧”这个称谓。当时,不计其数的观众都被女主角莉香对爱情执着追求的生活态度所打动。这部电视剧让人们了解了当时日本年轻人的生活状态,开创了日本青春剧在亚洲的黄金时代。作为“韩流”拳头文化产品的韩国电视剧,也是从上世纪90年代中期模仿日本青春偶像剧起步的。《星梦情缘》《蓝色生死恋》《冬季恋歌》等一经播出就引起轰动,被卖到中国内地、台湾、香港、泰国、菲律宾等亚洲市场,为韩国赚取了丰厚的外汇收入,带动了韩国国民经济的快速增长。

《恰同学少年》作为一部红色青春偶像剧,既没有走日韩青春偶像剧以爱情为中心的路子,也突破了红色经典剧写大事件大决策的思维定势,编导独辟蹊径,频出奇招,打开了一条以时尚娱乐形式传递主流文化价值观的新路。

《恰同学少年》(以下简称《恰》剧)的取材视角非常新颖独到。一位天才诗人在民族生死存亡关头力挽狂澜,统治了中国,这本身是个奇迹,里面有着太多可以大书特书的传奇。《恰》剧却坚持以平民化视角叙事,从生活常态方面描写伟人的青春成长过程,突出青春和时尚的元素,使毛泽东走下“神坛”,如同

在人类发展的历史上,每一阶段都有针对自己的

邻家少年一样出现在观众面前。剧中学生时代的毛泽东如史实所记载,爱好运动,热衷于打篮球、游泳,是长沙足球联队的守门员,创造了未失一球的纪录,并自创了毛氏“六段操”。特别有意思的是,他还以“二十八画生”作笔名在许多学校都贴上征友启事,这和当今的互联网交友时尚颇有几分神似。过去的红色经典剧在塑造伟人形象时,往往将其神化,完全摒弃了七情六欲,没有任何人性的缺点和弱点,因此难以激起观众的共鸣,《恰》剧则没有回避毛泽东青少年时代的缺点,如冲动、莽撞、倔强、自负等等。观众看到的毛泽东是在师长、同学的关爱下渐渐成熟的。如毛泽东刚入校门时,由于讲哥们义气,代考舞弊,差点害人害己。幸亏他遇见了孔昭绶这样英明的校长,既能明察秋毫,又能循循善诱,使毛泽东心服口服,立志做一个光明磊落的人。毛泽东的文章写得好,袁吉六老师赏识他的才华,同时又严格要求他,屡次指出其文章“锋芒太甚,须重含蓄”的缺点,毛泽东却不知领情,还与袁吉六老师发生冲撞。“驱张事件”表现了毛泽东意气用事的一面,在杨昌济的点化下,毛泽东才明白了将心比心、换位思考的做人道理。《恰》剧的平民化视角拉近了这位伟人与今天观众的距离,而毛泽东的扮演者谷智鑫很快声名鹊起,拥有了大批“粉丝”。

《恰》剧受到观众的普遍认同还在于它能将历史中的问题现代化,通过毛泽东的成长历程来反思现行的教育体制。剧情围绕“老师怎样教书育人,学生怎样读书成才”的主题展开,这是现在的老师、学生、家长都密切关注的社会问题。像毛泽东这样的奇才,却不是通才,他的数学成绩很差,尽管他也用了功,但成绩单拿回家还是让父亲暴跳如雷。如果放在今天的应试教育体制下,毛泽东是难以考上大学的。好在当年湖南一师的教育环境充满宽容和智慧,孔昭绶、杨昌济等老师能识英才、爱英才,并能因材施教,栽培英才,他们注重的是学生的能力、人品和志向,而不是以惟“分”是举,以教条戒律来束缚学生的心灵自由、主体人格和创造精神。湖南一师当年能成为藏龙卧虎之地,绝非偶然,它的教育方法和教育理念在21世纪仍有积极借鉴意义。

时至今日,距离毛泽东的青少年时代已很遥远,尽管历史的天空已发生了天翻地覆的变化,但《恰》剧中的“润之大哥”仍然可以和当今这个时代一拍即合,成为“80后”们的偶像。虽然不同时代的人对于所崇拜的偶像抱有不尽相同的心态,但有一点却是共通的,那就是希望通过将自身融入偶像之中而获得心灵的慰藉。在“80后”们看来,毛泽东没有家势,没有背景,还有着这样那样的缺点,其实和他们没有本质区别,却能通过自己的努力和意志成就一番伟业,这无

形中便点燃了他们对梦想的憧憬和自信,即每个人只要付出,拥有实力,就有机会获得成功。

将毛泽东与陶斯咏的初恋故事搬上荧屏,应该是该剧的一大卖点。历史上确有陶斯咏其人,她与毛泽东同为湘潭人,湖南巨商之女,身材高挑,面容姣好,号称“长江以南第一才女”。陶斯咏由杨昌济推荐加入新民学会,是当时一名出色的女将。毛泽东创办文化书社时,她是三个拿出十块银元的资助者中的一个。文化书社成立后,在1921年元旦,她和毛泽东等一班志同道合的人有过一次难忘的集会。在1918年和1919年毛泽东两次离开长沙的时间,给陶斯咏写过一些信,现在能查到的就有五封。陶斯咏在1921年去南京金陵女大进修,毛泽东在上海参加“一大”后返长途中,还曾经专程到南京停留,探望陶斯咏。此后,毛泽东走上了专职革命家的道路,陶斯咏则回周南任教,两人便聚少离多。陶斯咏致力于女性教育,在上海、长沙等地办女学,培养了丁玲等一批女弟子。1932年,她因病逝于长沙,享年37岁,终生未婚。《恰》剧在故事发展的主线之外穿插性地点缀了毛泽东和陶斯咏的初恋故事,并不仅仅是为了增加故事的观赏价值,更是为了借儿女之情,抒英雄之志。编导将两人的关系处理为陶斯咏对毛泽东有爱慕之意,而毛泽东始终不能发出信息,还当众定下了“三不”原则,即不谈鸡毛蒜皮的琐事、不谈个人的私事、不谈男女之情。才貌双全的陶斯咏最终没有征服毛泽东,因为毛泽东志存高远、心怀天下,他的心理指向始终对准的是民族的苦难、国家的前途和社会的责任,根本装不下只有两个人的温情和浪漫。导演龚若飞对《恰》剧所展现的爱情作了这样的解释:“作为偶像剧来讲,肯定是以爱情剧作为一个主料。作为《恰同学少年》,同样是青春偶像剧,爱情没有作为主料。一般青春偶像剧的精神层面不可能和《恰同学少年》相媲美,青春偶像剧的主题是如何正确对待爱情、如何专一,这是非常重要的。但是《恰同学少年》已经不是站在这个层面,是作为一种人生价值的体现,完善自我,把自己怎么融入自己所处的环境中,精神层面的东西是一般的青春偶像剧不能替代的。”^[1]如果说日韩青春偶像剧受到大众的厚爱在于它编织出一个个绚丽的爱情“白日梦”,迎合了大众消费群体的情感诉求和审美需要,那么《恰同学少年》作为红色青春偶像剧则淡化了爱情,主要从立志、修身、成才这一精神层面给广大青年观众以替代性满足,毛泽东从一位莽撞少年成长为时代英雄的历程无疑契合了当今青少年内心深处的成才“白日梦”。

《恰》剧制作精良,这表现在每一个镜头、每一缕光影和每一段音乐上。片头由谭仲池作词的主题歌《美哉 潇湘伟少年》配上刚健昂扬的旋律,一扫日韩

偶像剧的柔靡之音，具有先声夺人之势。演员全部启用新人，表演质朴自然，洋溢着青春逼人的气息。该片最震撼人心之处，莫过于它激发和唤起了一个时代的历史记忆和青春激情。每当看到这样的镜头：一群白衣胜雪的青年学子在蓝天下迎着初升的朝阳，齐诵《少年中国说》；毛泽东与同学们畅游湘江，感慨“自信人生二百年，会当击水三千里！”；他们在橘子洲头临江而立，发出震耳发聩的呐喊：“问苍茫大地，谁……主……沉……浮……”观众无不心潮澎湃、热血沸腾，明白了什么是青春无悔，什么是岁月如歌。编剧黄晖说，任何人都有蓬勃向上的青春岁月，《恰同学少年》就是一个展现青春梦想的舞台。毛泽东、蔡和森、杨开慧等人的青春，更是意气风发，才华横溢。“我们把伟人题材拍成青春剧，就是要告诉当代青年，青春原来可以如此动人，激情燃烧。”^[2]看过这部电视剧的观众一致认为，最感染他们的正是剧中人物的理想、志向、抱负和激情。一位网友说：“很久没有这种热血沸腾的感觉了，本来觉得自己的将来就是赚票子、买房子、养孩子。这个电视剧让我对人生有焕然一新的认识。我对着镜子中的自己说，我还是青春好年华，眼睛要擦亮，精气神要充足，我还可以有理想。”^[3]

二

要理解《恰》火爆的根源，还需要追问，这部电视剧是在什么样的文化语境下产生的？

《恰》从2001年开始策划，2004年12月26日正式开拍，到最终播出，前后长达6年。这一时期，随着商品经济的迅速发展，中国的文化主流经历了大众化转型，使文化越来越明显地出现了新的特征：“在功能上，它成为了一种游戏性的娱乐文化；在生产方式上，它成为了一种由文化工业生产的商品；在文本上，它成为了一种无深度的平面文化；在传播方式上，它成为了一种全民性的泛大众文化。”^[4]文化的大众化转型使中国影视作品成为供大众消遣的手段，在人物塑造、情节营构、视听造型等各个方面都渗透着商业策划的痕迹。无论是陈凯歌的《无极》，冯小刚的《夜宴》，还是张艺谋的《满城尽带黄金甲》，都以挥金如土的投资追求视觉奇观，除了令人眼花缭乱，震撼观众的神经末梢，内容却相当贫弱，更不用说精神力度和文化底蕴。面对这种泛滥成灾的，以色情、暴力、肉体、欲望作为卖点的商业片，人们已开始产生审美疲劳，转而呼唤一种真正具有深厚的人文关怀精神和心灵冲击力的大片出现。《恰》一扫当前影视制作媚俗、低级、消沉的趣味和套路，通过艺术的真实给人

以想像的崇高，表现出清新、刚健、质朴的风格，让人耳目一新，自然成为人们期待已久的精神盛宴。

另外，还有一个引人注目的现象与《恰》的热播存在相辅相成的关系，那就是“国学热”的出现。从20世纪90年代起，国学的行情一路飙升：国学班开办、国学大师开坛、国学短信开通、“国学博客圈”开放、国学讲座、孟母堂等纷纷成立……真可谓“千年礼乐归华夏”。国学，比较官方的定义是以儒学为主体的中华优秀传统文化与学术。追溯起来，悄然兴起的“国学热”其实是社会转型时期精神“寻根”现象的折射。所谓“寻根”，在这里即指在历史的参照下理解现实与未来，在中国传统文化中寻找民族精神的立足点，重建精神家园。面对西方文化的强势入侵以及商品经济对整个社会价值观的冲击，许多人充满迷惘、困惑和焦虑，感到“一切坚固的东西都烟消云散了，一切神圣的东西都被亵渎了”^[5]，精神层面的危机促使人们到传统文化里去寻找心灵的慰藉和归属，从而导致“国学热”的兴起。

虽然笔者不敢断定“国学热”是否对《恰》的策划起了推波助澜的作用，但有一点毋庸置疑，该剧从头至尾都以形象化的方式诠释了湖湘文化精神，湖湘文化也成为打造该片品牌的核心价值。湖湘文化是中华优秀传统文化的组成部分，春秋战国时代的楚文化是湖湘文化的早期母体，楚文化中的祝融文化和蛮夷文化是湖湘文化的直接源头，屈原、贾谊的忠君爱国、忧国忧民为其人格范本。近世湖湘文化则滥觞于南宋时期，周敦颐创建的理学，又称道学、新儒学，是湖湘文化主要的思想渊源。明清之际，王夫子集其大成，经陶澍、魏源、曾国藩、谭嗣同、黄兴、蔡锷、陈天华、毛泽东等发扬光大，形成百余年的历史文化奇观。

《恰》剧将湖湘文化理念像盐溶于水一样化入人物塑造和情节发展之中，突出和强化了电视艺术的认知功能和教育功能。在剧中，湖南一师的教师本着“欲栽大木柱长天”的精神教书育人，让观众在欣赏故事情节的同时也受到文化的熏陶和心灵的洗礼：校长孔昭绶借看望新生之际讲解湖湘文化“经世致用”的精髓，并在明耻大会上，不顾个人安危，慷慨激昂地发表“国家兴亡，匹夫有责”的演说；杨昌济用冰冷的井水进行晨浴，教育毛泽东磨炼意志、强健体魄，为理想坚忍不拔地去奋斗；徐特立宁愿自己过寒碜的生活，也要省下钱来让贫困农家子弟读书，以身体力行的方式指导学生俭朴为修身之本，只有不计个人得失，使尽可能多的人得到幸福，才会获得精神上的富有和快乐。这些良师的言谈举止富有超强的人格魅力，堪称体现湖湘文化精神的典范，观众在跌宕起伏的剧情中洗耳恭听他们侃侃而谈，并不认为是在接受生硬的“大道理”，而是在享受视听文化的精神大餐。

该剧浓墨渲染的是毛泽东、蔡和森、杨开慧、向警予、陶斯咏等一批青年才俊在湖湘文化的熏陶下，成为民族精英的过程。他们在青松苍翠的岳麓山上指点江山，在汹涌澎湃的湘江河内浪遏飞舟，在书香袅袅、剑气习习的岳麓书院激昂文字，纵横天下形势。特别是在临近结尾的关头，该剧描述了护法战争中三千北洋兵败往长沙，意欲洗劫长沙城，城中却无兵防守。危急时刻，毛泽东胆识过人，率领二百名赤手空拳的一师学生军，上演了一场精彩绝伦的“空城记”，一举将三千北洋溃兵全部缴枪。这一历史事件充满传奇色彩，有声有色地呈现了毛泽东等热血青年豪迈、奔放、一往无前的英雄气概和“心忧天下，敢为人先”的湖湘文化精神。

在拍摄过程中，剧组巧妙地利用本土资源，选取了古城长沙的历史文化建筑和自然景观作为摄制场景，使观众领略到“屈贾之乡”“湘楚名城”的独特魅力。此外，长沙的臭豆腐、九如斋的麻糖、湖南的花鼓戏也作为极具地域特色的人文景观穿插在剧情之中。

在今天，影视媒体已成为我们社会生活中的一种物质力量，视觉文化不只是反应和沟通社会生活，也在创造我们的世界。无论是个体、家庭，还是国家、民族，其信仰、价值和欲望都通过图像被折射，被建构，也被扭曲，从某种意义上说，影视传媒指导着我们的生存和发展。同时，我们也应看到，中国社会正处于世纪之交转型期，生活方式、价值体系、伦理范式、心理结构、审美取向等体现出失落、失范或虚无状况，庸俗影视剧的泛滥更使人的无所适从感、碎片

感和无意义感日益增生，社会因缺乏一种共同对精神偶像的认同而失去凝聚力。当李宇春、章子怡、张国荣、王菲、“芙蓉姐姐”被一代青年视为超级偶像时，我们的媒体是否应当躬身自省——我们有没有成功地给他们塑造一个“民族脊梁”式的偶像？谁来拯救我们的灵魂？谁来塑造我们的精神？谁来建构我们的价值体系？《恰》剧把握了社会文化结构的需求趋势，适时而出，通过艺术真实还原青年毛泽东在一师的求学历史，将湖湘文化推向了时代的潮头，给浮躁、彷徨、失落的中国人以“根”的感觉，满足了社会转型期观众精神寻根的审美期待，因此呼唤了一个巨大的潜在市场。《恰》剧的热播充分说明今天的观众迫切需要一种精神信仰的指引，这不仅是市场的需求，也是我们媒体的责任。

参考文献：

- [1] 龚若飞. 谈<恰同学少年>红色思想引领成材之路[EB/OL]. <http://ent.shangdu.com>. 2007-05-31.
- [2] 明星. 恰同学少年：革命题材“变脸”时尚的启示[EB/OL]. <http://www.hn.xinhuanet.com/jdwt>. 2007-06-18.
- [3] 张贺. <恰同学少年>创收视新高，红色剧也可如此青春[N]. 北京：人民日报，2007-06-08(11).
- [4] 尹鸿. 世纪转型：当代中国的大众文化时代[J]. 电影艺术，1997，(1)：26-28.
- [5] 马歇尔·伯曼. 一切坚固的东西都烟消云散了[M]. 徐大建，张辑，译. 北京：商务印书馆，2003.

To trace the spiritual source and to produce the idol ——Behind the hit of “*Young we were schoolmates*”

WEI Ying

(School of Chinese Language and Literature, Central South University, Changsha 410083, China)

Abstract: The author attempts to discuss the aesthetic and cultural rootage behind the hit of “*Young we were schoolmates*”. To narrate in common people’s visual angle, to modernize historical matter and to construct youthful daydream about becoming a useful person on the level of setting one’s ambition and cultivating one’s morality make this teleplay successful in producing the idol. Huxiang Culture is a kernel value of the teleplay, which meets spectators’ aesthetic expectation to trace the spiritual source.

Key words: “*Young we were schoolmates*”; Huxiang Culture; idol

[编辑：苏慧]