

自恋主义视角下“凡尔赛文学”的传播特征探析

何秋红,王思源

(河海大学 公共管理学院,江苏 南京 210000)

摘要:基于自恋主义理论视角,分析网络自恋化环境中出现的新表现形式——“凡尔赛文学”的网络传播特征与兴起原因。“凡尔赛文学”的传播极度依赖社交媒体,其生产和再创作现象成为网络自恋化的新的表现形式。社交媒体也为那些试图通过网络寻求自我认可的人群提供了平台,从而进一步加剧自恋化环境。“凡尔赛文学”的传播体现了网友对自我表达的极度重视以及其中的自恋心理,进而引发了集体表演。社交媒体的非匿名性和私密化加剧了自恋化环境。同时,在对“凡尔赛文学”产生的社会效应剖析中发现,对精致幻象的沉溺、个人价值追求的偏差都会进一步加剧身份认同焦虑。

关键词:“凡尔赛文学”;自恋主义;身份认同;传播特征

中图分类号:C912.6;G206 **文献标识码:**A **文章编号:**2095-9303(2022)03-0011-08

近年来,“凡尔赛文学”成为社交平台上的热点,它通过明贬暗褒、自问自答的写法,达到看似抱怨、实则显摆炫耀的目的。作为网络自恋化的新表现形式,“凡尔赛文学”依托社交媒体,给“凡学家”^①们提供了极大的展演空间,引来了众多网友的跟风模仿,其现象特征值得分析与探究。现有的相关研究普遍从戈夫曼的拟剧理论视角出发,探寻“凡尔赛文学”的自我呈现与表演。但这一现象已不仅是网友个人的表演,而是一场社会范围的集体狂欢,是人们自恋心理的集

中体现,因此本文从自恋化环境出发对这场集体狂欢进行探析。

“自恋”一词来源于希腊语 Narcissus。古希腊神话中,复仇女神诅咒 Narcissus 此生得不到他人的爱,最终 Narcissus 因为迷恋上了自己在水中的倒影憔悴而死。1914年,弗洛伊德在《论自恋》一书中将“自恋”一词引入精神分析学,认为健康的自恋是个体正常发育过程中的重要因素^[1]。这是最早对自恋进行的理论系统阐述。继弗洛伊德后,心理分析中的社会文化学派注意

收稿日期:2021-12-22

基金项目:中国博士后科学基金第63批面上资助获资项目“传媒与失地农民城市适应研究”(2018M631991);河海大学2019年中央高校基本科研业务费项目“媒介化社会背景下失地农民与城市融合研究”(2013/B19020076)

作者简介:何秋红(1981—),女,河海大学公共管理学院副教授,复旦大学新闻学院博士后,研究方向:新闻传播与社会。

王思源(2000—),女,河海大学公共管理学院新闻传播学2017级本科生。

①凡尔赛文学所展现的话语规则和套路被称为“凡学”,而熟悉凡尔赛文学套路的人,则被网友称为“凡学家”“凡尔赛人”等。

到了社会文化因素对人的作用。在消费时代的背景下,美国社会学家桑内特提出了“自恋主义”,他认为占主导地位的社会性格是高度关注自我的内在导向型。在这样的社会中,每个人都变得极端自恋,所有的人际关系都渗透着自恋的因素^[2]。与桑内特一样,美国历史学家克里斯托弗·拉什也在《自恋主义文化——心理危机时代的美国生活》一书中把自恋主义定义为一种社会现象,认为自恋主义是消费社会的文化特征^{[3]10}。他对现代社会的自恋主义文化进行了深度剖析,分析了二战后美国出现的自恋主义风潮,从社会心理学的角度分析认为自恋是整个社会文化变迁中出现问题的最主要“原始作祟者”,整个社会都是一场自恋大流行。他认为,自恋主义必须在心理学理论的基础上进行探讨,且具有各个历史阶段的特殊性。“每个时代都有其独特的病态形态,并用夸张的方式表达出其内在的结构。”^{[3]39}科学技术的发展、媒介的更新演变使得人们在以“我”为中心的网络空间中无限放大自我的幻觉,导致人们更加忽视外部的世界,加剧了自我利益至上的自恋主义倾向,甚至由于过度注重自我而焦虑。这便产生了自恋主义者最矛盾的状况——他们不关注外界,又需要依赖外界的注意以实现自恋的回馈。简单来说,具有自恋心理的个体无法脱离能获得抚慰和夸耀的外界。

本文从自恋主义的视角出发,对“凡尔赛文学”进行解剖与阐述,并探析作为自恋主义新表现形式的“凡尔赛文学”的特征与兴起原因。结合网络环境,深入分析当代社会中人们热衷“凡尔赛文学”传播的原因。

一、“凡尔赛文学”概述

“凡尔赛文学”早在我国古代诗词中就有所体现。如诗仙李白的“小时不识月,呼作白玉盘”,表面上写的是儿童时期对月亮模糊的认识,

实质上呈现了一个家境殷实、生活无忧的富家公子形象^[4]。在媒介技术不够发达的时代,小范围的传播无法发展为时代的文化热潮。随着社交媒体的盛行,以个体为中心的社交化舞台使得网友可以通过特定的展示方式、精心设计的时间定格来完成展演,“凡尔赛文学”成为网络语境下炫耀方式的新体现。

2020年2月,微博幽默博主“小奶球”在微博上发布了名为“凡尔赛玫瑰#凡尔赛文学研究与实践#”的图片文字。起初,“凡尔赛文学研究与实践”的话题仅限于小众传播,专门展示带有炫耀话语的粉丝投稿,以讽刺这样的表达方式与炫富者。同年5月8日,“小奶球”从日本少女漫画《凡尔赛玫瑰》中得到灵感,把这类“用看似低调的话语进行极为高调的炫耀”的文体正式命名为“凡尔赛文学”。在《凡尔赛玫瑰》中,作者刻画了十八世纪末凡尔赛宫的浮华奢靡,“凡尔赛”在这里就象征了“贵族”“华贵”与“奢靡”。之后,网友开始钻研如何使表达更加贴近“凡尔赛”的特征,并于同年5月22日在豆瓣创建了“凡尔赛学研习小组”,这一社群对“凡尔赛文学”进行了深入的探讨与分析。同年6月,组内已有超过42000位组员,其精华帖内容大致分为“凡尔赛文学”教学类、普通炫耀与凡尔赛炫耀对比类以及“凡尔赛文学”要素分析类。《南方周末》很快关注到了这一豆瓣小组,并于7月发表《“凡尔赛文学”:关于身份与财富的想象》一文,称“凡尔赛文学”正在社交网络中流行,称“小奶球”为“凡学”创始人。同年8月,“小奶球”在微博上发布了“凡学十问十答”,对网友好奇的“凡学”问题予以解释与回答。“凡学+问+答”被网友称为“凡尔赛文学”的实用教材。

但真正将“凡尔赛文学”引爆网络的是新浪微博作家认证账号“蒙淇淇77”。2020年11月,博主“蒙淇淇77”发布的偶像剧式情感语录被网友翻出,在社交平台上得到了超高的讨论热度与

持续的话题度。“蒙淇淇 77”通过忧伤、抱怨、寻常的反向话术向网民展示了“优越的”北京中产生活。如“我一时冲动配了一副七万七的眼镜，18k 金的，配完就后悔了”“一个人在家哭太惨了，要去维多利亚港哭”。经过网络发酵与媒体传播，“凡尔赛文学”正式出圈，演变为一场人人皆“凡”的网络狂欢。和博主“蒙淇淇 77”一样的“凡尔赛文学”的“作者们”企图用朴实无华的话语进行炫耀，也获得了网友们以讽刺为初衷的跟风效仿。截至 2020 年 11 月底，“凡尔赛”和“凡尔赛文学”的百度指数日均值分别为 25519 和 38714，“凡尔赛”的百度指数日均值同比上升 4361%^[5]。“凡尔赛文学”也于同年 12 月 4 日入选《咬文嚼字》2020 年度十大流行词。

此外，“凡尔赛文学”的要素模型也在网友的讨论与互动中不断完善。“小奶球”在最初命名“凡尔赛文学”时，为了让大家更好地理解其特征，建立了三要素模型，即先抑后扬、明贬暗褒，自问自答，以及灵活运用第三人称视角。但部分网友认为，社交朋友圈中“自问自答”的表述未必是炫耀显摆，提出在判断信息表述是否为“凡尔赛文学”时应该计算信息的有效率。为了避免正常言论被当作凡尔赛式的显摆，扩大“凡学”的普适性，豆瓣用户“唧唧富唧唧”对三要素进行了补充延伸，最后调整为：不必要的自我贬低、不必要的他人视角的夸赞和低信息有效率。

二、自恋主义视角下“凡尔赛文学”的传播特征

在“凡尔赛文学”从产生到传播的过程中，网友持续的参与行为体现了大家对个体表达效果的极度重视。自我满足与自我关注是自恋的高度体现，网友参与“凡尔赛文学”传播的过程与其自恋心理是密不可分的。通过自恋主义理论视角，可以发现“凡尔赛文学”在网络上的传

播特征有如下四点：

（一）集体狂欢：传播内容的符号化

根据发展时间线分析，与“凡尔赛文学”类似的形式之前在网络上就存在。网友“小奶球”为这种语言表达方式进行命名，“凡尔赛文学”才真正作为符号出现，进而引起讨论热潮。热烈讨论“凡尔赛文学”的群体，无论是在豆瓣上出现的“凡尔赛学研习小组”还是在微博超话，大家都围绕着这一符号展开讨论，包括模仿“凡学”、钻研“凡学”的特征等。网络上还一度出现关于“凡尔赛文学”的问卷，通过选择题的方式提问什么是真正的“凡尔赛文学”，测试网友对“凡尔赛文学”的了解与熟悉程度。被测试者的情绪也因这一自制问卷的“成绩”而产生波动，“成绩”好的人受到激励继续投入对“凡学”的研究中。

网友在嘲讽中为“凡尔赛文学”建构了一种符号，并指向了新的语义。“凡尔赛文学”的本意是炫耀，但网友们的出发点是讽刺，网友把“凡尔赛文学”“凡学”“凡尔赛”等词汇与爱炫耀、爱表演、虚伪刻意或自我感觉良好的语义关联起来。这些符号成了他们吐槽与娱乐的工具，他们称这种实为自恋化的社交网络语言模式为“文学”更是赋予了其类似于某种学派式的崇高意义。巴赫金曾在文学理论中提出“狂欢化”概念，即狂欢节的庆贺、仪式、形式在文学体裁中的转化与渗透^[6]。网络空间为“凡学家”创造了情感交流与集体狂欢的跨时空场域，以嘲讽为初衷的普通网民也纷纷被吸引，加入这场对自我进行展示与炫耀的聚会。在狂欢化的广场舞台上，网友可以暂时脱离现实社会的钳制，通过对“凡尔赛文学”的戏仿、调侃以实现抵触拜金主义等负面情绪的宣泄。

（二）解构精英：传播者“想象的共同体”

网友在热火朝天地研习“凡学”的同时，也在对“凡尔赛文学”的源头，即情感作家“蒙淇淇

77”所发的原文进行解构。起初，“凡尔赛文学”是一种在社交圈展现精英形象的拜金主义式的炫耀。而网友通过戏仿这种“精英”的表达形式，纷纷造句以满足对“精英”生活的想象。之后，玩梗的网友不再热衷于在社交媒体上进行自我呈现，不再热衷成为“精英”，而是选择想尽办法解构精英，通过网络虚拟环境下想象共同体间的情感联结与新话题的制造去抹杀阶层存在的差异^[7]。尤其在社会转型的背景下，阶层固化、流动性不足的问题日益突出，普通网友在面对这群“精英”的炫耀时往往会产生抵触情绪，故借“凡学”的话语表达来调侃这种拜金主义，拆解“精英”的虚伪炫耀。在“凡学研习者”的相关社群里，他们并不在乎他人是否和自己生活条件相当，或一定要没有优越生活条件的人才有资格参与对精英的解构。只要不是他们眼中的凡尔赛式精英，就能与他们组成一个阶层共同体，去共同对抗“凡尔赛文学”带给他们的不快，享受解构虚伪炫耀带来的快感。这样的行为无疑冲击了精英至上的传统主流意识，吸引了更多人的好奇与关注。相较于打造精英人设，解构精英更能使他们获得快乐与满足感。大众早就疲于羡慕网络上的同质化炫耀，当一个崭新的观点出现，人们以媒介为依托不断进行互动式的回应，在彼此观点的交流中构筑出一个“想象的共同体”。

在“凡尔赛文学”的话题中，部分“凡学”文本的制造者仍在企图通过炫耀自身条件的优越来吸引人们的眼球，但有趣的是，这些对物质财富的拜金主义式炫耀，已经被淹没在以讽刺为初衷的“凡学”模仿者们社交网络的信息大海中了。以炫耀为初衷的文本产出者不再受到关注，也不再有人在乎他们发出的具体内容是什么，热衷于解构精英的网友通过再创作使层出不穷的新话题覆盖了原来的旧话题。

（三）再创作接力：传播过程的互动游戏

“凡尔赛文学”所造成的裂变式传播来源于

网友对其进行的再创作，其爆火网络的契机也源于这场“再创作”热潮的兴起。综观网络世界的公共社交，再创作现象并不少见，其中最为大家熟知的当属网络流行语“XX体”的风靡。二者的传播路径异曲同工，都源于创作者的非刻意言论。网友筛选那些有梗的文本，提炼出文本的语言结构与风格，再进行复制、拼贴等再创作，往往能够造成大规模的效仿与互动。这是娱乐的消费产物，娱乐性也是其首要意义。但这一娱乐性的体现是个人难以完成的，制造这场大规模互动传播的前提是，使其成为一场轻松的娱乐游戏。在“凡尔赛文学”的再创作中，网友对原作文本进行了完美的复刻，成了“凡尔赛文学”合格的再创作者。在“蒙淇淇77”等自我人设精心包装式的文本基础之上，再创作者对其进行戏仿，在对文字语言进行转换、变形的游戏中追寻快乐，并在这一过程中形成一套具有“凡尔赛文学”专属文风的表达方式。这种表达风格率先被部分网友总结成固定的模板，使得后续参与的网友便于学习模仿，再生成新的二次创作。随着再创作文本内容在网络上越来越多，参与再创作的网友也越来越多，由此不断衍生的诸多变体吸引了更多的注意力，“凡尔赛文学”也得以广泛地传播。

例如豆瓣上成立的“凡尔赛学研习小组”，在创建初期专门为大家总结“凡尔赛文学”的语言模式。其中有两篇精华帖为“凡学笔记：怎么分辨普通炫耀和凡尔赛”和“凡学公式”，内容大致为总结“凡学三要素”及“凡尔赛文学”模型成立的公式，详细讲解想要达到纯正的“凡尔赛文学”需要具备哪些语言要素及怎样的信息呈现。这类总结性的科普帖增强了网友在再创作“凡尔赛文学”时的趣味，能使他们更加快速地掌握“凡学”的精髓，从而较快完成再创作。这种便利与趣味使得越来越多的网友参与到这场再创作的游戏里，在游戏中完成“凡尔赛文学”的传播。

(四) 网络模因:传播渠道的反向延伸

模因一词最早源于生物学领域,简单理解就是生物生存和衍生需要的基因,通过复制、模仿、变异与选择的过程逐渐实现演化。随着新的媒体形式的发展,网络模因指的是内容单元通过互联网的传播,进而发生变化,成为一种“梗”或是“套路”^[8]。“凡尔赛文学”具有网络模因的特征,这体现在文本的复制性和扩散性上。一方面,“凡尔赛文学”中所传达的拜金、炫富、高调等理念,在进入大众视野时便遭到了嘲讽、戏谑等娱乐化语言的解构,其文本可随时被翻译和修饰。另一方面,“凡尔赛文学”因易于大量复制、模仿而得以成为广泛传播的符号。

同时,“凡尔赛文学”在后期的传播上还有一个明显的优势,即其语言模式十分口语化、生活化。网友不再只是机械地摘录“凡学语录”,而是将其与现实生活场景拼贴起来。比如网友们将“蒙淇淇 77”的“真羡慕”穿插到了各种生活场景中,如“真羡慕那些可以随随便便离家出走的孩子,我都出来一个月了,还没走出我家草坪”“真羡慕单身的日子,天天吃男朋友做的煲仔饭都吃腻了”等。这些语句带有随口且不经意的炫耀语气,以夸张化、模板化的铺垫性语句作为开头,以相反的现实场景描述作为结尾。这些特征使得“凡尔赛文学”更加容易进行口头上的模仿,语言风格也更为生活化,进而使得它不仅会在社交媒体上传播,更增加了人们面对面进行人际传播的机会,在网络社交占极大比重的社会环境里,将传播渠道进行了回溯式的反向延伸,即人际传播从面对面到虚拟空间的渠道打通。比起在社交媒体空间的“前台”进行自我呈现和在网络虚拟场域中的伪装,“凡尔赛文学”的传播趣味性更强,既不会使人们羞于启齿也不过于书面化。口语化、生活化的语言风格更便于表达出“凡学”夸张的语气,一定程度上增加了“凡学”模仿的完成

度,加剧了传播者的个人满足,传播者在传播中能够对其特征更加感同身受,使得传播效果更好,从而使更多人加入再创作的游戏中来。

三、自恋主义视角下“凡尔赛文学”兴起的原因

“凡学家”们制造的“凡尔赛文学”在网友戏仿、调侃的解构中演化成为出圈热词。其兴起与自恋化的社会环境、心理因素都有着密切的联系。通过自恋主义理论视角,可以总结“凡尔赛文学”兴起的原因有如下三点:

(一) 社交媒体加剧了自恋化环境

网络自恋文化的出现,主要得益于科技发展背景下移动智能终端的大范围普及,以及社交媒体的不断演化。社交媒体的最大变化在于其非匿名性的发展。完全匿名化的环境会使人们难以达到有效的表达,从而因自我表达缺乏受众而感到沮丧。从“有效表达”这一需求上,社交媒体演化至具有非匿名性这一特征。与此同时,社交媒体不再仅仅是公共事件的传播平台,其私人性在日益彰显。越来越多的人通过社交媒体进行私人生活的展演,社交媒体已经成为人们自我表达与呈现的便利工具。“凡尔赛文学”的传播极大地依赖着社交媒体,其生产和再创作现象成为网络自恋化的新的体现形式,社交媒体也为那些试图通过网络寻求自我认可的人群提供了平台,从而进一步加剧自恋化环境。

1. 社交媒体具有非匿名性。互联网出现的早期,人们热衷于在网络上进行匿名社交。人们摆脱了现实生活的桎梏,在网络上通过对自己身份的伪装体验一种新的生活,或将网络世界视为逃避真实世界的乌托邦。在匿名网络社交时代,人们不需要顾虑自己的真实身份,能够拥有更平等的社交权力与有一定保障的言论自由。但其

弊端在于,处于一个完全匿名的网络世界中,人与人之间的交流没有了义务的束缚,人与人之间的联系也相对松散。无法暴露自我也就无法展示自我,能够与陌生人畅谈无阻也就意味着熟人社交方面的空缺。而非匿名化的出现有效地解决了这些问题。非匿名化的网络世界,并不意味着必须实名化,而是让人们拥有了对匿名与否的选择权利,非匿名而可虚构。在非匿名的社交媒体中,人们可以选择公开自己的真实信息,分享自己的生活,也可以选择用虚构的信息展现自我,通过固定的网名和头像创造自己的身份。这种非匿名性的网络社交更加“有效化”,激发了网民的表达热情。在“凡尔赛文学”的传播中,始发者得以展示真实的自我从而达到高调炫耀的目的,网友们也得益于社交媒体的非匿名性,能够进行群体性的交流,最终抱团成为一个共同体。

2. 私语化的有效表达。社交媒体的非匿名性让网民拥有了得以代表自己的身份。无论是真实或者虚构,他们都拥有了以独立身份表达自己的渠道,这也体现了网络社交的私人性。拥有了这样的权利和渠道,网民自然也不需要局限于对公共事件的集体探讨,可以专注于更碎片化的自我呈现,这使得社交媒体拥有了私语化的特征。随着互联网技术的不断发展,社交媒体私人性的体现也越来越显著。互联网逐渐成为服务于人们日常生活的重要工具,以满足人们在互联网上各种各样的需求。对于社交媒体来说,人们无论发布什么样的信息,都可能得到来自其他网友或是熟人的回应。能够在社交媒体上自由地发布自己想发布的信息,且能够得到社交媒体上其他用户的反馈,使得网民的表达欲望被不断激发,社交媒体的私语化也愈演愈烈。“凡尔赛文学”的传播,几乎是社交媒体私语化的完全体现。社交媒体提供了网民自由讨论的空间,使事件迅速发酵并持续保持热度。网民嘲讽解构、集体模仿创作与建立“研学”社群,使得每个人的自我

表达更加有效,也使得社交媒体的“社交”功能得到极大的发挥。

(二)期待“独特自我”的身份认同焦虑

人们在现实生活中无法获得足够的关注以满足对自我的认可,因而以一种自我关注的形式对心理的缺失进行填补^[9]。网络语境下的自恋主义,体现的已经不是单纯的自我呈现与展示,而是对自我身份的定位迷失,对自我身份认同的焦虑感。莱克维茨在《独异性社会》一书中提出,中产人士的一个典型价值观就是追求那个“独特的自我”^[10],想和别人不一样。学会欣赏自己,几乎是现代人要活下去的心理支撑。现代社会的人们往往缺乏这一心理支撑,包括“凡学”的传播者,其行为本质也是在竭力博得他人的关注与认可,只是传达的价值观有所不同,但都能反映出人们对于身份的焦虑与自我认同的缺失。

“凡尔赛文学”的表象归根结底为网络的“晒”文化。这一现象从社交媒体开始具备个人在公共平台进行表达的功能时就已经出现,并陷入了一种无休止的恶性循环。当通过社交媒体进行自己生活的展示时,人们渴望从他人身上得到高度的关注,以此实现炫耀的目的。一旦这种网络炫耀的秀场搭建,人们便不再关注本身的生活,转而去集中注意力创建自己虚幻的形象。只要在社交媒体上展示了自己优越的生活,就仿佛拥有了优越的生活。科技发展带来了“镜子房间”效应,生活可以被成像保存以反复观看、言论可以被记录以不断品鉴。当所处的环境变成充满镜子与回音的密闭空间时,自我的形象被反复叠加,就加重了这种对自我认同的焦虑感。这使得人们渴求寻找一种新的方式去刺激炫耀的秀场。他们不仅要展示最完美的自己,而且需要创造新的形式吸引他人眼球,以获取关注度。“凡尔赛文学”的创作者们,放弃了普通的网络炫耀

形式,不屑于明显而直白地进行炫耀,于是绞尽脑汁地创造了一种新的语言形式。当然,也许他们的本意并不是创造一种新的语言形式,更多的是为了突出自己的与众不同,从而获得双重的满足感。其中,“凡尔赛文学”的创作内容大多围绕房、车、工资等阶层划分的标志,或是关于学历、智商等实现阶层跨越的优势;情感上则抒发了对生活现状的自我满足与肯定^[11]。这些包含了人们对“独特自我”的期待,是应对身份威胁的一种积极心理学实践。与此同时,这一秀场上的每个人都渴望将自己包装成完美的作品进行展示,始终对自己且仅对自己保持强烈的关注,从而不断加剧自我身份认同的焦虑,刺激着新的炫耀形式的呈现。

(三)集体自恋主义引发的表演共性

人们自我表达与呈现的方式在随着社交媒体不断进化而发展演变时,也受到了社会的极大影响。沉迷于通过社交媒体进行自我表达的人通常不会过多关注外界的生活。真实的世界无法给他们吸引力与满足感,是导致他们投身于网络的根本原因。吉姆·豪根在20世纪70年代就认为“集体自恋主义”已经成了社会的主要倾向。人们认为“既然‘这个社会’已经到了穷途末路,那么明智之举就是为了眼前而生存,着眼于我们自己的‘个人表现’,欣赏我们自己的腐败,培养一种‘超验的自我中心’”^{[3]4}。集体自恋主义的源头是他们对整个社会的漠不关心,因而他们在专注自我中能够获得一个普遍的共性。当他们遇到自己的同类时,他们能够感知从而自动加入其中。当网友们创建了“凡尔赛文学”的符号后,他们产生了一种对现实的幻觉,并接受了这一幻觉所引发的集体表演。公共生活和私人生活都已经带上了表演性质,夸张化的表现形式正试图抹杀艺术与生活之间的区别,加剧了表演的荒诞性。“凡尔赛文学”的词义中,“凡尔

赛”代表了奢靡浮夸的华贵生活,其本质还是社交媒体的自恋式炫耀,但网友为其加注了“文学”这一后缀,开启了广泛的二次创作,对“凡学”的研究变成了“研习”。以上种种表现不仅实现了“凡尔赛”到“凡尔赛文学”的意义转向,更实现了网友的自我满足心理。当他们进行“凡尔赛文学”的二次创作时,他们会真实地把它当成一种“文学创作”。在豆瓣的“凡尔赛学研习小组”中,无论是发表精华帖还是积极探讨的组员,都将其当成一种规范而有体系的学科研究。显然,“凡尔赛文学”并非真正的文学,但这一语缀的滥用使得表演者自主拉近了自己与艺术作品的距离,从而陷入了这场荒诞的集体表演。他们集体追逐和推崇自己所构造的“凡尔赛文学”符号,醉心于自己对“文学”的创作与“学术”的研究,沉迷于对自我表演的欣赏。他们既是表演者,也是鉴赏者,并依赖他人对自己的注意,加剧了“凡尔赛文学”的后创作与传播。

四、结论与讨论

在泛娱乐化时代,快消性的网络热词不过是娱乐的工具。当新鲜感不再,趣味性也就随之消失,人们就会选择抛弃它去寻找下一场狂欢。“凡尔赛文学”将和以往的网络热词一样,最终被人们所淡忘,成为时代发展阶段的代名词。但其背后产生的社会效应仍值得探讨与思考。

首先,“凡尔赛文学”从出现到传播,始终沉溺于精致幻象之中,即传播者通过装饰自我并将虚拟身份呈现在社交平台上,追求聚光灯式的关注与崇拜。但虚假幻象无法一直迎合网民的心理诉求,终有一天会失去关注度,甚至被精致的幻象反噬,再次跌入孤独的深渊。其次,人们对于身份认同的焦虑从未间断,人们往往通过他人对自己的关注度来衡量自我价值。他们虚构或是表演以塑造完美形象,但无数次对自身瑕疵的

填补,只会放大缺陷使其更加焦虑,从而进入恶性循环。互联网时代的主流意识始终在宣传人们价值的多元化,“凡尔赛文学”的创造者与传播者却在不断追逐社会认同中单一价值的获取渠道,最终导致在对个人价值追求的偏差中无法平衡自己的心理状态,使价值偏差下的身份认同焦虑进一步加剧。

换个角度来看,“凡尔赛文学”一开始就遭到了人们的解构而不是真正的盲目效仿,这也说明了其传播的价值观受到了大部分人的抵抗。在长期追逐物质的社会环境下,拜金主义已经让人们感到疲倦甚至厌烦。当一种超出了日常可接受范围的炫富行为出现,人们终于忍无可忍,对此发起了反抗。纵然社会已经开始对拜金主义进行抵制批判,但不可否认,网络角色的虚拟性使人们已经习惯于包装自己的日常生活,网络自恋化的表现形式仍会不断地更新,仍有无数人渴望通过社交网络完成自我形象的伪造去博得他人关注,从而获得自我的满足。在对“凡尔赛文学”现象特征与兴起原因的探析中,我们可以看到它所反映出的病态化心理,其背后仍有更多的社会意义值得我们去探究。同时,也希望沉迷“凡尔赛文学”这场盛大狂欢的网友们能摆脱身份认同的焦虑,去真正地拥抱反“凡尔赛文学”的精神,努力创造实际的人生价值,摒弃精致的幻象,抽身自恋的禁锢,脚踏实地地享受生活中真实的美好。

参考文献:

- [1] ROBERT RASKIN, HOWARD TERRY. A principal components analysis of the narcissistic personality inventory and further evidence of its construct validity [J]. Journal of personality and social psychology, 1988(5):890-902.
- [2]朱伟珏. 消费社会与自恋主义——一种批判性的视角[J]. 社会科学,2013(9):62-71.
- [3]克里斯托弗·拉什. 自恋主义文化[M]. 陈红雯,吕明,译. 上海:上海文化出版社,1988.
- [4]许高勇,罗林丽.“凡尔赛文学”的网络呈现、价值偏离与文化症候[J]. 传媒观察,2021(5):47-53.
- [5]吴熙倡.2020 年青年亚文化十大热词[EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/nGpv6fgBREvJEDhzQyXrfQ>.
- [6]马川,付莹.“祖安化”语言暴力的线上狂欢、倒灌现实与自我消解[J]. 上海文化,2021(12):80-88.
- [7]易之. 凡尔赛文学——“拜金主义”的狂欢与解构[N]. 文艺报,2020-12-21(7).
- [8]陈世华,祝越.“凡尔赛文学”的传播政治经济学批判[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版),2022(3):64-72.
- [9]杨深浙. 自媒体下的自恋文化[J]. 新闻爱好者,2011(20):38-39.
- [10]安德雷亚斯·莱克维茨. 独异性社会:现代的结构转型[M]. 北京:社会科学文献出版社,2019:217.
- [11]陈怡宁.“凡尔赛文学”中戏仿与对抗的分析[J]. 青年记者,2021(8):100-101.

(责任编辑:宋鑫)