

# 傳統為何異樣紅？：透視 B 站“國風熱”背後的深層角力

董筠，自由撰稿人，文化縱橫，20210618

## ■ 角力：“國風熱”背後的兩種聲音

當下中國，伴隨傳統文化復興而來的“國風熱”無疑是一個引人注目的文化現象。從錦心繡口的詩詞大會到衣袂翩翩的漢服盛典、國潮時裝，從雪後初霽的故宮之美到堪稱驚豔的“唐宮夜宴”、“水下洛神舞”，從鄉野牧歌火遍全球的四川姑娘李子柒到作品亮相米蘭時裝周的 B 站 UP 主“雁鴻 Aimee”，由國學、國藝、國漫、國樂等彙聚而成的古風回歸，某種程度上代表了一種流行的審美趨勢。

正因為流行，圍繞“國風熱”的爭論也此起彼伏，呈現為兩種不同觀點的角力：持正面意見的一方，認為國風之熱背後是令人熱血澎湃的民族自豪感和文化認同感。當代國風，不再是“土味”或“落後”的符號，而是一種傳統元素再創新的文化現象，也是一股已經產生國際影響力的文化浪潮，其對於增強文化自信乃至提升國家軟實力，有著潛移默化的重要作用。

持負面意見的一方，則猶疑時下各種帶著文化政治和商業目的、注重外在形式的傳統創新，只是對傳統的刻意偽裝，而非真正的文化復興。而在另一些人看來，中國的現代化進程尚未完成，中國的時代方向在於繼續面向現代化、面向世界、面向未來，而不是回歸傳統或尋求復古。

這種輿論的分歧並不是新鮮事。國風之辯的背後是傳統之辯，而如何對待傳統，是現代中國的一個核心問題。古代中國曾位於世界文明的中心地帶，雖然經歷王朝更迭，人們對傳統的理解卻保持了連續性；但在近代西方列強入侵中國之後，國人對自身文化的理解被一步步敲碎，以至於驚歎遭遇了“三千年未有之大變局”。救亡圖存之際，否定傳統、效仿西方的激進主義，成為近代歷史的主要思潮。如歷史學者林毓生所言：“二十世紀中國思想史的最顯著特徵之一，是對中國傳統文化遺產堅決地全盤否定的態度的出現與持續。”

然而，傳統有著頑強的生命力，在激進主義消退後的當代中國，文化傳統依然與日常生活交融在一起，特別是改革開放以來，處於市場衝擊和精神困境中的中國人，開始重新尋求各種形式的傳統文化，並以自己的方式重新詮釋傳統。時至今日，如當代新儒家代表學者杜維明所言，決定中國現實社會與經濟生活的根本價值的，仍然是在這片土地上幾千年來曾經起著決定性作用的文化及價值觀。但這並不意味著傳統文化之爭的終結，相反，進步與守舊、創新與復古、自省與自信之間的張力始終存在，並且構成復興傳統過程中一種取其精華、去其糟粕的矯正性力量。

## ■ 邏輯：當代傳統文化生產的悄然轉換

如果說圍繞傳統文化的思想角力，構成其復興過程的矯正性力量，那麼，近 20 年來中國文化生產邏輯從國家化到資本化再到分眾化的悄然轉換與有機整合，則是“傳統為什麼這樣紅”的直接推動力。進入 21 世紀以來，面對社會精神文化的困境和外部世界的意識形態壓力，打造“文化強國”、重建“文化自信”成為中國的國家戰略，而傳統文化則被視為文化重建的核心資源。

在新世紀的文化生產過程中，國家始終扮演著主導者的角色：一方面對內復興傳統文化，將改造後的傳統價值要素注入社會主流價值觀，確立文化自覺性和正當性；另一方面對外主動發展文化軟實力，通過宣揚中國傳統特色文化、推廣中文教育和國學文化等“去政治化”的柔性方式，來改善國家形象。此後，在文化體制改革所掀起的文化產業化浪潮中，文化產業資本逐漸崛起。資本力量和媒體力量的深度結合，推動了大眾文化市場的空前繁榮，也將消費主義邏輯深深地嵌入社會文化肌體。作為這一歷史過程的結果之一，傳統文化也經歷了形形色色的商業化改造，變成一種文化產品，融入當代中國人的文化消費模式之中。

國家、資本和媒體的合力推動，使得傳統文化呈現出復興之“形”，但其復興之“實”，則出現在民間力量大規模參與傳統文化體驗和文化創作、形成全民圍觀的“國風熱”之後。

特別是近年來，隨著中國進入“視頻社會”，以青年為主力的民間力量開始借助 B 站等視頻平臺加入國風創作熱潮。他們對傳統的最初瞭解可能來自於古裝電視劇、小說或是故宮角樓販賣的文創產品，但卻因為片刻的回眸而被“國風”之美所吸引，進而對傳統文化留下了親和的印象。例如設計作品登上米蘭時裝周的 80 後 UP 主“雁鴻 Aimee”，其之所以致力於打造原創的國風手工作品，最初原因是覺得《延禧攻略》影視劇的頭飾“很美麗”。

不同於以往“策略性”的文化輸出，他們的創作邏輯更多源于自發性，因而也呈現出有別以往的文化風貌：這些將國風視作生活方式的年輕人，在內生熱愛的基礎上重拾非遺手藝，用“笨功夫”將幾近失傳的蘇繡、掐絲琺瑯、榫卯工藝等從祖輩那裏接過來，為了完成一件成品而付出數千小時的努力，幾乎是常態。而他們的手工創作也不是對傳統手藝的簡單模仿，而是融入現代元素的改良創新：比如 UP 主糖王周毅將街邊捏糖人技藝與手工文化相結合，耗費一年時間建模重現《清明上河圖》。而國風手工作品愛好者雲集的 B 站，更是與最近因舞蹈視頻出圈的河南衛視，聯合出品《上下舞千年》節目，將國風舞蹈創新推向高潮。

值得注意的是，這些年輕人在國風創作的過程中，也與西方元素有著豐富的互動。一方面，經歷了數次文化碰撞，當代中國人逐漸建立起對中國和西方的客觀認知，年輕人在面對西方時更為自信。活躍在視頻平臺上的年輕人，已經有意識地向國際傳播民間傳統文化，在此過程中，也更加有意識地學會自我保護，例如 UP 主手繡藝人“柳映湖水綠”就因國外網友的盜圖，而打出硬核水印——國旗徽章，引發網絡關注。另一方面，年輕人對於中西文化的互通互鑒式的運用，也更為自然。例如 UP 主“老八捌”設計的賽博朋克敦煌造型，無論她是基於對當今社會的思考而有所抒發，還是借用從遊戲中衍生出來的流行元素，她的設計反映了當代不少年輕人對古老文明和賽博朋克世

界互動的某種想像。這種中西雜糅的設計，使得傳統元素和西方元素融於一體，最終呈現為與眾不同的“自家的東西”。

總的來看，在當下傳統文化熱背後，國家、市場、精英和大眾訴求呈現會合之勢。以增強文化自信、提升文化軟實力為核心的自上而下的國家主義努力，部分地與自下而上的、全球化了的青年人群體產生了精神情感的共鳴，進而實現了當代中國傳統文化生產的力量整合。對“國風熱”現象的更全面理解，必須將國家主導、市場推動與平民自發之間的變動且複雜的生態與張力納入到考量當中。

## ■ 未來：從“文化自信”到“文化自然”

時下，傳統文化的“國風熱”正通過網絡而風靡全球，越來越被視為中國人走向文化自信、中國文化擴大輸出的一個象徵。但也有人質疑：從文化自信到文化輸出再到文化軟實力的這一整套敘事，某種程度上，依然是從功能主義或工具主義的視角來看待文化重建，這種努力的結果也無非是建立一種文化優越感，卻仍與真正的文化自主性有著相當的距離。結果是，人們在欣賞“國風熱”、感受傳統之美的同時，也已經感受到了文化生活被徹底工具化之後，被各種形式的符號和消費所包圍的那種不安；而一味強調文化輸出，也引起了外界對於文化輸出本身的疑懼和抵抗。

事實上，真正的自信從來不靠激情的自我標榜，而是油然而生。在此意義上，傳統文化復興，更重要的是給審美一種新的可能，給優化生活方式一種新的可能，也給人性的自由表達和價值實現一種新的可能。在這樣的基礎上，無論文化自信、文化輸出還是文化軟實力，都不至於成為一種工具化的目標，而有可能成為心靈滌蕩之後的一個自然結果。

基於這一認識，面向未來，如果我們僅僅停留在以文化自信推動文化復興的思維上，可能還不夠。我們或許還需要一種“文化自然”理念，即超越西方文化霸權思維，充分尊重人的主體性，激活更多積極的文化自發力量，彙聚成一種良性的生活方式——而不僅僅是文化消費品，從而更大程度地形成中國文化的“世界風”。因為事實上，即便追求“軟實力”，最重要的也不是如何高調地走出去影響別人，而是中國人自己首先形成一個被公認為天經地義、理所當然的文化和倫理格局，普通人身在其中，都能自得其樂。

唯有我們自己逐漸形成融合傳統與現代的、穩定的美好生活方式，才有可能為外界所欣賞和學習，也才有可能促使他者自覺不自覺地用我們的生活方式來塑造世界。而這種“文化自然”的真正生力，依然是無數普通人的鮮活創造，如李零先生在《傳統為何這樣紅》一文中所強調的：“中國人在自己的土地上，面對著有血有肉的中國生活，用中國人的語言、中國人的體驗，寫中國自己的歷史，這是最大優勢。”與此同時，我們對文化自主性的追求，也要保持清醒的、批判性的政治與文化自覺，從而引領出一種超越資本主義和消費主義的可持續發展路徑，而不是文化霸權模式的翻版。