



头上长草

“中国人集体卖萌”的背后是什么

不知

从什么时候起,街头多了一片“行走的绿色”。从小草、小花,到蕨菜、小蘑菇、小草莓,这些小萌物跳出了去年的中国国际动漫节,一个接一个地走上成都街头,之后又席卷了西湖岸边、天安门下、秦淮河畔……这种从几角到几块钱不等的塑料发卡,突破了年龄与性别的界限,以不可阻挡的态势,“长”到了孩子、大爷,甚至猫猫狗狗的头上。

这甚至吸引了英国和美国的媒体,以夸张的口吻做出判断——中国人集体卖萌!然而实际上,“萌文化”早就融入了由压力巨大的都市人组成的当今中国社会,而“头上发芽”,只不过是这一文化在群体效应推动下在现实中的延续而已。

见习记者 刘静妍
现代快报记者 王颖菲/文
施向辉/摄

行走的绿

买一盘“草”送给女友

“头上长草”?这个看起来“无厘头”的发饰,在一夜间,红遍全中国,成为男女老少的“头顶新宠”。权志龙、张艺兴、李小龙等明星纷纷晒出“头上长草”的照片,引得粉丝们疯狂点赞和效仿。就在这股“长草风”看似稍有减弱的时候,9月14日深夜,新晋妈妈昆凌在微博上晒出两张与周杰伦头戴豆芽发卡卖萌

大叔大婶都爱它

杜小丽说,不论是年轻小情侣还是中年大叔大婶都会买,“因为时尚呀。有的草名字叫‘幸运草’‘智慧花’,寓意好,大人戴着还可以学小孩子装嫩卖萌。很多人爱跟风,就更加行了。我还遇到一个男生,一下子买了一整盘送给他女朋友,女友就顺手夹了一个在他头上,他一开始还有点不好意思,不过后来在女友的劝说下,还是高高兴兴地顶着‘草’走了。”

尽管如今“长草风”有些减

稳赚不赔的小买卖

除了流动小贩,这种小草同样也是杂货摊老板的新宠。到了晚上,丹凤街夜市里,几乎每家杂货摊的摊头都摆着一盘小草发卡。一位在这里摆了多年杂货摊的摊主告诉记者,他们主要贩卖日用百货,也会进一些像这种比较流行的小玩意儿卖,“我们看大街上流行什么,就去进一点货,反正这种小玩意儿成本也不高,基本上只赚不赔,摆在摊子上还能吸引人。”

不过,最近发卡的價格稍有下降。在淘淘巷楼上一家饰品店里,一位老板将价签上的“5元2个”改成了“5元3个”。“不值钱,也就跑个销量,不过买的人还挺多的。摆在门口的柜台上还能招

徠不少客人。”而在淘宝上,它的价格更加低廉,这些逼真的塑料小豆苗,一个只需要五毛钱左右。

“以前也卖过一些‘爆款’,可没哪个有这个这么‘爆’的。”浙江金华的一个老板这样告诉现代快报记者,这家原本做女孩头饰的小店,在开卖小草发卡后,瞬间升到了销售量前列,光卖这款发卡,一个月就能卖出两万多件。而杭州一家网店,月销量达到97万个,按最低价格估算,毛收入达30万元。

一位商家介绍,批发价大约四角钱左右,每天能批发出去两三个。估算下来,一个月的纯利润就可达一二十万元。

凌发了一条微博戴着豆芽发卡秀恩爱,感觉又要火起来了。”在新街口一家商场门口卖这种发卡的小贩杜小丽(化名)告诉现代快报记者,她是一个星期前开始卖的,还有点懊悔自己的后知后觉。

杜小丽今年27岁,老家在山东,3年前来到南京做生意,如今基本固定在新街口菜迪广场

附近贩卖电影票。“发现大街上突然很流行这个,想抓住这个小商机,看看能不能多赚点钱。”她是从夫子庙进的货,每个发卡的成本是5毛钱,卖出去有时候是5块钱3个或者4个,有时候也卖1块钱1个。到目前为止,她上周进的一批货,虽然还有100多个没有卖出去,但总体而言还是赚的。



从何而来

头上戴草为卖身?

低廉的价格,使得很多游客愿意为这种发卡买单。

“我在网上看到过,但在南京还是第一次看到有人卖。”刚从家乡县城来南京玩的22岁女孩罗敏然在新街口街头看到有个小姑娘在卖这种五颜六色的小花,立即和同伴一人买了一个,“一个豆苗,一个小花,”她很开心地别在头上,“赶个时髦。”至于这些小花小草为什么流行,她表示“无所谓”,至于它们是否有特殊含义,她也坦言并不知道。

实际上,这个流行到到底是怎样诞生的,人们给出了无数的说法。一些认真的“学霸”网友,对“头上长草”进行了一番细致考证。最后发现,在中国古代,就有着类似“头上长草”的发髻。

他们指出,几千年前的河姆渡遗址,就出土了一种名为“笄”的发簪。古代汉族女子用“笄”插

可能源自动漫角色

此外,还有人从现代动漫着手,将头上长草的起源推演到了当年流行欧美、后来又火遍中国的动画《天线宝宝》,几个宝宝除了身体颜色不同,最明显的共同之处就是他们头上竖起的“天线”。在这之后,日本动画片《宠物小精灵》中,也有不少发饰怪异的角色。

此外,这几年热播的国产动画片《喜羊羊与灰太狼》里,深受小朋友们喜欢的角色——村长慢羊羊,头上就顶着绿色的叶片,听说这是慢羊羊智慧的象征,“难道是小朋友们耳濡目染,对头上长草产生了兴趣?”有网友推测。

同时,大家熟悉的微信表情——“豆芽花”表情包,也被称为是头上长草的“源头”,“大概是这套表情包的周边产品吧。”

住挽起的头发,或插住帽子,表示自己已经到了待嫁的年龄。后来,人们也常用“及笄”“笄年”代表15岁少女。

还有一说,是古典小说、戏曲中出现的“插草卖身”的故事——女子头插草标,卖身求活。据说这种做法,最早源自“结草报恩”。《左传》中记载,结草起源于春秋,在秦晋交战时,晋国一老人为报魏颗救女之恩,用草结成的绳子绊倒秦国大将杜回,使晋军大获全胜。因此,结草最早的含义是报恩。后来有人卖身葬父,头上佩戴小草,就是这种含义的演化。

不过,身处如今的流行大潮中,头上戴草的游客似乎并不在意这些古典旧说。“头上长草代表没钱要卖身?”来自淮安的游客小徐笑笑,“太扯了吧”,“大家只是需要点新鲜玩意儿,让平时枯燥的生活有点乐子。”

不过,还有一个比较“靠谱”的说法是,“头上长草”源自去年的中国国际动漫节。

据说,去年一位漫画迷自制了一些小草发卡发到网上,瞬间受到追捧。之后,有人干脆制作了一大批到动漫展上去卖,深受动漫爱好者喜欢,不少人在动漫展结束后还四处求购。

这个说法也得到了不少漫迷和淘宝店主的肯定。漫迷“小姜”告诉现代快报记者,之所以“头上长草”,和动漫里很多人物的设定性格有关,“很多所谓‘萌属性’的设定,就是头上长草。”动漫节的火爆让更多的人发现了商机,此后,小草被慢慢推广到了全国多个景区,并发展出了更多的类别:小花、蘑菇、草莓等。于是一夜之间,人们惊奇地发现,街头四处都是“行动的植物”。

全民皆萌

影响巨大的“萌文化”

实际上,“萌”这个字至今也没有明确的定义。

据了解,“萌”这个概念最初诞生于上世纪80年代的日本,作为日本动漫发烧友之间使用的一个隐语,表示面对令自己怦然心动的动漫人物造型时,突然涌起的一种狂热喜爱之情。这个概念,一经诞生,便迅速走红。后来,它就成为对极其可爱、甜美、纯真、人世未深的形象的形容。

知名学者汪涌豪在其《幼稚的力量》一文中提到,“可爱

文化”在日本喧腾出很大的动静,它以动漫和影视为载体,无远弗届地侵入日本人生活的方方面面。如此疯狂燃烧的结果,是在新千年催生出生一种次生态的“萌文化”。

“萌文化”对社会的巨大影响,有数据的支持。2003年,“萌文化”以日本东京秋叶原为中心开始流行开来。之后连续两年,“萌”都当选为当年日本第一新潮用语。2006年,三省堂出版社将“萌”字正式收录进《大辞林》。

卖萌语流行,“吓死宝宝了”

实际上,即使在国内,众多在考试、工作、结婚等重压之下成长的年轻人,也有着“不想长大”的情绪。因为成长意味着“不自由”和“受制约”。

于是,“萌文化”的传入,让这些一出生就接受动漫文化滋养的80后、90后、00后们爱不释手。文化专栏作者汤嘉琛认为,这些年轻人成为“头上长草”文化的引领者,是有一定的文化根基的——在年

轻一代塑造世界观的过程中,一些长辈觉得无厘头、脑残、非主流的东西,正是他们奉为流行的青春符号。当这些年轻人逐渐掌握文化话语权和定义权,自然会在流行文化层面有所体现。

此外,看起来温和、治愈的“萌文化”,也正好符合了儒文化圈里温柔敦厚、不赞成激烈对抗的行为主张。因此对于更广泛的人群来说,“萌文化”

也越来越被国人接受。在中国,“卖萌”同时也被看做是一种“示弱”的智慧,广泛应用于营销、公关领域。越来越多的开始用“萌”字作为“保护”,以“可爱姿态”为自己争取所需。

与此同时,无数“卖萌型”网络语言,也开始席卷屏幕,诸如“么么哒”“吓死宝宝了”之类的句子,让许多老年人摸不着头脑。



街头贩卖“小豆苗”,稳赚不赔的小买卖

为何火了

明星,推波助澜

有了“萌文化”的环境基础,头上长草的突然走红,也就不那么让人感到突兀了。但是,这股突然兴起的集体卖萌,究竟是怎么形成的?

中大医院心理科主任医师袁永贵分析,现在很多人都

喜欢标新立异,头顶着一根“豆芽”,能激起别人的好奇心,理所当然地就能吸引很多人的眼光。时间长了就会有人跟风。

这其中,网络和明星的推波助澜功不可没。明星们借这

渴望,回到童年

全民卖萌的做法,袁永贵认为,从心理学的角度而言,其实是一种“退缩”。相比自己的生活现状,不少人更希望回到无忧无虑的孩提时代,用孩子的心态去喜爱和欣赏“可爱事物”,于是“萌文化”的世界

冷漠,“求关注”

南京直面心理咨询研究所所长王学富认为,这种集体卖萌的现象还反映出人们的一种“游戏心态”。

“爱玩、喜欢游戏是人的一种天性。然而,不少人的这种天性都被扼杀了。”现在,人们

批判?不如好好享受

面对满街顶草的“全民卖萌”,许多人依旧感到无法接受。“一群傻子、二货”,众多网友犀利点评道,更有许多段子因此诞生,“头上长草,是因为脑子里有水。”

但是这股风潮并没有随着许多人的不屑而停止,更加

些照片拉近了自己和粉丝之间的距离,增加亲和力,进而更加助推这种流行趋势。除了国内明星,就连韩国明星权志龙等也晒出了头上长草的照片,让网友自豪地感叹“中国的流行已经冲出国门了”。

预期,这是人们在后现代社会排解孤独感的手段。

不过,“这种逃避是一种不成熟的处事方式。”袁永贵说,“偶尔用一下,可以缓解一定的压力;时间长了,就会产生负面效应,使人意志消沉。”

“看,我和你是一样的,但我们又有所不同!”

多。实际上,学者指出,萌文化已成为一种文化的姿态和表达,只要不是恶搞、内容健康,则无伤大雅,人们大可一笑置之。与其被动接受,不如坦然融入,好好享受,这在一定程度上也体现出了现代社会文化的多样性和自由度。