

从“友谊的小船说翻就翻”到“感觉身体被掏空”，流行文化一浪接一浪 一定是它戳中了你的痛点



《感觉身体被掏空》用夸张的手法描绘了加班生活的痛苦，这种调侃和自嘲让网友很有共鸣。

这两天，很多人毫无防备地被“感觉身体被掏空”刷屏了。歌曲《感觉身体被掏空》瞬间成为“网红”、“神曲”，在网络上被套用、被演绎，迅速发酵成爆红网络流行语。

从“友谊的小船说翻就翻”到“北京瘫”“感觉身体被掏空”，在全民娱乐时代，具备娱乐和吐槽精神的作品都有可能成为让全民狂欢的流行文化。这背后折射的是大众的现实焦虑。

本报记者 师文静

爆红神曲 折射现实焦虑

无论是“友谊的小船说翻就翻”，或者是葛优式的标准“北京瘫”，还是“感觉身体被掏空”，每次网络流行文化的快速爆红，背后都有一场精心预谋的营销推广，但是三者之所以能获得如此多的应和，则是因为它们戳中了很多人现实生活中的“痛点”。以上流行语都是曝光后在网络上迅速传播，被衍化到网友自身职业和生活中，随着大众的二次创作，更多的“低头族”从中找到了自我愉悦和情感的表达方式。

如幽默搞怪的《感觉身体被掏空》唱道：“我累得像只狗，不要加班——不要加班——我才不累，不累；十八天没有卸妆，作息紊乱，我却越来越胖……求你不要说出那句话，宝贝，加班吧。感觉身体被掏空。”一句“加班吧”可谓唱出了亿万年轻人的心声，“加班狗”的苦被大合唱演绎得如此气势磅礴，让躲在格子间里加班的人听得心潮澎湃。不管你是三四线小城的忙活族，还是一线北上广深背负巨大生存压力的年轻人，都需要将自己的苦说出来，才能解压。

很显然，“感觉身体被掏空”有着现实的心理背景做支撑，不同的人群有不同的心理感受，不同的职业也有迥然不同的解读，但很多人都说：“半夜听这首歌，边笑边哭”。在深入演绎和解读方面，“友谊的小船说翻就翻”则做到了极致。本来是一幅简单的翻船漫画，却被演绎成了“媒体圈”“IT圈”“公关圈”各种版本，跨过了所有行当。那些功利、自私、利己

主义和浮躁，不公，让人与人之间的关系变得十分脆弱，“友谊的小船说翻就翻”就折射出了这一现实：信任不再，现实冰冷。

流行文化 仍会不断丰富

网络流行文化的火爆，有其深层的社会因素。马斯洛需求层次理论说，当人满足了基本的生理、爱和安全的需求之后，就会开始追求更高层次的被人尊重和自我实现的需求。而当下的“低头族”们普遍不愿与别人面对面交流，更愿意在网络中寻求认同，这种用嘲弄现实和宣泄情绪的方式进行的互动，更能拉近“低头族”们彼此的距离。但是，与我们主流价值观所倡导的爱岗敬业，为事业奉献全部不同，从“感觉身体被掏空”的流行可以看到，它更多的是对当下主流价值观的一种吐槽和宣泄。因为网友年轻化的特点，网络流行文化难免会有低俗化、个性化和情绪化的倾向。“友谊的小船说翻就翻”是对现实规则混乱、底线失守的一种嘲弄反讽。这种看似轻松，实则反讽的形式，帮助公众释放了一些情绪，但是如果大家在“网络狂欢”后能深入思考，去传播正能量，则是一种更大的治愈。从这个角度来看，网络快餐文化又反映了网民素养的转变。

有专家称，网络流行文化是互联网时代的产物，有人认为这种文化趋向低俗化，有伤大雅，有些甚至与中国传统文化所倡导的价值观相悖，也有人认为娱乐而已，何必当真。虽然它本身存在一定的争议，但不能否认的是它已形成一种趋势，一种流行，并将随着未来网络的发展不断丰富。

“韩流”培养不出我们的文化自信



天天娱评

刘雨涵

近日传言新闻出版广电总局将封杀韩国艺人在华的演艺活动，虽然还未正式听见“限韩令”的靴子落地，但多家电视台和影视公司已开始对“涉韩”活动进行调整。“韩流”在中国二十多年，从韩剧、韩综到韩星都曾是粉丝们热衷的流行前沿，这种“唯思密达是从”的倾向是时候纠正一下了。

据相关业内人士透露，国家新闻出版广电总局的确有意对韩国艺人在华演艺活动进行限制，但并非封杀，而是“调控”。虽然目前还没有下发正式通知，但此消息已对电

视台和影视公司等相关方面产生了实质影响：有电视台宣布其海外剧场近期不会再播出韩剧，综艺节目也不会邀请韩国艺人；视频网站花重金购入版权的韩剧能否正常播出前途未卜；不少邀请了韩国艺人加盟的新剧正在调整方案；原定于8月底在上海举行的EXO演唱会将被取消……韩国艺人在华参与的综艺、影视、演唱会、商业活动等全面收紧，让背靠中国市场这棵“摇钱树”的各大韩国娱乐公司顿时风声鹤唳，股价暴跌，据了解，YG大跌7.96%，达近年最低，SM跌了5.32%，CJ跌了6.85%。

有大V在微博发起了对“限韩令”的投票，参与者多达20万人，其中92%的网友选择支持，表示“干得漂亮”，大部分网友都感受到了韩流在华多年所造成的文化危机感，

“再不限一限整个人就要思密达了！”早在二十几年前，韩娱就借着韩剧这个前哨在中国扎根，如今韩综、韩国音乐等也全面开花，韩国明星们更是被捧上天。“都教授”参加综艺节目有专机、保镖护送，李敏镐被当作贵宾请上春晚，允儿本来不想接拍《武神赵子龙》，随口报了个天价，没想到中国制片方竟一口答应……韩国明星们在中国的排场普遍比在韩国还大，报酬也要高出几十倍，中国市场不能再甘当他们“人傻、钱多、速来”的圈钱宝地。

如果以贸易往来衡量中韩之间的文化交流，那我们对韩国的逆差也太大了。为了保护本国经济发展，国家尚且会限制货物进口，面对韩国疯狂的文化输出，限制韩国影视剧、明星来华活动也不失为一种文化保护措施。

品聚齐鲁文化之美 本届文博会有了“宣传语”



本报讯(记者 师文静 通讯员 李旺) 8月2日，第六届山东文博会宣传口号和精神表述语的网上公开评选结束，分别确定了“聚 齐鲁之美，品 文博之韵”“传承齐鲁文脉，呼唤匠心回归”等共12条宣传口号和精神表述语。

本届文博会首次采用微信公众号投票评选的方式，在山东文博会官方微信公众平台上进行了为期11天的公开投票。7月22日，文博会执委会将复审入围的10条宣传口号和10条精神表述语进行了网络公示，以接

受广大网友的评选。

8月2日17时，共有9030人参与了山东文博会官方微信投票，依据票数高低排名，各选取了前6名精神表述语和宣传口号。宣传口号分别是“文化产业逢盛世，创新融合共繁荣。”“聚 齐鲁之美，品 文博之韵”“潮起山东，文博天下”“文博聚知音，齐鲁传雅韵”“好客山东，崇文齐鲁”“承齐鲁韵，传文博风，筑中国梦”；“文若泉，博古今，会益民”“荟萃齐鲁文化 博览天下创意”“文化至精 博大至深 会聚致远”“文以化人，博以启智，会以利民”“传承齐鲁文脉，呼唤匠心回归”“齐鲁韵，创意风，文博情，中国梦”，成为第六届山东文博会的精神表述语。