

改革开放 40 年我国青年流行文化变迁

■ 袁 潇 风笑天

(南京邮电大学 传媒与艺术学院,江苏 南京 210023; 南京大学 社会学院,江苏 南京 210023)

【摘要】改革开放初期,我国青年渴望投身祖国建设,彰显爱国主义情怀,拥有追求自由幸福的坚定信念,理性主义和政治关怀成为当时青年文化的发展主脉。20 世纪 90 年代,各种舶来文化涌入,消费主义开始盛行,流行文化逐渐消解传统权威的文化形态,解构历史上的政治意识形态,青年表现出困惑茫然、价值缺失、目标迷惘等精神状态。进入 21 世纪,互联网为青年流行文化的衍生与传播提供了数字平台,青年更关注自我体验和个性发展,逐渐形成了“韩流”现象、偶像崇拜等多元化、混杂性的青年文化格局。2010 年以来,社交媒体全面进入青年群体的文化生活,表现为碎片化、瞬时性的微内容,数字娱乐极大丰富,“屌丝文化”“丧文化”和“佛系青年”等文化现象中仍有韧性的抗争。

【关键词】改革开放 40 年 青年流行文化 互联网络

DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2018.02.021

改革开放是 20 世纪 70 年代末以来中国社会最重要的变革,中国经济转型和社会、文化的迅速变迁,对于青年的流行文化和行为方式产生了决定性的影响。美国心理学家埃里克森曾经提出“在任何时期,青少年首先意味着各民族喧闹的和更为引人注目的部分。”^[1] 回顾 40 年来我国青年流行文化的变迁轨迹,研究不同历史阶段在青年中兴起的群体文化和流行文化,不仅可以探讨处于社会矛盾复杂时期的青年群体的人格特质,同时也在一定程度上折射出我国特有的社会现象、社会问题以及社会变迁。

一、改革开放初期:理想与信念并存,参与祖国建设

改革开放前,青年文化仅仅是作为成人主流文化的组成部分和体制文化的复制品。20 世纪 70 年代末 80 年代初,青年们深刻感受到改革开放后焕然一新的社会面貌,他们渴望投身国家建设,奉献青春。创作于 80 年代的歌曲《年轻的朋友来相会》歌词中写道,“伟大的祖国该有多么美!……创造这奇迹要靠谁? 要靠我,要靠你,要靠我们八十年代的新一辈!”成功唤醒了青年人作为社会主义建设生力军的主体意识;歌曲《金梭和银梭》警示青年珍惜时光、思索未来

收稿日期:2018-01-25

作者简介:袁 潇,南京邮电大学传媒与艺术学院副教授,硕士生导师,主要研究新媒体传播、青年文化;

风笑天,南京大学社会学院教授,博士生导师,主要研究青年社会学、家庭社会学。

基金项目:本文系国家社科基金项目“新媒体使用与青年社会认同研究”(课题编号:13CSH026)的阶段性研究成果。

的人生道路;歌曲《在希望的田野上》展现出青年人为祖国建设积极奋发的志向;广为传唱的《十五的月亮》抒发了边防战士思念故乡亲人的细腻情感,而《军港之夜》等军旅歌曲则歌颂了解放军战士保家卫国、守护社会主义现代化建设的革命精神^[4]。

1981年11月16日,中国女排以7战全胜的成绩首次夺得世界杯赛冠军。北京大学的学生们自发组织上街游行,并在游行队伍中打出“团结起来,振兴中华!”的横幅,极大地激发了青年群体的爱国热情。1984年中央电视台春节晚会上,香港歌星张明敏一曲《我的中国心》,唱响了青年群体的爱国主义情怀。1987年春晚,费翔的歌曲《故乡的云》传递出游子对于依恋故土、渴望回归的情怀。台湾歌手邓丽君的歌曲也在内地青年中悄然流传,其甜美柔和的唱腔对于经历过政治阵痛的国人而言,有着极大的抚慰与唤醒作用,但在当时,听她的歌曲仍属犯禁的行为。多年后在冯小刚的电影《芳华》中,就有描绘青年男女偷偷聚集在一起,聆听邓丽君歌曲的场景。同样的转变也体现在服饰穿着上,一些青年开始尝试穿紧身衣与喇叭裤展示自己的身材,也是以此标榜自己对以往整齐单调服饰风格的挑战与抗争。

进入80年代中后期,改革的步伐日渐加速。在传统文化与价值理念发生断裂后,青年群体表现出强烈的现代性特征,他们渴望反叛权威,寻求进步。中国的本土摇滚音乐开始逐步崛起,集中表现出挣脱现实束缚、弘扬个性与积极把握自我的主题。《一无所有》《红旗下的蛋》《新长征路上的摇滚》《跟着感觉走》等曲目,以个性自我对物质和精神诸多方面的现实批判,表现出极大的反叛激情和对自我自由创造的坚定信念。1986年5月9日,北京工人体育馆“世界和平年”百名歌星演唱会,崔健用嘶哑的喉咙吼出《一无所有》^[5]。歌词中“一无所有”的状态,成为当时草根阶层财富、权力与精神价值空乏的真实写照,青年群体在现实生活中体验到的孤独苦闷,得以公开表达与痛快淋漓地宣泄,摇滚乐成为青年现实批判与精神回归的载体。歌唱者并不气馁,由衷高呼“我要给你我的追求,还有我的自由”,充分体现了深受压抑和束缚的个性对现状的不满、抗争和勇往直前的自信。同时期《跟着感觉走》《狼》《我很丑、可是我很温柔》等港台歌曲都表达出与命运抗争和刚强不屈的自信情绪,以及追求自由幸福的坚定信念。

80年代中后期,“文学青年”成为青年群体乐于彰显的自我标签,朦胧诗派的年轻诗人成为青年思想启蒙的重要引导者,成为青年心目中的偶像。朦胧诗人的诗篇以及兴起的新诗潮运动,从文字表达、思想内容和书写形式上都突破了传统诗歌的既有形态。“卑鄙是卑鄙者的通行证,高尚是高尚者的墓志铭”“黑夜给了我黑色的眼睛,我却用它寻找光明”。朦胧诗派、伤痕文学、反思文学的名篇在青年群体中广为流传,青年人在文学中寻求人生和社会进步的答案,通过文学反思曾经的灾难、倾诉忧伤的情绪、追寻时代精神,同样也在文学中探寻人性的真善美,寻求民族和国家未来发展的途径与希望^[6]。

80年代的青年流行文化已不再复制权威与效仿主流体制文化,而是着眼于传统断裂后的现实反思,同时兼备了价值重估和文化重建的成分,但理想主义、理性主义和政治关怀依旧是当时青年文化发展的主脉。

二、20世纪90年代:舶来文化盛行,消费主义初见端倪

20世纪90年代初期,随着改革开放的进一步深入,许多舶来的文化产品与流行艺术开始成为青年们的精神食粮。与体现官方政治生态的主流文化不同,大众文化开始成为青年日常生活中意识形态的建构者和承载者。青年群体的流行文化对传统权威的文化形态进行消解,并对历史上的政治意识形态起到解构的作用,独立于主流文化之外的青年文化的异质化特征初现端倪。

得益于市场经济的发展,各类新兴的娱乐项目在中国迅速普及开来,给青年流行文化发展带来了全新的契机。中国电影市场在1994年11月12日引进第一部好莱坞大片《亡命天涯》,封闭已久的电影市场就此打开。很快施瓦辛格担纲的《真实的谎言》接踵而至,并收获了高达1.02亿的票房;随后,1995年和1996年引进的好莱坞进口分账电影都在票房上获得巨大成功,直至1998年的《泰坦尼克号》把在中国市场的票房收入推向顶峰,达到了3.595亿元,是《真实的谎言》票房的三倍多^[9]。《泰坦尼克号》恢弘的场景表现和缠绵悱恻的爱情故事引发无数青年人的狂热追逐,成为了当时文化帝国输出的一个成功典型。青年对于好莱坞商业电影的喜爱与追捧,给本土民族电影产业提供了全新的发展思路,同时好莱坞电影通过各种光怪陆离的符号象征,传达着美国的生活方式、社会文化、政治生态与价值理念,成为青年人了解与知晓大洋彼岸世界的重要文化载体,影响着青年社群的文化认知与价值认同。

迪斯科舞厅、录像厅、酒吧成为青年人热衷的休闲场所,盗版录像带、卡拉OK以及以前被限制的一些娱乐项目纷至沓来,洪水般地占领了内地市场。1992年,香港“四大天王”正式被命名^[9]。香港娱乐产业成熟的造星机制以及发达的娱乐传媒宣传,使得“四大天王”迅速成为内地青年痴迷的万众偶像,青年的需求被市场经济敏锐地捕捉,明星的各类衍生产品开始热销,青年们竞相抢购“四大天王”的磁带、海报、贴画等文化产品,其中不少并未获得官方授权;同样的,还有模仿四人的发型、服饰、口音等。内地的青年感受到港台流行文化的冲击,并以满腔的热情欣然接受。同时期,很多香港电影也以盗版碟的方式被引进,多年后不少80后还会自嘲“欠星爷一张电影票”,以此作为支持香港明星周星驰新片的托词。

同时,内地市场也诞生了最早的一批流行音乐偶像,毛宁、杨钰莹等流行歌手在市场包装下陆续走红,《涛声依旧》《蓝蓝的夜,蓝蓝的梦》《小芳》《牵挂你的人是我》《爱情鸟》等歌曲传唱大江南北。广州作为中国改革开放的桥头堡,在流行音乐市场也同样处于引领地位,很多流行音乐由广州当地的唱片公司推出,他们还明确提出市场中心论,一切从市场和经济效益的需要出发^[9]。随着经济体制改革逐步深入,社会生活给予青年丰富的自我空间,但是市场经济的快节奏也给青年带来前所未有的压力,市场理性剥夺了青年以往的悠闲状态,青年的生存压力与精神压力与日俱增,青年在这种社会现实中需要高度的精神集中和体力付出来维持学习、工作的效率,否则就有可能被淘汰。焦虑不安、情绪失衡、烦恼忧愁成为当时一种普遍的社会心态。而在市场化模式下锻造的流行歌曲追求感官娱乐,成为了青年消解忧愁、缓解压力、宣泄情感的文化减压方式,能够帮助青年恢复在社会高压中受到侵蚀的自我,调剂生活中的苦闷情绪,适应现代社会中急剧变化的生活节奏。

与此同时,在经历了“企图照搬西方模式的激进实践受到挫折后”^[9],青年开始呈现出困惑茫然、价值缺失、目标迷惘等精神状态。青年对于社会现实的认知与前一阶段所具有的明确、相对统一的价值规范相比,出现了缺乏评价准则、渴望寻求归属等倾向。这从当时的流行歌曲中可见一斑。如《你的柔情我永远不懂》《雾里看花》《什么是什么》《一生何求》《为什么受伤的总是我》,这些歌曲叙述了个性拓展后的自我困境,不失为在没有统一文化权威判定的生活中人们只能以感伤情怀的抒发聊以自慰的现实情境的写照^[9]。以情歌面目出现的感伤哀怨的歌曲在某种程度上诉说和抚慰了现实生活中青年寂寞孤独和伤感心痛的情绪和感受。此外,琼瑶、三毛和席慕容等作家形成的热潮后,汪国真的诗歌开始受到青年的追捧。不少青年兴致盎然地购阅他的诗集、摘抄他的诗歌。他的第一部诗集《年轻的潮》出版后好评如潮,成为当年火遍全国的畅销书籍。汪国真诗中淡泊真挚的文字,有着对平凡人生的深切感悟,传达出淡泊豁达的人生态度,帮助青年们解开心头的困惑迷惘^[10]。

随着消费主义思潮的逐渐侵入,青年开始表现出对名牌产品的追逐,现代传媒和广告行业

的发展使得新兴消费观念与消费方式深入青年们的内心。青年使用消费来自我定位与彰显个性,市场经济的操作必然以营利为主要目的,推动青年消费需求朝向更高层级发展,青年的消费理念一改节省耐用等传统思维,更多转向新潮、时尚等全新的审美趋向。

三、千禧年后:追求个性化,形成多元化与混杂性的文化格局

进入千禧之年以后,中国现代社会的物质水平获得极大提升,政治文化环境宽松,青年开始逐渐倡导个性发展,主张个性彰显。青年群体的个人发展力图摆脱工业流水线上产品的标准化和整齐划一。在改革开放环境下成长起来的青年群体,更为关注自身的体验和自我的个性满足。面对日益多元化的社会选择,他们构建起自己独特的生存状态与文化表征。以互联网为代表的信息技术迅猛发展,青年积极拥抱互联网发展的技术大潮,并成为推广与践行网络文化的排头兵。开放、自由、平等的互联网精神完全契合青年群体的心理特征,网络在某种程度上已经成了青年生活的第二空间,互联网为青年流行文化的衍生与传播提供了数字平台。

青年群体热衷于通过即时通信工具、电子论坛、博客、聊天室、电邮等方式交流与传播信息。1999年2月11日,腾讯公司推出中国本土的即时通信软件 OICQ,迅速在青年人中广泛流传,交换 QQ 号并在网上聊天成为当时青年中最为流行的时尚文化。互联网中的文化创作基本都是以个人名义完成,弘扬个性、强调自我价值成为网络文化中的重要价值理念。网络文学作品也力求创新,2002年5月,起点中文网创建,随后文学殿堂、晋江文学城等成立,形成国内原创文学阅读与写作的众多平台,不少业余作家在平台上连载自己的原创小说,网络小说中的玄幻、穿越、修仙等元素让青年读者着迷。“菜鸟”“886”“灌水”“偶稀饭”等大量的“网络流行语”层出不穷。同时段还涌现出一种全新的特殊语言符号“火星文”,青年网友使用以同音字、音近字、特殊符号来表音表义的文字,形成自己代际专属、本年龄段群体才能看懂与理解的文字符号。“网络自拍”红极一时,2003年,天涯社区开通“天涯真我”专栏,随后百度贴吧、西祠胡同和腾讯的 QQ 相册都提供了发布网络自拍的平台,每天都能获得惊人的点击率与浏览量。“芙蓉姐姐”这一形象的出现将“网络自拍”推上了现实关注的高峰,向普通网民普及了“网络自拍”的存在。“网络自拍”使得原本默默无闻的草根群体,向大众自由展示自我形象,塑造了一系列“社会的身体”的理想范式。伊格尔顿曾指出“美学是作为有关身体的话语而诞生的。”^[1]“网络自拍”与现实生活中的美的标准形成共鸣,演绎着二重奏。

2004年被称为选秀元年,湖南卫视开始举办大众歌手选秀赛《超级女声》一炮打响,主要针对女性选手;随后湖南卫视又推出《快乐男声》,东方卫视推出《我型我秀》《加油!好男儿》等选秀类节目,草根选手通过层层海选,有机会成为万众瞩目的明星,而观众可以通过发送手机短信为心仪的选手投票,决定选手去留与最终名次。2005年,超女冠军李宇春横空出世,并在当年登上《时代周刊》(亚洲版)封面,成为选秀王国登峰造极的象征。

“韩流”文化则由引进国内的韩国电视剧引发而来,2005年,韩国电视剧《大长今》登陆湖南卫视,好评如潮,央视随即引进《加油!金顺》等韩剧,在中国大陆乃至港台地区形成了追捧韩剧的热潮。一系列韩国影视剧、动画、综艺节目、网络游戏、音像 VCD 等文化产品进入中国市场,形成了一股强劲的“韩流”文化现象。很多青年热衷于观看韩剧,效仿其生活方式、服饰打扮、文化习俗等,并将喜好范围延伸至韩国的料理、服饰、饰品等,竞相将韩国明星视作自己的偶像。中韩两国同承儒家文化之脉,韩剧的故事结构与伦理道德折射出儒家文化精神对韩国家庭关系和社会关系的深刻影响,这种相近的道德认同感能够引发青年观众的共鸣,感受共通的文化根基、价值观念与行为方式^[2]。Cosplay 也是一种“舶来”文化,主要来自于日本的动漫文化,

该单词中文译为“角色扮演”，是指利用服装、饰品、道具及化妆等来扮演动漫、游戏、影视中的某些角色，也包括自我原创的造型装扮。

进入新世纪，中国社会处于现代化的转型期，四处弥漫着浮躁、焦虑的气息，技术逻辑和商业逻辑成为操纵青年流行文化发展趋向的主导力量。城市化进程缩短了人际物理距离，心灵却日渐疏远。青年群体借助媒介技术的力量在虚拟的声光电影中获得暂时的解脱，而在商品经济横行的现代社会，技术提供的解放总是难逃社会结构的制约，叛逆的主体也难以在欲望的洪流中幸存。这对自我人格尚未健全的青年来说更是一个充满焦虑的年代，他们急需寻找一种精神上的共鸣，来填补情感的缺失和内心的空洞。这种共鸣主要来自流行文化群体成员间的相互认同——一群人有着相似的文化趣味或时尚品位，能够通过特殊的话语体系确认彼此的身份，媒介技术成为他们建构流行文化身份的工具和介质。

四、2010 年以来：移动化、数字式的参与式文化

新媒介的兴起和发展是近年来不可忽视的一个现象，从传统媒介向数字媒介的转型深刻地影响了青年文化的生产、传播与消费。正如马克·波斯特所言“技术革新中最关键的不仅是效率的增加，而是身份构建方式以及文化中更广泛而全面的变化。”^[3]

进入 2010 年，社交媒体继聊天工具、网络论坛后成为青年的新宠。社交媒体是“一系列建立在 Web2.0 的技术和意识形态基础上的网络应用，它允许用户自己生产内容的创造和交流”^[4]。社交媒体打破了传统固化的传受关系，颠覆了传者主导的传播模式，模糊了传者与受者之间的身份界限。而且社交媒体传播的内容并非传统媒体那种有重要性、显著性的宏大叙事，而更多是碎片化、瞬时性的微内容。青年通过社交媒体可以随时随地进行个性化的传播。开心网、人人网等社交网络在青年中风靡一时，通过邀请注册和游戏应用吸引了大量用户，不少青年废寝忘食只为完成“偷菜”“抢车位”等游戏任务。2010 年被称为中国微博元年，微博获得了长足发展，引领着网络话题和社会话题，改变了青年的信息接收与发布方式，进而影响其现实的社会生活，成为当时最为炙手可热的网络形态。利用手机更新或阅读微博成为青年时尚的休闲方式。凭借手机终端登录微博，青年实现了个人事件的随时记录和自我观念的表达，这些表达可以是日常琐碎事件的平实叙述，也可以是对于公共事件的关注等。

青年的休闲娱乐生活得到极大丰富，典型的如手机游戏、弹幕文化、网络直播、电子商务等文化形态深刻浸染着青年群体的日常生活。手机游戏呈现出“散播”式的叙事结构，青年游玩手机游戏的过程呈现为随时流动和自主移动的特征，活动和场景的互动性关联得以打破，脱离了场景的活动可以随时随地地进行组织和重构^[5]。电子竞技产业开始步入大众视野，职业竞技选手不仅在游戏的虚拟世界中叱咤风云，甚至还能如同偶像般收获大量粉丝。移动电子商务是基于移动终端与移动互联网的消费模式，青年可以在主体任意移动的状态下搜索产品信息，综合比较并完成下单与在线支付，打破固化空间对于消费的限制。“口碑营销”被广泛应用于社交媒体营销中。双十一购物狂欢节源于淘宝商城（天猫）的促销活动，成为国内青年移动消费的年度盛事。2016 年被称为中国“直播元年”。随着移动通信技术的飞速发展，映客、斗鱼、熊猫、触手等直播平台大量涌现。网络直播中，青年可以自主选择建构自己想要成为的影像。网络直播成为投射自我欲望的中介体。在这种特殊的媒介景观中，青年群体具有消费者与表演者的双重身份，透过景观与认知的循环过程，建构与再建构自我认同。同样，直播文化中资本收编在其中起了很大作用，大部分平台和主播是由于文化资本的转换能力而被吸引入场。直播平台具有对大规模异质性青年群体的容纳优势，更因其将可视化与弹幕文化、打赏文化、多向互动

等多项特点相结合的技术优势吸引了一大批“原子化个体”在其中找寻属于自己的“社群”，逐渐成为释放社会情绪、满足群体归属的平台^[14]。但值得警醒的是，信息产品和媒介产品的平面化、庸俗化直接刺激青年对休闲、娱乐、消费等感官体验的渴望，青年容易被虚拟的幻想所奴役，成为娱乐和媒介技术的奴隶。

改革开放带来经济发展的同时，也带来了一些负面影响，如价值观念淡薄、贫富差距逐渐增大、社会阶层固化等，青年在现代社会语境中面临种种难题，房价、就业、生活环境、学历贬值、赡养父母等带来的经济负担日益沉重，青年群体出现不同程度的价值认同危机。“屌丝文化”“丧文化”和“佛系青年”等文化现象甚嚣尘上。青年通过隐性的符号拼贴，以自嘲和自我贬低的方式，经由网络媒介，以边缘文化的立场表达对主流文化意识形态严肃性的间离和消解。如自称为“屌丝”的青年，“正是通过网络和相关报道来进入屌丝这个角色，并以一种体验式表演来表现自我。通过这种方式来告诉世界关于底层青年的不被重视、前途渺茫，甚至还有其带有戏谑的自轻自贱的愤怒”^[17]。2016年，“丧文化”诞生，“葛优躺”等图片加上各种颓废文字的表情包，流行于青年的网络社交活动中，上海彩虹室内合唱团适时推出《感觉身体被掏空》，用高雅艺术的外在表现形态传达“不想加班”的底层自嘲。“丧文化”颓废与现代性进步的观念呈现出一种交织辩证的复杂性关系“现代意义上的颓废表现为一种对现代社会的敏锐而不安的紧迫感，是一种独特的危机，这种危机感导致内心不安，导致一种自我审查、全力以赴和做出重大放弃的需要。”^[18]2017年底，很多青年开始给自己贴上“佛系青年”的标签，“佛系追星”“佛系养蛙”“佛系购物”“佛系综艺”“佛系球迷”风靡一时，他们采用一切随缘、与世无争为指导精神的生活方式，游离在程式化的潮流之外，跟着自我的感觉行事。事实上，“屌丝”现象内里仍蕴含着鲜明的反抗意指，期望通过逆袭的姿态，在承受社会压力和被忽视后，就去向主流文化寻求认同，获取社会的认可与肯定。“佛系”和“丧”也是青年面对复杂世界的柔性处理方式，青年仍旧在探索自己的人生定位和社会定位，追寻独立人格与精神层面的成长。

[参考文献]

- [1] 埃里克·H. 埃里克森《同一性：青少年与危机》，孙名之译，杭州：浙江教育出版社1998年版，第12页。
- [2] 李先国《1979—1982年流行歌词的时代特征》，载《衡阳师专学报（社会科学）》，1998年第4期。
- [3] 郭剑敏《声音政治：八十年代流行乐坛的邓丽君、崔健及费翔》，载《文艺争鸣》，2015年第10期。
- [4] 袁潇 风笑天《改革开放30年我国青年流行文化与价值观的变迁》，载《中国青年政治学院学报》，2009年第1期。
- [5] 斯坦利·罗森《狼烟门前：1994—2000的好莱坞和中国电影市场》，戚钰 钟静宁等译，载《北京电影学院学报》，2003年第1期。
- [6] 金鹰娱乐《四大天王：香港娱乐圈的神话与巅峰》，<http://ent.hunantv.com/m/20081215/138532.html>
- [7] 金兆钧《1994—中国流行音乐的局势和忧患》，载《中央音乐学院学报》，1994年第11期。
- [8] 陈听《改革开放以来青年思想状况回顾》，载《青年研究》，1997年第3期。
- [9] 陈茜 谢海光《从流行歌曲解读当代青年文化倾向》，载《思想·理论·教育》，1995年第5期。
- [10] 曹毓民《汪国真诗之得失论》，载《铁道师院学报》，1992年第4期。
- [11] 特里·伊格尔顿《美学意识形态》，王杰 傅德根等译，桂林：广西师范大学出版社1997年版，第1页。
- [12] 万美容 陈久国《“韩剧”热与中国青少年的成长》，载《中国青年研究》，2006年第3期。
- [13] 马克·波斯特《第二媒介时代》，范静哗译，南京：南京大学出版社2005年版，第23页。
- [14] Kaplan, Andreas M., Users of the world! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizon, 2010: 59—68.
- [15] 袁潇《基于手机媒体使用的青少年亚文化族群研究》，载《编辑之友》，2016年第4期。
- [16] 戴斯敏 曲天瑶等《全民直播的隐喻：后现代视角下青年重建社群的尝试》，载《青年探索》，2017年第3期。
- [17] 郝雨路 阳《屌丝现象的亚文化解读与反思》，载《新闻界》，2013年第10期。
- [18] 马泰·卡琳内斯库《现代性的五副面孔》，顾爱彬 李瑞华译，北京：商务印书馆2002年版，第155页。

（责任编辑：王俊华）