



# “杀马特”现象的社会学解读

张乐 常晓梦

**摘要**：“杀马特”现象，作为当前中国社会青年亚文化，具有独特的群体特征，展现出强烈的群体归属诉求与小众的亚文化风格。该现象在更深层面上反映出部分青少年对于成人世界和主流精英文化的抵抗，以及当代中国日益明显的社会区隔。本文认为，主流社会唯有充分理解和善意的接纳，才有可能促使其健康的发展。

**关键词**：杀马特；青少年；亚文化

## 一、引言

“杀马特”在最近几年成了网络热点。它作为一种中国独特的青年亚文化，被越来越多的主流精英文化所关注。2013年12月，美国的《外交政策》双月刊网站甚至专门发表文章，对“杀马特”现象所折射的中国的阶层分化问题进行了分析。在互联网上，多数网民对“杀马特”持负面的评价，特别是城市青年中的“小清新”群体，更是肆意地嘲弄他们，使“杀马特”一时间成为“土气”、“粗俗”、“廉价”、“叛逆”的代名词。面对主流文化“一边倒式”的打压与嘲笑，有识之士发出了“不要妖魔化杀马特”的呼吁<sup>[1]</sup>。那么，谁才是中国的“杀马特”？他们的生存样态如何？这样的一个特殊群体的基本特征有哪些？应该怎么看待和解释中国的“杀马特”现象？这一系列的问题都需要对“杀马特”做认真的梳理，才能给出学理性的公正解答。

“杀马特”是从英文单词“Smart”音译而来，本是想表达“聪明、时尚、灵巧”之意。但在目前的国内语境中，“杀马特”被描述成这样的一群人——他们大多是出生于20世纪90年代，无论男女都留着长发或爆炸头，染上夺目的颜色，穿着“雷人”的服饰，并有着“惊悚鬼魅”的妆容。“杀马特们”喜欢听网络音乐，偏好使用“山寨”手机，常用街头大头贴机

器拍照并上传至自己的QQ空间加以装扮。现有的资料显示，“杀马特”创始人是一名叫作Mai Rox的香港“视觉系”女艺人，一度模仿日本视觉系摇滚歌手的扮相，1999年在网络走红，其炫目的扮相和自拍方式受到粉丝的追捧并发展出互动，并扩散至大陆，通过QQ群、QQ空间、百度贴吧等迅速在年轻群体中流行。另据百度百科的介绍：“杀马特”在中国内地发展，是在2005年由一个网名叫“泪鬼”的青年开创并推动的。无论实际情况如何，2010年之后，互联网上针对“杀马特”的言论和评价却日益增多，传统媒体也纷纷加入，逐步将这一群体带入了公众的视野。

## 二、“杀马特”群体的基本特征

通过对百度“杀马特吧”和“杀马特家族吧”这两个重要的“杀马特”网络论坛的文本分析，结合其他文献资料对该青年亚文化群体的描述，我们大致可以归纳出“杀马特”群体的五个基本特征：

### 1. 群体审美的“视觉系”化

“杀马特”群体备受争议的就是他们带有“视觉系”特色的超出常规的面部妆容和穿着打扮，这也是该群体有别于一般青年亚群体的典型特征。所谓视觉系（简称VR系），属于20世纪70年代在欧美出现的Visual Rock（视觉摇滚）的延续。在流行音乐范畴中，视觉系并非指单一曲风或装扮风格，而是一种



音乐表演的呈现方式,20世纪90年代在日本得到发展并走向成熟<sup>[2]</sup>。这些日本歌手的音乐表演一向以浓艳妖冶的化妆、超出常人能接受的打扮、自怜自爱的演绎方式而著称。由于国内并没有直接继承日本视觉系的音乐团体,很多外表打扮得像视觉系的青年人基本与音乐流派毫无关联,他们只是在外表上看着像视觉系而已。这些青年多以夸张的造型、浓烈的色彩渲染出诡异、梦幻、迷离、幽暗,以及给人莫名的恐惧感的外表。就目前看到的“杀马特”青年的装扮来讲,可以将他们分为“唯美派”和“妖魔派”两大类。唯美派的“杀马特”青年大多相貌清秀、身材修长匀称,她们(他们)的化妆也多是以白红等亮色调为主,其中不乏男性青年通过易装和长发的衬托,刻意造出感伤、俊俏、娇美、冷艳的中性气质。而妖魔派的“杀马特”则追求蓬乱的发型、苍白的面容或者浓黑的眼线、佩戴着象征死亡含义的耳环挂饰和骷髅纹身,给人以鬼魅、阴郁、迷茫、血腥、暴力的冲击感。

## 2. 群体结构的闭合性

“杀马特”群体与其他青年群体之间的边界是非常清晰的。最初“杀马特”群体的成员是通过互联网建立联系的,他们主要通过QQ群的方式进行联络,不断壮大群体规模。“杀马特”QQ群不同于一般性的娱乐网络群组,而是一个有着较为严格审核制度的群组。外部成员往往是通过朋友、同学介绍的方式才有可能加入。想进入“杀马特群”,就必须先进入审核群,审核通过后才能正式进入“家族群”。笔者曾经为了更好地了解这些特定QQ群组,试图申请加入其中的一些组群,却被QQ群里的管理员要求拍摄自己“杀马特”造型的照片,并上传到QQ空间,并被告知需要得到群组成员的认可和积累足够的“点赞”后才能转为正式家族成员。进一步浏览和分析“杀马特”网络社区的内容可以发现,该群体的闭合性的另一个表现就是以成员的网络在线时长和实际参与“杀马特群体”活动的表现,作为甄别和遴选成员资格的重要指标。杀马特群里的老资格成员在审核群内,对“准成员”进行一段时间的观察后,觉得待批准成员真正符合“杀马特”的基本气质后,才让其加入真正的家族群参与讨论和参加各类活动。青少年一旦正式加入群体,就必须保证每天网络在线若干小时以上,还要积极参加群内的活动,根据个人能力为“杀马特家族”贡献自己的力量。

## 3. 成员关系的组织化

“杀马特”群体具有相对严密的组织化特征。这

些群体内部大多存在核心成员,他们会对其他成员进行职责划分,要求成员各司其职。有的人负责给群内成员美化造型并PS照片,有的人负责制作成员活动的视频传到QQ空间,还有的人负责网络推广和对外联络。“杀马特”家族群内部很多事都有其严格的规范和标准,新加入的成员必须服从群体内部的安排,有些杀马特群还面向成员收取一定数量的Q币作为活动经费。“杀马特群”的组织化特性,还表现在他们会定期进行网上的视频连线活动,如果成员在同一城市,还会有组织线下的聚会活动。“杀马特”群体组织化的第三个方面,是组群内部的地位等级明显,元老级的成员与新入会的成员之间的尊卑界限分明。当然这种权力关系并非完全依赖加入该群的时间长短,而主要是由群内成员对其“杀马特”形象的认可程度,以及由此产生的偶像崇拜程度所决定。那些善于装扮自己,让其他成员“点赞”并争相模仿的成员,更容易成为众人“顶礼膜拜”的人物,自然也就成为“杀马特群”的内部权威,会有其他成员甘心成为其粉丝和“跟班”。

## 4. 成员来源的多样化

“杀马特”群体的成员虽然基本以青年人为主,但他们各自的背景却相对复杂。从性别构成来说,“杀马特”群体中既有以惊悚见长的男性青少年,也有喜欢搞怪个性的“女杀”。从职业分类来看,这些气质独特、个性鲜明的“杀马特们”,并不仅仅限于发型屋的理发师,还有一些初中/高中生、工厂的打工仔与打工妹、饰品店的小老板甚至还有较早辍学在家的闲散青年。从家庭背景上看,“杀马特”成员既有家境不富裕的社会底层,也有家境比较优越的城市中学生。但无论具体家境如何,他们往往缺少家长的管束,在个人生活方式选择上有较大的自由度。从“杀马特”群体成员的城乡背景看,有相当一部分人来自农村和城乡接合部,少部分则是城市青年,他们群体内部也有“城市非主流”和“乡村非主流”之分。

## 5. 生存方式的“一体化”

与其他青年亚文化群体和一般化的网络群体不同,“杀马特”群体的生活和生存方式是“一体化”的,也即是所谓互联网线上的交流联系会顺延到线下的现实生活之中。他们内部成员会定期组织同城的线下聚会,并专门有人负责将线下聚会的情况拍成视频和照片上传到网络,供其他成员学习。生存方式一体化的另一个方面,就是“杀马特”群体并非只是“网络精灵”,他们大胆而勇敢地将网络上那些惊



悚、奇异、个性的打扮带到现实生活中，他们以这种妆容去工作、逛街、娱乐和聚会。这也是为什么社会公众可以在公众场合能够比较容易地围观“杀马特们”，甚至可以抓拍到他们的照片的缘故。前不久，香港大公网就刊发一篇“当司马南遇见杀马特”的新闻评论，讲述的正是微博名人司马南偶遇“杀马特”并合影留念的趣事<sup>[3]</sup>。“杀马特”群体这种大胆、前卫、勇于展现自我并“一体化生存”的方式，乃是很多网络隐秘群体无法企及的。另外，一体化的交往方式，让“杀马特”群体的成员由网络“趣缘关系”逐步转变成现实生活中的真实朋友，客观上扩大了他们的人际交流空间和地域范围。

### 三、“杀马特”现象的社会学解读

#### 1. 源自青年自我塑造与性别角色建构的需要

与许多青年亚文化现象一样，“杀马特”青年之所以敢于尝试并坚持使用各类“雷人”的奇装异服和身体造型，很大程度上源自人类自我建构与自我形成的本能需要。这种自我塑造的冲动，在青春期和青年早期表现得尤为明显。在这段时期，青少年的自我意识越发强烈，对于“我是谁”、“我应该是谁”等人生终极问题的追问，促使他们开始关注自我角色和身份的确认。埃里克森指出，青春期存在着对成人承担义务的合法延缓期，是最容易发生认同危机或混乱的时期<sup>[4]</sup>。青少年对于如何认识自我、表现自我等方面的迷茫状态，使得他们中的一部分人过分依赖外形的塑造以获取自我的认同，而对外表的刻意追求和标新立异让少数青少年走向了极端，表现为以惊世骇俗的装束打扮来确认自我的存在和与众不同。“杀马特”青年自我确认和表达自我的意识非常强烈，为此，他们愿意将网络角色带入现实生活，突破主流社会给青少年预设的那些规定性的角色限制，充分挖掘“多重的自我”，将之大胆展现出来。

从表面上看，“杀马特们”那些鬼魅化的装束是青少年追求新奇刺激，企图通过标新立异的方式获得他人的关注进而获得满足感的手段。但是，杀马特们热衷于“易装”且呈现出男扮女装和女性装扮妖魔化的倾向，却有着更为深刻的性别角色建构的意义。巴特勒认为，建构社会性别身份根本上是独立于生理性别的，社会性别是一个自由流动的设计<sup>[5]</sup>。“杀马特”青年通过“易装”，在一定程度上隐藏扮演者本人的身份，匿名性带来了更大的选

择自由，极大地降低了男女“易装”行为中扮演者的心理压力。对于那些勇于扮演女性的男性“杀马特”而言，把自己打扮成一个“比女性还冷艳”的形象，既可以满足对异性的好奇心和幻想，又可以带来其他“杀马特”的赞叹和认可的情感体验。他们用“完美性别”外貌，打破了传统社会中男性被固化的“阳刚”、“粗犷”的形象，完成了一次自我性别角色的建构。那些通过装扮成鬼魅的女性“杀马特”青少年，则可以宣称自己与固定女性气质之间的“差异”，释放在现实社会和日常生活中被压抑的欲望，并通过不断地演绎带有惊悚、暴力气质来改变女性弱者角色身份，重建自己的性别形象。

#### 2. 展现出青年强烈的群体归属诉求与小众的亚文化风格

任何一个人，不仅表现出与具有某些相同之处的他人相联系并获得对某一群体的归属感的倾向，而且也有对他人进行某种分类和识别的要求。由于“杀马特”青年自我意识的过分张扬，势必招致社会的嘲讽和不理解，这又加剧了“杀马特”青年需要面向内群体寻找心灵的归宿以获得群体的认同。简金斯认为，认同是人作为社会存在的一个特征或属性，是有关某个集体的共同认知。它强调人们之间的相似性，以及集体成员相信他们之间所具有的某种共同性和相似特征。人们对自己的认同进行定义的同时，也就是对一系列他们进行定义的过程，我们的相似性正是他们与我们的差别性，反之亦然<sup>[6]</sup>。“杀马特”青年以群组的方式，展示他们的群体亚文化，同时认为“杀马特”不仅有别于主流文化，也区别于其他形式的亚文化，对这一点的强调，使族群成员产生强烈的群体自豪感。与此同时，“杀马特”群体通过不遗余力地累积“共有文化”强化作为“杀马特”的个人身份认同和“杀马特家族”内部成员的认同，通过象征性和仪式性的装束和行事风格，建构“杀马特”族群与其他亚文化族群之间的界别，进一步增强了青年对族群的群体归属感。

“杀马特群”的存在和维持，是依靠群体内部的“共有的文化”的生产和分享来实现的。某些“杀马特”成员通过模仿、改进和创新“视觉系”造型，确立自己的权威地位，其他成员则顶礼膜拜、争相仿效，最终获得群体其他成员的认可和尊重，成为小群体所共同的社会经验和文化符号，并以此为基础逐步确立“杀马特”群体的文化风格。风格是亚文化最具有自我吸



引力和最可读的特性。风格通常被看作是很多类型的事物所做的分类,它也涉及某些事情如何去做,如怎样演奏音乐、如何发表演讲、如何穿着打扮,风格作为青少年亚文化的“第二肌肤”和“图腾”,是文化认同与社会定位得以协商与表达的方法手段<sup>[7]</sup>。“杀马特群”的成员,凭借自己的族群风格,即便是相隔千里也可以建立联系,分享群体的文化产品。一方面,“杀马特”风格将青少年个人关于自我的想象与他人眼中的“我”统一起来。群体内其他成员对个人文化能力的认可,促使“杀马特”个体在群体内自我认同的完整和统一。另一方面,他们通过不断强化群体风格和凸显群体文化生产能力的形式,与成人世界保持着一定的距离,在自己的“地盘”创造、分享属于他们自己的小众亚文化。

### 3. 反映出青年亚文化的抵抗与深刻的社会区隔

“杀马特”青年强烈的渴望具备成人感和自主权,成人世界也期待他们随着年龄的增长承担更多的责任和义务,并按照主流文化的价值要求行事。但是,“杀马特”青年与主流文化要求之间看似不谋而合的诉求中却存在着重大的“危机”,代表主流价值的父辈为“杀马特”青年制订的规则与青少年要求“自我掌控”之间有其严重的不一致。成人世界要求青少年按照主流文化接纳的方式穿着打扮,而青少年则希望自己可以更多地选择自己喜欢的穿着方式,二者发生对立的时候,成人往往凭借权威和话语权力对青少年施加压力,这就导致了青少年产生了沮丧焦虑的情绪和对权威的不满心态。而其中一部分青少年伴随着叛逆的心理,以奇装异服和惊悚的外表造型来发出对成人世界和主流规训的“抵制宣言”。各种青年亚文化正是透过某种惊异的风格,同时努力扩大着它的影响力,借此挑战主流文化,迫使其承认自己的观念、价值和结构<sup>[8]</sup>。在这个意义上讲,“杀马特”青年亚文化的目标,就是以抵抗的方式来逃脱成人社会的控制。

从更深层面看,“杀马特”现象反映的是当代中国愈加明显的社会区隔,诸如主流文化与青年亚文化的区隔、青年文化群体内部的“小清新”与“杀马特”的区隔、新生代农民工与城市文明的区隔等。例如,“杀马特”群体在出现之初就备受嘲弄和贬损,特别是在青年群体内部,“杀马特们”经常被以“小清新”自居的青年群体调侃和嘲讽。结果,无论是在网络还是在现实生活中,杀马特都成了一群“他者”,他们不仅不被尊重,甚至面临被话语消费的境遇。以“小清新”自居的文艺青年,站在文化精英的道德高地,肆意地贬低“杀马特”青年,说他们的骨子里永远透露着乡土气息,称他们是名副其实的“杂草文化”。更让人担忧的是,“杀马特”群体面对这些质疑和贬损却毫无还手之力,他们缺乏对自身及围绕自身所产生的文化争议的归纳和阐释的能力,无形中被褫夺了言说自我的权利,并承受着来自精英文化的规训。

在这个意义上看,“杀马特”青年虽然在努力地抵抗成人世界的文化控制,却难以逃脱整个精英文化的轻视。至于“杀马特”青年,凭借廉价仿名牌服饰和“山寨手机”等穿戴,尽力向城市时尚靠拢时却反遭城市人讥讽的情况,则反映出中国城乡区隔的现实;“杀马特”青年不同寻常的时尚选择,可以被认为是中国新移民大潮下的阶层区分扩大的副产品。如果中国的城乡差异不能较好弥合,那么收入微薄且文化资本缺乏的“杀马特”青年,任何的一次精神文化上的更新以及努力向城市文明靠拢的行动,都难逃被围观、被贬损、进而又很快被忽略的命运。

张乐:南京大学政府管理学院博士后

山东大学社会工作系副教授

常晓梦:中山大学社会工作系硕士研究生

责任编辑/王珑玲

#### 参考文献:

- [1] 郑风田. 不要妖魔化“杀马特”[N]. 社会科学报, 2014-1-2:4.
- [2] 吴道兰. 解读日本视觉系流行的深层根源[J]. 美与时代, 2007(2).
- [3] 铁言. 当司马南遇见杀马特[J]. 大公观察, 2014(70). 大公网: <http://news.takungpao.com/special/dggc70>.
- [4] 埃里克·埃里克森. 同一性:青少年与危机[M]. 孙名之. 杭州:浙江教育出版社, 1998.117-118.
- [5] 朱迪斯·巴特勒. 性别麻烦[M]. 宋素凤. 上海:上海三联出版社, 2009.9.
- [6] Jenkins Richard. Social Identity. London: Routledge. 1996: 3.
- [7] 约翰·费斯克等. 关键概念:传播与文化研究辞典[M]. 林彬. 新华出版社, 2004.
- [8] 苏茜·奥布赖恩, 伊莫瑞·西泽曼. 大众文化中的亚文化和反文化[M]. 李建军. 亚文化读本, 2011.53.