

真正活出属于自己的精彩

当个体发现自己的行为和意见与群体不一致或有分歧时，个体便感受到一种无形的紧张与压力，这进而会促使他趋向于选择与群体一致的行为方式

● 邹广文

“跟风”走到极端，便演变成一种非理智的“疯跟”。几乎任何能够吸引眼球，获得利润的事件都免不了“跟风”，结果扰乱了正常的社会秩序，人们平静的生活开始失衡。

在全球化时代，中国正在大踏步走向世界，在我们的经济发展取得举世瞩目成就的同时，文化的健康发展更应该成为亟待解决的时代课题。因此，我们必须强化民族文化的自信心，着力于文化创新意识的培养，塑造出与全球化时代精神相适应的现代文化。而“跟风”的社会心态都是与这一主导价值诉求背道而驰的。

从文化哲学层面对“跟风”现象评析

首先，“跟风”的心理与中国传统文化的影响有关。中国的传统文化常常强调“整体”的价值，中国人的家庭观念、血缘观念等传统基因往往容易造成中国人的从众心理，久而久之，使得个体的行为常常具有跟从群体的倾向。另外，社会舆论也无形中固化了这种社会文化心理，试看一些民间谚语：“人怕出名猪怕壮”、“枪打出头鸟”、“出头的椽子先烂”、“鸭子过河随大流”等等，都可说是这种心态的写照。当个体发现自己的行为和意见与群体不一致或有分歧时，个体便感受到一种无形的紧张与压力，这进而会促使他趋向于选择与群体一致的行为方式。

其次，“跟风”现象折射了社会转型期的浮躁心态。社会转型使得中国经济社会获得快速发展，给国人创造了各种各样的机会，但同时也催生了从未有过的竞争与生存压力。尤其是面临巨大的生存压力和日趋明显的贫富差距，让渴望名利的人们越来越失去了耐心，迫切渴望“一夜成名”、“一夜暴富”，加之媒体不负责任地推崇和炒作各种“快餐式成功”和“速食式成名”的“典范”，让人们越来越不能容忍清贫和默默无闻，越来越不愿用脚踏实地、勤勤恳恳的劳动来获得成功和荣誉，而是不切实际地去跟风，去拼、去赌，这种从众潮流正把社会推向前所未有的浮躁之中。浮躁产生焦虑，更使得自我主体精神迷失。在盲目的跟风中，人们舍弃了明天，忘记了将来，而只在乎当下。正所谓“不求天长地久，但求曾经拥有”。这无形中降低了个体乃至整个社会的精神境界，使得浮光掠影的流俗文化弥漫于社会生活。

再次，“跟风”心理会消弭民族文化的创造活力。因为跟风是一种拙劣的模仿，所以结果必然是平庸的跟随、盲目的复制与可怕的同化，这是明显缺乏理性、丧失文化个性的行为，无论对于社会还是个人，后果都是十分严重的。从国家的角度说，在经济全球化时代，我们要建设独立自主的有中国特色的社会主义现代化，这既是民族化自强之路，也是建设世界健康的文化生态的

召唤。所以，有着悠久历史的中华文明理应创造自己的新文化。而如何保持中华文化的精神传统，增强文化自信，进而在世界文化大舞台上展示有个性的民族文化，使中华文化得到创造性的发展，这是我们进行先进文化建设必须认真思考的问题。而就个体的发展说来，盲目的跟风也是一种不明智、不健康的心智模式，一个经常从众跟风的人，必然会缺少独立的思考，创造力也会随之降低，新方法和好创意会被同质化，逐渐变得平庸。一个人如果丧失了智慧和创造性，一味地随大流，就会造成千人一面的社会环境。社会学家早就指出：在个人价值和社会选择上，我们每一个人都拥有一

延伸阅读

如何退去

如果说一支广告的“跟风潮”赌的只是一个企业的商业利益，那么诸多低级的“跟风潮”此起彼伏所赌的则是国家和民族的未来。

只有在全社会树立起以创新为主流发展的意识，各种跟风潮才会逐渐退去，我们的国家和民族才会逐渐摆脱“制造大国”的旧有低端发展的模式，而转向“创意大国”的高端发展模式。大卫·奥格



个坐标。在某种意义上说，每一个人都独特地属于“自己”，而不是别人。在纷繁复杂的现代社会，如何沉下心来，真正坚守自己，做真正的自己，这是我们每一个人必须面对的课题。

培养个体鲜明的主体意识，我们才能告别“跟风”，走向成熟

我们应当从中国个体与社会的全面发展高度来认识这种跟风现象，采取有效应对措施，切实杜绝跟风，让我们的社会文化发展更成熟、更自信、更富有个性。

第一，要加强全球化背景下的民族文化自信心的培育，尤其是要注意从中华文化的灿烂历史中去寻找民族文化的根基与信心。中华民族历经几千年的沧桑历练，内忧外患，但这条文化的命脉却一直没有断，一直傲然挺立到今天，并日趋呈现出勃勃生机，这足以说明我们祖先的伟大，说明了我们民族文化强大的生命力。今天，面对全球文化的冲突与融合，我们更应该珍惜这份文化遗产，加强对国民的传统文化教育，彻底克服国民的盲从与自卑心态，重振民族文化的自信心，展示中华文化的个性风采。

第二，要充分引导和利用网络信息传媒，打造健康的社会文化环境。在现代社会，网络信息技术日渐普及，已经成为人们日常生活不可或缺的元素。但就现实来看，网络信息是一把双刃剑：一方面，网络让我们的文化信息接收更为迅捷，视野更为开阔，我们在虚实交融中感受着这个纷繁的世界，追求着文化个性化、多元化；但另一方面，在网络的强大力量下，公众话语日渐以娱乐的方式呈现于大众生活，并成为一种文化精神、文化现象，甚至演化成为一种新的话语霸权。在网络媒体的强势主导下，大众不由自主地被裹挟进跟风的潮流，从众心理也在越来越强大地影响着现代人的生活方式、思想观念乃至精神境界。我们必须自觉认识到网络的这种二重性，注意提升网络媒体从业者的素质，营造和谐向上的网络传播环境，引导网络舆情的健康发展。此外，现实也给我们的政府信息管理提出了新的课题——政府应加强决策信息的大众披露，以稳定舆论环境。调查表明，大部分跟风的人常常处于某种信息不对称的状态，由于缺少足够信息来做决策，人们只好去参照周围大多数人的意见来做

决策依据，结果导致跟风现象的出现。

第三，全社会应积极倡导公民的个性发展，鼓励创新精神。在当代生活中，现代化所推崇的“标准化”的操作模式、世俗化的思想潮流如享乐至尊、娱乐至上、“今朝有酒今朝醉”等等，常常在不知不觉之中，以同一种模式对我们进行打造，尤其是随着商业化的全面推进、社会交流的日益频繁以及信息化的强力渗透，“跟风”更加有可能束缚思维、抑制个性发展、扼杀创造力，从而使我们在生活方式、文明习惯乃至人生境界等方面陷入流行化、浮躁化、庸俗化。个体是社会发展的主体，是构成社会的细胞，只有每个人的素质提高了，才能抵得住诱惑，守得住人生的恒常价值，不盲从，不跟风，磨炼出独立人格和自由精神，从而最大限度地克服从众心理的危害，真正活出属于自己的精彩，整个社会才能和谐进步。

总之，培养个体鲜明的主体意识，我们才能告别“跟风”，走向成熟，我们民族文化的创造力、自信心和文化个性才会在中国这片土地上真实地生长出来。（作者为清华大学哲学系教授）

人民论坛

跟风潮

● 孙慧英

威说过：“还没有什么人由于盗用了别人的广告而树立起了一个品牌的。”“跟风”无疑在很大程度上有“模仿”、“盗用”、“抄袭”、“盲从”之嫌，如果这股“风”的源头就有“忽悠”、“鼓噪”的意图，那么跟着它就势必是“盲从”，甚至会上当受骗；如果“风”的源头很正，那么大家一味地只是简单重复式地跟着它则损人不利己，除非你的跟风具有超越源头的创新性，否则不仅

会造成大量文化产品的同质化，而且还会大大消解原创者的创意，从而使整个行业甚至产业失去创新发展的动力，导致创造力枯竭。

“跟风”就像是烟酒一样，能够提神，也同样容易让人上瘾，而要戒之，难。何以说难，因为“跟风”的弄潮者不只是一个人、一个企业，而是诸多元素的合力，这些元素包括成熟度不够高的市场、喜欢推波助澜的媒体、从众随大流的消费个体、经济

利益的驱动、创新风险的顾虑、相关法规和宏观约束的缺席……要想戒掉“跟风瘾”，根治“跟风病”，需要全社会共同的努力，从根本来说还是要抓创新素质教育，在全社会形成一股以创新为主的生态环境，让创新的嫩苗健康地成长起来。（作者单位：厦门大学新闻与传播学院）

人民论坛

（责编 高源 美编 澎湃）