

Gangnam Style 江南風格的解構

江南風格 (Gangnam Style) 是值得研究的現象，除了因其流行程度令人詫異外，它的成功牽涉不同層面的媒體/文化因素。「江南風格」從去年七月初推出，瞬間即在社交媒體 YouTube 瘋傳，點擊率超出一億，成就蓋過當今國際 (西方) 潮流偶像。究竟江南風格是標誌著新的全球普及文化的流傳形式，又是否代表着韓流的盛世依然存在？本文嘗試從這些方面一一探討。



江南風格的網絡流傳之路

社交媒體在「江南風格」的盛行上，功不可沒。其歌手朴載相 (PSY)，出自江南，父為工業家，在美國大學音樂系受教育，回國以 Rap 歌打入南韓樂壇，惜十年來星運浮沉。及至去年七月找來著名電視節目主持及性感模特兒兼歌手 HyunA 製作「江南風格」，在南韓著名節目《CenterStage》表演後打入全國十大流行榜。但其蜚聲的成就是由於歌曲 MV 片段被上載到 YouTube 後，由美國 Rapper T-Pain 發現並放到 Twitter，即在兩個大社交媒體上瘋傳，開始被美國主流電視節目《Ellen DeGeneres Show》看中，邀請 PSY 在節目中教另一偶像 Britney Spears 大跳騎馬舞，頓時使「江南風格」成美國家喻戶曉的歌曲/人物，亦再次催谷網上點擊瘋傳。這種「漣漪」甚至海嘯式的流行文化流傳，正好說明 (一) 社交媒體與主流媒體的互為效應，及 (二) 美國在促使流行文化全球化成功的殿堂位置。尤其後者是推動/鼓勵社交媒體的一大功能——網民自拍仿效錄像 (Viral Videos)，間接為原有的江南風格提供宣傳果效。網民的推波助瀾，足以反映網絡參與性民主 (Participatory Democracy) 與全球化流行文化的巧妙結合。

網民不同層次地將片段解構又重構，包括 (一) 照辦煮碗在自己的環境重構場景，但仍用原本音樂；(二) 平民式仿效：場景併湊起用家居角落、公園、馬路，大跳騎馬舞；

(三) 網上流行的快閃式 (Flash Mob)：此乃最流行仿效方法；尤其用於大學、紀律部隊，

甚至菲律賓某監獄以騎馬舞作為提昇獄犯身心健康及和諧訊息而集體拍攝「監獄Style」。集體參與不單充份展現網民在社交網上媒體怎樣表達在線的親暱行為 (Ambient Intimacy)、更將普及文化「平民化」而進一步普及化。在今天 Web 2.0 世代，造就了著名學者 Graeme Turner 有關「平凡名人」(Ordinary Celebrity) 的理念，他指出自從真人秀 (Reality Show) 在 90 年

年代初出現，帶動/激勵不少平民闖進藝能界又或者參加不同形式的比賽，成為短暫的明星。YouTube 的出現使平民能利用其輕便的攝錄科技，將自拍錄像 (無論關於生活片段、明星/歌手模仿)，上載充份發揮今日盛行的「分享」(Sharing) 行為及親暱表現文化之餘，亦將其形象全球化不朽化 (Immortalized)。

江南風格「平民化」的霸權

但為何「江南風格」較能為網民仿效及瘋傳？這可以從不同層面分析之。首先，MV 文本中，歌曲及騎馬舞本身非常平易近人：規定性節拍，重複又重複的旋律及舞步，受眾不明歌詞所以也能附和，加上歌詞加插「sexy lady」及「Gangnam Style」兩句英語，令歌曲在主導網絡的英語世界間通行，畫面的普及性，例如街景、停車場、城市面貌。但另外方面又不乏提供驚喜及慾望：不同但又互不相干的場景，使人摸不著頭腦之餘，場景錯配，例如 PSY 的沙灘衣著及躺臥形態，使人有沙灘的聯想，但鏡頭拉開他卻身處公園沙池中，錯愕夾雜著搞笑成份，使網眾能作不同聯想之外，亦可就不同場景拆開仿效。

但真正使 PSY「江南風格」構成更深層的平民共鳴是其構成「諷刺」(Parody) 文化符號閱讀，使表面上看成浮誇甚至庸俗賣弄糜爛性感，變得有深入的社會意義解構。除了 PSY 在訪問中道出「江南風格」為諷刺江南縣市政府

(Gangnam) 屬於富有上層階級聚居之處，其生活的奢華靡俗，及至諷刺整個南韓社會在近年經濟起飛（亦拜「韓流」所賜），造成城市人追逐高消費享樂，物質肉慾，昇平繁華背後卻隱藏着貧富懸殊加劇、社會問題頻生的局面。MV 半帶搞笑的社會諷刺，使不單為南韓的平民產生共鳴，更在瀰漫着經濟低迷的全球觀眾產生迴響。「江南風格」盛行的美國對歌曲進行不少深度分析，指歌曲 / MV 能帶出「物質主義的荒謬，及平民追夢的虛幻，姑勿論 PSY 原意如何，「江南風格」恰恰能與網民的平凡 (ordinary) 心聲產生共鳴的同時，又能吸引其對富裕的聯想。「騎馬」就是這麼的文化符碼。

韓流霸權又一高峰？

不可否認的，是 PSY 另一層面的「平民性」，當然歸功於其「平凡」的面孔。韓流音樂 (K-Pop) 自從千禧年代的 BOA、姜太、張東健，以至近年的 Rain 都是典型的流行音樂 / 電視電影偶像的方程式：俊朗、健碩、歌影視三棲的材料（裴勇俊又是好例子）瘋魔了千萬女歌迷。韓流工業其中成功之處，就是在塑造歌手形象投向全球觀眾口味。所謂「無國籍」 (MUGWAKJEOOK)。故此上述歌手彼此評為沒有韓國特性的，甚至其形象全然仿效美國歌手偶像（或者是一種有策略的混雜）。及至 Boy Band 及 Girl Band 的興起，更加證實這方程式的濫用：大量生產面目大同小異的歌手，欠缺個人風格。

PSY 的出現，無可否認為呈現悶局的南韓樂壇帶來生氣。相對其貌不揚的外形，典型韓國男士的樣貌，反而跟網民產生另一層次的共鳴。當然，觀乎其富裕的背景，PSY 怎也不算「平凡」，但其形象可能令 MV 中產生的「諷刺」 (Parody) 意味更可信。PSY 藉「江南風格」對江南甚至南韓社會的整體諷刺究竟有多少全球觀眾能夠詮釋不得而知，但就網民由「江南風格」所引發的自拍錄像，足以反映「諷刺」不同層次的可能——甚至諷刺「江南風格」本身。「諷刺」亦是推動網民民主參與的催化劑。

由社會性諷刺到政治動員

「江南風格」諷刺的領域亦伸延到政治議題上，其中較觸目的是中國著名異見藝術家艾未未的諷刺錄像。其中只見艾未未與友人大跳騎馬舞，但場景見集中於他寓後的後園中。由艾未未所演繹的「江南風格」自然衍生一種維護藝術和表達自由的閱讀；相反的，艾未未亦可能挪用「江南風格」的聲勢來宣揚其批評諷刺中國壓制異見的做法。但更為政治化的諷刺版本，見於國際特赦組織利用騎



馬舞中兩手及拳頭交叉的形態，與雙手被手鐐扣緊的相似模樣，攝製一套控訴世界上極權政權對良心犯的扣壓，又呼籲釋放政治囚犯的宣傳片段（片段由英國一行為藝術家構思）。

故此，「江南風格」的成功，反映流行音樂怎樣挪用商業化的普及元素（一般流行音樂方程式），以及社交媒體世界中觀眾 / 網民作為平凡的特性及想像，此方程式其實並非嶄新，甚至 MV 中的編排 PSY 的唱功、模樣，其實就是「美國式流行音樂注入韓國面孔包裝」而已。它是否為千篇一律的全球流行樂壇帶來奠定性的風格；不是言之尚早，而是一時無兩——畢竟流行音樂要全球化還是回到其「去在地」 (De-localized) 的邏輯，但江南風格所證明的，是社交媒體在推動流行文化的威力。後來者可能也要將多點日常性、平凡性元素包含在 MV 中，好讓網民能將 MV 自拍形式 (Viralize) 廣傳開去。

☞ 梁旭明

香港嶺南大學文化研究系副教授