



令人寻味的是，“科目三”一路顺着网线最终竟然火遍了全球，成了全世界的一个社交符号。

情趣，是一种情绪的表达，“在去中心化或颠覆性的新媒体时代，‘科目三’这种类似魔音式的传播就更容易火”。

一方面，“科目三”满足了小镇青年的表演需求。他们不仅是当下互联网新兴的消费力量，相比父辈，他们拥有更强烈的自我展现与个性表达的欲望。小镇青年，支撑起了当下快手、抖音等直播、短视频平台的半壁江山。

另一方面，在“科目三”传播过程中，越来越多的年轻人以接力方式来“上分”，才形成目前这样一种网络文化奇观。他们还通过跳“科目三”这种方式建立舞团、参加比赛。这种对传统舞蹈的颠覆与解构，无疑彰显了年轻人在潮流文化建构方面的力量。跳“科目三”也不再仅仅是一种娱乐方式，更是一种建构青年潮流文化的手段。

“当然，‘科目三’走红的背后是不是还有资本的介入，有推手的存在？”吴瑛同样认为，受消费主义的影响，海底捞将其作为一种营销手段，也是“科目三”能火速出圈的重要原因之一。

从“出圈”到“出海”

可以说，关于“科目三”，喜欢的人，一天不摇就心痒；反感的人，将它视为“审美沦丧”，是迪斯科

文化在城乡接合部的产物。

但令人寻味的是，“科目三”一路顺着网线最终竟然火遍了全球，成了全世界的一个社交符号。在国外社交平台上，“科目三”被写成了拼音的“kemusan”，这是一个不存在的单词，也说明了“科目三”这个语言本身近乎不可翻译。但这段舞蹈却是共通的，几乎所有文化背景的人，都能迅速领会这个舞蹈的意义，感知到某种快乐，并不自

下图：短视频平台上，网友们围绕“科目三”进行了形式多样的创作。



觉地跟随。

“科目三”风潮首先传到了中国台湾。在台湾霹雳舞舞者田晋瑜的“挑战科目三”视频中，有年轻人表示“全班都会跳”。连中国国民党前主席洪秀柱都一边说着“很简单，小意思啦”，一边跟着示范摇起花手。

对此，国台办发言人朱凤莲回应称，一首歌曲、一段舞步或一种美食会通过社交平台很快火爆两岸，比如之前看到的《狐勇者》《小小花园》《求佛》及螺蛳粉等，这是两岸青年在网络时代独特的交流方式，也是两岸融合发展过程中新的文化交流现象。

在韩国，一段五名韩国中学生在毕业晚会上表演“科目三”的短视频引发广泛讨论。“科目三”舞蹈的背景音乐《一笑江湖（DJ弹鼓版）》甚至成为韩国 YouTube 短视频热门歌曲周榜（2023年12月15日—2023年12月21日）冠军。

而在伦敦、在纽约、在莫斯科，起初只在留学生中传播的“科目三”，很快在海外青年群体中流行，大街小巷、不同肤色的年轻人们喊着“英区不大，创造神话”“俄区上分”等口号，相继加入 PK 大赛。

时下，“科目三”已然成为全球短视频平台的大热挑战项目。各国网友纷纷在社交媒体上留言，或者分享自己跳“科目三”的视频。有人觉得“科目三”的动作可爱，还有人担心舞者丝滑脚步背后的脆弱脚踝。

无疑，这一波“科目三”的海外模仿秀让其进一步形成文化热点事件，激发了人们的兴趣，从而产生持续的传播动能。