



“发掘”鲜活的鲁迅 从爱吃萨其马到高深美术造诣

这一轮“鲁迅热”，有一个鲜明的特点：年轻人不再只把他当作“革命斗士”来仰望，而是开始发现他作为普通人的诸多侧面。

“鲁迅是个‘吃货’，爱吃萨其马，还在来今雨轩吃冬菜包子，说了一句‘这家的包子还是可以吃的’。”青年戏剧从业者安小宇是鲁迅爱好者中的一员。在她印象里，鲁迅重情重义，十分鲜活，他与人相处的细节令人感动，他对青年人的重视与扶持，又让人敬佩和感怀。于是，她开始读学者写的鲁迅研究论文，把《藤野先生》等鲁迅名篇的落笔日期倒背如流；只要有空，她就前往北京鲁迅博物馆，在那里，她又时常与前来打卡、观摩的青年学生相遇。

像安小宇这样的年轻人不少，他们“打捞”了鲁迅的不同侧面：他在文学、美术设计方面都有极深造诣，但生活中，他即便牙疼也要买甜食，面对养娃的烦琐日常，也会真实吐槽。当这些细节褪去高高在上的距离感，“鲁迅热”也从线上蔓延到线下，越来越多的年轻人奔赴鲁迅各处旧居、纪念馆打卡，完成一场跨越时空的追念。

“我们常说鲁迅‘长红’，如今的文创热表现得尤为明显，我自己也买了很多，比如茴香豆、百草园的小植物，都非常可爱。”在首都师范大学文学院副教授何旻看来，这些可爱的文创拉近了鲁迅与普通人之间的心理距离，让鲁迅不仅仅作为“斗士”的形象存在。而鲁迅的多元形象被挖掘后，又反过来助推文创、文旅热潮。“这让年轻人愿意接近鲁迅，继而进入阅读，进入鲁迅的文本。”何旻说道。



“打开”鲁迅的方式 从“剧本杀”到走进故居

不可忽视的是，当下的“鲁迅热”并非只来源于网络。随着语文教育理念持续革新，越来越多的学生在课堂里“打开”鲁迅的方式，早已发生了变化。

2025年，北京交通大学附属中学第二分校的弘文课堂中，近万字的鲁迅名篇《祝福》以剧本杀的形式出现在孩子们面前。何旻把她从年轻学生身上总结而来的教学心得，设计在“游戏”中。剧本杀开篇，学生们就面临一个解谜任务：祥林嫂已死，谁杀死了她？课堂上，二十余位学生经过搜证、领身份卡、圆桌审判、相互质询等环节，把自己代入鲁迅笔下的柳妈、鲁四老爷和围观村民，相互探讨，甚至彼此质问：到底是谁害死了祥林嫂？

“站在故事外面，我们很容易判断一个人物；轮到自己扮演他，事情就没那么简单了。”何旻说。学生们在游戏中，共同发现一张造成祥林嫂死亡的社会伦理网络，在游戏最后，他们会投票选出可能性最大的加害者，还站在自己角色的视角，为祥林嫂写悼词。让何旻惊喜的是，有学生将怀疑的目光投向《祝福》的叙事者“我”，这已触及专业研究中的叙事研究视角；而让她更加感动的是，有学生在课后问她，“老师，你下周还来吗？”

当下，很多学校都采取灵活的教育形式与方法，比如通过绘画让孩子进入鲁迅笔下的人物世界，或追寻鲁迅的足迹，实地触摸鲁迅创作时的思想脉搏。在这方面，北京有着得天独厚的条件。

鲁迅在北京生活了十四年，先后住过四个地方。第一处是绍兴会馆，一住便是七年半，《狂人日记》《孔乙己》等作品正是在此写成。第二处是八道湾11号，1919年，鲁迅主持购置了这处宅院，用来接母亲、朱安以及周作人、周建人一家北上同住。院落的购置与修缮费用，一部分来自变卖绍兴周家祖产所得。《阿Q正传》《故乡》等名篇诞生于此，1923年兄弟失和后，鲁迅迁出。此后他短暂租住砖塔胡同61号。最后一处是阜成门内宫门口西三条21号，1924年5月入住，如今的北京鲁迅博物馆即依托此处建立。

八道湾11号如今另有特殊之处：它位于北京市第三十五中学校园内，目前已是八道湾鲁迅纪念馆。小院中常设多个鲁迅主题的展陈，学生们可以在课余时间走进这座留存着鲁迅浓厚生活痕迹的院落。

八道湾鲁迅纪念馆特聘研究员荣挺进观察到一现象：“孩子们在这里发现了鲁迅的很多侧面，比如他对美术的兴趣，对古代小说的兴趣，还看到了他因爱好成就的事业，因此更容易走近他的人生。”当学生在学校里就接触到不再扁平化的鲁迅，进入网络环境后，他们自然更容易接纳、共情那个懂生活、会自嘲、善于解剖人性的“迅哥儿”。

不过，说到当今的“鲁迅热”，何旻也不忘提醒：当前的“鲁迅热”有“萌化”鲁迅的特征，可以顺势而为，但不要只停留于“萌化”本身，“我们不要忘记鲁迅的精神，也不要因此忽略掉鲁迅作品中那些幽微的部分”。

据《北京晚报》
制图：蔡廷（AI辅助生成）

2026年是鲁迅诞辰145周年，也是鲁迅逝世90周年。一个多世纪过去，鲁迅并未尘封在文学史的故纸堆里，反而持续在“Z世代”（1995年至2009年出生的年轻一代）中走红。短视频二创、网络仿写、文创消费、博物馆打卡、课堂革新……多样的文化实践共同点燃这股“鲁迅热”。当鲁迅不再是严肃的“斗士”符号，当代年轻人正用属于自己的方式重读鲁迅。

“Z世代” 用自己的方式

重读鲁迅

年轻人的“鲁迅热” 从发弹幕到买毛背心

打开B站，搜索鲁迅，《我，周树人，努力活成一个人，并向人间喊了一声“别跪着了！”》《鲁迅到底有多强？》《〈野草〉：我把16篇鲁迅写成了一首歌》……一个又一个网感鲜活的标题映入眼帘，点击量动辄上千万，点赞量数百万，弹幕铺满了屏幕。一条2021年发布的鲁迅主题视频，直到今年9月仍有新留言涌现：“今天是迅哥儿的第145个生日了。”很快，这条评论又收获了众多网友点赞。

视频的内容层次丰富。有轻松玩梗的短视频，有用鲁迅生平与笔名篇填词翻唱的《起风了》，也有用说唱演绎《野草》散文诗的二创；有沉下心来细读原著的深度解读，还有知名学者的专业解读，共同构成了“鲁迅热”的不同视角。

微博上，鲁迅是一位拥有“超话”的作家，14万“迅友”齐聚。小红书和抖音上，“我大抵是病了”等名梗被网友仿写，让他的文字嵌入当代生活场景，成为年轻人回应当事的通用表达。“迅哥儿就是我们的最强嘴替。”年轻网友这样说。

鲁迅相关文创的热度更是不断走高。国家图书馆、人民文学出版社旗下文创品牌“人文之宝”等机构推出的鲁迅主题帆布袋受到追捧，徽章、金句书签、冰箱贴等小文创，让鲁迅从厚重书本中走出来，变为可以随身携带的文化符号。

“人文之宝”复刻许广平亲手织就的“大先生的毛背心”，上线后迅速走红，曾创下全网曝光量突破2亿次并登上热搜第一的纪录，催生了“鲁迅OOTD（今日穿搭）”。在各大文创展会、书市上，它都是“顶流”，哪怕炎炎夏日举办的活动，这款毛背心也被年轻人疯狂抢购。

