

论日常生活的电视表征

蔡 骐, 万 颖^①

(湖南师范大学 新闻与传播学院, 湖南 长沙 410081)

[摘 要] 在当今这个大众媒介时代, 原本长期被人们忽略的日常生活改头换面, 以电视为平台重新回到了大众的视野。文章分别从电视民生新闻、日常生活电视剧和电视娱乐节目三个常见的电视节目形式入手, 全面生动地展示了日常生活元素在电视文本中的表征, 揭示了日常生活对电视节目运作以及电视文本意义的生产所发挥的重要作用。

[关键词] 日常生活; 电视; 表征

[中图分类号] G22 [文献标识码] A [文章编号] 1673-0755(2009)02-0102-04

西方马克思主义创始人卢卡奇曾经把日常生活比作一条长河, 他认为, 科学、艺术等更高的对象化形式都是从这条生活长河中分化出来的^[1]。他的学生赫勒在《日常生活》中也明确把日常生活界定为: “那些使社会再生产成为可能的个体再生产要素的集合”^[2]。然而, 与每一个体的生存息息相关, 而又无言地孕育和滋养着人类社会的衣食住行、饮食男女的日常生活世界, 却长期处于人们关注的视野之外, 成为了人们熟知但又熟视无睹的背景世界。直到大众媒介时代的来临, 以电视为首的大众媒介才为日常生活提供了一个全新的自我表达空间, 日常生活元素以电视节目为舞台, 重新回到了大众的视野, 并且赢得了意想不到的关注和支持。纵观近年来比较热门的电视剧及电视节目无不以老百姓的家长里短、喜怒哀乐为卖点, 高举着日常生活的旗帜赚取了超高的收视率。可以说, 日常生活正是通过电视的表征轰轰烈烈地重归我们的生活。

1982年到2002年四次全国电视观众调查显示, 观众在日常生活中收看得最多的前三类电视节目分别是新闻、电视剧和娱乐节目^[3]。那么, 笔者下面也将从这三个角度来阐释日常生活的电视表征。

一 电视民生新闻: 回归生活的新闻

毋庸讳言, 当电视出现以后, 它就逐渐取代了报纸杂志在新闻传播方面的主流地位, 成为人们“看”世界的重要窗口。然而, 在众多种类的新闻栏目中, 民生新闻又以其和日常生活的密切联系而受到观众的普遍喜爱。在这个体制话语不断向商业话语和大众话语妥协的时代里, 民生新闻已经摇身一变, 成为当今新闻类节目的领头羊, 从中央到地方的

“民生热”, 隐约让我们看到了日常生活在与非日常生活的对抗中扬起了胜利的旗帜。对于这一由神圣彼岸回归日常生活的过程, 我们可以从新闻内容的“去中心化”和新闻形式的“故事化叙事”这两个方面来理解。

(一) 新闻的“去中心化”

所谓“去中心化”在解构主义代言人德里达的笔下是指: “对某一文本的关注点不在于其中心, 而在于其边缘, 在于被隐瞒、被掩盖的那些环节。”^{[4] 91-92}当电视新闻被视为媒介文本时, 其去中心化过程就是建构那些与观众切身经验相关, 但以往却处于边缘的意义的过程。不难发现, 在当今的电视新闻节目里, 那些以社会精英为核心, 以宣传教化为目的的传统新闻叙事模式出现得越来越少, 反倒是生活在平凡世界、忙碌于街头巷尾的普通大众成为了节目重点捕捉的新闻人物, 人们的日常生活也被一再地摆上台面, 关注社会普通层面、再现都市生存状态成了新闻的首要价值诉求。如今, 随着一批民生态的电视新闻如燎原之势蔓延全国, 电视新闻正在以其前所未有的亲和力及创造力, 倾力建构着“新闻, 为民所用”的全新话语体系^[5]。而这类新闻节目大多在各种花哨的技巧外衣下隐含着“去精英中心”与“去教化中心”的策略。

今天, 民生新闻以贴近市民的姿态走进百姓的生活空间, 记录百姓生活现状、生活矛盾、情感困惑, 这些无疑都是“去精英中心”策略的表现。那些国家领导、社会名流固然仍会在电视新闻里出现, 但是其中心地位已经不复存在, 与之相比, 普通老百姓的衣食住行、喜怒哀乐似乎更加受到观众和媒体的青睐。另外, 电视民生新闻的“去中心化”倾向还表现在新闻节目原始互动模式的改变上。如今的新闻不

[收稿日期] 2009-02-21

[基金项目] 湖南省教育厅课题资助(项目编号: 08C552)

[作者简介] 蔡骐(1966-), 男, 安徽芜湖人, 湖南师范大学新闻与传播学院教授, 博士。

^①湖南师范大学新闻与传播学院研究生。

再是以媒体为中心对观众进行单方向的宣传和教化,而是本着“与民平等,为民服务”的精神,将老百姓也纳入到电视节目制作的主体中来,充分实现电视观众的能动性。比如,一向以“民生视角,本色表达”为宗旨的湖南经视新闻节目《都市一时间》在这一点上就做得十分出色。在一个小时的节目流程中,前半个小时主要是记者采集到的新闻,而后半个小时则多是观众在日常生活中挖掘到的线索。在许多版块设置上,也刻意突出了电视观众的重要性。例如“百姓说话”源自于观众的投诉电话,“CALL N 到你家”是对普通家庭的随机采访,“DV 状态”环节中的视频素材由观众提供,“短信动态调查”环节更是离不了观众的参与。《都市一时间》正是在这种“去教化”而重互动的运作模式中确立了其民生新闻的品牌。

(二)新闻的“故事化叙事”

小说家詹姆斯曾略带夸张地说:“讲述直接决定着这种效果能否得到表现。”^[6]既然如此,当今民生新闻的倍受推崇肯定也与它独特的叙事方式有着莫大的关系。与以往新闻比较注重事件发展的现在时描述不同,民生新闻在叙事结构的安排上,注重的是事件过程的重构。它通过一种近似于“讲故事”的叙事方式,将日常生活变成了平面、活动的新闻故事,与此同时,也将故事现实化,成为了一种每天都发生在我们四周的生活事件。

曼纽尔·阿尔韦拉多等人曾经将人物定位为叙事的三个核心元素之首^[7]。而正如小说中有主人公,电影电视剧中有主角一般,故事化表达方式下的新闻中也一定有人的存在,在传统新闻的报道中,人往往被忽略,但是在电视民生新闻中,人,尤其普通老百姓却成为了主体。无论是“六旬民工办起模特队”,还是“八岁小孩被困电梯,生死大营救”,我们都可以发现,这些新闻的叙事结构是围绕人物来展开的。

此外,新闻与故事合谋,共同表现日常生活的另一个叙事策略就是对细节的把握,在传统电视新闻中,细节往往缺席,主持人平铺直叙地汇报完一条信息即完成了一则新闻。但是在民生新闻里,无论是动作、神态还是心理上的细节,都成为了记者重点突出的部分。其实这也暗合了后现代的解构之风,它将原本宏大的视野转变为对人们生活细节的关注,使人们开始放弃对终极价值的追求,转而对衣食住行、饮食男女等生活原生态加以关注。另外,细节在故事叙事中也往往是许多矛盾、冲突与悬念的载体,正如琐碎的日常生活中总是充满着“神秘”一般,那些在生活中被人们所忽略的内容,在电视荧屏上使人们重新感受到了某种久违的激情。在《都市一时间》中曾经有一则持续了四期的新闻,题名为“十六岁少女为何失踪”,当少女的亲人在记者的帮助下,好不容易找到少女的时候,记者重点表现了少女冷漠疏远的表情细节,正是这一不起眼的细节使本来觉得这条新闻索然无味的观众又重新燃起了好奇,人们知道,故事肯定还没有完结,最大的矛盾一定还隐藏在少女和他的亲人之间。

二 日常生活电视剧:世俗生活的影像

“剧如人生,可以兴、可以群、可以观、可以怨”^[8]。电视剧是一门“叙事的艺术”,但同时也是属于“我们生活的传

奇”。近几年来,在中国电视剧市场里,以日常生活为题材,以普通小人物为主角的电视剧越来越火爆,人们不禁感叹,电视剧已经进入了一个世俗化的时代。然而,这种世俗化并非贬义,正如多罗斯·霍布森所说:“它们是我们个人记忆,和与人群共同关系记忆的一部分”^[9]。电视剧正是对于人们日常生活最本真的还原。

20世纪90年代初《渴望》将大众通俗电视剧引入了文化生产的主流,从而使伦理化的日常生活叙事成为电视剧的一个主要方向^[10]。时隔多年,今天的电视剧再次步入了一个世俗化的高峰,大量以人们日常生活为题材的电视剧涌入了市场,并且取得了不俗的收视成绩。据尼尔森媒介研究中心统计,仅从2008年三月份大北京地区的收视排行来看,前五位中日常生活题材电视剧占了其中三部^[11]。可以说,过去那种关乎民族、国家、社会主义建设的宏大叙事已经在逐步向日常生活这类微观叙事位移。纵观2007和2008年的电视剧市场,那些曾经炙手可热的反腐剧、神怪剧、武侠剧明显少了,影响力更是差了不少。反倒是诸如《金婚》《新结婚时代》《笑着活下去》这类反映人们家长里短、结婚生子、嬉笑怒骂的电视剧收视率一路飙升。这不禁让人想到后现代大师利奥塔对于当今社会“宏大叙事瓦解”的论断,在他看来,更多的声音将从“边缘”发出^{[4] 91-92}。而且值得注意的是,这种微观叙事还具备了突出“当下”的特点,在当今电视剧中,宏大叙事并没有完全瓦解,而是通过电视剧中老百姓的日常生活更加生动地反映了出来。例如,当今社会里十分普遍的“凤凰男”和“孔雀女”的现象就曾引领了一股收视热潮,许多如《新结婚时代》《双面胶》等近年来十分热门的电视剧都纷纷选用了这一题材,通过描述来自农村的丈夫和成长于城市里的妻子之间的婚姻、家庭摩擦,展现当今社会深刻而又隐晦的矛盾,这些电视剧都是通过日常生活中再普通不过的场景和事件来诱发矛盾,而那些世俗生活中常有的吵架、斗嘴也十分自然地在剧中频繁呈现。正是这种亲切与熟悉感使人们难以将电视与生活分开,尤其是对于那些曾经经历过这些世俗纠葛的人而言,这些电视剧仿佛就是在演绎自己的日常生活。

然而,这种世俗化不仅表现在叙事题材的选择上,对于一部电视剧而言最为重要的主角也在实现着一种蜕变。从结构主义来看,电视角色的塑造都隐藏着一种结构化的对立,正如列维斯特劳斯所言:“所有的文化形式都根源于一种二元对立的关联结构”^[12]。那么,英雄与凡人这对传统意义上的二元对立在当今电视剧文本中却都在经历着一场世俗化的洗礼。

首先,日常生活中的大多数人都是凡人,他们没有让众人艳美的特质,也没有作出过惊天动地的大事,却有着各种各样的小毛病和小缺陷,当今许多电视剧中的主角亦是如此,他们总是平凡无奇,甚至连电视机前的普通观众都不如,例如《丑女无敌》中的林无敌,不仅长相丑陋,而且还邋遢、不修边幅,还有《士兵突击》里的许三多,长得其貌不扬,就连智力也比一般人稍差,用剧中的话讲,那就是一堆“废柴”。然而,正是这样的凡人却在剧中取得了与凡人不相称

的成就,他们一次次地打破了日常生活中“凡人注定平庸”的诅咒,将小人物通过自己的努力也能获得成功的信念移植入了人们的无意识中,从而在人们心里构建了一个神话,电视观众会将剧中平凡的主角当成自己,同样,他们也会乐于在平淡的日常生中等待电视剧所描绘的奇迹降临。

然而,作为凡人对立面的英雄,也在这股电视剧世俗化浪潮中被迫走下了神坛,沾染上了普通人的世俗情感。例如,曾经热播的电视剧《恰同学少年》便是通过对伟人进行“祛魅”的叙事手法取得了巨大的成功,剧中的毛泽东、杨开慧这些在传统电视剧中无比崇高神圣的人物在这里却变成了几个普普通通的青少年,他们像常人一样生活,也要经历着日常生活中无法避免的失意、失落,他们和现实中众多男少女一样,也会情窦初开,也会对未来充满理想和希望。对于电视机前的观众而言,剧中的主角不再是那个可望而不可及的“一代伟人”,而是日常生活中可以找到原型的有志青年。

费斯克在《解读大众文化》一书中宣称:“大众文化只有被人们接纳并进入了人们的日常文化之后才能完成。”那么,作为当今大众文化典型代表的电视剧要想赢得观众的眼球也必然要实现一种“世俗生活对形而上思考的放逐与改写”^[13]。许多知识精英经常会在网络上撰文痛骂日常生活电视剧是一种文化的堕落,但无可否认的是,“电视剧本身就是一种潮流的艺术”^[14],而引领这股潮流的正是日常生活中的普通观众。

三 电视娱乐节目:重构生活的狂欢

泰戈尔曾经说:“如果一个人弃绝了欢乐的欲望,那么他也失去了感受快乐的能力”^[15]。对于人们的日常生活而言,娱乐是不可或缺的基本需求,但是随着现代化的不断加剧,都市里的人们越来越孤独、也越来越原子化。面对这一尴尬的生存现状,作为日常生活重要组成部分的电视便理所当然地承担起了娱乐生活的重任。从最开始的《综艺大观》到后来的《快乐大本营》,再到前几年火遍大江南北的选秀热潮,最后到2008年借着奥运光环取得超高收视的《奥运向前冲》,中国的娱乐节目正在走着一条不断大众化的道路,越来越多的人依托电视带来的集体狂欢改造着自己孤独无聊的生活,由此,人们也把当今称为一个“大众娱乐大众”的时代。

其实,一直以来,电视娱乐节目都在竭尽所能地改变着人们的生活,以前主要是停留在给人们带来心理和精神层面上的解压和慰藉,而时至今日,这种改变已经迈出了实质性的步伐,它不仅娱乐了生活,同时也在试图重构我们的生活。在电视娱乐节目越来越大众化的趋势下,普通的快乐已经进一步演化为巴特意义上的“身体狂喜”了,这种狂喜是受众在喜极忘形的特定时刻丧失自我的表现,是大众文化消费者在日常生活的狂欢体验中冒犯正常生活秩序所带来的兴奋^[16]。那些参加《奥运向前冲》的选手在闯关过程中或摔倒、或掉水,丑态百出,但是他们仍然乐此不疲,有些人参加了一次又一次,有些人携同亲朋好友一起参加,有些人甚至把自己装扮成黄飞鸿、超人等奇怪的造型出场。因为对于他

们而言,闯关拿奖并不是最重要的,重要的是闯关的过程本身能够给参赛者带来与众不同的快乐,这种快乐使他们脱离了日常生活中一成不变的准则,人们不用再顾及自己的形象,不用再考虑事情的成败,只需要在娱乐自己的生活同时,也给他人带来点笑料。从勒庞的理论来看,选手们已经在节目中形成了一个“暂时性的狂欢群体”^[17],“人与人之间的距离被抛在了一边,代之而起的是一种特殊的狂欢节式的关系。”这个临时群体的所有成员都可以抛开作为“自己”的所有日常约束,在放纵中尽情地享受对于日常生活的突破。因此,报名参加《奥运向前冲》的人几乎涵盖了社会的各个领域,哪怕是那些平时一本正经的社会精英也忍不住要尝试在众人面前放纵一回的滋味。

然而,最早提出“狂欢”观点的俄国学者巴赫金曾经指出,狂欢中没有表演者和观赏者之分^{[4][18]}。对于当今大众化的电视娱乐节目而言亦是如此,节目的乐趣既来源于选手,也来源于观众,是由观看和参与之间的复杂关系所得出的。客观分析《奥运向前冲》一类的节目,同样的赛道,同样的关卡,不同的选手一轮又一轮的闯关,理论上应该会让观众感到无聊乏味。但是每当有选手失足摔倒、闯关失败掉进水池,或者言行怪异、哗众取宠的时候,观众就会忍不住捧腹大笑,而且这些情况发生得越狼狈,由此带来的“狂喜”就会越难以控制,以至于一个笑完之后,又继续期待在下一个选手身上发生更搞笑的事情。由此,那充满挑战的赛道和电视屏幕一起构成了一个大众集体狂欢的广场。在这个广场中,选手们畅快地演绎,而电视观众们则尽情地观看。虽然不是每个人都有机会亲身参与节目,但是大部分人却能通过电视机形成一种“替代性的满足”^[18],那不变的赛道和关卡就如同我们不断重复的日常生活,而选手们在节目中的出丑和出格则象征着一种对常规的突破,电视机前的观众期待百无聊赖的生活能有所改变,能多点突破,于是他们便不断地追捧着《奥运向前冲》,期待能有装扮更怪异的人,姿势更滑稽的摔倒,速度最快的闯关记录出现,也正是在这种期待一次又一次地实现中,选手和观众都获得了一种释放自我的快感。

西尔弗斯通曾经明确指出:电视具有真正的日常性^[19]。因此,电视和日常生活的合谋也就成了顺理成章而又互利互惠的事情,电视节目凭借日常生活元素给人们带来的亲切感赚取了高收视率,日常生活也通过电视改头换面,重新回归到人们的视野之中。但值得注意的是,这种回归必须建立在一个良性循环的基础之上,它并不等于将日常生活不加选择地搬上电视荧屏,无论是民生新闻、电视剧还是电视娱乐节目对于日常生活的表征都应该有一条底线,那些打着民生的幌子整天拿家长里短说事的新闻节目、那些企图利用性、婚外情、人性自私来吸引人们眼球的电视剧以及那些哗众取宠、恶意炒作的娱乐节目其实都是对日常生活的片面和歪曲的表征,它在日常生活的旗帜下运行,却渐渐远离了日常生活的本质,最终走进了商业化的陷阱。总而言之,我们可以让日常生活元素融入电视文本的同时附带上一点儿世俗,却绝不能允许电视节目打着老百姓日常生活的幌子变得越来越低俗。

[参考文献]

[1] 乔治·卢卡奇. 审美特性 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1986 1- 2

[2] 阿格尼斯·赫勒. 日常生活 [M]. 重庆: 重庆出版社, 1990 16

[3] 邢虹文. 电视与社会——电视社会学引论 [M]. 上海: 学林出版社, 2005 162- 165.

[4] 约翰·斯道雷. 文化理论与通俗文化导论 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2006

[5] 杨晓云. 浅析电视民生新闻的“去中心化”倾向 [J]. 当代传播, 2008(4): 110- 111.

[6] 罗 刚. 叙事学导论 [M]. 昆明: 云南人民出版社, 1994 158

[7] 利萨·泰勒, 安德鲁·威利斯. 媒介研究: 文本、机构与受众 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2005 63

[8] 汪方华. 通俗电视剧美学 [M]. 汕头: 汕头大学出版社, 2005 15

[9] 多罗斯·霍布森. 肥皂剧 [M]. 台北: 弘智文化事业有限公司, 2004 409.

[10] 李跃森. 辉煌的足迹——中国电视剧 50 周年 (1958 - 2008) [J]. 中国电视, 2008 (5): 15- 30

[11] 尼尔森媒介研究中心. 电视剧收视排行榜 2008 年第十一期 [EB/OL]. [2008 - 03 - 20]. <http://yule.sohu.com/20080320/n255821611.shtml>

[12] 李 彬. 符号透视: 传播内容的本体诠释 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2003 122

[13] 约翰·菲斯克. 解读大众文化 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2001 6

[14] 汪方华. 日常生活的意识形态——2007 年电视剧艺术综述 [J]. 影视艺术, 2008 (9): 61- 66

[15] 泰戈尔. 一个艺术家的宗教观 [M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1989 37.

[16] 张 贞. 日常生活与中国大众文化研究 [M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2008 158

[17] 古斯塔夫·勒庞. 乌合之众——大众心理研究 [M]. 北京: 中央编译出版社, 2000 20

[18] 周冠生. 审美心理学 [M]. 上海: 上海文艺出版社, 2005 109

[19] 罗杰·西尔弗斯通. 电视与日常生活 [M]. 南京: 江苏人民出版社, 2004 3.

On the Representation of Everyday Life on Television

CAIQI WAN Ying

(Hunan Normal University, Changsha 410081, China)

Abstract At the age of mass communication, everyday life that has long been ignored is back from the dead to public view on the platform of television. This paper from the perspective of common forms of television programs namely, television civilians news report, soap opera and entertainment program, highlights the representations of everyday life that are embedded in television text. It also reveals the significance everyday life exerts on the television program operation and the production of television text meaning.

Key words everyday life; television; representation