

《蜗居》的双重言说和意识形态策略解码

周晓燕

(盐城工学院 人文学院, 江苏 盐城 224051)

摘要:《蜗居》借双重言说和意识形态策略,在暴露“幸福”“小三”的生活中对“社会道德”进行遮蔽,温情脉脉地卸除了男性对于家庭的道德责任,是一种崇尚彻头彻尾的“堕落美学”,是坏的大众文化文本,其本质是“美学的堕落”。

关键词:《蜗居》;解码;双重言说;意识形态策略

中图分类号:I206.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-5322(2010)02-0044-04

2009年,35集电视连续剧《蜗居》因台词涉黄等原因被中国国内多家电视台停播后,转战网络平台,取得了非凡的传播效果。

一、关于《蜗居》的调查结果及其分析

2010年初,跃居全球网络股亚军的腾讯公司女性频道一则关于《蜗居》的调查引起了笔者的关注。调查中有一题:“如果可以,你想要复制《蜗居》里哪一份爱情”。共216533人投票,其中,高达50.75%的人选择了海藻和宋思明,而选择郭海藻和小贝的仅有32.85%,剩余11.1%和5.3%的人分别选择了海萍和苏淳、隔壁老王和小芳。2010年春节期间,笔者就“你是选择小贝,还是宋思明”面向大学生、教师和公务员等各行业、各年龄层次共1000人分发了调查表格,回收了803份有效答卷。其中,选择小贝,认为年轻、活泼的小贝更适合郭海藻的占33.87%(280份);认为恋爱不能当饭吃,应该选择宋思明这样稳重而富有的男人的占62.39%(501份);认为都不合适的占2.74%(22份)。不可否认,以追逐社会热点为其文本主要特征的《蜗居》是2009年度的社会热点之一,它倚靠网络,凭借口碑营销模式,加之被“禁”而平添的神秘性,在商业层面上获得了极大的成功。

无论是主动迷上该文本,还是“被”迷上的大众,他们并非仅仅是简单地诉诸愤怒或喜爱的情绪,他们经常对自己之所以喜欢和不喜欢的原

因作出详细而颇具理性的解释。一位28岁的女公务员说:“每个女人潜意识里都希望拥有一个像小贝那样年轻、活泼的恋爱对象,但更渴望拥有一个像宋思明那样英俊、稳重、体贴、宽容又有社会地位的依赖对象,有安全感。”一位大三的女大学生说:“海藻看上去真的很幸福!即使郭海藻最后是那样的结局,但她和宋思明的恋爱经历依旧让我和很多姐妹非常羡慕。”一位研究传播学的35岁男教师认为:“这对姐妹,一个敢想,一个敢做,姐姐代表一个人的思想,妹妹代表这个人的行动。就结局而言,几乎所有的观众都会不约而同地认为这只是编剧的一个虚招,故作的‘道德尾巴’,不会影响大众得出‘郭海藻是个幸福女人’的结论。”一位机械行业的48岁男职工说:“咱们公司现在恭维男上司最‘得体’的话就是说他比宋思明还帅,比宋思明还智慧,比宋思明还有女人缘。”

如果说“音乐电视”在上世纪刚出现时,被认为是“文化花园里新出现的一条蛇”^{[1]415};电脑游戏也因为常与色情和暴力等厮混在一起,被认为是“一条没有名分的蛇”^[2];《蜗居》因其崇尚“堕落美学”,则应当被称为“一条不要名分的蛇”。它神秘、刺激、搞笑、性感而又暧昧地挑逗着当代中国的主流意识形态,颠覆了传统中国电视剧“点到为止”的叙事传统,机巧地把握着“一份温馨而忧伤的中产阶级情调”^[3],将欲望的魅力与沉沦的危险同时展现在观众面前,蛊惑大众,特别

收稿日期:2010-05-04

作者简介:周晓燕(1975-),女,江苏盐城人,苏州大学博士生,副教授,研究方向:传媒与大众文化。

是中等收入的女性丢弃艰苦创业的耐心,热衷于感官刺激和物质追求,大胆而赤裸地激发大众对于权、钱、色的欲望,这是马尔库塞《单向度的人》言及的文化工业向大众提供的一种“虚假的需要”的表现。虚假的需要是物的需求,表现为被无限刺激起来的消费欲望,表面上是投其所好,实际上却束缚了大众的创造力和识别力。

二、《蜗居》具有伪双重言说的性质

真正的双重言说问题类似狼和羊的问题,狼与羊都追求自由,狼要的自由是吃掉羊,羊要的自由是不被吃。但无论是狼的自由,还是羊的自由,都是大自然生态平衡的需要,是真问题。

文明的进程是克服人类本能的过程。《蜗居》却为激发人对“权钱色”的追逐本能,策略性地用大量涉黄台词和露骨的两性画面表达一种非常极端的情感——夹杂着恋外恋的婚外恋:强化对受众的视觉冲击,刺激民间想像,强制观众形成郭海藻是幸福的印象,弱化观众对婚姻负有的道德责任感。在冗长的剧情演绎中,步步获胜:逼迫观众屈从本能、逼迫道德退场、逼迫文明退场。因此,在抽空了社会道德和价值内涵的场域里,《蜗居》丢给观众的是一个伪双重言说问题,一个假命题:宋夫人幸福,郭海藻不幸;郭海藻幸福,宋夫人不幸。对以上假命题的正确解码是:第一,如果仅从女人得到男人的宠爱(宠爱常常只是短暂的性迷恋,并非爱情,宋思明和郭海藻之间到底是否真爱,看法不一致,这里也不讨论)角度而言,古今中外,男女之情具有排他性,宋思明对郭海藻谈及负责就是对宋夫人不负责;但宋思明若最终放弃郭海藻回归家庭,那么违背对郭海藻的诺言的宋思明依旧是不负责的男人。第二,如果从社会和家庭的道德责任角度而言,一个不忠于自己家庭的男人,无论是在中国还是在西方国家的价值体系里,都是不道德的,那么宋思明和郭海藻之间的所有问题都是伪问题,他俩根本就不应该存在任何纠葛,更容不得说两者还有什么承诺存在。综上,无论从何角度,宋思明都是一个应当被唾弃的反面角色。

事实上,大批观众,特别是女性观众成批地“塌陷”在宋思明的甜言蜜语和温情里,纠结在以上的伪双重言说中。甚至当宋思明对郭海藻口口声声说“我要对你负责”时,许多女性观众直言:这个男人真有责任心,郭海藻真幸福!电视观众

不能或者不想对这样的伪双重言说正确解码,反而把《蜗居》当作有独立审美价值的观赏对象去追捧、去喜爱、去言说,这种对于堕落的行径不加以鄙视和改造的危险行为,表面上看,仅仅是观众只谈幸福、不谈道德的非不道德行为,但是却暴露出以下两个问题:第一,观众对于“坏的大众文化”的不作为暴露出社会上普遍存在的一种现象:大众对社会道德和价值缺少正确的立场和内心的坚持,眼界狭小,没有担当,公共关怀的素养缺失。第二,除却电视、电影和KTV等文化休闲娱乐形式,目前为我国广大群众所乐于和便于参加的文化形式和活动并不丰富,什么是真正好的、基于人性的大众文化文本的标准还没有在中国大众心目中建立起来。因此,在这样的文化大背景下,大肆吹捧“权、钱、色”的《蜗居》有不同凡响的市场收益就不足为奇了。但是,文艺作品不能回避“权、钱、色”主题,如何表现这类主题不仅是一个至关重要的文艺学和美学问题,而且也是一个涉及伦理学、政治学和心理学的复杂问题。《蜗居》一味以“性和黑幕”为噱头,其实质是借双重言说策略,在“幸福小三生活”的暴露中对“社会道德”进行遮蔽,温情脉脉地卸除了男性对于家庭的道德责任,是一种崇尚彻头彻尾的“堕落美学”,是坏的大众文化文本,其本质是文艺创作领域内的“美学的堕落”。

三、《蜗居》的意识形态策略解码

对《蜗居》调查结果和二重言说的分析,既较客观地展示了《蜗居》之毒性,也为笔者分别从社会心理、情感和价值层面解码《蜗居》对“有房才幸福”、“堕落就幸福”的意识形态策略做了必要的铺垫。

意识形态是一群拥有共同利益的人的观点,无论什么群体都生产意识形态,最常见的意识形态策略,就是说明这个群体的利益怎样“真的”大体上等同于整个社会的利益^{[1]399}。《蜗居》出现在中国老百姓对房子的刚性需求最旺盛又最得不到满足时,剧中的姐妹俩是比较典型的中等收入阶层的代表,她们买不起房的例子就非常适时地而又轻易地统一了大众的思想,即产生了一个意识形态,或者说是共识:有房才幸福。按照布尔迪厄的看法,中产阶级历来是一个特殊的群体,他们在社会区隔中具有暧昧不清的身份,善于调和上层和下层、精英与大众的口味,具有“差别战略

家”的色彩^[4],这个阶层的人通常都受过高等教育,收入相对稳定,比上不足、比下有余,是可以连接起社会各阶层的桥梁式人物。

《蜗居》的意识形态策略伴随剧情的展开一步步实施。

首先,从社会心理层面,《蜗居》满足了大众的求证欲和“反叛”心理。《蜗居》勇敢而明朗地站出来揭发房价高涨的始作俑者是政府,使得不敢言语的大众感觉畅快。剧中地产商与官员勾结,玩转地产市场等叙事场景现实得让观众感觉仿佛就在身边。《蜗居》开篇就在刺痛房奴神经的同时,也满足了大众的求证欲和“反叛”心理,迎合了大部分老百姓的“有房才有家,有房才幸福”的老观念,初步赢得了收视率。比如,文本开篇的两集里海萍夫妻俩租房“蜗居”和海藻寄居等场景,这就让更多的观众相信,这对姐妹是成千上万买不起房的中等收入阶层的代表人物。这是《蜗居》在社会心理层面打“有房才幸福”的意识形态牌获胜的第一步。

其次,从情感层面,《蜗居》借“男色”掳获了大批女性观众。“女色”是大众文化文本中的老看点,老热点,而“男色”牌则是《蜗居》编剧设置的一个新颖的小伎俩。所谓“男色”,是指剧中温柔体贴、英俊帅气的宋思明,很多观众坦言:太喜欢宋思明了。《蜗居》中出演男一号宋思明的这位演员相比出演郭海藻的女演员而言,无论是相貌、神情、举止、气质还是演技等都略胜一筹,更有看点。而且,相比郭海藻,宋思明在这场感情纠葛中,似乎投入得更多、更宽容、更温柔,因而宋思明的性格迎合了很多女性观众的小女人心理——渴望对方爱自己更多点,获得了更多女性观众的认可。在郭海藻和宋思明勾来搭去、并不太顺利的爱情波折中,困扰姐妹俩的一些列现实问题,比如房子等问题都一一地得到了解决。特别要提及的是编剧还有一个小噱头:郭海藻还只是中等姿色,严格地说还没够格称为女色,但是越“中等”,女性观众才越有自信地觉得:“我也可以拥有这样的男人!”颇多的女性观众觉得:经历“被动”到“被动中的主动”再到“主动”地做小三,郭海藻终于拥有了优雅的生活,而认识宋思明之前的郭海藻,精打细算到仅仅以能吃到肉丝为幸福标志的生活,只能被叫做“生存”。大众开始羡慕,并逐步淹没在郭海藻式的幸福里,文本策略性地将激情、快乐乃至疯狂都看作人性伟大的品格加以极

端地表现,观众在观看中把本真的自我弄丢了,丢了真善美,丢了基本的道德立场。这是《蜗居》在情感层面从“有房才幸福”转而打“堕落就幸福”的意识形态牌获胜的开始。

再次,从价值层面,《蜗居》展开其“堕落就幸福”的意识形态策略。随剧情的发展,“房市”已若隐若现,渐渐地变为次主题,直至成为文本专事讲述“婚外恋”、“恋外恋”等“情事”的背景,“房子问题”甚至也几度在整个故事情节的构架中不成为问题,显而易见,“有房才幸福”的意识形态策略仅仅是文本为推销“堕落就幸福”的意识形态策略的初步策略。

《蜗居》去政治化倾向是文本推销其“堕落美学”这种意识形态的策略之一。首都师范大学陶东风教授说:“所谓‘政治’概念是广义的,它不是指参与党派或政府的政务活动,更不是指从政,而指一种广义的公共参与活动,是对重大的公共事件的参与和就重大公共问题发言。这个意义上的政治参与不是政治家的专利,而是一个公民的基本素质,也是一个公共世界是否健全的基本标准。任何一个真正意义上的公民都必然是这个意义上的‘政治动物’(亚里士多德)。所以,在古希腊时代,参与城邦公共事务是一个人之所以成为公民的基本条件和基本标志。中国古代普遍流行观念则是认为政治乃与自己无关,‘肉食者谋之’,恰好表明中国古代缺少公民社会传统和公民意识”^[5]。陶东风还认为:“现在的情况是:消费娱乐已经不再具有原先的受制性,已经受到鼓励并成为新的主流。在这样的语境下,娱乐越来越非政治化,而且越来越多的人把娱乐的自由当成自由的全部,把娱乐的权利当作权利的全部,当作存在意义的全部,而不知道除此之外还有更多的权利有待我们去争取,更多的存在意义有待我们去实现。”^[5]在一个去政治化倾向到处弥漫的当下中国环境中,大众几乎没有积极参与公共活动的自主性和习惯,中国老百姓处理事情的习惯性思维就是“托人找关系”;公务人员也无所谓有公事,即使是公事,也觉得转化成私事去处理比较便当;相当多的人只专心营造“小圈子”,他们把公共政治的世界当作“他人的”与己无关的世界,号称“我的地盘我做主”,老老实实地做一个公共规范的顺应者与适应者,只求安稳度日,过好自己的小日子。既不指望公共政治,也有意无意地远离公共领域和公共的事务,有这样想法的人自然就

谈不上有公共关怀的意识,而且这类人不是少数。所以,《蜗居》轻而易举的成功也有其必然性,女观众喜欢宋思明、羡慕郭海藻,蠢蠢欲动效仿郭海藻,痴心期盼身边也出现个宋思明等想法和言论也就不让人感到奇怪了。

毒舌般的台词是《蜗居》推销其“堕落美学”这种意识形态的策略之二。一位网友评论:“那些台词就像一本生活心理学大全,虽刻薄得像泼妇骂街那么恶毒,但其贴近生活的程度,一针见血的深度,很吸引人,甚至可以不用费力气去套自己的生活。”有受访者甚至慨叹自己为什么没有水平将生活总结得那么精辟。《蜗居》台词惯用的手法就是把生活常识和人性弱点打扮成“警句”的模样,作出“经典”的派头,这些台词一般都容易上口,好记且比较搞笑,不细深究,颇刺激耳神经,甚至觉得是一种有可取之处的人生哲学。比如郭海藻自嘲他跟宋思明的关系:“人情债,肉偿了”。类似这样的台词还被网友搜集并精心筛选,做成单独的插图式文档,冠名为“《蜗居》经典台词100条”被大批网友疯狂地上传、点击和议论。面对这些“经典”,大众“揣着明白装糊涂”,明知这些剧中人的“肺腑之言”是应当被鄙视的庸俗哲学,但还是很乐于接受。殊不知,大众接受的恰恰就是一颗文化恶果。《蜗居》台词是对自然主义创作手法的过度发挥,把只能在私人空间里说与听

的,比如男女间非常私密的打情骂俏的情话原原本本地暴露在了公共领域里,编剧的这种没有道德底线的“暴露”,与其说是“打黑”,不如说是“黑打”,其实是遮蔽文本真正的创作动机——本着“娱乐至上”的创作原则,取媚大众,是一种低俗的商业策略。这类“坏的大众文学”如同一个有巨大吞噬力的黑洞,以强大的能量吸入一切物质形态,降低了社会整体的趣味水平和文明质量,消解了社会的进步力量和发展动力,从根本上愚弄了大众,忘却大众需要娱乐,但更需要艺术。

综上,表面看《蜗居》写的是关于老百姓当下最关心的房子问题,其真正的创作目的是大张旗鼓地推销一种“堕落”的生活方式和毫无价值可言的人生选择。文化研究者必须以一种维护人文精神和人性尊严的价值理性,展开对日常生活的审美批判;尤其要发挥审美特别是艺术的超越性和批判功能,对世俗的日常生活展开哲学的反思,揭穿技术媒介的光影笼罩下的“日常生活”的虚假性和无意义,从而恢复人的意识,还原人的真实存在,挽救人的理性与感性的双重“异化”^[4]。我们期待尽早出现一大批能把主流意识形态的引导功能与大众文化的狂欢心态和商业化本质融合起来的优秀作品,即使他们只是简单地讲述了一个惩恶扬善的故事。

参考文献:

- [1] 罗钢,刘象愚.文化研究读本[M].北京:中国社会科学出版社,2000:415.
- [2] 蒋原伦,张柠.媒介批评.第1辑[M].桂林:广西师范大学出版社,2005:101.
- [3] 戴锦华.大众文化的隐形政治学[J].天涯,1999(2):32-41.
- [4] 徐国源.审美日常化的话语语境及人文批判[J].文艺理论研究,2009(4):132-136.
- [5] 陶东风.去精英化时代的大众娱乐文化[J].学术月刊,2009(5):21-28.

The Decoding of "Dwelling"'s Double Speech and Ideological Strategy

ZHOU Xiao-yan

(School of Humanities, Yancheng Institute of Technology, Jiagnsu Yancheng 224051, China)

Abstract: Though double speech and ideological strategy "dwelling" exposed the "happy" lives of "Mistress", at the same time, reduced the moral responsibility of husband, "dwelling" advocate "decadent aesthetics". It is bad popular culture, its essence is the "aesthetic degradation."

Keywords: "dwelling"; double speech decoding; ideological strategy

(责任编辑:李开玲;校对:李 军)