

影像现实：媒介时代的情境喜剧

2005-11-28

作者： 张建珍

关键词： 情境喜剧 | 阅读：432次 |

内容提要

本文的研究对象是媒介时代的情境喜剧。情境喜剧是以电视媒介为中心的后现代时期的特征性产品，是由影像、现实、意识形态三位一体构成的影像现实。本文将通过对情境喜剧类型特征，尤其是固定模式的分析，从喜剧性、间离效果、家庭的扩延性三个方面来考察情境喜剧作为类型的文化意义和认识价值。同时分析情境喜剧作为“外指性文本”即“整个文化的副文本”与当前中国文化现实的衍生关系，并由此透视情境喜剧与大众日常生活的相关性。

导论

情境喜剧是电视垄断娱乐时代一种非常流行的电视节目类型。这一基本的电视节目类型极大地拓展了电视媒体的传统手法，并使自己明显地区别于此前的戏剧、小说和情节剧电影等经典艺术样式，甚至它和电视连续剧也是两种迥然不同的形态。它和其他电视节目类型的区别在于：它是电视媒介及以电视媒介为中心的后现代时期的特征性产品。如果说电视是后现代文化时代的核心构成，那么，情境喜剧则是电视文化中最为妥贴的产品之一。它并不仅仅是后现代主义文化/媒介文化的突出代表，而且是后现代主义文化景观本身。后现代主义时代的到来实质上是伴随着媒介，尤其是电视媒介的产生与全面普及铺展开来的，而情境喜剧则是这样时代必然的电视产品。

情境喜剧是由50年代哥伦比亚广播公司一个非常受欢迎的电视娱乐节目发展而来的，它将各种情境处理成为一连串的喜剧事件，并塑造出一批为人所熟知的角色，它的布局是利用情节使节目生动活泼，各个角色以其确定的形象进行表演，以其显然可以预知的结果取悦于人。后来情境喜剧发展成为电视室内剧的一种，它融合了常规电视剧和综艺节目的特点。它是现场演出，有固定的人物活动的场景，有现场观众的反应；但同时，它又有一个完整的故事，有一些固定的贯穿全局的人物推动情节的发展。它并不要求深化人物性格和挖掘人物心理活动，而是在角色限定的范围内，要求随心所欲的即兴表演。时空转换时，通过几个固定的外景的穿插，来完成对事件发生的时间和地点的简单交待。随着播出时间的逐渐固定，它发展成为各剧集之间有联系又各自独立的系列剧。

在国外，情境喜剧是最基本的电视节目类型，有的节目能连续播出好几年。过去几十年，除了个别非常受欢迎的情境喜剧外，和电视连续剧尤其是肥皂剧相比，大部分情境喜剧的播放都是在非黄金时间段，它并不是最重要的节目类型。但进入90年代后，情境喜剧逐渐占有了电视连续剧的黄金时间段，成为非常受欢迎的节目类型，这是一种非常有意味的变化。它是和90年代以来整个西方文化语境的后现代化以及与此相关的文化消费心理、文化消费对象的变化相适应的。

情境喜剧在中国的境况远不如它的同胞兄弟在其本土受到的礼遇。90年代初，在美取得导演系硕士学位的英达首先为中国观众舶来了一种西方的娱乐形式，迎合着中国正步入城市化的大众的娱乐趣味和心理趣味，这就是《我爱我家》的问世。《我爱我家》的出现可以说在中国大众文化领域掀起了一场小小的文化庆典。一方面，它占了首开风气之利，即样式上的新奇性吸引了观众；另一方面，更重要的是它所具有的社会批判倾向和情境喜剧特定的喜剧性共同形成的娱乐效果与一定社会背景下观众集体潜在的观赏心理达成了一致。之后，《临时家庭》、《候车大厅》、《新72家房客》、《中国餐馆》相继登场，另外还有《欢乐家庭》、《大撒撇》、《平安诊所》、《你家、我家、他家》等等。这其中以英达为主的英氏影视公司创作的情境喜剧占了绝大多数，英达几乎成为情境喜剧的代名词，这是电视节目制作中很少见的现象。这种状况证明了“家庭喜剧的新形式开始发展时的美学观点是，独立制片公司的剧作家与制作人被视为节目创作成败的主要关键”。同时，它也说明作为电视剧的一种样式，情境喜剧虽然已在中国的电视剧家族中占有了一席之地，但它还远没有成为一个不可或缺的重要的基本节目类型。

和情境喜剧创作状况的匮乏单一相对应的是情境喜剧研究的空白，造成这一状况的原因和电视学研究目前还处于“前学术”建构阶段有直接的关系。“在所有的电视批评中……批评视点时常胶着在具体电视作品的内容层面上……而电视的表现形式、传媒特性以及由电视衍生出的一系列文化现象，则始终处于‘失位’状态，游移在批评视野的边缘。这种状况可以称之为电视批评对象群落的残缺。” [1]

另外，通俗电视剧的研究还没有建立“生产性文本”的明确意识，往往援引现代主流美学为其理论依据，指责电视剧缺少审美价值和艺术性，甚至许多电视剧研究所运用的还是现实主义的“真实性”原则与“典型”理论。在这样一种情况下，缺少当代批评理论烛照的电视研究、未形成批评格局的电视批评将很难从基本类型的角度来研究电视节目类型，更

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

新闻播音的感召力

作者：时岱 | 2005-11-28

近年来，随着人们对信息价值的认识，以及社会、工作、生活节奏的加快，我们的新闻播音注重了“大容量”的“快节奏”。这种适应现代社会应运而生的“快节奏”播音应当给予肯定，但必需强调鼓动性质和感召力。新闻宣传……

动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

难将电视 批评和宏观文化批评接轨。因此，作为在中国还未成为基本节目类型的情境喜剧的被忽视似乎是理所当然的了。

情境喜剧首先是一个生产性文本，在此前提下，本文通过对情境喜剧的类型特征——尤其是其固定模式的分析，认识情境喜剧作为类型的文化意义和社会价值。同时本文将以公众领域理论作为一个视角，分析情境喜剧作为媒介时代的一个“外指性文本”即“整个文化的副本” [2] 对于公共领域的构成性影响，并由此透视情境喜剧作为一种“社会性的经验视野”和大众日常生存之间的关系，它如何使大众“得以参与社会共同意义的生产和交流，从而使他们成为新的社会经验话语的组织者。” [3]

一、喜 剧 性

从产生喜剧性的本质来看，情境喜剧的喜剧性和所有的传统情节性喜剧并没有什么差别，正如伏尔开特所认为的，喜剧性的基础是从严肃态度到非严肃态度的突变，这种突变在一定的条件下(其中最主要的条件是：旁观者有超越感和没有伤害本人与对方的危险)便能成为喜剧性的东西。情境喜剧的喜剧性同样产生于伏尔开特和许多理论家强调的不具有危险性的不导致痛苦的不协调。因此喜剧的本质没变，变化的是它的表现手段和功能。情境喜剧与20世纪初情节性喜剧的区别在于(见下表)：

	情节性喜剧	情境喜剧
叙事	完整	片段，不完整
表现手段	以形体为主	以语言为主
表演风格	夸张	卡通化
人物性格	丰富，有发展	平面，简单，固定
与现实的关系	历史感	现在感
公众愿望满足度	超越现实，梦想实现	弥合现实，梦想破灭
观赏态度	超然	无所谓，游移
媒介	电影	电视

从上表的对比我们可以看出，60年代以来以电视媒介为载体的情境喜剧已和本世纪初以电视为媒介的情节性喜剧有了很大的不同。这种不同当然不只是文本形式的不同，而是社会差异性的体现。情境喜剧与情节性喜剧的不同由其名称的差别就可看出本质。情境是一个空间化的概念，而情节则是一个时间化的概念。空间化与时间化的区别实质上是后现代主义与现代主义的根本区别，关于这一点，杰姆逊已做了非常详尽而系统的讨论，他认为“后现代主义是当代多民族的资本主义的逻辑和活力偏离中心在文化上的一个投影，” [4] 后现代主义现象的最终的最一般的特征就是空间化，空间化源于平淡感(深度的消失)和某种新的永远的现在(历史的消失)。这就是为什么我们在情境喜剧中再也体会不到卓别林喜剧中那种边缘人物或小人物的焦虑，那种“隐藏在喜剧表面下的悲剧张力。” [5] 那是因为，卓别林的喜剧是如此紧密地和那个时代联系着，小人物的噱头被赋予了历史的和社会的意义，他是把个人放在历史的存在中加以考察。然而，在后现代主义中，这些东西都消失了。后现代主义的经验不再是一种焦虑，而是一种心理上的分裂。“个人对人类时间一种存在的意识”消失了，“对过去和历史上兴衰变革的更一般的意识”也消失了，“历史只存在纯粹的形象和幻影”。 [6] 因此，在情境喜剧中，历史感和时代感烟消云散了——时代感只有把现实置于历史进程中才能产生——我们感受到的是一种“永久的现在”，在此，姑且称之为“现在感”。现在感源于现实的经验，它是以前大众经验范围内熟悉的片段为基础的，是对经验的非反思性把握，它所表达的是对现实状况的肯定。

理解了这一根本性的差异，我们就可以理解情境喜剧与情节性喜剧的叙事、表现手段、表演风格、人物性格(公众愿望满足度和观众的观赏态度，我们将在后面论及)等方面的一系列差异。

叙事的完整性是产生历史感的必然要求，只有保证了叙事的完整性，才可以将人物命运放在历史的流程中展开，而与之相伴的一定是丰富而有发展深度的人物性格。这是以时间化为特征的情节性喜剧的一般特征。其喜剧动因来自于以形体动作对不同身份人物的夸张滑稽的模仿，同样这也是与历史性的要求相一致的。夸张是对客观现实的一种夸大后的神似，它与现实之间存在着一种张力：一方面它是对现实的讽刺性变形，对现实的有保留的否定；另一方面，在喜剧的夸张中，又有某种对历史前途的信心和期盼，正如同手持长矛同风车搏斗的堂吉柯德一样。因此，夸张是始终关涉现实的，它不同于现实，但它又必须以现实为基础，没有现实也就没有夸张。同时，它通过对已经过去的那一刻抽象化后的具像展示，把现实送进了历史的轨迹。这种具像夸张的结果，就是一种“看上去是什么人就是什么人的表演”，这种表演“具有丰富而细致的社会意味”。 [7] 它以形体动作的灵活来表达自己身份的多变，并以随时可能要出新花招来随机应变地改变自己的模样，这既是喜剧性的动因，也是其中小人物的生存策略，而后者则构成了观众认同的基矗“事实上，这是现代生活本身的一个明显的特征，人们再也无法保住自己的地位，因为他们的原有地位已被勾销或被异化的难以辨认，他们终日被生活变迁的情境弄得莫衷一是。” [8] 因此，那类“补偿性的美梦”成为情节性喜剧的必然结

局，它给了对自身处境惶然若失的观众一个补偿性的满足，同时也确认了观众现实中作为局外人在整体社会秩序中失去位置的处境。

情境喜剧完全不同于这种现代性的情节性喜剧，它是后现代时代的喜剧。叙事的不完整和片段化，以及人物性格的平面、简单、固定都是与空间化相符的概念。叙事的片段性打碎了叙事的连续性和完整性，它形成了叙事上毫不相关的段落。这种片段性和非时间性并不仅仅是忙碌机械的生活中缺少耐心日渐浮躁的大众观赏心态的一种适应——诚然，城市大众似乎越来越缺少兴趣或者说有耐心地观看一连串错综复杂的故事或家长里短的叙事——准确地说，它更多的是由全面铺展开的广告、电视、录像、电影、时尚杂志等所构成的形象经验世界的产物。这种形象不是修辞学和浪漫主义文学中的形象，而是萨特所说的使存在非真实的形象，它通过否定存在而与存在相联系。萨特认为，这种形象不仅掩盖现实，而且使人沉迷在形象中而不关注现实。这种形象通过对观众的直接欲望和深层的无意识需求的满足——在情境喜剧中，它满足的是观众笑的欲望和越轨的冲动——并通过某种夸张的手法形成现实的形象而非现实本身。这种所有事物的形象化可以说是后现代时代所发生的普遍性变化，它是商品物化的后果。鲍德里亚说过，商品物化的最后阶段是形象，商品拜物教的最后形态是将物转化为物的形象。这种事物变成事物形象的过程就是历史感/现实感的消失，或者说是指涉物的消失。在情境喜剧中，时间性并不是十分明晰的，情节由一个个抽去时间背景的片段构成，它强调的不是历史感/现实感，而是现实的形象所形成的现实的经验。情节片段都是在大众熟悉的经验范围之内的。这种熟识感是观众接受的基础，它使受众有似曾相识的会意感，从而在观看电视节目时产生一种对生活把握和操纵的幻觉。因为在现实生活中，他们从未被允许征服和占有什么。人类重建自我形象的企图，永远消失在了全面充斥生活的形象的世界中。

情境喜剧的喜剧动因来源于表演风格的卡通化，卡通化和夸张的区别在于，夸张是和现实相联系的概念，而卡通化则是没有指涉的形象化的存在。也就是说，夸张是现实的变异，而卡通化则是现实简化后的镜中之像。实质上，这是一个游戏世界中的角色，角色以平面、简单、直观、形象、滑稽的特征出现。《我爱我家》中，游手好闲、恶作剧的志新，有点正统过时的父亲老傅，老实的好人志国，活泼而有些调皮捣蛋的媛媛，孝顺明理却有点市民气的和平，以及那些随时闯入这个家庭又随时离去的外来者——穴头、气功师、纯情的表妹等。和情节性喜剧中类似小丑的夸张化人物相比，情境喜剧中的角色更像现实中的人，但他们恰恰不是现实中的人，他们是现实中人被分裂后的镜像。这种简化后的漫画勾勒更容易被观众所把握，也更符合观众简化了的观赏趣味。“这是当代大众文化中普遍存在的一个趋势。”[9]

情境喜剧喜剧性效果的实现是通过闲谈性的言语来实现的，往往表现为话语的机智，比如巧妙地使话语与习惯语境脱轨，意外地使人从常规的话语囚笼中遁出，落入荒诞悖谬的语境之中。《我爱我家》沿袭了王朔小说的惯用手法，即语言的表层语义与深层语义的“讽拟”性关系。在此，高尚与渺孝美好与丑陋、严肃与戏谑、优雅与粗俗、悲伤与喜悦等混杂在一起，当它们被拉到同一平面上的时候，这些价值的意义已被消解了。这种无价值状态迎合了市民意识中的无赖思想，契合着小人物对现存话语秩序的僭越、嘲弄的阿Q式的快意心理。

这种以言语为主的表现手段，恰恰体现了大众文化中形象塑造的特点。在当代社会，形象不只是一个图像，而是包含了观念的类像。如手机广告中西装革履、风度潇洒的男人的形象，洗发水广告中长发飘飘、美丽动人的女性形象，前者代表的可能是自信、成功、高贵，而后者则可能包含有现代、妩媚、温柔等概念。在此，语言被作为一个前提和设定，通过形象而物化了。这就是形象世界里普遍发生的语言的物化现象。让我们看看周围充斥的形象吧，几乎每一个形象都是由语言抽象后建构出来的具像，不论它是以视觉的方式出现还是以别的方式出现。

情境喜剧中语言建构的是一个“游戏”的形象，是一种观念的“模范”。那些人物是没有什么生存负担的，他们以嘲弄他人获得快意，以自嘲解脱生存中的困境，他们游走于语言的游戏之中。这种语言的形象同情境喜剧中有时利用媒介的画面特点形成的喜剧性形象并没有本质的不同，即使这种“视觉”的形象，也包含着语言曾有的深刻内涵，而且这种“形象”中的观念也被强化了，如《我爱我家·近亲》中曾饰演过林黛玉的陶慧敏饰演的表妹和表哥志新初次见面面对《红楼梦》中宝、黛二人相见场面的模仿，还有害了相思病的志新被搀扶出来时如同受尽折磨的革命烈士赴刑场般的出场，这种模仿显然不同于卓别林饰演的流浪汉对警察的模仿，后者是一种讽刺，是小人物困境中的生存机智，而前者更重要的是以这种模仿从整个观念上戏拟了种种“寓言化的表意”及“现代性的伟大叙事”。因此从这一点来看，它对于以中心权威和等级制度为特征的正统话语，具有某种潜在的颠覆的可能性。

从以上分析我们可以看出，情境喜剧的喜剧性建立在一种空间化“形象”的基础上，它是和现实相对的一个游戏的世界，它给予观众的永远是一种此时此刻的感受，它实现的是某种逃避的意图。

二、间离效果

情境喜剧和常规电视剧形式上最重要的一个区别是，它是一个现场有观众的节目形式。而且，情境喜剧的现场观众对电视机前的观众更有意义，那就是间离效果的实现。

间离效果是情境喜剧形式上一个重要的特征，它的实现主要是通过演出拍摄现场的暴露和现场观众的存在来完成的。另外，角色表演的卡通化倾向也起着间离真实的作用，但后者只对那些富有理智的观众起作用。拍摄现场的暴露形成的间离作用实质上只对电视机前的观众有意义，因为电视机前的观众置身于现场之外，只有他们才能看到完整的现场演出，包括屏幕上的现场观众、片头片尾的拍摄花絮、穿插的外景以及附在剧集前后的广告。也就是说，电视机前的观众经

方的是电视内外的三重间离：一重是来自现实的观赏环境的家庭性使得观赏过程可以随时被生活中的事件所打断，而观众随意转换频道的自由性也对整个观赏行为起着间离作用；第二重间离来自永无终止的电视节目形成的水平链，每日连续播放的许多零星片段、定时插入的新闻、广告、游戏节目等，这些播放中花样繁多的穿插是不受观众控制的，它们同样对观赏行为起着间离的作用；第三重是来自情境喜剧内部形式本身的间离，现场观众的笑声，片头片尾拍摄现场的暴露，等等。前两重间离对于观众来说是一种习以为常的状态，但并不是说这种间离作用就是无效的，相对于第三重间离来说，它们所起到的作用是隐性的，但它们却是情境喜剧自身显性间离的相关因素，前者对后者起着一种促进和生成的作用。

情境喜剧间离效果的目的在于打破影视剧作的幻觉特征，使观众从剧中角色的喜怒哀乐里抽离出来，不产生电视剧是真实生活的幻觉。大陆第一部情境喜剧《我爱我家》运用了现场观众的笑声、插入拍摄花絮、片头演职人员的准备工作、手持入场券的观众进入演出现场的情景、结尾演员和现场观众合影签名、打出剧中插曲演唱者和词曲作者的名字、让与情节发展无关的演唱者进入剧中场景等手段来起到间离的作用。《中国餐馆》除有现场观众外，片尾也用了类似的手法，尤其强调突出了摄影机、布景支架、灯光器材、录音设备、移动轨道、摄影车等机械装置以及演员化妆、导演说戏、布景、照明、录音等拍摄准备工作。《临时家庭》、《候车大厅》、《新72家房客》等情境喜剧出于制作经费的考虑，使用了罐头笑声，即没有现场观众、事先录制好配合剧集播映时使用的笑声，但它和现场笑声所起到的作用是相当的。电视画面后观众的阵阵笑声提醒着大众这只是一台正在上演的情境喜剧，对拍摄设备和拍摄工作的凸显则以一种不容置疑的机械物质的力量(机器的权威性)使观众意识到它们的存在。

从表面上看，这是和布莱希特“叙事体戏剧”的间离法极其相似的手法，后者“在演出方法上经常取消大幕，把舞台和观众席一起打亮，并使布景的支架和灯光器材裸露在观众面前；当着观众的面迁移布景，并使技工出现在观众面前”[10]等等。但实质上，情境喜剧的间离效果和布莱希特的间离效果二者有着本质的不同。区别在于：布莱希特式的间离是在演出过程中进行的，其目的在于使“观众对叙事剧所表现的过程或人物采取一种探讨的、批判的态度，从而把握剧情所展示的真实”。在此，“间离就是与现实相异”，“这种安排使叙事剧走向了费解。”[11]这是现代艺术的典型特征。

情境喜剧则不同，对于现场观众来说，它几乎不存在间离的问题，整个演出过程是完整的，不被打断的。而对于电视机前的观众来说，现场观众的存在、片头片尾拍摄现场的暴露，以及片头歌、广告、插曲、舞蹈等后期制作加上去的种种电视手段虽然都对观众起着间离的作用，但情景喜剧的间离是一个大家短暂的脱离现实共同游戏的过程。打个比方说，情境喜剧的间离是这样的：当你坐到电视机前时，他说：你来了，那现在我们一起做个梦吧。半小时后，有人拍拍你的头，嗨，到时间了，该醒醒了。所以，这是一个大家一起做的游戏(当然这其中有不遵守游戏规则偷偷睁眼看现实的人)，它是一种仪式性的行为，片头的歌曲、舞蹈以及漫画式的卡通人物成为正式仪式开始前的欢呼庆典。

我们只要考察一下国内已有的几部情境喜剧的片头就可以明白这一点。《我爱我家》以一首舒缓抒情而不失欢快的流行歌曲拉开了序幕，音乐的使用使演职人员的准备工作具有了一种神圣和令人羡慕的色彩。此时，它实质上通过对一种具有信息发布权利的某种特殊阶层所从事的工作的幕后揭密，对观众形成了一种召唤。它昭示着这样的含义：你们准备好了吗？让我们开始吧。然后，一张剧中主要角色合影的照片出现在荧屏上，推到观众面前，观众随之也进入了观看演出的状态。《新72家房客》、《候车大厅》也都以一首简单欢快、旋律流畅的流行歌曲作为片头歌，《新72家房客》唱着：“你说人群中嘈嘈嚷嚷，其实都市的喧闹中有我的梦想……”；《候车大厅》则唱着：“生活的故事是一段又一段，忧愁和欢笑就在我你之间……”。歌词极其相似，都诉说着生活的纷繁嘈杂，平凡忙碌。浑厚平实的男声演唱既使观众感到一种振奋，又有一种亲切感和熟悉感，观众很容易融进剧集所讲述的人群的生活中。另外，《新72家房客》片头富有趣味的还有它的舞蹈形式，剧中人身穿表示不同身份及性格特点的服饰，依次出场，做着各种同样代表着人物身份的舞蹈动作：老年人的欢快，青年人的朝气，生意人的幽默，知识分子的古板，小市民的小资产阶级情调，普通工人的苦中有乐……镜头剪辑采用“溶”的方式，形成一种起伏有致的韵律感，音乐和舞蹈的韵律让人物做出了完整而卓越的情绪表达。同时，如同戏剧开场的报幕一般，随着演员的依次出场，观众已进入了剧集的情境之中。这种音乐的韵律感，使观众进入剧情时，带有了一种乌托邦式的丰富情怀。

另外，《候车大厅》和《中国餐馆》片头的卡通漫画也是非常有意思的类型符号，《候车大厅》运用的是黑白素描勾勒的卡通人物，通过电脑变形，使一个人物变为另一个人物；《中国餐馆》的片头是黑白卡通与真实世界相间，运用电脑特技，使卡通人物变为活生生的剧中角色。卡通人物是对剧中角色的脸谱勾勒，它可以非常简洁地刻划出人物的特性，但更重要的是，它以一种简化的线条模拟复杂生动的现实，“这种模拟……使无机之物显出生动之趣的同时却又使有机的运动滑稽化了”，“它符合当代大众的某种‘无机化’趣味”。[12]同时以一种卡通的节奏——电脑动画人物的变形，颇似影视剪辑中“溶”的手法——形成一种游戏的节奏。一方面无机的卡通人物形成一种间离效果，它使观众意识到这是一个类似卡通画的游戏的演出，但另一方面它又以符合大众心理娱悦需求的趣味和节奏吸引了观众，它在正式节目开始前起到了一个“预热”的作用。

从以上分析我们可以看出，情境喜剧的片头颇似大幕拉开前的锣鼓喧天，它通过音乐、舞蹈、卡通等手段的运用，营造出了一个喜气洋洋的欢乐气氛。它是一种情绪上的诱导和预热，是节目开始前的庆典。同时它又明确无误地告诉观众，

这只是一台节目，一切都是表演，没有必要当真，没有必要思考。这种漫不经心、无所谓的态度，正是当下社会中渴求放松的大众的娱乐态度。情景喜剧片头的各种特征作为一个类型符码定义了情境喜剧游戏的性质，它是一个召唤大众一起来参加的游戏。

情境喜剧间离效果实现的另一个重要手段是现场观众的笑声，现场观众在情境喜剧中的作用是非常微妙的，它面目可疑地出现在演出现场，又作为情境喜剧的一个因素以声音的在场出现在电视屏幕上，呈现出某种模糊性征。它在情境喜剧中充当着双重角色，它既是看的主体，又是被看的客体。当它作为看的主体时，它以现场观众的身份与演员的表演形成一种互动性。演员的表演作用于观众，现场观众的反应又反过来影响演员的表演，它的在场打破了影视表演面对机器的“死表演”，使演员的表演具备了戏剧舞台上面对观众的“活表演”的特征。由于情境喜剧的系列特征，演员可以根据观众的反应在下次表演中调整自己。在此观众似乎间接地参与了演出活动，对演员的表演起到了一定的塑造作用。同时，由于现场观众面对的不是一个封闭的戏剧舞台，而是一个演员表演和其他演职人员组成的电视拍摄现场，种种因素相加使现场观众产生自己是一个参与主体的幻觉，从而获得某种参与感的满足。但实质上，这只是一种虚幻的满足，因为在情境喜剧的剧情发展中并没有安排观众参与和生产意义的可能，并没有如布莱希特叙事体戏剧中观众同演员的真正交流，观众在此只是一个被动的角色，它只是在游戏中被安排为观众的角色，因为游戏的规则是演出需要观众观看。他们在游戏中的意义更多的是对于电视观众而言的，也就是他们作为被看客体的意义。罐头笑声代替现场观众就充分说明了这一点。现场可以没有观众，但必须营造出现场有观众的效果。

那么，作为被看客体的现场观众的意义何在呢？现场观众的存在，对电视机前的观众起着间离和召唤的双重作用。现场观众的阵阵笑声提醒着观众这只是一台正在上演的情境喜剧，是一场表演和游戏。但它更重要的意义在于，他们正像大部分竞赛节目和“脱口秀”节目摄影棚内的观众一样，是被特征化为“理想观众”的。在这些节目中，主持人经常会走到观众中去，想办法带动现场观众的反应，以营造现场热烈的气氛，其目的在于“打破主持人、电视机前观众、现场观众间的分隔，三者交织成电视上虚拟的我们。”[13] 在情境喜剧中，摄影棚内的观众虽然大多扮演的是听者的角色，他们的主要任务是倾听、观看、适时反应，但实质上，他们对电视机前的观众仍然有着一种示范作用，在哈哈一片的笑声中，我们有时也会情不自禁地咧嘴笑一笑，这种特征化“理想观众”的做法，“建立了一条观者涉入的路线。”[14]。它促使我们不自觉地模仿现场观众的反应，形成和现场观众的认同。这一操作策略的动机在于：电视机前的观众，被剧情打动和现场观众同时发出笑声时（当然现场观众是一定会笑的），他们就把自己假想为现场的观众，于是电视机前观众和现场观众形成了“虚拟的我们”，它打破了电视欣赏的家庭性或个性，使观赏活动成为一种群体性的情感交流，抚慰着城市社会中日渐疏离寂寞的大众那颗无所归依的灵魂。作为大陆情境喜剧的经典之作，《我爱我家》的结尾充分体现了这一点，幕落剧终，片尾歌声响起，镜头拉开，在“我的家庭真可爱，清洁美丽又安宁，兄弟姐妹很和气，大人孩子都健康”那样一种纯静明朗、令人温馨感动的歌声中，演职人员和现场观众签名合影留念，其乐融融的大家庭美好景象，令每一个电视机前的观众感到：在这个世界上，我并不孤单。到此，情境喜剧完成了“演职人员”、“现场观众”、“电视机前的观众”三者一体的“虚拟的我们”的建立。它以电视媒介特有的权威性、与观众的亲和性、信息传播的远程性等优势，形成了一种前所未有的凝聚力。它所给予观众的是集体归属感的满足，是回归荣格所说的“曼陀罗”中心的冲动的满足，只不过荣格“引导人从内省中领悟自己的存在状态”，[15]而情景喜剧给予大众的是外在的、虚拟的形象认同，它导向的是一种逃离现实的意图。

三、家庭的扩延性

家庭的扩延性是情境喜剧形式上一个非常重要的特征。它指的是情境喜剧展开情节的一种方式，即以某一家庭或由几个固定的成员构成的类似家庭的组合为背景，通过外部事件或外来者的闯入造成情节的发展变化和丰富多彩，同时“将社会、政治或现实生活等议题纳入剧中家庭成员的情境。”[16]

情境喜剧组织情节的这种方式不仅是结构上的需要，即它可以在固定的结构中融入更多的内容。更重要的是，它是一种富有趣味的形式，它首先是以“家庭”的存在为基础，但强调的是它的扩延。因此，它表现的是“家庭的内聚力和扩展”。[17] 西方情境喜剧中的家庭总在不断地添丁进口，吸收新的成员，总是在一天的末尾庆贺剧中人重新组成了“家庭”，他们是指当天参加演出的剧中的全体成员，是一个临时性的重新组合起来的温暖舒适的世界。这种格局一方面保证了家庭或原有组合的内部稳定性，同时又表明了这一团体的“开放性”和“外指性”。

西方情境喜剧从50年代以表现田园生活般的家庭生活为主，到70年代以一群在性格上极不相同因生活工作而凑在一起的人们彼此荒谬的窘境和同甘共苦时的奋斗为主要表现内容，这一转变所暗示的正是家庭观念的某种变化。工业都会中现代人的四处流动性打破了旧有的以血脉亲情为核心的家庭组织，代之而起的是具有相当独立性的个体的组合，这种现象正是60年代末期西方社会学家惊呼的“家庭正在粉碎，正在消失”的体现。《我爱我家》是一部非常类似于西方70年代情境喜剧的剧集，它虽然是以一个中国式的三代同堂的家庭为背景展开情节的，但实质上，整体家庭气氛并不是传统中国家庭所具有的。剧中人物各自的独立性非常明显，人物之间的对话、语言的幽默性实质上是对过去中国家庭严肃、刻板、长幼尊卑的秩序的挑战，我们感受到的是一个自由、活跃、充满幽默和欢乐气氛的理想家庭。于是它就更像一个有着家庭成员身份的不同人物的组合，也就是说，它更像一个临时家庭。《临时家庭》则是几个在北京的打工族一

出租房临时组织起来的家庭。《候车大厅》、《中国餐馆》则完全是不同人物因工作而组合在一起的团体了。

在情境喜剧中，这样的家庭或团体是被这样表现的：一方面它表现家庭或团体成员之间的和睦、稳定、幸福、互助，每个成员之间虽然有着小小的矛盾冲突，却相处和谐，无伤大雅；另一方面，它所强调的是“家庭”中每个个体的独立性和外在的开放性。因此这是典型的现代意义上的理想“家庭”或群体的组合方式：它具有内聚力，又具有外延性。它是一个容纳性很强的团体组合，因而具有很大的开放性，情境喜剧以对那些闯入“家庭”的外来者的接纳来表现这一点。它是现代社会人生存处境的影像呈现。这一固定形式随着它表现内容的不同会呈现出某种暧昧性，对于不同国家、民族、种族、社会经验的观众也会有不同的意义。如情境喜剧所强调的家庭或团体中个人的主体性，对于西方观众来说也许习以为常，没有什么特别的，他们可能更看重的是成员之间的和睦团结，家庭的温馨美好；但对于中国观众来说，它却可能演变为一种对刻板严肃的家庭生活的冲击，从而成为家庭或团体生活的理想范式。另外，情境喜剧所表现的“家庭式的内聚力”对于高度一体化、社会化、生活动荡流离、工作节奏紧张的城市大众来说，它可能会成为他们情感缺失的补偿和安慰，享受安宁、找寻稳定的最后的归避之所；而“家庭的外延”则又消除了大众心灵上的孤寂感，满足了城市生活中日渐疏离寂寞的大众与他人、社会保持“交流”的渴望。正像雷蒙德·威廉姆斯所说的那样：“人在工业都会，往往需要四处流动；但另一方面，生活中所需要的东西，愈来愈可以在家庭中得到满足。”[18]而电视正越来越成为城市大众获取情感满足的主导方式之一。

当我们考察情境喜剧这一固定模式存在的社会心理依据时，我们发现了一个有趣的现象，即情境喜剧的形式—家庭的扩展性—与现代社会坐在电视机前观众的生活形态呈现出某种一致性。也就是说，现实处境和情境喜剧的关系不再仅仅是一种想象性的抚慰关系，而是一种同构关系，它们之间互为文本或互为现实。

在现今社会的福利国家中，家庭失去了经济职能和保护功能，同时，也失去了塑造个人内心的力量。这种状况导致了家庭中的个人独立性越来越强，父权权威被打破了。与此同时，家庭中的每位成员都越来越受到家庭以外的力量和社会的直接作用，从而越来越社会化。家庭成为形单影只的个人或数个个人的组合，而孤单的个人的内心领域正逐渐被社会力量所填充和塑造，从而使内心领域逐步变为伪私人领域。这正是哈贝马斯所说的现代社会家庭职能的变化导致的私人领域与公共领域的结构性变化。情境喜剧中的家庭或家庭式的组合正是这样的。在《我爱我家》中，家庭对个人的塑造作用几乎丧失了，老傅的教育从来不起作用，志国也没有做父亲的权威，媛媛嘴里整天说的是“我们班同学”如何如何，志新游手好闲，和家庭的关系貌合神离，几乎处于半脱离状态。而其他那些以工作场所或“临时家庭”展开情节的情境喜剧中的个人则个个都是具有经济能力的独立个体，这种组合已完全改变了“家庭”的性质，没有了家庭的私人性，它是社会对家庭全面渗透的必然结果，是私人领域社会化的表现，它是取代家庭的新型的公共组合。而对于情境喜剧来说，这种组合不是它具体的表现内容，而是它固定不变的形式，因此，情境喜剧就不是表现或再现了这一现实，而是以影像的方式生产或建构了这样的现实，它已经成为一种影像现实。

影像现实和客观现实的同构性意味着对现实的肯定和塑造，与此相适应的是叙事上的静止与对现实的恢复和补偿。无论发生了什么事，情境喜剧的基本情境是不会改变的。正如葛洛特所认为的那样，情境喜剧不仅抗拒传统的喜剧，而且它根本就抗拒任何改变：“美国电视的情境喜剧拒绝传统喜剧的情节，男孩不追求女孩，也不追求任何事物。情境喜剧的基本原则是事物永不改变，崭新的社会在故事结尾不会出现……刚好与传统喜剧大团圆那种再生和新生鼓舞、庆贺产生强烈的对比。”[19]在情境喜剧中，所有的爱情都不会有结局，所有的发财梦都只是“白日梦”，所有的小人物都不会最终倒霉，所有不幸的事都会得到补偿。传统喜剧中穷小子和富家女的爱情神话在《中国餐馆》中破灭了（《中国餐馆·真的爱上你》），那个买“乐透”彩票的老头一辈子都别想中奖（《中国餐馆·乐透之日》），想娶个美国妞的台湾留学生也永远碰不到意中人……总之，爱情梦、发财梦、明星梦……所有的梦想都不会实现。另一方面，倒霉的事也不会发生，上当受骗的人总是可以得到补偿。《候车大厅》中的王秀花尽做傻事，但永远不会受到惩罚，失业的华泰银行职员会重新开张—家律师事务所（《中国餐馆·坏人难当》）……世界的发展似乎在情境喜剧中静止了：好事别想实现，坏事也不用担忧。情境喜剧以这种叙事上的静止维持着现状。它所要告诉我们的：生活本身就是这样，虽有烦恼但充满乐趣，你不会得到太多，但你也不会失去什么，它给予大众的是对生活本身的肯定感。

情境喜剧中，家庭的外延性不仅表现在交往的外指上，而且还表现在空间的扩展上。那就是一个段落结束后，往往以一个充满现代都市气息的全景，如万家灯火的楼群、车辆穿行的街道（《我爱我家》）、航拍的美国大都市五光十色的夜景（《中国餐馆》）等来完成场景或段落的转换。这是一个绝大部分剧情都发生在室内的电视剧转换时空的必要手段，但对于观众的意义绝不仅仅如此。它是观众与置身其中的都市发生联系的通道，它使我们有置身都市的现实感和渺茫感，同时，使我们面对电视的时候，想到有人和我们经历着都市的一切。生活的不合理由于其普遍化而变得合情合理，更准确地说由于媒介的权威性而使大众心安理得、心满意足。传媒及其传媒的特征产品为大众在生活中安排了一个妥贴的位置。

结语

从以上分析我们可以看出，情境喜剧是这样有意味的一种形式：它绝不仅仅是一个电视娱乐节目，它的操作规律、它形式本身的意识形态性、它的喜剧性文本以及它的观赏方式都是这个时代的一个影像呈现。它不仅仅是现实的一个隐喻性

文本，而是现实自身，它是多样化现实中的一种现实，是鲍德里亚所谓的影像-现实-意识形态三位一体的幻像世界，是和我们物质现实相平行的一个影像现实/摹本(simulation)。

情境喜剧和常规电视剧最重要的区别在于它打破了电视的幻觉特征，没有了常规电视剧对真实的努力追求，即连贯的故事情节、明晰的时代背景、丰富鲜明性格各异的人物形象等。它通过间离效果的运用打破演出是真实生活的幻觉，同时通过家庭的扩延性完成对现实本身的肯定；它毫不修饰其假定性和表演性，同时它又毫不客气地使情节停留于现实，不给观众以任何梦想。也就是说，它所要打破的是真实的幻觉，它所展示的是对现实本身的肯定，但对现实的展示却是以一种迥异于生活真实的游戏的方式表现出来的，这就形成了形式与内容上的互为矛盾性。这种矛盾性包含着这样几种可能：

其一，大众对情境喜剧所展示的现实有清醒的认识并形成一种默契和认同，然后在朗朗的笑声中忽略掉现实的无情和沉重，从而以一种游戏的方式借助媒体完成一次有关逃避的集体庆典。这时的大众是娱乐的大众，是哈贝马斯所谓的被社会化的大众，由这类大众构成的公共领域是“被宰制和社会化的公共领域”，他所强调的是大众传媒对公众的控制。

其二，由于间离效果的运用，由于喜剧的颠覆性潜能，观众在看情境喜剧的过程中有参与意义生产的可能性。现场观众以一种被动的方式与演员的表演形成一种互动性，电视机前的观众由于意识不到他所观看的情境喜剧只是一台节目而已，因此在情感上，观众不会完全沉浸在情境喜剧所表现的问题里，这和重点放在人物角色心理发展的连续剧是大异其趣的。情境喜剧就是通过这种方式，使观众反思既成的文化价值理念，而剧中的角色则是这些理念的化身。这时的观众是作为文化批判者的大众，具有公众意识的大众，由这类大众构成的公共领域是由众多个人聚集起来进行理性的、批判性的公众讨论的“自由主义或平民的公共领域”。因此，从这个观点来看，“情境喜剧固定不变的形式也可能发展成一股向传统价值观挑战的力量”。[20]

其三，由于观众在观影过程中表现出不自觉的被动性和自觉的主动性，使得观众在观看情境喜剧时形成情不自禁的愉悦或选择的自由，二者作用于不同观众时表现出一种偶然性和随机性。这种偶然性和随机性取决于观众既有的社会经验世界和观影时的心情，他们在不同观影心态的笼罩下，和自己的经验世界相对照，做出享受或容忍这种愉悦或转换频道的选择。这时的观众是作为文化消费者的大众，他们具有一种不稳定性，情境喜剧的讽刺作用可能会成为他们放松宣泄的途径，这是一种私人的行为；也可能成为具有反抗特征的“公民意识”的流露，这是一种公众的行为；而情境喜剧的现场性则使他们可以自由出入于“私人领域”和“公共领域”之间。当他们是家庭中电视机前的观众时，他们置身于“私人领域”；当他们把自己等同于现场的观众时，他们则是“公共领域”中的“我们”。而具有不同经验世界的观众在观看情境喜剧时的这种暧昧性则促成了多样化公共领域的形成。

情境喜剧形式与内容上的互为矛盾性包含的可能性，体现的是不同社会秩序或语境中私人领域和公共领域互为渗透的不同情况，无论哪种可能性，它都表明了公共领域的在常电视和情境喜剧并不只是这一在场的文本呈现，它们和公共领域互为文本，共同生成，换句话说，情境喜剧、电视和现实世界互为现实。它是一种客观力量存在，塑造并改变着公众及其日常生活，建构着人类生存方式的模式。同时作为一个“外指性文本”，在不同的文化环境中，情境喜剧的形式是如此富有建设性，又具有如此的矛盾性。它的基本功能是维持现状，在游戏世界中实现某种逃避的意图，但它固定不变的形式在特定的语境下会表现出某种颠覆性的潜能。正如费斯克所指出的：“逃避和对抗是相互联系着的，二者互不可缺少，二者都包含着快乐和意义的相互作用。逃避中快乐多于意义，对抗中则意义比快乐重要。”[21]消遣活动中，意义和快乐始终是相伴的，消遣不仅是逃避，它本身就是社会意义的一种探索和新解释。在这样一种情况下，我们所关注的是情境喜剧中喜剧性意义的产生。我们是嘲笑那些至今被忽视、遭排斥的社会群体呢？还是嘲笑那些压迫我们的现实力量和物质力量呢？这对于形成一个哈贝马斯所谓的健全的新公共空间是非常重要的。

作者：中国社会科学院新闻与传播研究所助理研究员

注释

- [1] 见胡智锋、罗振宇：《学院精神与学理路径—理论视野中的电视批评》，载《现代传播》1996年第1期。
- [2] 见徐贲：《走向后现代与后殖民》，中国社会科学出版社，1996年7月版，280页。
- [3] 见徐贲：《走向后现代与后殖民》，280页。
- [4] 参见詹明信：《晚期资本主义的文化逻辑》，生活·读书·新知三联书店与牛津大学出版社，1997年12月版，293页。
- [5] 基·奥尔德里尼：《卓别林的噱头技巧的内涵》，《世界电影》1993年第1期喜剧片专辑。
- [6] 参见詹明信：《晚期资本主义的文化逻辑》，289~291页。
- [7] 见莫·狄克斯坦：《城市喜剧与现代性》，《世界电影》1993年第1期。
- [8] 见莫·狄克斯坦：《城市喜剧与现代性》，《世界电影》1993年第1期。
- [9] 见高晓康：《大众的梦》，东方出版社，1993年2月版，108页。
- [10] 见《电影艺术词典》，中国电影出版社，1986年，261页。
- [11] 见弗雷德里克·詹姆逊：《布莱希特与方法》，中国社会科学出版社，1998年7月版，7页。
- [12] 见高晓康：《大众的梦》，113~114页。

[13] 见珍·佛伊尔：《类型研究与电视》。载R·C·Allen编《电视与当代批评理论》，远流出版公司，1993年9月版，115页。

[14] 见珍·佛伊尔：《类型研究与电视》，116页。

[15] 见高晓康：《大众的梦》，52页。

[16] 见珍·佛伊尔：《类型研究与电视》，148页。

[17] 见珍·佛伊尔：《类型研究与电视》，148页。

[18] 转引自苗棣、范钟离著：《电视文化学》，北京广播学院出版社，1997年4月版，183页。

[19] 见David Grote, The End of Comedy: The Sit Com and the Comedic Tradition, Hamden, Conn.: Shoestring Press, 1983, P105. 转引自《电视与当代批评理论》，远流出版公司，1993年9月版，141页。

[20] 见珍·佛伊尔：《类型研究与电视》，143页。

[21] 转引自徐贲：《走向后现代与后殖民》，260页。

(责任编辑：)

收藏本文

： 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名： * 密码： (游客)请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： * 游客发言需提交邮箱

效验码： * 请输入：8743

发表评论 评论内容：不能超过250字，需审核后才公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网 版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved