消费主义与电视选秀节目的身体叙事

汪 洋 秦 姜

摘 要：当下中国电视的选秀节目实际上已经不仅仅是简单的电视娱乐节目，由于受消费主义商品经济逻辑的运作，展示身体已经从一种个人行为转变为一种社会行为。选手自身的诸如中性、性别错位及残缺等个性特征成为电视选秀节目身体叙事的最大主角。而这一切与消费主义相结合，共同承担起电视选秀节目身体叙事及其隐喻的宏大主题。

关键词：消费主义；电视选秀节目；身体叙事

作者简介：汪洋，女，主任编辑。（锦州广播电视台 广告部，辽宁 锦州，121000）
秦姜，男，硕士生。（中国传媒大学 艺术研究院，北京，100024）

中图分类号：J95 **文献标识码：**A **文章编号：**1008－6552（2011）03－0055－04

自2004年中国本土化的选秀节目《超级女声》诞生以来，各类选秀节目便如雨后春笋般生长了出来，例如江苏卫视的《绝对唱响》、北京卫视《红楼梦中人》、东方卫视的《舞林大会》、《加油！好男儿》、中央台的《星光大道》、湖南卫视的《快乐男声》、《快乐女生》以及青海卫视的《花儿朵朵》等等，已经俨然成为一道电视狂欢的奇观。2010年秋，东方卫视推出的《中国达人秀》更是将本已眼花缭乱的电视选秀节目推向了高潮。

值得思考的是，在《中国达人秀》最后总决赛中亮相登场的，有几位是身体残缺但却才华横溢的选手，而之前《超级女声》、《加油！好男儿》中选出的诸如李宇春、周笔畅、曾轶可、宋晓波等选手也总是那么与众不同。尽管能够明显地看出这些都是处心积虑的商业运作和文化工业的产品，反映出正处于消费社会语境下中国当下的某些审美情趣，但同时也体现出从西方舶来的选秀节目一贯的身体叙事特征。

一、消费主义与身体叙事的耦合

消费主义是资本主义工业化的产物，在当前的商品经济语境中，消费俨然已成为社会生活的主导，对社会生活的各个方面都有着极强的影响和渗透力。在晚期的资本主义时期，消费活动很大程度上不再是满足基本物质生活的实用性消费，而是一种非实用性的意义消费和精神消费，而身体所具有的潜在欲望的精神满足所带来的消费活动，可以称之为“身体经济”。正是在这种消费语境下，身体不再像过去一样保持小心翼翼的矜持，而是开始大张旗鼓地以消费的名义出现在消费者的视野中。“身体的遮蔽时代被图像化了的身体健康和身体审美的时代所替代，一种观念的变化在悄无声息中渐渐改变了人们对身体审美的认识，优雅地展示身体成为一种时尚，一种新的普泛化了的文化形态。”[1]而这种身体转变后的极力展示一旦与消费主义相耦合，便成为一种消费主义意识形态的身体叙事，即以身体的名义带来消费的快感。而大众传媒塑造出的青春美体也无时无刻不在提醒观众，只有拥有这样的身体才能够获得幸福。身体在消费主义语境中以最原始的方式为满足人们某种精神或物质的欲望而呈现出不同的角色。

如今已经进入到一个“视觉”为主导的消费主义时代。一切身体的展现都与以往以文字符号作为

传播主体的叙事方式不同，人们再也无暇仔细阅读与深刻思考文字背后的意义，而是在大众文化所提供的身体展示的视觉满足中，获取一种感官体验的审美快感。作为视觉呈现的主要方式，当代社会的影像文化不仅大大拓展和延伸了大众的感官体验，更促使身体影像得以浮出历史地表，并在大众媒体中获得支配性的地位。由于影视技术的发展和影视艺术的视觉叙事特征，使得身体取代以往以文字化时代的传播媒介——文字符号，而成为一种新的媒介。当人的身体成为一种媒介，各种媒介中的身体成为影像中的媒介符号，身体便成为影像叙事的主体与无处不在的符号。作为大众文化与视觉媒介最重要的代表，电视节目中的身体叙事更加符合消费社会的商业逻辑，其高昂的收视率便是身体对消费时代主动迎合后两者合谋的成功表征。“广义上的身体叙事即以身体作为叙事符号，以动态或静态、在场或虚拟、再现或表现的身体，形成话语的叙事流程，以达到表述、交流、沟通和传播的目的。”[2]在电视选秀节目中所展示的选手身体，无论是李宇春这样的中性形象，还是刘伟用脚趾弹奏钢琴，也是平均年龄52岁的时尚七太的青春洋溢，他们都达到了与观众有效表述、交流、沟通和传播的目的，并成为提升竞争日益激烈的收视率的重要保障以及满足更多商业资本的需要。

所以，身体叙事实际上所带来的是一种“快感消费”与“身体消费”。而电视选秀节目中的身体叙事更是将这种“快感消费”带到了高潮。由于选手大多是普通人，因此在选秀节目中，“普通人的身体一方面消费的是得到‘注视’的快感，这种快感比名人享受到的快感更为强烈；另一方面，他们作为消费对象被充满各色情感的眼球消费着。”[3]于是，一个典型的悖论就是，当电视娱乐节目避让政治意识形态的规训而进行叙事方式的革命时，又不幸落入消费主义意识形态的圈套。于是，在这个“娱乐至死”的当下语境中，身体作为消费主义意识形态垂青的对象，完成了由边缘到中心的转变，并成为大众文化与电视娱乐节目尤其是电视选秀节目生产的重要叙事元素。因而，“身体”已不仅是单纯的肉身存在，而成为了消费主义语境下电视选秀节目叙事的重要载体和主要方式。

二、电视选秀节目中的身体叙事

无论是《超级女声》、《加油！好男儿》还是《中国达人秀》，纵观近几年的电视选秀节目，几乎都是以年轻貌美的选手为重要的表现主体，他们浑身上下洋溢着青春浪漫的时尚气息。即使选手已经不再年轻，但仍会以青春的面貌出现，比如东方卫视第一届《中国达人秀》中的“时尚七太”。这一支平均年龄为52岁的七位老太太，以其不服老的姿态，通过化妆造型，将自己打造成时尚年轻的体态。这种身体的青春宣言通过票数不菲的场外短信支持，直接展示出的是一种对于青春面庞的向往和健康体魄的倾心。“时尚七太”按照消费逻辑改写了语义，经过对青春身体的细节展示以及镜头语言的浓墨重彩，将其强调成为夺人眼球的视觉奇观，以美学的姿态刺激观众的感官，突出的是消费社会对青春美体的商业观赏性。确实，如果七位老太太没有打扮得如此青春时尚，“时尚七太”也不会复活到最后的总决赛。“时尚七太”由于场外观众的超高支持率得以复活，以其在总决赛中青春身体的视觉呈现，再一次印证了选秀节目中身体叙事的魅力与成功。同时，在总决赛的舞蹈演出中，年轻帅气的男演员齐声撕去七位老太太的舞裙，并加上撕裂衣服时夸张的音响配合，给观众带来的是对身体叙事超乎寻常的另类快感。

在中国人的传统观念中，男人就该有男人样，女人就该有女人样，不存在中间性别。然而，在2005年湖南卫视的“超级女声”比赛中，宣称“不喜欢穿裙子”并以中性面貌示人的李宇春最终获得了冠军，同样以中性形象出场的周笔畅则成为了亚军。而长相更加符合大众心目中美女形象的叶一茜却意外落选。与此类似的是，同样宣称“不喜欢穿裤子”的“伪娘”刘著，因其性别反串的表现，在2010年“快乐男声”的海选中赚足了全国观众的眼球。其实，无论是中性还是性别反串，在中国传统文化中都有所表现，比如二人转中的“男扮女”现象，其中最为典型的当属近年大红大紫的小沈阳。

然而，电视选秀节目与二人转不同，它形成了一个电视媒体独特的身体活动场所，最终吸引人眼球并得到广泛关注的选手的身体标准被推演为一个跨越地区和跨文化的普遍观念，并不断产生出数量惊人的身体范式，比如李宇春之后无数的中性选手，伪娘之后的无数伪娘，这一点是“小沈阳”们无法做到的。继刘著“红”遍全国之后，在广州、武汉、长沙、宜宾等地接二连三出现了性别反串的“伪娘”现象，在 2010 年的春夏之交蔚然成风。而且这一吸引眼球的身体范式甚至影响到了同时举办的另一档选秀节目——青海卫视的《花儿朵朵》。在成都唱区，《花儿朵朵》栏目遭遇到无数“伪娘”选手的围堵，不少男选手纷纷要求以女生的角色报名参加，而事实上的确有不少男生打扮成欧美流行女明星 LadyGaga 及其他女性形象参加比赛。

另一种身体叙事，便是对于残缺身体的视觉呈现。实际上，对于残缺身体的视觉呈现并不是选秀节目的真实目的，而是通过这样的身体来突显“实现身怀绝技的普通人的梦想”（《中国达人秀》的宗旨）以及一种另类的美才是选秀类节目在内容上的真正意义所在。在东方卫视的《中国达人秀》中，“无臂钢琴师”刘伟表演的是用脚弹奏钢琴，节目中基本回避其身体缺陷的细节展示，只是从侧面表现其弹钢琴的姿态，并且镜头不多，只点到为止。反倒是其优美的钢琴音乐以及镜头中所竭力表现的俊美脸庞更加能够彰显出刘伟的意志与残缺身体的神圣。同一节目中的单腿男青年翟孝伟与单臂女青年马丽的优美合舞，则将千万观众打动。而在此前的选秀节目《加油！好男儿》中，相貌俊美但却无法张口说话的“哑巴”宋晓波，也同样赢得广大观众认可，最终获得第二名。

这种残缺本身体现的是人的不完美。实际上我们每个人都不完美，或者说完美本不存在。因此“根据我们的信念与举止来判断，残疾才是标准的形态——不是美貌、不是英俊，也不是被精心雕塑过的，晒过的、调养过的或装饰过的装饰身段。”[4] 因而，舞台上通过残缺身体进行叙事的选手们实际完成的是电视机前观众的身份认同，因为我们本不完美，甚至有不少缺陷。当大多数普通观众在刻意规避的同时，参赛选手们却将这种缺陷演绎到了极致。同样是有缺陷的人，但是选手们却能够将缺陷极大的身体担负起成功的梦想，于是起到励志的作用，成为普通观众自身成功的镜像。

因此，无论主办方是否主观故意，在电视屏幕上通过身体残缺的选手进行电视节目的叙事，客观上形成了强烈的视觉冲击力和独特的视觉效果，不可避免地满足了观众观看奇观与自我满足及自我激励的欲望，并带来了对影像身体消费的惊人收视率。据媒体报道，《中国达人秀》的全国收视率，总决赛 5.70，颁奖典礼 5.63，世界达人秀 4.46；上海收视率则分别为 34.88，33.36，29.47。上述收视率，全居同时段第一。而决赛现场更直接大手笔搬入上海八万人体育场内，4.5 万名观众创下电视节目现场人数之最，超出了常规。“更‘赤裸裸’的说法则是，节目原版权方设计的就是要有胖子、侏儒、厨师、艳舞女郎的被选，在全球受到热捧的‘英国达人’苏珊大妈，即属此列。”[5] 因此，传统的身体叙事已经遭遇个性身体叙事的颠覆，因为个性的身体往往比常见的身体能给观众带来更多的惊奇，而收视率便在选秀舞台上展示的各种“身体奇观”中节节攀升。

三、选秀节目身体叙事的隐喻

毋庸置疑，身体的魅力制造了电视选秀节目的火爆，身体影像在选秀节目中实际上已经成为一个极具号召力的符号，而不仅仅是一个肉身的存在。换句话说，他们的身体不仅仅具有私人属性，甚至还具备了一定的社会属性。作为大众文化中最具视觉冲击性的特定对象，电视选秀节目通过对身体的重新诠释和解构，揭示出其背后的诸多隐喻。

精英和主流文化从来强调的是循规蹈矩以及不越雷池一步。而实际上，无论是青春、中性、身体有残缺并拥有才华的人，在我们身边并不鲜见，但为何这些人能够以一种令人惊艳的方式在电视选秀节目中突显？这究竟是他们本身个性的错误，还是精英话语的错误？福柯“哪里有权利，哪里就有反

抗”[6]的论断似乎可以为我们认识电视选秀中如此大规模的身体叙事提供一个较为合理的解释维度。由于个性身体的展示在曾经的精英话语中从来都是禁忌，而消费主义意识形态的强势弥漫，使得身体叙事来势汹涌，因而“以消费文化为特征的文化所启动的文化市场，在极大地推动大众文化业发展的同时，也构成了对精英文化或严肃文化的巨大冲击。”[7]也就是布尔迪厄所说的：“在消费时代，商业逻辑对各个文化生产场进行了侵蚀和渗透。”[8]从这个意义上来说，《超级女声》、《加油！好男儿》、《中国达人秀》等电视选秀节目中，普通人也获得了与明星等演艺精英同等展示身体的平台和权力。于是，个性化的身体叙事在这个权利的场域中被塑造、被规训成为一个负载无穷意义的能指符号。

除却精英文化为重拾话语权而自降身段，以电视节目尤其是电视选秀节目为代表的具有狂欢性质的大众文化与主流价值的关系却也值得思考。在电视选秀节目中对“身体奇观”与“主流价值”呈现出了由此前的极端冲突转向合谋的特征。无论是残缺的身体还是身体的中性特征，他们均是身体表演者，发挥着身体隐喻的功能，其身残志坚与草根力量的励志意义远远超出其身体本身，成为大众追慕与欣赏的对象。他们的身体影像实际上已经成为极富号召力的符号，是主流价值急欲捕获的社会文化意义。因此，主流价值不再仅仅仰仗于精英话语的权威，在消费主义意识形态无孔不入的商业社会被迫作出妥协和让步，于是便借助“身体奇观”的强大商业力量得以广泛传播，完成意识形态的所谓“询唤”功能。同时，在这场身体叙事的电视狂欢中，以往戒备森严的等级、高高在上的权威以及无法突破的秩序，瞬间被拉为平等，在场的人因狂欢而揭去了平日的面目，流露出人性最本真的自我。无论是在选秀节目的现场，还是在现实直播时的电视机前，人们都是通过视觉以及短信投票的方式参与到这场狂欢当中。由此，等级、身份、级别等外在的鸿沟，在同一个身体叙事的视觉空间中得到解放。因而，选秀节目中的身体叙事成为“将不同年龄、背景和社会地位的人们聚合在一起，分享一种共同的体验，以创造共有的意义和统一的身份的活动。”[9]于是，处在社会压力下各阶层群体的潜在不满与欲望得到了释放，由此得到了主流文化价值的认可。

另一方面，在消费文化语境中，电视选秀节目中所展示的“身体奇观”借助于主流价值观，不仅得到了精英文化的认可，而且获得了高额的收视率与不菲的商业利润。正如第一届《中国达人秀》进行比赛时，东方卫视品牌营运总监陆伟所说：“广电总局认为，我们节目的导向很好，鼓励各种身份的平凡人、身体有残缺的人，都可以通过努力，展示梦想。”[10]于是，电视选秀节目中的“身体奇观”与“主流文化”之间由冲突转向合谋的特征便意味着话语权力开始从对抗走向共生与和谐。

参考文献：

[1] 金丹元. 电视审美与身体文化[J]. 电影艺术 2005 (1):87.

[2] 郑大群. 论传播形态中的身体叙事[J]. 学术界,2005(5):184.

[3] 王玉玮. 当代中国影视文化中的身体审美[J]. 江西财经大学学报,2008(2):79.

[4] 汪民安、陈永国. 后身体——文化、权力和生命政治学[M]. 长春:吉林人民出版社,2003:383.

[5] 王思璟. “电视达人”秀[N]. 21 世纪经济报道,2010 - 10 - 12.

[6] [法]米歇尔·福柯. 性史[M]. 姬旭升译. 西宁:青海人民出版社,1999:83.

[7] 孟繁华. 世纪之交的中国文化现象[M]. 北京:中央编译出版社,2003:41.

[8] [法]布尔迪厄. 关于电视[M]. 许钧译. 沈阳:辽宁教育出版社,2000:15.

[9] [英]麦克奎恩. 理解电视[M]. 苗棣,赵长军,李黎丹译. 北京:华夏出版社,2003:67.