

新世纪现实题材电视剧中产话语的审美文化症候

戴 硕

(浙江传媒学院电视艺术学院, 浙江杭州 310018)

摘 要:近年来,随着经济社会的发展,中国社会阶层发生了重构,中产阶层正在成长为中国社会的重要构成。在当前的中国语境中,中产阶层更是一种文化概念,影像在建构这种文化话语中扮演着举足轻重的作用。在新世纪以来现实题材电视剧的形象谱系中,中产阶层以繁花满眼的喷涌,构成了荧屏主体性存在。然而当人们以审慎的态度对当下荧屏中中产阶层形象进行审美文化判断时,新世纪以来现实题材电视剧的中产影像创作,却呈现出了一些不容忽视的审美文化症候。

关键词:现实题材;电视剧;中产话语;审美文化症候

中图分类号: J905 **文献标识码:** A **文章编号:** 2096-8418 (2021) 02-0115-07

21世纪以来,伴随着改革开放释放的经济发展红利,我国人民生活水平取得了大幅度提升,在“让一部分人先富起来”的政策召唤以及全球化、城市化、工业化等多种社会趋势的合力助推下,我国社会阶层也发生了重构。改革开放之前的“两阶级一阶层”的超稳定社会结构,在我国对意识形态的松绑中也悄然解体,更加多元的社会阶层开始涌现,我国中产阶层的异军突起成为其中最鲜明的社会景观。

社会学领域从中国中产阶层的测量标准、规模、定义等本体层面,进行了大量实证性研究,中国社科院在“当代中国社会结构变迁研究”课题中,将中产阶层界定为“包括拥有一定私人生产资料的自雇者(如个体户)和中、小雇主(如中、小私营企业主)群体。其间的主体是指占有一定的专业知识资本及职业声望资本,以从事脑力劳动为主,主要靠工资及薪金谋生,具有谋取一份较高收入、较好工作环境及条件的职业就业能力,对其劳动、工作对象拥有一定的支配权,具有维持中等生活水平的家庭消费能力及相应的闲暇生活质量,以其具有的专业知识,对社会公共事务形成权威评价,并具有一定社会影响力的社会地位分层群体”^[1]。而从文化研究视角来看,中产阶层在当下中国尽管已然成长为一个阶层实体,但在目前的中国语境中,其更像是一个文化概念,是一种由大众文化话语建构出的“想象的共同体”。媒介基于不同的诉求,按照自身的观察与想象,在文本中构建起了中产阶层的主体形象和生活方式,而这种急速扩张的中产话语,也反哺了现实中正在成长的中产阶层的身份认同和文化意识。

在大众文化不同文本形态对我国中产阶层的陈情与代言中,国产电视剧无疑是最具视听直观性和媒介影响力的形态。自20世纪90年代以来,在国家话语、商业逻辑和创作旨趣的合谋中,我国电视剧的内容创作与意义生产,渐趋呈现出鲜明的中产阶层文化优先取向,新兴中产阶层在影像中获得观照或建构。从《牵手》《来来往往》《中国式离婚》《蜗居》《北京青年》《浮沉》《杜拉拉升职记》《手机》《离婚律师》《大丈夫》,到近两年的《虎妈猫爸》《中国式关系》《欢乐颂》《我的前半生》《美好生活》等,可以说,在都市情感剧,乃至职场剧、商战剧、青春偶像剧等都市题材亚类型中,构建中产阶层形象、渲染中产阶层生活方式的剧集已成主流。

审慎地检视当下中国电视剧的中产影像后，不难发现，尽管创作者趋之若鹜地在现实题材中建构中产阶层形象，使该类剧集出现了题材井喷，但我们不免遗憾地承认：当下中国电视剧对中产阶层的影像书写，其症候大于成就，粗陋之作多过精品力作。与其说是电视剧中中产形象的“千帆竞发”，毋宁说是一种话语泡沫的形成，一种新神话的崛起。国产电视剧对中产阶层形象建构与生活方式的塑造，存在广泛误读和抒情过度的问题。就中产影像审美文化症候大致呈现出的特征，本文将作具体分析与阐述。

一、单向度“赋魅”：魅化想象中的中产幻象

如果向普罗大众调查对中产阶层的认知，他们大概会对这个阶层勾勒出大同小异的“画像”：工作体面，薪水可观，学历很高，住高档小区，有名车相伴，衣食住行讲究格调。总而言之，这个群体优雅得体、消费超前、品位不俗、自律克己。可以说，这些光鲜的标签性词汇，即使说不是全部，也至少代表了大多数国民对中产阶层的“刻板印象”。媒介具有建构“拟态真实”的效果，这些刻板印象显然来自于传媒与影像的建构。电视剧中产阶层的影像书写，主导了社会民众对这个群体的认知与想象。

而中产影像的失真，自然也导致了大众对中产阶层的认知误差。当下民众对中产阶层无限风光的认识，根由正在于表现中产阶层的电视剧过度拔高美化这一阶层群体的生活，使之呈现出超脱平民的“魅影”，或者说是刻画出了一副“单面人”或“半张脸”。学者王晓明在对20世纪90年代文化和文学进行分析总结时，曾用“半张脸的神话”来概括传媒和文学对于所谓“成功人士”符号化生活的断章取义，可以说，眼下电视剧对中产阶层的描绘，就时常陷入到这种迷恋和自我陶醉的创作倾向中，大量表现珠光宝气的豪门恩怨和所谓“玛丽苏”“霸道总裁”的浮华叙事自不待言，纵然是一些整体品相尚可、写实性较强的现实题材作品，也常常落入对中产阶层无法自持的“赋魅”过程。

如电视剧《欢乐颂》所树立的中产阶层“标杆”——安迪，就带有创作者的美化倾向。安迪这个角色气质出众、才华过人，具备谨慎克制、积极进取的性格特征，自美国哥伦比亚商学院毕业后，先是成为华尔街高管，归国后又成为投资公司首席营销官。安迪既有缜密理性的头脑，工作严谨而高效，又不乏生活的浪漫情趣，喜欢读书，每天坚持跑步，为人和善宽厚，即使是童年阴影遗留下的心理创伤，也令这个角色显得楚楚动人。很明显，创作者在她身上寄托了不少对中国中产阶层的浪漫想象，甚至达到了一种精英膜拜的倾向。与《欢乐颂》相似，《我的前半生》中的贺涵则是活脱脱的男版“安迪”，同样的留学归国、公司高管，以及相似的生活旨趣，典型的“钻石王老五”，职场上杀伐决断，情感上也柔情绕指，人物性格与魅力近乎无可挑剔。问题是：这些如此完美的中产神话在多大程度上具备现实观照性和平民阶层流动的示范意义？在这种“半张脸”的塑造中，其更饱满的性格“颗粒度”被无视，而只有几多性格高光被“提纯”，成为概念化和标签化的显影。

当然，在中产阶层的美化中，也并非全无对其困境、焦虑或烦恼的描绘，但这些都仅作为主人公无关痛痒、无伤大雅的小问题而存在，甚至构成塑形主人公形象魅影的叙事动力。例如，《欢乐颂》中安迪因童年遭际留下的心理障碍，《我的前半生》中贺涵在两个女性间的游移，《婚姻保卫战》中对于夫妻家庭角色分工的过度纠葛。这些浮于表面的一己悲欢和杯水风波，并非是对生活真相的揭露，也没有呈现出中产阶层的另外“半张脸”，仅仅强化了一种虚假主体的神话。

那么，这种“单向度”的中产幻想是如何被制造出来的？仔细分析的话，大致可以从创作主体认知、消费逻辑主导和意识形态整合等多个角度作解读。从创作者角度来说，由于对中国中产阶层认知的单一和乏力，他们只将视角局限于中产阶层的符号化生活，人为地拔高和夸大中产阶层的个体形象和生活方式，最终呈现出抒情过度的表征。例如，部分电视剧创作者标榜“唯美主义”创作态度，但就在过度浪漫、唯美和诗意的影像表达中，个体复杂的生活状态和文化心态也最终流于空泛。创作者

对中产阶级单面形象的过度美化，对其优雅生活方式的盲目推崇，更是源于消费主义时代的资本逻辑。随着商品经济的发展，中国逐渐从生产为主导的社会开始向消费为主导的社会转型，消费主义构成了整个社会的巨型话语体系。中产阶级发轫于西方消费社会中，其讲求炫耀性消费和地位区隔的本体属性，通常也令自身成为消费社会的宠儿和代言人，因而大众媒介和影像中的中产阶级个体往往成为商品符号的负载。

对电视剧中中产阶级时尚新潮生活的表现，持续刺激着观众的消费欲望，中产阶级的身体修辞和生活方式，成为各路消费品牌争相植入的载体，不同品牌堂而皇之地出现在叙事缝隙中，在不同时空里打下文化消费的地标。很大程度上，在观众对“半张脸”的中产影像的“凝视”中，消费主义逻辑以“腹语术”的修辞手段，对观众的消费行为进行了规训。而对于中产阶级“美好生活”的过度渲染，也承载着意识形态整合社会各阶层目标的诉求。当阶级斗争的话语体系被共同富裕的话语体系所取代，标志着现代性的中产阶级就成为普罗大众触手可及的身份想象。电视剧虚构出的中产阶级完美客体以其温情脉脉的美妙絮语，为不同阶层编织出了一个玫瑰色的幻境。

二、“中产趣味”的话语扩张

如果说“半张脸的神话”概括了电视剧中中产影像对个体形象不同切面的选择性失衡，那么“中产趣味”的广泛扩张则是影像对中产阶级趣味与生活方式过度放大的表征。作为曾经的学术语汇，如今“中产趣味”这个概念无疑以一种暧昧不明、自命不凡的面孔出现于各种大众传媒中，成为媒体渲染或推崇某种生活方式时的理想标签。然而，在这种温情脉脉的语词扩张中，究竟潜藏着怎样的精神圈套与话语陷阱则值得学者反思。

事实上，在晚近的美学与文化研究中，“中产趣味”一直作为学者反思与批判的指涉而存在。美国文学批评家马泰·卡林内斯库（Matei Călinescu）在其《现代性的五副面孔》中，从美学角度分析了媚俗艺术的发生机理，并指出其背后的精神实质即“中产趣味”，卡林内斯库也不啻用“伪艺术”“坏趣味”等词对这种“中产趣味”做出了负面的价值判断，“媚俗艺术实际上是中产阶级的趣味，而中产阶级趣味是现今我们社会中大多数人的趣味”^[2]。美国当代社会学家丹尼尔·贝尔（Daniel Bell）则引用了美国大众文化研究学者德怀特·麦克唐纳（Dwight Macdonald）在《大众文化理论》中的经典论述，来阐发“中产趣味”的精神实质，“大众文化的花招很简单——就是尽一切办法让大伙儿高兴。但中产崇拜或中产阶级文化却有自己的两面招数：它假装尊敬高雅文化的标准，而实际上却努力使其溶解并庸俗化”^[3]。

依照这些经典社会学家的论述，“中产趣味”已然构成了大众文化意识形态中的典型症候，而“中产趣味”背后的精神本源则是一种享乐主义价值观。在丹尼尔·贝尔看来，20世纪初，新生中产阶级逐渐放弃资本主义勃兴阶段的新教伦理与禁欲准则等清教传统，一种鼓吹享乐主义的价值观开始盛行。享乐主义的价值体系摧毁了传统新教伦理的社会道德基础，而又支撑和确立了全新的价值准则，正是严肃艺术家培育的现代主义、“文化大众”所表现的乏味形式的制度化以及市场体系所促成的享乐主义生活方式，才构成了资本主义文化的矛盾。贝尔的观点得到了马泰·卡林内斯库的呼应，在他的论述中，享乐主义构成了一种媚俗艺术和“坏趣味”的心理基础，“要理解媚俗艺术的本性，我们必须分析构成中产阶级心智特征的那种特有的享乐主义。其基本特征也许是，它是一种中间路线的享乐主义，这绝佳地体现在常常可以在媚俗艺术中见到的‘平庸原则’（越是在精致和过分复杂的媚俗艺术形式中，越是容易发现这种平庸性）。堪与这种享乐主义的肤浅性相媲美的，惟有它渴求普遍性与总体性的欲望，以及它获取漂亮垃圾的无限能力”^{[2](264)}。

由此，我们对“中产趣味”的基本面向也可以得出自己的判断：它是在汹涌澎湃的商品大潮下基

于享乐主义价值观而兴起，讴歌中产阶层的浮世欲望，渲染中产生活的品位与格调，对消费主义营造的中产符号化生活大唱赞歌，构建起中产神话的话语泡沫。与此同时，它缺乏思辨性与批判性，缺乏底层立场和价值情怀。不少文化研究者均指出，当下文艺创作者存在“精神中产化”的倾向，落实于创作中则是“中产趣味”的风行，由此也丧失了自身的批判身份和价值坚守，制造起消费主义的能指狂欢，在空洞的符号化编码中取悦大众，透支文艺创作的生命力。而中产阶级“温吞水”式的生活，也使得他们对社会痛点的脱敏，对真实社会问题洞察力与解剖力的匮乏，失去了书写痛感经验的能力。在电视剧中中产阶级影像书写中，这种“中产趣味”俨然构成了迅速扩张的意识形态。不少都市情感剧、偶像剧、职场剧和商战剧等体裁的作品，能够显而易见地看到创作者的“中产趣味”，在现代化都市的目不暇接的商品盛宴和布尔乔亚式情调的影像中，创作者对浮华生活的耽溺与张扬昭然若揭。

电视剧中“中产趣味”的话语扩张，说到底则是止步于对中产阶级欲望叙事的迷恋，一方面在衣食住行的“炫耀性消费”中，营造起享乐主义的消费观念和阶层区隔，同时在情感领域完成欲望本体的自我放逐。就其根本而言，“中产趣味”的影像书写并不追问存在的意义，也不承担反映生活真相的责任，而是在放大的欲望狂欢中，迎合新兴中产阶级的想象性身份建构。而电视剧影像中的“中产趣味”也构建出一个新的审美话语霸权，在审美的异化和泛化中消解了自身的意义空间。学者张清华曾不无激愤地指出：“‘中产阶级的生活’是好的，但‘中产阶级的文化与艺术趣味’却是十足有害的，是站在社会进步与艺术本质的对立面的东西。”^[4]当创作者沉沦于中产趣味的审美幻象时，一个可见的后果就是对个体生命的真实经验，乃至底层经验的“不可见”。由此，对于电视剧中“中产趣味”的话语扩张，也是值得创作者警惕和反思的命题。

三、大女主：女性“在场的缺席”

女性性别叙事，向来是电视剧不可或缺的一部分。中产阶级女性通常接受了良好的教育，有着独立的人格精神，也大都具备与男性平等对话意识，往往构成了影像“现代性”的符号存在。总体而言，当代中国电视剧对于中产阶级女性的言说，传递了一定的启蒙精神，女性自我成长和反抗意识在这些剧中开始苏醒。但与此同时，由于集体无意识中根深蒂固的男权观念，电视剧中中产影像对女性的表现依旧存在被遮蔽的状况。

当代中国现实题材剧对女性形象的全面表现，应当说源于1990年的《渴望》。这部剧刻画了一个集中华传统美德于一身的女性形象刘慧芳，她的善良、隐忍、敢于牺牲曾感动过无数观众，该剧万人空巷带来的“举国皆哀刘慧芳”成为那个年代的一道盛景。但在该剧广受好评的同时，不少人也认为刘慧芳的形象消解了女性本该觉醒的主体意识，在传统道德规范下压抑着本身的自然需要，是一种女性解放观念的倒退。20世纪90年代，都市剧中也开始呈现更多的中产阶级女性。如《公关小姐》中展现了以周颖为代表的时尚新潮、充满现代意识的中产职业女性群像，在表现这些新女性在职场中雷厉风行、独当一面的同时，剧中也对她们在爱情、家庭中的矛盾纠葛进行了心理探寻。20世纪90年代末的《牵手》，就站在两个不同的女性视角，对新出现的婚外恋现象进行了剖析。该剧并未悬浮于外在欲望的叙事，而是由表及里，深度反思婚姻出现裂痕的个体与社会成因，以较大笔墨塑造不同女性的价值理想和追求，尤其是对中年的中产女性在得知丈夫对婚姻和家庭的背叛后，从失落痛苦到直面问题，最后找寻到真正属于自己的人生之路这一过程表现得淋漓尽致。该剧也成为塑造女性成长较为经典的作品。

进入21世纪以来，中产影像中的女性呈现出越发独立，甚至强势的表现，女性角色在情感关系中开始占据更多话语权和主动性。例如，《空镜子》中的姐姐孙丽是名利场上的赌徒，情感世界的玩家，她漂亮出众、思想前卫，将不同的男性玩弄于股掌间；《中国式离婚》中的林小枫性格脆弱而敏感，疑

神疑鬼甚至歇斯底里，对丈夫缺乏基本的信任，而她在婚姻中的控制欲使其成为可怕的神质形象；《蜗居》中的海藻性格张扬跋扈、自视甚高，在家庭关系中同样处于支配地位，对丈夫颐指气使、怒其不争。除此之外，《婚姻保卫战》中的兰心、《虎妈猫爸》中的毕胜男、《小别离》中的方圆、《大丈夫》中的顾晓珺等皆不再是传统文化期待视野中“温良恭俭让”的理想女性，无不是性格独立、风风火火的形象——在职场上独当一面，在家庭关系中也居于主动的一方，在此类剧中通常也会配置一个“惧内”的丈夫。

然而这种女性形象的张扬，在近些年电视剧中产影像中愈发剑走偏锋，并与“大女主”创作趣味合流。所谓“大女主”剧并没有学术上的周延界定，更多是行业中约定俗成的叫法。简而言之，这类剧通常以一位充满传奇色彩的女性为绝对主角，叙事模式是以该女性从底层平民或人生谷底通过自我奋斗，一步步“逆袭”至巅峰，最终以实现个人目标而宣告剧情结束。这类剧自后宫剧《甄嬛传》为滥觞，尤以古装题材为最盛。现实题材电视剧对中产阶层女性的表现，也受到这波创作风气的影响，如《女不强大天不容》《我的前半生》《欢乐颂》等均是在“大女主”电视剧受追捧的市场语境下出现。

应当说，“大女主”中产影像的修辞策略，使女性意识得到了一定程度的彰显和启蒙，女性价值得到肯定，传统伦理道德对女性的规训在这些影像中得到了部分反拨和纠偏，纷杂斑驳的新中产女性形象充盈在当代都市影像中，丰富了女性形象的谱系。但部分剧集在对中产女性意识启蒙的同时，潜意识中的男权观念也沉渣泛起，对女性真正的个人成长表现匮乏，女性意识和男权逻辑呈现为“在场的缺席”和“缺席的在场”两种话语密码，男权社会的道德秩序和伦理规范在潜移默化中发挥着作用，“大女主”们开启“主角光环”的背后，依旧是男性角色的强大助攻。例如，电视剧《我的前半生》中，罗子君在丈夫出轨离婚后，这个与社会脱节多年的中年女性，瞬时陷入了情感与生活的双重困境。为了走出阴霾，罗子君在被动中开启了自己的奋斗历程，该剧也将罗子君的成长作为全剧探讨的命题。进入职场后，罗子君一路顺风顺水，在短时间里迅速适应职场节奏，渐入佳境，生活与情感上的困境也烟消云散，但事实上，在罗子君上升过程中的每一步，都伴随着闺蜜唐晶以及唐晶男友贺涵的帮助与扶持，甚至很多理由由罗子君亲历的锤炼和改造，也被创作者巧妙避开，而交由男性角色贺涵来逐个化解。不得不说，这样的女性成长命题是平面的，表现是孱弱的，其内里则是“灰姑娘”和“玛丽苏”的逻辑驱动。可以说，尽管很多电视剧试图表现中产阶层女性通过自身的奋斗“逆袭”，但事实上在大多数电视剧中，男性依旧是这些女性关键时刻的“解药”，女性角色的步步为营也仰仗于男权的“宠幸”与栽培，女性叙事在男权逻辑的语境下发生发展。在一些电视剧中不少女性形象甚至呈现出近乎无所不能的特点，其“神性”特征掩盖了其本色的人性特质，这其实是在虚假情境中弱化了对女性地位和存在境遇更有价值的思考，就其本质而言则是女性全貌的被遮蔽。

四、告别悲剧：“温暖现实主义”的批判无力

享乐主义价值观的盛行，不仅带来了电视剧中“中产趣味”的肆意扩张，也带来了中产影像审美风格的集体转型。一个典型症候就在于，在电视剧中产影像中，悲剧意识逐渐缺席，轻喜剧元素以泛在化姿态出现，本应真实展示现实生活、表现中产阶层神话背后真相的电视剧，越发在不疼不痒的喜剧式大团圆中，获得虚假的满足。用学者戴锦华的话来说，是对现实主义进行了一种“情节剧式的遮蔽”。而与之相呼应，“分享艰难”、强调痛感叙事的现实主义悄然退场，取而代之的则是以快感消费为主导的所谓“爽剧”模式盛行，一种被称为“温暖现实主义”的创作论调甚嚣尘上，为这种避重就轻书写现实的中产影像披上了一层冠冕堂皇的保护色。

有学者认为，当下电视剧正在进入一种“轻时代”，“这个轻主要体现在基本上都是轻喜剧，一本

正经、严肃端庄的剧不太容易被看好，收视率好的大部分是轻喜剧风格的作品，它有喜剧性，有喜剧状态、喜剧情调”^[5]。尽管“轻时代”并不是周严的学术界定，却大致描绘出了当下电视剧的一种审美趋势。调性的轻盈、轻喜剧元素的内置，普泛化于当下多种类型电视剧的创作中，包括都市题材、农村题材、古装题材等，而尤其在表现中产阶层为形象主体的都市题材中，这种风格最显突出。

包括《奋斗》《我的青春谁做主》《媳妇的美好时代》《婚姻保卫战》《咱们结婚吧》《大丈夫》《裸婚时代》《好先生》《辣妈正传》《男人帮》等在内的大量中产阶层影像，都呈现出了轻喜剧化的审美取向。这些电视剧普遍追求台词对白诙谐幽默，情节设置无关宏旨，视听风格明亮轻快，让观众在一种轻松惬意的审美心境中观赏剧集。应当说，在当下焦虑情绪构成时代症候的语境下，适度的轻喜剧元素，可以相对纾解大众的情绪，让工作劳动的民众紧张一天的神经得到舒缓，这多少具有正向建构意义。但当这种轻喜剧元素开始喧宾夺主，甚至不求题材、情境匹配度，泛滥成灾地介入到创作中时，就不得不值得警惕了。

从另一个面向来看，当这些表现中产阶层的影像以轻喜剧风格出现时，就在嬉笑打闹中消解了现实的沉重感。当前中国正处在社会转型期，改革也进入深水区，各种矛盾浮出水面，利益博弈此消彼长。对于成长中的中产阶层来说，同样面对着各种现实的“不能承受之重”。但在这些中产影像中，现实中的真问题难寻踪迹，一些创作者不再触碰真问题和“硬骨头”，回避错综复杂的现实矛盾，即使对这些问题偶有涉及，也多是在轻喜剧的风格下蜻蜓点水式的化解，抑或隔靴搔痒地闪烁其词，剧中复杂的社会画卷常常沦为可有可无的背景。此类剧集在台词上追求段子式的对白，表演上偏爱过度夸张的漫画式风格，情节上高度依赖巧合、误会，人为制造戏剧冲突，为了喜剧效果不惜牺牲逻辑真实与细节真实，而故事也最终在兜兜转转后，以大团圆的方式为观众安放起情绪的释放与宣泄空间。显然这种表现中产阶层形象的现实题材剧，很难被视为真正的现实主义，甚至有悬浮离地的“伪现实主义”的倾向。

轻喜剧元素大举在电视剧中粉墨登场，必然迎来悲剧意识与悲剧精神的退场。在诸多审美范畴中，悲剧由于对人性、社会的矛盾与冲突有着力透纸背的展示，通常具备其他审美范畴难以比拟的情感冲击力和思想深刻性。“任何一种审美文化，如果缺少了悲剧，那它就失去了一种最具表现力的审美范畴，它不但在艺术上变得单调贫乏，而且在文化上多少有点‘病兆’。因为这样的文化失去了自我反思与批判的冲动，丧失了以悲剧这种独特方式来净化主体心灵的可能性。”^[6]而随着大众文化和消费社会的降临，享乐主义成为世俗社会所推崇的新宗教，大众文化娱乐至上和消遣属性决定了悲剧意识成为多少“不合时宜”的存在，而对于人性真实磨难与处境的过多展示，也不可避免会冲击意识形态的合法化资源，因此，悲剧性作品在审查环节也面临着进退维谷的尴尬境地，在多种合力主导下，告别悲剧成为文艺创作的新趋向，“可以毫不夸张地说，喜剧性已经成为当代中国文化的主导类型”^{[6] (316-317)}。

随着悲剧意识与悲剧精神的消退，对现实题材的书写不可避免地成为单向度的叙事。然而近年来所谓“温暖现实主义”的概念开始出现，成为一些电视剧回避现实苦难的“遮羞布”。对于这个概念，并没有学理性的界定，更像是在市场与创作者合谋下，联手打造出的一种营销概念，其本质也是某种话语圈套。对于现实主义的概念，中外艺术创作者和文艺理论家多有界定，但无论是从哪个层面来定义，现实主义包含的三个基本价值立场是不变的：一是真实性，即按照生活的本来面貌来描写；二是典型性，这是从艺术形象刻画的层面而言；三是批判性，这是从与现实的关系而言，应该大胆暴露现实问题，揭示真相。因此，从现实主义批判性的本体层面来看，为之加上“温暖”的定语，这本身就存在二元对立的悖论性。

从真实的创作情状来看，现实主义应当呈现社会中的“真善美”，既可以展示社会问题，也可以发掘生活中的温暖，但首要前提和基础在于真实。“温暖现实主义”隐藏的逻辑则是“善”字优先，伦理

评判先于创作逻辑，当创作者在对现实书写之前，已经预设了“温暖”的意识形态，就无疑给自身回避现实矛盾、掩盖社会苦难、粉饰浮华图景，找寻了绝佳的庇护。很大程度上说，我国当下的现实题材电视剧影像，尤其是中产影像并非不够温暖，而是太过“温情脉脉”，大部分剧作均停留在对生活的浅层扫描，对于真正的社会问题和生存困境却闪躲回避、不敢直视，甚至用一种滥情的方式强行拔高升华。这固然有面临审查的剪辑因素存在，但更多的是电视剧创作者甘于在中产话语泡沫中精神放逐，这可以被看作是近年来现实主义创作中的一种“癌变”，理应引起电视剧创作者们的警惕。

五、结 语

应当说，当代中国电视剧对于中产阶层形象的塑造和想象不乏亮点，这些作品在人物塑造、叙事激变和审美现代性反思等层面，基本秉持着现实主义的创作态度，刻画出中产阶层在欲望中的沉浮和救赎。但就更多的电视剧作品来说，则陷入形象塑造的单向度，叙事配方式与套路化，讴歌感官欲望，张扬享乐主义，以情节剧式的轻喜剧和大团圆冲淡应有的悲剧精神等，这些问题在当下电视剧中俯拾即是，令人堪忧。而这些创作面貌对中国中产阶层的健康培育很难起到积极正向的作用，这都是值得创作者深思的命题。

目前，随着我国市场经济的进一步推进和物质生活水平的进一步提高，发展与壮大我国中等收入群体已经成为主流话语的内在诉求。可以想见，我国现实题材电视剧主创团队将会更多聚焦于这个群体，而在新时代的背景下，如何在影像中准确书写我国中产阶层的精神面貌与生活状态，将是我国影视创作者责无旁贷的使命。

参考文献：

- [1] 陆学艺. 当代中国社会流动 [M]. 北京：社会科学文献出版社，2004：270.
- [2] [美] 马泰·卡林内斯库. 现代性的五副面孔 [M]. 顾爱彬，李瑞华，译. 北京：商务印书馆，2002：267.
- [3] [美] 丹尼尔·贝尔. 资本主义文化矛盾 [M]. 赵一凡，等译. 北京：生活·读书·新知三联书店，1989：91.
- [4] 张清华. 我们时代的“中产趣味” [J]. 南方论坛，2006（2）：12-16.
- [5] 尹鸿. 轻电视剧时代：大者要做强，小者要做专 [N]. 中国艺术报，2014-4-14.
- [6] 周宪. 中国当代审美文化研究 [M]. 北京：北京大学出版社，1997：315.

[责任编辑：高辛凡]