

# 抵抗与收编

## ——《爱情公寓2》中的恶搞现象分析

赵 洁

**【摘要】**至今,《爱情公寓》已经播出了三季,都取得了不俗的收视成绩。与第一季相比,第二季和第三季都加入了不少的恶搞元素,剧集中的恶搞在博得大家开怀一笑的同时,也引发了我们对于这种文化现象的思考。恶搞文化作为一种后现代语境下的青年亚文化带有颠覆和抵抗的功能,大众通过恶搞权威来获得一种躲避或冒犯快感,通过将各种文化符号的挪用、拼贴等手段创造出属于自己的新的非理性的、非常规的、滑稽的意义,以获得一种生产性的抵抗快感,但这种抵抗却又是仪式性的,最终逃避不了被商业收编的命运。

**【关键词】**恶搞;抵抗;收编

**【作者简介】**赵洁(1988-),女,甘肃甘谷人,西北师范大学传媒学院戏剧影视学专业2010级硕士研究生,主要从事视觉文化研究。(甘肃兰州 730070)

对于经常上网的年轻人来说,《爱情公寓》这部电视剧肯定不会陌生。就是这样一部在当时看来既没有大牌明星,也没有豪华班底的剧集,却在2009年的夏天创造了收视奇迹,让一大群年轻人心甘情愿地成为了它的忠实粉丝。至今,《爱情公寓》已经播出了三季,都取得了不俗的收视成绩。与第一季相比,第二季和第三季都加入了不少的恶搞元素,剧集中的恶搞在博得大家开怀一笑的同时,也引发了我们对于这种文化现象的思考。在这里,我们以《爱情公寓》第二季作为文本分析对象,将其中的恶搞现象放置在青年亚文化的视域下进行一番解读。

### 一、恶搞文化的抵抗性

一个社会的文化有其代表性的主流文化,除此之外还存在着种种亚文化(次文化)。比如七十年代诞生在英国的朋克一族就构成了一个很典型的亚文化群体,他们的音乐风格可能不尽相同,但音乐特点却如出一辙,那就是反叛传统,反叛制度,反叛日渐枯竭毫无激情和意义的生活。“主流文化是在社会中居主导地位的文化,为社会普遍认同;亚文化是以主流文化为参照的同一共生环境中的不同文化类型,是社会中的辅助的、次要的、边缘的文化。主流文化和亚文化都是隶属于文化这一大的系统的子系统。”<sup>[1]</sup>而恶搞文化以娱乐搞笑为宗旨,采用戏仿、拼贴、挪用等后现代艺术常用的技巧和手法,颠覆了经典的神圣性、消解传统的价值观,

张扬个性,争取话语平权,已汇集成为一种典型的网络亚文化。加之恶搞文本的生产者和受众大多是出生于70年代中后期和80年代的青年一代,因此,我们也可将其划定在“青年亚文化”的范畴之内。

英国的伯明翰学派是对青年亚文化研究最为深入的,他们研究的核心问题就是亚文化对主流文化及其霸权的抵抗,他们认为“亚文化是与身处的阶级语境相联系的,青年亚文化产生于社会结构和文化之间的一个特别的紧张点,他们可能反对或抵制主导和主导的价值和文化。”<sup>[2]</sup>恶搞文化作为一种后现代语境下的青年亚文化也带有颠覆和抵抗的功能,大众通过恶搞权威来获得一种躲避或冒犯快感,通过将各种文化符号的挪用、拼贴等手段创造出属于自己的新的非理性的、非常规的、滑稽的意义,以获得一种生产性的抵抗快感。费斯克就说:“大众快感必定是被压迫者的快感,这种快感必定包含着对抗、逃避、冒犯性、粗俗、抵抗等因素。”<sup>[3]</sup>

在《爱情公寓2》中我们可以看到很多对主流电视节目、电视剧的恶搞桥段。比如在第一集中就对当时黄金时段热播的婆媳关系电视剧进行了恶搞,还包括穿越剧、选秀节目等等。同时也恶搞了当时的一些热点新闻事件,比如发表获奖感言先要感谢国家(第5集),河中要价捞尸(第10集)等等。除了以上恶搞对象外,剧中也有很多对名人的恶搞,比如导演朱延平、快女曾轶可、知名女演员等等。在对权威、经典的解构与颠覆过程中,大众获得了冒犯和躲避抵抗式的快感,也正是在这种快感

的驱动下,恶搞才会在短时间内广受欢迎和追捧,进而掀起一股全民狂欢的浪潮。恶搞可以是一种狂欢式的自由发泄,通过嬉笑怒骂、插科打诨、玩世不恭、调侃诙谐来讽刺和颠覆主流社会的道貌岸然、保守迂腐、霸权文化等。可以说,它们的流行,在某种意义上是由于青年人对公众、社会领域规范不满意却又无能为力的结果。

下面是该剧第一集中对当时黄金时段热播的婆媳关系电视剧的恶搞。可以看出《爱情公寓》第一季虽然在各大卫视都取得了不俗的收视率,但因其题材的限制,第二季仍然没有办法上黄金档。导演对黄金时段主流电视剧的恶搞,表现出的是对主流电视剧的对抗,恶搞中还夹杂着些许讽刺的意味。

唐悠悠在片场恳求导演给她加戏。

唐悠悠:那您看看我还有什么发挥的空间?

导演:我后面的故事是这样的,男主角误杀了恋人伤心欲绝,他回到城里娶妻生子,过上了平凡人的生活,可他妈妈一直不喜欢媳妇,婆媳之间矛盾不断,她们俩才是主角。

唐悠悠:这不是动作片吗,怎么都是婆媳关系。

导演:这叫古装魔幻苦情剧,现在光拍动作片哪还有婆婆、妈妈、阿姨要看,你要是没有婆媳、孽债和第三者,根本上不了黄金档,你看,婆婆早就来了。(穿着巫婆装的婆婆在化妆)

## 二、商业对恶搞文化的收编

有抵抗就会有打压和规训,这是不可避免的。恶搞作为一种青年亚文化尤其面临另一个不可逃避的宿命,就是商业对其的收编。霍尔等人在《通俗艺术》里已经触及到了青少年亚文化被商业化“收编”的问题。他认为“十几岁人的文化是货真价实的东西和粗制滥造的东西的矛盾混合体:它是青年人自我表现的场所,也是商业文化提供者水清草肥的大牧场。”<sup>[4]</sup>他已经看到了亚文化是青年寻求自我认同,展现自我个性的舞台,但同时商业文化一旦从中嗅到了商机,便会随时准备从中攫取所需。《爱情公寓2》实际上就是一部将恶搞商业化收编后呈现在大众视野的电视喜剧,它通过电视这样一个大众传播媒介,将已经“净化”和商业化收编后的恶搞文化展现在大家面前。《爱情公寓2》向我们展示了当商业文化与恶搞文化合谋后,商业资本利用其对自身所生产的文化符号的挪用与拼贴,看似恶搞了自己,实则在这个过程中达到它商业宣传的目的。

比如《爱情公寓2》第十四集中有一段恶搞巴黎欧莱雅广告的部分,虽然将产品的名称改为了“龙虎牌万精油”,但从镜头画面及所说广告词中

我们能一下将二者联系起来。表面看起来是恶搞了欧莱雅,但就在观众将其与原文本对象在头脑中联系起来的时候,也就完成了其商业宣传的目的,成功地通过恶搞的方式获得其所需要的受众关注度。我们再来看看剧中对益达广告恶搞的段落:

曾小贤、张伟和吕子乔在酒吧里见到了一位美女(秦羽墨),张伟回忆起和她的邂逅……他在屈臣氏邂逅了秦羽墨,正在默默观察她时碰见一菲,说超市口香糖打折,于是他拿了两瓶益达口香糖,到柜台结账时收银员说他的会员卡没有激活不能打折,就在此时,秦羽墨递上了她的会员卡。

张伟:这怎么好意思呢,其实,我也是会员。

羽墨:这个对牙齿好哦。(转身离开)

张伟:(拿起一瓶益达)嗨,你的益达。

羽墨:是你的益达。

张伟:不,是你的益达。

羽墨:是你的益达啦。

剧中将邂逅的地点选在了屈臣氏,大家会很明显地从镜头中看到屈臣氏的字样,这其实就是大家在一般的电影与电视剧中常见的植入广告的方式。而于此同时,“嗨,你的益达”,一句经典的广告语却一下让观众辨识到这段情节设置恶搞了益达口香糖的广告,一个段落完成了两个植入广告的宣传目的。很多时候,导演想通过恶搞表达自己或者说他们这群人对主流文化和权威的反叛精神,但当其被越来越多的人关注时,却又避免不了商业的介入,成为了商业宣传的工具。在无法逃避商业收编的命运时,我们就要思考如何在商业介入的情况下延续恶搞带给受众的这种抵抗快感。《爱情公寓2》似乎也在这方面试图做出一种权衡,它在商业文化介入的同时依然对主流与权威保持自己的姿态,从前面举的一些例子中就可以看出。但它也借助商业资本的支持将自身的姿态和所要表达的人的个性、独立的反叛精神传递给了更多的人。所以,与其说商业将这种亚文化进行收编,倒不如说是二者相互纠结、互相利用,最终实现各自的目的,谋取各自的利益。

### 参考文献:

- [1]江楠.文化研究与亚文化[J].求索,2006(3).
- [2]胡疆锋,陆道夫.抵抗·风格·收编——英国伯明翰学派亚文化理论关键词解读[J].文化研究,2006(4).
- [3](美)约翰·费斯克.理解大众文化[M].王晓珏,宋伟杰,译,中央编译出版社,2006:135页.
- [4]Stuart Hall,Paddy Whannel.The popular arts[M].London:Hutchinson,1964:276.

(责任编辑:曾 珍)