

金泡的幻滅

一九九〇年初，娛樂逗笑的電視節目「連環泡」推出了「金泡獎」這個主打單元，內容則是以諧擬方式諷刺或揭露媒體與商業利益、政治力量勾連的內幕，以及節目製作過程中對觀眾、媒體角色的一些荒謬假設或對待態度。未料推出不久後便自動取消。

至於「金泡獎」停播的原因，有可能是如印刷媒體所言，此單元「太過專注圈內祕聞，難引觀眾共鳴」，那麼，「金泡獎」的結束是個單純的市場運作問題，觀眾不愛看，節目當然播不下去。

可是，這個單純的市場取捨問題事實上卻透露出一些很有意思的訊息。

「連環泡」節目自從推出諷刺時人時事的單元以來，收視率高居不下，顯然該節目的觀眾頗欣賞這種以嬉笑怒罵來揭露世間百態的方式，也就是所謂「諧擬」(parody)的表現方式(這和當今印刷媒體上政治諷刺漫畫大行其道有相同原因)。

諧擬要想成功當然有其先決條件。首先，它所模倣諷刺的主題必須是觀眾所熟悉的。唯其在誇張荒謬的凸顯中認出原來要攻擊的對象，才能在觀賞中得到辨識的樂趣。

同時，它的題材最好具有高度時效性，一方面可以解釋為何要使用這種頗誇張、頗刺激的手法，

另一方面也可引起比較強烈的關注。

其次，諧擬的諷刺效果往往建立在觀眾所共有的一些不滿情緒上，唯其觀眾先有不滿，諧擬才會帶來發洩的滿足。

就這三方面來說，「連環泡」的諧擬單元可說是十分成功的。「中國電視史」單元以嘲諷的誇大表演指出電視節目內容之荒誕陳腐，所使用的素材是那些常看電視，以電視為主要消遣方式，而年齡又足以記得一、二十年來之電視節目的觀眾所熟悉的，他們透過時空的差距回首前程，在喚回記憶的溫馨感覺中依稀分享了電視媒體及節目的長足進展，也在對陳腔濫調的諷刺中舒坦了心中悶氣。

「七點新聞」單元上檔後更進一步擴展諧擬範圍達到大眾關心的社會政治層面，題材常具爭議性，時效性極高。對那些在這個社會中有親身經驗因而有強烈挫折感的觀眾而言，「七點新聞」替他們發出了不滿的聲音，給他們一些安慰，對那些並無親身經歷但卻（由於道德關切感或其他原因）常看電視新聞或電視新聞雜誌的觀眾而言，「七點新聞」的內容戲劇化了本來一知半解的新聞，仗義提出質詢，滿足了他們求知求正義的心理需求，在我們這個現階段高度政治化的社會中，「七點新聞」的成功絕非偶然。

同樣以諧擬手法諷刺電視現象卻在觀眾群中慘遭滑鐵盧的「金泡獎」和以上兩個單元有什麼區別呢？

很多人說「金泡獎」只談小圈圈中的內情，無法引起觀眾的興趣，這個說法有兩個問題。首先，我們活在一個常被稱為「大眾傳播」的或「媒體的」時代。因此，這小圈圈內的人與事常常在小圈

圈之外營造出巨大的影響力，畢竟，是這些人的政策或言語行動占據並左右我們的資訊（也包含各種意識形態）管道。

更重要的問題是：「金泡獎」所公開的所謂「內幕消息」也並非內幕，只要是常常閱讀印刷媒體，不倚賴電視為唯一資訊管道的觀眾都已在其他地方讀到過這些「內幕」。事實上，「金泡獎」單元的諧擬效果正建立在對觀眾的這種預期上。

另一方面，「金泡獎」的內容固然是電視圈內的形形色色現象，但是它們的呈現卻可以為那些仰賴電視媒體，以電視節目中所呈現的世界為自然天成的觀眾提供一劑醒腦丸。透過「金泡獎」的諧擬，觀眾也許可以反省到自身所接受的資訊原來是經過「政策」和「檢查制度」選擇而來，他們也能看見電視節目如何和商品（包括歌曲，服裝、形象等等）的行銷緊密掛鉤，更可能研究主管單位及公眾人物的「默契」及「妥協合作」如何塑造我們的電視世界，甚至觀察偶像如何成為並且維持偶像的形象。

簡言之，「金泡獎」揭露的是電視世界的成形過程，正是電視螢幕必須沉默不說的。而且，這些「內幕」不但不是與觀眾不相干，反而是大有關係的。它們構築了觀眾所見的電視世界，篩塑了觀眾的資訊，甚至可能間接影響觀眾的判斷與行為。

假設這麼一個有可能發人深省、引人思考的諧擬單元真的不太受觀眾歡迎，那麼這個現象就暴露出「連環泡」大多數觀眾的心態。首先，他們是資訊來源極為有限的一群，靠電視媒體多過印刷媒體，因此諧擬的對象一旦超越他們平常靠電視所得的範圍，便無法引起他們辨識的樂趣。這種廣收資

訊之興趣的缺乏同時也反映出這些中產觀眾對目前電視節目的呈現或電視世界的狀態沒有太強烈的不滿，他們不太介意看節目時順便接受商品推銷，不太在乎接收支離破碎刪減變形的資訊，也不太對惡性競爭所造成的水準低落，甚至還願意忍受管道壟斷下的缺乏選擇。缺少了對電視媒體結構的強烈不滿情緒，難怪這些觀眾不覺得「金泡獎」諧擬的表演貼心了。這，恐怕是「金泡獎」停播的悲劇意義。

不同國女人／246