

## 金泡的幻灭

何春蕤

一九九〇年初，娱乐逗笑的电视节目「连环泡」推出了「金泡奖」这个主打单元，内容则是以谐拟方式讽刺或揭露媒体与商业利益、政治力量勾连的内幕，以及节目制作过程中对观众、媒体角色的一些荒谬假设或对待态度。未料推出不久后便自动取消。

至于「金泡奖」停播的原因，有可能是如印刷媒体所言，此单元「太过专注圈内秘闻，难引观众共鸣」，那么，「金泡奖」的结束是个单纯的市场运作问题，观众不爱看，节目当然播不下去。

可是，这个单纯的市场取舍问题事实上却透露出一些很有意思的讯息。

「连环泡」节目自从推出讽刺时事单元的单元以来，收视率高居不下，显然该节目的观众颇欣赏这种以嬉笑怒骂来揭露世间百态的方式，也就是所谓「谐拟」(parody)的表现方式(这和当今印刷媒体上政治讽刺漫画大行其道有相同原因)。

谐拟要想成功当然有其先决条件。首先，它所模仿讽刺的主题必须是观众所熟悉的。唯其在夸张荒谬的凸显中认出原来要攻击的对象，才能在观赏中得到辨识的乐趣。

同时，它的题材最好具有高度时效性，一方面可以解释为何要使用这种颇夸张、颇刺激的手法，

另一方面也可引起比较强烈的关注。

其次，谐拟的讽刺效果往往建立在观众所共有的一些不满情绪上，唯其观众先有不满，谐拟才会带来发泄的满足。

就这三方面来说，「连环泡」的谐拟单元可说是十分成功的。「中国电视史」单元以嘲讽的夸大表演指出电视节目内容之荒诞陈腐，所使用的素材是那些常看电视，以电视为主要消遣方式，而年龄又足以记得一、二十年来之电视节目的观众所熟悉的，他们透过时空的差距回首前程，在唤回记忆的温馨感觉中依稀分享了电视媒体及节目的长足进展，也在对陈腔滥调的讽刺中舒坦了心中闷气。

「七点新闻」单元上档后更进一步扩展谐拟范围达到大众关心的社会政治层面，题材常具争议性，时效性极高。对那些在这个社会中有亲身经验因而有强烈挫折感的观众而言，「七点新闻」替他们发出了不满的声音，给他们一些安慰，对那些并无亲身经历但却（由于道德关切感或其他原因）常看电视新闻或电视新闻杂志的观众而言，「七点新闻」的内容戏剧化了本来一知半解的新闻，仗义提出质询，满足了他们求知求正义的心理需求，在我们这个现阶段高度政治化的社会中，「七点新闻」的成功绝非偶然。

同样以谐拟手法讽刺电视现象却在观众群中惨遭滑铁卢的「金泡奖」和以上两个单元有什么区别呢？

很多人说「金泡奖」只谈小圈圈中的内情，无法引起观众的兴趣，这个说法有两个问题。首先，我们活在一个常被人称为「大众传播」的或「媒体的」时代。因此，这小圈圈内的人与事常常在小圈

圈之外营造出巨大的影响力，毕竟，是这些人的政策或言语行动占据并左右我们的资讯（也包含各种意识形态）管道。

更重要的问题是：「金泡奖」所公开的所谓「内幕消息」也并非内幕，只要是常常阅读印刷媒体，不倚赖电视为唯一资讯管道的观众都已在其他地方读到过这些「内幕」。事实上，「金泡奖」单元的谐拟效果正建立在对观众的这种预期上。

另一方面，「金泡奖」的内容固然是电视圈内的形形色色现象，但是它们的呈现却可以为那些仰赖电视媒体，以电视节目中所呈现的世界为自然天成的观众提供一剂醒脑丸。透过「金泡奖」的谐拟，观众也许可以反省到自身所接受的资讯原来是经过「政策」和「检查制度」选择而来，他们也能看见电视节目如何和商品（包括歌曲，服装、形象等等）的行销紧密挂钩，更可能研究主管单位及公众人物的「默契」及「妥协合作」如何塑造我们的电视世界，甚至观察偶像如何成为并且维持偶像的形象。

简言之，「金泡奖」揭露的是电视世界的成形过程，正是电视萤幕必须沉默不说的。而且，这些「内幕」不但不是与观众不相干，反而是大有关系的。它们构筑了观众所见的电视世界，筛选了观众的资讯，甚至可能间接影响观众的判断与行为。

假设这么一个有可能发人深省、引人思考的谐拟单元真的不太受观众欢迎，那么这个现象就暴露出「连环泡」大多数观众的心态。首先，他们是资讯来源极为有限的一群，靠电视媒体多过印刷媒体，因此谐拟的对象一旦超越他们平常靠电视所得的范围，便无法引起他们辨识的乐趣。这种广收资

讯之兴趣的缺乏同时也反映出这些中产观众对目前电视节目呈现或电视世界的状态没有太强烈的不满，他们不太介意看节目时顺便接受商品推销，不太在乎接收支离破碎删减变形的资讯，也不太反对恶性竞争所造成的水准低落，甚至还愿意忍受管道垄断下的缺乏选择。缺少了对电视媒体结构的强烈不满情绪，难怪这些观众不觉得「金泡奖」谐拟的表演贴心了。这，恐怕是「金泡奖」停播的悲剧意义。

