

專輯論文

愛情的想像——中國熱播愛情劇的 文本演變與受眾的解讀偏好

吳紅雨

摘要

本研究探討熱播愛情劇，在當今社會如何制約和建構年輕觀眾對愛情的認識和理解？從上個世紀九十年代開始至今，熱播電視劇中對愛情的呈現發生了怎樣的轉變？對受眾尤其是八十、九十後的婚戀觀念產生怎樣實質性的影響？他們是如何解讀並詮釋電視劇的文本意義的？本文採用文本分析與深度訪談的方法，一方面揭示導演、編劇在創作文本中愛情想像的演繹變化過程，另一方面以30位年輕人的深度訪談，探討了觀看愛情劇產生的影響。研究結果有二：第一，愛情電視劇的文本敘事已走向全面日常化，甚至傾向於發展成為關於愛情主題的談話節目，永恆的愛情故事遭遇解構性顛覆；第二，無論是接受青春偶像劇的女生還是認同現實主義題材愛情劇的男生，他們更偏好於將愛情置於現實情境中解讀。

關鍵詞：愛情劇、想像、日常生活、解讀

吳紅雨，浙江大學傳媒與國際文化學院副教授。主要研究領域為媒介與社會、媒介文化研究、視聽傳播。電郵：hongyu_wu@126.com

Love Imagination—The Evolution of the Text of Chinese Romantic Drama and Audience Interpretation

Hongyu WU

Abstract

In recent years, especially since 2006, the rise of the quantity of romantic drama has led to a new trend that the young audience watches TV series on the Internet. This new way of TV viewing has changed the make-up of television audiences that were predominantly middle-aged and older. Young people are also accustomed to expressing their views and suggestions while watching television on the Internet, which did not happen with traditional audiences. In China, more and more students in middle school or universities use networks to watch idol drama from around the world. With the rapid economic development and the acceleration of modernization in China, People's traditional concept of love is undergoing great changes. A lot of romantic film and television drama attract audience to watching through reflecting this process of transform. In China, no era like the present has so many diversity of interpretation of love, and the complicated reality lead the young generation to think more about the issue of love.

Based on theoretical concepts of Hollywood romantic movies and aesthetic theory, this study aims at exploring audience knowledge, attitudes, beliefs, and actions regarding romantic drama. Specifically, the study is designed to address the following questions:

Hongyu WU (Associate Professor). College of Media and International Culture, Zhejiang University. Research interests: media effects, public opinion of new media, audiovisual communication, and media criticism

- (1) How does the meaning produced when audience watching TV drama? And how does the producer represent their views of love and marriage?
- (2) How does a TV series build and confine the audience's construction of love?
- (3) From the 1990s to today, what does the representation of love changed in romantic dramas?
- (4) What drives these changes?

This study researches how romantic drama is constructed and expresses people's values and ideals of love. Additionally, we look at how does this structure and expression reflect a certain kind of conjuncture in the development of romantic drama, the degree of understanding of the audience, and to what extent the audience accept and practice what they see. This paper uses narrative analysis and interviews to reveal the process how the directors and screenwriters change their ideas about love when they create the text since 1990s. We also explore the impact on the audience who watch the Chinese romantic drama through in-depth interviews.

The study finds two major results. First, romantic drama has tried to express real life, and might even develop into a kind of reality show which ignores the episode, the story itself, but emphasizing the fragmental scene, the interesting dialog. The classic paradigm of love story encounters subversive deconstruction. Second, both the girls who like to watch idol drama and the boys who prefer to watch realistic drama place love in real situations and no longer believe in eternal love as in the past.

Keywords: romantic drama, imagination, daily life, interpretation

Citation of this article: Wu, H. (2012). Love Imagination—The Evolution of the Text of Chinese Romantic Drama and Audience Interpretation. *Communication & Society*, 19, 105–140.

研究背景

二十一世紀以來，互聯網的興盛為電視劇傳播開闢了另一種途徑。CNNIC在今年1月發佈的《2010年中國網民網絡視頻應用研究報告》中稱，截至2010年12月，中國網絡視頻用戶規模達到2.84億人，網絡視頻已成為人們獲取視頻數字內容的重要渠道。報告指出，網絡視頻應用規模的持續提升，引發網絡視頻用戶媒體消費習慣發生改變。在電視劇方面，大眾媒體消費行為轉變尤為明顯，66.5%的網絡視頻用戶最喜歡在網上看熱播劇，遠遠大於通過電視和購買光盤的24.7%和7.6%使用率。

網絡觀劇這一新型的收看方式改變了以往電視劇以中老年為主要群體的受眾結構，2007年《奮鬥》的火爆，證明了年輕觀眾也希望能在電視熒屏上看到自己這一群人的身影：八十、九十後的奮鬥歷程，他們對人生中永恒話題(愛情、婚姻、財富……)的解讀。

從2004年開始，中國的電視銀屏每年都會出現幾部熱播的愛情劇，從《奮鬥》到《我的青春我做主》到《蝸居》，從《中國式離婚》到《新結婚時代》到《婚姻保衛戰》，這些劇集反映了中國經濟迅猛發展的同時引發的心理、意識的嬗變所導致的愛情觀、家庭觀以及婚姻觀在內涵和外延上的深刻變化。導演與編劇對這種變化的闡釋一方面基於自身對社會的觀察與體驗，另一方面也來自網絡觀劇者的互動，網絡觀劇這種新模式會反過來影響電視劇的創作，觀眾的意見會潛移默化地對創作產生影響，這一點，在季播劇上體現得尤為明顯。

本文關注的是，從上個世紀九十年代開始到今天，熱播電視劇中對愛情的呈現發生了怎樣的轉變？這種轉變受到了哪些動力的驅使？受眾的愛情想像是否受到文本演變的影響同時反作用於它？網絡觀劇這一收視模式是否強化了兩者(文本與受眾的愛情想像)的轉變？鑒於此，在八十、九十後對愛情的集體想像中，有兩個方面值得關注，第一，電視劇創作主體為電視劇文本所設定的主導意義結構及文本所銘刻的意識形態(法國學者阿爾都塞認為意識形態是「個體與其實際生存條件的想像性關係的再現」)對受眾的影響；第二，受眾的認可度與話語實踐(通過貼吧、微博、博客表達自身對愛情的觀點)，這兩者之間

的相互影響可以讓我們更好地看到某種趨勢——影像世界裏的愛情呈現與現實中愛情實踐的契合程度。正如Lawrence Grossberg所講的「我們希望能找到一個方法去講更複雜的故事，因為我們已經意識到宏大敘事起不了作用，我們得講一些形勢化的故事去解釋世界正在發生甚麼事」。¹

需要說明的是，本文對熱播愛情劇的範圍界定為「以愛情為主要表現題材並以愛情的萌生、發展、波折、磨難直至戀人的大團圓或悲劇性離散結局為敘事線索」（郝建，2002）。²反映都市人、尤其是都市中年輕人的愛情婚姻生活，表達都市年輕人對愛情、友情、事業和生活的態度與價值觀，並在播出時段引起社會較大反響的電視連續劇。它包括青春偶像劇、家庭倫理劇、言情劇等。

影像世界的愛情想像：日常生活與愛情救贖

愛情劇的日常化審美趨勢

「早期的好萊塢電影有自己的愛情實用哲學，並且在整個黃金時代都努力地把它灌輸給觀眾。好萊塢製造的感天動地的愛情故事至今仍能激起某些人的嚮往，但如今，黃金時代的好萊塢浪漫電影片事實上已經奄奄一息。在後工業社會，社會風俗發生變革，人們不再相信電影借助夕陽、戀人的畫面所宣揚的永恒愛情了。」（洛朗·朱利耶，2008）正如中國大陸著名的相親節目《非誠勿擾》中，女孩馬諾對男嘉賓問她是否願意與他一起騎車逛街時回答的「我寧願坐在寶馬車裏哭」一樣，關於浪漫主義所定義的激情及其類似的情感，似乎已經不被很多人相信。

洛朗·朱利耶在《好萊塢與情路難》一書中認為，描述愛情的作者可以分成兩個陣營。「一個屬於唯物派，另一個屬於理想派。在他們的筆下，愛情的本質被寫成兩個極端，或者是血肉之身的一種本能，或者是超越死亡的一個跳板。第一陣營裏的是現實主義者，他們不愛講故事。持相反觀點的理想主義陣營裏彙聚了很多好萊塢電影人。」

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

(Laurent Jullier, 1993)他們的影片「歌頌絕對的愛情，並且和布勒東有同樣的選擇。」(在1929年《超現實主義革命》一書中，布勒東提出這樣一個問題：「你們是相信崇高的愛情會戰勝醜陋的生活，還是相信醜陋的生活會戰勝崇高的愛情？」而他選擇了前者)。

但在今天，現實論統治了大眾的愛情觀，愛情片成了心靈口香糖、快速消費的特區。阿蘭·布魯姆說：「在今天還迷戀浪漫，就如同在妓院裏還想守着貞操。如今的好萊塢不再宣揚激情的愛，那種瘋狂的、讓超現實主義者讚嘆不已的愛情，它不再賦予世俗生活以激情。」(阿蘭·布魯姆，1996)事實上，我們可以看到，如今的好萊塢愛情片，開始向兩種趨勢發展，第一，敘述短暫的愛情故事，繼續向具有浪漫氣質的觀眾灌輸一些建議和模式，激發他們的想像，在短暫的愛情燃燒之後其實是漫長的單調，而這恰是生活的本質；第二，在愛情童話中講述着永恆的愛情故事，雖然很假，但是可以為一個不再相信愛情的社會持續地提供愛情替代品，就像我們的偶像劇。但是，這兩種愛情片都不「能夠喚醒年輕人靈魂中更高層次的追求，促使他們蔑視自己所處的時代」(Bloom Allan, 1996, Paris)。³

與現實生活相關度更高的電視劇也經歷着一種變化。

在亞洲市場享有巨大成功的韓國愛情劇打入中國市場時，曾以幾種不變的敘事模式樹立了絕對優勢：絕症模式(代表作《藍色生死戀》)——使審美主體從平凡、瑣屑的世界中超拔出來，揭開遮蔽在日常世界之上的溫情面紗，逼使審美主體面對現實，凝視現實(朱立元，2001·95)；灰姑娘模式(代表作《浪漫滿屋》)——「灰姑娘」的傳說作為一個童話原型，在韓劇中不斷被重複和超越。一方面，原型使用的頻繁昭示着人們對於愛、恨、善、美這些永恆主題和終極問題的關注；另一方面，韓劇又在不斷地試圖超越原型模式，以滿足人的不斷變化的精神需求。多角戀愛模式(代表作《愛上女主播》)、重義輕利模式(代表作《這該死的愛》)等，這些純情淨朗的模式化韓劇，充分表達了韓國人對社會生活的詩意思考。類型化明顯的韓國愛情劇，曾以其唯美的故事情節，使許多青年男女在影視作品中尋求「愛情範本」，這充分展示了韓劇的「造夢」功能。

但近兩年來，這些傳統的愛情敘事模式遭遇了集體「審美疲勞」，韓國愛情劇開始出現所謂新敘事模式。新模式在風格上最大的特點就

是還原戀愛中人們的「人間煙火」氣息，「一種不同於傳統愛情劇集唯美到蒼白虛假的生活，一種或許仍然虛假但相對似真的生活」。新模式一般將故事內容集中呈現在最常見的家庭裏，這種日常生活給所有人以親切感，進而拉近了觀眾與人物、與劇情的距離。新模式並非完全放棄傳統的愛情模式（穩定良好的收視數據已經證明那些模式久經市場考驗，是成功的），而是一種基於時代發展、受眾需求變化的改良。新模式的故事情節較為注重現實生活中的衝突（事業、家庭、財富、成功等），而放棄老套的「一見鍾情」、「矢志不渝」、「王子公主」等古典愛情範式，同時，新模式更關心故事中人物的性格成長對愛情抉擇的影響，而非如傳統模式一樣總是遭遇各種意外（車禍、絕症）以考驗主人公對愛情的執着。

與韓劇的愛情呈現相比，中國大陸愛情劇不僅敘述短暫的愛情、永恆的愛情，日常生活中的現實愛情，更關注消費社會中與愛情纏繞在一起的更為尖銳的現代性背景，它對愛情的呈現與想像開始從「唯美」逐漸轉向「唯物」。（表一）

表一：大陸十年來熱播愛情劇

年份	電視劇名稱	導演或編劇(作家)	社會影響力(社會評價)
1998	《將愛情進行到底》	張一白、霍昕	內地第一部青春偶像劇
1999	《永不瞑目》	趙寶剛、海岩	新版《永不瞑目》正在拍攝中
2000	《牽手》	楊陽、王海鴿	女主角被譽為中國最美的第三者
2001	《激情燃燒的歲月》	康洪雷、石鐘山	男主角石光榮走進千家萬戶，後拍攝續集2
2002	《不要和陌生人說話》	張建棟、薛曉璐	中國電視劇市場上第一部家庭懸念驚險片
2003	《玉觀音》	丁默、海岩	首播收視率27%
2004	《中國式離婚》	沈嚴、王海鴿	被譽為現代版《圍城》
2006	《新結婚時代》	鄢潑、王海鴿	首次出現「鳳凰男與孔雀女」的說法
2007	《奮鬥》	趙寶剛、石康	被稱為八十後必看的電視劇：趙寶剛愛情三部曲之一
2007	《金婚》	鄭曉龍、王宛平	《金婚》把情感類電視劇創作推上新的高度
2009	《蝸居》	滕華弢、六六	「蝸居」成為2009年最流行的詞彙
2009	《我的青春我做主》	趙寶剛、高璇	趙寶剛愛情三部曲之二
2010	《婚姻保衛戰》	趙寶剛、王迎	趙寶剛愛情三部曲之三

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

日常生活從來不作為一種藝術而存在。二十世紀的日常生活是個被許多哲學家關注的命題。列菲伏爾、赫勒、德塞托等人專門就現代性下的日常生活作出分析、批判。他們大多把現代社會中的日常生活視作一個由於工具理性精神的塑造而變得刻板、單調、重複、意義缺失的世界，主張對它進行徹底地改造。

韋伯現代性研究的一個著名論斷，曾斷言現代日常生活是一個「鐵籠」，藝術則承擔了一種世俗救贖功能：「它提供了一種從日常生活的千篇一律中解脫出來的救贖，尤其是從理論的和實踐的理性主義那不斷增長的壓力解脫出來的救贖。」(Gerth & Mills, 1946)從韋伯的論斷出發，藝術與日常生活是大相徑庭，甚至水火不相容的。

在表一中我們可以看到，早期的愛情題材電視劇大都遵從藝術審美這一理念，使愛情成為世俗生活的救世主，把人們從無聊刻板麻木的世俗生活中剝離出來，享受愛情帶來的極端快樂與痛苦。1998年趙寶剛執導的電視劇《過把癮》，完整地再現了一對青年男女從相識、相戀、結婚到離婚，最終又重歸於好的愛情歷程，真實地闡釋了一個帶有時代意義的愛情命題。它的最大藝術魅力在於，電視劇主創人員站在愛情的制高點上，最大限度地呈現了一個充溢着愛與恨的情緒化世界，最大程度地表現了深陷愛情的男女主角極端的心理感受，將劇中人物的情緒狀態和劇作者的思想觀念以最具藝術性的方式傳遞給電視觀眾(謝建華，2007)。⁴《過把癮》這個劇名本身已經成為一種象徵。1992年首播時之所以引起青年一代的強烈共鳴，在於電視劇告訴人們如何在庸常的生活中保持心靈的自由與灑脫。

上個世紀末與本世紀初的愛情劇就如黃金時期的好萊塢愛情片一樣，通過表現愛情的絕對超越性來探討愛情這一永恒的人類情感和藝術主題。但今天，這種不朽之愛的基礎似乎瓦解了，正如今道友信指出的：「的確，在人類現實生活中，愛是無償的、短暫的，而不是永恒的。但是，我們又曾說愛是永恒的、不朽的。所以，我們只能說是能夠證實永恒之愛的東西，在我們這個時代找不到了。」⁵(今道友信，1997: 8)

最近兩年熱播的電視劇，同樣來自趙寶剛的《奮鬥》、《我的青春我做主》、《婚姻保衛戰》等愛情三部曲都以弱化的情節處理，出彩的台詞表現完成了藝術與日常生活的融合。英國社會學與傳播學教授邁克·費瑟斯通(M. Featherstone)曾說，日常生活審美化正在消弭藝術和生活之間的距離，在把「生活轉換成藝術」的同時也把「藝術轉換成生活」(費瑟斯通，2000)。

這種融合帶來了兩大變化，其一，宏大敘事的瓦解，平庸、粗樸的日常生活敘事取代了抽象的大敘事；其二，審美從藝術延伸到了日常生活，日常生活審美化意味着人們的審美觀念從自律轉向了感知，它表明前康德時代的審美從精神情感為核心轉向以感覺體驗為核心，直接帶來的是消費主義的興起⁶(齊鋼，2009)。消費主義在愛情電視劇中的表現為，導演、編劇、製片人、觀眾甚至評論家們在消費層面上取得共謀，那就是把作為精神層面的人類情感——愛情轉化為物質層面的消費。

導演與編劇的愛情想像

想像是薩特存在主義哲學、美學中的重要命題。想像有兩個重要的特徵，其一為意向性，薩特認為世界在意識之外，意向性顯現世界而不是創建世界；想像的另一重要特徵是它的非現實性，「無論想像怎樣生動，怎樣令人動情或怎樣有力量，它所展示出的對象都是不存在的」。薩特認為，想像是一種活動，其結果是創造出一個非實在的對象。在想像和實在之間，有一種相互否定的關係。能夠對現存進行假設或假定，這是意識能夠從事想像的必要條件。想像在對現實的否定中包含了它造就和超越現實的意義。從這個角度來分析導演與編導對愛情的想像，實則包含了他們自身愛情觀的改變，以及將這種改變如何以電視手段呈現出來。

在中國，導演趙寶剛與編劇王海鴿擁有「中國言情劇第一導演」和「中國婚姻第一寫手」的稱號，他們不僅擁有較多數量的作品，更重要的是，凡是他們的作品都能在播出階段引起社會較大反響。

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

表二：趙寶剛與王海鴿的影視作品

姓名	身份	代表性影視作品	美譽(稱號)	獲獎情況
趙寶剛	導演	《一場風花雪月的事》、《過把癮》、《渴望》、《永不瞑目》、《奮鬥》、《我的青春我做主》、《婚姻保衛戰》	中國言情劇第一導演	作品曾獲廣播電影電視部「飛天獎」、大眾電視「金鷹獎」,2007年導演《奮鬥》獲得「年度最受歡迎熱播劇獎」。
王海鴿	編劇	《愛你沒商量》、《牽手》、《中國式離婚》、《新結婚時代》	中國婚姻第一寫手	作品曾獲飛天、金鷹一、二等獎,曹禺戲劇文學獎,文華獎,華表獎等。

導演與編導是如何想像這個時代的愛情並呈現給觀眾?趙寶剛自稱其個人是個愛情經歷枯竭者,所以他拍愛情劇主要靠想像。中國藝術研究院影視藝術研究所研究員丁亞平將趙寶剛的創作歷程分為三個階段。第一階段(1990~1994),這期間趙寶剛影響最大的作品是《渴望》與《過把癮》,尤其是《過把癮》以一種純粹的愛情視角抽離了人物的日常生活,以唯美、抽象的藝術手法敘述了一個關於「愛的糾葛」的故事,具有極強的感染力。

趙寶剛在第二個階段(1995~2002)拍了許多關於青春與愛情的故事,其中包括:1995年導演的《東邊日出西邊雨》、《一場風花雪月的事》(1996)、《無雪的冬天》(1997)、《永不瞑目》(1998)、《像霧像雨又像風》(2000)、《拿甚麼拯救你,我的愛人》(2002)。這一階段的作品通常把主人公置身於一種兩難抉擇中,導演以其特有的激情創造出一個想像的愛情空間。套用米蘭·昆德拉的話來講,趙寶剛這一時期的電視劇作品,其實大抵是並不研究現實,而是研究存在。在他那裏,存在並不是已經發生的,存在是人的可能的場所。是一切人可以成為的,一切人所能夠的。作為傑出的電視劇導演,他為我們畫出了「存在的圖」。趙寶剛說他相信人與人之間一定有特別美妙的愛情,美妙得讓人痴迷,可是在日常生活中,這種痴迷很難遇到。我們可能都想得到更好的更痴迷的愛,可是現實中的我們往往得不到,於是導演就在電視劇裏營造(丁亞平,2007)。

第三階段(2003~2010)是趙寶剛創作理念變化較大的時期，他開始以多元講述和新的觀察視角，顯示對人的生活和媒介化生存的一種複雜觀念，這種複雜性從他的愛情三部曲（《奮鬥》、《我的青春我做主》、《婚姻保衛戰》）中體現得非常明顯，他自己也曾在多個場合接受媒體採訪時表達這種創作上的改變原因。

「我告訴你全是最新的理念，起碼我對社會的感悟通過我的作品體現出來，跟你們做一個交流。因為《奮鬥》完了，好多大學請我去。後來我就發現大學生能理解。以前奮鬥這個詞，就是在這一代人的教育理念裏已經形成了，而且必須前面加一個叫——艱苦奮鬥，我講的是快樂的奮鬥，幹嗎艱苦啊，雖然這事艱苦，但是我心情是快樂的，我不要沉浸在苦難中，我快樂的堅持怎麼就不行了？」

趙寶剛這一段話很能體現他現在的創作心態。第一，傳統愛情故事中那些極端化的情緒在今天已經很難延續，在他以前的電視劇中所勾勒出來的有立場有信仰的愛情，到了今天甚麼都可以轉化，比如艱苦奮鬥可以轉化為快樂奮鬥。所以他說，「過去說一個男的我很愛你，旁邊一個男的也很愛你，那怎麼辦呢？過去講就是情敵、仇人，而我們今天講的這些都可以化解。」如何化解，這就是導演的想像，或者說，為甚麼在今天的影視劇中，導演們會認為愛情不再是絕對化的唯一命題，愛情可以轉化為友情，可以轉化為金錢，可以轉化任何以物來取代的商品。

第二，愛情的多元詮釋。趙寶剛說，「我們叫多變性，現在的社會是個多變性社會，變化非常快，幾天就出一個理念。我作為一個導演，希望做一點導向，它不是按過去就是講一個悲歡離合的故事，這放到現在遠遠不夠。應該再有一個這樣的形式東西，就是說創作者與觀眾產生一個互動的形式，我們叫話題性。《我的青春我做主》本身就是話題。」趙在接受某紙質媒體採訪時曾預言說，接下來的電視劇行業會迎來「話題時代」。在趙寶剛愛情三部曲中，傳統對敘事的基本含義即講述包含時間過程和事件轉變的一個完整故事開始變得模糊，而

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

話語以及由話語形成的話題則成為每一集的主要結構。因此他特別關注網絡收視中網友們的探討與評價。

王海鴿作品中體現出的對愛情與婚姻的想像，很大程度上受到她自身經歷的影響。她曾多次談到她自己的婚姻生活，「我的婚姻特別簡單，簡單得幾乎不值一提，好像從來不曾有過。短短兩個月，短到幾乎感覺不到它曾經存在過。」她作品中的婚戀故事，除了來自對自己婚姻的反省，更多的來自對生活的體察和對生命的感悟，就是這些構成她對愛情的全部想像。總的來說，她的愛情、婚姻觀是比較悲觀的，這一方面源於自身的不成功婚姻，另一面是她從上個世紀的眼光與視角來觀察今天青年男女的愛情，對愛情期許與要求都非常高。但在故事的講述過程中，却又體現出對當前物欲化社會現實文化價值的趨同性心理，尤其是她最近幾年的作品如《中國式離婚》、《新結婚時代》，更是流露了大眾文化強勢話語的霸權特徵，顯示出了對弱勢群體的無情且無聲的審視心態。

她在多部作品中流露出對婚姻的看法：婚姻是有責任的，感情不是所向披靡的。在王海鴿的《牽手》出來以後，有人曾經評論說《牽手》是一部正面描寫第三者的作品。在《中國式離婚》中，王海鴿想告訴人們，在沒有第三者的情況下，夫妻之間的彼此傷害，同樣可以置婚姻於死地。到《新結婚時代》，作者宣稱婚姻承載的決不僅僅是愛情，更多的還有生存。《新結婚時代》看似描述一對分別來自城市與農村的男女最終獲得了愛情的勝利，但在艱辛生活的背後，我們看到了創作者對「門當戶對」婚姻觀的理解與提倡，再次流露了愛情在現實前的無奈與軟弱。

從《牽手》中的夏曉雪到《中國式離婚》中的林小楓，再到《新結婚時代》中的顧小西，王海鴿通過對當代女性婚姻生活由外部到內部、由他人到自身、由小家到大家、由個人到社會的回環往復的探尋，多層面、多角度地對當代婚姻進行了反思。在她的多部作品中，我們可以看到她對愛情詮釋的演變：有愛的婚姻是最理想的，但愛情並不是永恆的；如果說永恆，那麼愛情只永恆於瞬間。而且一旦結了婚，你要面對的就不單單只是「愛或不愛」的問題，還將面臨種種其他難題。但

儘管如此，她還是認為現在社會的價值觀還沒有到讓人悲哀的程度，美好的東西還是能得到大家的認同。

文本演變與愛情想像

文本是「由傳播活動中必不可少的符號和符碼所組成的某一表意結構」，在影視劇中，文本是意義生成和交換的節點，一個文本是由多重符碼組成的意義網絡，這一網絡和觀者的社會/文化經驗相交接的時候，會產生出不同的意義。文本要有一個物態化的顯性存在方式，這樣文本才可能給面對它的主體提供穩定的觀看對象，並進而獲得觀眾持續不斷的反應，最後達成意義的建構生成。然而，文本意義的生成却並不僅僅局限於物化的那個顯性存在，和這一顯性文本相關聯的其他文本形態與之形成一個系統結構，共同結成文本的意義網絡。總之，「一個文本就是我們從中獲取意義的東西」(Alan Mckee, 2003)。

I. 敘事轉變

大陸第一部青春偶像劇《將愛情進行到底》，通過三個既連續又獨立的劇情單元，完成六個年輕人青春與愛情的洗禮，在一定的時間跨度與廣闊的敘事空間中，輾轉展示人物的感情糾葛，推進劇情的發展。電視劇裏沒有多餘的生活場景，故事的主角生活在因愛而起的各種矛盾抉擇中。「儘管一群好友中最終只有若彤一人歷盡波折實現了『將愛情進行到底』的夢想，但這還是給了觀眾希望和信念，而且劇中多次以極富造型感的手法來表現的各種奔跑的場面也從視聽語言上契合了『不斷追求，永不放棄』的主題表現。」(劉碩，2006)

這部上個世紀末的青春偶像劇成為許多人對過去生活的回憶，在豆瓣上有人評價說「將愛情進行到底」是一代人的符號、一代人的沉澱，因此不管2011年翻拍的電影《將愛》是否好看，許多人進電影院不是去看「徐靜蕾」與「李亞鵬」的愛情，而是在追尋自己逝去的青春。

1998年的《將愛情進行到底》像是一句口號，更是一種生活哲學，某種程度上更像是瓊瑤劇裏面「愛情至上」的延續，她對抗日常生活無聊、平庸、刻板、僵硬的狀態，以「詩意地棲居」作為生活的理想，對

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

世俗生活起到救贖功能。這一點在趙寶剛早期的作品《過把癮》、《永不瞑目》中同樣得到了極大的發揚，男女主人公都生活在一個較封閉的極端狀態中，通常都面臨着更為極端的選擇：愛情與自由、愛情與生命，二者不可兼而有之，而愛情正是在這種唯一性的選擇中獲得昇華。當杜梅真正理解方言時，方言已經病入膏肓，世俗的愛情正離他們遠去；當歐陽蘭蘭得知是自己深愛的蕭童出賣她，她最後選擇與其同歸於盡，愛情在最後一刻化為仇恨從而結束兩個人的生命。

在這些文本中，愛情是男女主人公苦苦追尋的最終目的，她成為凌駕於生命之上的偉大情感。同時，觀眾通過觀看緊張刺激故事情節，在明知事件與人物都是虛構的情況下，仍能以電視劇中人物的視點觀看事件，從而在想像的或夢幻的層次上進入其觀看的故事世界及人物的內心世界。Polichak 和 Gerrig (2002) 把想像在人們欣賞電視節目時的作用歸納為四個方面，第一，觀看戲劇時人們常常會進行推測，以填補戲劇場面之間的跨越；第二，觀眾常常把戲劇中的故事當成就好像是真的一樣；第三，觀眾常常會自發地解決故事中的問題。觀眾通常有策略地從故事中收集那些使得他們能夠更加利於預見故事結果的證據，尤其是他們所傾向的故事結局的證據；第四，重新構造情節。如果一個故事和觀眾所預計的不同，觀眾可能感覺到心理上的不適，並且開始重新構造故事情節以解決這種不安。⁷

傳統敘事注重敘事的起因、發展、高潮與結果，它通過環環相扣的情節設置與因果推論導致一個在觀眾情理期待中的確定結局，並且通過敘事結構、敘事方法與精巧的故事設計盡可能給觀眾一個「合理合情却意外的吃驚」。在後現代文化出現之前，日常生活敘事的意義被充分弱化與邊緣化。現實主義文學追求的最高境界是塑造典型環境中的典型人物，浪漫主義文學崇尚的則是超越庸常生活的想像的世界，而現代主義文學所展示的則主要是現代人的精神焦慮和困惑，它們對日常生活敘事基本上都採取一種排斥態度。

這些傳統在近幾年的大陸愛情電視劇中終於遭遇了較大的顛覆，以王海鴿編劇的電視劇為例，較早時期的《牽手》就已經使用藝術的日常性敘事從而擯棄現代主義的拯救、焦慮、異化等大主題，轉而投向挖掘原先在大敘事遮蔽下的個體價值與自身存在，俞飛鴻飾演的王純

也因此成為中國第一個並不令人討厭的「第三者」。繼《牽手》之後的《中國式離婚》、《新結婚時代》更是走出了傳統敘事的模式，在日常生活小敘事的基礎上，呈現出更多的非情節化傾向，那些帶有電視情節劇技巧的審美特徵也越來越少見。它不以情節作為敘事的核心元素，依賴的是多個生活場面的有效積累，而非情節點的串聯，致力於展現原生態的生活現實，模擬生活的實態，為觀眾創設真實的敘事情境，以近乎零度的敘事風格書寫城市感情的本真一面。

如果說《牽手》還是一個完整的愛情故事，創作者通過故事的講述寄托自身的愛情想像——縱然那種想像以「第三者」的介入得以完成。但到了《中國式離婚》、《新結婚時代》、《奮鬥》、《婚姻保衛戰》等，電視劇的故事性已經大大削弱，隨之而起的却是話題性的探討，觀看在此時演變成了一種關於愛情與婚姻的脫口秀，男女主人公輪番上場成為談話嘉賓，分別講述自身對愛情與婚姻的觀點。想像成為理性的言語分析而非感性的視覺幻象。

《婚姻保衛戰》可以說是愛情電視劇演變為一場連續的主題脫口秀的最好例證，在電視劇的結尾，四家人坐在一起共聚晚餐，席間老袁的一段總結完全像一場嘉賓的脫口秀：「現代的社會，催生了很多文化的培育，比如說飲食文化、茶文化、企業文化甚至國家文化，但是就是沒有人重視家庭文化，所以我們找到一種全新的思維方式，來詮釋現代家庭的狀況，用一種新的心態來對待今天的家庭，以往一代一代的夫妻，他們只知道搭夥過日子，但是他們不懂得經營家庭，也不講究兩性相處的科學性，我覺得這種現狀應該結束了，我說從我們這代開始，要建立一種科學的家庭文化。」

II. 台詞發展

台詞是電視劇文本的重要組成部分，劇中人物必須通過台詞才能表達各自的身份、地位、性格、特點等，台詞不僅表達劇中人物的思想感情，更表達創作者對愛情的想像。互聯網時代語言的傳播與流行比任何其他現象更快更強大，而那些得到廣泛傳播的台詞則從另一個層面反映了大眾普遍的心態。

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

《過把癮》被稱為九十年代最好的愛情劇，短小精悍、真實動人、以悲劇結尾的大膽在當時一度震撼人心，《過把癮》體現了趙寶剛強大的談情與煽情功力，而劇中方言與杜梅極濃重的愛情也讓劇集的語言極富浪漫主義感覺。在《過把癮》中，劇集依靠台詞推進劇情，依靠風格化的語言來展現人物性格，至今依然有人引用李東寶、葛玲或者方言、杜梅的名言，不過彼時趙寶剛劇作原著基本來自於王朔的風格，充滿了八十年代式的不屑一顧和生機勃勃，將調侃和煽情達到了完美的結合。但是，王朔式的語言需要好的故事和講法來烘托，就如《過把癮》一樣，語言的調侃基於深刻的內涵。

舉例一：

(1) (清早，方言剛睜眼，看見杜梅拿菜刀抵在自己脖子上。)

杜梅：「說你愛我！」

方言：「我恨你！」

杜梅：「死到臨頭還不說真話。說你愛我！」

方言：「咱倆都到這分上了你還指望我愛你啊！」

杜梅走後，方言看着桌上明晃晃的菜刀和那寫滿了整整一黑板的「愛」，哭了……然後一頭撞向窗戶的玻璃。

(2) (方言得了肌無力，所以方言為甚麼要躲開杜梅，大家已心知神會，好友趕到他家，看到陽台上望天的他，沒甚麼好解釋的了，好友點了一根煙，忘了沒給他上一支，反正他就那麼幽幽說了一句)「我現在真想跳下去，不過不是往下，而是往上。」

這是江海深情裏浮動的那種不甘心，連萬有引力都想抗拒，連客觀規律都想粉碎。趙寶剛的前期作品，似乎貫穿了一種唯美主義，在最心痛的時候都不放棄唯美的訴求。讓愛動感情的人，會因為那畫面的美，而把那段故事記得更久些。電視劇結尾兩人在原來家中那寫滿「愛」的大黑板前相擁而泣，然後方言倒下了……在早期的熱播愛情劇中，常常運用人物的死亡或某種痛苦的突變讓愛情戛然而止，讓幸福蕩然無存，電視劇以這種近乎殘酷的方式，讓角色與觀者一起被深深銘刻。這也恰恰呼應了藝術與日常生活截然對立的理念，藝術通常以

一種極端的方式呈現生活中不可能發生的事情，這跟韓國愛情劇中的「絕症模式」如出一轍，它讓觀眾在這種極致狀態下獲得了現實生活中無法感受的情感體驗。

2007年《奮鬥》中的台詞，延續了《過把癮》中王朔式的調侃，這種台詞風格頗受喜歡把話說得離奇、新潮、有創意的現代青年男女的喜愛，真實還原他們對於愛情的想像，符合日常生活中普通人對愛情的解讀。沒有跌宕起伏的劇情推進，沒有聲嘶力竭的愛恨情仇，所有關於愛情的台詞彷彿都是一個個需要探討的現實話題，橫生生地放置在這些年輕人面前。

導演趙寶剛說，它主要是削弱了原來很多電視劇裏邊的戲劇痕迹，基本上是一個無戲劇結構的戲。其實當時比較擔心的一點也是，因為它太沒有戲劇性了，不是編織一個很撲朔迷離跌宕起伏的一個故事，人物命運沒那麼複雜，完全靠生活的一些人物關係和一些話題，還有語言的一些魅力來吸引觀眾看的。

舉例二：《奮鬥》中經典台詞

(1) 劇情：徐志森想見陸濤，陸濤拒斥和詛咒這位素未謀面的富翁生父。

陸媽媽：兒子，你親生父親要從美國回來了，他在美國賺了很多錢，他想見見你……

陸濤：見面就算了，讓他把遺產打我卡裏吧。

(2) 劇情：米萊跑去看陸濤的路上摔了一跤受傷，米萊作為前女友，對陸濤舊情不斷，調侃陸濤也雕侃自己，哀怨之情溢於言表。

陸濤：喝點甚麼？

米萊：我喝可樂。

陸濤：冰箱裏有過期的，你喝不喝呀？

米萊：喝，作為你過期的女友我也就配喝過期的可樂。

陸濤：好點了嗎？

米萊：別往我這性感的美腿上看，回頭口水掉我傷口上了，化膿了我跟你沒完啊！

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

(3)劇情：楊曉芸逛街，恃寵撒嬌。對白簡直就是相聲段子裏的「逗哏」和「捧哏」。

楊曉芸：今兒咱可說好了，這逛商場可有逛商場的規矩。

向南：說來聽聽。

楊曉芸：第一，只許看商品，不許看美女，我除外。

向南：成。

楊曉芸：第二，凡是給你向南買的東西，單價不許超過一百塊，凡是給我楊曉芸買的東西單價不得低於五百塊。

向南：成。

楊曉芸：第三，不許逃跑，只許跟着我，不能在茫茫人海當中把我弄丟了。

向南：成。

楊曉芸：最後，付賬要主動，知道甚麼叫一溜煙嗎，告訴你，當我老公必須得有眼力價兒，我看商品這眼睛只要一放光，你就得一溜煙地給我去付賬，不能浪費我寶貴的唾沫催你。

較早時期經典愛情劇中的愛情台詞與愛的抽象性聯繫在一起，其愛的所指指向空虛的能指，沒有具體可比的實物，這完全符合薩特所說的關於想像的概念，那是一個虛無、非現實化的對象。當杜梅用菜刀逼迫方言說「我愛你」的時候，她所希望獲得的是一種精神上的寄望與滿足，而不是向愛人提出要一套房子；但是到了《奮鬥》中，父親對兒子的愛可以用「遺產入卡」的形式來對接，米萊失戀後的痛苦可以找到「過期」的可樂來發泄，幾乎所有關於愛的表達都可以用一個更實在、可觸摸能比較的物體來代替，愛的「赤裸裸」不是用語言而是用物體來呈現，想像作為一種被假定為不存在的現實却在現實中找到了具體實在的對接物，想像變成了日常生活的一種表象，而愛情則成為日常生活與消費主義相結合的產物。這一方面表現為愛情越來越簡單化，為日常生活的庸常瑣事；而另一方面則以各種物化的對象來置換愛情的概念。消費時代的藝術作品，其最終的價值體現在某種意義上突破了馬克思對商品的定義，即商品是用來交換的物品的使用價值和

交換價值的總和。阿多諾在新的時代富有創見地指出，「交換價值取代了使用價值，原來支撐着商品的雙維結構變成了單維，文化商品因此被抽去了所指（使用價值）而變成了沒有實際意義指涉的空洞能指。」⁸

受眾的愛情想像：日常生活與精神烏托邦

新一代電視觀眾以網絡觀劇為主要收視方式，他們的敏感性、互動性、反叛性徹底顛覆了傳統觀眾的被動接受意識，轉而成為意義生產的一個重要部分。在霍爾的三種受眾解讀，主控——霸權式(dominant-hegemonic)、協商式(The negotiated reading)、反抗式(The oppositional reading)模式中，新生代網絡收視觀眾更傾向於協商式或戲謔式解讀(朱麗麗，2010)，他們解構愛情的精神內核，取之皮毛並肆意放大外表、金錢、權力等對愛情的控制。從2005年之後熱播的愛情劇，大都流露了對現實主義愛情觀的認同與妥協，即便擁有批判色彩的文本也都有氣無力地揭示這一社會現象却無力給出回應，這反而使揭示本身成為了一種認同。

本文深度訪問了浙江大學傳媒與國際文化學院08級30位中國大陸同學，他們的年齡介於「生於1989-1991之間」，即是一批八十、九十後的年輕人，由於受限於校園中電視機的缺乏，被訪的同學對電視劇的收看100%源於校園網絡。在以下列出的24部熱播愛情劇中，看過10部及以上的同學有14位，約佔46.67%。

表三：大陸及港台熱播愛情劇名稱

1. 《新結婚時代》	2. 《奮鬥》	3. 《金婚》
4. 《蝸居》	5. 《我的青春我做主》	6. 《婚姻保衛戰》
7. 《流星花園》	8. 《下一站幸福》	9. 《敗犬女王》
10. 《命中注定我愛你》	11. 《海派甜心》	12. 《就想愛着你》
13. 《將愛情進行到底》	14. 《東方之珠》	15. 《愛情全保》
16. 《建築有情天》	17. 《永不瞑目》	18. 《牽手》
19. 《最美麗的第七天》	20. 《天幕下的戀人》	21. 《一起來看流星雨》
22. 《激情燃燒的歲月》	23. 《中國式離婚》	24. 《一起又看流星雨》

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

一個比較顯著的現象是，女生大都鍾情於青春偶像劇，諸如《流星花園》、《就想愛着你》、《命中注定我愛你》、《一起來流淚雨》等，而男生大都喜歡現實主義題材的愛情系列劇如《蝸居》、《奮鬥》、《我的青春我做主》等。

在訪談中我們發現，以網絡收視為主的年輕觀眾比普通電視觀眾有更明確的收視偏好，態度更加主動，他們善於在眾多的電視劇中尋找自己喜愛的文本，而不是消極被動地等待電視的「餵養」；他們善於利用資訊來幫助自己作出收視選擇，從而使收看成為一種有意識的活動；他們更善於利用網絡的互動平台增加對劇情的認識，瞭解他人的評價並完成自身的解讀，因此，儘管單純意義上的「收看」還是個人私下的行為，但由於網絡的介入，「看電視」的整個過程則是在群體中展開。這種群體性的意見也因此不僅被媒體關注，很多編劇、導演也都會常常光顧網上的劇迷社區，並參與其中的討論。他們不僅能夠從中及時獲知觀眾的反應，以便對劇情做出更符合觀眾偏好的調整；同時，還可以從這些觀眾所表現出來的生產力、創造力之中尋找創作的靈感(文衛華，2007)。

在個案的深度訪談中，我們發現以網絡收視為主的群體在觀看電視劇尤其是愛情劇時其情感反應與傳統觀看模式下的觀眾有較為顯著的差異：

第一、改變了傳統模式下的收視期待，網絡收視者一般在較短的時間內看完全劇，在觀賞期間內情感高度壓縮，缺乏過程感，而傳統觀看模式下的觀眾對劇集有更多的期待，情感累積豐富，一部需要一個月才能在電視頻道中播完的愛情劇而網絡收視者往往只用了一天時間，後者比前者更相信情感的脆弱與可變性，受訪者曾告訴我們，網絡收視基本上處於「當時」(觀看時)的精神狀態，沒有歷時性的過程，與傳統收視模式相比，它更封閉(一個人觀看，無對話、無外界雜事介入)、更極端，因此也更自我。

第二、改變了傳統模式下的收視習慣，因為網絡的便捷性、可得性以及可處理性，觀眾可以隨心所欲地處理電視劇的故事情節。這些情節在無數次的快進快退中被削弱了戲劇性、衝突性、連貫性，以及由完整的結構才能形成的審美性，碎片化收視與接受成為主流。可以

說，網絡收視的這一特點在一定程度上促成了電視劇文本的弱情節化與強對話感的生成。

第三、網絡收視者一般會參與論壇互動，提早知曉劇情或瞭解評價動態，對情感的好奇心逐漸減弱，而現實感加強，網絡收視者不如傳統觀眾對故事情節的發展與人物命運的結局感興趣，因此他們對觀看全劇缺乏耐心而只選擇某些獲好評或有爭議的劇集，這與當前電視劇導演們希望自己所導的電視劇成為大眾消費的流行產品，並能產生具有廣泛傳播力的社會性話題的心態不謀而合。

第四、由於網絡收視的非線性與選擇的多元化，使電視劇創作者越來越意識到畫面美感在瞬間選擇中的重要性，這也使電視劇更注重其外表而忽視內涵。同時，網絡的介入也從不同方面改變了電視劇生產者與消費者之間原有的力量對比(Steve Bailey, 2005)。生產者對於內容的絕對控制已經開始漸漸減弱，網絡收視者通過對內容的擴展、顛覆，在原文本的基礎上書寫自己的文本，從而獲得一定的內容主權(文衛華，2007)，並建構一定的社會意義。

網絡觀劇的這些特點使長期以來處於弱勢的觀眾有了對文本生產的話語權，電視劇創作者要想贏得觀眾就不得不面對這一變化改變傳統的生產機制及生產過程，注重觀眾的反饋並及時調整創作方向。

消費主義語境下的愛情想像

居伊·德波在其景觀社會理論(the Society of Spectacle)中指出，消費作為我們這個時代主流的意識形態，已經使生活自身變成了一種巨大的奇觀積聚。在影視作品這樣的影像傳達方式裏，物質性力量的表徵取代了直接現實，消費主義構築的影像文本世界成為比真實世界還要逼真的「第二媒介現實」。

我所訪談過的女生，有一句經典的話語：我們喜歡在裏面造夢！而他們所談的「裏面」就是指青春偶像劇，J8說：「我甚至希望有一部電視劇是一直播放下去的，因為我希望每天都能夠造夢，有一天這部電視劇結束了，那就意味着我的夢也做完了，我會感覺很失落。」我們曾經探討過她們到底在裏面做着甚麼樣的夢，目前正在看《就想愛着你》

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

的J2說：「第一，那裏面有我所希望的愛情：那個老套的愛情模式——灰姑娘總能遇見白馬王子；第二，仰慕男女主角的外貌以及如時裝劇一樣不斷變換的服飾，從而反觀自己的穿着打扮，藉以提升自身的氣質；第三，總有童話一般的結局，而現實生活裏沒有我們所期待的愛情。」

雖然絕大多數女生知道現實與他們所觀看的「愛情」大相徑庭，但這依然無法阻斷他們繼續造夢的脚步。有研究認為，觀眾們是不會利用他們對現實世界的瞭解和知識來壓制觀看虛構性節目所產生的情感。在這種模式下，觀眾們之所以能够被虛構的電影電視有所情感上的觸動，是因為他們在觀賞時，沒有採納他們對現實世界的認知和瞭解。當然觀眾有時也會利用他們對現實的瞭解來解讀虛構的影視故事，但是這只發生在影視故事中主人公的行為言語不太令人信服之時⁹（周樹華、葉銀嬌、徐潔，2009）。熱播愛情劇對觀眾愛情婚姻觀的影響究竟有哪些，本文主要採用深度訪談的形式分析大學生的解讀偏好。

I. 女生的愛情想像，身體：外形與服裝

傳統愛情經典劇注重影視作品的教育功能，視愛情為一種絕對之物，疏離於利益、金錢、權力、人際關係等一切外在的東西，歌頌純愛，鼓勵人們追求純愛。但今天在一個消費社會已經建立，物質的豐裕使得感情生活越來越被欲望所彌漫的時代，純愛似乎是一種難得的奢侈品（張頤武，2011）。人們對愛情的解讀首先受到了消費主義甚囂塵上的影響。

波德里亞說身體是最美的消費品，在消費的全套裝備中它的內涵最重；人們對身體的過度關注「證明身體變成了救贖物品」，它徹底取代了靈魂。在消費主義強調視覺快適的原則下，不僅曲線玲瓏、面若桃花的女性成為被觀看的對象，英俊倜儻、高大挺拔的男性同樣成為女性的消費對象。第一部進入大陸內地的《流星花園》使迅速走紅的F4成為男色時代的第一批「被觀賞者」，A2說：「我們經常在寢室裏一起看某一部偶像劇，看到一個帥哥特別漂亮的姿勢或表情，我們會不約而同地無數次重放、甚至定格，總之很花痴的樣子，然後大家大笑。」受訪者B5表示：「因為在現實生活中可能接觸不到這麼帥的男生，因

此大家都很喜欢在電視劇中尋找自己的偶像。」從較多的女生訪談中我們獲知，雖然現實生活中她們不一定會找只擁有外表俊朗的男生，但在影像的世界裏，外表比其他的內在品質更為女生傾倒。隨着女權主義的不斷深入，作為女性視覺快感來源的男性身體已經走向了前台。不僅僅是女性成為被窺視的對象，男性，在越來越強大的女性面前，一樣逃脫不了被看的命運。

除了外形之外，服飾也是一個很重要消費元素，它基本已經喪失了作為禦寒遮蔽的功能，更多地表徵人物個性身分甚至是作為性的誘惑的信號。這也是為甚麼大量的女生喜歡台灣的偶像劇而不是大陸的。J4就說：「台灣偶像劇中男生外形的吸引力是一個很要命的元素，再加上男女主角每一次出場都是光鮮亮麗，變化多樣，他們的穿着讓人感覺很酷很潮，有種極想模仿的衝動。」許多女生在訪談中都提到，她們在觀看電視劇後經常幻象自己成為劇中的女主角，在一個偶然的機會裏邂逅白馬王子，命運由此發生了變化。這種「幻象化生存」給平靜和暗淡的生活增添了不可或缺的夢幻色彩，她們就像康德「鏡像理論」中的小孩一樣，通過電視劇中的角色想像自己理想中的模樣。所謂造夢大致就是這樣。她們希望自己就是那劇中的人物，在經歷着人生的浮沉變化、情感的酸甜苦辣，這種替代式的生存方式使觀看者在幻想中的舞台體驗到非凡的生活和經歷，而灰姑娘童話般的完美結局恰是她們最嚮往的愛情。

在消費社會中，女性觀眾對外貌與服飾的關注使越來越多的愛情劇開始走偶像路線，男女主角的外貌及其代表的現代生活方式成為愛情劇極力渲染的重點。台灣版的《流星花園》和內地版的《一起去看流星雨》不僅推崇「花樣男子」，更致力於打造「超越中國現實、極富吸引力的現代生活幻想」（馮應謙、張瀟瀟 2011）。而兩者在內地市場超高的收視率無疑證明了現代幻想在中國踐行的成功。

II. 男生的愛情想像，權力：金錢與欲望

經典愛情劇的精神內核訴諸純粹的愛情，正如吉登斯 (Giddens, 1991 & 1992) 所討論的「純粹關係」一樣。純粹關係訴求伴侶、朋友間的情感滿足和心靈相通，而非外在條件和物質利益等。經典愛情劇歌

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

頌純愛，一種超脫於具體性的人性的感動，一種完全從日常生活出發進入人類生活的普遍性的努力。這種愛不需要理由，超越了社會的限制，變成了刻骨銘心的記憶(張頤武，2011)。但在今天流行的愛情劇中，純愛成為稀罕之物，現實中的愛情更多地與政治、文化、經濟、權力等聯繫在一起。

雖然，人們的日常生活不再有泛意識形態的束縛，表面上看起來人們對自己的日常生活與行為的控制也更加自主。人們意識到他們的地位與生活安全感、榮譽感來自於個人經濟狀況、消費行為，至少不僅僅來自於政治行為、政治地位與政治身分。但是，中國現行的政治體制和一黨專政的社會現實，官商勾結的普遍性，使人們越來越意識到擁有政治地位就意味着擁有權力，而權力也就自然與經濟聯繫在一起。

在我訪談的對象中，多數男生表示喜歡觀看大陸的愛情連續劇是因為它們大都與現實密切結合，他們希望能從中學到經驗以便為將來做好步入社會的打算。在訪談中，J9非常堅定地告訴我，《蝸居》中的宋思明是他學習的榜樣，第一，此人有權力，可以保護像海藻這樣的弱女子，第二，因為有權，所以有錢，有錢就可以讓所愛的人得到她想要的一切，這是一個男人愛人的權力與責任。他還告訴我，他們同寢室的同學都認為今後要成為像宋思明這樣的男人，而對備受女生同情的小貝則很不齒，認為像這樣軟弱小器的男人在今天的社會中沒有甚麼競爭力，而且沒有愛的能力：因為他不能給愛的人帶來幸福。

在今天人們的日常生活經驗中，社會位階的加劇變動引發了前所未有的「地位競爭」，而這種地位的體現正如凡勃倫在《有閑階級論》一書中所揭示的那樣，在人們無法通過人際交往等手段來瞭解彼此的身分、地位、職業和財產等情況的時候，消費就成為人們身分標識和個性表達的主要手段。事實證明，以炫耀性消費、超前消費、奢侈消費等「身分消費」、「符號消費」特徵明顯的消費主義價值觀已經在中國擴散。《蝸居》中當宋思明攜情人海藻參加同學聚會，被宋的妻子知道後宋的解釋是，這麼做是要融入一個圈子的途徑，那只不過是逢場作戲。可見，由權力帶來的炫耀性消費在中國官場已經司空見慣、心照不宣。J11說，他幾乎沒看過青春偶像劇，但是大陸最近幾年熱播的愛

情、婚姻家庭劇幾乎部部不落，他從這裏獲得了一個強大的信號：在中國，權力即意味着財富，而擁有財富才可以談得起愛情。

J16說的話也許代表許多男生對青春偶像劇的看法：「我是男生，我最不喜歡看的就是偶像劇。因為我覺得它很幼稚，男女主人公都活在虛幻的世界裏。其實偶像劇都是一個套路，男主人公多麼帥，還很富有，女孩子多麼漂亮，要不就是很可愛很討人喜歡。剛開始兩個人很浪漫的相遇，要不就是剛開始有矛盾，後來變成了相戀……唉，故事情節很磨嘰，看的人只想去撞牆。這樣想想，也許男生都比較現實，感興趣的不是浪漫，而是金錢、房子、車子等，女孩子恰恰相反，浪漫情懷佔據了主要位置吧。哪個男生如果抱着零食在那裏看韓國或者台灣偶像劇我會很鄙視他。」

現實的強大壓力使眾多男性觀眾對愛情的想像比較物質化，這正如A3說的那樣，電視劇中的美女還不如公交車上的美女能對他們構成吸引力，因為他們比女生更強烈地感受到活在現實中而不是虛幻的夢境。許多男生認為，他們觀看像《蝸居》這樣的電視劇時，不斷的告誡自己：現實可能比電視劇更殘酷。在我們訪談的多個個案中，談到電視劇對他們愛情價值觀的影響時，多數女生反而認為雖然他們酷愛在電視劇中造夢，但是那些虛幻的愛情故事一般不會影響她們的日常生活，也不會改變他們的愛情觀點；但是絕大多數的男生却接受並強化了電視劇中現實主義的一面，恰如魯迅在《傷逝》一文中表達的「戀愛和婚姻問題不可能是一個孤立的問題，錢始終是一個決定性的因素」。在這些男生看來，沒有錢的愛情就像沒有水的魚一樣最終會死掉。

III. 男女生的共同想像，談一場純粹的愛情

當前流行的愛情熱播劇對待愛情的態度無非兩種，其一為現代性的幻想，把愛情與現代生活方式簡單勾連，使無數少女憧憬愛情的奢華表象，追求富人的生活方式；其二為現實性的殘酷，把愛情與現實生活的其他重要元素勾連在一起：權力、金錢，人際關係等，使人們不再相信愛情的純粹性，也不再與來自愛情的阻力進行抗爭。我訪談的許多學生多少都受到這兩種態度的影響：即對愛情不再有強大的信心。

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

在2010年8月分迅雷最新的電視劇下載與搜索排行20名中，涉及都市言情劇的就有8部，分別是《一起又看流星雨》、《泡沫之夏》、《就想愛着你》、《真情錯愛》、《媳婦的美好時代》、《溫柔的背叛》、《下一站幸福》、《蝸居》、《海派甜心》。也許這恰恰從反面說明了充斥着各種各樣的愛情表述的現代社會裏愛情的匱乏。

不管是愛看青春偶像劇的女生，還是愛看現實題材愛情劇的男生，一個較為統一的認識就是，希望在大學裏談一場純粹的戀愛。女生對此的解釋是在一個合適的時間、合適的地點，做一件合適的事情。也就是說，在造夢的年齡，在一個可以造夢的環境(大學校園)裏找一位心儀的男生，不必考慮現實生活中他的條件，談一場像偶像劇裏一樣的戀愛；而男生們則認為如果不選擇在大學裏談一場純粹的戀愛，那就意味着今後都不再可能，現實社會的許多附加條件令八十、九十後的男生感到愛情已經蛻變成一場金錢、感情與權力的博弈。在我訪談的30個學生中，正在談戀愛的或者已經談過戀愛的佔到95%，但他們大都對前景不看好，更不會追求任何結果，電視劇中愛情的虛幻與現實世界中愛情的殘酷，同時促成了男女同學共赴一場純潔的愛情盛宴。

結論

回應研究問題，本文之研究結果可以分為兩點，第一，在愛情電視劇的文本敘事方面，故事結構，情節安排，台詞創作，以及與觀眾的互動特質，導演、編劇已走向全面日常化。愛情電視劇甚至傾向於發展成為關於愛情主題的談話節目。詹姆遜在《後現代主義與消費社會》一文中認為，「當代文化已經溢出古典的藝術範式向社會生活的各個領域滲透，它逐漸進入人們的日常生活，成為資本主義文化工業生產流水線上的消費品，藝術與生活的界限消失，高雅文化與通俗文化的對立消解，文化以視覺影像的方式作為一種消費品滲透到人類生活的各個領域」(詹明信，1997)。中國學者陶東風作為日常生活審美化的倡導者也認為，「審美化的意義在於打破了藝術(審美)與日常生活的界

限：審美活動已經超出所謂純藝術/文學的範圍而滲透到大眾的日常生活中。」

第二，年輕觀眾的參與進一步完善了愛情的日常化想像，「平面化、無歷史感、當下」等後現代主義的表徵已全面解構愛情的精神性。八十、九十後年輕人對愛情的理解已越發傾向物化，不管是愛看虛無縹緲的青春偶像劇的女生，還是喜歡看現實主義題材愛情劇的男生，愛情成為一種精神烏托邦。

《新周刊》在2009年第11個情人節到來時做了一篇報道《為甚麼過去的愛情更美好》，報道開頭語便是，愛情看似泛濫，實屬二十一世紀的第一奢侈品。過去的愛情更美好——「在古代，我們不短信，不網聊，不漂洋過海，不被堵在路上。如果我想你，就翻過兩座山，走五里路，去牽你的手（胡淑芬）。」過去的愛情裏，有專一的深情，有恰如其分的慢和回味，有犧牲精神和愛人如己。現在，愛情缺少培養的器皿和時間，直接死在欲望的空氣裏。人們因愛之名，做着與真愛無關之事，變得不清楚也不在乎：愛誰誰。

在我們的調查與訪談過程中，將近90%的被訪者認為自己不會受到愛情影視劇中關於愛情想像的影響，但古典傳統愛情中那種為愛情犧牲一切的做法却不再得到大多數人的認可。反之，他們一再強調古時候的「門當戶對」、「媒妁之言」等傳統愛情觀念很有道理，而像電視劇《新結婚時代》中的「孔雀女」與「鳳凰男」的結合倒確實會成為「問題婚姻」。

影視劇中的愛情以一種極端現實的過程對這些充滿愛情想像的年輕人產生了作用，這種作用並不一定表現在影視劇所導向的結果上。比如，《新結婚時代》以完美的結局展示了「孔雀女」與「鳳凰男」會有美好的未來，但是，絕大多數觀眾在解讀時却對兩人結婚後艱辛地適應對方這一過程懷着很複雜的情緒，尤其是女生，認為不同身分，不同世界的人如果走在一起會非常痛苦，所以應該直接把這樣的愛情扼殺在搖籃之中。她們不再認為愛情具有唯一性，非誰不嫁，愛情前面可以加上許多限定語，尤其是金錢，而且越多越好。

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

電視劇對受眾的影響力主要體現在它的日常性，這也是電視劇與電影一個很大的差別，日常性具有極大的滲透力，電視劇的觀點是最容易被潛移默化接受的。我們發現，在這幾年熱播愛情劇的發展過程中，「先是對第三者持批判態度而現在却對第三者插足的合理性反覆表現；從對『為富不仁』的表現到對『傍大款』的中立態度，電視劇的價值觀隨着社會發展不斷調整，不斷影響、引導觀眾。《奮鬥》一劇的白日夢性質，對財富的嚮往，對情感的蔑視，是前所未有的，但就是這樣一部電視劇恰恰表達了現實生活中主流的社會意識，並以其大膽的真誠贏得年輕觀眾」(汪方華，2007)。

因此，當今愛情電視劇很自然地就分為兩種類型，一種為喪失其現實性的愛情想像，獲得了它的「可敘述性」(「談論愛情的時刻，通常是愛情從身邊溜走的時候。」。)這種被敘述的愛情「產品」一旦被投入市場，立即鎖定女性和那些「女性化的」男性作為其消費主體，它們在特定群體內引起「共振」，被「複製」、被「再敘述」，當「愛情」完全喪失其現實性之後，它却奇蹟般在「文本」中重生。愛情是永恆的文學主題，當且僅當它永遠只是一個「文學主題」。青春偶像劇即是如此，它們僅僅表現為可被敘述的愛情故事，而永遠不可能發生在現實生活中。「所以，2009年夏天的《愛情公寓》才會那麼火。在虛構的故事裏，大家談情造愛，却不用在一個鍋裏吃飯。此時此刻我愛你，但如果不用整天待在一起，如果不用幫你洗襪子，如果不用忍受你愛看的無聊電視劇，我會更愛你。」(〈2009中國情愛報告〉，《新周刊》，2010年2月)

另一種為喪失其藝術審美性的愛情想像，獲得了它的「可複製性」(談論愛情的時刻，愛情就在你的身邊)。這種被複製的愛情「產品」得到了很多男性和那些「依賴男性生存的」女性觀眾的認可。2009年最受女人歡迎的三個男人是黃世仁、宋思明和灰太狼。黃世仁多金，宋思明有權，灰太狼會疼人。能佔全這三條優點的，是年紀至少在45歲以上的老男人。2009年6月，一位自稱「重慶女大學生」的網民發帖說，自己是「資深二奶」，「寧做二奶不嫁八十後」。「錢」字當頭的論調自然引來一片嘩然。但細想之後，却發現，與文章開頭部分提到的寶馬女「馬諾」一樣，愛情在這些年輕人心中究竟有怎樣的想像？

附錄：訪談對象基礎數據整理表

代號	性別	年齡	專業	觀看過表中電視劇的數量
J1	女	19	新聞	11
J2	女	21	新聞	12
J3	女	21	新聞	12
J4	女	21	新聞	10
J5	女	21	新聞	12
J6	女	21	新聞	10
J7	女	21	新聞	11
J8	女	21	新聞	12
J9	男	20	新聞	18
J10	女	21	新聞	5
J11	男	21	新聞	8
J12	女	21	新聞	5
J13	女	21	新聞	9
J14	男	20	新聞	2
J15	女	21	新聞	2
J16	男	21	新聞	9
J17	男	21	新聞	3
J18	男	21	新聞	8
J19	男	20	新聞	9
B1	女	23	廣播電視	7
B2	男	21	廣播電視	3
B3	男	21	廣播電視	6
B4	女	20	廣播電視	6
B5	女	20	廣播電視	11
B6	女	20	廣播電視	13
B7	男	22	廣播電視	11
A1	女	20	廣告	10
A2	女	20	廣告	12
A3	男	21	廣告	8
A4	女	21	廣告	4

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

註釋

1. 〈學術對談：與高士柏教授對談：文化研究之落地生根〉(2010)。《傳播與社會學刊》，(總)第11期。
2. 郝建(2002年7月)。《影視類型學》(頁75)。北京大學出版社。
3. 阿蘭·布魯姆(1996)。《愛情和友誼》，巴黎：德·法魯爾出版社。
4. 謝建華(2007)。〈主題傳承與形式跨越——中國都市言情劇經典文本分析〉。《南京師範大學學報》，第4期。2007年第4期。
5. 〔日〕今道友信(1997)。《關於愛和美的哲學思考》(1997年8月版)(頁8)。生活·讀書·新知三聯書店。
6. 齊鋼(2009)。〈日常生活、身體和文化雞尾酒——後現代消費文化語境中的李安影像敘事〉。《理論與創作》，第3期。
7. 轉引自周樹華、葉銀嬌、徐潔(2009)。〈娛樂的社會與心理功能：中西方研究的現狀與前瞻〉。《傳播與社會學刊》，第10期，頁157-178。
8. 趙勇(2005)。《大眾文化的辯證法——法蘭克福學派的大眾文化理論》(頁46)。北京大學年版。
9. 周樹華、葉銀嬌、徐潔(2009)。〈娛樂的社會和心理功能：中西方研究的現狀與前瞻〉。《傳媒與社會學刊》，第10期，頁157-178。

參考文獻

中文部分(Chinese Section)

- 〔法〕居伊·德波著(2006)。《景觀社會》(王昭風譯)。南京：南京大學出版社。
(原書Guy Debord. [2002]. *The society of the spectacle*. Hogoblin Press.)
- [Fa]Juyi, Debo. (2006). *Jingguan shehui* (Translated by Wang Shaofeng). Nanjing: Nanjing Daxue chubanshe. (Original book: Guy Debord. [2002]. *The society of the spectacle*. Hogoblin Press.)
- 〔美〕隆·萊博著(2005)。《思考電視》。北京：中華書局。(原書Ron Lembo [2000]. *Thinking through television*. Cambridge University Press.)
- [Mei]Long, Laibo. (2005). *Sikao Dianshi*. Beijing: Zhonghua Shuju. (Original book: Ron Lembo. [2000]. *Thinking through television*. Cambridge University Press.)
- 〔美〕約翰·費斯克著(2001)。《理解大眾文化》(王曉珏、宋偉杰譯)。北京：中央編譯出版社。(原書John Fiske [1989]. *Understanding popular culture*. New York: Unwin Hyman.)

- [Mei] Yuehan, Feisike. (2001). *Lijie Dazhong Wenhua* (Translated by Wang Xiaoyu & Song Weijie). Beijing: Zhongyang bianyi chubanshe. (Original book: John Fiske. [1989]. *Understanding popular culture*. New York: Unwin Hyman.)
- [英] 尼古拉斯·阿伯克龍比著，張一兵(編)(2001)，《電視與社會》。南京：南京大學出版社。
- [Ying] Nigu Lasi, A Bo kelongbi Zhu, Zhang Yibin Zhu (bian). (2001). *Dianshi yu shehui*. Nanjing: Nanjing daxue chubanshe.
- [英] 安東尼·吉登斯著(2001)。《親密關係的變革——現代社會中的性、愛與愛欲》(陳永國、汪民安譯)。北京：社會科學文獻出版社。
- [Ying] An dongni, Ji dengsi. (2001). *Qinmi guanxi de biange—Xiansai shehui zhong de xing, ai yu aiyu* (Translated by Chen Yongguo & Wang Anmin). Beijing: Shehui kexue wenxian chubanshe.)
- [澳] M·沃特斯著(2000)。《現代社會學理論》(楊善華等譯)。北京：華夏出版社。(原書 Malcolm Waters, *Modern sociological theory*.)
- [Ao] M, Wo tesi. (2000). *Xiandai shehuixue lilun* (Translated by Yang Shanhua et al.). Beijing: Huaxia chubanshe, 2000. (Original book: Malcolm Waters, *Modern sociological theory*.)
- [美] 勞拉·斯·蒙福德著(2000)。《午後的愛情與意識形態——肥皂劇、女性及電視劇種》(林鶴譯)。中央編譯出版社。
- [Mei] Laola, si, meng defu. (2000). *Wuou de aiqing yu yishi xingtai—feizao ju nvxing ji dianshiju zhong* (Translated by Lin he). Zhongyang bianyi chubanshe.
- [法] 皮埃爾·布爾迪厄著(2000)。《關於電視》。瀋陽：遼寧教育出版社。(原書 Bourdieu Pierre, *Sur la television Bourdieu*.)
- [Fa] Pi aier, Bu erdi e. (2000). *Guanyu dianshi*. Shenyang: Liaolin jiaoyu chubanshe. (Original book: Bourdieu Pierre, *Sur la television Bourdieu*.)
- [加] 馬歇爾·麥克盧漢著(1992)。《人的延伸——媒介通論》(何道寬譯)。成都：四川人民出版社。(原書 McLuhan marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man McLuhan*.)
- [Jia] Ma xieer, Maike luhan. (1992). *Ren de yanshen—meijie tonglun* (Translated by He Daokuan). Chengdu: Sichuan renmin chubanshe. (Original book: McLuhan marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man McLuhan*.)
- [以色列] 泰瑪·利貝斯、[美] 埃利胡·卡茨著(2003)。《意義的輸出——達拉斯的跨文化解讀》。北京：華夏出版社。
- [Yi Selie] Taima, li beisi, [Mei] Ai lihu, Kaci zhu. (2003). *Yiyi de shuchu—Dalasi de kuawenhua jiedu*. Beijing: Huaxia chubanshe.

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

- [英]詹姆斯·庫蘭、[美]米切爾·古爾維奇著(2006)。《大眾媒介與社會》。北京：華夏出版社。
- [Ying]Zhanmusi, Kulan, [Mei]Mi qieer, Gu er weiqi. (2006). *Dazhong meijie yu shehui*. Beijing: Huaxia chubanshe.
- [英]羅杰·西爾弗斯通著(2004)。《電視與日常生活》(陶慶梅譯)。南京：江蘇人民出版社。
- [Ying]Luojie, Xier fusitong. (2004). *Dianshi yu richang shenghuo* (Translated by Tao Qingmei). Nanjing : Jiangsu renmin chubanshe.
- [日]福原泰平著(2002)。《拉康：鏡像階段》(王小峰譯)。石家莊：河北教育出版社。
- [Ri]Fu yuan taiping. (2002). *Lakang jingxiang jieduan* (Translated by Wang Xiaofeng). Shijia zhuang : Hebei jiaoyu chuabanshe.
- [日]今道友信著(1997年8月)。《關於愛和美的哲學思考》(頁8)。生活·讀書·新知三聯書店。
- [Ri]Jin dao youxin. (1997, August). *Guanyu ai he mei de zhexue sikao* (p. 8). Shenghuo, dushu, Xinzhi sanlian shudian.
- [俄]弗拉基米爾·亞卡弗列維奇·普羅普著(2006)。《故事形態學》(賈放譯)。北京：中華書局。
- [E]Fula jiermier, Ya ka fulie weiqi, pu luopu. (2006). *Gushi xingtai xue* (Translated by Jia Fang). Beijing : Zhonghua shuju.
- [法]洛朗·朱利耶著(2008)。《好萊塢與情路難》(朱曉潔譯)。北京：北京大學出版社。
- [Fa]Luolang, zhuliyue. (2008). *Haolaiwu yu qinglunan* (Translated by Zhu xiaojie). Beijing : Beijing daxue chubanshe.
- 米蘭·昆德拉著(1992)。《小說的藝術》。三聯書店。
- Milan, kun dela. (1992). *Xiaoshuo de yishu*. Sanlian shudian.
- 王清清(2007)。〈當代中國電視劇的消費主義批判〉。《中國電視》北京，第11期，頁30-33。
- Wang qingqing. (2007). *Dangdai zhongguo dianshiju de xiaofei zhuyi pipan*. *Zhongguo dianshi, No. 11*, pp. 30-33
- 王文斌(2010)。〈內本文~互本文與泛本文——電影「風聲」的話語實踐分析〉。《北京電影學院學報》，第1期，頁57-59。
- Wang wenbin. (2010). *Nei benwen ~hu benwen yu fan benwen—dianying “fengsheng” de huayu shijian fenxi*. *Beijing dianying xuebao, No. 1*, pp. 57-59.

- 文衛華。〈新媒介環境下的受眾收視特點探析——以美國電視連續劇為例〉。取自 <http://www.douban.com/group/topic/1628956/>。
- Wenweihua. *Xin meijie huanjing xia de shouzhong shoushi tedian tanxi—yi meiguo dianshiju weili*. Retrived from <http://www.douban.com/group/topic/1628956/>.
- 方忠(2005)。〈後現代語境中的日常生活敘事〉。《徐州師範大學學報》，第7期，頁27-36。
- Fang zhong. (2005). Hou xiandai yujing de richang shenghuo xushi. *Xuzhou shifan daxue xuebao*, No. 7, pp. 27-36.
- 艾秀梅(2008)。〈從韋伯看現代社會日常生活困境的形成〉。《中共長春市委黨校學報》，第2期，頁82-90。
- Ai xiumei. (2008). Cong weibo kan xiandai shehui richang shenghuo kunjing de xingcheng. *Zhonggong Changchun shi dangxiao xuebao*, No. 2, pp. 82-99.
- 尹鴻、馬向陽(2010)。〈話語，身分與景觀〉。《電視研究》，第1期，頁48-57。
- Yin hong & Ma xiangyang. (2010). Huayu, shenfen yu jingguan. *Dianshi yanjiu*, No. 1, pp. 48-57.
- 劉雲舟(2010)。〈對於電視傳播的敘事學考察〉。《新聞大學》，第1期，頁28-35。
- Liu yundan. (2010). Duiyu dianshi chuanbo de xushi xue kaocha. *Xinwen daxue*, No. 1, pp. 28-35.
- 朱立元(2010)。《美學》(頁95)。高等教育出版社。
- Zhuliyuan. (2010). *Meixue* (p. 95). Gaodeng jiaoyu chubanshe.
- 齊鋼(2009)。〈日常生活、身體和文化雞尾酒——後現代消費文化語境中的李安影像敘事〉。《理論與創作》，第3期。
- Qi gang. (2009). Richang shenghuo/ shenti he wenhua jiwei jiu—hou xiandai xiaofei wenhua yujing zhong de lian yingxiang xushi. *Lilun yu chuanguo*, No. 3.
- 李群(2007)。〈韓國愛情劇的新敘事模式〉。《山東社會科學》，第12期。
- Liqun. (2007). Hanguo aiqingju de xinshishi moshi. *Shandong shehui kexue*, No. 12.
- 陳朗(2010)。〈薩特的想像〉。《河北大學學報》(哲學社會科學版)，第3期，頁65-72。
- Chen ming. (2010). Sate de xiangxiang. *Hebei daxue xuebao (zhexue shehui kexue ban)*, No. 3, pp. 65-72.
- 陳媛(2010)。〈權力的政治解剖學：福柯權力觀的內在邏輯〉。《南京政治學院學報》，第3期，頁61-65。
- Chen yuan. (2010). Quanli de zhengzhi jiepou xue: fuke quanli guan de neizai luoji. *Nanjing zhengzhi xueyuan xuebao*, No. 3, pp. 61-65.

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

- 楊興榮(2010)。〈電視劇蝸居的敘事學解讀〉。《東南傳播》，第5期，頁33-38。
- Yang xingrong.(2010). Dianshi ju “woju” de xushixue jiedu. *Dongnan chuanbo*, No. 5, pp. 33-38
- 楊曉林(2010)。〈論中國青春勵志電視劇的創作〉。《電影文學》，第4期，頁133-140。
- Yang xiaolin. (2010). Lun zhongguo qingchun lizhi dianshi ju de chuanguo. *Dianying wenxue*, No. 4, pp. 133-140.
- 周寧(2007)。〈新媒體語境下的電視劇存在方式初探〉。《當代電影》，第5期，頁63-66。
- Zhou ning. (2007). Xin meiti yujing xia de dianshiju cunzai fangshi chutan. *Dandai dianying*, No. 5, pp. 63-66.
- 周樹華、葉銀嬌、徐潔(2009)。〈娛樂的社會與心理功能：中西方研究的現狀與前瞻〉。《傳播與社會學刊》，第10期，頁157-178。
- Zhou shuhua, Ye yinjiao & Xu jie. (2009). Yule de shehui yu xinli gongneng: zhongxi fang yanjiu de xianzhuang yu qianzhan. *Chuanbo yu shehui xuekan*, No. 10, pp. 157-178.
- 胡智鋒、李昆、陳鵬、李群、盛捷等(2008)。〈2006年中國電視熱點研究分析〉。《影視藝術》，第2期。
- Hu zhifeng, Li kun, Chen pen & Shen jie. (2008). 2006 nian zhongguo dianshi redian yanjiu fenxi. *Yingshi yishu*, No. 2.
- 郝建(2002)。《影視類型學》(頁75)。北京大學出版社。
- Hao jian. (2002). *Yingshi leixing xue* (p.75). Beijing daxue chuban she.
- 趙勇(2005)。《大眾文化的辯證法——法蘭克福學派的大眾文化理論》(頁46)。北京大學。
- Zhao yong. (2005). *Dazhong wenhua de bianzheng fa—falankefu xuepai de dazhong wenhua lilun* (p. 46). Beijing daxue chuban she.
- 陶東風(2009)。〈去精英化時代的大眾娛樂文化〉。《學術月刊》，第5期，頁21-32。
- Tao dongfeng. (2009). Qu jingying hua shidai de dazhong Yule wenhua. *Xueshu yuekan*, No. 5, pp. 21-32.
- 張丹(2009)。〈韓國愛情劇的模式化傾向〉。《吉林廣播電視大學學報》，第2期。
- Zhangdan. (2009). Hanguoaiqingju de moshihua qingxiang. *Jilin guangbo dianshi daxue xuebao*, No. 2.
- 張頤武(2011)。〈再想像和再結構：中國電影的「當代性」〉。《人大複印資料·影視藝術》，第2期。

- Zhangyiwu. (2011). *Zaixiangxiang he zai jieyou: zhongguo dianying de dangdaixing*. *Rendafuyinziliao yingshi yishu*, No. 2.
- 張兵娟(2009)。《電視劇敘事：傳播與性別》。河南：河南大學出版社。
- Zhang binjuan. (2009). *Dianshi ju xushi: chuanbo yu xingbei*. Henan daxue chubanshe.
- 張學東(2009)。〈對「鳳凰男」與「孔雀女」婚姻問題的社會學分析〉。《中國青年研究》，第4期，頁13-16。
- Zhang Xuedong. (2009). Dui “fenghuang nan” yu “kongque nu” hunyin wenti de shehuixue fenxi. *Zhongguo qingnian yanjiu*, No. 4, pp. 13-16.
- 張斌(2007)。〈電視劇文本構成論〉。《現代傳播》，第6期，頁62-65。
- Zhang bin. (2007). Dianshiju wenben goucheng lun. *Xiandai chuanbo*, No. 6, pp. 62-65.
- 董雅欣(2009)。〈淺析美國商業影視劇對中國受眾心理的影響〉。《人大複印資料·影視藝術》，第2期。
- Dong yaxin. (2009). Qianxi meiguo shangye yingshiju dui zhongguo shouzhong xinli de yingxiang. *Rendafuyinziliao yingshi yishu*, No. 2.
- 謝建華(2007)。〈主題傳承與形式跨越——中國都市言情劇經典文本分析〉。《南京師範大學學報》，第4期。
- Xie jianhua.(2007). Zhuti chuancheng yu xingshi kuayue—zhongguo dushi yanqingju jingdian wenben fenxi. *Nanjing shifan daxue xuebao*, No. 4.

英文部分 (English Section)

- Brants, & Kees. (1998). *The media in question: popular cultures and public interests*. London: Sage.
- Bailey, S. (2005). *Media audience and identity: Self-construction and the fan experience*. New York :Palgrave Macmillan.
- Bulter, & Judith. (1999). *Feminism and the Subversion of Identity*. New York :Routledge.
- Edwards, & Tim. (1997). *Men in the mirror: men's fashion, masculinity and consumer society*. London: Herndon: VA; Cassell.
- Harrington, C. Lee, & Denise D. Bielder. (2001). *Popular culture: production and consumption*. Blackwell Publisher.
- Lee, Martyn J. (Ed.). (2000). *Consumer society and reader*. Malden, Mass: Blackwell.
- Richard Maltby. (2001). *Hollywood Cinema: an introduction*. Blackwell Publisher.
- Ronald Edsforth. (1987). *Class conflict and cultural consensus: the making of a*

《傳播與社會學刊》，(總)第19期(2012)

mass consumer society in flint. Michigan, New Brunswick: Rutgers University Press.
Susan Sellers, Houndmills, Basingstoke, & Hampshire. (2001). *Myth and fairy in contemporary women's fiction*. New York: Palgrave.

本文引用格式

吳紅雨(2012)。*〈愛情的想像——中國熱播愛情劇的文本演變與受眾的解讀偏好〉*。《傳播與社會學刊》，第19期，頁105-140。