

《非诚勿扰》麦当劳化的分析与思考

穆盼盼 (华中师范大学 社会学院 湖北 武汉 430079)

摘要 《非诚勿扰》在全国掀起的电视相亲新风引人注目,其火爆的背后符合麦当劳化的四条合理性标准:相亲速配的高效性、婚恋交友的可计算性、相亲过程的可预测性和相亲过程的控制化。但是,这个合理的系统不可避免的孕育出一系列的不合理性。

Abstract: The new trend in television dating catches people's eyes aroused by the television program If You Are the One. And this crazy accords with the four rational standards of McDonalidization: high efficiency in blind dating, calculability in marriage and friends-making, predictability and control in the dating process. However, the reasonable system inevitably nurtures a series of unreasonable things.

关键词 麦当劳化 非诚勿扰 相亲 合理性 不合理化

key words: McDonalidization If You Are The One blind dating rationality irrationalization

作者简介 穆盼盼,1987年10月,女,汉族,山东省滨州市人,华中师范大学社会学院硕士研究生,研究方向:发展社会学、社会工作、社会政策

【中图分类号】C1【文献标识码】A【文章编号】1004-7069(2011)-04-0186-02

一、引言

随着《非诚勿扰》在江苏卫视的开播及不断创新的收视率,电视婚恋交友节目在全国再次掀起一阵新风。这档节目不同于传统模式,无论是在节目制作、过程设置、安排包装等方面,都有着独特的视角。但是伴随着它走进千家万户的同时,各种争议也纷至沓来。它在赢得了很多观众喜爱的同时,其火爆的背后也蕴含着深刻的社会因素。

二、《非诚勿扰》麦当劳化的分析

如今,麦当劳对于中国人来说几乎成了一个家喻户晓的名词。随着乔治·里茨尔在其著作《社会的麦当劳化》中提出“麦当劳化”概念,并借助此概念对社会现象进行深刻分析之后,“麦当劳化”已经成为社会学领域的重要名词,《非诚勿扰》节目中同样体现了麦当劳化的元素。在《非诚勿扰》倍受观众喜爱又饱受争议的同时,细心分析,不难发现它其中也存在着麦当劳化的四条合理性标准,而这四条标准正是《非诚勿扰》之所以成功的重要因素。

(一)相亲速配的高效性

在每期《非诚勿扰》节目中,台上的24位女嘉宾和依次上场的5位男嘉宾都会按照节目事先定好的规则选择自己的另一半,每位男嘉宾出场后在台上停留的时间只有十几分钟,同样,并非所有女嘉宾都有询问的机会,机会与时间都有限制,但是,仅此十几分钟的亮相,24位女嘉宾就要凭借男嘉宾的一举一动及场外拍摄片提供的资料来决定取舍。当然,很多男嘉宾被灭灯,也有的男女嘉宾牵手成功。一对新人的了解与牵线成功也无非就在十几分钟之间,这不禁令人惊叹其速度之快、效率之高。

这种相亲速配的高效性无疑是麦当劳化在相亲领域的生动体现,麦当劳餐厅为消费者提供了从饥饿到吃饱的最好途径,而《非诚勿扰》舞台则为单身男女提供了从单身到找到另一半的高效途径。双方无需刻意寒暄,讨论话题更是直奔主题,问工资、问家产、问情感史、问理想抱负等,这打破了以往男女相处时对工资等敏感话题的忌讳,在短时间内通过几个问题及男嘉宾的表现即作出判断,尽管有失偏颇,但符合现代生活的快节奏,同时也透露着现代人的焦躁心理。

(二)婚恋交友的可计算性

正如在麦当劳快餐店中,店家无论是销售产品还是提供服务,

都会有量的计算,消费者也同样会根据自己花钱的多少衡量得到服务的多少,以及消费时消耗时间的多少。这种对量的计算在《非诚勿扰》中同样有着形象的体现。

从节目组的角度来说,正如上文所述,每期节目的投入与产出都会有量的计算,24位单身女嘉宾和五位单身男嘉宾,时间七十分钟,经过四个环节,最优效果则是本期节目结束时会有五对新人牵手成功,效果稍差时则会在此基础上有所减少。从相亲男女对方而言,这个平台为依然受单身困扰的男女嘉宾提供了很好的机会,尤其是在快节奏生活的现代社会,对于厌倦了传统慢节拍恋爱的现代人而言,这种十几分钟收获爱情的方式使他们痴迷,恋爱交友的可计算性也给他们的生活提供了便利。另外,在十几分钟内决定对对方的取舍,这也促使他们把更多关注的问题倾向于量化。这便有了许多女嘉宾喜欢问对方的工资、问月薪、甚至家产,在这短时间内似乎量越大的意味着越合理,意味着更合适,意味着更值得托付终身。

(三)相亲过程的可预测性

正如麦当劳确保其产品在不同的时间和地点都是一样的,也如麦当劳系统内的职工按照可预见的方式规范自己的行为,在《非诚勿扰》这个舞台上,也充满了可预测性。当观众如期打开电视机观看该档节目时,同样的场景设置闪亮在观众的面前,其次是24位精心打扮的女嘉宾上场,主持人和点评嘉宾的简单介绍,五位男嘉宾的依次登场,当每一位男嘉宾在场时,都通过女嘉宾以亮灯和灭灯方式来决定男嘉宾的去留,经过三至四个规则与环节来决定男女嘉宾的速配成功。这一系列的环节设置对于每一个看过《非诚勿扰》节目的观众来说都是可预测的,当他们开始观看该节目时就会在合适的时间预测到下一环节的情景,甚至能设想在某一环节中应出现哪几种场景。这种熟悉场景的可预测性对于观众而言使他们在心理上有一种安全感,对于观众而言是耐看的。

对于男嘉宾而言,他们也非常清楚他们出现在这个舞台的目的(除了少数人的作秀外),他们能够预测到通过十几分钟场内外的展示将决定他能否带走一位倾心的女士。也预测到在舞台上的表现至关重要,因此他们以帅气、个性等他们认为的能打动女士的方式展示自己,他们也同样能够预测到场外拍摄的VCR的同等重

要性,于是许多男嘉宾尽量选取体现个人身价的背景拍摄,并尽量展示自己的财富。因为,他们预测到这些条件是他们能否带走心动女士的重要条件,而如果反其道而行之,结果同样是可预测的,因此对大部分男嘉宾而言,他们是对自己的行为再三衡量后,按照能达到自己预测到的好的结果的方式行动的。

对于女嘉宾而言,她们也十分清楚自己在舞台上的一举一动不仅会给登场男嘉宾留下印象,同样会给现场及场外观众留下深刻印象,因此,她们力求展示自己理想中的自我,无论是以反叛还是符合当前潮流的方式,她们都想以自己的方式打动心仪的男嘉宾,并给广大观众留下深刻印象。因为她们可以预测到这对于她们自己而言,无论是相亲还是作秀,都有一定意义。

(四)相亲过程的控制化

在麦当劳世界里,是指用非人技术来替代人的技术,将这种控制施加在每一个进入麦当劳世界的人身上。在快餐店吃饭时,无论是排队、有限的菜谱、很少的选择,还是座位的不舒适性等等,这种控制都会显得很微妙。①《非诚勿扰》舞台相亲过程中的控制则更为微妙。由于作为一档电视相亲栏目,参与的不止男女双方及其家庭,还有广大的受众群体,因此在很多方面受到控制。同时电视台更大的目标是创新收视率。因此,舞台设置方面就有很大学问。面对弧形的一排女嘉宾,男嘉宾在上场时对哪个角度观察的更仔细,这个角度的女嘉宾就有更多的优势,而安排女嘉宾的位置则由编导安排的,因此,在短短十几分钟的相亲过程中,男嘉宾在面对24位女士时瞬间作出的决定往往受到一定控制,尽管这种控制看起来如此微妙,因而这些女嘉宾是否有同等的机会在这点上令人质疑的。另外,由于他们是在媒体面前的相亲,所以他们的话语就有一定的传播性,因而他们在说话、行事方面是会得到一定控制的,并且现场被观看到的《非诚勿扰》与电视机前看到的还是有一定区别,考虑到各种因素,节目组会对其进行删减,等等。

当然,所有看过《非诚勿扰》节目的观众都知道,男女嘉宾的人数限制、时间限制极为严格。男嘉宾出场时有24位女士可选,当然

能否互选成功要看各自努力,男嘉宾只有20秒左右的时间选出自己的心动女生,最长平均只有十几分钟在场上的时间,只能经过三个环节,有男生权利才可以有四个环节。另外,每一位男嘉宾在场时,男女互问问题的数量有限,有没有问问题的资格要靠自己现场争取话语权和得到主持人的允许,得到问问题的机会以后,提问的时间有限、问题数量有限,而回答的时间也同样有限。当然,对于主持人来说,也要严格按照节目规则进行,虽然,貌似主持人对整场相亲过程的节奏掌控话语权,但他也同样是节目服务,受后台的节目组控制。因而,虽然场上男女嘉宾看似玩的很愉悦,实则他们在为电视台创收,玩的同时也被玩了。

以上几点使我们明白,尽管《非诚勿扰》饱受争议,但它凭借以上几条合理性标准赢得了高收视率,以上的讨论让我们明确了为什么《非诚勿扰》取得高收视率,以及为什么它饱受争议却依然取得如此大的成绩。它的戏剧性的进展,与麦当劳有着惊人的相似之处,同样有着深刻的理由。这种电视相亲的麦当劳化表现无疑是有积极的效果的。从具体方面而言:为人们节省相亲时间、成本,短期了解双方基本情况,即使此次相亲不成功也会得到宣传,为再寻良缘铺垫基础。因此,《非诚勿扰》本身存在一些令人称赞的因素,这是我们不得不承认的。但是,在最为一般的层面上,正如麦当劳化过程中所体现的,合理的系统不可避免的孕育出一系列的不合理性。②《非诚勿扰》的相亲舞台如同一次快餐消费,它正是麦当劳化在相亲领域的一个延伸,这种现象应值得我们思考,《非诚勿扰》能否在克服其不合理性的条件下继续走下去,未来的出路如何,也值得我们细心研究。

参考文献:

乔治·里茨尔. 社会的麦当劳化 [M]. 上海译文出版社, 1999, 11

乔治·里茨尔. 社会的麦当劳化 [M]. 上海译文出版社, 1999, 11