

老人演恶婆婆月赚4万元

恶婆婆何时成了“流量密码”

如今,微短剧在短视频平台方兴未艾,一些以“恶婆婆”为主题的微短剧,是电视剧时代“恶婆婆”的浓缩和放大,只要观众的情绪被成功挑起,就能转化为源源不断的流量。

从电视荧屏到短视频平台,“恶婆婆”一直是“流量密码”。近来的热播剧集,“恶婆婆”也是层出不穷。张小斐主演的《好事成双》、田曦薇主演的《田耕纪》、热依扎主演的《无所畏惧》中,时代背景不一、主人公职业不一,但她们都遇到了“恶婆婆”,挑起观众的怒火,也抓住观众的视线。

“恶婆婆”何以成为“流量密码”?“恶婆婆”是在为女性鸣不平,还是在污名化女性,塑造另一种刻板印象?

成为“流量密码”的“恶婆婆”

虽然古代文艺作品中也曾出现过“恶婆婆”,比如著名的《孔雀东南飞》,但囿于封建社会的孝道规训,关于“恶婆婆”的记述并不普遍。进入现代社会,尤其是大众文化时代,随着女性意识的进步、婆媳权力关系的变化,“恶婆婆”频繁出现。

前段时间热播的《好事成双》中,哪怕儿子已经婚内出轨,“恶婆婆”仍然站在儿子这边,鼓动儿子转移婚内财产,指责是儿媳做得不好儿子才出轨。

《无所畏惧》一开篇,女主角的丈夫出轨女主角的闺蜜,还跑到国外去

了,给女主角留下巨额债务的烂摊子,婆婆明明知道一切却替儿子隐瞒,还倒打一耙是儿媳的问题,住着儿媳婚前买的房子,要把儿媳赶出去。

“恶婆婆”是收视密码,也是短视频时代的“流量密码”。此前,短视频中很多博主对着镜头讲述自己被恶婆婆刁难后完成反击的故事,轻轻松松获得几千次点赞。但有网友很快识破:这些版本竟然是“复制粘贴”,从脚本到口吻都一样。

如今,微短剧在短视频平台方兴未艾。一些以“恶婆婆”为主题的微短剧,是电视剧时代“恶婆婆”的浓缩和放大——在更短的时间里,彰显更极端的人性恶,爆发更为激烈的冲突。只要观众的情绪被成功挑起,就能转化为源源不断的流量。

“恶婆婆”的套路为何屡试不爽

应该承认,婆媳关系确实是一种复杂、微妙而敏感的关系。婆媳关系,不是母女的血缘关系,也不是夫妻之间的姻缘关系,仅仅是因为女子与男子结婚,男子的母亲也就成为女子的婆婆,两个原本毫不相干的女性从此形成了一种亲属关系。

这种亲属关系,有亲密的成分,也隐藏着“竞争”的因素。

随着女性地位不断崛起,男女平

等的进程一直在推进,“婆尊媳卑”的陈腐理念已经遭到现代女性的抛弃。然而,这不意味着婆媳问题不存在了,很多现代女性仍然有婆媳问题的烦恼。

比如,婆媳之间虽无“婆尊媳卑”,但二者之间的代际冲突、价值观冲突,不是可以轻松消弭的。现如今,年轻夫妻的生活压力很大,往往需要婆婆帮忙带小孩,儿媳既离不开婆婆的帮忙,也难以忍受婆婆一些陈旧的观念和落后的做派,儿媳左右为难、有苦难言。

又比如,由于婆婆是长辈的身份,有些老人可能会倚老卖老,一哭二闹三上吊,夹在婆媳之间的儿子往往偏向母亲,倾向于“息事宁人”。现代女性虽然明白尊重长辈的道理,却也觉得憋屈。

正因为婆媳问题的普遍性和复杂性,它天然地带有受众基础和话题性。

对女性的另一种污名化

无论是电视荧屏还是短视频,“恶婆婆”的形象常常让观众恨得牙痒痒的。比如“恶婆婆”短视频底下,点赞比较多的留言几乎是,“要是我的话,就一巴掌给她甩过去”“老不死的”“大快人心,就应该恶有恶报”……

我们固然可以理解一些观众的怒火,但“恶婆婆”看似是在声援女性,看似是在为现代女性伸张正义,但这只是一种“情绪幻觉”。

一方面,无论是电视剧还是短视频中的“恶婆婆”,都过于夸张、极端、离谱,这些作品中儿媳的反抗,也是“爽剧”的简单粗暴,它根本没有提供真正可行的化解路径——不是鼓励理性化解,而是渲染“以暴制暴”。儿媳复仇“恶婆婆”,看起来是很爽,但爽感过后,观众还是无力应对一地鸡毛。

另一方面,“恶婆婆”的形象,本身是对很多老年女性的刻板印象,是对婆婆群体的污名化。现实生活中,很多婆媳之间的权力关系早已发生逆转,不见得是婆婆太“恶”,也有可能儿子或儿媳过于“自私”。假想的“恶婆婆”让自私的儿子儿媳找到了不孝顺的借口。如果他们有了子女,二十年后,他们是否也会成为下一代眼中的“恶公婆”?

所以,虽然很多人有着婆媳问题方面的烦恼,有很多情绪需要发泄,但出现矛盾还是应该诉诸理性的解决路径——比如婆媳保持距离、互不干涉生活、实在不行就软性“断亲”,而非在短视频的情绪挑拨下加剧彼此之间的敌意和憎恨。

这看似解气,何尝不是一种“女性互害”? (南方网 李愚)



《泉州商报》与你约

由泉州晚报社主办、泉州市工商联(总商会)联办的《泉州商报》,是经省委宣传部、福建省新闻出版局批准创办的我市唯一的财经类周报,刊号为CN-35(Q)第0056号。

《泉州商报》铜版纸封面,版面设置分“商·业”“商·情”“商·界”三大板块,包括财经深度、泉州产经、泉商动态、异地商会、环球商事、商界名流、理财商机、财经阅读等版面,以“本土、有用、可读”的特色贴近读者。

泉州商报广告价目表

【2023年1月1日起实行】 广告费用(单位:元/次)

广告面积	版面标准规格(宽*高)单位:厘米	第1版	封二、封三	其他版面	封底版
头版	18.5×23	60000	32000	26000	40000
整版(非头版)	23.5×33				
1/2版	23.5×16.5	30000	16000	13000	20000
1/4版	23.5×8或11.5×16.5	15000	8000	6500	10000
1/8版	23.5×4或11.5×8	7500	4000	3250	5000
元/cm ²		120元/cm ²	50元/cm ²	40元/cm ²	60元/cm ²

地址:福建省泉州市区刺桐路东侧泉州晚报大厦四楼6楼
 电话:0595-22500236 22500238 22500239 传真:0595-22500064
 ftp://qzsb@61.131.48.19 24小时热线:96339

广告热线:0595-22500238

纵览财经资讯 评析商界现象
 解读经济政策 研讨泉商文化