

# 还是那个刀刃上的舞者吗？ ——冯小刚电影研究七年重审

陶冶

**摘要：**文章立足于重审自2007年以来的七年中对冯小刚电影的研究，并从文献的数量、学科和质量上进行了分析，其中特意提到了官方背景对此研究的影响；回顾了这七年中产业环境、创作环境的变化对冯小刚创作的影响，特别是由冯小刚带来的主旋律外化问题，以及新媒介环境的电影逻辑；最后，将今天的冯小刚置于“回归与螺旋”的体系建构中予以阐释，强调其今天的意识形态属性，并对电影学界未来如何进行冯小刚研究提出了展望。

**关键词：**冯小刚；文献；产业；媒介环境；回归；螺旋

**作者简介：**陶冶，男，副教授，博士，浙江大学博士后。（浙江传媒学院 文化创意学院，浙江 杭州，310018）

**中图分类号：**J905.2

**文献标志码：**A

**文章编号：**1008-6552（2014）05-0069-05

2007年9月，笔者出版了自己的第一本专著《刀刃上的舞者——冯小刚电影研究》（上海三联书店，30万字），当时还是一个不知天高地厚，满以为自己敢为天下先的青年学生。而这个学生，随着从课桌到讲台的转变，逐渐在学术体系内生根发芽，也越来越胆小了起来。如今，我们再度翻看那本拙著，说“漏洞百出”可能有过谦之嫌，但是“拙”确是无可争辩的事实。文字之间当年觉得“激扬”“粪土”的锐气之语，而今看来却十分幼稚，甚至缺乏理智与思辨；而当年写作的初衷竟是为了挑战学术界的话语霸权，企图把学术界的研究成果用老百姓听得懂的话写出来，结果是，这本书依然只是在学术界传播，并为专家、学者、老师们所勉励，进而不断提携笔者为他们中的一员。2014年的笔者看着七年前的自己，顿时明白那部“拙著”之“拙”有多逃不过他们的眼睛，但是他们看到的却是一个稚嫩而勇敢的年轻人或许在学术道路上值得他们有所期待；而那部“拙著”之“拙”也逃不过笔者今天的眼睛（甚至几年之前的眼睛），但是可以看到的却是这块2007年的“砖”，在被抛将出来之后，确确实实引来了许许多多的“玉”。这对中国电影学界或许是一件幸事，亦或许不是。今天有幸回首这七年冯小刚电影研究的历程，只能算是“致”自己过去七年的“青春”。

## 一、文献数量、学科与研究质量

当我们在CNKI中输入“冯小刚”，并以“主题”进行检索期刊的时候，惊讶地发现，2007年有相关文献45篇，2006年48篇，2005年41篇，2004年22篇，2003年则只有15篇……感叹自己当年写作材料捉襟见肘的同时，亦惊讶地发现，2008年就有72篇，之后年年走高，2013年达到了空前的121篇，而2014年才过第一季度，便已经有了45篇公开发表在各类期刊上的文章。硕士、博士学位论文更是在2010年以后稳定在每年20余篇，而2005年只有区区一篇。可以说，我们不妨以2007年为界，学术界对于冯小刚的认知开始从边缘走向中心，尽管这种认知的进度可能略慢于其对大众文化领域的占领，或曰大众文化对其的认可进度，然而，这毕竟是一种对研究对象从接受到承认的过程。

当然，由于中国学术界与政府的高度绑定性，很大程度上这种学术界的认可源于官方（及相关背景机

构) 对其的接受。冯小刚搅动中国电影贺岁档春水的那几年, 电影界甚至还存在着冯小刚拍的电影到底算不算电影的争论。<sup>[1]</sup> 而在其当选第三届(2003—2011 年) 中国电影导演协会副会长之后, 这样的声音逐渐消失。当然, 当选导演协会副会长某种意义上代表着同行的认可, 中国特色的协会性质又进一步决定了这种同行的认可成为了冯小刚获得官方认同的基础。果不其然, 2008 年第八届中国电影家协会的改选过程中, 冯小刚成为中国电影家协会副主席——在这个典型的国家级协会中, 理论上享受正(或副) 厅级待遇。因此, 将冯小刚置于这样一个官方主导的学术体系中, 来进一步将冯小刚作为一个学术界可以接受的研究对象看待, 或许更为合理和全面。

我们再进行从数字来看, 以 CNKI 检索结果为例, 在 121 篇文献中, 除去影视类、戏剧类、文学(文艺) 类以及综合社会科学研究类刊物外, 其他学科的刊物上发表的文章居然有 50 篇, 换言之, 冯小刚作为一个研究对象的存在依然超越了其应有的电影学或文艺学范畴, 而极大地影响了其他学科的研究。这些刊物中, 刊载于经济类和管理类刊物的有 18 篇, 达到了 36% 的比例, 这其中以《中国品牌》、《中外管理》、《管理学家》、《浙江经济》等具有一定学术背景的刊物和《中国经济周刊》、《21 世纪商业评论》等高端大众经济读物为主。在这一学科的刊物中, 冯小刚并不是以一个电影创作者而作为研究对象存在的, 而恰恰是将其作为商业项目的负责人或者干脆将其作为一个“品牌”来进行研究的, 前者如杨光的《反思冯小刚之败, 永远敬畏市场的原点》,<sup>[2]</sup> 后者则如杨艳秋的《冯小刚: 用个人品牌在电影界穿行》。<sup>[3]</sup> 而实事求是地说, 2013 年初正值冯小刚呕心沥血的巨作《一九四二》上映之际, 该片虽遭遇了票房的失利, 但是无论学界还是业界均对该部电影给予了如潮的好评, 而 2013 年中国电影的各大奖项几乎都颁给了这部电影。即便今天, 这部电影的成败尚难定论, 但是在 2013 年初便敢于将票房的失利等同于影片的失败进而直接归为“冯小刚之败”的恐怕真的只有经济管理学科的刊物。另一方面, 将冯小刚或者冯小刚电影作为品牌展开研究几乎成为了交叉学科研究的核心, 或许七年前我们对于电影或者电影创作者作为品牌的研究尚处于探索阶段, 那么今天冯小刚已然成为电影产业化之后的品牌典型。然而实事求是地说, 这一交叉学科的研究目前仍存在着较大程度的割裂, 纵观相关文章, 我们不难发现经济学领域对冯小刚“品牌”的认知与电影学领域对此的认知存在着几乎不可调和的鸿沟, 换言之, 存在着两个冯小刚——经济学者眼中的冯小刚和电影学者眼中的冯小刚。

我们再从另一个角度来看, 代表着高水平期刊的 CSSCI 期刊中, 关于冯小刚的研究文章数量如下表:

年份	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
篇数	7	1	6	6	6	5	6

这些刊物也高度稳定,《当代电影》、《电影艺术》、《北京电影学院学报》、《文艺研究》、《文艺争鸣》占到了 24 篇, 而其他 13 篇则刊载于各大学学报的社会科学版或综合类社会科学研究刊物。也就是说, 冯小刚作为研究对象, 能够进入核心学术视野的则只存在于电影学或艺术学界, 而在其他学科中冯小刚很难作为高价值研究对象存在。同时我们也发现, 2007 年以来, 一个最为可喜的现象在于许多一流电影学者如王一川、<sup>[4]</sup> 胡克、<sup>[5]</sup> 陈旭光、<sup>[6]</sup> 尹鸿、<sup>[7]</sup> 贾磊磊、<sup>[8]</sup> 陆绍阳、<sup>[9]</sup> 饶曙光<sup>[10]</sup> 等(排名不分先后) 均发表了对冯小刚的研究文章, 特别是王一川几乎每年都会发表一篇相关文章。但是从年份上, 我们无法回避的现实是, 这些一流电影学者们发表文章一般年份较早, 比较集中于 2008 年之前, 也正是由于他们对于冯小刚作为研究对象的学术敏感性, 使得“冯小刚”这三个字能够毫无顾忌地占领学术舞台。当然, 这既是学术界主流学者对冯小刚作为研究对象的认可, 同时也无法回避学术界受官方背景影响后的互动反应。而 2008 年以后大量的文章基本上都来源于青年学者, 我们或许可以认为这是导师们认可后, 学子们展开的探索, 这或许才是我们期望“抛砖”所引出的“碧玉”吧。

## 二、产业、主旋律与媒介环境

回首这七年，我们预测的很多事情一一应验，但是更多的事情，让我们始料未及。笔者依然清楚地记得，自己在《刀刃上的舞者——冯小刚电影研究》一书中《冯小刚电影的制片方式研究》一章的结尾处写了这样一段话，“（如今）的中国电影市场告诉我们，中国电影在复苏，真的在复苏，而这种复苏的代价是我们付出了十年甚至二十年的市场真空换来的。但是，我们依然欣慰，欣慰的是我们看到了希望……”<sup>[1](65)</sup>

2007年全年的票房是33.27亿元，首次超过了1992年的32亿元，创历史新高<sup>[11]</sup>。而2013年，全国电影票房收入217.69亿元，其中，国产影片票房收入127.67亿元，进口影片票房收入90.02亿元。<sup>[12]</sup>换言之，七年前，我们预测了中国电影市场的复苏，但是我们无论如何都无法预料到今天中国电影市场的发展速度。更重要的是，截止2013年底中国的电影银幕数量已经超过了1.8万块，<sup>[12]</sup>这就意味着中国电影市场已然坐稳了世界第二大电影市场的交椅；更重要的是，以目前中国二三线城市影院建设为代表的“电影刚需”，为2014年第一季度带来了几乎每天18块银幕数量的强劲增长，可以预见的未来可能在2018年前后，中国电影市场的银幕数量将超过美国的4万块，而成为世界第一大市场。如今，中国电影的创作也随着市场的复兴，迎来了一定程度的繁荣。2012年2月18日，中美双方就解决WTO电影相关问题的谅解备忘录达成协议。中国政府同意在每年20部海外分账电影的配额基础上，增加14部分账电影的名额，以此换来的是包括笔者在内全体中国电影人对2013年中国电影市场的悲观预期，毕竟分账引进的大片达到每年34部，若按照1:1配套引进买断发行的影片，外国优秀电影每年在中国上映数量将达到68部！换言之，每个周末一部加上整合贺岁档才能消化得了这些优秀外国电影。

但是中国电影市场再一次颠覆了专家们的预测，在做出了超过200亿的蛋糕的同时，国产片票房成绩远超外国电影。而此时，我们才发现，二三线城市的银幕增长颠覆了人们对电影票房的固有认知，更愿意看到自己熟悉的面孔和更愿意听到普通话的对白需求，使得中国电影市场越来越呈现出与中国电视剧市场类似的偏好。中国电影市场证明，中国并不只有冯小刚、张艺谋、陈凯歌，更有着许许多多更年轻、更有激情也更懂得市场的电影人。在这一背景下，我们当年也曾经“无知者无畏”式地笑称，“电影投资不用动脑子，只需投给冯小刚就行”，<sup>[1](78)</sup>这样的笑谈也因为《一九四二》而成了真正的笑谈。但是不容忽视的一点，也是我们始料未及的一点，恰恰在于正是由于商业上的成功伴随着中国电影市场的快速成长，使得冯小刚和官方走得越来越近，反而为其辗转腾挪出一片巨大的创作空间。更重要的是，冯小刚甚至成为了“主旋律”电影创作的一个探索者，换言之，冯小刚用他《集结号》的反战和《一九四二》的人权来不断定义着“主旋律”的边界。而这种“主旋律”的外化，也使得我们国家多年来官方所倡导的题材不再是有着固定程式的禁区，而拍主旋律电影也因此不再是一件注定没有市场回报的买卖。市场化的运作和明星制的实行，使得“主旋律”电影在未来有可能成为类型电影的一种，而现实则甚至以《建国大业》和《建党伟业》的形式将这种类型推进到了极致。

更令我们始料未及的是这七年来网络媒体的兴起，以豆瓣网、时光网为阵地的民间影评届成了十分重要的力量，有时甚至能够影响影片的票房；网络影评人在粉丝的支持下不断以谩骂的方式挑战着他们眼中的所谓“权威”，却很难见到当年巴赞与特吕弗挑战法兰西优质电影那样的哲学思考；而微博的兴起，又使得影评这一十分需要理性思维和逻辑阐释的文种，不得不被替代为一两句十分非理性的“段子话”而大肆传播。更有甚者，则直接发展出网络水军，将本应鲜活的文字赤裸裸地变成无情的点击率，亦或是成为贬损和打压竞争对手的手段。电影营销在网络上成了真刀真枪的战场，口碑与票房的因果理性链条被无情地肢解，在“眼球经济”的逻辑下，理性的声音被无情地打压，而短促有力、非理性的宣泄则通过社交媒体以几何级的数量扩散。面对这种前所未见的“媒介环境”，冯小刚——其实无论谁——也无法做到宠辱

不惊。而被网络影评骂得狗血淋头、不忍直视，还逼得冯小刚撕破脸与之决战的《私人定制》，却收获了6.64亿的票房。<sup>[12]</sup>冯小刚不明白，自己的电影究竟有没有他们说的那么不堪，毕竟票房的数字证明了他对类型喜剧市场的驾轻就熟，但是网络上几乎一边倒的骂声又让多年来习惯了表扬的他迷失了自己对作品质量的把握尺度；而冯小刚更不明白的是，这些在网络上骂他的“影评人”，到底是些什么人。与此同时，是电影学术界的集体失声，作为专业影评界的存在，电影学术界失却了方向。

### 三、回归、螺旋与意识形态

在商业电影体系中，导演很难成为一个一言九鼎的艺术创作者，而更大程度上不得不承担起一个协调者的角色，来平衡各方的利益。相对而言，好莱坞商业体系赋予导演艺术创作的余地更小，以至于斯皮尔伯格在拍了《大白鲨》、《E.T.》、《侏罗纪公园》等一系列商业大片之后，一心想拍一部自己想拍的电影——《辛德勒的名单》。正如我们所知道的那样，在经历了《甲方乙方》、《不见不散》和《没完没了》的贺岁电影票房奇迹之后，冯小刚告诉王中军，他真心想拍一部自己的电影《一声叹息》。而这部电影在经历了巨大的投资压力之后，却也收获了良好的市场回报，同时也更让冯小刚真诚地与王中军绑定在了一起，也才有了接下来的《大腕》、《手机》、《天下无贼》和《夜宴》，而且我们有理由相信，《夜宴》这篇华谊兄弟的“命题作文”，绝对不是冯小刚特别愿意写的。也因此，在完成了这部冯小刚自己都“觉得不舒服”<sup>[13]</sup>的电影之后，他终于可以要求投资人让他拍一部自己想拍的电影——《集结号》。在收获了较大程度的好评之后，冯小刚不得不回到商业体系中，去拍摄人们认为他擅长的温情喜剧《非诚勿扰》和《非诚勿扰II》，而这一切恰恰是在为其筹拍自己想拍的《一九四二》积蓄力量，直至2013年底用《私人定制》来为《一九四二》“还债”。冯小刚是在中国电影最低迷的时候加入到电影创作的队伍中的，可以说冯小刚电影的成长史也伴随着中国电影产业化的历程。更重要的是，在越来越成熟的电影产业环境中，类型电影被等同于商业电影唯一合理的盈利模式，越来越多的导演、编剧、演员也在这一体系中被“类型化”——不得不说，冯小刚应该是最早被“类型化”的导演。正如在好莱坞类型牢笼中渴望突破的斯皮尔伯格一样，冯小刚——作为导演——也不希望被贴上“喜剧片类型导演”的标签，因而屡屡突破类型的囚笼，却又不得不屡屡回归这个囚笼，这成了他的宿命。这恐怕也就使得他的创作轨迹必然呈现出一种螺旋式上升的形态。

另一方面，在《一九四二》之后，冯小刚暂时没有一部“自己特别想拍”的电影，在这样的创作真空期及投资人的要求下，回归其“被定义”的创作类型显得自然而然。但是我们没有想到的是，在攀登了《一九四二》这座高峰之后，冯小刚选择螺旋上升的回归路径竟然是回归他贺岁片的原点——《甲方乙方》，而且，他要以《私人定制》的名义，将王朔的短篇小说《你不是一个俗人》中的故事讲完。毕竟在当年的环境当中，基于《你不是一个俗人》改编的《甲方乙方》尚存有许多创作的禁忌。为了昭示这种“回归”，冯小刚甚至使用了原著中人物的名字“杨重”、“马青”——这几个名字在王朔的一系列小说中存在着。特别值得玩味的是，在1988年根据王朔同名小说改编由米家山导演的电影《顽主》中，葛优饰演的角色也叫“杨重”！我们可以想见的是，编剧王朔在通过《私人定制》致自己电影元年的作品，葛优在通过《私人定制》致自己的成名作；冯小刚则将《顽主》中替人解气、替人解闷、替人受过的“3T公司”升级到了《甲方乙方》中“好梦一日游”的“慈善机构”却不得不回到“唯利是图”的“私人定制”的同时，帮王朔和葛优二人做了一把“致青春”的“私人定制”。这是一种前所未有的“回归”，因为《私人定制》几乎是在用一种斩断六根的诀别方式来彰显自己的回归，以至于其口号也从《甲方乙方》的“成全了我，也陶冶了你”直接降格成了“成全别人，恶心自己”。但是我们并不知道在这种回归中会带给冯小刚什么，我们希望这会是清空一切的全新起点，是涅槃凤凰的焚身烈焰，而不是掩埋过去一切的石棺坟墓。



南京大学马克思主义社会理论研究中心的胡大平教授在谈到主旋律创作时引用了本人的拙著，<sup>[14]</sup>认为冯小刚的创作一直是恪守“主旋律”的。在其成长过程中，“共和国情感”<sup>[15]</sup>的浸染使之根本不存在反体制的可能——尽管其似乎总是被人们视为一个叛逆的形象，但是其内心恐怕恰恰是以自己能成为官方认可的主旋律的一分子而感到骄傲的一个人。也因此，《私人定制》中极为生硬的道歉段落，被冯小刚冠之以“诚意奉送”的名义，其完完全全勾连了官方的意识形态，即自然与社会的种种问题并不是政府的问题，而是每一个人的问题。实事求是地说，挑战体制的冯小刚根本就不存在，从前没有，将来更不会有。

## 四、结 语

2014年初，冯小刚以其自称“随手拍”的《私人定制》回归了被人们认为自己所擅长的类型领域；同时执棒中央电视台的《春节联欢晚会》，也在某种程度上成了“国家工程”，而使其在文艺创作上有了新的尝试。恰恰是这一组“回归”与“尝试”给我们重审冯小刚电影研究提供了契机。过去的七年，冯小刚拍出了之前没有，甚至很多人也不敢触及的影片，因而也招来了许多研究者；而也正是这过去的七年，中国电影产业迅速成长，吸引了大批观众的同时，也培养了许多评论者。影评众声喧哗的时候，恰恰是中国电影繁荣的时候，比如上世纪80年代在钟惦棐先生号召下展开的轰轰烈烈的“群众影评”运动。但同时，那个时候的电影学术界还很弱小，因而在这个背景下，“发动群众”和“依靠群众”成了必然的选择。然而今天，电影学已然成为一门独立的二级学科，并将博士点授予越来越多符合要求的大学，那么此时，电影学术界又如何在一个新的影评“众声喧哗”的时代发声呢？七年前，我们担心的是，未来书写电影史的时候，冯小刚是否会被写进去的问题；至少今天，这个问题已然不成其为问题了，然而如何书写其作为中国电影史上的一个重要人物或许才是电影学术界人们所应该思考的问题——那么，对于当下的笔者而言，必须思考的问题则恐怕是，冯小刚，他还是那个刀刃上的舞者吗？

### 参考文献：

- [1] 陶冶. 刀刃上的舞者——冯小刚电影研究 [M]. 上海：上海三联书店，2007：5.
- [2] 杨光. 反思冯小刚之败，永远敬畏市场的原点 [J]. 中外管理，2013（2）：3.
- [3] 杨艳秋. 冯小刚：用个人品牌在电影界穿行 [J]. 中国品牌，2013（10）：32.
- [4] 王一川. 从大众戏谑到大众感奋——《集结号》与冯小刚和中國大陸电影的转型 [J]. 文艺争鸣，2008（3）：115.
- [5] 胡克. 当代电影类型化难题 [J]. 当代电影，2008（5）：11.
- [6] 陈旭光. 喜剧电影的后冯小刚时代 [J]. 北京电影学院学报，2010（2）：6.
- [7] 尹鸿，唐建英. 冯小刚电影与电影商业美学 [J]. 当代电影，2006（6）：50.
- [8] 贾磊磊. 冯小刚电影与中国大众文化品牌 [J]. 当代电影，2006（6）：44.
- [9] 陆绍阳. 《非诚勿扰》商业逻辑下的文本移植 [J]. 电影艺术，2009（2）：15.
- [10] 饶曙光. 类型经验（策略）与中国电影发展战略 [J]. 当代电影，2008（5）：4.
- [11] 新华网. 2007 中国电影成绩喜人总票房超过 33 亿 [EB/OL]. [http://news.xinhuanet.com/video/2008-01/14/content\\_7419756.htm](http://news.xinhuanet.com/video/2008-01/14/content_7419756.htm).
- [12] 国家新闻出版广电总局网站. 2013 年全国电影票房统计 [EB/OL], <http://www.sarft.gov.cn/articles/2014/01/09/20140410172308750159.html>.
- [13] 高山，贾磊磊，尹鸿. 郝建对话冯小刚《夜宴》[J]. 当代电影，2006（6）：67.
- [14] 胡大平. 艺术如何穿梭于商业和意识形态——从《集结号》叙事的意义看中国当下电影生产 [J]. 文艺研究，2008（8）：47.
- [15] 查建英. 八十年代访谈录 [M]. 北京：生活·读书·新知三联书店，2006：13.