

# 作为理想化的观众

## ——从《私人订制》看冯小刚“理想观众”的定义

韩晓强 黄钟军

**摘要：**冯小刚以《私人订制》重归喜剧类型，但他一贯擅长的喜剧却遭到了观众前所未有的批评。文章基于叙事学理论、接受美学理论，尝试从观众参与、观众批评以及意识形态的隔阂方面来分析影片遭遇批判的原因，着重讨论观众对电影的接受机制以及创作者和观众认识上的差异问题，证明了“理想观众”的虚幻性以及本片不被观众喜欢的必然性。

**关键词：**理想观众；《私人订制》；冯小刚

**作者简介：**韩晓强，男，影评人，电影学博士。（中国传媒大学，北京，100024）

黄钟军，男，讲师，电影学博士，传播学博士后。（浙江大学 传媒与国际文化学院，浙江杭州，310028）；

**中图分类号：**J905.2      **文献标志码：**A      **文章编号：**1008-6552（2014）05-0074-06

毫无疑问，2006年的《夜宴》成为冯小刚电影在大众接受上的一个分水岭，自此之后观众对冯小刚电影的批评声音压过了以往的赞美。从《集结号》到《非诚勿扰》系列，从《唐山大地震》到《1942》，冯小刚都面临诸多的负面批判和质疑，有些是针对艺术角度，有的是针对创作倾向，也有一些批评围绕电影的形式。这些批评声音虽然没有影响冯小刚电影的票房成绩，但无疑让冯小刚的口碑受损。2014年新片《私人订制》又遭遇了新一轮批判，冯小刚也通过微博等新媒体，与批评者展开了隔空论战。

《私人订制》在去年年底上映，票房超过7亿，口碑却极不理想，冯小刚和部分观众的对立也到了一个顶峰。这种隔阂，不但体现在冯小刚与知识分子包括影评人在内的文化程度较高的观众之间，也体现在他与一贯支持他的大众之间；不但体现在关于电影本体及艺术上，也体现在意识形态上。这种隔阂由来已久，因此，冯小刚在戏外论战的同时，在戏内也有相关的隐喻，电影文本里的三个客户都有不同的能指，分别针对三种观众，前两种便是以上提及的两类，另一种则是冯小刚的“理想观众”。针对“理想观众”的概念，我们将在以下的文章中详细解析。

### 一、叙事与游戏，观众参与的程度

在分析《私人订制》中“理想观众”的概念时，我们不妨先从叙事学的角度来讨论。查特曼曾以符号学的交际模式来说明叙述文本中的交流过程（图示如下），<sup>[1]</sup> 图表中涉及六个元素，可称之为六个参与者。其中两个参与者被置于叙事文本框架之外。

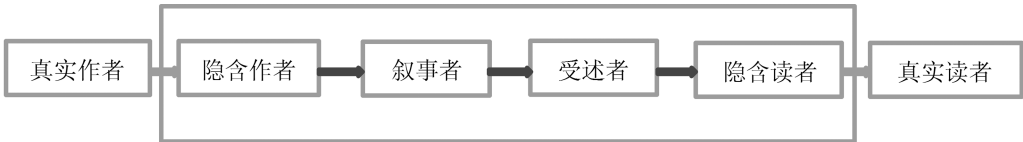


图1 叙事文本

我们把《私人订制》的叙事参与者按这个顺序排列，则可以得到这样的图示：

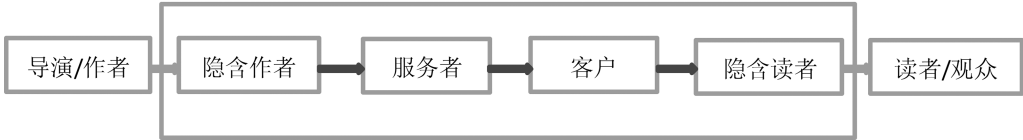


图2 《私人订制》电影文本

作为创作者，影片中的导演自然和叙事学中的作者呈对位关系，而作为接受者，观众和读者也呈对位关系。隐含作者是美国学者韦恩·布斯提出来的概念，<sup>[2]</sup> 为作者的“第二自我”、“隐含的替身”，是叙事中作者的替代者，同样“隐含读者”是读者的替代者。叙事文本中的叙事者和受述者在文本中处于叙述和接受的状态，对应《私人订制》的电影文本，“私人订制”团队和客户之间，同样是叙述和接受，服务和接受的关系。

因为电影中的事件也是“私人订制”团队叙述出来的，所以他们既是叙事者，又是服务者，而客户则是被叙述者。而在同一时空，他们又是受述者（尤其对每个故事说教式的结尾而言），所以这就构成了电影文本的一个叙事结构。但不同的是，由于剧情的设计关系，本片的叙事结构实际还包含一层“戏中戏”的结构，在“戏中戏”中，“私人订制”团队的作用实际上相当于一个微型的摄制组，而客户不但要进入角色，也有某种“间离效果”，于是他们不但扮演了演员的角色，也扮演了观看者的角色。他们的关系可以用以下的表格来简单表示。

表1

人 物	杨 重	白百合	李小璐	郑 恺	客 户
作用和身份	编剧、导演、演员	场记、演员	剧务、演员	助理导演、演员	演 员

在这个微型剧组中，并没有摄影师的角色，但是摄影机的角度完成了替代，客户则处于被看的位置，葛优扮演的角色实际上占据了导演/编剧一体的位置，这也就形成了一个自编、自导、自演的微电影系统。因而电影也不自觉地在第三人称和第一人称的叙事中转换，最典型的就是每一次服务结束之后，葛优总会跳出来进行一番说教。这看似是面对片中的客户，实际上已经是直接面对观众，有一种“说书人”进行总结的叙述效果。这种虚构式的接近荒诞的文本让影片具有强烈的游戏化的特征，康德在《判断力批判》中就把游戏的概念运用到艺术创造和审美上，认为艺术是人过剩精力的产物。<sup>[3]</sup> 而在《私人订制》中，几个客户都是在精力和财力过剩的状况下，借助“私人订制”来解决精神的空虚问题，也进一步说明了游戏和艺术的关系。

这便涉及到“扮演”的问题，在这个设计的戏中戏里，葛优占据导演的位置，观众便移情于客户，在心理层面与之等同，便形成了文本内的一种“配合”，我们暂且称这种叙事为“合作化的叙事”，因为在接受的层面，它需要观众情感的直接参与，与以往的状况不同的是，观众不能从“私人订制”团队身上找到一种自我的投射，因为他们已经俨然是脱离了大众的富裕的一类人。除此之外，这些人也不像《非诚勿扰》中的秦奋一样，用梁笑笑这样一个欲望符号令观众产生自我认同感，反而是客户以各种民间的小人物和俗人的面目出现，更易让人产生移情效果，于是电影中的客户便成为观众的能指。这里最重要的就是“配合度”的问题：观众愿意配合，那就是娱乐性很强的“搭戏”；倘若不配合，整场戏就会被视作“猴戏”。舆论界长久以来都有这样一种看法：冯小刚的电影就是一场“猴戏”，冯小刚便是“耍猴人”，观众则是被耍的“猴子”。这种看法带有一种精英主义的倾向，也代表知识分子观众（以影评人为轴心）的立场。但在普通观众来说，他们之中一些人愿意配合，在其中享受幻觉和快感；另一些人则是保持相对的距

离,态度上不完全合作。

沃尔夫冈·伊瑟尔在《阅读行为》中提到“理想的读者”的概念,<sup>[4]</sup>很多人认为是文化学者或批评家大脑里杜撰出来的东西,毕竟就文学交流而言,建构一个理想读者是不可能的,它必须和作者有相通的代码。而在冯小刚的《私人订制》里,理想观众以第三个客户的面目出现,一切就如宋丹丹最后那句“互相逗着玩”一样,她是装的,但又极其入戏,理解创作者的各种苦衷,配合度极高,达到一种完美的默契,也等于和导演有着相通的代码。然而,正如伊瑟尔不可实现的“理想读者”一样,这样的“理想观众”很大程度上也只是电影作者的一厢情愿而已。

## 二、感性与理性,观众批评的尺度

在电影中,范伟、李成儒、宋丹丹的角色在深层意义上分别指代了三种观众,第一种是缺乏判断力的普通观众,第二种是包含影评人和知识分子在内的文化程度较高的观众,第三种则是具有判断力又能与创作者互动,能对他们产生理解和默契的观众,即“理想观众”。这三种观众,也形成了市场上最典型的划分情形,然而,前两种观众属于普遍性存在,第三种则是极少,甚至是电影工作者所幻想出来的一种理想主义的角色。

显然《私人订制》上映后在观众中的口碑较差,这不仅反映在一贯喜欢批评冯小刚的知识分子和影评人阶层,也体现在广大的普通观众群体中。在第一个段落的末尾,冯小刚甚至安排范伟饰演的角色泪涕交加地读一封悔过书,说明冯小刚对这类观众颇有微词,“群众中间有坏人”就是一种隐喻式的不满,实际上就是对群众的失望。这个占据中国观众最大比例的群体,一直都是冯小刚电影一贯的支持者和接受者,然而自《夜宴》以来,他们对冯小刚的支持发生了明显的动摇,并且转向了批判。客观而言,普通观众中包含两种倾向的人,一部分会被媒体舆论影响而加入批判的阵营,另一部分则仍倾向于通俗的贺岁狂欢,他们的态度始终是不确定的和含糊的。冯小刚借助范伟这个角色(实际身份是司机,能代表大众)虚荣的一面,也隐约地嘲讽了大众缺乏审美和判断力。范伟那两个没有镜片的眼镜暗讽了这类人的“有眼无珠”,这就形成了一个否定的循环——知识分子集团一直否定冯小刚,冯小刚则否定观众的判断力,而普通观众则对影评人无甚好感,却又会受到舆论的影响加入到批判的阵营中去。无论这个循环中有多少口舌上的争议,它仍然和电影产业不存在直接的关系,影片的票房无关口碑好坏,一如既往。

但即使如此,舆论仍会让创作者感受到压力。正是在这个基础上,冯小刚在他精心构思的第二个故事中狠狠地讽刺了一把另一种观众:李成儒扮演的“最俗导演”偏偏要拍一部“雅”的电影,并通过和弹棉花的王宝强换血,成为一个弹棉花的艺术家。冯小刚的讥讽其实直指那些对他屡屡批判的影评人群体,嘲笑了“为艺术而艺术”的概念,在他们和普通观众之间划了一条人为的阶级红线,在这一段落的表述里,冯小刚探讨了电影的本质问题,认为“电影起源于走马灯,就是一俗人乐,门槛低,走的是客流量”;一味追求高雅的人却能蹦出“电影史第八艺术”这样的行外话,等于给他们贴上“一颗俗心充高雅”的标签。“雅中毒”的一场戏充满了荒诞气息,奄奄一息的李成儒最终在声色场所被营救,辛辣地讽刺了这类人表里不一、叶公好龙的本质。

所以冯小刚的批评是俗的对立面,现实中也亲力亲为,因为这部电影上映后负面声音不绝于耳,冯小刚选择在自己的微博里进行了反攻:“我不怕得罪你们丫的,也永远跟你们丫的势不两立。《私人订制》第二个故事就是损你们丫的这帮大尾巴狼,把电影说得神乎其神跟这儿蒙事骗人,好像你们丫的多懂似的。”他将影评人称为“一部分是三七二十八的(称电影是第八艺术的),一部分是怪我打一巴掌揉三揉的”,实际上在指责他们的批评属于恶意的,无事生非的,以批评作为看电影的初衷,为批评而批评,在观看之前就抱定了负面的倾向。在目前,这样的具有写作能力的观众确实也为数不少,但究竟是偏见作怪,还是影片的质量确实不尽如人意,这还是个见仁见智的问题。但这种声音从深层反映出冯小刚对社会

观众的一种意见，不能也不敢直接针对大众表达出来，只能借助影评人这个假想的靶子，在大张挞伐的同时保持着一种大众性的“姿态”。

观众和影片中人物的对应关系，映射出一种审美观里理性和感性的思辨性，就故事中的人物来说，范伟扮演的司机是纯感性的，追求的是纯粹的刺激和快感，而他也确实在扮演“首长”的过程中得到了快感，奢求挑战“色诱”的一场戏就是直接的证明。而在合约结束后，他亦恋恋不舍地表示“明年攒够了钱再来”，在这个过程中，他是纯粹受感官驱动的，并未达到真正的审美阶段；李成儒扮演的“最俗导演”则要追求高雅的艺术，审美的极致，初看似是“理性的人”的最高标准，然而这种走极端的行为，最终走上求道问仙甚至是换血，成就了一个失魂落魄的人“为艺术而艺术”的荒诞结局。在这个过程中他是偏执到怪诞的理性主义者，以变雅为最终目的。最后是宋丹丹扮演的丹姐，既能很快入戏，演得如假包换，玩得一帮人心惊肉跳，又能充分理解他们的辛苦，达成“相互逗着玩”的理解，意味着她有审美的判断力，既有感性的一面，又有理性的一面。而冯小刚以之和观众对应，也有意对“纯感性”和“纯理性”进行着调侃。在他看来，真正的“理想观众”就是理性和感性的统一，<sup>[5]</sup> 而真正的好艺术，就是俗和雅之间的大众文化。但很遗憾的是，冯小刚所认同的理性，只不过是对自己的宽容，他在不知不觉之间偷换着一种概念，达到一种把责任归咎于观众而为自己辩护的目的。也正是在这种状况下，冯小刚把自己放在了观众的对立面。

### 三、官腔与民意，观众意识的倾向

北京电影学院教授倪震指出，“冯小刚导演创造了现代轻喜剧和传统道德伦理片相结合的形式，实现了中国特色的类型综合。冯小刚电影采取幽默调侃、嘲讽审丑的外部包装和道德褒贬、迎合大众的喜剧形式，获得了当代情趣和传统伦理的兼容并蓄。”<sup>[6]</sup> 以往的冯小刚喜剧以国民喜剧著称，视角与大众一致，但在《私人订制》中，他具有了官方意识形态的立场，在他创作的喜剧片中是第一次。

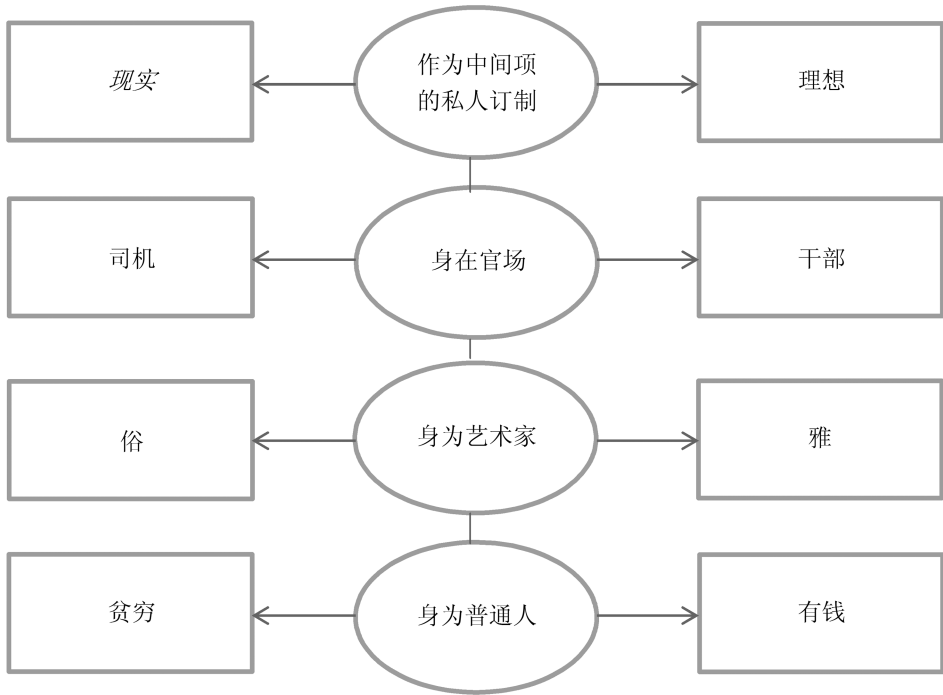


图 3

从列维·斯特劳斯的结构主义方法来看，《私人订制》中以“私人订制”为中介项，沟通了现实和理



想的两极；从司机到干部、从俗人到艺术家、从贫穷到有钱，“私人订制”让原本无法调和的二元结构成为一个未定的三联体结构。作为这个中介项，它反映出权力观、创作观和价值观上的彼此对立。但形成反讽意味的是，私人订制帮助客户实现后者，但在意识形态上却偏向于前者；在深层次上与反腐败、大众文化以及“中国梦”<sup>[7]</sup>相呼应，从而进入了主流意识话语。作为图示右侧一栏的则成为本片文本批评的对象，即腐败和权力崇拜、为艺术而艺术（病态艺术），以及拜金思维。

而这种意识形态的转变，从冯小刚14年间的电影创作中可谓显而易见，即使《私人订制》和《甲方乙方》有着剧情设置上极度相似的一面，但意识形态方面又截然不同。在冯小刚最早的作品中，他始终作为百姓代言人的身份出现，《甲方乙方》中就有通过牺牲自己婚房而成就客户的情节，最终达到了一种“真情流露”；于是他常常有感而发的那种“自嘲”也变成了电影中“成全别人，恶心自己”的招牌式空话，在《私人订制》中，几个主要角色都远离了百姓群体，成为三亚阳光沙滩上享乐的中产阶级形象。此外，《甲方乙方》的讥讽对象包括明星、大款等等，指涉社会上的一些不良现象，他的视线始终和大众的眼光保持平齐，然而在《私人订制》中，这种视线变成了“俯瞰”，范伟拜佛时的大俯瞰镜头，以及民工住宅区以俯拍和降格镜头制造的蝼蚁式的景观，实际上是站在了他之前所讥讽的阶层的角度，以调侃大众来获得喜剧效果，这种转变在电影里显而易见，于是他所以为的“批判政府官员”充其量只是个炒作而已。这种倾向，在冯小刚电影来说也不是突变的，而是渐变的，自从《一声叹息》开始，他就转向知识分子的视角，《手机》里的严守一更是开着宝马车，已非你我中人。<sup>[8]</sup>待他开始接拍《集结号》、《唐山大地震》一直到《1942》，他的主旋律色彩也变得越来越重，这也造成他和底层百姓距离的日渐疏远。

冯小刚非常执著于自己电影的“社会批判性”，他说：“《一声叹息》突破了婚外恋题材禁区；《天下无贼》突破了贼不能当角的禁区；《集结号》突破了战争对人性描写的禁区；《一九四二》突破了对民族历史的解读；《私人订制》突破了对权力的讽刺。我尽了一个导演对中国电影的责任，无论创作还是市场。”但从中国电影发展的历史来看，前四个电影的“突破”都得不到证明，而《私人订制》与其说是对权力进行讥讽，不如说是以主旋律的视角对崇拜权力的心态做出了应有的批判，这是符合时代潮流和时代精神的一面。而一些观众也将电影中的第一个故事认定为“对权力的讥讽”，并对这种因为批判“展不开手脚”表示出遗憾。

《私人订制》的三个故事依冯小刚本人的解释，“第一个说的是土壤，是《一九四二》的现代版，说得还是人民性，如出一辙。第二个故事是嘲笑，但嘲笑的不是俗。第三个故事是白给的，为的是让第一个故事能存活下来。”事实上这三个故事除了针对三类观众之外，同时也对应着三种创作倾向：第一种是主旋律电影，给观众予指导和教化意义；第二种是艺术电影，是以感染人为目的；第三种是商业电影，以赚取利润同时又愉悦观众为目的。于是，倪震老师关于冯小刚电影属于“类型综合”的看法可谓是恰如其分，它不但是类型的综合，而且也将主旋律电影、艺术电影和商业电影的特点归于一统，从《集结号》到《1942》，主旋律的色彩渐浓是冯小刚电影最明显的趋势，艺术上同样也上了一个水准；而商业性则是冯小刚做电影至今都坚持的理念，因而《私人订制》显示出这三者综合的一面，并以喜剧的面貌反映出来。放在电影末尾的向大自然的道歉，则是直接暴露了冯小刚向主旋律电影靠拢的意图。借助几个人向大自然的道歉而把电影本身放入科学发展观的维度，结合时下作为热点话题的雾霾、砍伐、采挖、污水等问题，这个段落和之前的没有直接的联系，属于纯说教的口吻，而说教和娱乐之间必然存在相互抵触的一面，于是从电影文本的意识形态来看，它真正构成了反腐倡廉和中国梦的时代精神，因此《私人订制》不免被纳入主旋律电影的格局中来考虑，便不再具有“国民喜剧”的单纯性。在这部电影里，“理想观众”也被树立成头脑清醒，充满良知，脚踏实地又拥抱“中国梦”的典型，她以救人为契机，感受了浮华社会的虚无缥缈的一面，骨子里宠辱不惊。

## 四、结语：理想观众的虚幻性

综合以上三点，我们可以得到这样的印象：冯小刚的电影历程中存在一种转变，而这种转变，让他在电影文本、情感和意识形态方面都开始疏远大众，《私人订制》则是这三个方面都带着明显疏离痕迹的一部作品，于是他受到观众有感而发的或者针对性的批评，得到有史以来最差的评价，也反映出他自身信誉渐渐透支的事实。然而让人失望的是，冯小刚仍然固执地认为一切都是非己之最，把问题推给观众，甚至和影评人唇枪舌剑，终究还是少了一点艺术家的气度。其实在某些方面，冯小刚尚有些自知，包括他承认“影片的完整度上自己只给五分”，实际上等于认同“电影像小品”的概念，然而这一切在他的话里却成了以退为进，在承认自己作品完整度不高、娱乐性不强的前提下把自己作品的价值拔高到“社会批判”的层次，这种类似诡辩的高超的话语技巧，即使能让部分观众产生同情心理，但在整个大环境下也无异于掩耳盗铃。

“理想观众”终究是个理想的概念，不可能有人和电影导演拥有相同的代码，达到完美的默契。即使是参与拍摄这部电影的员工，涉及创作重心的编剧、摄影、剪辑和制片人，亦会有创作上的不同观念，更何况是远离电影制作而纯粹止于观赏的观众？当然，每一个作者都会祈求“知音”，然而没有高山流水的姿态尚奢求一种高度的“神交”，到头来只会尽付阙如。由此可见，一个电影创作者应保持一种自知和宽厚的姿态，而不宜时时喊冤叫屈，更不宜封闭于自矜和幻想中，期待一种“理想观众”的长成。正如冯小刚在自己的微博中所说，“第三个故事是白给”，在电影里也确实是白给的，不付钱白享受的“理想观众”其实等于是买来的，于是这种说法，也等于给自己的观点加了一个有力的否定。

### 参考文献：

- [1] Seymour Chatman. Story And Discourse [M]. Coenell University Press, 1978: 151.
- [2] [美] 布斯. 小说修辞学 [M]. 华明, 胡晓苏, 周宪译. 北京大学出版社, 1987: 80.
- [3] [德] 康德. 判断力批判 [M]. 邓晓芒译. 人民出版社, 2002: 166.
- [4] [德] 伊瑟尔. 阅读行为 [M]. 金慧敏译. 湖南文艺出版社, 1991: 34-37.
- [5] [德] 席勒. 审美教育书简 [M]. 冯至等译. 上海人民出版社, 2003: 44.
- [6] 倪震. 电影叙事：类型传播空间的拓展 [J]. 当代电影, 2006 (4): 58-61.
- [7] 王一川, 张颐武等. 众说冯小刚 [J]. 当代电影, 2006 (6): 35-47.
- [8] 戴锦华. 冯小刚归来 [EB/OL]. 央视百家讲坛. 2005-2-4.