

# 香港和大陆喜剧电影中“衰男”形象的流变与解析

宫小昀

**摘要:**首先对上世纪70年代后的香港及80年代后的大陆喜剧电影中每一阶段代表性的“衰男”银幕形象的发展历程做出简要梳理和区域性对比,探究“衰男”银幕形象在两地的演变过程及相互关联;其次,分析和解释两地多年以来“衰男”银幕形象层出不穷与吸引眼球的几方面原因,即在社会变动或转型过程中部分观众受挫心理的“脱敏”需要,以及后现代思潮中碎片化等思维方式和女权主义崛起与之具有某些契合之处等。同时,提出了对今后该类影片形象塑造的希冀。

**关键词:**香港和大陆喜剧电影;“衰男”形象;流变过程;缘由解析

**作者简介:**宫小昀,女,戏剧与影视学硕士生。(上海大学 影视艺术技术学院,上海,200072)

**中图分类号:**J905

**文献标志码:**A

**文章编号:**1008-6552 (2015) 02-0095-07

“衰男”一词起源于互联网,概念则来源于香港的方言“衰仔”,意指男性中的那些运气差的倒霉鬼或者不上道的败家子等。由于“衰男”的气质中多存在闹剧和滑稽成分,有博人开心的喜剧效果,因而该类形象较多地存在于喜剧电影中。作为喜剧电影中的形象,“衰男”的特征则根据剧情的需要而被多向度拓展,如自身条件不佳但本性尚可,格调不高且处世态度轻佻,想出人头地却通常处处碰壁;大多出身草根但家底殷实,受命运捉弄而运气不济,想达到目的却不断受挫;做事南辕北辙、屡败屡战,但有时却歪打正着,出乎预料地获得成功,出现圆满的结局等等。衰男形象在香港和大陆喜剧类型电影中经历了数十年的流变,各个时期的衰男呈现出不尽相同的“神情”。纵观香港喜剧电影史,从上世纪70年代占据影坛一席之地的许氏兄弟,到90年代炙手可热的周星驰,再到新千年脱颖而出的郑中基等人,都因成功塑造了令人印象深刻的“衰男”形象而为观众所熟知。无独有偶,陈佩斯、葛优、黄渤等大陆影星因颇具造诣地饰演了诸多类型化的“衰男”形象而成了大陆喜剧电影的中流砥柱,连续数年创造票房神话。其实,上述喜剧电影中的衰男形象,绝非只因其单纯地制造笑料或营造某种整体诙谐的气氛而走红,它是现时代娱乐化背景下大众文化中“反英雄”心态的直观表达,是诸多受众希冀衰男形象对某些生活内容进行调侃、解构的群体性心理期待,是社会变动或转型过程中必然出现的文化症候。探析两地喜剧影片中的“衰男”形象流变,透视受众文化心理与电影创作的互动关系,将会对把握“华莱坞”电影产业变化发展的某些特点有所启迪。

## 一、回溯香港银幕上的“衰男”群像

香港的一部短片《偷烧鸭》开诙谐默片之先河,之后,虽然影片类型繁多,但是喜剧片一直是香港电影最重要的类型之一。上世纪70年代,“衰男”形象与英雄形象分别存在于喜剧片和功夫片两大电影类型中,成为70年代香港电影的两大潮流。李小龙、狄龙、姜大卫,陈观泰等老一辈银幕硬汉如日中天,兼有张彻、罗维、岳枫、倪匡等老一辈知名导演、编剧相互扶持,于是香港武侠动作电影进入全盛期,阳刚霸气的硬汉成为银幕主流形象。在功夫片热度尤甚时,与刀客剑侠、孤胆英雄等热血男儿几乎完全处于对立面的衰男形象,大量出现在此时红极一时的许氏兄弟的电影中,并且多由许氏兄弟塑造,成为此时许氏“鬼马喜剧”最具表现力的元素。《半斤八两》中,许冠文饰演的黄若思虽为私家侦探的社长,却没有领导应有的气派、威严和智慧,反而总是自作聪明,无时无刻不陷于被整蛊

的困境中,丑态百出、颜面尽失。而在《摩登保镖》中,许冠文扮演的护卫教官,同样因为贪生怕死和苛刻吝啬而备受戏弄和霉运折磨。其他类似的衰男形象也还有很多,比如《天才与白痴》、《鸡同鸭讲》、《打工皇帝》、《新半斤八两》等等。在叙事上,衰男形象总是倒霉不断,行为表现与受传统观念所推崇追捧的“英雄”形象截然对立,他们总是渴望成为英雄却事与愿违。故事背景立足当时的香港社会,反应出在快速发展的工业社会背景下,资本压榨剥削、雇佣关系紧张;而衰男群体的遭遇不正是小市侩们的手足无措和挣扎求生的写照?一般而言,工业飞速发展和资本加速积累的时期往往也是人情最为淡薄、贫富差距拉大的时期,此类衰男形象多因为人刻薄、贯彻实用主义原则而处处碰壁,头破血流后妥协,从与人对立回归到与他人合作共处的关系。他们作为一个彻底的“失败者”的身份,呈现驾驭生活和工作的无力,引发了一件又一件“失败”的事情,从而使电影呈现出喜剧性。

20世纪90年代后期,香港电影在极盛之后出现动力不足、发展疲软之态,加之金融危机的影响,周星驰的“无厘头”喜剧成为当时香港电影最炙手可热的招牌,其塑造的“衰男”喜剧占据主流,成为独特的个人符号。“衰男”从刻薄刁钻的形象演变为胸无大志、玩世不恭、屡屡受挫但生命力极强,往往在紧要关头化腐朽为神奇,歪打正着而取得成功的群体。除了继承70年代衰男群体的“倒霉”特质外,其他的气质可谓差异甚大——角色设置具有相当颠覆性,行为举止时而打破常理逻辑,人生态度弥漫着戏谑、轻浮,致使影片充满恶搞、无厘头的气味。如果说早期许氏兄弟电影中的衰男是“有心做好事,却总做错事”,那么周星驰电影中的衰男则演变为“无心做好事,也总做错事”。衰男形象不再是想做英雄而不得,而是具有了“反英雄”的特质。“衰男”多为混迹市井的小人物或者怀才不遇的落魄者——身处社会底层,生活荒诞无稽,处世态度随意轻佻,脑筋大条且举止夸张,胸无大志、饱受愚弄。但此类人物往往具备某种超越常人的隐性特质,譬如善良,譬如矜持,其往往在遭遇无可逆转的危机时爆发能量,于是能在影片高潮前后打破宿命,以一种意料之外、情理之中的方式达到皆大欢喜的目的,然后又迅速被“打回原形”。最突出的例子莫过于《喜剧之王》(周星驰/李力持导演,1999年),片中“衰男”尹天仇(周星驰饰)极度醉心戏剧,“我要当演员”这句口号成为其人生的终极目标,平时除了在剧组跑龙套外,他还在街坊福利会里开设演员训练班。可惜自身条件有限,戏路对不上众多导演的口味,于是遭受了无数的白眼和蔑视,连想吃一份剧组盒饭的简单愿望都无法实现。但终归老天有眼,尹天终于靠自己勇于钻牛角尖的精神与跌倒了原地再站立起来的强大内心能量得到了大明星娟姐(莫文蔚饰)的赏识,同时又得到了夜店当红歌妓飘飘小姐(张柏芝饰)的芳心,还在阴差阳错中协助卧底警察(吴孟达饰)破获了一起大案。虽然最终没能如愿以偿地担任某新片的男主角,但这些经历让他获得了一次脱胎换骨般的新生。类似的“衰男”形象在周星驰诸多电影中都有表现:《九品芝麻官》中的包龙星、《唐伯虎点秋香》中的唐伯虎、《大话西游》里的至尊宝、《少林足球》中的阿星、《功夫》中的阿星等等。

周星驰电影的大获成功也说明具有“屌丝”特质的“反英雄”衰男群体大受观众欢迎。米兰·昆德拉说过,“愚弄:(是)不认真对待世界的积极办法”。<sup>[1]</sup>“不认真”对待世界的衰男,以无所谓的态度接受生活愚弄、游戏人生,又像打不死的小强一样“顽强”地存在,最后反而出现反转和奇迹,这本身就是对胸怀大志、不遗余力的“英雄”的调侃和叛逆,给大众传递了一种积极的暗示:不管有多衰,只要不放弃,总会有奇迹。这对处于金融危机中的香港人来说,无疑有着重要的精神宣泄和抚慰作用。而这种“反英雄”的人生态度更多被年轻人接受,他们更愿意选择一种“消极的积极”的态度、叛逆戏谑的姿态应对循规蹈矩的生活,并将之作为个性标签。

新千年来,一系列“衰男”形象在香港喜剧电影中相继出现,不过多已是先前经典影片中角色特质的汇总重叠。以《龍咁威2003》(谷德昭导演,2003年)为例,郑中基饰演的亿万富豪之子龙威恣意任性,挥霍无度,结果被其父一气之下送入警队。在经历了一系列奇遇般的事情及现实的无情打击

摧残后，个人整体上都获得了提升，开始学会去料理自己的人生。如果说《龍咁威 2003》还能看到人物清晰的成长线索，属于一部“衰男”式的成长喜剧电影的话，那么其续作《龍咁威 2 之皇母娘娘呢》（谷德昭导演，2005 年）则是一部将恶搞与奇遇进行到极致的喜剧电影，人物基本依仗夸张的肢体动作与过度的情绪反应，加之接二连三囧态百出的倒霉事与结构性反转博人眼球，但此时人物的成长已不重要。衰男龙威与周星驰喜剧系列中的衰男相比，虽依旧荒诞无稽、随意轻佻，但角色所具备的成长的转变和救赎的意义弱化，人物言行毫无逻辑可言的恶俗喜剧效果被提到了一个相当重要的位置，由此导致了恶搞有余而喜剧性的力度不足的结果。这就是不仅在衰男形象塑造上，而且在题材和想象力上，乃至在造成的影响上，《龍咁威》系列都无法媲美周星驰系列喜剧的根本原因。而近年大多以“衰男”为主打招牌的香港喜剧电影大致延续《龍咁威》的路子，不得不承认这是当今香港喜剧电影的某种缺憾。

## 二、大陆电影中“衰男”形象的崛起

比之香港，大陆喜剧类型电影的发展可谓是另一番光景。大陆喜剧电影中“衰男”形象主要出现在上世纪 80 年代之后。伴随改革开放的推进，大陆社会逐步转型，政治、经济、文化快速的发展，决定了新时期大陆喜剧电影较之香港呈现出大相径庭的态势。改革开放后，中国门户向世界敞开，资本开始冲击并渗透进每一个家庭的生活中。特别是进入到 90 年代以后，从计划经济体制向市场经济体制的转变促成了启蒙文化向大众文化、审美文化向消费文化、知识分子精英文化向媒介平面文化、高雅文化向世俗文化的过渡和转型。<sup>[2]</sup> 经济体制的转变导致社会生活各方面快速变化，流行文化的兴起带来新的文化思维，传统价值观的转变无法跟上快速变化的现实，因而正在形成的市民价值观与传统价值观产生冲突，由此引发的家庭冲突、人际关系紧张，使得人们日常生活中充满各种困惑和不适。这时期的喜剧电影多有表现经济形态变化中人们日常生活和人际关系的种种转变和冲突，典型的就有陈佩斯的“二子”系列、《上一当》、《离婚大战》、《喜剧明星》、《大撒把》等等。这时，随着社会转型，大陆的喜剧电影形态无法延续之前“歌颂性喜剧”和“讽刺性喜剧”的范式，而更多表现出向香港电影借鉴的痕迹，在“二子”系列中不难看到许氏喜剧的影子。但是，与香港喜剧中将“衰男”被捉弄后的匪夷所思的行为放大来营造笑料相比，大陆这个阶段喜剧中的“衰男”形象并非仅仅靠插科打诨来营造幽默，而是与鸡毛蒜皮的日常现实事件结合得更为紧密——他们多在与父辈的约束作“斗争”和与周围环境磨合的过程中引发诙谐的故事。就像杨新宇在《陈强陈佩斯父子喜剧片散论》中说的，“搞笑需要演员表演出无价值的可笑的一面，无价值的一面只有与社会现实相联系，才会使观众产生欣慰的笑声，而演员的这种自辱式、丑角化的表演才会体现出应有的意义。”<sup>[3]</sup> 80、90 年代银幕上的“衰男”形象大多成为时代背景的观照。

20 世纪 80 年代中后期至 90 年代初期，由陈佩斯塑造的衰男让观众看到这样一种现象，即在改革开放的大时代背景下，那些追逐梦想、渴望过上小康生活的小人物们是如何在此种剧变中选择自己的生存方式并实现自己的心理期待的，而这个过程注定充满聒噪、荒唐、艰辛乃至悲剧。《顽主》（米家山导演，1989 年）中的三个青年无所事事，创办超前于时代的“三 T”公司，三人也因为处理琐事而烦恼狼狈。时代的发展给普通人的生存带来了新奇景观的同时，也带来了更多欲望得不到满足的烦恼无奈。《喜剧明星》（刘国权导演，1991 年）里的“梁子”一心想做演员，无心工作而丢了饭碗，进组后不受重视只能演一些跑龙套的小角色，又因摔伤腿，只好无限感慨，重新再来。从《父与子》（王秉林导演，1986 年）到《爷俩开歌厅》（陈佩斯 / 丁喧导演，1992 年），对陈强、陈佩斯父子其间的数部影片进行粗略规整，不难发现“转行”、“失业”、“创业”、“赚钱”是这时期喜剧电影的关键词。“二子”与当时日常生活中的社会群体并无二致，其所进行的一切诸如讨价还价，推陈出新，削尖脑袋赚

钱等社会活动并没有颠覆日常行事的逻辑,人物没有明显的夸张言行,表现比较生活化。而“二子”一系列的电影中,多涉及父子冲突,而父亲与儿子作为两代人,在思维方式、价值观方面都有着明显冲突,父亲顽固保守,儿子热血叛逆。二子不务正业,与周遭同样出身平民的街坊邻居哥们儿组成一团“泼皮户”,想赚钱却没个正经样儿,时刻被困扰在破包谷、烂稻草般的琐事纠葛中,他的创业行为和不正经做事的态度常遭到观念传统的父亲的反对责备,无奈父亲体力精力敌不过年轻人,只好任随他们折腾,甚至连父亲也时时被卷入一团乱麻般的倒霉事中。父子两代的冲突正是传统和现代的抵牾,与时代背景更是紧密关联。在宛如闹剧的现实面前,如何在夹缝中用小聪明、小动作谋得一己之利?在想方设法谋利的过程中,他们自身的缺陷就被大时代背景下人们癫狂式的淘金热所带来的负面影响加以放大且典型化,他们的行为也就被强加进了某种类似游戏人生的态度,由此成了笑料,“衰”也就这样产生了。

数年后,时代开放程度尤甚,“出国热”风行,此时涌现出一批受困于时代大潮的“衰男”群体,与他们紧密联系的往往是“出国”这个话题。他们大多在爱情上失意,对时代变化产生“过敏反应”,折射出时代背景下某些男性吸引力的丧失。在《上一当》、《大撒把》、《离婚大战》、《没完没了》等多部喜剧片中,男主角留不住美人的芳心,徒留困窘、落寞和对命运的摆布之无奈;作为男性的自信和吸引力输给了“幻想中的美国”、“敢于冒险的时代精神”等。资本越是对日常生活的影响日益明显,“衰男”的无力就愈加真实。在众多的国民将外国视为“天堂”,想尽办法出国去的时代,衰男们一方面抱着“吃不到葡萄说葡萄酸”的心理鄙弃人们对出国的狂热和“崇洋媚外”,一方面因自身能力有限,作为男性的威严、魅力和对家庭的主控力在时代潮流中黯然消退。衰男们面对爱情的失败,正是几千年来以男性为主导的文化价值传统的瓦解。银幕上呈现出“阴盛阳衰”的格局:女人们汲汲求发展,男人则站在原地自怨自艾,对生活不知所措。葛优早期主演过的多部喜剧电影皆是反映出此种问题,衰男们之“衰”,由“创业曲折”转移到“感情落魄”。正如电影《顽主》、《大撒把》和《离婚大战》中所呈现的,在市场经济风靡开来,社会贫富阶层开始拉大的时候,人们更多以金钱多少来衡量人的成功与否。即便男主角并非对家庭失责,但由于其资质平庸、随遇而安,缺乏积极的冒险精神,因此被嫌弃:“没出息”!在家庭话语权上明显处于弱势,甚至处于“失语”状态,不得不接受自己的爱人离开的现实。

从《甲方乙方》(冯小刚导演,1997年)伊始,冯小刚电影凭借其“铁打的‘贺岁片’,流水的女演员,不变的葛优脸”的经营之道在大陆票房一路走红。<sup>[4]</sup>葛优塑造的众多“衰男”角色去除了早期形象的质朴和青涩,多了几分狡黠、油嘴滑舌和对生活的解嘲。“衰男”形象的身份也横跨了社会的多个阶层。他们有的处于社会底层,有的拥有一定学历和生活能力,但他们之“衰”体现在他们一开始就置身于极不稳定的生活危机中:工作不顺、私生活或家庭生活较失意,可能单身、可能已经离婚或处于离婚的危机当中,脆弱的平衡随时可能被打破。参考历年的冯氏喜剧,衰男的不同身份有包车司机(《没完没了》冯小刚导演,1999年)、在洛杉矶混日子的北京人(《不见不散》冯小刚导演,1999年)、电影制片厂摄影科下岗职工(《大腕》冯小刚导演,2001年)、著名主持人(《手机》,冯小刚导演,2003年)、没固定工作的海归(《非诚勿扰》,冯小刚导演,2008年)等等。他们并不属于那种忠厚老实且踏实工作的本份人,大都有赚钱的野心,也多鬼点子和小算盘,甚至有时干出一些触及道德底线乃至钻法律空子的勾当。但与其说他们一门心思扑在淘金上,不如用“混”这个字加以概括——混生活、混社会、混感情,去向飘零不定、人生味同嚼蜡、精神颓废贫瘠、感情几近空白,他们对现状妥协,不拼搏不强求,面对现实而无法遏制的无助与迷茫是他们“衰”的根源。

《甲方乙方》里呈现了一群想要活在想象中的人,既有想当将军的小市民,也有厌倦锦衣玉食,渴望回到乡村过“苦日子”的大老板等。这些人物之所以如接连登场的小丑般令人啼笑皆非,皆因为他

们无法正视现实，在当下的生存环境里，采取“造梦”的方式对过去的生存状态和人际关系进行重现和架构，认为只有回到过去，生存才是有意义的。这种逃避的心态折射出相当一部分人对社会转型过程中相应的生活状态和人际关系变化的焦虑、抵触以及无奈。《大腕》中尤优偶遇好莱坞导演，继而卷入各商家筹办喜剧葬礼的荒唐的“赚钱派对”中；《手机》中名人严守一在利用手机掩盖其道德沦落的隐私时，也由手机暴露了他的欲望和假君子的嘴脸，由此对光怪陆离的商业社会和公众名人的表里不一狠狠嘲讽了一把。这时期最具代表性的“衰男”群像，在被捉弄的同时仍不忘幽默调侃，其身上固有的市井气反而为自己增添了可爱。他们往往言语油滑但一针见血，嬉笑怒骂间迸出“葛氏”名言，在戳中笑点的同时也就戳中了观众的软肋；笑中带刺，刺扎很多人固有的市侩气，刺扎社会转型中出现的物欲膨胀现象，在戏谑中引导社会思考，承担了某些社会教化的职能。

1997年香港回归，周星驰喜剧片风靡大陆，深刻影响到大陆喜剧片的创作风格，“无厘头”喜剧逐渐流行开来；大陆、香港合拍片的开启为大陆影视资源输入新鲜血液，喜剧形式更加多元融合和国际化。喜剧电影发展到现在，在延续以往台词幽默的基础上，“包袱”设置更多样、缜密与出其不意，叙事结构也更加波澜逶迤，扣人心弦。相对应的，新千年后，“衰男”形象在大陆喜剧电影中俯拾皆是，几乎每部喜剧片都有一个或多个“衰男”充当主角或者配角，以增加影片的喜剧性和娱乐性，而“衰男”群体在银幕中也呈现得愈加疯癫和狂欢化。今日大陆喜剧电影中的“衰男”群体可谓“将衰进行到底”，不再有任何体面可言——形象丑陋、举止猥琐，地位较低、身世沉浮、身份边缘等元素几乎成为现今“衰男”的关键词。不论是作为“衰男专业户”的黄渤，还是那位从出道伊始就被贴上“憨傻式衰男”标签的王宝强，他们都无一例外地演绎了一类长相磕碜、运势糟糕的边缘人物：混迹于社会最底层，游离于社会主流之外，人物外形狼狈邋遢，行为猥琐可笑，是彻头彻尾的“衰男”。概括来说，过去大陆喜剧电影中的“衰男”更多是由适应环境来引发闹剧，他们并没有意识自己“衰”的本质，更不会主动将自己划归“衰男”行列，其身份依然属于社会主流中的市侩阶层。而黄渤出演的“衰男”，从一开始就带着一种无父无子、无君无主、无依无靠的“三无主义者”姿态，<sup>[5]</sup>同时显现着一种“以衰为荣”的痞子精神，向边缘人靠拢。近年来黄渤在喜剧片中塑造的数量庞大的“衰男”形象，成为近些年来代表性的银幕“衰男”群体。观众熟知的有《疯狂的石头》（宁浩导演，2006年）中的倒霉窃贼、《疯狂的赛车》（宁浩导演，2009年）中的落魄车手、《斗牛》（管虎导演，2009年）中的奇葩农民、《蛋炒饭》（陈宇导演，2011年）中的智障厨师、《人再囧途之泰囧》（徐峥导演，2012年）中的疯狂商人等等。值得注意的是，黄渤主演的诸多喜剧电影，往往“谐趣快感与视觉痛感、喜剧形式与悲剧内容在后现代语境中杂糅共存”，<sup>[6]</sup>人物处境引发观者怜悯与思考。一方面，“衰男”因其自身悖谬的行为引人发笑，其为了喜剧效果采取的“自辱”和自我丑化更加强烈，经历和行为更加荒唐。徐峥变身满嘴脏话、思想齷齪的混世流氓，就连邓超也甘愿穿上奇形怪状的衣服、打扮成各种令人鄙夷的造型来表现“分手大师”的荒诞无稽。另外，一些“衰男”电影立足于表现时代进步中人对自身定位的迷茫。《窃窕绅士》讲述男主角曾天高想跻身上流社会的“暴发户”，通过各种方式来试图将自己改造成“高富帅”而抱得美人归的故事。影片中有钱但缺乏内涵的曾天高幻想进入上流社会，其采用的诸如“内外兼修”的包装和招摇过市的自我营销都无比滑稽荒唐。

大陆喜剧片创作深受香港喜剧片的影响，香港回归后，尤其在2003年CEPA的签订，大陆、香港开启合拍片历程，之后合拍片数量不断走高。大陆、香港电影不仅在导演、编剧、演员等方面呈两地合作，而且在人物形象和影视风格等方面也趋于一致，真正“港味”十足的影片在近年已不多见。《宝贝计划》、《越光宝盒》、《西游降魔篇》、《中国合伙人》等等合拍喜剧片陆续在两地上映，供两地观众消费，影片中“衰男”的地域性特征已不明显。

### 三、解析“衰男”形象走红：正面与负面

如今银幕上的“衰男”与作为欲望凝视对象的“暖男”、“小鲜肉”、“帅大叔”形象在多方面都形成鲜明的对比。以往喜剧电影中的“衰男”形象从没像今天这样，从外形到人物的言行上都让人感觉如此粗俗化、疯癫化；受众对具有偶像气质的“美男子”的“男色”消费一直是电影票房的重要来源，然而当下人们对“衰男”消费的势头强劲，甚至有超越“美男”而欲罢不能的地步——“衰男”黄渤晋身影帝，坐拥“亿元俱乐部”，而徐峥的《人再囧途之泰囧》则在2012年刷新了中国电影的票房纪录。怎样说明电影市场上的这种消费文化奇观，也许是不少人在内心揣摩的问题。在此找出如下几方面的缘由，尝试着对这种文化奇观作出一定的解析。

首先是在社会变迁或转型的背景下，人们不同程度地因生活中的种种挫折或不适而产生焦虑，喜剧影片中的“衰男”形象恰好使观众完成了受挫心理的“脱敏”，从而使他们产生出莫名的快感，这是“衰男”形象得以走红的隐性依据。在心理治疗中，美国学者沃尔帕创立的“系统脱敏疗法”目前盛行于欧美等地，其基本做法是使一个原可以引起焦虑的刺激，在处于全身松弛状态下的病人面前重复暴露或显现，从而使刺激逐渐失去引起焦虑的作用。<sup>[7]</sup> 如一个因被猫抓过而对猫很恐惧的女孩，在她处于放松的状态下，让她先看猫的图片，接触玩具猫，然后看真猫，最后接触真猫并与它玩耍，从而消除对猫的恐惧，获得某种身心的轻松感。<sup>[8]</sup> 由此可见，那些因生活中不如意或不同程度被挫伤的受众，内心如潜流涌动着焦虑或恐惧感，他们在影院的轻松环境里，通过感受影片上“衰男”群体毫不掩饰的倒霉经历而产生了心理上的“脱敏”，在虚构和现实相似的人生节点上产生共鸣，随着“衰男”的屡败屡战和自我成长而解除了对不尽如意的生活的恐惧或焦虑；一旦“衰男”们歪打正着地获得意外的成功，更是给受众注入了强心剂，让他们激发起对偶然的机遇的憧憬，其身心的快感就不言而喻了。总之，银幕上“衰男”的嬉笑怒骂就像一剂剂良药，让受众在观影过程中进行精神疗养，就算走出了影院，药效还将依旧发挥作用。在这种说不清、道不明的感觉作用下，受众追捧“衰男”形象也就不足为奇了。

其次，喜剧所产生的娱乐效果能减轻甚至消释受众在市场或职场竞争中积淀起来的精神压力，缓解快节奏的生活带来的疲惫感，暂时消除因社会分层的差异性日渐增强所造成的自卑感。而“衰男”形象与喜剧的娱乐性恰好有较多的契合之处。早在几千年前，亚里士多德就在《诗学》中指出：“喜剧倾向于表现比今天的人差的人，悲剧则倾向于表现比今天的人好的人。”<sup>[9]</sup> 他的观点显然在今天依然适用。市场经济条件下，人们为获取更好的生存境遇或新的发展而辛勤拼搏，快节奏的生活在给予人们光怪陆离的消费体验的同时，也带来工作、家庭等各方面的生存压力，而娱乐能释压和麻痹生活之不快感；人们通过娱乐途径来短暂喘息，消除疲惫而再次投入快节奏的生活，喜剧电影自然而然地承接起此项功能。喜剧中的“衰男”形象由于处境倒霉，产生诸如巧合、错位、反转等等滑稽效果，既成为受众获得心理宽慰的投射对象，又能使他们在哈哈大笑中缓解压力，化解不满。当人们因疲于应对快节奏的生活而走入影院时，因银幕上的人“过得比我倒霉”而开怀一笑进而放松身心，已成为受众潜意识中的一种诉求。“衰男”群体像小丑一样插科打诨出尽洋相，观影过程中不断加固自我优越感的受众则倍添自信和尊严。观众尽情嘲笑“低劣”的“衰男”，也对自身优越的认同加深，无形中消解了现实的压力。正是出于消解压力、增加信心以应付生活的目的，人们愿意一再观看“衰男”电影，完成对自身优越感、自信心的重复认同和加强。总之，娱乐时代影视受众麻醉神经、身心释压以应对快节奏生活及生存条件对比悬殊的现实境遇的精神需要，成为“衰男”形象盛行的又一个重要原因。

再次，多元文化背景下后现代社会的那种不确定的、破碎的、反正统的、破坏性的流浪者思维，<sup>[10]</sup> 成为“衰男”形象走红在思维方式上的助力。在全球化的时代，前现代、现代、后现代社会思潮并存

杂糅，编织着色彩斑驳的文化景观。后现代社会与后工业社会、信息社会、高技术社会、传播媒介社会所指的大致是相同的时代，其文化特点是互文的。一个时代的信息方式塑造了人们的思维方式，在后现代社会中，“全世界一切空间都在一夜之间集中为电视屏幕上的各种形象的拼贴”，<sup>[11]</sup> 电视广告不断切碎完整的叙事情节，网络信息更加使人在无数的意义符号中频繁地转换着思维。“持续的不稳定性使自我去中心化、分散化和多元化”，<sup>[12]</sup> 即是后现代社会中信息方式的后果之一，由此造成了上述的流浪者思维方式特征。而喜剧电影中赋予诸多“衰男”形象的特征，如混迹于社会底层，游离于社会主流之外，人物外形狼狈邋遢，行为猥琐可笑；混生活、混社会、混感情，去向飘零不定，做事南辕北辙；受命运捉弄，运气不济，想出人头地而又没有正确的人生目标，处处碰壁而又歪打正着，意外地获得成功等等，这些特征与后现代的那种流浪者思维的高度契合，不禁令人感到“衰男”形象即是这种流浪者思维的人格化或典型化的艺术表现。因此，诸多受众对“衰男”形象的接受乃至追捧，有着思维方式上的深层根源。

最后，解析“衰男”形象走红的缘由，还不得不提及后现代语境中女权主义的崛起。后现代主义话语“开始解构理性、知识或者自我的观念，”也同时解构着性别文化中男性为主导的权力结构。<sup>[13]</sup> 这种解构并非主要呈现在理论的层面，而更多地是萌动于社会心理的诉求中。在当代社会中，女性受众对具有偶像气质的“美男子”的“男色”消费成为电影票房的重要来源，已经是这种诉求的显示；当下女性受众更呈现出对“衰男”形象消费的猛劲势头，甚至达到了超越对“美男”的消费而欲罢不能的地步，可见其上述诉求的加剧。银幕上作为欲望凝视对象的“暖男”、“小鲜肉”、“帅大叔”，已经颠覆了以往将女性的倩影作为影视中主要的被观赏对象的性别文化设定，而今，“衰男”群体异军突起，让诸多的女性受众从他们的那种外形狼狈邋遢、行为滑稽可笑、神情粗俗疯癫、命运困态百出的人生演绎中，朦胧地感受到了女性自身的幸运和优越，体验到了其中透露出的性别文化变迁所给予的快感；同时，在银幕上虚幻的情景中解构着男性为中心的权力关系，一种女权主义的心理诉求得以达成。由此，也就可以理解“韩流”频频袭扰的缘由，同样也就找到了阳刚霸气的硬汉形象为何逐渐让位于“暖男”、“小鲜肉”和“衰男”形象的谜底。总之，当代社会中性别文化的变迁、女权主义的兴起和男女平权观念转化为影视女性受众的心理元素，也使广大女性观众在潜意识中对“衰男”形象持欢迎的态度，这就更让“衰男”形象具有了巨大的市场号召力。

#### 四、结 语

从开始的喜闻乐见，到如今的井喷式爆发，“衰男”形象紧紧地与时代发展的脉搏相扣，已然在大陆和香港两地的电影市场及观众的脑海中深深扎下了根基，成为了一种不可忽视的文化现象乃至一种文化热。日渐繁杂且压力剧增的现实生活让人们疲于奔命、气喘吁吁，“衰男”形象成了调剂生活、调侃人生的一味良药，使人们暂时从纷扰中抽身而出，收获片刻的轻松愉悦。然而，事物终有两面性，伴随“衰男”群像大热而来的是一种良莠不齐。现如今，追求景观化成为喜剧电影最重要的呈现手段，宏大叙事所倡导的信息完整、统一的特性已经被碎片、越界和杂糅取代。面对媒体舆论强势的宣传和导向，大众的自主选择能力减弱，人们不再对叙事的逻辑和人物的合理性有恒定的要求，不再对观影后获得有价值的信息产生迫切的期待，而往往以是否在直观上获得片刻的刺激与娱乐作为观影的评价标准。快餐式的视觉消费使得越来越多的“衰男”喜剧情节结构混乱、不合逻辑，不少“衰男”形象塑造潦草扁平，莫名其妙；而渗入影片各处的庸俗气息使得喜剧渐变为廉价的感官刺激。“衰男”群体使出浑身解数“耍宝”以取悦大众，但笑声过后余味不再；除了演员熟悉的面孔，已不多存令人印象深刻的银幕“衰男”形象。在现今喜剧大热的同时，我们不得不承认，娱乐时代的弊端越来越清晰地浮现于“衰男”群像的塑造中。当然，也有某些优秀、精彩的“衰男”形象仍在不断出现，（下转第117页）