

底层叙事的认知错位

——基于观众数据的《无名之辈》研究

王娅姝 王宜文

摘要：文艺理论密切关注叙事作品及其接受间的关系，并试图厘清二者间是否存在一致对应性。霍尔等人认为，观众的解读行为使叙事文本的固定意义逐渐松动。文章选取2018年重点影片《无名之辈》，采用实证研究的方法，获取到观众对影片的具体接受数据。文本建构层面，影片通过多线叙事，形成了小人物的命运侧写，透露出底层叙事底色。然而在接受层面，数据发现，影片事实上并未获得底层观众的认可，反而是触动了高学历、高薪、年轻的观众群体。根据这一问题，文章分析、讨论了《无名之辈》在文本表达与接受认知上的错位现象。

关键词：现实主义；底层形象；电影叙事；观众认识

作者简介：王娅姝，女，博士研究生。（北京师范大学 艺术与传媒学院，北京，100875）

王宜文，男，教授，博士生导师。（北京师范大学 艺术与传媒学院，北京，100875）

中图分类号：J905.2

文献标识码：A

文章编号：2096-8418 (2020) 02-0066-09

一、文本生产与观众解读

斯图亚特·霍尔在其著名的文章《制码与解码》中，强调了大众媒体文本意义的不确定性。在霍尔看来，以往依靠单向传播、被主流意识形态所结构进而仅有固定意义的文本已逐渐消失；曾被文本“询唤”、默认自身主体位置的观众，也不再居于被动，而是逐渐生成自主、多样的解读。

霍尔将观众的解读划分为三种，分别是“主流解读”“协商解读”和“对抗解读”。^[1]面对大众媒体文本，主动解读的观众默许主流意识形态及其生产出的主体性，对文本内容自觉深度认同；采取协商解读的观众部分认同文本的意识形态，但会倾向于排斥同自身状况相异的部分；采取对抗解读的观众，则以激进和逆反的姿态拒绝文本，形成有自主立场的、对位的解读。霍尔的理论，实质是从接受的角度，扭转了“文本——受众”的权力关系，强调了新的历史阶段下，解读行为对作品整体意义的重大影响。

类似观点在接受美学理论与当今的电影认知主义理论中亦有体现。接受理论认为，在未与读者发生关系时，创作者创作出的内容只能被称为“文本”，而只有当与读者构成对象性的关系、融合了审美主体的经验、情感与艺术趣味之后，该内容才能被称为“作品”。“文本”与“作品”之间的差异也揭示出，在创作者的设计同接受者的解读之间，似乎并不存在先天的、必要的对应性。

以叙事文本的角色塑造与观众对角色的情感认同为例，接受美学的代表人物W·伊泽尔就将叙事文本视为开放的召唤结构，它的开放性决定了其中主体位置和解读方式的多元。伊泽尔还认为，叙事文本描绘的现象与现实中的客体之间绝不存在确切的关联，也没有完全一致的对应。电影认知主义研究者诺埃尔·卡罗尔在其相关论述中也称，所谓“角色认同”的观点并有助于理解观众与虚构电影角

色产生的情感契合，因为在许多情形下，观众的情感并非角色情感的翻版。^[2] 卡尔·普兰廷格在《叙事电影中的艺术情绪与人的情绪》一文中，通过分析情感与情绪、艺术情绪与人的情绪的差异，阐明了影片展现的情感同观众观影时产生的情感之间没有严格的对应关系，观看一部主角感受到悲伤的电影时，观众不必然会感受到悲伤。

大体上，当代多数理论研究试图将作品自身的意义空间同“作品——观众”的意义互动空间进行区分，重视观众对叙事作品情感代入、价值认同背后的复杂原因，而不仅仅将故事同现实进行简单化的对等。

因此，当我们讨论一部与现实相关联的作品时，也应涉入更深层次，从“现实是怎样的”过渡到“现实如何被塑造”以及“这种塑造如何被理解”之中，尝试探讨叙事作品对现实世界的编码，以及这种编码的接受效果。另一方面，随着当代研究方法的逐步更新，借助对受众数据的采集与分析，特定的叙事文本也势必会产生多重意义，为研究提出新的问题，发现新的答案，这是本文写作时的基本理论前提和出发点。

二、《无名之辈》的文本与观众

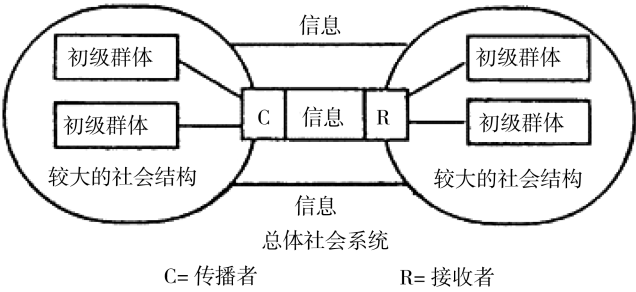
2018年11月，一个相对惨淡的档期里，一部定位于荒诞喜剧、立足现实范畴的国产电影《无名之辈》低调推出，首日票房仅900余万。但最终，该片奇迹般地以口碑为驱动力，实现了近8亿的总票房，击败了同期的进口大片《神奇动物：格林沃德之罪》，成为在相当一段时间内被电影学界持续讨论的“年度黑马”。

在学界的热议声中，居于主声部的论调倾向于认为，《无名之辈》的成功，是小人物在银幕世界的胜利，也是国产电影现实主义复苏的整体环境下，某种底层或边缘叙事的共情力勃发。张颐武认为，影片通过展现小人物的脆弱与感伤，重新发现了一种来自于生命本身的脆弱所聚集的力量。^[3] 周星则强调，《无名之辈》生动真实地描绘出底层小人物的精神世界，无论是在情节结构上分叙而归总的技巧，还是对于好人坏人的独特处理，都超越了简单概念的认知表述。^[4] 导演饶晓志本人在一次访谈中也曾谈到，对人物的刻画着意采用了平视的视角，注重真实的刻画，因此他认为，对于小镇青年或是从三四线城市到北上广等大城市打拼的人来说，《无名之辈》会更容易得到他们的共鸣。^[5]

上述讨论，使《无名之辈》成为了一个恰当的研究文本，在对这一文本的判断和描述中，存在着清晰可辨的对等逻辑，即认为现实中的底层观众，会自动将主观情感嵌入影片所描绘的底层形象及相关事件中，形成现实与文本的镜像类比。事实是否如此？或者说，霍尔等人的文本接受理论，会在《无名之辈》的个案上出现错漏？

在这些问题基础上，本文从实证角度入手，立足于互联网调研数据，建立起《无名之辈》观众的特征画像，深入研究该片观众的具体构成及内部差异，试图发现观众对影片的总体态度，并厘清《无名之辈》的意义建构同接受效果间的深层关系。

本文相关数据源自北京师范大学艺术与传媒学院发布的《2018中国热门影视社会观察报告》。^[6] 该报告引入赖利夫妇的社会系统理论框架，将影视作品的传播视为一个综合的系统过程，而观众则是这个系统的组成部分。报告从国家、社会、个人三个维度，分别勘察了观众在这三个维度内的具体态度及行为，并将观众对影视作品的偏好同这三个部分的数据进行结合分析。报告通过“极数云”调研网络平台采集数据，于2018年12月15日至24日间，发放互联网问卷，最终共回收了4653份有效样本，其中男性2475人，占53.2%，女性2178人，占46.8%。被调查者的年龄以26—35岁为主，占到42.4%，18—25岁其次，占32.6%，56岁以上的人最少，占约1%。本文从中提取了与电影《无名之辈》相关的有效个案，共计2729个，以下为详细情况。



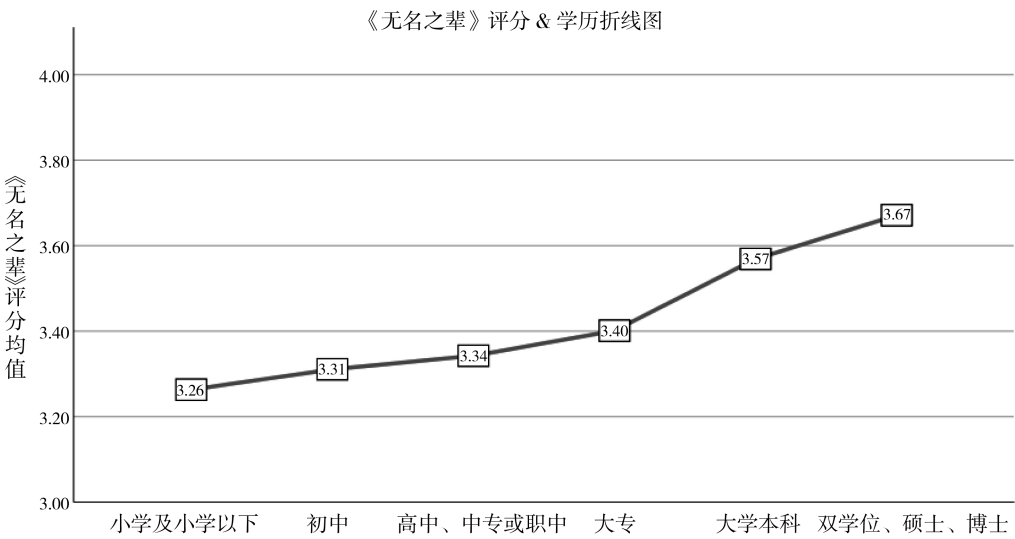
图一 赖利夫妇的传播结构模式

首先，在学历、婚姻、性别、区域和年龄这五个人口统计学指标中，经统计软件分析，如表一所示，仅有学历这一指标同观众对《无名之辈》的评分之间形成了显著的相关性。

表一 《无名之辈》五个人口统计学指标的统计学显著性

系数 ^①						
模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性
		B	标准错误	Beta		
1	(常量)	3.060	.136		22.434	.000
	性别	-.029	.043	-.013	-.671	.502
	区域	.022	.015	.028	1.403	.161
	婚姻	.025	.052	.011	.483	.629
	年龄	-.043	.028	-.035	-1.533	.125
	学历	.112	.022	.102	5.030	.000

如图二所示，拥有越高学历的观众，越倾向于对《无名之辈》给出高分。拥有双学位、硕士或博士学位的观众，对影片的评分最高，而学历在小学或小学以下的观众，对《无名之辈》给出的分数最低。

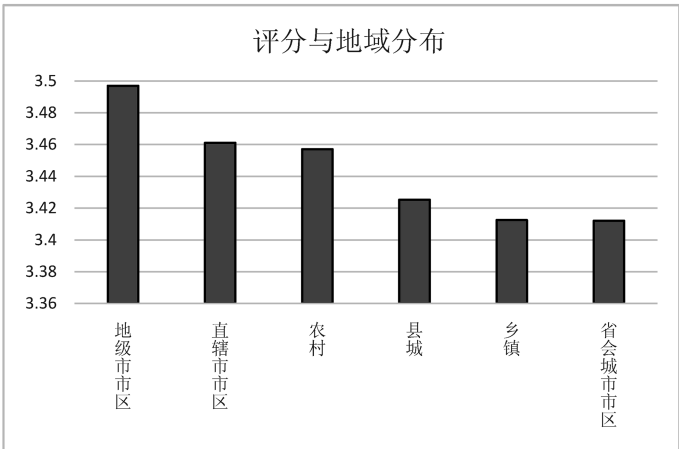


图二 《无名之辈》观众评分与学历

在地域方面，地级市市区的观众对影片给出了最高的评分，直辖市市区观众次之，以农村、县城和

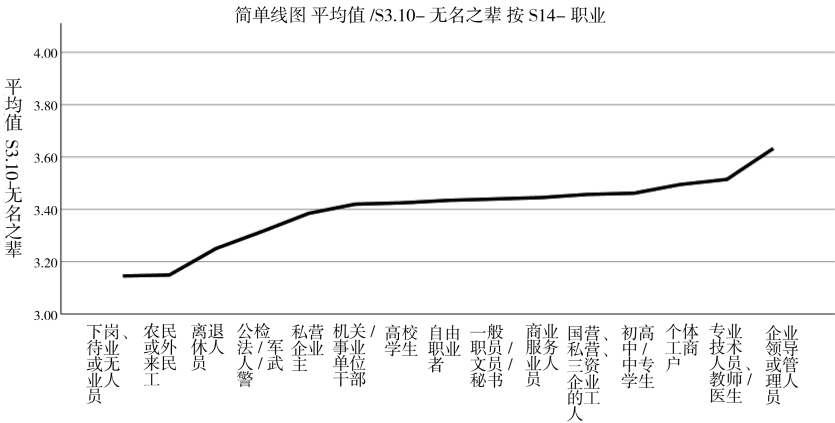
① a. 因变量：无名之辈。

乡镇为代表的非市区评分同市区间有一定差异，但非市区彼此间的评分差异不大；省会城市市区观众对影片的评分最低。



图三 《无名之辈》观众评分与地域分布

将观众评分同观众的职业构成进行交叉分析，可生成图四。如图，对《无名之辈》给出最高评分的观众主要为企业领导或管理人员、专业技术人员及个体工商户，而对影片评分较低的观众，则为下岗、待业或无业人员、农民或外来民工，以及离退休人员。



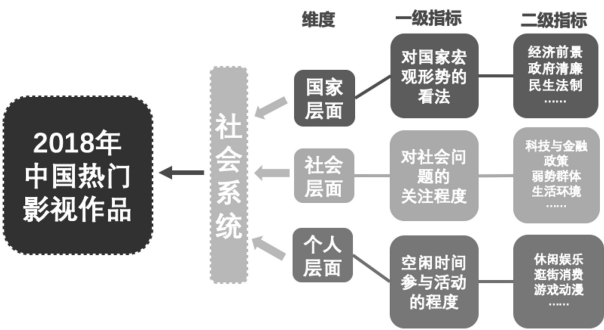
图四 《无名之辈》观众评分与职业分布

结合上述人口统计学指标，可初步勾勒出《无名之辈》观众内部的第一重差异化构成，即：居住在市区、拥有高学历、占据社会主流地位的观众，倾向于对影片给出高评价；而居住在城市之外、学历较低、处于社会边缘位置的观众，相对不认同影片的价值和主题。值得注意的是，这与导演饶晓志及学界所预设的观众接受构成，恰好是相悖的。

银幕世界内，《无名之辈》着力构筑和展现以“眼镜”“大头”、马先勇等为代表的边缘与底层人的喜怒哀乐，强调他们对尊严的渴望，对未来的憧憬；而在银幕之外，生活中真正的“无名之辈”们，却并不认同影片的叙事价值。这一数据所展现出的问题，构成了某种底层叙事中内容设计与认知效果间的错位现象，也佐证了霍尔等人的理论，即观众的自主解读同文本建构的意义之间并不存在高度一致性。面对接受层面的错位与差异，需要进行更深入、具体的探究。

三、社会系统下的《无名之辈》观众

观众对电影的理解和解读，既与个体经历和情感结构相关，也高度关联于其所处的现实环境、社会氛围与历史阶段。据此，如图五所示，本次调研也相应设计了国家、社会和个人三个维度的相关问题，试图从电影文本外部，来测量和把握观众对其所处环境的感知、判断与偏好，本部分从中选取了《无名之辈》的相关数据进行分析讨论。



图五 本此调研所设计的三个维度的测量模型

国家维度，将观众对《无名之辈》的评分同其对国家经济前景、社会法治等七个方面的态度做回归分析后，如表二所示，观众对社会法治、社会民主的看法同其对影片的喜好度之间有显著相关性。其中，观众对社会法治的看法同对《无名之辈》的评价间呈正相关，对社会民主的看法同影片的评价间呈负相关。就是说，越喜欢《无名之辈》的观众，对社会法治的看法越乐观，对社会民主的看法则越悲观。

表二 国家维度同影片喜好度间的相关性分析

系数 ^①						
模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性
		B	标准错误	Beta		
1	(常量)	2.736	.141		19.464	.000
	S8-性别	-.040	.042	-.018	-.935	.350
	S10-区域	.025	.015	.033	1.629	.103
	S11-婚姻	-.024	.052	-.010	-.453	.650
	S12-年龄	-.056	.028	-.046	-1.993	.046
	S13-学历	.078	.022	.070	3.456	.001
	S7.1-经济前景方面	.047	.034	.051	1.377	.169
	S7.2-政府清廉方面	.044	.031	.046	1.432	.152
	S7.3-政府政策执行力方面	.049	.033	.052	1.458	.145
	S7.4-社会法治方面	.079	.034	.084	2.340	.019
	S7.5-社会民主方面	-.065	.033	-.069	-1.977	.048
	S7.6-社会道德方面	.041	.032	.043	1.284	.199
	S7.7-国防实力方面	-.021	.031	-.024	-.682	.495

以上国家层面的数据结果，可以从影片内容的设计上找到原因。《无名之辈》的故事，表层看似喧闹，内部却处于相对有序的情节安排之中，且从未真正脱离法律框架而产生实质性的僭越。例如，重

① a. 因变量：S3.10-无名之辈。

重警力包围下，主要人物最终在一辆象征秩序和安稳的救护车内部相遇；叙事中，人民警察的形象亦始终保有高度存在感，使故事在“一切尽在掌控之中”的逻辑下展开。这样的设计符合某种相对主流的、中心化的叙事规则，以使危险、冲突所触发的视觉暴力发生在可接受的范围之内。因此，现实生活中对国家法治持有乐观态度的观众，更容易看到影片对秩序、法律的尊重，也会对此予以认可。从另一方面来说，《无名之辈》关注一群身处社会底层、居于主流之外的小人物的喜怒哀乐，在其绝对的渺小和荒诞之下，也有绝对真实的渴望与可触碰的人性温度。这些小小的“无名之辈”挣扎在城市的缝隙间，对“要老子”的愤慨压抑了单纯的想望，个体生命尊严的议题借此跃出故事平面，成为了闪耀于叙事中心的大写主题。影片本质上是在呼唤对生命价值和人格的尊重，这一论调毫无疑问隶属于社会民主层面。影片中，人物的行为动机与结局昭示了其尊严的失落，这便能够解释为什么对社会民主持悲观消极态度的观众，更加能够认同《无名之辈》，在某种程度上，影片似乎说出了他们的心声。

在社会维度，研究从考察观众对诸多社会现象的态度入手，通过因子分析，将这些社会现象确定为四个因子，分别为弱势群体、生活环境、科技与金融、政策。如表三所示，在这四个因子中，观众对弱势群体与生活环境话题的关注度同其对《无名之辈》的喜好度之间有显著的相关关系，且均为正相关。就是说，在生活中越关注弱势群体及生活环境议题的观众，越倾向于喜欢《无名之辈》，对其给出更正面积极的评价。影片中，众多人物的职业身份、社会及经济地位，都毫无疑问地表征着弱势群体的特征，而他们的生存境况和命运发展，也与桥城的城市空间高度关联。因此，对弱势群体及老百姓生活的环境抱有高关注度的观众，更能够对人物进行关注，产生情感，从特殊性的叙事文本，联想到普遍性的现实生活。

表三 社会维度同影片喜好度间的相关性分析

系数 ^①						
模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性
		B	标准错误	Beta		
1	(常量)	2.096	.158		13.266	.000
	S8-性别	-.010	.042	-.005	-.239	.811
	S10-区域	.021	.015	.027	1.379	.168
	S11-婚姻	-.030	.052	-.013	-.587	.558
	S12-年龄	-.064	.028	-.052	-2.304	.021
	S13-学历	.087	.022	.079	3.955	.000
	弱势群体	.116	.043	.080	2.723	.007
	生活环境	.159	.037	.120	4.318	.000
	科技与金融	.059	.037	.046	1.601	.109
	政策	.008	.040	.006	.194	.846

在个人维度，研究选择了 20 项个人活动，测量观众在空闲时间参与这些活动的意愿程度，包括关注美食、网购、打游戏、追星、做公益等。通过因子分析，将这些个人活动划入五个共同因子下，分别为交往活动、文化艺术活动、网络消费活动、休闲活动和游戏动漫活动。如表四所示，观众对交往活动、文化艺术活动和网络消费活动的意愿同对《无名之辈》的喜好程度之间存在显著性的相关关系。其中，越热衷交往活动的观众，越不喜欢《无名之辈》，反之，越热衷文化艺术和网络消费活动的观众，越认可《无名之辈》。据此，我们可以部分程度推测，喜欢《无名之辈》的观众，是那些热衷于文化艺术活动，并在网络上较为活跃的人，而不喜欢《无名之辈》的观众，则更加热衷于日常的交往活

① a. 因变量：S3.10-无名之辈。

动，而对文化艺术、网络消费等无太大兴趣。

表四 个人维度同影片喜好度间的相关性分析

系数 ^①						
模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性
		B	标准错误	Beta		
1	(常量)	2.081	.166		12.544	.000
	S8-性别	.005	.043	.002	.108	.914
	S10-区域	.020	.015	.027	1.333	.183
	S11-婚姻	-.007	.051	-.003	-.130	.897
	S12-年龄	-.054	.028	-.044	-1.946	.052
	S13-学历	.068	.022	.062	3.047	.002
	交往活动	-.123	.031	-.093	-4.000	.000
	文化艺术活动	.138	.033	.101	4.157	.000
	网络消费活动	.292	.036	.181	8.130	.000
	休闲活动	.025	.034	.017	.728	.467
	游戏动漫活动	.012	.026	.010	.452	.651

至此，《无名之辈》观众群体的第二重差异性构成得以显现。对影片持高度认同态度的观众，对国家法治的看法普遍乐观，对社会民主的看法比较悲观，更乐于关注弱势群体的相关议题，日常喜欢文化艺术活动和网络消费活动。对影片持否定态度的观众，对社会民主的态度普遍乐观，不关注弱势群体议题，更热衷于日常的交往活动而不是文化艺术及网络消费活动。

结合人口统计学的相关描述，本文的核心问题得到突显：尽管聚焦于边缘人群与小人物，试图以底层叙事去触动故事外千千万万的“无名之辈”，但影片最终形成的传播效果或内容抵达却在阶层上出现了较为明显的错位。就本次调研的数据结果而言，正是那些高学历、中高阶层、居于社会主流的观众群体，成为了影片事实上的共鸣者和认同者，现实中的底层，在对《无名之辈》的回应中，或是失语，或是采取了对抗性的解读策略。

四、结论与分析：银幕内外的底层身份

若悬置数据揭示出的问题，单纯从创作的角度考察，《无名之辈》毫无疑问是一部优秀的国产影片。影片在文本叙事、演员表演、场景设计及后期剪辑等各方面，都体现出了相当优良的质素；同时，一部无流量明星、无大场面、无宣传噱头的影片，其成功也标志着当前中国电影市场的发展，预示着内容核心时代的到来。

但是，调研数据无疑为我们提供了一个重要的研究切入点，那就是银幕内外的底层身份问题。当底层元素作为银幕上的视听景观被观看时，它们实质上体现了什么？当其作为电影院内的观看者时，底层观众又在观看和期待什么？在《无名之辈》的认知错位现象背后，是否存在着某种社会性、阶层式的观影认知差异？

首先，让我们聚焦文本层面。在中国银幕的底层叙事序列中，伴随电影体制改革和电影市场的逐步成熟，逐渐形成了两种分野性的思路。一种受上世纪90年代肇始的中国独立纪录潮流影响，发展成为纪实性、生活流、自然化的叙事风格，以贾樟柯为典型代表。摄影机维持自然、写实的姿态，在虚构

① a. 因变量：S3.10-无名之辈。

故事中大量加入真实的、细节性的底层经验。《小武》以一个沉默的小偷侧写出市场经济浪潮下传统人伦体系的瓦解,《三峡好人》通过韩三明、沈红在摄影机前漫长的寻找与失落,带出生态及社会的巨大变迁。《24城记》则直接将虚构与纪录混合,雕琢出工厂生态解体中的时代史与个人史。在这类创作中,电影作者和观众的存在感较低,人物的自然状态高于情节,突出成为核心元素,观影类似于观看。这种具有高度旁观性的观看过程,使观者自然地贴近银幕所展现的世界,也更容易认同拍摄对象,并将其带入主观认知界域。

《无名之辈》则更接近于第二种叙事风格,即类型化的底层叙事,代表作如宁浩的“疯狂”系列,以及在2018年集中出现的《我不是药神》《一出好戏》等。这类电影将底层叙事同商业化的市场运作结合,在设计故事时将观众的喜恶最大限度地考量在内。因此,其作品除了高度的戏剧性、观赏性之外,多数兼具喜剧色彩,用于对主流观众的笼络和迎合。在《无名之辈》开头,摩托车飞天、马先勇追债以及“憨贼”同马嘉旗共处一室等情节,均有刻意加入的喜剧元素。饶晓志明确表示,他希望“在前几分钟让观众笑一下”,认为“喜剧性和严肃性并非不能相容”。^{[5](76)}当眼镜与大头这两个“憨贼”在天台呼喊出彼此真实的名字(李海根、胡广生)时,这个“无名之辈”的“冠名”时刻跳出了喜剧调性,回归了现实的悲情与沧桑;但是,这种“有笑有泪”的属性,却因喜剧先入为主的消费、赏玩感,部分消解了人物形象的共情力,进而拉开了同观众的心理距离。

莱辛在《汉堡剧评》中曾对市民剧进行过论述。他认为,较之上层人物,市民阶级更应该成为悲剧的主角,而对于喜剧而言,他们也应当“从宁静的道德行为里找到一种高尚的娱乐”。^[7]莱辛认为,同时作为观看者与被观看者,市民阶级不应当被描写成喜剧中遭受嘲笑的人物。这一思路似乎也适用于对《无名之辈》底层形象认同错位的解释。大头、眼镜,作为影片中最具底层色彩的人物,在前半部分承担了大量荒诞、诙谐的戏剧功能。“搞笑”意味着戏剧吸引力,也同时意味着对人物语言、行为、逻辑的猎奇与赏玩。底层观众在注视着这两个闹出诸多笑话的底层人物时,自然不会采取主观认同的方式;进而,人物在后半部分面对恶搞新闻所呈现出的屈辱和不堪,也就难以被底层观众感同身受。反倒是与人物处于不同阶层的高薪、高学历的观众,能够以陌生化、非经验的目光去主动理解。另外值得一提的是,影片选择以贵州方言拍摄,或有方言自身的喜剧性考量,或有对方言叙事质感的看重,但其客观存在的附加效果从语言层面增强了人物的陌生感,使得非贵州地区的边缘、底层观众更加难以产生代入和认同。

文本层面,《无名之辈》的人物设置、风格定调、多线叙事等特征标志着它的类型化属性,类型化意味着对观众的争取,也意味着在商业性、趣味性和消费性的同时,不可避免地消解掉了部分底层叙事的真实性。而就底层形象或叙事的真实性而言,更高的认同度往往需要更多的细节,而非“类”的概念。因为类型化同时也意味着固化,意味着将银幕的底层形象固定为一些模式化的元素和标志,如边缘的社会地位、拮据的经济状况、稀缺的既有资源等,综合目前可见的触及底层叙事的国产类型电影,这些元素出现的频率是很高的。但是,在银幕之外的真实生活中,底层恰恰是多元性和流动性最强的一个群体,他们从事着各类工作,有着各种焦虑、创痛和喜悦,这些都是非纪录式的类型创作难以触及到的。

这就将对原因的讨论导向了第二个维度,即银幕之外的底层观众,以及他们在影视传播与接受中的具体身份状态。这是一个很大的命题,本文恐难涵盖其一二。在此仅对《无名之辈》个例及相关数据进行分析,也希望能对该问题有论据性的佐证和回应。

阶层的形成内在于中国社会历史性的转型过程中。改革开放以来,市场经济浪潮冲击了集体经济的组织结构形式,也开始将中国带入了商品化、个体化的社会模式中。此后,伴随经济发展和城市化、现代化进程,同时出现了贫富差距扩大、城乡资源分布不均等现实问题,阶层开始被人们关注并讨论。2002年,中国社科院研究员陆学艺根据改革开放后社会经济的流动变化,将全部社会成员重新进行分层,根据组织资源、经济资源和文化资源的占有情况进行划分,排在最后的三个阶层依次为:产业工人阶层,农业劳动者阶层,城市无业、失业、半失业者阶层。^[8]本次研究中,对《无名之辈》评分最低的“下岗、待业或无业人员”“农民或外来民工”,部分“离退休人员”,即隶属于上述群体。他们所

共有的特征是边缘性,相对于主流人群及其文化、价值观念,他们往往隶属于被忽视、被中心排斥的部分。尽管在今天,商业电影创作已经大范围地纳入了对观众接受的考量,最大限度地预设着观众的喜好,但此处的“观众”并非一个普遍性的完整概念,而是更倾向于“主流电影观众”。商业电影先天对市场和盈利性的适应,注定了底层、边缘观众在这一环节的失语或缺席。

进一步而言,当下的中国社会已基本迈入了商品化时代,一种在全球资本主义带动下的消费主义文化裹挟着当前的社会进程。而在以消费为主导的社会形态之中,各阶层之间的阶级差异也更多地由消费差异所代表。鲍德里亚就认为,正是在消费中,人们获得某种特定的符号认同,进行消费其实是在分享共同拥有的编码和语言。^[9]例如,服饰、食品、车辆等消费品的特定选择,实质上也是各阶层间借以靠拢和汇聚的手段,用以更清晰地标记出群体边界,使各自的范围下沉并固定。电影,作为当代最主要的文化消费品之一,尽管具有大众性,却也同样体现出某种符号认同的属性。性别、教育水平、地域分布等指标的差异,在电影观影的偏好上有显著的体现;而根据最新的调查结果,2018年,25岁以下观影用户持续增长,占比已接近四成。^[10]《2018中国热门影视社会观察报告》也发现,类似于《我不是药神》《无名之辈》这类触及现实问题的高质量影片,其所抵达的主要受众,来自于高学历、高薪的年轻男性观众,^[6]这些影片,成为特定观众群之间共享、交流进而互促理解的文化商品。在中国电影的商业转型期,这无疑会使得电影的内容和宣发更加向年轻化、知识化、互联网化发展。而出于对主流观影群体的迎合与争取,电影创作在主题、风格及审美品味等方面,会更加向高知、高薪、年轻的观众靠拢。银幕上的底层或边缘,亦可能是某种从中产阶级趣味和价值体系出发的想象性建构,离真实的底层尚且遥远。另外,对于边缘性的底层观众而言,看电影未必是其文化生活的常态,反而更类似于充当偶然的休闲放松或精神享受。在这样的前提下,他们是否会选择现实主义的、严肃且带有悲情意味的作品,就成为了一个悬而未决且很大可能会以否定答案作结的问题。

另一种可能的解释则相对单纯。随着互联网的强势崛起,社交平台拉近了人与人之间的距离,以虚幻的方式揭开了阶层之间的薄纱,似乎民主地给予每个人平等的发声机会。但从本质上来看,互联网的开放、共享和信息繁荣,不过是以绝对的透明再度宣告着阶层间绝对的鸿沟与区隔。随着网络的发展,越来越多的底层群体开始“看见”自身的真实生活,也观看到更多愈加繁华绚烂、触不可及的物质景观,这种日常观看累积着想象同现实间的落差,使他们对自身的现实处境逐渐清醒,也逐渐击碎着其对“更好的生活”的憧憬。《无名之辈》所展示的现实性,那种“城市太大了,找不到方向”的困顿和不堪,与其说未被底层观众明了,莫若说因过分被明了而被强烈拒斥。亦如霍尔所提出的,底层观众在与之相遇时,采取了确凿无疑的“对抗解读”,以“不喜欢”来抗拒文本加诸于他们身上的沉重的命名。毕竟,眼镜、大头、真真由农村进入城市时所产生的身份焦虑和尊严失落,是当前现实中千千万万“无名之辈”们长期性的共同体验。当他们置身于漆黑的电影院时,较之此种沉重,也许更期待银幕世界上演一场粉红色的幻梦。

参考文献:

- [1] Hall, S. et al. (1991). *Culture, media, language: working papers in cultural studies*. London: Routledge, 117-127.
- [2] [美] 大卫·鲍德韦尔, 诺埃尔·卡罗尔. 后理论: 重建电影研究 [M]. 麦永雄, 柏敬泽译. 北京: 中国社会科学出版社, 2000: 246.
- [3] 张颐武. 《无名之辈》: 脆弱与感伤的力量 [J]. 当代电影, 2019 (1).
- [4] 周星. 鸡肋般的小人物与殊途同归的人心情感深处表现——电影《无名之辈》分析 [J]. 艺苑, 2018 (12).
- [5] 饶晓志, 陈晓云. 《无名之辈》: 一种逆袭的可能 [J]. 电影艺术, 2019 (1).
- [6] 王宜文, 张洪忠, 兰朵等. 2018中国热门影视社会观察报告 [R]. 京师中国传媒智库第26期, 2019 (1).
- [7] [德] 戈特霍尔德·埃夫莱姆·莱辛. 汉堡剧评 [M]. 张黎译. 上海译文出版社, 2002 (9): 317.
- [8] 陆学艺. 当代中国社会阶层报告 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2002: 6.
- [9] [法] 让·鲍德里亚. 消费社会 [M]. 刘成富, 全志钢译. 南京: 南京大学出版社, 2014: 88.
- [10] 李俐. 观影主力更加年轻化 [EB/OL]. 光明网, 2018-12-26.