

冯氏喜剧的审美错位：解读电影 《非诚勿扰3》

程 茜

重庆邮电大学传媒艺术学院，重庆

收稿日期：2024年12月23日；录用日期：2025年1月16日；发布日期：2025年1月26日

摘 要

《非诚勿扰》系列电影是“冯氏喜剧”的经典之作，其仍然以“冷幽默、戏谑讽刺、市民阶层都市爱情”等关键词，充分展现了冯导其独特的喜剧表现手法与传递的价值观，串连起了一代又一代喜剧受众。但《非诚勿扰3》票房的惨败，无疑表明“冯氏喜剧”的落寞趋势。该片在喜剧性上的缺失和真实性上的匮乏，无法顺应当代观众的喜剧审美。本文将从审美价值角度分析，解读冯氏喜剧更深层次的批判现实意味和价值，探寻审美错位的文化逻辑，以深思冯氏喜剧落寞的原因。

关键词

冯氏喜剧，审美错位，审美价值，喜剧电影

The Aesthetic Misalignment of Feng's Comedy: Interpreting the Film *If You Are the One III*

Xi Cheng

School of Media Arts, Chongqing University of Posts and Telecommunications, Chongqing

Received: Dec. 23rd, 2024; accepted: Jan. 16th, 2025; published: Jan. 26th, 2025

Abstract

The *If You Are the One* film series is a classic work of “Feng’s comedy”, which is still based on the key words of “cold humor, playful satire and urban love of the public class”, fully demonstrating Feng’s unique comedy expression and values, linking up a generation of comedy audiences. The audience

of comedy has been connected to Feng's unique style of comedy expression and the values he conveys, linking up generations of comedy audiences. However, the box office failure of "*If You Are the One III*" undoubtedly indicates the decline of 'Feng's comedy'. The film's lack of comedy and authenticity is unable to adapt to the comedy aesthetics of contemporary audiences. In this paper, we will analyze Feng's comedy from the perspective of aesthetic value, interpret the deeper meaning and value of Feng's comedy in terms of critical reality, and explore the cultural logic of aesthetic dislocation, in order to think deeply about the reasons for the decline of Feng's comedy.

Keywords

Feng's Comedy, Aesthetic Dislocation, Aesthetic Value, Comedy Film

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着冯小刚导演以“贺岁片”的名义《甲方乙方》《没完没了》等片子的公映，冯氏喜剧已经被打造成一个深入人心的喜剧品牌。自2008年电影《非诚勿扰1》的出现，《非诚勿扰》系列电影不仅延续了冯氏喜剧的传统脉络，也创造了主流与商业交融的电影佳话。2023年12月30日，冯小刚执导的《非诚勿扰3》跨年档上映后，豆瓣评分5.3分，与当年创造票房奇迹的《非诚勿扰》系列前两部作品相比，《非诚勿扰3》在多个方面未能与当代观众的审美和期望相契合。在2024年跨年档期，《非诚勿扰3》的周票房仅为6700万元，与同期上映的《年会不能停！》和《一闪一闪亮星星》斩获的6.3亿元票房相比甚远，该片位列日票房榜的第8位¹。直观可见，这部爱情喜剧没有给观众带来惊喜，观众也同样没有为冯小刚带来票房惊喜，影片创作者舍本逐利的直接结果是票房的惨败，冯氏喜剧在当代电影市场的起落现象愈发显著。

《非诚勿扰3》无疑是一部创作者偏离了当下时代观众内心对喜剧本质诉求的一部电影，其将脱离现实、自娱自乐、喜剧性匮乏等缺点无限放大，导致影片的审美表达与当代观众的审美趣味产生错位。也就是说创作者未能满足观众的深层审美需求，仅仅在表象上作出调整或迎合，未能触及观众内心深处对于美的需求。

本文将从审美价值观的失衡与错位、审美形式的偏离与错位以及审美错位的文化逻辑三个方面来具体分析电影《非诚勿扰3》的审美错位。

2. 审美价值观的失衡与错位

在当今社会，人们的价值观体系日益丰富多元，其中婚姻观、爱情观及择偶观等展现出前所未有的开放、多元、包容性。人们对于“什么是爱情？”“何为真挚？”等相关主题的探讨，早已超越了形式表层，深入到了情感表达、价值观念及文化认同的内核，追求的是更平等、尊重、自我实现与情感共鸣的深层次连接。可是在这样的文化背景下，导演冯小刚的个人价值观与广大观众所追求的价值观之间，却出现了明显的失衡与错位现象。

冯小刚执导的《非诚勿扰》系列影片，尤为明显地在内容层面延续了传统古板的婚恋价值观念，如

¹ 数据源自猫眼票房(2024.1.1)。

“男大当婚、女大当嫁”的陈旧思维。男主秦奋在《非诚勿扰》征婚时已经是一名年过半百的中年男人，他在相亲市场中被贴上了“剩男”的标签。电影中秦奋与同样被视为“剩女”的女性多次相亲的种种行为经历，这都无形中强化了“剩男剩女”必须急于寻求婚姻归宿的社会偏见。特别是在《非诚勿扰3》电影中，所展现的婚姻生活仍然一地鸡毛，秦奋的孤独感来源于他年龄老去后仍有对伴侣亲情陪伴的渴望，实际上与梁笑笑追求的个人理想产生冲突。梁笑笑的常年在外参与公益活动的设定，本该体现现代女性对独立与自我实现的追求，但她最终的选择却是回家后不断地通过各种方式来迎合伴侣秦奋，这未能充分展现女性在爱情关系中的主体地位、主动选择及个人独立的重要。

该影片在阐述其爱情观时，曾以“面包”为喻，指出爱情不仅是满足生活的基本需求，更应是精神上的一种享受，追求的“不仅可以填饱肚子最好有滋有味越嚼越香”²。然而他的“饺子”论，虽意在表达爱情需要耐心准备、细心呵护，直至享受最终成果的珍贵，“只为吃上最后热腾腾的那口饺子，而不会中途吃零食填饱肚子”³。这一表述，却不经意间透露出一种对爱情成果独占性的过分强调，以及将爱情过程简化为对最终目标的追求，从“面包”、“饺子”以及“零食”这样的将女性物化的表述，有将女性视为爱情成果的象征或男性欲望对象的嫌疑，过分突出了男性在爱情中的主动追求与对女性的占有观念，与现代社会倡导的性别平等、相互尊重及爱情中的独立与自由原则相悖，从而在一定程度上削弱了影片与当代观众，特别是那些注重爱情中追求个性彰显与平等关系的年轻观众群体的共鸣。

当前的两性关系文化中，男女之间的感情应该处于平等、尊重的地位，冯小刚导演的价值观在《非诚勿扰3》电影中却无法建构一个符合大众审美趣味的艺术世界，当代观众在观影过程中难以找到情感共鸣点，导致情感需求无法得到满足。

在《美的结构》一书中，孙绍振认为“孤立地写一个人是很难达到灵魂的深层的，只有把它放在人与人之间，在不同的人物冲突中，人的情感的深层才能受到触动，才能以‘错位’的形式暴露出来”^[1]。在庞大的国产爱情剧市场中，《非诚勿扰》系列从社会生活的各个方面来阐释当今人们对于爱情观、婚姻观的看法及思考^[2]。在《非诚勿扰3》中，新角色AI笑笑的引入，是作为梁笑笑的某种替代品、情感慰藉的角色，她的存在让秦奋与梁笑笑之间重新审视自己的感情，也加剧他们之间的误解和冲突。AI笑笑的“人性”与“非人性”之间的界限模糊，本该为影片增添关于情感的真实与虚假的深刻的哲学思考，剧情的推进却未能充分挖掘表层下的潜在深度，反而落入了“两女争一男”的俗套情节之中，即“雌竞”戏码。这种情节安排不仅削弱了AI笑笑作为科技产物的独特性，也使得整体剧情在表层结构与深层结构双双失衡的局面，表层上它未能摆脱传统爱情电影中的竞争与对立框架，深层上也忽略了探讨科技如何影响人类情感、身份认同以及人际关系等更为深刻的话题。

马克思主义爱情观认为，真挚的爱情不仅是生理需求，更是志趣相投与心灵相通。然而影片中的情感主旨服务却陷入“爱情等于性”的僵化，反映了冯小刚导演对于爱情理解的局限。电影从头到尾对“性”的提及，完全将爱情偏错到本性欲望层面，科技塑造的“完美女性”AI笑笑及其性行为授权的设定，让“性”成为了两性关系之间唯一的纽带。真人笑笑从环保组织归来后，面对AI笑笑所展现出的对“性”的过度关注，进一步加剧了影片在情感主旨上的失衡。

随着时代的进步，观众对于爱情喜剧题材的期待已发生深刻变化，当代观众更渴望看到的是展现两性间平等对话、相互尊重与理解，以及共同成长爱情故事。在这样的背景下，将女性视为爱情中单纯被追求或被占有的对象，已逐渐失去了市场的共鸣。因此，影片创作者在探讨爱情主题时，应更加注重性别视角的平衡与多元化，避免任何可能导致误解或歧视的表述，共同推动影视作品中爱情观的现代化。

² 出自电影《非诚勿扰1》(2008)。

³ 出自电影《非诚勿扰3》(2023)。

3. 审美形式的偏离与错位

冯小刚导演作为喜剧领域的头号人物,虽具有创新精神,想要在形式表达方面进行创新尝试,但《非诚勿扰3》暴露出他在形式创新中存在问题,主要集中在其叙事结构上。

作为后现代语境下的贺岁喜剧,《非诚勿扰3》在叙事表达上打破传统的时间顺序,加入倒叙、闪回或碎片化叙事。非线性叙事结构错综复杂的时空切换让信息在传播过程中更容易出现接收效率衰减,这要求创作者在语言传播的生存空间中对语言表达有着更精准的传播效率与更多元的传播方式[3]。但是,电影中戏仿、拼贴等后现代创作手法,这样的非线性叙事却明显造成了故事逻辑的不通畅,破坏故事的逻辑性和连贯性,造成表达上的错位和因果律的混乱,导致观众在观看过程中感到困惑和不满。具体而言,《非诚勿扰3》中大量出场的人物并未得到充分的故事性交代,像岳云鹏饰演的承儒这个角色,仿佛从天而降一般来登门拜访,进行一大段的笑料演绎之后又迅速退场;老范带来的仿真人朱迪,也进行了短暂的“拟人”展示便没了下文。即使是观众熟悉的“熟人”角色,如老范、川川、芒果等,也未能通过足够的背景故事和情节发展来展现他们的性格特点和成长轨迹,这些角色像天降一样出现又离场,这使得他们的角色存在显得突兀且缺乏说服力。这样对角色塑造的缺失不仅削弱了故事本该有的吸引力,也影响了观众对角色的认同感和情感投入。

频繁回顾前作也是《非诚勿扰3》的一个显著问题,过度依赖前作的片段进行闪回,原封不动的片段占了影片的30%的篇幅,观众对于前作的喜爱和怀念是有限的。系列影片的新作只是简单地重复旧有的元素,而没有在故事、人物或情感上带来新的触动和惊喜,那么这种情怀就很难再次激发观众的共鸣。虽然冯小刚导演想要将“老友记”作为影片的主旋律,但这样闪回旧有片段的方式,似乎在情怀与创新的平衡上失之偏颇,将这张情怀牌打得枯燥无味。

除了引发情感共鸣的尝试未达预期之外,直接在新片中插入大量老片片段的做法,似乎也反映出对观众体验的一种忽视。在《非诚勿扰3》中大量地闪回《非诚勿扰》《非诚勿扰2》的片段,将近半小时的前作内容重播,这种做法容易让人觉得是出于商业考量而非艺术表达的需求。这样的“凑时长”、“水作品”的方式不仅稀释了影片本身的价值,也在一定程度上影响了电影的整体口碑。观众可能会因此质疑导演的诚意,认为这与冯小刚导演所强调的用心创作有所偏离。从这一点来看,《非诚勿扰3》的“诚”意并没有表达给观众,导致影片的口碑大打折扣。

《非诚勿扰3》影片结构松散、讽刺乏力、叙事断裂,犹如一个东拼西凑的大杂烩,各种不相关的影像类型被杂糅进影片中,种种迹象表明这仍是一部奇观取代叙事、形式大于内容的电影[4]。不少观众看完后发表评论,“感觉自己刷了两个小时的短视频”,缺乏整体的叙事驱动力和深度。冯小刚导演在尝试形式创新与奇观展示的同时,却未能妥善地调和形式与内容、奇观与叙事之间的微妙平衡,这种内在的表达形式的错位,导致观众在观影时难以深入故事核心,错失了本应带来的深刻思考与情感共鸣。

4. 审美错位的文化逻辑

冯氏喜剧自千禧年代以来至今,其喜剧文化已经占据中国电影市场不小的地位,如今却呈现出审美错位的局面。从文化逻辑的角度分析,其原因有两个方面,一是年轻群体的受众审美需求难以得到满足,二是老旧的审美趣味被大众所淘汰。

首先,高度发展的现代社会,大众文化需求进行着不断的分化,个体之间的差异性越来越大,受众被分散的趋势越发明显[5]。随着社会的快速发展和年轻群体的崛起,他们的审美需求日益多元化与个性化,对喜剧作品的要求也愈发挑剔。冯氏喜剧虽然拥有深厚的文化底蕴和广泛的观众基础,但在满足年轻受众群体的审美期待上显得力不从心。灯塔专业版发布的《2023 电影市场与观众调研报告》显示,Z

世代的年轻观众占比 44.5%，成长于分众时代的年轻消费者是当今电影市场的主要用户，而这近五成的年轻观影主力群体并不具备《非诚勿扰》系列的情怀。虽说情怀牌的失利并非孤例，《非诚勿扰3》也并不是没有创新，其创作者也深知观众群体的迭代以及当下的流行元素，在影片中加入了当下流行的多巴胺美学、AI 人工智能、青年演员等元素，但《非诚勿扰3》影片中，这种基于商业逻辑的讨好年轻人的方式过于流于表面，并未能满足年轻观众的审美需求和期望。

其次，随着时代变迁和大众审美水平的提高，老旧的审美趣味逐渐被市场所淘汰。冯氏喜剧在早期凭借其独特的幽默感和深刻的社会洞察赢得了观众的喜爱，但随着社会文化的演进，观众对于喜剧的评判标准也在不断提升。那些曾经被视为经典的喜剧元素和审美趣味，如今可能已难以适应现代观众的审美需求，从而被市场边缘化或淘汰。这种审美趣味的更迭，进一步加剧了冯氏喜剧在当前市场中的审美错位现象。走向了与审美主体期待的相反的一端，悖反了审美主体的审美意向，与审美主体也就是观众所期待呈现的内容形成“错位”[6]。

作为第五代导演的杰出人物，冯小刚导演在其市民文化喜剧中展现了不凡的艺术影响力，《非诚勿扰》系列电影创作聚焦于传统主流婚恋观念与现代开放婚恋观念之间的矛盾，代表着当代中国社会大众的情感迁徙。“过去看到的更多是曾经过去的青春吧，怀念 08 年时候北京奥运会的激动，怀念第一次在国内大荧幕上看到北海道的雪，西溪湿地的河道蜿蜒，海南岛的沙滩拍浪，怀念回不去的过去”⁴。一位冯氏喜剧的忠实观众发表了自己对该电影的看法。距离《非诚勿扰》系列首部作品已经过去 15 年，当年具有深刻共同文化记忆的观众，如今都组建了自己的家庭，也对婚姻家庭有了不一样的理解，而《非诚勿扰3》却未能与观众同步成长，使得影片与当年的观众难以形成共鸣，所谓“冯小刚没变，时代变了”。

在后现代主义电影市场下、开放多元的大环境中，创作者对于价值观的选择性呈现和引导尤为重要，经济全球化影响下的新观念与新思维冲击着传统价值观与主流婚恋观的地位，观众在观看时会不自觉加入个人人生体验和价值观来进行审美活动，并对影视作品进行评价与选择。《非诚勿扰3》中所宣扬的爱情观却离不开物质与本能肉欲，与《非诚勿扰》前两部所传达出弥足珍贵的“真”与“诚”情感不相匹配，冯小刚导演也难免在当下快节奏、急速膨胀的消费时代中随波逐流，再不见“冯氏喜剧”过往的妙语狂欢、揶揄主流、百姓情怀的喜剧快感，其对喜剧电影艺术的“真”与“诚”消失不见，老旧的价值观也被大众所淘汰。

5. 结语

冯氏喜剧从《甲方乙方》开始，对中国底层市民的喜怒哀乐进行探究，并从戏谑调侃中道出一番人生哲理，这种形式在当时无疑是受欢迎的。“葛优 + 冯小刚”的贺岁档组合也霸榜了多年春节电影市场。此后的《不见不散》《没完没了》等片持续将镜头聚焦于中国普通市民的生活点滴，以敏锐的观察力捕捉市场经济快速发展下社会的变迁与人们心态的变化。冯氏喜剧这些作品不仅是对时代变迁的记录，并且跟随着市场经济的浪潮对时代的变化也进行了诸多思考。

从《甲方乙方》里最后那一句“1997 年过去了，我很怀念它”。直至今日，我们是否怀念 2008 年《非诚勿扰》里，“21 世纪什么最贵？和谐”的日子呢？《非诚勿扰3》依旧秉承“相信爱情，非诚勿扰”的主题，深刻地描绘了一场跨越情感边界的庞大告别仪式，从爱人、朋友、到我们本身。然而，其价值观传达和表达形式的审美错位，不免导致部分观众未能产生共鸣或满足期待。

冯氏喜剧可能已不再完全适应当前时代的需求，其近年来的落寞或许标志着一种转型的必要。中国喜剧的发展应当突破生活和形式规范的限制，追求更自由的表达方式，以更好地触动观众的情感。面对

⁴ 出自豆瓣电影《非诚勿扰3》短评。

中国喜剧电影市场整体上升级换代的新时机,冯氏喜剧要如何继承其传统喜剧脉络的同时突破叙事瓶颈、关照现实、打入年轻化观众内部,这都为冯小刚导演提出了亟待解决的问题。

参考文献

- [1] 萨仁图雅. 文学微观研究的拓展与深化——孙绍振的“错位”理论研究[D]: [硕士学位论文]. 呼和浩特: 内蒙古师范大学, 2010.
- [2] 李从兴. 和谐社会, 我们该如何面对爱情——《非诚勿扰》的爱情解读[J]. 大众文艺(理论), 2009(11): 49-50.
- [3] 冯诗豪. 基于叙事学理论的旅行 Vlog 语言传播三重空间研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国传媒大学, 2022.
- [4] 张勇, 余韬. 神话仪式与消费叙事——冯小刚贺岁片《非诚勿扰 2》的文化解读[J]. 北京电影学院学报, 2011(1): 99-101.
- [5] 曹海峰. 社会认同与文化需求——双重维度下时尚杂志的发展策略与反思[J]. 江西社会科学, 2009(12): 196-200.
- [6] 林素真. 论审美的“对位”与“错位” [J]. 佛山科学技术学院学报(社会科学版), 2015, 33(2): 78-84.