

“后疫情”时代： 瞩望影视“想象力消费”的增长

■文/陈旭光

当下我们正在面临一个“后疫情时代”。毫无疑问,此次席卷全球的新冠肺炎疫情对世界政治格局、人类心理、文明进程等已经产生且还在产生着巨大的影响。疫情前后已经成为一道分水岭,“后疫情”时代成为了一种现实。

电影行业作为“重灾区”之一,几乎遭受了“停摆”式的重创。中国电影业虽然也在逐渐开始恢复正常运作,但仍有很多问题在影响着中国电影业的疫后重建。

那么,“后疫情”时代中国电影能否重新唤回观众?能否度过“寒冬”,可持续良性发展并重新出发而“再度辉煌”?

◎ 充分拥抱“互联网”,有效推动电影业的疫后重振



暂不作行业评判和道德审判,只是想指出,这种“线上模式”和“分而治之”的宣发模式给“互联网+”时代电影产业发展提供了一种新思路。

有一点更是毫无疑问——疫后,电影行业必将更加充分地拥抱“互联网”,因之电影工作者亦应更积极地探索“线下+线上”新模式,以与时俱进,有效推动电影业的疫后重振。

笔者认为,疫后电影产业的逆势

自我拯救,绝地反击式的发展,除了必然与互联网发生更为密切的关系外,还必然与如下几个方面的特殊情况紧密相关。

其一,必须重视此次疫情带给人们的心理、生活、观念等的巨大变化。疫情期间,猝不及防的共同灾难使得人们遭受了巨大的身心创痛,人们长期宅居、隔绝、小心翼翼,遭受恐惧、孤独,甚至伤病,心理极度压抑。

◎ “想象力消费”有望助力疫后电影业育新机开新局

在互联网新媒介的背景下,笔者近年来一直关注电影的想象力美学与想象力消费问题,陆续撰写了《关于中国电影想象力缺失问题的思考》、《想象力的挑战与中国奇幻类电影的探索》、《中国电影呼唤想象力消费时代》、《互联网时代电影的“想象力消费”》、《影游融合的想象力美学与想象力消费》、《电影的“想象力消费”:意义、功能与实现》等文章,呼唤电影的想象力,提出了想象力美学与“想象力消费”等问题。

顾名思义,“想象力消费”就是指受众(包括读者、观众、用户、玩家)对于超越性、虚拟性较强的,充满想象力的艺术作品的艺术欣赏和文化消费的巨大需求。互联网时代这种可以无中生有,可以超越现实、虚拟现实的想象力的消费,不同于人们对现实主义作品的消费需求。这类作品的功能不一定是“认识社会”,电影观念也不一定是“电影是窗户”论。互联网时代的“想象力消费”主要指青少年受众对于超现实、后假定美学类、玄幻科幻魔幻类作品的消费能力和消费需求。

根据伽马数据发布的《疫情防控期间游戏产业调查报告》显示,2020年1-3月移动游戏市场收入达到近550亿元,创历史新高,同比增长率超过49%。根据 Quest Mobile 发布的《“战疫”专题报告》数据,受疫情影响,春节期间手机游戏用户规模较平日增长30%,人均单日使用时长增长17.8%。《王者荣耀》、《和平精英》的用户规模均迎来30%以上增长。

在笔者看来,疫情过后,游戏IP改编电影,或在电影中融入游戏元素、游戏特质的影游融合类电影或将成为一大趋势,有着广阔的发展空间并有望成为中国电影恢复生命力的强势助推力。从产业看,影游融合趋势对于影视行业来说具有突破性与创新性,“影游融合”类电影不但将“影视+游戏”这两种媒介、艺术、产业或文化融合在一起,而且还将倒逼或推动影视行业在技术、制作、工业、宣发等层面的革新及影院系统的革新。

无疑,疫情期间人们由于长期宅在家,游戏成为了重要的娱乐、消遣活动。游戏化的审美特性,如游戏化叙事、游戏化场景,对震撼视听、漫画式人物造型的偏好,对强刺激性、体验感、互动性等游戏感的追求等,影响并建构了受众的新的审美习尚、审美心理与消费心理。受众自然会更喜欢具有体验感、互动性、景观性、虚拟性等具有游戏性美学特质的影游融合类作品。

其二,灾难题材或灾难类型电影。疫情期间,猝不及防的共同灾难使得作为命运共同体的人类遭受了巨大的创痛,人们长期宅居在家,心理难免极度压抑。不难发现,每次灾难过后,受众都比较喜欢观看具有超现实主义特质与充满想象力的电影,以此慰藉心灵。如美国电影工业在上个世纪二三十年经济大萧条时就迅猛发

展,并获称“梦幻工厂”的“雅号”。

因此,疫后作品应该大力发挥并致力于满足受众“梦幻”、娱乐、心灵抚慰、想象力消费的功能。影游融合如此,灾难片或灾难类型电影也是如此。灾难电影是以营造奇观场景,描写人类遭受巨大暴力和伤亡为主要特征的,作为一个重要的类型电影,灾难电影一直以其视听震撼、奇观想象、灾难美学、生态反思、人性反思、人类关怀的力度与深度受到观众喜爱。

灾难电影充满想象力的、依托工业化技术而达成的视觉美学满足了受众“想象力消费”需求。它使受众想象力、梦幻般地带入到灾难之中进行身份认同,在梦幻般的“震惊”中历尽艰险、净化情感。灾难电影往往通过对日常生活的陌生化与奇观化来营造视听奇观、视觉美学与灾难美学。灾难景观无疑是对现实场景的超越,是一种视听震撼,超越现实、想象力极强的奇观化美学。无疑,“后疫情”时代的灾难片应该以“人”为中心,充分发挥想象力,既是满足受众奇观化审美消费需求,同时更应该关注灾难过程中个体所遭遇的心理创伤、次生灾难及其获得新生的心路历程。因为重大灾难过后,人们会长时间处于灾难的阴影之中,灾难对于人们心理的次生伤害是无法估量的。

其三,玄幻魔幻类、幻想型影视剧。英国电影学者苏珊·海沃德在《电影研究关键词》的“幻想片”条目认为“幻想片包含四个基本类型:恐怖片(Horror)、科幻片(Science Fiction)、童话片(神话片)和某种冒险片(对不明之地的旅行和与难以置信生物的遭遇,例如《人猿星球》)。幻想片是关于我们未知之领域,因而我们也未视其为真实”。

笔者认为,中国的“东方式魔幻”电影是中国式幻想片的一个重要形态。此类电影在人与“他者”即妖魔鬼怪之间的情感关系的传奇化书写中呼唤美好的人性、情感、爱情,通过妖魔鬼怪的传奇叙事对中国传统文化中居于边缘地位的亚文化进行现代转化和影像化表达,触发了中国人隐秘潜在的鬼神文化情结或潜意识心理,在视觉奇观表达、特效等方面强化玄

幻色彩,以奇观化的场景、服饰、道具、人物造型等营造出一种有别于好莱坞魔幻、科幻大片的东方式的幻想和奇幻——完成大众对魔幻和超越世界的超越想象和奇观消费。

如疫后的网络电影领域,就出现了《奇门遁甲》、《倩女幽魂:人间情》等多部幻想类的热播作品,其中改编自1987年《倩女幽魂》IP的《倩女幽魂:人间情》(5月1日上映)最为引人注目,上线首日点击量突破200万次、上线10天平台(腾讯视频)分账票房便突破了3000万。同时也形成了网络热点,网上讨论甚至讨论该片的“网络电影出圈”的话题。

“幻想类电影”很大程度上是衡量一个民族想象力、创意力、创造力的尺度,其完成度也依赖电影产业的工业化水准。这类电影不仅因其故事的假定性、虚构性、想象力而充分契合当下年轻观众对拟像环境的熟悉,而且类型融合中式幻想再造的创作模式,也在探索实现中国传统文化的现代转化。

上述电影,无论是影游融合电影、灾难电影还是玄幻类、幻想类电影,都不仅可以满足后疫情时代受众想象、超越、梦幻、净化、升华等心理需求,更可以满足受众体验、互动、刺激、虚拟的审美需求。因此,我们呼唤并期待疫后出现一批具有虚拟性、超越性、想象力强,甚至相对或暂时远离现实,让受众沉浸式体验或超越式梦幻的“想象力消费”类作品,灾难电影、幻想电影、影游融合类作品为其重要类别。

当下,疫情还没有结束,甚至还有千变万化的不定因素。电影产业发展的诸多严峻问题更有待从各个方面积极面对,深入探讨。后疫情时代,应和着广大观众审美心理的变化和“想象力消费”需求的激增,我们应该大力发展影游融合、幻想类、灾难片、网络大电影或网剧等影视形态或题材,于危机中育新机、在变局中开新局,不断丰富类型样式、美学形态,不断扩展生态版图,推动中国电影的再度辉煌。

(作者为北京大学艺术学院教授、北京大学影视戏剧研究中心主任)



第四届平遥国际电影展 “平遥创投”开启项目征集

本报讯 据平遥国际电影展官方网站消息,2020第四届平遥国际电影展“平遥创投”(PINGYAO PROJECT PROMOTION)单元项目征集正式开启。2020年10月前尚未制作、处于剧本开发阶段的华语电影项目均可报名,报名截止日期为2020年8月20日,最终入围名单将于9月下旬公布。本届“平遥创投”由关注年轻群体想法与发声的中国泛社交平台MOMO陌陌赞助冠名,陌陌亦是平遥国际电影展过往三届的首席合作伙伴。

“平遥创投”是2019年平遥国际电影展产业板块全新升级后增设的单元,旨在发掘具有潜力的电影项目和华语新锐影人。

第四届平遥电影展“平遥创投”特设五项官方荣誉,荣誉得主均可获得现金奖励,奖金总额共计78万元人民币。其中,平遥电影展联合陌陌影业,特别设立的“平遥创投·陌陌青云剧本奖”,将由陌陌影业组织专业评审,从所有项目的全剧本中独立评选,荣誉得主将获得由陌陌影业给予的50万元人民币现金奖励,以及陌陌影业对该项目立项投资的承诺。值得注意的是,是尚未指定导演、制片

人的原创剧本可以由编剧为报名主体,参与“陌陌青云剧本奖”。

此外,平遥电影展将邀请电影产业界知名人士组成“平遥创投”评审团,从入围项目中评选出“平遥创投·创意大奖”,荣誉得主将获得10万元人民币现金奖励。同时,“平遥创投”还将根据不同维度评选出“人文精神奖”、“商业潜力奖”和“类型创新奖”,荣誉得主也将分别获得6万元现金奖励。

“平遥创投”旨在为具有潜力的华语电影项目和新锐影人提供产业沟通、资源互动和融资平台,为优秀作品提供孵化机会,成为发现华语新人的重要窗口。“平遥创投”在2019年第三届平遥电影展首次开启,引发行业瞩目,吸引了506个项目报名,最终入围第三届电影展“平遥创投”的电影剧本项目亦受到来自国内外产业嘉宾的一致好评,16个项目中的9个项目,在电影展举办期间即落实了投资合作意向。

第四届平遥国际电影展将于10月10日至19日在位于山西晋中平遥古城的平遥电影宫举行。

(影子)

《出手吧!女生》发亲情版海报

本报讯 6月21日,电影《出手吧!女生》发布亲情版海报。影片由肯尼·盖奇与德文·唐斯执导,陶奕希、释小松主演、擅长拍功夫片的影人陈国坤倾情加盟。从目前曝光的手绘海报中既看得出影片题材生动有趣,又能感受得到父女亲情温馨动人。

《出手吧!女生》作为一部青春励志电影,将游戏、少年功夫、家庭教育等元素融为一体,寓教于乐,温暖感人。影片讲述一个爱打抱不平的武校女生李响(陶奕希饰)通过父亲(陈国坤饰)虚拟现实(VR)技术进入游戏,精进武功、重塑自我的故事。她在虚拟的古代世界里遇到了现实中常常欺负她的于大宝(释小松饰),两个小冤家如何推进故事走向令人期待。

在发布的海报中,可以看出父亲尽心的爱,他用臂膀托起正在出手的女儿,让女儿无后顾之忧,像极了我们现实中的父亲,总是默默付出而不遗余力,在儿女最需要的时候,永远都是最坚强的后盾。“中国式父子(女)关系”一直是热点话题。青春期的少男少女个性强,



而父亲往往不善于表达,父子(女)之间总会存在许多误解。该片突破了以往少年电影剧情简单的瓶颈,将家庭教育和父女的羁绊与和解融入剧情中,展现了一个“扮成超人模样,一辈子忘了卸妆”的温情父亲,从而赋予了影片强烈的社会价值。



《封神三部曲》 发“夏至”海报 2021年春节档上映

本报讯 6月21日,电影《封神三部曲》发布“夏至节气”海报,庆祝2020年夏至的到来。电影的官方微博还特意提醒大家夏至的特点和应该注意的事项:“日北至,日长之至,日影短至。勿食生冷,心静即清凉。”

最新的“夏至节气”海报选取了片中角色服饰的细节,从图中可见,玉佩和金饰制作极为精细,“金包玉”技艺的使用更凸显出角色身份的高贵。在衣领、袖口等位置,还有特别的装饰,从中可见剧组主创们对于细节的精益求精。

据悉,原定于2020年暑期档上映的《封神三部曲》第一部将改在2021年春节档上映。