



『好销的』与『好看的』： 2021春节档国产影片的叙事自信

文 孙承健

至正月初五,2021年春节档的国内票房收益已超过60亿,超过历史同期最好的2019年的59.3亿,创造了春节档历史上最新的票房纪录。至正月初七春节假期结束,春节档的国内票房收益已超过78亿。在当下疫情防控常态化的背景下,春节档电影市场的表现的确令人振奋。在关注市场票房业绩,感受到市场繁荣的振奋之余,不难发现,在春节档上映的《你好,李焕英》、《唐人街探案3》、《刺杀小说家》、《人潮汹涌》、《侍神令》、《熊出没·狂野大陆》、《新神榜:哪吒重生》这七部影片中,“好销的”与“好看的”影片各自起到了不同的市场推进作用,前者起到了春节档的领跑效应,后者则提供了后续更加强劲的市场动力。并且,更为重要的是,春节档影片在整体层面上呈现出的一种叙事自信。

建构宏大故事世界的表达意图

春节档作为蕴含中国文化特质的一个独特档期,与北美的圣诞档期一样,同样被称为是“黄金影院档期”。春节档得益于上世纪80年代开始的香港贺岁片的成功经验,从1995年以贺岁片之名引入内地的香港影片《红番区》,至1997年《甲方乙方》作为内地首部贺岁片的出现,再到1999年大获成功的《不见不散》,中国农历新年期间所蕴含着的巨大电影商机,开始逐渐被人们认识和重视。从早期注重合家欢的娱乐,以喜剧和大团圆式结局为主要形式的创意思维,逐渐被春节假期巨大的观影流所吸引,“好销的”与“票房至上”曾一度成为那一时期的主流,而“好看的”影片则相对匮乏。从贺岁片到春节档,二十多年的发展过程,也映射出中国电影的产业化改革过程。

与往年更加侧重“好销的”价值取向不同的是,近两年来,春节档的影片已逐渐表现出洗尽商业铅华后的一种新的发展趋势,尤其是今年春节档的影片在兼顾“好销的”和“好看的”同时,电影创作者的视野更加开阔,意图建构更大故事世界的意图更加强烈,在叙事的展开层面,表现出更加自信的状态。《唐人街探案3》在系列影片的基础上,试图创构起一种自成一体的“唐探宇宙”模式。即围绕以创造类型角色为核心,将故事世界的建构,拓展至异域文化的空间场景之中,同时在类型层面,融合了喜剧与侦探推理片的类型特质,创构起一种“喜剧风格侦探片”的叙事模式。而《刺杀小说家》、《侍神令》、《新神榜:哪吒重生》等几部影片,则是将游戏、动漫等元素,融合在新的数字化视觉愿景的创构之中,呈现出更加多元化的文本取向与跨媒体叙事的内容生产趋势。这其中,无论是《刺杀小说家》借由小说世界的一种超现实能量,建构起小说的奇幻世界与现实世界之间,基于“镜像效应”的一个宏大的故事世界;还是《侍神令》中,通过半妖半人且身怀术法,游走于人妖之间的阴阳师,将故事世界建构在阴阳两个世界的交界之处,试图在创造性层面不断拓展故事世界的边界,等等。春节档影片所呈现出的创构性特征,根本是要最大化地兼顾“好销的”和“好看的”双重特质,这也是未来中国电影发展的一种必然的趋向。

最后,在制作层面,春节档影片体现出了当下中国电影人在制作技术层面的自信。当下,电影的数字技术革命,已然从制片管理、制作流程等各个方面,对电影的创作实践,甚至整体产业的建构产生了根本性的影响,并且这种影响对于传统的电影观念所具有的颠覆性,也是前所未有的。从《唐人街探案3》、《刺杀小说家》、《侍神令》、《新神榜:哪吒重生》等春节档影片中,观众能够感受到数字视觉技术在虚拟空间的创造与建构中的独特魅力。而《刺杀小说家》作为国内第一部真正采用虚拟制作技术的影片,在数字化角色的制作、数字化表演,甚至是虚拟摄影等层面的大胆探索和实验,国内制作团队在表现出顽强自信的同时,也为之后中国数字视觉技术的发展,提供了宝贵的经验。电影作为技术与艺术融合的产物,任何优秀的故事创意与故事世界的创构,任何影像化的美学追求与大胆的艺术想象,都无法脱离技术的支持,尤其是当下数字视觉技术已进入虚拟制作时代之后,数字技术已然成为中国电影在故事世界的创构及其文化竞争力层面,一个不可替代的结构性要素。

立足民族文化与美学的叙事自信

事实上,春节档影片在故事世界的创构与叙事展开层面,都潜移默化地表现出一种叙事自信。这种自信在故事建构层面,首先表现为一种文化与美学的自信。春节档的几部影片在视觉表达层面,大量的采用了蕴含中国传统文化特质的元素符号。故事世界的视觉意象,也体现出创作者试图依托传统文化,建构起宏大故事世界的“野心”。因而,从视觉造型到影像的美学风格追求,观众都能够强烈感受到创作者意欲传达的,那种蕴含中国传统文化意象的审美意境与美学旨趣。除此之外,文化的自信还表现在情感表达层面,春节档

中改编自贾玲自身真实经历的影片《你好,李焕英》,之所以能够获得广泛的受众认同,重要的就在于它所表达的是中国人的情感。中国古代戏剧论著中有言:“论传奇,乐人易,动人难。”说明一部艺术作品,能够与观众“心有戚戚焉”,能够与之产生情感共振与共鸣,并非易事。而所谓“动人难”,恰恰是因为以情动人艺术作品的核心所在。也即意味着,一部影片能否打动观众,最根本的在于一个“情”字。对于中国电影观众而言,最具动人魅力的莫过于亲情。某种意义上,虽然春节档的部分影片,在一些视听手段或视觉元素的运用上,还存在许多可商榷之处,但创作者的表达意图与美学追求,实际上是尤为值得肯定的。

不断提升的艺术想象与技术创新

综观2021春节档影片,尤为难得的是中国电影人逐渐丰满的艺术想象的自信。创作者的表达意图手段,不再被现实图像所羁绊,创作者所寻求的是既能够超越现实的局限,又能够折射现实的真实。以往唯现实主义创作路径及其思想,甚至是将现实题材混同于现实主义的创作理念,开始有所转变。现实主义作为观照现实真实的一种态度,自然离不开艺术的想象。正如法国学者埃德加·莫兰所言:只有充满想象的真实才会从现实中脱颖而出,因为想象把质地和厚度赋予真实,从而使其实体化或物化。

回溯产业化改革之后中国电影的发展历程不难发现,想象力的匮乏在很大程度上削弱了中国电影的跨文化竞争力,而艺术想象力在根本上是创造和建构故事世界的核心要素。从创作实践的角度而言,虽然电影叙事是要讲述一个精彩的故事,一些精彩的人物,但是在根本上,所要创造和建构的,实际上是能够让观众超越现实时空的局限,从而得以沉浸在影像化幻象时空体验中的一个可见的故事世界。就如同黑夜里在一片空旷的草原上,有一盏明亮的灯,创作者所要讲述的是有关这个灯的故事,而灯光所辐射的则是更大一个场域。事实上,无论是类型电影,还是漫威与哈利·波特等等系列电影,好莱坞电影的文化与价值输出,某种程度上而言,与其电影本身所创构的这种可见的故事世界不可分割。

最后,在制作层面,春节档影片体现出了当下中国电影人在制作技术层面的自信。当下,电影的数字技术革命,已然从制片管理、制作流程等各个方面,对电影的创作实践,甚至整体产业的建构产生了根本性的影响,并且这种影响对于传统的电影观念所具有的颠覆性,也是前所未有的。从《唐人街探案3》、《刺杀小说家》、《侍神令》、《新神榜:哪吒重生》等春节档影片中,观众能够感受到数字视觉技术在虚拟空间的创造与建构中的独特魅力。而《刺杀小说家》作为国内第一部真正采用虚拟制作技术的影片,在数字化角色的制作、数字化表演,甚至是虚拟摄影等层面的大胆探索和实验,国内制作团队在表现出顽强自信的同时,也为之后中国数字视觉技术的发展,提供了宝贵的经验。电影作为技术与艺术融合的产物,任何优秀的故事创意与故事世界的创构,任何影像化的美学追求与大胆的艺术想象,都无法脱离技术的支持,尤其是当下数字视觉技术已进入虚拟制作时代之后,数字技术已然成为中国电影在故事世界的创构及其文化竞争力层面,一个不可替代的结构性要素。

当下,电影的文化竞争力,不仅仅在现实维度,更在超越现实的多重维度中展开。就此意义而言,中国电影人需要更多的叙事自信,需要创造出更具吸引魅力的电影神话。与此同时,在文化竞争力层面,更需要创造和建构出具有中国文化意蕴的更丰富的故事世界。正如当代著名文学家弗拉基米尔·纳博科夫所言:“好小说都是好神话。”同样,优秀的电影叙事同样也都是好神话。

(作者为中国艺术研究院电影电视研究所研究员)

湖南省春节档观影人次增幅全国第一 县城电影院成春节档票房『新势力』

文 本报记者 赵丽

经历“寒冬”的蛰伏后,电影市场终于在春节档迎来了突围——2021年中国电影用七部电影、七天时间,78.22亿元的总票房成绩,创造了“史上最强春节档”。其中,2月12日大年初一单日票房16.9亿,刷新中国电影市场单日观影人次和票房纪录,也打破全球单一市场单日票房纪录。

众多鼓励政策,催生了消费市场的“火爆”,亮眼的数字也进一步证明,“看电影”已然成为与吃年夜饭、看春晚、走亲访友等相比肩的“新年俗”。

近日,记者从湖南省电影局获悉,春节档期间,全省票房2.56亿元,较2019年同期增长39.53%,增幅位列全国第4;观影人次为573.55万,较2019年同期增长37.78%,增幅位列全国第2。数字背后,是观众加速释放的观影热情,是电影业持续复苏的可喜气象,更是中国电影创作水平的稳步提升。

◎ 观影需求增强 本土院线票房占比高

在“就地过年”的背景下,各级政府出台了众多支持就地过年的消费补贴政策,长沙面向非长沙户籍地留长人员开展“留长过年,免费观影”公益观影活动。与此同时,今年春节假期前,湖南省电影行业协会按照省委宣传部、省电影局的部署,组织湖南电影频道、湖南省物业管理行业协会、中国银联湖南公司、975摩登音乐电台、5G智慧电台、淘票票和猫眼电影等共同为“光影·陪伴”宣传造势。集中有效的宣传对推动“春节,陪亲看电影”、春节看电影成为“新年俗”等起到有效的作用。

突飞猛进,是对今年春节档票房最恰当形容。湖南全省春节档票房以2.56亿元,再创新高,观影人次与票房均有显著提升,票房全国位次上升。春节档7天的观影人次为573.55万,较2019年同期增长37.78%,增幅位列全国第2。

从场次来看,2021年全省春节档10.03万场,与2019年同期相比仅增长1.5%,但场均观影人次从2019年的42人增长至57人,涨幅达35.75%。

在湘院线中,楚湘和潇湘两条省院线春节档票房以4835.39万元和4066.94万元位居前两位,票房分别占到全省的18.97%、15.90%。

这样的火热势头仍在继续——整个2月市场,湖南本土的楚湘、潇湘两家院线结出了丰硕的“果实”,都实现了单月过亿的票房。这也是这两家院线单月票房首次破亿。

在全省影院中,衡阳万达影城万达广场店位居票房第一,达287.18万元,观影人次5.10万,平均票价56.35元,高于全省平均水平,全省票房前20名的影院中,万达影城达到8家。万达影城数量和质量上的明显优势,持续促进全省电影院的发展。



◎ 县城电影院春节档票房增幅显著首次过亿

在疫情防控常态化下,湖南省州春节假期的观影需求进一步增强,春节档全省州票房和观影人次,包括全省县城电影院票房和观影人次,均有较大幅度的增长。

春节档全省有12市的票房超过千万。省会长沙市的票房为7598.95万元,观影人次167.17万,分别占全省的29.70%和29.22%,分别占全省的近三分之一。衡阳市和常德市以票房2186.01万元、观影人次46.89万,票房2130.45万元、观影人次49.10万紧随其后。

与2019年相比,邵阳市的票房和观影人次增长比率最高,分别为136.20%和162.86%;湘西自治州、怀化、郴州、永州和益阳市票房增幅较大,分别为54.79%、54.00%、53.39%、46.79%、42.39%。从以上数据可以看出,市场

明显回暖。

随着近年影院建设的下沉,县城电影院得到了飞速发展。依托现代化的数字放映设备、优雅舒适的观影环境、逐步提升的服务质量,湖南县级电影市场迎来了“春天”。在“就地过年”倡议影响下,2021年春节档全省县城电影院市场涨幅显著,票房达1.01亿元,首次破亿,观影人次226.38万,分别为全省票房的39.91%、观影人次的39.56%;较2019年票房增长68.70%,观影人次增长63.84%。

在全省县城影院中,宁乡市金逸影城以票房161.23万元,观影人次3.22万位居全省县城电影院第一位。

春节档已为湖南电影市场创造了超“牛”的开局,伴随着春暖花开,一定会再创佳绩。