

最“牛”春节档系列盘点

《唐人街探案 3》的高票房并不意外,但其品质相比前两部却也出现了明显下降。由此引发的思考是——

从类型电影进阶到“唐探世界”离不开电影工业体系的强大支撑

桂琳



《新神榜：哪吒重生》采取的“新瓶旧酒”的创作方式,可以看作中国动画电影汲取传统文化营养的新策略——

国漫重生需要机车也需要风火轮

程波

今年春节档国内电影市场异常火爆,已创造多项新纪录。“七大新片齐上阵”,其中动画电影《新神榜:哪吒重生》乍一看不是特别显眼,除了搭上了《哪吒:魔童降世》的“哪吒”IP,也没有多少前期宣传,从当前票房反应来说也只能算中规中矩,但分析一下其文本及其产生的语境,从其主要方面来说,可谓体现了“国漫崛起之路”的新策略与新成果。

有效路径:中国传统文化的发掘与转化

国漫最重要的文化资源之一就是丰富的中国传统文化。在新的时代语境下,国漫的发展与当代影视产业体系构建和技术创新密不可分,经过资本风投、技术创新、产业升级乃至新冠疫情的影响,市场经历了几轮洗牌,更有实力的公司才能表现出“哪吒”一般的抗风险能力和浴火重生的可能,比如《哪吒:魔童降世》的出品方“彩条屋”,比如《新神榜:哪吒重生》的出品方“追光动画”。

“追光动画”具有创新者与挑战者气质,公司创立之后的几部作品《小门神》《阿唐奇遇》《猫与桃花源》也都有着中国民族文化的符号和标识,质量也都不错,但市场表现差强人意,其中一个原因可能是“不接地气”。自《白蛇:缘起》开始,这种情况有所改变,原创魅力和观众熟悉的大IP更好地结合了起来,叙事和美学上既很新鲜又更中国了。《新神榜:哪吒重生》上承《白蛇:缘起》的制作水准,不甘心仅仅当一个“追光者”,所以走出了与彩条屋并不对立但又很不相同的另一条“国漫崛起”之路。

从宏观上说,国漫的发展策略与瓶颈最主要表现在以下几组关系上:民族性与全球化;传统性与当代感;引进来与走出去;新技术与新业态;创意与手艺。迪士尼动画在全球化背景下面对中国市场时自觉吸纳中国文化符号,其中有效性在《功夫熊猫》和《花木兰》那里得到了印证,迪士尼的全产业链发展策略,比如动画主人公如何成为虚拟明星,动画衍生品产业,也很有启发性。日漫的原创性、当代感、人文性、ACGN的青年亚文化性、番剧与大电影互动创作模式、甚至是声优的明星生产也能给我们提供很多可资借鉴之处。国漫的近年发展既有潮流性也有一定的多元感和融合性;喜羊羊系列、熊出没系列、大头儿子系列和麦兜系列作品持续和保持着低幼取向;《秦时明月》《魁拔》《风雨咒》《山海经系》“西游系”“封神宇宙”等在中国传统文化的发掘和转化上不断

进行着尝试;《十万个冷笑话》《罗小黑战记》《刺客伍六七》等探索着无厘头二次元风格的本土原创性;《我为歌狂》《昨日青空》《肆式青春》《我是江小白》力图丢掉日漫的拐杖,探索表现中国当代青年人的城市和校园生活。同时,一些制作方也在力图融合多屏、融合不同元素,在交叉类型上找到合适的定位。“奥飞动漫”“画江湖”“MJTT”“小疯映画”这些独立动漫公司如此,“罗小黑”走出去在日本的热映和《刺客伍六七》的出圈就是表征,彩条屋和追光动画也是这样。当然,中国动画已经建构起来的优秀传统IP,不管是国内IP引入国外资本和技术孵化,还是引入国外IP进行国内的制作出品,都可能成为融合的路径,但是受制于资金、机制和策略而产生的负面案例也值得我们吸取教训。

两个哪吒:动画电影发展的同构与融合

从微观上说,《新神榜:哪吒重生》能看到中国动画电影发展中“同构与融合”这样的新策略。回望传统神话原型,前瞻赛博朋克后人类,再同构一个具有当下现实感的架空的世界:这个架空的世界与之前纯然玄幻的世界不同,它有很强的现实的影子,但又不是具体的某地的哪个过去或者未来,它有点上海摩登,有点芝加哥黑帮,又有点攻壳机动队、超能陆战队和阿丽塔战斗天使的影子。影片建构赛博朋克的奇观性,是对年轻人有着吸引力,但又把它与现实感、传统文化原型进行同构,用新的架空策略来规避后人类“本土反乌托邦”的风险。不仅在世界观架构上,在人物和环境的细节上,机车与风火轮、机甲与藕身、灵魂与元神、机械惟面具与神秘人、富二代与三大子、黑帮大佬与老龙王、超能人与“义肢神”之间也存在着细密的同构关系。甚至在音乐上,老上海舞厅歌曲、刺猬乐队新摇滚、电子乐BGM这些不同时代的音乐元素的碰撞与同构,也产生了很多很好的效果。

在主题和价值观上,《哪吒:魔童降世》采取的是“旧瓶新酒”的策略——场景空间故事人物都有所延续,但对人物形象性格、人物关系、人物价值观做出较大的、预期更能契合当下语境和观众喜爱的重新设定和解释:“我命由我不由天”兼具“熊孩子”与“酷少年”气质的哪吒、哪吒敖丙的CP、哪吒父母与孩子之间的更主流的亲情关系都是这么重新建构起来的。



《新神榜:哪吒重生》采取的大抵是“新瓶老酒”的策略:整体转化场景空间、时代语境,找到哪吒原型与当代生活之间可能有的共鸣点,但不去改变大的人物关系和人物设定,然后用形似的结构联系新旧,在当代阐释中重现老酒之香。哪吒依旧主要是反叛的,哪吒与龙宫完全是对抗的,哪吒与家人主要是疏离的,“哪吒闹海”的环境虽被放到了后人类近未来的架空世界里,但故事逻辑被基本承袭了下来。说句玩笑话,在“彩条屋”里建构起来的哪吒敖丙的CP又在一束“追光”的曝晒下被拆解掉了。和而不同,国漫发展中的潮流性抱团与差异化发展的策略选择在这个作品中能明显感觉到。

《新神榜:哪吒重生》的“新”正在于这样的同构与融合,其场景、人物、音乐的细节设计很用心,制作水准和视听效果也很不错,建模和算法都有很好的技术含量和“追光”的辨识度。同时,有效的成本控制使得具有大量特效镜头的动画作品在迪士尼技术和资本之外成为可能。

不过,我们也应注意到:融合依然是一个在路上的状态,“同构”后面的“异质”如何真的融合为一个有机的整体,这还没能完全处理好。这样的“同构与融合”在叙事上确实很有难度,情怀和

策略这根“龙筋”对叙事很重要,不能缺失,但观众要看的是这根“龙筋”能不能支配外面的血肉,使故事“活光活现”。如果叙事血肉不够,整体不统一,机械骨骼外露,那就会有些张牙舞爪,难以共鸣共情了。到了那一步,你就不能单方面责怪观众叶公好龙或者像哪吒一样爱抽龙筋了。一个相关的例子,2019年有一部动画电影《江南》,其“江南造船厂”的题材和创意方向很有同构和融合的可能,工业性、传统文化、当代生活在这个题材中很有可能融合,但可能因为制片模式和投入资源的限制,使得影片的主题模糊,故事也较单薄,预想的工业感和机械美学很可惜地基本没有建构起来。这一点上,《新神榜:哪吒重生》比《江南》要好很多,但依然还有一些明显的不足,比如,人物关系冲突对抗的张力不够的问题:李元祥(哪吒)与父亲关系处理简单化,与大反派“龙王”对抗悬念不足,孙悟空本身的设计有亮点但对哪吒龙王对抗主线贡献不大等等。

对中国动画电影来说,不能食言不化没地气,也不能食言不化假国潮,需要在同构与融合中汲取民族传统文化的营养,找到与当代观众的共鸣点,还要在积极“走出去”的过程中塑造跨文化系统依然有效的魅力。国漫近年来创新发展的势头可喜,认真打磨的工匠精神可嘉,和而不同的发展策略可取。《新神榜:哪吒重生》体现出的新策略,可以看作是“国漫崛起”这个有难度、需要持续探索的事情的新成果。“追光动画”借片尾彩蛋预告了“追光哪吒”的续集、封神宇宙的《杨戬》,还有青蛇与现代元素碰撞的《青蛇:劫起》这些新作品,希望它们都能成为这条持续探索之路上有意义的践行者。李元祥版哪吒在电影里说的那句“我是谁,我做给你看”,可以看作是“追光动画”乃至整个国漫人立的flag,喊的slogan。

(作者为上海大学上海电影学院教授)

辛丑年开局,中国电影市场迎来最“牛”春节档,总票房超78亿元,约1.6亿人次观众入场……不仅每天都在诞生中国电影市场新纪录,同时创造了全球单一市场单日票房等多项世界纪录。学界、业界一致认为,春节档之“牛”,在于七部国产片从类型、题材、视野开阔度、艺术创造力、技术先进性上,分别彰显了中国电影创新新气象、新景观的势头。

春节档已经收官,但其热度仍在延续。我们对最“牛”春节档进行系列盘点,并借此探讨国产电影未来发展的更多可能和更大空间。

——编者

《唐人街探案3》堪称2021年春节档最具戏剧性的电影:一边是口碑上的巨大争议,另一边是票房的一路领先。从唐探系列目前的三部电影来看,《唐探1》还属于类型思维操作的电影,但从《唐探2》开始,唐探系列已经转向了跨媒介故事世界制作思维。如果说类型是强调以相似的类型惯例为制作基础的一组电影文本,跨媒介故事世界则强调一个更加广阔,更可供自由流动玩赏的假定世界。

唐探系列最独特的价值就在于,它是中国电影市场目前以跨媒介故事世界制作思维取得很大成功的重要案例。但从《唐探3》所引起的巨大争议来看,建构“唐探世界”的想法虽好,但在具体操作上又面临很多困境,其中尤其关乎中国电影工业的一些深层问题,值得我们展开严肃思考。

不断扩大的“唐探世界”究竟是什么

跨媒介故事世界的电影制作方式与一种跨媒介水平联合体生产方式密切相关。在上世纪上半叶,好莱坞的制片厂曾经形成了一种垂直集成化的生产体系,类型制度就是这个生产体系的有机组成部分,同时也为这个生产体系服务。到了上世纪六七十年代,垂直联合体逐渐变成了跨媒介的水平联合体,主要目标就是打造与时俱进的跨媒介大片。其经营活动越来越多地与其它企业交织在一起——不仅电视,还有电子游戏、玩具、主题公园和食品业等。这些辅助市场的收入大大超过了影院票房本身。漫威宇宙的形成,迪士尼的崛起等都是跨媒介故事世界电影制作的产物。

唐探系列的导演陈思诚在多个采访中都提到了自己想仿效迪士尼的成功,从《唐探2》开始就自觉地以跨媒介故事世界的方式展开电影制作。要实现这一目标,最重要的条件是需要提供一个逻辑清晰、世界观完整、规则独特的假定世界。这个假定世界不仅为系列电影提供视觉效果和叙事情节上的持续支撑,而且也是跨媒介产业操作的重要基础。

首先,从世界建构来看,《唐探2》开始以侦探排行榜为基地,可以不断添加新的形象和叙事进入“唐探世界”之中,为其带来更多的新鲜元素。

其次,故事世界建构还需要各种跨媒介文本不断为其添砖加瓦。目前“唐探世界”已经包括三部电影和一部网剧。比较难能可贵的是,网剧没有继续使用喜剧类型,而是做成了纯正的悬疑剧。使不同媒介文本之间产生差异性和补充性,也充分尊重不同媒介的特性,这是非常符合跨媒介故事世界思维的操作方式。即将上马的还可能包括动画番剧、游戏、话剧等,这些相关性文本会不断扩大“唐探世界”的边界。目前,唐探系列的三部大片成为故事世界的核心部件,并通过其内部的多媒介操作完成粉丝导入。比如积极从经典电影、游戏、漫画、流行歌曲中寻找灵感,加入到自己的故事世界,从而吸引不同媒介的大量粉丝进入其中。

最后,故事世界思维电影中,超量信息和置景、服装、道具、化妆等“物”的重要性一点不亚于传统电影关注的情节和人物,它们甚至可能成为人物和情节的独特标识。秦风的推理手段就不是传统的逻辑展示,而是大量展示信息和“物”的状态,被学者称为“数据库思维”。这种对“物”和信息的迷恋与目前相关大数据左右左右的人类生存处境密切相关,特别能够获得网生代的共鸣,“唐探世界”由此也吸引了大量年轻观众。粉丝们看电影之外对这些超量信息和“物”的追寻与讨论也构成电影乐趣的重要组成部分,并为跨媒介开发带来机会。

正是通过这一系列成功的跨媒介故事世界操作,唐探系列事实上已经聚集了很多忠实粉丝。所以,《唐探3》的上映对很多观众来说已不仅仅是一部电影,更类似于一种情怀消费了。从这个角度来看,《唐探3》的高票房并不意外。但《唐探3》为什么在品质上相比《唐探1》和《唐探2》明显下降?这其中已经关涉到中国电影工业能否支撑起这种跨媒介故事思维电影制作的一些深层问题。

创意固化与人物形象肤浅怎么破

首先,如果没有更多新鲜创作力量加入到故事世界思维的电影制作之中,

(作者为中国社会科学院大学文学院副教授)