

消失的罗曼蒂克与成为快消品的爱情电影

王婷

作为一种长久以来的经典类型，自电影开始有“叙事”起，爱情便成为某种重要的元素昭示了“类型片”的可能。拍摄于1921年的《海誓》是中国电影史上的第一部爱情电影，从它开始，银幕的世界总与爱情相遇，百年来上演着无数爱情的模样。

然而，似乎在不知不觉间，爱情成为了大银幕的稀缺品，只在某些特别的档期短期出现，档期一过就“查无此片”。

作为一种特别供应的爱情电影及其“不灵”

张爱玲在散文《爱》中写道：“于千万人之中遇见你所遇见的人，于千万年之中，时间的无涯的荒野里，没有早一步，也没有晚一步，刚巧赶上了，那也没有别的话可说，惟有轻轻的说一句：‘哦，你也在这里吗？’”寥寥数句言尽了爱情的超验性。古往今来，无数艺术作品试图描摹这种无可替代的超验性，电影亦然。

曾几何时，银幕里的爱情百转千回，它们是《重庆森林》里的心动，是《甜蜜蜜》里的坚韧，是《开往春天的地铁》里的暧昧，是《独自等待》里的遗憾……姿态万种，形式百变，爱情电影如一支妙笔，一年四季在大银幕上摹写着浮世中的男男女女。

然而近年来，爱情电影正在成为一种“档期特供”，一种只在特定节日出现的套餐选项，其功能只限于与玫瑰花、烛光晚餐一起营造节日的仪式感。拿前不久的七夕档来看，上映的四部爱情电影《念念相忘》《燃冬》《最遗憾是错过你》和《爱犬奇缘》几乎全部败北，没有掀起大的水花，显得落寞，悄然而至，失落而去。

放眼望去，“2·14”情人节档和“5·20”档，这些与爱情有关的特定档期，都共同呈现出某种疲软。而颇值得玩味的是，尽管之前的爱情片常被诟病为单一和悬浮，但不能否认的是它们曾具有相当程度的票房号召力，《前任3》的19.4亿，《后来的我们》的13.6亿，《比悲伤更悲伤的故事》的9.5亿……这些惊人的票房数据作为一种现象，张扬着爱情片的在场。而如今，连市场也要选择转身离场，不再对爱情电影下注。换言之，如果将爱情看作广义上的“罗曼蒂克”，那么国产银幕则掉进“罗曼蒂克的消失”中，陷入“无处安放”的爱情困境里。

更有意味的是，大银幕里爱情稀缺

的同时，小屏幕里的爱情却泛滥成灾，呈现出整齐划一的造型。某种意义上，稀缺和泛滥作为当下爱情现状的一体两面，显示了其空心的内在。从本质上而言，在这个一切皆速食的时代，人们已无暇顾及真心的爱情，更难以体悟“从前车马很慢，书信很远，一生只够爱一人”的真正意义。因此，爱情的稀缺与泛滥都成为了一种对超验性想象力缺失的直接表现，如韩炳哲所提示的——这是当今时代的“爱欲之死”。同时也要指出的是，客观上来看，随着国产电影市场进入百亿时代以来，电影市场的能量不断被释放，其他类型片的巨大流量正在挤压和掩盖着爱情类型的市场占有率，加速了爱情电影的“不灵”。

爱情电影真空：套路化、标签化与污名化

银幕里的罗曼蒂克究竟是如何消失以至“不灵”的？或许还是要回到它的原点——爱情。当爱情遭遇套路化、标签化甚至是污名化，便即失却了真诚，爱情本身也随之消失。

作为一种类型片，爱情片往往是中小成本的体量，在档期的加持下，显示出其“特供”的意义。也因此，为了获得市场上的快速回应，爱情片常常基于“短、平、快”的原则而制造，于是，无可避免的套路化成为这一制造环节里的基本逻辑。所谓套路，即第一次是可信感，第二次是怀疑感，第三次便是被欺骗感。恰在于此，当年的《那些年，我们一起追过的女孩》能够引发万人空巷的效应，青春叙事成为爱情片的有效公式，而如今套用相似公式的《念念相忘》却无法再轻易挑起大众的神经，套路化的模仿致其徒有形式，难觅爱情。

在套路化的公式里，标签化是爱情片常常难以避免的一种存在。无论是前些年里“单身狗”“剩女”的广泛传播，还是当下盛行的“恋爱脑”“心机女”“渣男”等带有道德判断的词语，都成为某种识别爱情的标签，呈现了爱情的可量化和可计算。与《念念相忘》标识了一种男女之间情感上没有他者的“完美”不同，《燃冬》效法《祖与占》，讲述了一个“三人行”的故事，在这样的人设置下，感情的纠缠在三人中展开，暧昧和困惑的氛围随之生成。然而，影片也因此受到不少指摘，直指男女主角都有“渣”的底色，尤其



▲《燃冬》讲述了一个“三人行”的故事，在这样的人设置下，感情的纠缠在三人中展开，暧昧和困惑的氛围随之生成。然而，影片也因此受到不少指摘，直指男女主角都有“渣”的底色，尤其是女主角在两个男人之间游离徘徊的处理，成为她被“定罪”的直接证据。图为《燃冬》剧照

是女主角在两个男人之间游离徘徊的处理，成为她被“定罪”的直接证据。

类似的例子并不鲜见，当标签成为一种绝对正确的价值判断，爱情电影便陷入了被污名化的桎梏。如上映于2021年的《第一炉香》改编自张爱玲的同名小说，被总结为“恋爱脑+渣男”的组合。更有甚者，20多年前的《甜蜜蜜》被重新阐释为“心机女+渣男”的“不正确”价值观。要注意的是，被污名化的爱情早已脱离了爱情的终极意义。正如《爱情的哲学》中所指出的：“其实爱情自成一个世界，由强烈情绪诱发丰富想象和精彩观念的美妙世界……直接诉诸感官经验而取得价值，并非诉诸理性与知识。”也就是说，如果爱情能够被量化和计算，那么爱情的核心就必然难以成立，更重要的是，如此的简化不仅简化了爱情本身，也简化了人性，这是其中的悖论所在。于是，爱情的“失落”不体现在对爱情

细节的质疑，更是对爱情作为一种结构性认知的整体撼动。

绩效社会与“失落”的爱情

豆瓣电影中有一个“20部高分经典爱情片榜单”，位列榜首的是20多年前的经典爱情片《泰坦尼克号》，排在第二名的是《大话西游之大圣娶亲》，另外有四部华语电影列于其中，分别是《甜蜜蜜》《重庆森林》《倩女幽魂》《花样年华》。若依照前面的判断逻辑，那么这几部电影都得面临被“审判”，如《泰坦尼克号》里罗丝与杰克的爱从一开始便陷入三角的关系里；《大话西游之大圣娶亲》里的至尊宝同样谈不上“合格”；《花样年华》则从头至尾在讲述一个“爱情不正确”的故事。继此，当爱情

▼曾经，青春叙事成为爱情片的有效公式，而如今套用相似公式的《念念相忘》却无法再轻易挑起大众的神神经，套路化的模仿致其徒有形式，难觅爱情。图为《念念相忘》剧照



以某种标准答案表为表征，“恋爱审判”就得以成立，随之则容易陷入“恋爱羞耻”的怪圈中，这也是当下各类情感博主大行其道的原因之一。

当情感博主以变幻的营销策略宣扬个人的“爱情圣经”时，关乎男女之间的情感拉扯与一切外物相关，却唯独少了爱情本身。1923年，由时任北大哲学系教授张竞生引发的“爱情定则”事件，是中国历史上首次关于爱情的大讨论，在这次讨论的声音中，还包括鲁迅、周作人、北大教授梁启超等知识分子。彼时在五四运动的强烈冲击震动下，曾经私人性的爱情作为一种主体性的彰显，在公共空间里拥有重要的一席之地。这场大讨论并没有得出一个确切的答案，关键并不在于答案，而在于爱情被赋予现代性的标识，某种意义上正是时代的注解。百年后的当下，爱情已不再被关

心。如果观察“20部高分经典爱情片榜单”，一个有趣味的发现是，绝大多数电影都拍摄于很多年前，新世纪的作品不多，国产片中只有2000年的《花样年华》勉强符合。在加速的当下里，爱情究竟正在遭遇着什么？我们正在经历一种绩效主义生存，绩效原则已经统御了当今社会的很多生活领域，包括爱情。由此，纯粹意义上的爱情备受威胁，爱情被规定为一种只允许“积极化”的存在，因而要规避那些不确定的、不透明的陌生因素，它被训练成一种熟悉的模式，放弃了对他者的内在渴望，进而与超验性渐行渐远。如此，当爱情陷入“失落”，爱情电影又何以安放？在这个意义上，这不仅关乎电影，更牵涉大的社会命题需要去反思。

（作者为西北大学文学院博士后、助理研究员）

域外影视

网飞动画电影《美猴王》上线后口碑褒贬不一，评分在及格线上下徘徊

到底是谁辜负了猴子？

戴桃疆

俗话说“好事多磨”。到了电影领域，“多磨”大概率不是好事。频繁撤档的电影是烂片的几率会大大提升，同理一部早有策划却在制作方面几经波折的电影，叫好又叫座的可能也会大大降低。

动画电影《美猴王》早在2017年便开始筹备，最初由东方梦工厂开发制作，之后便没了下文。四年之后，网飞（Netflix）拿到了《美猴王》的发行权，并对外披露包括执行制片人周星驰在内的主要团队。但是这部动画电影的波折还没有结束，动画制作公司换了又换，最终在2023年才和观众正式见面。此时，距离产生制作动画电影《美猴王》这个想法已经过去六年。

这六年间，无论是好莱坞还是大本营在美国的流媒体公司都几次三番地大搞中西方合璧，大部分都惨淡收场。“西体中用”处于一种两头不讨好的状态。尽管《美猴王》被选为第二十二届纽约亚洲影展闭幕影片多少提升了一些观众期待，然而其上线之后，口碑褒贬不一，评分在及格线上下徘徊。很显然，网飞流水线生产的模式已经很难回应观众对这只中国最知名猴子的爱。

“大男主”过时了

西方电影近些年都在积极探索新的叙事模式和叙事视角，努力抛弃那种古希腊史诗起便根植于西方文明血脉的叙事模式。“天赋使命的王者踏上征程、结交拍档共克难关、遭受重挫跌落谷底、自我觉醒、获得胜利”的模式虽然没有被彻底抛弃，但在市场上已经不再卖座。超级英雄题材在观众市场雄风不再，用这套“大男主”理论硬套在女性角色身上的尝试也被市场证明无效。“大男主”叙事过时了。

《美猴王》也在努力避免使用这种过时的叙事，但最终呈现出的效果就像一个只掌握了一种说话方式却被告知不能这样说话的人，结果颠三倒四，说



《美猴王》中，猴子看着像主角，但在行为动机、人物成长性上都远不如小女孩“琳”，成了实际上的配角。图为《美猴王》剧照

都不会说话了”。

《美猴王》其实讲了两个故事，一个是传统“大男主”猴子天赋神力、开启成仙旅程的故事；另一个是普通女孩“琳”主动承担起为干旱的村子向龙王求雨的使命，她与龙王达成交易，帮龙王拿回定海神针，龙王为村子降雨，通过欺骗猴子达成目标，在龙王胡作非为时觉醒自我，重新帮助猴子拿到定海神针，消灭反派龙王。这两个故事被美国编剧笨拙地揉在一起，彼此交融的方式就像拧麻花用的两面面团，彼此交织但不交融。

如果这是一个中国故事，或许从琳的视角出发叙事会更加流畅。然而，动画电影《美猴王》是一个美国人做出来试图面向世界观众的故事，它舍不得美猴王这个响亮号的市场号召力，又担心不熟悉西游故事的观众不清楚猴子的性格，硬生生地把一段看上去像人物小传、背景故事的东西塞到了电影开头。猴子看着像主角，但在行为动机、人物成长性

上都远不如琳，成了实际上的配角。

如果猴子中途能像陈佩斯在小品里一样反应过来，大喊一声“我才是主角！”这部动画电影未必会有现在这样糟糕的结果。遗憾的是，尽管周星驰参与其中，猴子也没能在此时跳出斩断被美国编剧安排的命运。从与琳相遇起，故事的主配角位置彻底调换了，直至琳完成使命并觉醒自我将电影推向高潮，故事才回到猴子与如来斗法的西游故事主线上。

换言之，《美猴王》这部“大男主”叙事电影是由两个“半个”大男主叙事构成的：其一是套在女性角色身上的大男主叙事，其二是被阉割的猴子大男主叙事。前半个有气无力，后半半个有力无气。它是一次薄弱的原创和不朽经典的强力碰撞，宛如两个大小不等的阴阳鱼，怎么也摆合不到一起去。

正因如此，尽管《美猴王》色彩丰富艳丽，动作场景多，很热闹，但是观众仍然觉得看了个寂寞。中国最了不起

的叙事也不能打败过时的叙事。

“星”味丧失，观众不再为情怀买单

2005年的电影《功夫》在北美市场收获了3000万美元的票房成绩，也成为周星驰在北美最成功的电影作品。大多数人都清楚成功不可以复制，但人很难完全抛弃成功的经验，最终落入一些经验主义陷阱。在周星驰做执行制片的《美猴王》里，多少也能看到一些诸如铁线拳、包租婆等“功夫”元素，许多“影迷”乐于在这部动画中找到这些元素，并为了表示对“星爷”的爱给《美猴王》打高分。然而客观地讲，《美猴王》没什么“星”味。

《功夫》是一部塑造了众多喜剧人物的功夫电影，人物很喜剧但动作场景很帅。《美猴王》中只有几个反派将

将被划为喜剧人物，角色塑造俗套又缺乏新意，和《功夫》唯一的共同点大概只有动作戏不少。《美猴王》动作戏多，却没有一个抓人眼球的经典场景，就连进入高潮部分正面大战进化后反派的场景也草草了事。反派塑造的失败充分说明了网飞《美猴王》披着东方故事的皮，内里却仍然没有摆脱西方刻板印象的局限。龙王的外在形态和内核仍然是儿童卡通概念里的西方龙，区别于西方龙喷火，而这位东方龙王喜水，五短身材的龙王没有在大决战的高潮场景中形成任何的压迫感和威慑力，猴子干脆化身“一棒超人”，轻松解决危机。

遗憾不仅仅在动作戏上，《美猴王》的文戏同样乏善可陈。换了水土，周星驰通过台词设计引人笑点的能力被完全封印。《美猴王》文戏段落长且乏味，对塑造角色，尤其是增加角色魅力没有丝毫助益。猴子尽管台词不少，可废话太多，让人觉得聒噪。当年周星驰和猴子的组合是《大话西游》，是“至尊宝”，现在看周星驰和猴子的组合只有唐僧。很难讲到底是不是所有人都最终会变成他讨厌的样子，周星驰和猴子也不能例外。但可以肯定的是，在《美猴王》里周星驰和许多参演“西体中用”好莱坞作品的中国明星一样，最大的作用仅仅是作为一种扩大潜在受众的手段。

然而打情怀牌对于被互联网营销全面浸泡的观众来说已经不如原来那样奏效了。就算是周星驰自己指导的电影，一旦无法满足观众对“周星驰”的期待，也一样无法单凭情怀收获好评和称赞。何况在《美猴王》这样一部按照《西游记》主线故事创造的时空中，周星驰那种需要跳出既定概念和空间才能施展的喜剧才能基本没有发挥的空间。在矛盾中，《美猴王》最终呈现出一只行为动机薄弱、缺乏核心意志的打手猴子，既完全背离了《西游记》赤诚且具有反叛精神的大圣，又没有真正地放飞自我，沦落到最尴尬的这般的田地。

东方英雄拯救不了西方叙事

相比老套的叙事、缺乏魅力的角色，齐天大圣的西方大马猴限定皮肤和花果山随处可见的椰子树已经不算什么致命问题了。手握猴子和周星驰两张好牌最终打得稀烂，《美猴王》的失败在一定程度上说明当下西方影视存在的一些问题。

面对“大男主”叙事不可逆转的衰败，西方电影工业找不到一款可以行之有效的、可以被无限复制的新模式填补空缺出的位置，最终陷入一种“说都不会说”的混乱。为了能够继续从市场上吸金，大量尚未被完全开发的英雄形象不断被推向观众。像一次毫无方法论指导的盲目实验，随意择取一些有过成功先例的元素进行混搭，并试图在混乱中让这些元素自行发生化学反应，也不管反应结果有毒没毒就大量投放给观众看效果，效果不行就再换下一批元素，并重复之前毫无章法的实验方法。这个混乱的实验场里看不到创新，也感受不到诚意，给一种大家都想把工作让给人工智能的赛博朋克末世感。

近几年西方“大片”在中国市场的票房表现也充分说明，更加重视个人情绪、更加关注社会议题的中国观众不再为缺乏情绪调动能力的“大男主”故事买单，一度也被中国电影人奉为学习对象的西方英雄叙事如今也已成了“英雄末路”。美国文化沉淀的不足使其经常不得不从其他文化中挪用英雄的形象试图救市，遗憾的是中国猴子并不能帮助美国人改变什么。

或许动画电影《美猴王》糟糕的结果正是因为美国人不信猴子，也不懂齐天大圣路碎凌霄放肆桀骜的内核。电影是对猴子一次丑陋的消费，但中国最了不起的猴子并不会因此减损他的魅力，他手中的金箍棒打碎的只有西方英雄叙事最后一层光环，让人看到里面干枯的内核。