

推动主旋律电影进步的，是时代和观众

——从正在热映的电影《建军大业》《战狼2》说开去

丁亚平

眼下电影《建军大业》和《战狼2》正在影院热映。作为主旋律题材的电影作品，前者聚焦表现1927年中国风雨飘摇内忧外患之际，革命先辈驰骋沙场浴血奋战的一页重要篇章，显示出历史的纵深面貌，同时请来香港的商业片导演执导，力邀一群有市场号召力的年轻演员来参演；后者将镜头伸向国境之外，以大片的叙述模式和视觉呈现方式包裹浓烈的爱国主义内核。两部影片上映至今，口碑与上座率俱佳，由此也让我们思考：主旋律电影，如何深入人心？

主旋律影片的说法最早出现于1987年3月，电影局在召开全国故事片创作会议上首次提出了“突出主旋律，坚持多样化”。两年后上映的《开国大典》，成为主旋律影片的标志性作品。及至1990年代以降，主旋律影视剧成为了一种特殊的影视类型，出现了《焦裕禄》《大决战》三部曲、《开天辟地》和稍后的《红河谷》《黄河绝恋》《走出西柏坡》《邓小平·1928》《集结号》《建国大业》《唐山大地震》《建党伟业》等影片，大都具有史诗风格，群像和平凡百姓成为表现对象，同时也呈现出类型化的探索取向，在所截取的历史横断面中表现人物，表现人物与事件的关系，表现人物在特定情境下所做的选择，力图破除长期以来文艺作品中对于正面人物的脸谱化设置，凸显其普通的人性一面和市场的需要，反映了电影作为文化产品的功能。

不能否认，在此阶段，也有一些创作者对于主旋律的认识过于狭窄和片面，把主旋律等同于概念化与程式化，导致一些主旋律影视作品成为与市场需求与艺术规律相悖的高高在上的宣传画。可喜的是，近两三年来，越来越多的创作者意识到，概念化的表达，需要

建军90周年，正在影院热映的《建军大业》和《战狼2》，以打破思维惯性、有别于传统主旋律影片的样貌引发了观看和评论的热潮。本文作者梳理了主旋律影片产生、发展和进化的过程，得出结论：真正推动主旋律作品进步的，是电影的发展，是有着严苛检视一切的“毒”眼光的观众，乃至时代社会。

——编者的话

电影《战狼2》上映后获得观众肯定，成为华语电影史上最快破10亿元票房的影片。图为该片剧照。



以类型策略来替代。剧情紧凑，营造紧张的故事张力，反映最牵动人心的东西，是创作者观影者的共同期旨。只有在血肉丰满的历史与生活中，影片中的个体才能真正回归自我。主旋律影片，不能局限于写历史的或目前的事实，尤其是其中的重大现实题材影片，聚焦表现的大都是会使人看到未来和希望的正在进行的伟大改革，创作者的眼前永远应有一幅中国以至世界文化的全景。特别是随着对主旋律影片中商业

元素的挖掘，创作者热情迸涌，出现了《智取威虎山》《湄公河行动》《战狼》这样的作品，借助商业电影的叙事模式、融入特效等手段而又契合商业化元素，努力做到历史真实与艺术真实的统一。除了上面说到的三部之外，《我的战争》《那些女人》拍出战争的残酷性和真实性，通过让年轻观众乐于接受的手段有效传递了英雄主义。《血战湘江》《勇士》《大会师》将战火纷飞中的领袖带入普通大众视线，从神圣走向真切可感。

与此同时，还有一些主旋律电影则在艺术语言的拓展上做了尝试。《我是医生》采取纪录样式，展现了电影的多样性和表达的多种可能；《母亲的飞机场》《梦开始的地方》把故事放到民族风的基调中表现；李雪健、陶慧敏主演的《老阿姨》、陶红主演的《为了这片土地》、储智博主演的《燕振昌》请明星做角色表演，特征鲜明。

所有这些努力，都使得主旋律概念获得了泛化的扩展，从最初特指重大革

命历史题材和现代历史题材，向着表现主流价值观拓展，主旋律电影因此在表现范围、艺术手法和人物塑造上更加灵活多样。任何电影的创作及其当代性都关系到电影在观众那里的接受度，主旋律作品也不例外。直面现实主义，将主旋律概念广义化，推动以至演绎出了一种创新性的改变，增加了作品的亲和之感，使观众通过电影学习、了解历史，在观影欣赏中获得陶冶和浸染，获得正向的思考力。

主旋律影片的改变，是市场也是社会发展的需要。这和观众直接攸关。市场化作为一种思维，聚集中心是金钱是票房是逐利，关心观众多少的背后，是狭义的商业中心主义，是眼皮底下的经济考量。这无疑已经形成了制约中国电影发展的根本力量。但归根结底，好的基本电影才代表着艺术和文化以至文明的根本精神和核心价值。即使是高票房，对主旋律电影创作者来说，也是天上掉下来的馅饼，做电影本身，才是旨趣所在。

回顾电影史的时候，我们会发现一些电影，特别是主旋律电影作品在今天看来它的艺术价值可能已经非常有限，但在某些特定的历史背景下却受到热烈的欢迎，以至给当日的观众以审美的愉悦。这其实不能说特定历史时期存在着特定的审美标准。究其原因，从观众方面说一是电影发展的向度和历史发展的向度未尽一致，其次是时代与艺术教会了他们如何分析人物接受人物，还有，电影范式的扩展、探索与接受，应该允许和鼓励。这些文化的或艺术的因素不仅在观众选择的自觉方式和立场上表现出来，而且尤其会在观众直觉的以至意识不到的地方表现出来。想想近年北京国际电影节、上海国际电影节期间展映的包括国产电影佳作在内的世界优质电影一票难求，就不难明白：电影是一门工业，好电影才会赢得观众。这提示我们，文化艺术限制了电影家观察世界的方式，制约了他们的所思所虑即他们认为当然如此的东西。主旋律作品也一样，真实的进步动力，来自电影的发展，来自有着严苛检视一切的“毒”眼光的观众，乃至时代社会。

（作者为中国艺术研究院电影电视艺术研究所所长）

争鸣

正在上映的电影《悟空传》，改编自被称为“网络小说第一书”的同名小说。原著自2001年出版以来，再版八次，累计销售量近千万册。

无论是电影还是小说，《悟空传》所依托的，都是“西游记”这个极具民族文化特色的超级大IP。事实上，自1927年我国首部西游改编电影《盘丝洞》问世以来，每个时代的“西游”影视改编都方兴未艾，契合着彼时的时代潮流和观众的情感结构，并且这股热潮还将延续下去。本文正是在这样的背景下，从电影《悟空传》的成败出发，探讨在资本面前，西游题材的开发如何接续传统。

——编者的话



小说《悟空传》17年间多次再版，被誉为“不可或缺的那个时代的记忆”。有评论认为，从悟空的思考者形象，可以看到年轻人对传统文化的理解和再现。上图为根据小说《悟空传》改编的同名电影海报。左图为小说《悟空传》封面。

本版用图均为本报资料

在逐利的资本面前，“西游记”这个超级IP乱了

——从正在上映的电影《悟空传》对原著的改编成败说起

刘春

在这个“网络小说第一书”电影化的过程里，的确有一些细碎的闪光点。但它们无法弥补电影的致命伤：孙悟空的“心”是空的，电影中完全看不到孙悟空内在自我的挣扎与自省

2000年2月3日，曾雨大学毕业刚刚半年，回到江西老家担任某网站的编辑，这一天他在新浪论坛注册了一个用户名。依照当时随手翻到王勃《滕王阁诗》最后一句，“阁中帝子今何在？槛外长江空自流”，曾雨同时注册了两个用户名“今何在”与“空自流”。这个在单位里觉得局促的青年，很显然对这句诗颇有感慨。但是他大概没有预见到，新兴的互联网论坛将为他打开一个全新的世界。

两个星期后，今何在选择新浪的“金庸客栈”发表《悟空传》第一章，这一刻他终于与内心的自我，以及精神上极为契合的同代人在新世纪汇合。

被誉为“网络小说第一书”的《悟空传》由此诞生，这个“第一”既指影响力、阅读量，也代表众多读者对小说内容、架构和价值倾向的认可。2001年纸质版出版至今，《悟空传》再版八次，累计销量近千万册。今年夏天小说改编为同名电影上映，今何在参与编剧。影片上映已超过三周，尽管网络评分持续走低，仍有望成为这个暑期档票房最好的国产影片之一。

虽然取材于古典小说《西游记》，小说《悟空传》直接致敬的原典，是上世纪90年代以来对青年文化影响甚广的《大

话西游》。不仅仅是《悟空传》直接借用了《大话西游》中至尊宝与紫霞的情节架构，更在于两部作品都以孙悟空为主角重构西游，以孙悟空的命运深刻转喻了青年一代在当时所面临的历史境遇。小说《悟空传》与电影《大话西游》的叙事，都在“五百年前”、“五百年后”的时间轴上不断转换，指向着一个分裂的、努力却还尚未完成自我认知的孙悟空。

和《大话西游》相比，小说《悟空传》更“燃”，孙悟空踏南天，碎灵霄，实践了“我来过，我爱过，我战斗过”的个体价值。小说封面上的宣传语，也即小说中金蝉子（转世为唐僧）的四句话广为流传：“我要这天，再遮不住我眼；要这地，再埋不了我心；要这众生，都明白我意；要那诸佛，都烟消云散！”

小说《悟空传》在世纪之交取得的成功，在于准确地讲述了80后一代的情感

结构，迎合着这一代个体意识的觉醒。然而，从小说《悟空传》到电影《悟空传》，一个关键的变化是个体精神的稀释。与原著相比，电影删掉了白龙马、唐僧、阿瑶等主要角色，王母、玉帝、如来、观音组成的对立面被高度概念化，简化为野心家上天尊和一架掌握人间命运的天机仪。孙悟空的反抗与成长变得低幼化，其主线是与上天尊女儿阿紫的情感纠缠；副线则有两条：其一是作为转世石猴命中注定的反抗，其二则是为花果山死去的村民复仇。电影似乎想照顾面面俱到，但每条线索都缺乏合理的驱动，非常生硬地纠缠在一起。

诚然，电影的一些细部颇为用心，例如金箍棒是上天用来禁锢孙悟空的法宝，当金箍棒从死去成尘的阿紫身上，化为孙悟空金箍棒的花纹，所要挣脱的束缚成为了成长的印记。而齐天大圣中的“齐

天”来自孙悟空带领村民捉妖时的口号“齐心协力，天降甘霖”，“自我”似乎想突破个体的小情小爱，和更广大的世界相遇。但是，这些细碎的闪光点，无法弥补电影的致命伤：孙悟空的“心”是空的，电影中完全看不到孙悟空内在自我的挣扎与自省，而这恰恰是从《大话西游》到小说《悟空传》成功的关键所在。

面对网友批评的“今何在”如今何在？今何在在选择亲自登场，在豆瓣发表长篇的辩解，先是以粉丝对孙悟空的态度作比喻：“我们都爱孙悟空，赞他大闹天宫，但他被压在五行山下时，没有一个人来救他。”在这个意义上，今何在直接挑明了《悟空传》就是要票房：“很多朋友说悟空传就该是文艺片，文艺我们也看。很感谢。但要理解文艺片是要赔钱的，所以就算我当导演，也不能拿投资商的钱去玩。”

今何在非常诚实的自辩，已经把电影《悟空传》的意图说得很明白，在IP电影大行其道的今天，电影《悟空传》希望把小说《悟空传》背后的粉丝经济兑现。今何在显然是希望，讨论电影《悟空传》，不能仅仅以电影批评的视角，同时也要有电影产业的眼光。

在《西游记之女儿国》定档2018春节档期、尚有不少西游题材影视剧仍在筹划的当下，“西游”IP如何避免观众审美疲劳，电影《悟空传》的成败或可借鉴

西游记之大闹天宫》《西游记之孙悟空三打白骨精》《西游·降魔篇》《西游·伏妖篇》四部，此外《大圣归来》也取得了逼近10亿元的票房，足见这一具有民族文化特色的超级IP，在影视转化中蕴含的巨大能量。这一IP聚集的观众，覆盖面之广，其他题材几乎难望项背。

不过，这个IP观影群体内部，实则有着深深的罅隙。就孙悟空形象而言，这里至少有两条不同的脉络：《大话西游》、小说《悟空传》与《大圣归来》是一条线，侧重内在的对于孙悟空精神世界的探索，依赖故事与情怀；《大闹天宫》（2014版）、《西游·降魔篇》《西游·伏妖篇》是另一条线，侧重外在的资本收益与视觉效果，依赖大制作、大投资、明星演员、豪华班底、电影特效。

电影《悟空传》以票房为目标，旗帜鲜明地接续到后者的脉络上。电影上映

后“原著党”的不满，正在于“原著党”期待的是接续前者而非后者。事实上，从网文到影视剧，小说《悟空传》的读者并非天然就是《悟空传》的电影观众。当前者关注的青春情怀、个体奋斗以及对世界、人生意义的形而上思考，被改编为颇有“中二港漫风”的反抗、失败、终极战斗三段论，“原著党”无疑会感到深深的背叛。

今天的票房就像西游中的成佛，作为市场的标准当然很重要；但是《悟空传》作为“网络小说第一书”，就像《悟空传》中的孙悟空一样，生来就不是为了成佛。不得不说，电影《悟空传》大幅删减原著复杂情节、孙悟空造型欧美化、天机处似哈利波特魔法学校、天机仪的工业质感，以及孙悟空与阿紫牵强的感情戏，都很容易让人出戏。与其千人一面，想当然地讨好所谓90后、00后以及面目模糊的“大多数”观众，不如坚守自我将原著

精神发挥极致。可惜疲于逐利的电影资本，容不得今天的今何在所厌弃的“文艺片”。在《西游记之女儿国》定档2018春节档期、尚有不少西游题材影视剧仍在筹划的当下，“西游”IP如何避免被资本玩残，如何避免观众审美疲劳，电影《悟空传》的成败或可借鉴。毕竟电影不同于一般的工业产品，前段时间中国票房的放缓增长已经说明市场对内容的看重。

以好莱坞大片为参照，近年来中国电影的确在技术、投资层面不断攀升，中国的电影产业体系也日益完善，从电影大国到电影强国并非遥不可及。然而值得注意的是，《刺客信条》等外来IP在中国票房平平，而《魔兽世界》这类在中国市场收益颇丰的影片，成功的秘诀也并非特效、制作，而是对目标观众情感结构的契合——游戏玩家试图在影院重温的不过是曾经的青春激情。如何更加细致、细致地满足观众对佳片的需求，如何理解我们身处的时代，如何讲述属于这个时代的精神内核，如何在银幕上展现历史风云激荡中的个体及其命运，或许正是中国式大片需要思考的问题。

（作者为上海社会科学院文学研究所助理研究员）