

一种关注

纵观今年上映的这几部影片，可以看到国产电影对类型运用的进步与成功，但与此同时也仍然要有对文学性和人物深度的挖掘、艺术的独特和精神价值的提升。类型面向市场，但也可以成为电影通向艺术杰出，而不仅仅是实现趣味性的路径之一。



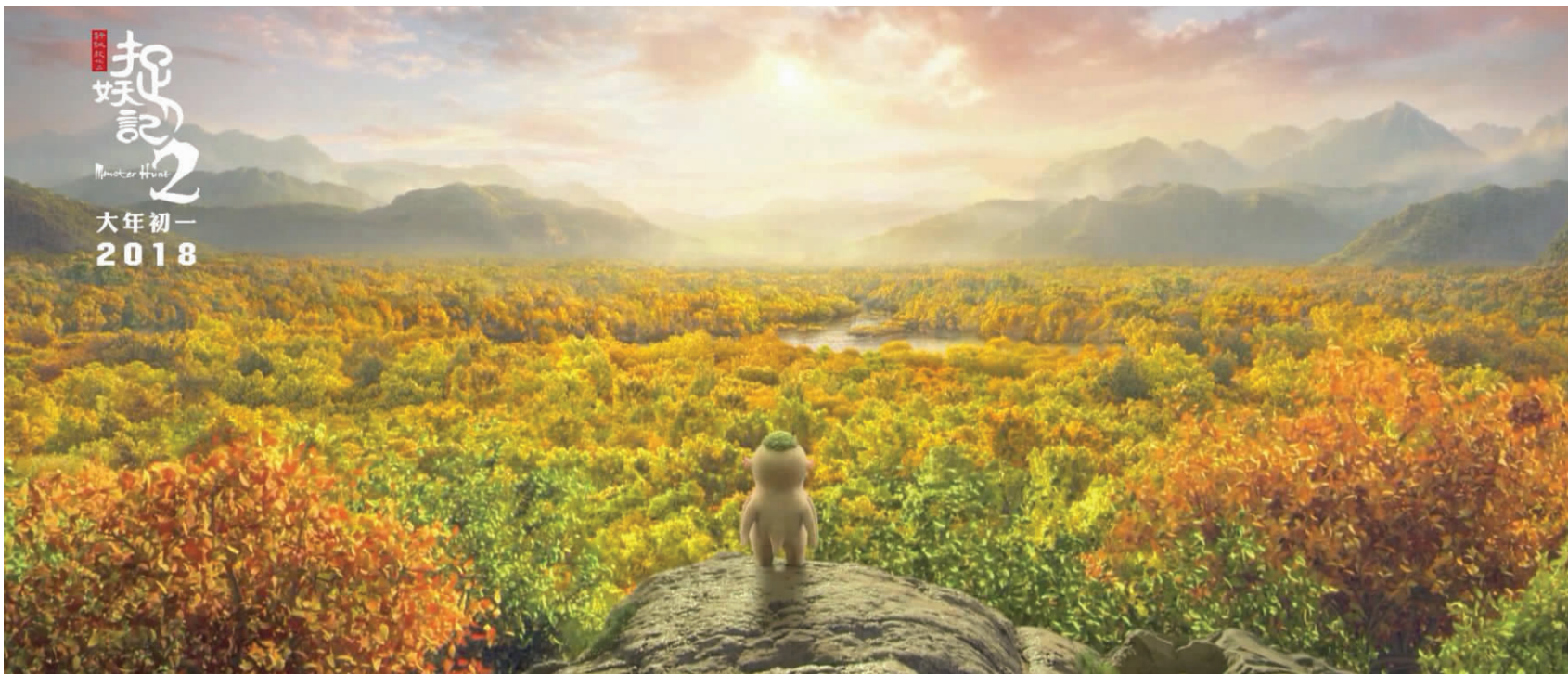
今年春节档的几部影片，集中显示了国产电影在类型片上的进步和追求。其中《红海行动》继《战狼2》之后再次呈现出情节军事类型片表现主流价值的成功和感染力。《唐人街探案2》和《捉妖记2》则在加强性的娱乐狂欢中作出中华文化和民族精神的艺术表达，显示了奇幻、喜剧、悬疑等类型新的创作追求。

类型片一方面有比较通俗的感染力，同时也容易陷入模式化，最大问题是情节容易压过人物刻画或人物流于平面化

类型的含意更多体现在影片的形式元素和套路，更具有大众文化通俗的艺术特征，相比艺术片往往有更强的视觉影响和强烈的主题表现力。《红海行动》广泛运用军事类型片的形式，将家国情怀、人民至上、英雄主义、民族精神、新时代人民军队崭新形象等主流价值细密编织于引人入胜的情节、场面、人物中，让观众在真实、密集、流畅、富有冲击力的情节和画面中感受到祖国的伟大和凝聚力，呈现了类型片表现主流价值的特长和成功。

的英雄气质。不畏牺牲的勇敢，战之能胜的信念和能力，救助中国公民的义不容辞，对所有战乱受害者的同情，军事与信息科技带来的大开眼界，呈现出感动人心的新时代英雄群像，为主流价值的艺术化表现提供了新经验。

《捉妖记2》在奇幻类型上继续新的开发，一方面延续了《捉妖记》将计算机动画创作与演员表演无缝结合的制作，一方面融入大量荒诞、解构、闹剧等艺术和文化的元素，形成一种狂欢式的叙述。但在人物与动漫的人机结合上没有超出《捉妖记》的难度，演员与动漫对接的合演远少于演员、动漫的各演。最主要的问题是，类型片的基本特征本应是情节性，而《捉妖记2》的故事性却多有流失，叙事让位于大量碎片化、狂欢的、噱头的场面，并造成主要人物性格并不鲜明。寻妖亭主(大鹏饰)对小岚的追求示意，徒有酸意而与故事主线相距较远。而对赌徒屠四谷(梁朝伟饰)的挠痒感，显得笑料低质甚至有粗鄙意味。故事弱化反映出文学性的薄弱，进而看出影片精神内涵的苍白。影片试图表达家庭团圆与人妖相处的主题，但大量夸张的、狂欢的场面淹没了故事，绕开了人文主题的展开。虽然一些荒诞解构式的搞笑蕴含了善恶区分，如小岚得到的



类型的成功与艺术的追求

——从今年上映的几部国产影片看“类型化”得失

路侃

炮筒装满了制痒之类的“弹药”，貌似藐小可笑，而在善良一方却成了对付妖怪的制胜武器。胡巴的造型更接近于白萝卜，萌态中带来更多善意。但更多夸张喧闹的画面却难以说明人妖何以能够同处的精神深度，即具体掩盖了整体。

情节压过人物的现象，在技术性场面中尤其显得突出。《红海行动》与《战狼2》都是类型片塑造中国英雄的成功影片。而略有差别的是，在主人公英雄塑造上，前者显得不如后者更有厚度。冷锋(吴京饰)要比杨锐(张译饰)多一些立体感和性格长度，他们不只是孤胆英雄与团队英雄的区别，还有人物的性格历史、内心世界与少等艺术想象的不同。冷锋的经历与前女友的惨烈遭遇，更丰富了英雄性格的多样与历练成长。而《红海行动》更是在激战场面、集体行动中塑造英雄，多有成熟，少了一点多样。而在集体性中应该同样可以塑造英雄成长的多侧面、不同与波折，在多种关系中创造出新的独特性格和英雄。

类型更容易与流行和市场相结合，这一方面带来电影市场的扩大，但也面临电影艺术水平提升的问题

偏离人的塑造的形式追求，反映的是电影的文学性薄弱，导致影片缺乏艺术高度。回顾近年国产类型片的创作历程，可以看到，在主流文化吸收类型创

作的同时，流行文化和市场取向仍然是类型创作的主要方面。类型更容易与流行和市场相结合，这一方面带来电影市场的扩大，但也面临电影艺术水平提升的问题。冷锋(吴京饰)要比杨锐(张译饰)多一些立体感和性格长度，他们不只是孤胆英雄与团队英雄的区别，还有人物的性格历史、内心世界与少等艺术想象的不同。冷锋的经历与前女友的惨烈遭遇，更丰富了英雄性格的多样与历练成长。而《红海行动》更是在激战场面、集体行动中塑造英雄，多有成熟，少了一点多样。而在集体性中应该同样可以塑造英雄成长的多侧面、不同与波折，在多种关系中创造出新的独特性格和英雄。

按照阴阳五行的排列作案，最后借助众多华人和美国民众帮助完成大破案。高潮中彰显中国文化的魅力、普通民众力量和中美人民友谊，并告诉凶手，理解中国传统艺术，不要有神性，而要尊重人性。积极的人文精神油然而生。影片同时还有案中案的设计，捎带揭露了美国社会问题，使故事的悬疑推理本性更加丰满。《唐人街探案2》在多样艺术形式的融合中，让强调真实冷酷的悬疑侦探片走向夸张喧闹的极致，并且没有损害故事和人物。王宝强的夸张谐谑和刘昊然的庄严肃穆，以及一些美国朋友的“其貌不扬”，都亦“丑”亦美，相映成辉，融汇于彰显中华文化和民族精神的大道中，成就了艺术效果赏心悦目的一部娱乐类型片。这种类型融合的效果也超过了《捉妖记2》。

按照阴阳五行的排列作案，最后借助众多华人和美国民众帮助完成大破案。高潮中彰显中国文化的魅力、普通民众力量和中美人民友谊，并告诉凶手，理解中国传统艺术，不要有神性，而要尊重人性。积极的人文精神油然而生。影片同时还有案中案的设计，捎带揭露了美国社会问题，使故事的悬疑推理本性更加丰满。《唐人街探案2》在多样艺术形式的融合中，让强调真实冷酷的悬疑侦探片走向夸张喧闹的极致，并且没有损害故事和人物。王宝强的夸张谐谑和刘昊然的庄严肃穆，以及一些美国朋友的“其貌不扬”，都亦“丑”亦美，相映成辉，融汇于彰显中华文化和民族精神的大道中，成就了艺术效果赏心悦目的一部娱乐类型片。这种类型融合的效果也超过了《捉妖记2》。

纵观春节档这几部影片，可以看到国产电影对类型运用的进步与成功，类型对主流电影表达的积极作用，类型对多样融合的不懈追求，类型追求与文学性、人物塑造的关系疏密对电影品质的影响。在主流内容的电影表达上，需要借鉴包括类型在内的各种艺术融合，也仍然要有对文学性和人物深度的挖掘、艺术的独特和精神价值的提升。类型的一切套路、炫技、奇观都应为人物塑造服务，创造与艺术片不同风格、但同样鲜明动人的人物性格。类型面向市场，但也可以成为电影通向艺术杰出，而不仅仅是实现趣味性的路径之一。面对世界众多的类型经典杰作，中国类型片仍需努力。

(作者为中国文艺评论家协会副主席)



电影市场的庞大增量推动了主旋律电影的类型化探索

孙佳山

“主旋律”不是一个本质的概念，而是在不断向前发展。1987年以来，“主旋律”走到今天已经过去了30年，在这30年中，它大致分为四个发展阶段。

第一阶段在上世纪90年代前后，这一阶段的“主旋律”影片以《大决战》系列、《开国大典》为代表。这类影片基本保持着对历史相对正统的叙述方式。由于当时市场化、产业化改革只是初始阶段，好莱坞等外国电影还没有大量涌入，因此那个阶段的“主旋律”影片反而在不太繁荣的市场环境中都有着非常不错的票房表现。1996年的《孔繁森》、1997年的《鸦片战争》、1998年的《周恩来外交风云》等的票房都名列前茅，1997年的《鸦片战争》更是以7200万元票房成为当年全国票房的亚军，仅次于《侏罗纪公园4》的7210万元。那一阶段的“主旋律”影片，大多完全由国家出资制作，在发行、放映等环节也大都具有体制性的保障。当下对于“主旋律”的很多认知也依然停留在那个阶段。

第二阶段是在世纪之交，既包括一系列“长征”题材影片，也包括《红河谷》《黄河绝恋》《紫日》等一些具有艺术电影特征的作品。在1997年冯小刚的《甲方乙方》以贺岁片的样貌拉开内地电影市场的类型化探索的大幕之后，“主旋律”影片也开始逐渐向市场化靠拢。例如一系列“长征”题材影片，就充分吸收了上世纪90年代末期，《话说乾隆》、《宰相刘罗锅》等在事实上刚刚兴起的大众文化市场中方兴未艾的电视剧作品中的成熟商业类型，开始将长征题材的“主旋律”进行市场化艺术化创

作，也暗合了上世纪90年代末的社会文化心理。在这一阶段，“主旋律”影片在投资意义上，开始尝试摸索市场化的运作路径。而第三阶段虽然仅有《建国大业》《建党伟业》等寥寥几部代表影片，但却表现出了足够的关注度。这一阶段的“主旋律”不仅在资金投入意义上已经找到了非常市场化的运作模式，在内容制作上也开始在局部大胆调用好莱坞等主流大片的创作手法，试图在“主旋律”之中完成其中国本土化的“嫁接”，这在“主旋律”的发展历程中，具有很大的转折意义。

所以第四阶段则以2016年的《湄公河行动》开始，以《建军大业》《战狼2》为代表，包括《非凡任务》和这个春节档的《红海行动》等一系列作品。今天这个阶段的“主旋律”比之前任何一个阶段都要复杂，从叙事结构、人物设定、冲突节奏到视觉效果层面上，都开始明显具备了国际主流大片的基本特征。而且，由于投资结构、出品归属等多层次的变革，今天的“主旋律”影视作品有了相当的自主性，对于文化边界的“勘测”也是在商业逻辑摸索的基础上完成的。所以，从上述发展脉络不难看出，“主旋律”电影，确实是在一步步地适应市场，一步步地拥抱类型片，也在一步步地寻找自身的自主性。确实很多人会从产品内涵的角度来谈这个趋势，但我认为更大的原因来自于当前文化娱乐消费者的外延的不断延展。在今天这个时代，影视产业的外延

发生了很大的变化，这既包括我们消费者基数的暴增，即产品受众人口基数的极大增加；也包括媒介形态的变迁，即移动互联网带来的媒介迭代效应。这些来自于电影产业外部环境的变化，已经影响到可以带来对于整个产业来说都是颠覆性的文化挑战——不仅会颠覆传统电影类型的市场格局，甚至“电影”本身的定义都有可能被改写，因为现在的电影产品所面对的，是和之前任何时代都几乎完全不同的“消费者”。

因为《前任3》等有争议的影片的不断热映，电影界这两年特别流行一个词叫作“小镇青年”，那会儿的学界和媒体都认定“小镇青年”就是中国电影市场的真正增量，这当然是不准确的，其本身也只是一个描述性的概念而已。从学理上讲，我更愿意把这些“小镇青年”，也就是构成增量的这些新观众，称为“不完美的消费者”。这里说的“不完美”并不是歧视性的贬义词，而是一种特征区分性描述。也就是说，中国电影的这些新观众，这些新的文化娱乐消费者，是由于商业地产在三四线城市和广大县级城市的变化而聚合的，他们走进电影院，和传统意义上的“影迷”或中等收入人群消费者相比，有着明显的个性。比如，他们并没有传统“影迷”或中等收入人群的教育程度、审美趣味、经济收入，不是我们过去所熟悉和适应的那一群文化娱乐消费者。但就是这些海量的“小镇青年”，这些海量的“不完美的消费者”，恰恰构成了中国电影市场的强大增量，他们改变了过去电影观

众的外延——进而开始改变过去我们所习惯的观影受众的内涵，三四线城市和广大县级市的新的观影受众，在票房上至少已经能和一二线城市的传统观众“三分天下”——这自然会带来电影生产和传播逻辑的改变，是那种想不改都不行。

他们是中国当代电影产业中节点性的关键主体，他们是带领国内电影票房冲锋的先锋队，也是国产电影内容品质的认同者。他们的存在，让中国电影产业在当代语境下缺失了准确的理论表述。

他们又是什么样的人群？因为网民和观影受众重合度很高，我们就根据工信部CNNIC每年公布两次的互联网统计数据，做一个初步的画像。在我国现有的近八亿网民中，有近90%未受过本科及以上的高等教育，有70%多年龄未超过40岁，农村网民的比例开始接近30%；而且超过绝大多数专业人士想象的是，我国迄今为止仍然有1.22亿网民，也就是每六个网民当中还有一个依然是在通过网吧上网，而这种状况和局面显然是在大众的认知范围之外。但就在过去的短短五六年时间里，他们“突然”涌入到我们的主流视野，电影市场只是其中之一。

对，这是从明星文化到偶像文化的时代跃迁。这些作为“网生代”的粉丝文化主体们的所见所想成为社会的关注，这在既往的任何阶段都没出现过，这个粉丝群体是整个中国历史上第一批在非典型类似美式原子家庭结构里出生的一代人。因此，他们成长过程中有着

很多相当独特的文化经验，比如他们的孤独感是我们很难能体会到的。他们特别强调偶像明星，跟自己个体成长的伴生性，他们对那种有着近乎完美形象的传统明星则完全没有兴趣；恰恰相反，那些有缺点的、不完美的偶像，才是他们文化娱乐消费的首选。我们千万别小看这种从传统明星到偶像明星的文化跃迁，其已经开始深度影响观影受众。就“主旋律”电影而言，以前的观影受众看特型演员扮演的角色，毫无疑问必须“演得像”才行，差一点都是不及格；而现在年轻观众对于流量明星参演《建军大业》，和过去的要求发生了天翻地覆的变化。我想这才能够解释为什么流量明星们越来越多地出现在了“主旋律”作品中，而“主旋律”当然也有着这样的诉求。应该说，这是多重源流和脉络在这个时代的合力的产物。我甚至认为，这种结合的方式很可能成为中国电影产品找到适合自己道路的关键节点。前面提到的“主旋律”

的前几个阶段所持续的时间一般都是十年左右，而且某种程度上还是逐渐衰落的；但在今天的这个“主旋律”周期内，其热度可能将至少持续20年甚至更久。因为成熟的电影工业，就是应当处理好“主旋律”和商业化的关系。比如好莱坞，哪个片子没有美式“主旋律”的影子。在过去，我们讨论“主旋律”，只能从题材的角度进入，而不是一个类型化的概念。而在这一个阶段，不管是《湄公河行动》《建军大业》《战狼2》《红海行动》等等，还是《湄公河大案》等等，我们可以说它们并没有全部都成功，但“主旋律”正在逐步类型化，并且不断获得了市场的反馈和互动，开始取得商业上和口碑上的双重成功，这也是我们正在面对的事实。至于以后的发展路径，不能说现在就一定有结论，但从我们全篇的分析框架出发，这一周年的历史闸门已经打开，我们拭目以待。

(作者为中国艺术研究院副研究员)