

当“封神”的野心变成迟到的遗憾

——从《封神第一部》看中国电影市场大片消费的转向

黄启哲

千呼万唤始出来。自2012年着手筹备算起,前后历时11年的“封神三部曲”之《封神第一部:朝歌风云》终于在近日上映。豆瓣7.7的评分和约6亿元的票房成绩,之于一部商业大片来说,都是不错的成绩。然而,与此前宣传的创下中国影史最高投资、中国电影工业化标杆、打造“中国的《指环王》”等投入、目标相比,目前的市场反馈似乎还不在同一量级。甚至对于一部分被吊高期待的业界人士与观众来说,《封神第一部》目前的表现可以说是差强人意——毕竟,当下的中国电影市场,不缺完成度高的“爆米花电影”,缺的是真正彰显中国类型大片制作水准与表达实力的扛鼎之作。

而究其原因,是《封神第一部》作为流行文化产品未能“及时交付”问世。而这意味着,片方就需要面临市场风向转变、观众审美需求提升、后起之秀势头强劲等难以预估的风险压力。可以肯定的是,《封神第一部》的品相水准放在早前,是同题材的制作天花板,或可凭借视觉奇观、恢弘场景、华美服饰等制作“长板”来惊艳观众。相应的,故事人物相对简单粗线条等内容“短板”或可得到市场的忽略与包容。然而,在“迟到”多年上映的今天,尤其在当前“好莱坞大片”在中国市场号召力逐渐式微的当下,这部从创作观念、制作模式到作品风格一致对标好莱坞的作品,就显现出了与市场“错位”的遗憾。

《封神第一部》没能问世即“开榜封神”,之于中国电影市场与中国电影工业发展而言,不得不说不是一件遗憾的事。这之中,有片方决策失误、资金链断裂等内部问题,也有市场的震荡与冲击等外部原因。但反过来,《封神》系列寻路好莱坞所暂时遭遇的些许坎坷,或许也提醒着中国电影人坚定文化自信,探索出具有中国特色电影工业化发展之路的紧迫性,以及深刻把握中国市场与中国观众需求,创作出与当下观众情感与思想同频共振作品的重要性。

诚意与遗憾并存: 雄心与使命感撑不起核心命题

可以肯定的是,《封神第一部》绝不是过往个别粗糙制作、堆砌明星的神魔奇幻“烂片”。这些从前期释出的幕后花絮再到最终影片里的呈现,我们都可以直观感受到。可以说,导演乌尔善带领的团队有着“打造中国的指环王”“做属于中国人的‘封神宇宙’”“制作中国电影工业化标杆之作”的雄心。尤其是在一部玄幻大片中,涉及实景实物,其纹样、色彩、形制也尽可能做到对照殷商历史与明清原著小说,有考证来处,有历史参照,让真人演绎的瑰丽奇幻故事能够在“写实”与“想象”间达到相对地平衡。不管是“冀州之战”的恢弘开场,还是质子旅充满血性阳刚之气的战舞,大小场面都颇具视觉冲击力。可以说,《封神第一部》的出现,一扫此前国产奇幻大片在观众心目中的糟糕印象。

然而,所谓“皮之不存毛将焉附”,再精致华美的场景道具服饰,都应当为影片主题、故事与人物服务。诚然,过往玄幻奇幻大片一贯被诟病的剧情空洞、人物浮夸等问题,在《封神第一部》中有所改善,但距离片方张扬的“玄幻史诗”尚有一定距离。引发争议与讨论的,集中在改编中国经典神话文本时,对于“弑父”这一主题的过分渲染。开场即在殷寿麾下质子与造反的亲生子对峙自戕,随后殷寿兄长殷启突然杀了老商王。此后质子们在殷寿威逼利诱下集体弑父、殷寿为防姬昌“弑父”预言杀子殷郊、姬发弑“伪父”殷寿等等情节不一而足。高密度之外,多对人物关系上,“弑父”主题上没有讲出层次、拍出深刻性,从而沦为“低效”甚至“无效”情节。尽管“弑父”在中国封建王朝历史与神话文学中并不鲜见,过往也不乏以此为主题表现反抗封建王权的经典作品,然而从呈现方式与人物关系上,《封神第一部》里的“弑父”更像是对于西方古典戏剧的移植。而如此移植,在此前《满城尽带黄金甲》与《夜宴》中均有探索,但最终“格格不入”“不伦不类”收场。

另外,相比以往“封神榜”改编影视作品主要依照明代小说《封神演义》为蓝本的做法,《封神第一部》主创还特别参考了《封神演义》的蓝本——宋元话本《武王伐纣平话》,并结合殷商王朝历史,赋予家喻户晓的神话一种全新的表达和人物设定。值得肯定的是,纣王不再是“脸谱化”的荒唐暴君形象,而是明知自己狐妖身份,利用其篡夺王位、巩固政权的野心家。这样的设定,虽然让这两个家喻户晓的反派人物有了丰富性与新鲜感,也摆脱了将王朝倾覆归咎于“红颜祸水”的论调,但与之相对应的,是围绕这两个角色的新设定,将原本原著家喻户晓的人物与精彩情节,如“比干挖心”“姬昌食子”变得平庸甚至草率。

电影工业化: 是制作的“标准化”,也包含成本控制与风险评估

《封神第一部》能激起业界与大众如此高的期待,还有另一个原因。那就是事前张扬的电影

工业化制作——计划以30亿元投资,一口气用“套拍”模式拍摄完成三部系列电影。在尚未有一部作品投向市场收获反馈之时,就敢于投资30亿元完成前期拍摄,如此规模创下中国影史之最的同时,也让业界震动。

乌尔善曾阐释了他的“电影工业化”理念。他认为的电影工业化包含三个层面。首先是在项目开发阶段,就有对电影类型的划分与类型标准的界定。第二是在制作管理层面,科学化的流程分工来配合完成技术比较复杂、体量比较大的电影项目。第三则是在高新技术的应用层面,他特别强调这几年在电影技术更新迭代非常快,目前已经从过往的虚拟拍摄、动态捕捉扩展到了人工智能技术的应用。

在最初的实践中,我们也可以从片方披露的信息,窥见“封神三部曲”完善中国电影工业化体系的雄心与匠心。不管是好莱坞资深制片人、剧本顾问等人参与创作,还是长期封闭式、系统化训练青年演员,都能看出“封神三部曲”剧组的高标准和规模化。

然而,所谓“工业化”不应只包含所谓环节流程的规范化、制作的标准化,还包括投资管理的科学化与风险评估控制。整个“封神三部曲”可谓命运多舛,先后传出资金链出现问题、出品方经营危机等消息。叠加过去三年影业低谷期,《封神第一部》一度卡在后期特效制作环节。尽管最终如愿上映,但这也直接导致成片“瑕疵”——特效水准“时好时坏”。有业内人士分析这是分包给不同特效公司的结果。不过,作为最终把关的制片方,显然没能做好品控监督,让一部以特效为重要卖点的玄幻大片,折损了原本的“长板”。以上种种,固然有市场环境的客观因素,但在“工业化”所必须的成本控制上,片方没能做好有效预案。

克服以上种种困难,《封神第一部》自筹拍到上映用了11年。这样漫长的制作周期跨度,无疑提高了风险系数。一口气投资30亿元拍摄完成三部作品的决策,固然有其优势,但也有着极高的风险。优势在于,能够更好地锁定演员、利用场景、控制成本等等,从而保证作品的连贯性。但之于大众流行文化,也压缩了后续根据市场反馈调整改进的空间。盘点好莱坞大制作,也有系列电影“套拍”的先例,比如《指环王》系列或是《速度与激情》系列。不过两者一来有着更成熟工业体系实践经验与IP市场基础,二来则是制作到上映的周期较短。这就一定程度上避免了作为流行文化与市场风向“错位”的风险。

随着电影市场逐步迈向高质量发展,观众审美迅速升级,口味趋势不断变化的当下,无疑对超高投入的电影大制作提出更高的要求,既要预判市场风向,也要有定力打磨作品,更要平衡好艺术与商业……一旦系列作品第一部反馈不好,很有可能连带折损后续作品。因而,如何把握好系列电影的连拍套拍节奏与市场风向的变化,也成为电影工业化体系下风险控制的重要一环。

消费复苏之后: 中国电影市场需要什么样的“大片”

而这就说到,除了作品本身品质内容之外,《封神第一部》之所以在市场反响与票房反馈上与“中国玄幻史诗”尚有一定距离,也与市场消费趋向的变化有很大关系。当下,观众对于大片的期待也不再只是单纯的视觉奇观、高能动作场面。以上这些都需要建立在深刻故事、高密度情节与丰满人物的基础上。

一个很有意思的对照是,好莱坞大片在全球拉动票房效应减弱,在中国市场也不再“一呼百应”;国产电影则凭借丰富的题材与类型,声量日渐扩大。仅就近期,从《蜘蛛侠:纵横宇宙》《变形金刚:超能勇士崛起》《闪电侠》再到《碟中谍7:致命清算》《夺宝奇兵5:命运转盘》等,无一不是昔日令影迷竞相追捧的大片大IP。然而时至今日,这些好莱坞大片口碑有高低,但票房均折戟沉沙,或者说不复往日辉煌——多则收获三亿元,少则惨淡的2000多万元。因为,单纯的视觉奇观、刺激场面已成大片“标配”,如果要在同类型中突出重围,就需要不断叠加视听要素,可事实上,套路化模板化的好莱坞叙事,已经让中国观众审美疲劳了。

而与之相对的,是国产电影《消失的她》《八角笼中》《长安三万里》《我爱你》等影片强劲的市场号召力。这些影片,都不是传统意义上的视效大片,然而却标志着中国观众近些年对于现实题材、历史题材的重视。而反观头来回看年初《满江红》与《流浪地球2》的“双星并举”,也能察觉出中国观众对于有别好莱坞风格的中国式悬疑片与科幻片叙事风格的浓厚兴趣。换句话说——西方中心主义背景下的“大片”定义及其背后的一整套创作逻辑,正在被中国市场与中国观众悄然改写。

截至7月中旬,2023年度大盘票房(含预售)已经突破300亿元,逼近2022年全年300.67亿元总票房。中国电影市场可谓复苏势头强劲。在这一背景下,《封神第一部》以中国银幕“消失”许久的玄幻大片身份重回江湖,或许没能给我们技惊四座的亮相,但由衷期待,在助推中国电影高质量发展之路上,“封神”系列的第二部、第三部能够走出更坚实稳健的步伐。



《封神第一部:朝歌风云》中费翔饰演的殷寿和袁泉饰演的姜王后

我们的文学生活

作家打造人设, 是否有助文学走向大众?

霍艳

近年,作家越来越多地在公开场合露面,积极投身于自我形象的塑造中,除了参加读书沙龙、讲座、朗诵等与文学相关的活动,还参与录制综艺节目和直播、脱口秀等网络节目。刘震云、余华在综艺节目上妙语连珠,莫言在直播间风趣幽默,梁晓声、麦家真挚平实生感情,都给人留下深刻的印象。作家通过展现鲜明个性的形象来帮助文学走向大众。

作家形象建构的风潮最早是从青年人开始,在纸质媒体繁荣的年代,他们以照片作为呈现方式。20世纪90年代文学期刊、出版社推出了一批“70后美女作家”,将关注点引向她们时髦靓丽的外表和无所顾忌的文风。很快掌握了流行风尚的“80后”作家主动进行自我形象的建构,展现出一种叛逆、忧郁、残酷又青春的风格,迅速脱颖而出。春树身穿红肚兜亮相签售会,以离经叛道的姿态登场,背后代表着一个被命名为“另类”的新兴群体。郭敬明成为自己作品的模特,像是一个从童话世界里走出来的精致王子,散发着一种孤独的自恋气息。张悦然有着一一种不符合她年龄的成熟,形象充满着华丽的戏剧感。他们个性的形象经由媒体传播,不光促进了作品销量,也成为年轻人模仿的对象。

等互联网兴起,“80后”作家开始打造自己的人设,一面凸显着某种个性姿态,一面通过情感联结把作者、人物、读者重叠为一个整体,引发共鸣。但这种人设也存在不少问题。韩寒努力凸显着反叛者的姿态,但杨庆祥尖锐地指出韩寒不过是借助舆论的力量来满足一种即时性的发泄欲望,难以推动社会和文化进步。郭敬明最初的人设是“长不大的孩子”和“来自县城的文学青年”,激发读者的情感带入、陪伴读者成长。但当“郭敬明”成为一个耀眼的文化符号,他的说也越来越复杂,扮演着作家里的艺人、艺人里的作家,商人里的文化人、文化人里的商人,每个角色都不纯粹,有时还会呈现一种分裂状态,对于奢靡生活的刻意呈现和盲目自大的性格使他和读者渐行渐远。

到了新媒体时代,“90后”作家将创作变为一场“事件”,在事件中凸显作家的鲜活形象。杜梨在英国获得英语现代文学和创意写作硕士,回国后就业之路却屡屡遭遇挫折,创作热情被逐渐消磨。直到有一天她得到去颐和园上班的机会,她将在颐和园工作的经历写成一篇虚构《在颐和园,我为人民服务,人民

千姿百态》,其中既悉心观察人物又坦陈自己的困惑,迅速火出了圈。在一次图书市集上,一个只卖一本书、仅有一块展板和一只熊猫玩具的摊位引起人们注意,摊位的主人薛超伟是复旦大学创意写作专业的硕士,他以一个人的孤独姿态售卖自己的作品《隐语》。活动结束后薛超伟将摆摊的经历写成文章《我一个社恐,摆摊卖书居然卖出300本!》,记录从第一天只卖出9本书到周末卖出300本书的过程,也描绘他如何进行心理建设,从羞于与人交流到收获很多鼓励。这些创作之外的“事件”及围绕事件进行的再创作,分享着年轻人的喜怒哀乐。

和青年作家追求“统一感”“共鸣感”不同,传统作家呈现出一种和作品的反差感,打破过去严肃、高高在上的刻板印象,展现出幽默睿智、接地气的一面,让读者惊呼“原来你是这样的人”“原来作家可以这样”,拉近彼此距离。其中最具有代表性的要数余华,余华的作品以冷酷、暴力、渲染人生苦难为风格,而他本人则风趣幽默,玩世不恭消解了沉重。他的视频在网络流传甚广,展现出了极强的综艺感,被称为“喜剧人”“被写作耽误的段子手”,为人们奉献了许多爆笑的名场面和梗,被戏称为“把悲伤留给读者,把快乐都留给了自己”。总以一副严肃面孔出现的莫言也是个不折不扣的“段子手”,但风格偏冷幽默,在《收获》杂志65周年庆典上,余华和莫言有一场对谈,讲述两个人共同走过的三十余年创作历程,莫言幽默地表示余华并非自己的对手,也从来没有形成威胁。这经典一幕被读者戏称为“文学史上的对决”“文坛大佬互怼”,成为热议的焦点。

年长一辈的作家有着丰厚的人生积淀,擅于扮演人生导师的角色,相较青年作家的姿态呈现,他们更侧重人生、文学经验的分享,给予读者启发。《我在岛屿读书》里作家们回顾创作之路、分享阅读经验,碰撞出精彩的火花,当他们动情地怀念起文坛老友史铁生时,场面令人动容,一部生动的中国当代文学史徐徐展开。麦家在直播间坦陈频繁审稿曾让他备受打击,但那些失败经历也不停地敲打、锤炼着他,最终造就了他能坚守、忍受失败的钢铁品质。而童年的不幸让他更早地去审视人性的阴暗、在写作中真实地抵达人性。传统作家一改过去神秘、精英的形象,主动走到读者面前,分享文学之于人生的意义。

作家的人设并非一成不变,而是根据媒体、读者的反馈和当时的文化氛围不断进行调整。当下文学创作所以会变成事件、作家成为事件里的人物,是因为我们身处一个短视频的时代,整体性的世界被切割为一个又一个碎片,人们习惯了场景化、情绪化的表达,相应文学也变得越来越景观化、作家变得越来越角色化。

作家人设的建构也离不开读者的参与。读者除了开启共情机制,还把作家、作品里的人物、自我重叠为一个整体,锻造出新的身份认同,文学阅读也由此变成一种创造性的实践。曾经郭敬明的读者聚集在他的官方论坛,把私人的文学阅读变成了集体性的文学生活,年轻人之间形成一种紧密的联结感,他们不光购买书籍、阅读郭敬明的日记,还和论坛里的作家、读者互动,结交志同道合的朋友,相互认可、彼此安慰。等到陈春成和《夜晚的潜水艇》出现,接受群体变成了更加个性、自我的“Z世代”,他们在陈春成身上倾注了太多的自我,同样从大城市回到小城市,同样能对日常生活的寻常事物展开想象,也同样不被理解。陈春成在枯燥乏味的生活里依然能产生生命的狂想,以构建一个幻想世界来抵抗现实世界,这正为年轻人提供了一种新的可能——用想象和创作来安顿身心、重构人生。那些在现实世界里感到不被理解的年轻人也通过作家作品得以相遇,共同寻找人生的丰富可能。

作家打造人设是否有助于文学走向大众?答案是肯定的。借助新媒体,作家不光能生动诠释创作理念、激发阅读兴趣,还改变了过去高高在上的姿态,流露出真实性情的一面,让读者感到亲切。青年作家凸显的是个性和共鸣感,像朋友一样陪伴读者成长,中年以上作家则像长辈一样循循善诱,带给读者人生的启发。但作家打造人设更多是提供让大众靠近他们的契机,不该以牺牲掉身上的独特光芒为代价,也不该把自我形象凌驾于文学创作之上,让“文学”只是一件华丽的外衣。作家的生活还是应该紧密围绕文学,首要任务仍是创作出优秀、打动人的作品,过于娱乐化会导致大众难以以严肃的心态看待他们,也消解了文学的崇高性。

(作者为中国社科院文学研究所青年学者)