

国产大片可借幻想文化激活创造力

高翔

今年以来,国产电影整体票房相对疲软;进入下半年,尤其是暑期档之后,国产电影更是缺乏活力。窃以为,其中重要原因之一,就是国产大片的缺位;或者说,是国产大片的产量不尽如人意。截至11月,本年度堪称大片的电影不仅数量寥寥,且未能产生比较有代表性的作品。

作为一个舶来的概念,大片没有绝对的标准;但随着中国市场的发展变化,大片发展出中国语境中的鲜明意涵。考察那些担纲了票房主力的国产大片,主要呈现出以下几个核心特质:首先是表达主流价值观的,为大众所认可的叙事模式;其次是基于特效、美术和视听冲击力的宏大美学建构;最后则是必不可少的故事本身和叙事模式的娱乐性和趣味性。从近些年的电影市场来看,国产大片实际上起到了一种吸引、兼容大部分群体走进影院的“破壁”作用,从而引领大众对于观影的热情。

但遗憾的是,2024年国产电影在大片制作上几无亮色。

2024年国产电影的一个显著特点是,出现了很多更具特定身份与群体意识的影片。例如《热辣滚烫》《出走的决心》《乔妍的心事》《好东西》等女性向意味更为显著的影片,《野孩子》《逆行人生》等关注特定草根群体的影片,以及《云边有个小卖部》《走走停停》等都市青年治愈片。这其中,只有《热辣滚烫》与《好东西》凭借强大的话题效应实现了破圈,而大多数作品则由于意义模式聚拢于特定群体,受众面也相对狭隘。而大众舆论的群聚化、圈层化,则与电影的这一趋势形成了某种共振,导致了不同人群的观影壁垒全更为显著。同时,舆论场整体上也变得更为敏感。《逆行人生》所产生的“富人出演穷人”的舆论质疑虽然在逻辑上站不住脚,但从侧面说明了群体性舆论的极化现象,亦说明了电影进行群体性想象的内生困境。

与此类电影困守于特定领域相对,本年度没有产生口碑和票房同时兼备的“破圈”大片。然而,这种大片的困境并非



产生于今年,近几年以来,市场上堪称“大片”的优秀电影几乎凤毛麟角。

这一问题可以从多个视角来观察。

首先,在近几年的电影市场上,在高票房的电影中,“大片热”在逐渐降温。2023年的《满江红》《消失的她》都以特

定时空构建了某种程度的“奇观化”叙事,或以明星阵容叠加主旋律叙事,或以悬疑风格建构女性向话题,取得了巨大的票房成功。这种充满了猎奇风格的“出奇制胜”的电影生产策略,深刻影响了其后的电影投资和生产逻辑。但显

然,类似的成功没能在电影市场得到延续。与这一趋势相对应,比之前追求宏大视觉、技术奇观的影片在各个类型中全面绽放,近两年的电影则更加趋向剧情片和现实题材;其他题材尤其是幻想题材等典型特效片则相对匮乏,这是导致优秀大片难以出现的重要原因。

同时,在新主旋律大片奠定了大片的典范美学样态之后,电影市场掀起了此类电影的浪潮,但现实题材在构建大片美学方面逐渐体现出其局限性。近三年以来,新主旋律大片明显集中于历史战争题材(如抗美援朝题材主题影片)和部分灾难题材(如《烈火英雄》《惊天救援》)。前者严肃的革命伦理和写实表达使得文本在表现空间上较为有限,而后者则难以承载“宏大美学”的想象,这使得主旋律视野中的大片建构逐渐陷入了困境。

结合票房成绩、总体评价和美学特质,近来如《流浪地球2》和《封神第一部》这样出圈的国产大片并不多,这其实并不偶然。大片所需要的充沛的想象力和宏大美学的视听震撼,往往在幻想类题材中能够得到最充分的呈现。同时,比

结合票房成绩、总体评价和美学特质,近来较为出众的国产大片几乎只有包括《流浪地球2》(下图)和《封神第一部》(左图)在内的少数几部。



之于现实题材,幻想题材也更有利于拓宽意义模式和表述空间,彰显娱乐价值。以好莱坞的经验来说,奠定好莱坞全球影响力的,是以技术进行卓越想象的一系列影片,如《星球大战》《侏罗纪公园》等。对于中国大片来说,幻想题材同样是具有巨大潜力的表达模式。不过,就目前电影整体创作来说,中国电影市场的幻想题材创作,除了《流浪地球》系列这一科幻力作,只有在古典神话领域取得了一些成绩,产生了《画皮》《封神第一部》等真人电影,以及《西游之魔童降世》《白蛇》三部曲等动画电影。

这里体现出一个非常显著的矛盾。自新世纪以来,以网络文学、游戏等为代表的新媒介文化,已经产生出大量的幻想文化作品,并不断拓展到电视剧这一主流媒介中来。在大众文化语境中,幻想文化已经占据了显著的优势地位。然而,出于各种原因,电影市场反应迟缓,未能对幻想文化资源进行有效的转换和运用,而是以保守的姿态固守古典神话这一阵地。电影领域的幻想文化开发,远远落后于当下大众文化领域中幻想文

化的发展。事实上,幻想题材也有过一些经典题材之外的开拓。在国内兴起大片热潮时,就陆续产生过《无极》《长城》等电影,但这些电影情节悬浮,缺乏本土文化意识,未能取得良好反响。2020年以后产生过《阴阳师》《侍神令》这样以日本阴阳师文化为背景、二次元风格较为浓郁的作品,但这种源自于海外文化传统的表达未能引起广泛的关注。

相比较而言,2024年的两部幻想题材电影中,《749局》有着基于本土现实的想象力来源,《异人之下》取材于当代漫画作品,并通过动漫改编产生了一定影响力。这两部作品具备了较为显著的本土意涵和新媒介文化特质。然而遗憾的是,比之于《长城》生硬地搬弄好莱坞怪兽片套路,《749局》则以隐晦的青春偶像情感表达叠加好莱坞元素的生硬串烧,显现出了更为彻底的思维混乱,尤其是本土文化主体性的缺失。而《异人之下》则几乎完全脱离原著的精髓,显现出了制作团队对于作品本身和新媒介文化盲目混乱的认知。这两部作品的失利,体现出电影领域对于新媒介文化经验的严重匮乏。

相比之下,今天暑假取得了巨大成功的游戏《黑神话:悟空》,在一定程度上取代了电影的生态位。它的成功首先来自于优秀的视听效果和美术呈现,营造出虚拟真实的恢弘美学和极致沉浸感。其次,则是它虽然取材于经典神话,但却吸收了新媒介文化(小说《悟空传》)的经验,对原著进行了大胆的颠覆性表达,从而打开了全新的意义空间。《黑神话:悟空》以技术所营造的审美冲击为基础,叠加了新媒介时代的幻想文化表意模式;它作为3A大作的成功,显现了幻想文化的深刻潜能。同样,在电影场域中,也应该重视新媒介文化经验,尤其是新世纪以来的幻想文化传统。这不仅可以为大片提供更为宏阔和更富想象力的叙事和审美空间,更有助于立足于本土文化潮流,建构更具主体意识的中国式大片。

(作者为西北大学文学院副教授)

戏曲与游戏跨界融合产生怎样的化学反应

杨子

当下,网络游戏因其市场份额高与受众群体广而成为新兴的文化载体和传播渠道。根据游戏工委统计数据,最近五年中国国产游戏已进入全球91个国家和地区,许多海外用户通过接触中国游戏而产生对中国的正向认知和积极评价。国产游戏海外用户比普通民众对中国的好感度整体高出20%以上,68%的海外用户表示喜欢游戏中的中国文化元素。可见游戏对文化的传播具有其自身独特的优势。

从2015年根据游戏改编的粤剧《决战天策府》算起,戏曲与游戏的融合探索,已经过近十年时间。十年间,这种融合探索不断深入,可谓在传统文化嫁接游戏这一数字技术平台进行传播的潮流中脱颖而出,成为当下瞩目的文化现象。

“嵌入式”融合与“戏曲化游戏”

将戏曲元素植入游戏的角色设计、剧情设置、视觉艺术、音乐音效等,赋予游戏独特的戏曲美学风格与艺术特征,戏曲与游戏的“嵌入式”融合,使游戏彰显出更多文化性和艺术性的可能。

比如《原神》的“飞彩鹞流年”上线时,推出了戏曲角色“云堇”及相关内容,在海内外引发京剧热潮。“云堇”在游戏中被设定为“璃月戏”的名角,不管是服装与妆容细节,还是角色在释放技能时的动作手势,都充满标志性的戏曲元素,服装上的绒球、翎子、云肩,以及“舞花枪”等戏曲动作,对海外玩家来说极具视觉冲击力和新鲜感,而过场动画《神女劈观》采用“皮影戏”二维动画,呈现“云堇”的一段融合戏曲特技动作与传统武术的舞花枪表演。这段充满京剧韵味的唱段在全球统一采用中文配音,对仗工整的唱词、“巾帕”“天伦”“知音”等系列专有词汇及其所传达的博大精深历史文化,引发海外玩家对中国传统文化的讨论和探索。目前,《神女劈观》在国内B站的观看量已超过3460万人次,在YouTube上收获超过1295万次的观看,成为传统戏曲文化全球传播的成功案例。

“戏曲化游戏”则融合戏曲和游戏两种不同的艺术样态,通过游戏的交互特性对戏曲进行传播与表达,从而拓展传统戏曲舞台边界,重塑戏曲的观演关系和观看模式。比如手机游戏《京剧猫》、单机角色扮演游戏《古剑奇谭三》、三国题材策略游戏《小小霸王》,均由游戏厂商自主研发,制作团队在使用丰富想象

力打造游戏世界的同时,将传统戏曲文化元素渗透到游戏设定中。

而在其中,国有戏曲院团的参与合作,令这样的游戏戏曲融合更为丰富多元和深入。

早在2019年,《天涯明月刀》就与上海京剧院合作春季京剧主题版本《曲韵芳华》,京剧元素巧妙融入游戏的“江湖”脸谱和靠旗设计,杨扬、吴响军、方沐蓉三位青年京剧演员为游戏时装“心王·折子戏”献唱《红娘》《定军山》《穆桂英挂帅》等京剧经典唱段。同年10月,《王者荣耀》携浙江小百花越剧团联合推出游戏角色上官婉儿的越剧文化皮肤,上线后相关话题微博阅读量达7亿,总曝光量15亿,越剧皮肤最终获取人数6400万。

在此基础上,将经典剧目或与之有关的人物角色、价值理念植入游戏是戏曲院团与游戏厂商联合合作的另一主要内容。装扮类手游《闪耀暖暖》与国家京剧院合作推出《杨门女将》穆桂英的京剧戏服套装“月照关山”,重庆京剧院将京剧经典剧目《梁红玉》植入手游《忘川风华录》中,推出南宋抗金名将梁红玉这一游戏角色。与此同时,《逆水寒》展开与豫剧、京剧和昆剧的三次联动,推动传统经典剧目或唱段在网络游戏中的传播。而《逆水寒》在早前还上线了“瓦舍听戏”系统,在游戏中搭建戏台“梨园阁”,将《牡丹亭》《梁祝》《天仙配》《女驸马》等经典剧目通过演员的动捕和配唱还原在游戏中,此举在潜移默化中拓展传统戏曲舞台边界,建构新的观演关系和观看模式。

IP转化与“游戏改戏曲”“戏改游戏”

IP转化是戏曲与游戏在内容上进行深度关联,依据产品IP的粉丝黏性推动游戏玩家与戏曲观众之间进行转化,开拓戏曲和游戏两大产业新兴的商业模式和多维度的融合发展空间。细分之下,有“游戏改戏曲”和“戏改游戏”两种模式。

“游戏改戏曲”,即将具有强大IP粉丝效应的网络游戏改编成戏曲作品,以戏曲的方式重新书写和构建游戏文化,在粉丝经济效应驱动下,能够一定程度带动戏曲市场突破。比如由马鞍山市艺术剧院联合完美世界游戏共同打造的新《诛仙》手游定制黄梅小戏《痴情咒》,视频在新《诛仙》官方微博播出,仅一天的播放量就达到45万。

反过来,戏曲也可以成为游戏改编

的蓝本。当戏曲元素融入游戏机制与玩法规则时,则进一步推动游戏玩家和戏曲观众之间的社群转化。这在戏曲IP改编网络游戏中尤为凸显。

上海越剧院将传统越剧《红楼梦》注入《绝对演绎》游戏情境与玩法机制,以黛黛爱情为主线,玩家通过“玩游戏”学习越剧《红楼梦》唱腔身段,整个游戏是玩家体验身为越剧演员的成长过程。此次合作极大活跃了当前用户,获得较多的新用户,游戏玩家对于联动的内容体验好评度达到80%,其中有50%的玩家还去搜索了《红楼梦》的相关内容。除了很多游戏爱好者开始关注越剧,一些越剧迷也开始尝试进入手机游戏,以求通关获得参与《红楼梦》线下活动的机会,游戏玩家与越剧观众发生双向转化。

在上述两种IP转化的融合模式中,优质的高黏度粉丝随着原IP在产业中的转化而转化,其核心是利用粉丝效应背后游戏玩家的消费力和游戏融合的吸金潜力,以文化资本利润再生产为目的,对原IP的商业价值进行二次或多重的发掘利用;强大的游戏IP通过转化改编,向“游戏改戏曲”输入数量庞大的玩家粉丝,实现零成本营销,降低宣传成本的同时,客观上为传统戏曲拓展了新观众群体;“戏改游戏”强调戏曲IP与游戏机制及玩法规则的融合,进而促进游戏玩家和戏曲观众之间的双向转化。由此可见,IP转化的“游戏融合”蕴藏巨大的粉丝经济效应和吸金变现潜力,也给戏曲和游戏两大文化产业的互动合作空间带来巨大商机。

综观当下国内市场,无论是游戏IP改编戏曲还是戏曲IP改编游戏,均尚有一片蓝海。如何以IP为桥梁,在戏游融合中开创戏曲艺术发展的新方向——不局限于照搬游戏IP的剧情和标识性符号,而重在以戏曲艺术为主体来重写和讲述游戏故事,这是有待进一步深挖挖掘的领域。

通过“嵌入”和“转化”,戏曲与游戏跨界融合形成新的艺术形态和表演样式,进而获得更多的文化再生产空间,以一种与当代连接、符合现代审美的演绎方式传播,传承戏曲文化,在数字技术时代讲述属于本民族文化与价值理念的“中国故事”。网络游戏以强交互性和庞大的用户群,超越单纯娱乐工具的价值范畴,为戏曲艺术拓展新观众群体,输出相关价值理念,以及戏曲的创新性传承、转化与发展开辟新的路径。

(作者为上海艺术研究院副研究员)

对浪漫的向往和讲述贯穿了人类历史。

尽管在不同时期、不同社会的人类对浪漫的定义、理解、追求各有不同,但万变不离其宗,浪漫从古至今的重心,总是落脚于爱情。

浪漫的核心在于对情感的理想化放大,使得生活中的某些时刻和某段关系显得特别。浪漫是一种渴望非凡体验的情感驱动力,人们常常在浪漫爱情中寻求一种超越日常的体验,浪漫是避风港,也是乌托邦。

任何时期的大众叙事媒介,都承担起了诠释浪漫和寄托浪漫的重任,小说、电影、剧集,概莫能外。《观看爱情——浪漫剧的生产、叙事和消费》(华东师范大学出版社,以下简称《观看爱情》)正是正视了我国剧集生产和消费中的浪漫剧类型,从创作、文本、接受等多重维度,让读者思索浪漫的多张侧脸——浪漫除了浪漫本身,还包括书写浪漫的人、观看浪漫的人和承载浪漫的人。

思考浪漫:研究者的理性与创作者的感性各自交响

作者曹书乐与帕孜丽娅·阿力木在书中首先呈现了那些对于浪漫的思考者,这其中最重要的是两类人群:研究者与创作者。

研究者思考浪漫,是希望理解浪漫对人类究竟意味着什么。

在哲学家们的思考中,判定爱情中的忘我精神是浪漫型艺术的根源,是生命意志中与死亡的对抗。

心理学家则有不同关注点,约翰·李用爱情色轮模型将爱分为情欲之爱、游戏之爱和细水长流之爱,从而催生爱情态度量表以衡量浪漫爱,耶鲁大学的心理学家罗伯特·斯坦伯格也三分爱情:亲密、激情与承诺,并认为浪漫爱是具有亲密与激情但没有承诺,点破了浪漫爱往往缺乏长期维持的可能性。

社会学家也没有错过对浪漫与爱的讨论,并认为浪漫与爱不只是情感问题,还与更宏大的社会问题如女性社会处境、家庭与婚姻、现代性密切相关。

文学分析学者则提供了和浪漫剧相近的研究视野。浪漫作为一种文本类型,小说中的浪漫具有何种特征,最终敲定了浪漫类型小说的定义:一种以女性读者为主要面向的,以男主角爱情故事为主线的通俗言情小说。而浪漫剧则是承接这种类型开端,在影视诞生迄今不断谱写新的浪漫恋曲。

另一类思考者由此登场,那就是创作者们。

如果说浪漫小说的创作更多是作者的个体表达,那么浪漫剧的创作就常常是一种委托承制的命题作文。

书问道

浪漫的多张面孔

评《观看爱情》——浪漫剧的生产、叙事和消费

杨慧

陈出新。《观看爱情》一书针对中国的浪漫剧观众进行了问卷调查,寻找到了中国观众有别于国外浪漫剧研究出的观众画像:更年轻、更高知、更城市。而更为有意思的视角是,故事外的观众如何看待故事中的角色。

媒介研究中有“准社会交往”理论,追剧时的准社会交往,指的是观众在观看电视剧的过程中,对剧中角色产生的情感联结和心理互动。这种现象表现为观众对角色的情感投入和共鸣,甚至会将角色视为日常生活中的“社交对象”,从而形成一种“类社交关系”。这种情感联结不仅影响观众对剧情的关注度,还能增强观看体验的沉浸感,使观众在剧中寻求情感满足和心理慰藉。是以角色让观众觉得可亲可爱,常常是浪漫剧的刚需。

该书的问卷调查了观众对角色的情感认同,以浪漫剧男主角肖奈、于途、顾魏、何以琛、韩商言等为代表,显示了观众眼中的男性理想:英俊、聪慧、体贴、专一。而对应地,白浅、贝微微、乔晶晶、小兰花、赵灵儿等则成为了观众最喜欢的浪漫剧女主角形象:独立、聪慧、乐观、坚强。而对这些角色的讨论则投射到了更一般性的男性气质和女性气质讨论,即当前社会语境下有一种模糊二元对立、强调特质融合的新趋势,男性要温柔解语,女性要自强独立。

除了角色形象,浪漫剧的爱情范式也在该书中被探讨。该书首先将热门流行剧分为了13种剧情和叙事元素,最终发现观众最喜欢的浪漫爱情模式分别是:欢喜冤家、暗恋成真、破镜重圆、青梅竹马、再续前缘和先婚后爱。但无论哪种模式,核心指向都是爱经过一切考验终得圆满。同时,平等和对等在浪漫剧中的地位攀升,观众希望看到浪漫剧中的情感关系,平等甚至还包括对男女同等的贞节观、婚恋观的强调和看重。

而该书另一个调查洞见在于,大部分的浪漫剧观众并非“看多了浪漫剧提高了爱情阈值,满足了情绪价值而走向不婚不育”,反而婚恋观都很积极正向,甚至会因为浪漫剧更渴望爱情和亲密关系。而这些研究结论包含了30%的男性观众,也刷新了惯有思维:男性在性观念上更趋向了保守是事实,但男性也期待着浪漫爱情和亲密关系。

浪漫剧来源于生活,它折射了万千观众的爱情理想和婚恋理念,浪漫剧也影响生活,无数观众从中得到某种爱的代餐并且学会了何为浪漫。《观看爱情》作为一本对时代流行剧的剖析和观察,让人读出了浪漫背后的那些非浪漫的理性——研究的洞见与创作的匠心,但同时也让人看到了浪漫在现实中的魅力——温暖人心然后相信爱情。

(作者为首都师范大学文学院文化产业系副教授)

消化浪漫:故事中的人和故事外的人的准社会交往

电视剧的观看一直被认为会和观众的认知和行为有相互作用力,媒介将爱情浪漫化,而观众会将其作为参考来进行感情实践。反过来,观众对爱情的浪漫憧憬也会强化浪漫剧的推