

中国电影艺术研究中心
电影研究室专版

一个中国电影学派的雕刻时光

■文/赵军

《哪吒》的意义并非只是在动漫电影之中,这是中国电影学派概念在这个夏天的思索与表达。

中国电影学派不是一个没有人敢于讲述的命题,如果说“学派”是哲学与美学的概念,那么这个命题本身已经昭示中国电影开始承载哲学的与美学的使命。

如果说这样表述不对,中国电影承载哲学与美学的主张早就开始,早就留下过长长的痕迹,那么就让我们再说一次。

《哪吒》很中国,也许人们都已经意识到,这样的认知应该得到很多观众的接受,很中国,这就是我们给予《哪吒》的评价。

在这之前,人们夸赞它,但是鲜有醒目的文章给予如此厚誉,更难以做到运用思辨的文字来分析《哪吒》的成功。

“很中国”什么呢?我们可以列举它的主旨、故事、情节和细节,人物性格,更多的也许是美术风格等等,但是我们一定不会满意,因为在当下人们已经不满意于这些“古典”而也许是“经典”的评判,因为,无数中国电影在这样的创作套路上一如既往。

我们回到《哪吒》艰苦漫长的创作当中,也许除了影片的艺术成功,人们说的最多的应该是作者(编导)饺子曲折而贫穷的经历。

在中国当代电影的高峰中,曲折贫穷是才华与灵性的“词性”。没有这样“词性”的规定,就没有中国电影创作的才华、灵性的解释。

这是不讲道理吗?不。这就是中国电影学派的第一个规定。需要补充的是,“曲折与贫穷”不单单在物质的描述中,而且在人的精神上。

虽然我们没饺子更多内心历程的报道,但是你在了解饺子以极低收入熬过了很多年坚持完成这部动漫创作后,一定不会认为这是一个没有精神煎熬的青年。

中国现在很富裕了吗?非也。贫穷也是一个才华横溢者首先的宿命,并且他一定会剑走偏锋。

这就是《哪吒》,而这种性格的锻造本身就就很中国。中国的艺术家是承受宿命的一个群体,而非几个人。

只有这样,才会创作出不甘随俗的一个创作群体,今天它不过以《哪吒》为时代的代表而已。

只有那些无暇旁顾地专心走路的饺子们以及他们的前辈张艺谋们,是不得不自己闯路的电影殉道者。

他们想到的并且拍出的怎么能不是中国的电影学派呢!当代中国电影学派的特点因此就不是类型片风格的,而是另类型片风格的。

这种“另类型风格”接着的第二个特点便是不太淡定,注定要横空出世,带着几许奋发和愤发,带着很多的叛逆和“痞气”,中国艺术传统在刘张张、贾宝玉、孙悟空和鲁智深们身上的放肆就是他们的主集。

从《红高粱》到《霸王别姬》到《战狼2》,这种翻转时空也翻转现实价值的精神追求,难道我们都看不见吗?剩下更多艺术和非艺术的特征我们也许要留给后面的影评人去争取稿酬了,本文只需要指出中国电影学派存在并且与众不同——与美国电影不同,因为曲折与贫穷;与欧洲电影不同,因为没有很多的温文尔雅。

甚至像教授的陈凯歌导演,只要他一淡定,艺术就没有了;而张艺谋的不淡定则比比皆是,因此他成为了“国师”。

《哪吒》也绝不淡定,这些中国电影恰恰因为不淡定而抱团取暖,成就了中国电影学派的特色与特征:在一个相对平庸的时代因为不淡定而睥睨平庸,专门不服灵九和魔丸的颠倒黑白。

中国电影学派很中国又很个人的。即每一部出色的作品都有很强烈的个人特性,让你一看而知,这是谁谁。

没有吴京就不是《战狼》,如同没有张艺谋,怎么会有《英雄》?其他中国电影学派大师也是如此,没有谢晋就没有《高山下的花环》,没有费穆也就没有《小城之春》。

很多很多这样的故事,而在已经套路化的美国电影中,个人的色彩不会赢得中国电影学派这样的表现主义自由,投资人和制片人早把你Pass掉了。

中国电影学派成功的原因常常潜伏在生活的艰难当中,这种生活的艰难也含有创作的艰难,因为这些电影人的生活就是创作,他们的创作也许就是一辈子的生活。

西方的电影来自思想,中国电影学派的作品来自才华。日本的宫崎骏看了《大闹天宫》之后悟出了《千与千寻》,这又有什么奇怪的呢?

我想说的是中国电影学派是日本电影之父,包括黑泽明的《罗生门》,表面上来自佛经一二三,实际上上个世纪很多追寻生活真实意义的中国电影,都不同于美国电影地启示了日本电影家们如何通过曲折剧情找到主人公自己人生的光明。

这些中国电影和在剧情里兜兜转转的美式爆米花电影完全不一样。中国文化是五千年中个人寻找自身价值的艺术长廊,从诗经到楚辞,从唐诗宋词到明清小说,从三十年代的中国电影到今天的中国电影。

这就是中国电影学派的第三个特点:中国电影和世界电影一样都是通过影像与声音把握外在世界的,但是中国电影最显著的不同是——作者、导演不需要外在坐标充当所认识世界的参照。

中国电影每一部就是一个自在的世界,没有道理的,不需要道理的,一部电影恰恰已经完整地再现出了一个整体世界来。

中国观众看一部电影得到的满足可以超越出电影本身,譬如看《大闹天宫》,中国观众看到的不仅是孙悟空的造反,而且看到了一个五彩缤纷的世界,只是这个世界是可以翻天覆地的。

你告诉它这只是世界的一个小部分,譬如只是天宫那一块地方而已。观众会认为你真的扫兴,我们看到的就是一个精彩的世界和更精彩的故事——捣乱这个世界的事情。

中国传统文化带给人们的常常是所谓象征主义背后的世界,因此电影所演绎的从来不会是孤立与个别的故事,它们总是一个“全世界”的传奇,一个格式塔心理学说的“完形世界”——“整体世界”。

中国电影学派的风格正是这样,每一部电影都呈现了一个价值观的格式塔体系。

西方电影怎样“Hold”住观众的呢?以影片故事和人物的假定性。中国电影又是怎样“Hold”住观众的?以“真实的”故事与人物的认知。

譬如尽管哪吒是一个神话人物,但是在这部影片里哪吒不是虚构的,也没有必要虚构,他就只是一个命运被抛弃了的孩子,只不过这部影片借助了神话的表现形式。

中国电影学派就是这样以没有坐标,没有假定性,没有虚构的理念的主观创作,把观众带往电影的王国与天地。

以哲学来说,西方的哲学以划分人与世界的对立为前提,世界既有本质也有本源,既分为客体的世界,也分为世界后面纯理念的存在(如黑格尔的哲学)。但它们不属于人的意志,只是理念的意志。

中国哲学就不一样,中国哲学认为道外无道,世界和人在道之中。离开人就没有世界可言。所有中国哲学流派都认同这一点,这就是“天人合一”。世界可以认知但不是摆在那里要求认识的。

在中国电影的思维中,这种世界与人彼此不分的意识自然地体现在故事本身常常便是一个“全世界”。

举例,《泰坦尼克号》不会是一个世界的沉没,只是一首游船的沉没。但是你看《哪吒》,哪怕只是陈塘关一个小地方的故事,电影也已经将之渲染成了“全世界”。

《星际迷航》就是一首飞船的故事,《流浪地球》却是整个包括太空宇宙在内的“全人类”(其中五分之四已经毁灭)的故事。

即使是单独一件事情造就的剧情,中国电影都会把观众浩浩荡荡地拉进“天地炎黄、日月洪荒”当中,譬如《失恋33天》中的剧情所虚拟的氛围,主人公面对和面临的感情就足以是“全世界”。

中国电影学派的优秀作品能够一而再地抓住中国观众,就是因为优秀中国电影总是使观众相信他们已经陷入全世界中,而主人公经历着共同的命运。

中国电影学派的这一特色完全来自于其哲学体系对于“道”的认知——而“道”外无“道”,电影世界之外没有电影,所以好电影必须让观众身处地投入而忘记电影外面的一个别的什么世界。

它调动的是观众的心理认知,进而为“自主认知”,如此达致的美学高度,便是电影的第一生命力。

中国电影学派面临的挑战也因此始终存在于世界电影的宇宙中。

《送我上青云》: 云雾中,你看清楚人生的面目了吗?

■文/周夏



的“丧”,与《欲望号街车》中落魄的布兰奇不同,与《被嫌弃的松子的一生》中不幸的松子不同,拿宣言语的话来讲,盛男虽然丧到了极点,却正面刚硬,毫无半点矫情和自怜。这与她“孤独”的状态相关,亲情、友情、爱情的缺失致使她得不到任何支持和援助,只能依靠自己,依靠自己赚钱治病,甚至依靠自己得到快感。男人在影片中都是无力的,父亲濒临破产,同事四毛天天做着发财梦,给盛男带来爱情幻觉的“灵魂伴侣”刘光明原来是有妻有子的已婚人士,恍然间让人想起了《北京遇上西雅图之不二情书》中的诗人。只有她代为写作的李老似乎给了她一丝安慰,教她练习抗癌大法“哈一哈一哈”。可是隐居山林之间的李老也去世了,留下她一人面对死亡的恐惧。

在盛男的寻爱求生之路上,除了展现女性自身的困境,也折射出太多无奈的社会怪相。比如通过路人的谈话,抛出对大龄女青年“剩女”的社会偏见,年轻女孩的理想就是做一个“富二代”,而父亲的出轨对象竟然就

是自己年轻漂亮的同学。“女性”在男权社会里的资本依然是青春貌美,而“成功”的标准是和财富绑定在一起的。影片时不时地暗示着“金钱”和“人格”的关系,四毛围着财神爷李总团团转,但在盛男眼里,李总就是一个没文化低智商的傻缺;而在土豪眼里,自视清高的高学历女文青一文不值。这在刘光明身上表现得更为明显,某种程度上,他和盛男是同一类人,有知识分子的追求,有精神上的契合点,但是在追求物质的世俗时代,知识落败,金钱实用,盛男不得不跟财大气粗的李总签约,曾经的“天才少年”做了没文化土豪的上门女婿。看上去他似乎实现了薛宝钗的理想“好风凭借力,送我上青云”,但实际上却摔得很惨,衣食无忧付出的代价是“尊严”,长期依附老丈人家的刘光明极度压抑,像可怜的寄生虫一样卑微,致使他跳楼自杀,甚至造成了人格上的扭曲,在最后的葬礼上执拗推动轮椅也要蹭个尊重,这个动作很有讽刺性,相比有抗争精神的盛男,这个人

物身上有更深层次的悲剧性。

是

《使徒行者2》: IP的转化与延伸

■文/虞晓

单日内地网络播放量破亿和总播放量超24亿,创港剧历史纪录。剧集的热播为《使徒行者》赋予了“IP”价值,超高的播放数据,不仅代表着庞大的产品消费人群和未来可能的消费需求,也意味原剧有着经过市场检验的故事类型和人物模型。

数据可以确认原作的文本价值和市场价格,但并不能预测未来的市场成绩,IP能否转化成为优质的电影内容才是成败的关键。或者说,市场维度上的“IP”必须经过创作维度上的转化,才能产出最终的文化商品。从剧集到电影,导演文伟鸿在内容电影化的向上,按商业类型电影的要素特性做了全新的改塑。保留卧底题材的同时,电影一改剧版寻找卧底的故事主线,采用了类似《无间道》中“忠奸难辨”、“相爱相杀”的情节模式,编织了节奏紧张、翻转连连、环环相扣的情节线索;采用明星阵容,用张家辉、吴镇宇、古天乐等颇具市场号召力的演员,推动IP的转化;依托“钱家班”,打造了枪战、飞车、肉搏等具有奇观性的动作场面。

《使徒行者》保留了原剧中“钉子姐”(余诗曼)、“欢喜哥”(许绍雄)两个角色,对于影迷而言,这是保证忠实观众在全然陌生的故事里找到熟悉感的有效手段。而高扬兄弟情义,找准香港/内地观众最大的情感公约数,可谓是IP转化最值得称道之处。

超越功利、血缘、甚至生死的兄弟情义,在民族传统民间叙事中被赋予了至高的德性价值,代代相传,深入中国人的文化基因,正如

学者钟大丰所说,“江湖道义……形成弥补社会通行的价值体系缺陷的一种另类价值认同体制,与官方伦理共同参与了中国人价值体系的建构。”

上世纪七八十年代,从张彻到吴宇森,男性的阳刚力量和动人心魄的兄弟情义,是香港武侠片和“英雄电影”最基本的表现对象和核心的价值准则,《英雄本色》等影片通过录像厅和盗版碟,在当时的内陆市场拥有无数影迷。对情义价值的认同,无不带来心理宣泄的快感,更是商业社会中在唯利是图和强者通吃的现实面前,人们对保持传统的亲情和友情的想像性追求。90年代以降,香港人身份意识的变化以及影人“北上”后满足内地市场观影习惯所带来的取舍,兄弟情义价值的正向表达在港片中日渐式微。

作为亚类型的卧底片离不开警匪片的“猫鼠游戏”模式,《使徒行者》抓住引发观众情感共鸣的支点展开叙事,在游戏中猫、鼠区分的理性标准让位于人物关系中所表现出的情感张力,重现了港片久违的同生共死的兄弟情义表达。张家辉、古天乐与杀手饭店搏命的段落,隐隐有“小马哥”浴血枫林阁的豪情,确实让人心潮澎湃、热血沸腾。尽管通过立场的设置,情节始终被限制在社会秩序/正义的框架之内,但饱满的情感为影片带来强大的感染力。

强化兄弟情义,是《使徒行者》在IP转化中尽可能扩大观众人群所采用的策略,对于“录像厅”培养

所幸,影片没有拍成悲情片、苦情片抑或愤青片,反而夹杂着很多荒诞的喜感,但又与跳跃着漫画色彩的《滚蛋吧!肿瘤君》不同,它总体是落地写实的,以喜写悲,善意针砭,这种黑色幽默让本来沉重的社会话题显得轻盈灵巧,观影过程中竟然有很多笑声,其中的笑点也来自于少女心爆棚的媽媽,娇嗔的梁美枝风韵犹存,女人味浓郁,与独立坚强的盛男形成了鲜明的反差。梁美枝就像美丽的枝蔓一样,一生都在依赖别人,心智似乎停留在懵懂的少女阶段,从来没有成长。影片对这类浅薄的女性虽然有批判,但还是怀着包容悲悯的心态最终让这对母女从互怨走向谅解。“大姚”的表现让盛男真实有力,而吴玉芳的表演则是另一重惊喜,也许少女装扮是她的一层保护色,在丈夫出轨、李老过世之后,希望化为泡影,只剩下笑过后的一点酸。

全片精心设计,看上去又像一篇漫不经心的散文,形形色色的人物登场、上演、谢幕,讲了生死爱欲,折射出人间万象,荒诞现实主义的风格却又有不少的意象表征,比如开头和结尾戴着铁锅天线的傻子,漂浮不定的云,还有那口顺水漂流的黑棺材,烟雾弥漫、水雾缭绕的山水之间,画面清冷、意境悠远,在虚实之间腾出一种说不清道不明的灵气之悟。面对人生的诸多困惑,影片也给不出积极明朗的答案,开放式结局似乎显得有点虎头蛇尾、不了之了,但这不就是生活的本身吗?

出的一代观众,即便没有看过剧集,也能在卧底片惯用的意外反转和刺激场面之外,体味难得的爽快和新意。2016年,《使徒行者》票房6亿元。

《使徒行者2》和电视剧集没有直接的关系,作为系列片,它延续了前部电影的主题,卧底、情义和动作戏,念恩重情、善恶有报的故事依旧精彩爽快。当然,也延续了前作太过追求戏剧性,而不时不顾真实性的弊病。突破之处在于,《使徒行者2》有了更大的格局,它涉及到了世界性的威胁——恐怖主义,表现了在更高的技术条件下的正邪斗法,有着更为奇观化的动作场景。文伟鸿曾说,这是他打造“特工片”的尝试。

《使徒行者2》更应当被视为剧集IP转化的延伸,在保持鲜明辨识度的前提下,它脱离开内容的母体,开始类型的更新与升级。近年来港片的系列化已悄然成风,国内庞大的电影市场,让曾经一度被认为“将死”的港片恢复了生机,一方面是票房屡创新高,同时在主打的警匪类型上,通过题材的细分开掘,已经初步形成了电影产品的品牌效应。比如卧底的《使徒行者》系列、真功夫的《杀破狼》系列、反毒品的《扫毒》系列……

公允而言,相较于香港电影的“精耕细作”,国内市场的IP转化还显得粗放与低效。《使徒行者》值得借鉴之处在于,它再次证明一个简单的道理,要把用户或流量转变为电影的观众,讲一个好故事,是最基本的前提。