

从综艺到电影： 综艺化电影的现实困境与发展路径

■文/刘玉朵

综艺节目以其娱乐性功能吸引了广大观众的注意力,创造了巨大的经济效益和社会效益。为了进一步提高话题热度,再次掀起收视狂潮,综艺节目制作者纷纷探索电影转型之路,试图拍摄与节目相关的综艺电影。值得注意的是,当前综艺电影仍然处在发展初期,需要冲破现实困局,在创新之路上继续前行。

一、综艺电影的独特之处

进入“流量时代”后,国内综艺节目越来越多,所涉内容越来越广泛,很多节目脱颖而出,开启了国内的话题讨论,使节目热度不断攀升,点击量与日俱增。为了延长节目寿命,让节目继续发挥余热,制作方将目光从综艺转向电影,试图打造具有综艺化效果的影片。在这一过程中,的确有很多制作方收获了累累硕果,以低成本赚取了高收益。《爸爸去哪儿》这部综艺电影堪称“现象级电影”,制作方通过它狂揽七亿票房,正式宣告了综艺电影的崛起,使无数后来者跃跃欲试。

对综艺电影成功的原因进行剖析,可以发现其独特性体现为如下几点:第一是综艺节目嘉宾效应。无论是《爸爸去哪儿》,还是《奔跑吧兄弟》,亦或是《极限挑战》,都汇集了娱乐圈的一线明星。在“流量为王”的大背景下,“自带流量”的明星为综艺节目赚足了噱头,使综艺节目迅速吸引大批粉丝观众。在综艺节目中,明星不再高高在上,而是与粉丝亲切交流的普通人。人气明星的特点在综艺节目中全部展现,个人特色尽显无疑,赢得了观众的喜爱与追捧。综艺电影源于综艺节目,演员大多为综艺节目原班人马,自然获得了粉丝的极力支持。第二是舒缓观众心灵压力。当代生活节奏加快,渴求通过娱乐活动释放压力,获得心灵上的片刻休憩。综艺节目具有极强的趣味性,能够舒缓观众的心理压力,满足观众的心灵需求。在《极限挑战》中,嘉宾经常需要完成节目组设置的任务,通过重重关卡获得最终胜利。电影与综艺节目内容如出一辙,各个嘉宾想方设法赢得比赛,对话沟通暗藏玄机,竞赛过程紧张刺激,无不让观众开怀大笑,极大调动了观众的观影兴趣。第三是电影宣传力度较大。纵观国内票房较高的综艺电影,可以发现制作方在宣传方面做了

大量工作,采用了线下宣传和线上宣传两种方式,投放了大量网络广告,并通过炒作促销等手段扩大传播范围,使更多观众得以了解电影内容,选择去电影院支持影片。

二、综艺电影的现实困境

综艺电影一度在市场中引发热点话题,成为电影市场的一匹“黑马”,在贺岁档中杀出重围,但近两年综艺电影发展仿佛进入了停滞期,影片数量不断缩减,电影票房日益减少,观众批评更加尖锐,使制作方不得不正视综艺电影存在的现实问题。首先,综艺电影缺乏情节的连贯性。以《奔跑吧兄弟》为例,每期节目由任务串联起来,嘉宾完成任务获得相应线索,或者是获得一定积分,为最终任务做足准备。不同任务之间并不存在关联性,任务游戏并不存在交叉。跑男大电影挪用综艺节目的框架,仍然坚持以游戏任务为导向,情节线索并不明晰,主角人物性格无法凸显,电影主题表达并不到位,很难引起观众的共鸣。

其次,综艺电影同质化现象严重。我国综艺节目虽然繁多,不同节目却存在同质化弊病,很多节目都出现了完全相同的游戏,情境设定大同小异,导致节目效果不佳,缺乏新鲜感与吸引力。综艺节目的同质化弊病影响了电影的发展,导致综艺电影如同复制粘贴,故事架构完全一致。比如,《爸爸去哪儿2》这不电影出现了“萝卜蹲”的游戏,这一游戏在很多节目中反复出现过,《快乐大本营》《奔跑吧兄弟》等均运用了这一游戏。当电影中出现游戏画面,很多观众都会产生厌倦感,失去继续观看的兴趣,对电影颇有微词。

最后,综艺电影缺乏人文内涵。真正的经典电影如同封存了多年的老酒,再次观看时仍然觉得酣畅淋漓,让观众热血沸腾,进而产生强烈的共鸣,与电影中的人物同悲同喜。对比综艺电影,后者的人文内涵太过浅薄,文化价值和艺术价值严重不足。大多数综艺电影并未站在一定高度上反思社会现状,解释深层次概念,而是片面追求形式化,为热闹而热闹,为喧嚣而喧嚣。因此时隔多年,经典电影仍然能以令人称道的特效技术与美轮美奂的剪辑方式吸引观众,综艺电影却在电影市场的大浪淘沙中消失于无形。

三、综艺电影的发展路径

当前很多制作方发现了综艺节目的商机,积极探索综艺节目迈向综艺电影的道路,推出了小成本的综艺电影。少部分综艺电影在市场中激起水花,并以一石激起千层浪的态势影响其他节目,引起了电影导演的注意。大多数综艺电影难以成功,虽然进行宣传造势却无法赢得高票房。

为了推动综艺电影的健康发展,为了让综艺电影在电影市场中占据有力竞争位置,必须做到以下几点:第一,应该重视电影情节线索和人物塑造。好的电影是在讲述故事,讲述方式可以是不急不缓的,也可以是缓中有急的,好的导演用自己的作品诠释了如何讲好一个故事,给予今天的综艺电影很多启示。在制作电影之前,应该反复锤炼电影剧本,梳理电影的不同线索,让线索交织于一处,顺势达到电影的高潮。线索确定后,应该将各个情节串联起来,形成新鲜完整的故事,便于电影演员的角色表达。角色应该为情节叙述服务,电影演员必须牢记自己的角色特点,完成电影赋予自己的叙述功能,用真挚的情感打动观众、感染观众。在把握情节线索、塑造中心人物的同时,还应该突出电影主题,从立意上对电影进行升华,使电影逐步从综艺节目中脱离出来,成为完全独立的个体。第二,应该不断创新电影内容和制作方式。综艺电影如今已经进入发展的瓶颈期,为了突破瓶颈实现发展,应该避免出现同质化问题,对电影内容进行大力创新。综艺电影并非综艺节目,二者的内容不能完全相同,穿插在故事叙述中的游戏任务等需要创新。除了在内容上有所变化外,制作方式也需要突出电影特点。电影制作至少要经过三个月的时间,导演需要打磨细节,体现综艺电影的诚意。一方面,需要根据镜头剪辑的需要灵活处理画面。另一方面,需要调动各创作部门的积极性创造经典的银幕形象。第三,应积极响应国家号召,严格把控节目质量,提升中国形象的传播。

(作者系四川传媒学院编导艺术学院讲师,节目创意策划实验实训室主任)基金项目:本文系四川省省级体制机制改革试点项目《新时期传媒艺术人才培养模式建设改革试点》(项目编号:G5-20)阶段性成果。

《波斯语课》： 语言的编码与空间的生产

■文/李杨

《波斯语课》是根据小说改编的发生在二战期间的真实事件。导演瓦迪姆·佩尔曼将所有关系集中在纳粹集中营这样的极端环境中,通过对语言的功能和人与人之间的关系进行描述,展现出极端环境下人的智慧、战争的残酷和人类永恒的价值。

一、语言的编码与虚伪性

索绪尔认为语言是作为能指的语音和作为所指的概念的结合,语音是同所表达的概念相联系而不是同现实世界中的真实的事物相联系。而语言这样的特质被电影中的犹太人吉斯利用,使他成功逃脱了第一次死神对他的追捕。吉斯在大车上出于善良将一块面包与一个饥饿的人的波斯语书交换,这一举动也成为他获得活命的资本之一——波斯语书。在这个中转性质的集中营中,德军上尉科赫一直在寻找一位波斯人教他波斯语,吉斯被发现后便带到了科赫面前。吉斯用编造的波斯语骗过了科赫使他逃脱了死神的追捕,但也给自己的生存设下了巨大的威胁。面对科赫越来越多的词汇需求,吉斯在登记犹太人的信息时突发灵感,利用犹太人同胞的名字做词根,编码了一门新的“波斯语”。语言确实具有约定俗成的性质,但吉斯用自己的方式建立了一门重新编码的共时性语言,这种语言只为他 and 德军科赫所使用。语言的能指与所指的分离性使吉斯获得了生存的希望。

在纳粹集中营的环境下,语言也出现了虚伪的性质。在德军军队中,每一次下级向上级汇报时都要报告一声“希特勒万岁”。福柯认为,历史是话语的构造,在个别话语的形成过程中,会出现一些规则来界定这个领域的相应对象,从而建立起基本概念,形成理论框架。在话语即历史所标示的客观性背后,具有某种鲜明的意识形态。在纳粹集中营的环境中,到处都在展示着纳粹的话语权,一句“希特勒万岁”包含了几乎所有关于纳粹意识形态的内容,但其所体现的精神却并不完全被人认可。“希特勒万岁”本来包括着下级对上级从行动到内在精神的绝对服从,但下级士兵在喊出口号后并没有对上级产生绝对服从,甚至还有对上级嘲笑、讽刺成分的存在。

二、空间的生产与身份的认同

福柯认为:“空间是任何公共生活形

成的基础。空间是任何权力运作的基

础。”纳粹集中营完全体现出福柯理论的公共的与权力的这两个特点,公共生活在犹太人与德军士兵中同样都是存在的,不过两者界限分明。在犹太人的公共生活中,每一个犹太个体都被简化成一个符号。而在德国军队中,公共生活则是在对犹太人集体压制的基础上建立的,也是与权力密切相关的。

但空间不仅仅是社会关系或权力关系的容器,它是在历史发展中生产出来的,又随着历史的演变而重新结构和转化。列斐伏尔认为空间有物质、精神、社会三种,应将其相互联结起来,这样才能使主体游刃有余于各个空间之间。在纳粹集中营的极端环境中,人的身份是断裂的、片面的,是丧失了其历史性。科赫上尉在参军之前是一名厨师,参军后逐渐与自身身份产生断裂,他成为可以对犹太人的生命具有处置权力的更高级的人种。身份的断裂并没有成为德国军人的直接负担,科赫反而利用自己的权力找到了吉斯来学习波斯语,但他的内心深处早已经做好了其他的打算。

在纳粹集中营中,这样的特殊环境中也产生了不同的身份。对吉斯来说,平时在厨房里他的身份仍旧暂时活命的卑劣人厨。但在空间的转变中,吉斯的身份也发生了变化,当他在科赫的办公室时,科赫几乎已经完全把他看成是亦师亦友的存在,甚至两个人还进行了一些精神上的交流。因此在私人空间中,吉斯获得了身份上的转变,他和科赫几乎成了两个平等的人,他们之间除了符号性质的“波斯语”外,还产生了一定的精神交流,但这种温情的根基并不牢固,是建立在吉斯真的会说波斯语的基础上,显然这种假设是根本不成立的,因此这种温情也带有某种虚假的性质。电影中,集中营被划分成三种类型的空间,犹太人的、德国军人的以及科赫与吉斯的私人空间。犹太人的生存空间是最基本的生存空间。德国军人的生存空间,不仅具有其独特的意识形态和稳定的物质保障,他们也还在追求精神生活。这两种空间是对立的,却在上尉科赫与假波斯人吉斯之间产生了微妙的联结。当科赫在办公室用吉斯教他的波斯语符码完成了一首诗,并向吉斯朗诵时,窗外的犹太人正在遭受德国士兵残暴的虐待,通过一间窗户将这三种空间联结,使观众能在这一个画面中感受到战争的荒谬和强烈的讽刺感。

进入新世纪以后,女性地位不断提升,女性形象在艺术领域备受关注。越来越多影视剧将女性人物作为主角,演绎了女性的职场故事,批判了传统男权主义思想,引发了社会大众对职场女性的关注。本文将具体探讨都市职场题材影视剧中的女性角色,力求探究女性角色塑造的困境与突围。

一、从男尊女卑走向男女平等

受到传统思想影响,影视剧在展示男女关系时,大多偏好男强女弱的关系,将女性视为被看的对象,使女性角色成为丰富情节的附属品。伴随经济社会的不断发展与女权意识的觉醒,女性地位明显提升,影视剧中的女强人形象越来越多,并从男尊女卑走向了男女平等。

在一些都市职场题材影视剧中,女性曾经受到男性话语霸权的主宰。这是受男权思想的影响,男性拥有绝对的话语权,一些影视剧以男权主流话语为导向,将男性作为中心人物。这种文化观念影响人们对女性的评价,认为好看的皮囊是在都市职场乘风破浪的关键,美丽的容颜是在职场竞争获得优势的前提。此外,一些都市职场题材影视剧也曾存在过女性歧视的情况。比如电影《中国合伙人》中,杜娟扮演的苏梅是沉醉在美国梦的中国学子,是命运让她在

最脆弱的时候出现一个守护者。苏梅有着坚定的目标,更清楚成东青不是她的终点站,当到美国的机会来临,苏梅还是选择分手嫁给美国人,借机拿到美国的绿卡。苏梅为了自己的未来甚至可以放弃爱情,电影用这种情节暗示了对女性的歧视与偏见。

一些影视剧受男性话语霸权与女性歧视观念影响,对女性角色的塑造陷入了困境。随着性别平权意识的不断发展,更多女性呼唤男女平等,改变了长期以来的社会结构,破解了男尊女卑传统思想禁锢下的困局。以电影《杜拉拉升职记》为例,女主角最开始想依靠伴侣过上自己向往的生活,但经历过后发现只有靠自己才能实现梦想,因此将全部注意力集中在工作上,体现了男女性别平等的观念。最后,都市职场题材影视剧女性体现了女权主义的发展。进入20世纪之后,以职场为题材的影视剧不断增多,以女性为主角的职场影视剧相应增加。部分导演将关注点放在女性角色上,打破了传统的角色结构,而是对性别角色进行了重新调整,使情节呈现女强男弱的特点。

二、从形象扁平走向形象立体

长期以来,女性角色经常以男性角色为中心,满足了男性中心文化,职场女性的刻板形象也相应生成。当男性话语权逐渐减弱,男性中心文化与女性中心文化分庭抗礼,职场女性的形象终于得到丰富。

对女性的扁平形象塑造,主要体现在两点:首先,都市职场影视剧女性角色存在刻板印象。刻板印象是人们对社会群体形成的概括性看法,性别刻板印象是其重要表现形式。过去影视剧作为大众传媒,对现实生活进行了还原,将生活故事搬到银幕上,建构了女性刻板印象。在互联网未得到普及前,电视成为人们娱乐生活的首选,观众对影视剧越发依赖,自主接收了影视剧施加的观念。以《丑女无敌》为例,剧中隐藏着许多传统的性别观念,如林无敌虽然长相不佳,缺温柔善良,可以胜任男性的副手,成为一个称职的秘书。“长得不好看却又才华,仍然能够在职场为男性领导提供帮助”,这种刻板印象受到传统女性

观念影响,导致主角形象具有扁平化特点。除了林无敌外,其他女性也和传统女性形象保持一致,如衣服时髦、身材苗条、依附男性的安茜、裴娜等等,使都市女性形象的塑造走向失败。其次,都市职场女性角色容易陷入爱情危机。很多都市职场影视剧的女主角都爱情不顺,在事业上蒸蒸日上,在情路上荆棘密布。部分影视剧中的职场女性外刚内柔,为人处事偏向男性风格,在日常生活中做事果断,不会流露出任何的负面情绪。由于处事圆滑雷厉风行,这类女性为自己戴上了一层面具,掩饰了自己脆弱而敏感的内心,无法与异性建立亲密关系。如《欢乐颂1》中的安迪,她受到原生家庭影响,与男性关系疏离,即便后来认识了魏渭也始终和他保持着距离。还有一部分职场女性因为工作忽视家庭,导致丈夫与自己渐行渐远,甚至出现了出轨的行为。

近些年,都市职场女性角色逐渐饱满。过去的部分影视剧存在对女性的刻板印象,认为女性在职场上获得成功必然会在情场上失意,导致职场女性形象相对单一。近十年都市影视剧接受了时代精

神的洗礼,对女性角色的认识被刷新,女性角色也走向了多元饱满。在剧中,女性不再是男性的附属品,不再是一心扑在工作上的传统女强人,而是力求兼顾工作与生活的普通女人。以《安家》为例,女主角并不是事业有成的女老板,而是一位房产中介,每天随身携带着测距仪、指南针、计算器这些专业物品,以备客户看房时所需。她对待工作兢兢业业,对待爱情怀揣赤诚之心,在她身上观众能看到一个普通女性在职场奋进的身影。

三、从关注家庭走向关注社会

家是温暖的港湾,传统思想主张女性回归家庭,将家庭置于首位。这种观念实际上将家庭变为了女性的思想牢笼,导致女性的自我意识逐渐消失,最终与社会脱节。新时代的职场影视剧走出家庭,走向社会,证明了女性对社会发展所做的贡献,肯定了女性的工作价值。在过去,都市职场影视剧女性曾经受到传统家庭观念的束缚。许多职场剧宣扬“男主外,女主内”,给女性套上了思想枷锁,使女性成为家庭妇女,承担着巨大的家庭压力。在

都市职场题材影视剧中女性的困境与突围

■文/黄琳清

农业社会时期,女性的确坚守家庭,将家庭事务作为日常生活的全部内容,但是农业社会更迭向前发展,女性的日常生活更加丰富,传统角色塑造陷入了困境。随着社会的不断发展以及女性中心文化的崛起,职场影视剧女性也开创了自己的多面人生。首先,女性不再是职场的花瓶。在传统社会,职场中的性别歧视无处不在,人们认为女性在职场中打扮漂亮就可以,能够当上高层的女性领导都是依靠自己的美貌。这种偏见对影视剧女性形象的塑造产生不利影响,但是随着女性意识的角色和女权主义的兴起,影视剧中的女性歧视逐步被打破。比如,在《杜拉拉升职记》中,杜拉拉不在乎的不是在外貌上如何修饰自己,而是在气质上如何提升,让美丽伴随事业发展而越发明显。杜拉拉在追求事业的同时注重提升个人修养,赢得了职场男性的尊重,也设定了女性意识的高涨。其次,女性也体现了自己的职业目标。长久以来中国女性生活在男权社会中,反抗之路崎岖不平。但在反抗过程中,女性的内心越发顽强,女性也真正实现了精神成长,选择为自己的理想拼搏一生。

(作者系信阳农林学院规划与设计学院助教)基金项目:2020年度河南省教育厅人文社会科学研究一般项目《国内热门电视剧中女性角色的“第二性”符号研究》(2020-ZZJH-393)



《视听》征稿启事

《视听》杂志是广西第一份国内外公开发行的以广播影视研究为主体内容,兼有新闻传播和新媒体探索的当代学术性月刊,列入国家新闻出版广电总局认定的学术期刊名单。由广西壮族自治区广播电视局主管,广西广播电视台主办。《视听》创刊于2006年,全国公开发行。

国内统一刊号:CN45-1342/G2
国际标准刊号:ISSN1674-246X
投稿邮箱:gxshiting@126.com
电话:0771-2869784

广告