都

### 年轻观众爱看 票房表现抢眼 存在一些问题

# 国产喜剧电影亟待完善品质

今年年初,周星驰导演的国产喜剧片《美 人鱼》以33.8亿元票房成功登顶中国电影票房 榜榜首、刷新此前《捉妖记》创造的24.4亿元 票房纪录,而这用了仅仅不到一年的时间。

有人说:"当下,喜剧因素意味着票房保障。" 这一论断虽然有一些夸张,但从某种程度上来 讲,国产喜剧片的号召力和影响力不容小觑,它 是目前国产电影中最成功的类型, 也是国产电 影票房重要的主力军。所以, 日前第六届北京 国际电影节"探寻电影之美高峰论坛"将视角 对准了喜剧电影。中外嘉宾就国产喜剧电影的 现状、症结与未来,以及海外喜剧电影的成功 经验进行了分享。

### 喜剧电影成为国人"刚需"

据统计,2015年国产影片票房为271.36亿 元,其中喜剧片贡献巨大,表现抢眼。去年全年 上映的国产电影超过260部,其中喜剧片有46 部,成为当之无愧的"类型之王"。在去年内地最 卖座的10部国产电影当中,有《港囧》《夏洛特烦 恼》《煎饼侠》和《澳门风云2》4部喜剧片,票房累 计超过50亿元。

中国电影家协会秘书长饶曙光认为,在已有 30多年历史的央视春节联欢晚会上独占鳌头的 喜剧性小品,已经潜移默化地培养了人们的喜剧 情趣,甚至已经形成了当代中国人的一种"喜剧 性文化基因"。观众对于喜剧元素的偏好,激发 了电影创作者对喜剧片的创作热情,越来越多的 喜剧片的上映,也吸引了更多观众走进电影院观 看,强烈的市场反馈进一步刺激了喜剧片的飞速 发展。他指出,"80后""90后"已经成为当前的观 影主体,社交化、娱乐性的观影需求超越了艺术 审美需求,从某种意义上来说,观看喜剧片已经 演变成一种"刚性需求"。日益年轻化的受众群体逐 渐影响了电影市场的走向,促进了喜剧电影的生产。 "对于中国年轻观众而言,喜剧电影已经成为释放生 活压力、工作压力的一种重要途径。不管当下喜剧片 的成色与品质如何,它们以不同方式满足了普遍的观 影需求,所以取得了较高乃至超高的票房。"他说。

### 互联网变革喜剧创作

嘉宾们指出,飞速发展的互联网已将其触角延



喜剧电影《美人鱼》和《夏洛特烦恼》都 是近来很受年轻人喜爱的国产喜剧片

伸到了社会的方方面面,不仅改变了人们的生活方 式,也深刻地影响着人们的思维方式。互联网环境 下成长起来的年轻观众群体有着独特的话语表达方 式和喜好,具有明显的互联网思维。《小时代》《后 会无期》《煎饼侠》《万万没想到》《十万个冷笑 话》等"新生代"电影就是在这种环境下应运而生

- 些嘉宾指出,这些电影从最初的构思到最后 的上映乃至衍生的后续效应都依托于网络, 使电影 这门昂贵的艺术变成了低廉的消费品,顺应着"网

生代"的思维模式,呈现出文本的碎片拼接和 电影性的弱化等特征。"非线性的叙事、小品化 的跳跃、网络热点语言集合式的运用等, 年轻 观众都觉得津津有味。互联网思维会在很长一 段时间里影响中国电影创作,特别是喜剧电影 创作。"一些嘉宾说。

饶曙光指出,现阶段有些国产喜剧电影的 特征值得我们警惕。我国的武打片在被国外观 众接受的时候,有时候武打桥段成为景观段落 和场面,以吸引观众的眼球,叙事被人为地割 裂。在互联网思维和当前环境下创作出的喜剧 电影,有时也存在这样的问题。"喜剧片创作不 能是配方式生产:明星、段子加上语言,这种 简单化的拼接割裂了电影的叙事逻辑,不利于 电影的长久发展。"他说。

### |不断完善喜剧电影的品质|

尽管目前国产喜剧电影市场一片大好,但 盲目跟风、缺乏创新性、同质化严重等问题不 断遭到业内外人士诟病。

英国影视制片人菲诺拉·德怀尔认为,喜剧 的节奏感非常重要。"除了要考虑观众是否会发 笑,还要保证节奏感。喜剧的成功在于好的叙 事和好的编剧,再接着有好的角色和好的导 演,慢慢地把这些元素组合在一起,才能做出

香港电影导演、监制黄百鸣, 多年来出 品、主演的港产喜剧片《开心鬼》系列和《喜 事》系列,一直获得不错的电影票房,就是看 到了这些喜剧品牌的价值,持续打造并注重其

饶曙光说,内地电影工作者和研究者也应 该依靠系列喜剧,建立观众对国产喜剧电影的 信任感和期待感,喜剧电影创作应当具备长远的市 场眼光, 注重打造品牌性的系列喜剧。

嘉宾们指出,无论是现实主义创作还是非现实 主义创作,都应有最真实的情感来打动观众,努力 提升国产喜剧电影的叙事品格才是使其魅力延续的 关键。只有真的好故事才能帮助中国喜剧电影突破 瓶颈,迎来真正的繁荣。而对于中国电影来说,如 何拍好喜剧电影, 让年轻观众喜闻乐见, 在未来很 长一段时间里,是电影生产者和创作者共同思索的



近年,我国都市题材电视剧似乎遇到 一些创作瓶颈:选题囿于婚恋关系与家庭 危机,即便在"行业剧""话题剧""励志剧" 等外衣的包裹下也难逃小情小怨的格局 窠臼;风格趋于严重泛化的轻喜剧,却经 常由于蹩脚的"笑果"暴露出矫揉造作、轻 浮油滑的尴尬;情节主线限于男女主人公 之间"平衡和谐—矛盾对立—团圆收场" 的脉络俗套,往往甫一开场便让观众对结 局一览无余。虽然包罗万象的现代大都 市是各色人等、各类景观、各种故事的聚 集地,但当前都市剧的窄狭视野和千篇一 律令观众颇感失望,这类剧作的创新升级

最近热播荧屏以及乐视视频的《欢乐 颂》激发了不少观众的追剧热情,它仍旧 闫 将镜头对准五光十色的都市生活,但在创 意策划上显然没有惯性化地依循老路,多 重维度上的"不一样"着实让人耳目一新。

最能彰显新意之处,是剧作在人物 设置上突破了以往"一男一女"的二元化 主角结构模式,将同住欢乐颂小区22楼 的5位单身女性作为"平行主人公"展开 叙事,出身、职业、性格、气质、追求各不 相同的"五美"表现出强烈的标识性和类 型化,以点带面地囊括了都市年轻女性 的各种"款式"。这种在人物设计上的多 元开掘和多线并进,既高覆盖地与现实 生活形成互文对照,也让不同女性观众 从中看到自己的影子,因而极大强化了 剧情的真实感、层次感和代入感。在此 前提下,全剧势必以女性视角来打量异 性、观照生活、品味人生,传统中挑大梁

的男性角色自然"降格"为陪衬。众所周知,新时期以来,随着 世人观念的不断进步,摆脱依附地位的独立女性日益成为社会 上受尊敬的主流时尚群体,人们对于女性立场与女性话语权的 重视程度随之不断提升,况且女性观众又是都市剧的最重要收 视主体,因而足见该剧这一创新之举的"有胆有识"。

善于抵达日常生活纵深处的现实题材电视剧,以紧接地气 的烟火味见长。作为其中的重要类型,都市剧绝难绕开"情场" 与"职场"两个核心话题。《欢乐颂》也不例外。它揭示出一些带 有普遍价值的"情场真谛"和"职场规矩",但它的可贵在于对生 活万象的真实提纯与归类扫描。其间几位女主角遇到的情感困 惑和职场残酷,正是无数普通人正在感受或回首品咂的人生况 味, 剧中人的酸甜苦辣总能与观剧者的内心铭刻契合共鸣。在 爱情方面,安迪的疑惧、樊胜美的心机、曲筱绡的奔放、邱莹莹 的痴纯、关雎尔的懵懂,各有千秋又真切有质感;在职业方面, 现代企业各层级群体的工作生活状态被描摹得纤毫毕致,真实 地铺陈出一幅当代职场多元化图景的横断面,不同观众均可从 时并行,却未出现"两张皮"式的疏离,而是双线互渗、彼此深 糅,圆润饱满的角色性格、隐秘微妙的感情纠葛,立体化地折射 出都市众生相中最有代表性的生存样态。

从创意与制作层面看,以邻里加密友关系来结构故事的《欢 乐颂》,其实自觉不自觉地借鉴了《老友记》《生活大爆炸》等热门 美剧的情节范式,因而从某种意义上彰显出一种"国际范儿"。但 与情景喜剧的表达方式不同,《欢乐颂》的正剧风格使作品更具现 实针对性和贴合性,"生活流"式的熨帖讲述暗合了电视剧观看的 日常伴随性,精致走心的细节呈现避免了虚假化、刻意化,旁白增 强了作品的思维锐度与哲理深度。这凸显出准确把握国人欣赏 口味的本土化匠心,而且无形中提高了剧作的整体艺术品级。讲 好"中国故事"并不意味着排斥外来先进经验。遭遇创作困境的 都市剧若要实现突围,需要具备放眼全球的心胸和视野,寻求最 优化表达来承载民族化内核,从而实现其内容领域的转型升级。

### 《2015中国艺术 发展报告》首发

《2015中国艺术发展报 告》日前在京正式发布。

《2015中国艺术发展报 告》由中国文学艺术界联合 会及所属各全国文艺家协会 组织全国近百位知名专家学 者编撰,是对中国艺术年度 总体发展状况以及戏剧、电 影、电视、音乐、舞蹈、美 术、摄影、书法、曲艺、杂 技、民间文艺和文艺评论等 各艺术门类年度发展状况的 总结、分析和思考的综合性 研究报告。报告不仅全面体 现了党的方针政策对文艺创 作的积极影响,同时高度重 视市场经济和科技发展对文 艺创作的作用。

自2012年以来,该报告 已连续出版3部,为社会各 界观察中国年度艺术发展提 供了重要视角。(文 评)

### 中国举办首届 加勒比电影节

为使中国民众更加直观 地了解加勒比国家及其文 化, 日前, 我国文化部联合 巴哈马、巴巴多斯、牙买 加、特立尼达和多巴哥4国 驻华大使馆,在北京塞万提 斯学院举办了中国首届加勒 比电影节。

电影节相继放映了这些 国家的艺术工作者拍摄的5 部故事片和7部纪录片,包 括巴哈马的《开拓者——迈 克尔·汤普森的故事》、巴巴 多斯的《阿姨》、牙买加的 《寻找罗定朝: 从哈莱姆到 中国》、特立尼达和多巴哥 的《中国姑娘》等。

这些影片讲述了当地著 名人物的故事,反映了普通 人的生活百态,展现了加勒 比地区的文化空间和生动景 观,有的片子展现了目前当 地华侨华人的真实状态和多 年的奋斗历程。(穆 雯)

中国戏曲中传统美徳 ・ 清正廉明

## 《审潘洪》:七品县令审皇亲

潘仁美陷害杨家将,太宗调七品县令寇准进京审理皇亲国 戚案的故事。

潘杨两家,一家是当朝太师,一家是皇家郡马,潘家宫



《审潘洪》又名《清官册》《升官图》《霞谷县》,讲述宋朝 中有潘妃,杨家六郎是公主郡马。潘杨两家因杨七郎擂台 打死潘豹结下深仇。潘洪私诵北国, 苦害杨家, 致杨老令公 碰死李陵碑下。杨六郎进京告下御状,潘洪被拿至宋都。 太宗命刘御史审问,刘御史受潘妃贿赂,审案不清不明,被 八贤王用金锏打死。

> 太宗升霞谷县令寇准为西台御史,急调进京复审。潘 妃差人再往行贿,寇准坚辞不受,并将潘妃行贿之事告知八 贤王,八贤王许诺为其后援。寇准审案,潘洪傲慢狡赖,死 不招供。寇准遂与八贤王定计,假设阴曹,夜审潘洪,诓其 如招供便放他还阳,若不招供,便要将其叉入油鼎,永不复 生。潘洪中计,招认画押。潘洪醒来方知上当,诓称要看供 状,把状子骗到手后撕碎吞吃,以销毁供证。寇准早有防 备,多备了份供状,遂与八贤王一同上殿启奏结案。

李滨声的画里,太师潘洪紧闭的双眼和西台御史寇准 圆睁的双目相映成趣,把潘洪沮丧耍赖和寇准正气凛然的 神态作了传神的描绘。

李滨声图 樊明君文

#### 2015年,我国纪录片行业的总投 投入加大播出增长 中国故事国际讲述 入为30.24亿元,总收入46.79亿元, 比去年大幅增长。专业纪录频道和 卫视频道全年共播出纪录片约76400

### 我国纪录片行业成绩引人注目

视、民营公司、商业视频网站均加大了对纪实产业的

的纪录片

CHINA /

FROM ABOVE

两部在国际主流媒体

右图:《中华的故事》

下图:《鸟瞰中国》

播出、正面反映中国现实

中国故事、国际讲述空前活跃

小时,全年首播节目共约24000小时。

录片发展研究报告2016》(以下简称

《报告》)给出的数据。课题组负责

人、北京师范大学纪录片中心主任

张同道教授说,去年至今,省级卫

投入,纪录片生产已转入相对精细化阶段。

这是近日在京发布的《中国纪

《报告》指出,2015年以来,国际主流媒体非常密集 地播出关于中国的纪录片,且以正面讲述为主,我国的 一些纪录片制作单位参与了拍摄。英国BBC播出了 《中华的故事》《中国春节:全球最大的盛会》《我们的孩 子够坚强吗?中国学校》,屡次向中国抛出橄榄枝。美 国探索频道播出的《运行中国》、国家地理频道播出了 《鸟瞰中国》,也都以赞美为主。"表情"最为夸张的是韩 国KBS播出的《超级中国》,气势恢宏,情感激越,塑造了 一个全面崛起的超级中国,并频频使用"霸权"一词。日 本NHK的一些纪录节目也很关注中国社会问题。

### 纪录频道上星格局基本完成

2015年6月,湖南金鹰纪实频道获准上星,成为

本报记者 苗



继央视纪录频道、北京纪实频道 上海纪实频道之后,第四个上星播 出的纪录片专业频道。《报告》指 出,至此,中国纪录频道上星格局 基本完成,如何建构品牌、寻找核

### 纪实真人秀节目异军突起

心竞争力成为各频道的战略重心。

张同道说,2015年,纪录片 大片叠出,上海纪实频道联合美国探索频道,推出 纪实真人秀节目《跟着贝尔去冒险》一枝独秀, 网

络播放量接近4亿次,传播与产业均获成功。这一 年,纪实真人秀扎堆儿,如大陆桥文化传媒的《青 春季》、元纯传媒的《造梦者》、央视的《客从何处 来》、北京纪实频道的《雅荻跑世界》和湖南金鹰纪 实频道的《中国少年派》等,观众对这类节目给予 追捧。

### 新媒体纪录片井喷

《报告》指出,截至2015年,中国网络视频用户 达5.04亿,在线视频市场广告规模预计为247.9亿 元,新媒体成为不可忽视的新势力。据课题组不完 全统计, 近两年来, 网络浏览量过亿的中国纪录片 超过9部,其中《舌尖上的中国2》以4.39亿的累计 观看量位居网络浏览量之首。真正意义上的新媒体 纪录片越来越多,新媒体已经成为纪录片不可或缺 的传播平台。