

合家欢题材影片需把国民IP转化成文化记忆

壬寅年春节档国产动画电影观察

■ 文杨俊雷

演出中,一个名为《乳虎啸春》的武术短剧节目在情节结构和人物形象上完全预演了第二天就要登上大银幕的动画电影,尤其是带虎尾的虎头帽和斜挎身上的蓝底印花小包袱,使舞台上的虎娃和银幕上的虎墩在形象上完全重合。然而超过12亿人次的春晚节目收视数量竟然没有释放出预想中的助力效果,大年初一还没有结束,《小虎墩》一片的排片率就已经下滑到整个春节档电影的底部。整部影片看起来流畅完整,没有明显缺陷,主要人物们的三观也都正确而端正,有打拼励志的正能量,有相互打趣的小搞笑,也不缺乏彼此关怀和成全的成长弧光,还有效果激烈的武打动作画面,据制片方说一直从山西晋中打到了甘肃的壮美麦积山。可是上述诸多面向上的表现都止于达标,不够精彩,缺少包含情绪价值的内在吸引力。

和《小虎墩大英雄》一样将老虎形象作为生肖装饰的动画片还有《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》。这一次的羊村故事彻底离开了青青草原,改为守护者队打篮球、赢比赛的团魂励志。熟悉日系动漫的观众们称之为热血运动番,开心地从中找到各种灌篮高手的人物和战术打法的对应改写,比如全片开场时的灵魂一问——“篮球对你意味着什么”,以及重回赛场时的情节转折台词——“我想打篮球”,都是刻在灌篮迷心底的座右铭。同样,喜爱NBA的球迷们则开心地指着,这个或者那个标志性动作来自哪支球队的哪一个球星,比如喜羊羊对灰太狼使出“格林公式”,还有烈虎队的核心球员虎翼,他的不良少年初始化人设、脏辫造型、着装细节和进球后向对手摆出的挑衅动作等,与得分王艾弗森密切对应。因此也形成了和《小虎墩大英雄》一样的生肖符号表面化应用问题——虎的形象元素是应景设置,随时都可调换。假如十二生肖中真的有同为猛兽的狮子,那么烈虎队的全部队员都变身成狮子,从虎翼、虎山、白虎一变为狮头、狮山、白狮,对于剧情故事的发展也不会造成任何影响。

情绪价值
源自IP扩容的创新自觉

相较于表面化地调配生肖元素与自有IP的配方手法,《熊出没·重返地球》表现出另辟蹊径的努力,努力跟上全民科幻和宇宙航天的热点关注,为熊二贪吃、爱闹祸的形象加上了高科技机甲战士的硬核内容,让小动物们欢乐栖息的狗熊岭成为外星生物到访地球的第一站。影片在整体上表现出IP扩容的创新自觉,反映在受众市场上则是票房与口碑在三部动画电影中居于最高水平。

根据影片出品方介绍,此次《重返地球》的制作重心在于特效技术。在全片两千多个镜头中,特效量占到了80%以上。不仅给外星生物阿布升级了毛发特效,并且做了3D效果增强,在达到蓬松发量的基础上还能粗细分明,进一步追求纤毫毕现。除了生物形象特效之外,在构建赛博化的都市场景建设和空中机甲作战等燃爆环节里,单帧场景的特效粒子数量达到了百亿级,单帧画面的渲染时长也超过了20小时。

技术上的量级式跨越在提升视觉方面获得了显著的成绩,影片在表现莱尔特速迹和“天火”作战等段落中,集中力量打造出了动画电影艺术特有的“异境感”,既包含现实世界的镜像倒影,又突出地表现了动画审美本身的非现实一面。

阿布带着熊二回到位于南极地区的莱尔特文明保留地,在理念上延续了“熊出没”系列一直坚持的保护环境、爱护地球的人物行动基础,而在画面风格上则更为强力而集中地传达出暖意的合家欢抒情样式。高饱和色彩的光谱色域使画面看上去美得超乎现实,同时洒有记忆起伏一般的诗意境。支撑阿布重返地球寻找父母亲的情节原动力在画面中彰显出充分的动力价值和美感吸引,慈爱双亲的形象在温暖家门欢迎孩子回家,有效地实现了合家欢观影的情绪价值。随着情感高点的拉动,叙事迅速切回阿布的临镜视角,它看到儿时时的自己雀跃着跑过去,带领着很多观众在动画中温故了童年。这一幕设计与技术达成触动了不同年龄层次上的观众,更让曾经主打低幼向产品的熊出没系列扩展到亲子观影的范围,为未来发展提供了有益的自有的技术积累。

综观春节档三部动画电影的表现,可以发现产能释放与创作提升仍然是行业发展的重中之重。期待更多的精彩原创故事,在经过高新技术的加持融合后,为合家欢观影市场注入新的活力。

(作者系复旦大学中文系教授)

中国电影艺术研究中心
电影文化研究部专版

从《阳光普照》开始,导演钟孟宏试图为他的电影故事寻求一个更加稳定的时间结构,以至于到了新片《瀑布》,他甚至放弃了一直以来熟悉的男性世界,以及暴力原罪对伦理与情感的突破这一主题。《阳光普照》借由一个父亲对三个男孩两场死亡的责任,将看似历时的2013到2018年的叙事内容,结构为镜像化的伦理隐喻,揭示出这个危机家庭终将无可救药地陷入黑色深渊的命运。《瀑布》聚焦了2020年台北疫情期间,一对母女组成的单亲家庭在半年时间里发生的重大变故。《瀑布》里继续探索了时间叙事的镜像化结构。它通过母女间两次叙事视角转化和二人的角色转换,并借由口罩/大楼防水布/瀑布这一串关联性的视觉隐喻,将社会突发性公众事件、现代性人际关系以及个体生命深处隐忍的心理创伤套叠在一起,再加上大量摄影棚里的室内戏和定焦镜头对伸缩镜头和长镜头的取代,让《瀑布》的视觉风格稍许偏离了导演一直以来对底层社会写实风格的追求,当影像不自觉地、更多地转向心理叙事时,其内在的时间镜像结构也更加复杂起来。

阳光与黑暗

阳光与黑暗的视觉主题在《阳光普照》中被导演第一次提出来。得益于热带岛屿的强烈日照和植被景观,可以让导演找到如此恰当的方式来隐喻破碎的东方家庭深处最隐秘的部分——父子伦常之爱最阳光普照之处恰恰也是最黑暗残酷之所在。阳光与黑暗相互滋生的视觉/情感隐喻,在《瀑布》里得以继承,并更加风格化。影片的第一个镜头就是关于阳光&黑暗主题的大景别空境:黄昏的夕阳光集中投影在一幢高楼大厦的玻璃幕墙上,画面下方市一个为高楼环伺的暗影里的十字路口。路口变灯,横向的车流静下来,零散的行人开始纵向涌动,大厦玻璃幕墙上的光线隐晦变化,一瞬间,阴影中的人行横道线上大片大片光照斑斓。而当影片的叙事人物出现以后,这一视觉主题的隐喻就不再局限于这种《阳光普照》式的自然景观。

进入《瀑布》里的最重要的叙事场

粤港澳电影专栏

从2022年春节档看广东动画电影的IP化发展

■文/周文萍

2022年春节档是动画片占比最高的一个春节档。8部影片中有3部动画电影:《熊出没·重返地球》(以下称《重返地球》)、《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》(以下称《筐出未来》)、《小虎墩大英雄》(以下称《小虎墩》)。令人瞩目的是,三部动画电影都是由广东制作出品。《重返地球》由华强方特(深圳)动漫公司制作出品,是该公司系列动画电影《熊出没》的第八部。《筐出未来》由广东原创动力文化传播有限公司出品,是该公司系列动画电影《喜羊羊与灰太狼》的第八部。《小虎墩》由深圳元人动画有限公司出品,是该公司“小虎墩”这一IP形象的首部动画电影。这显示了广东动画电影在国内的领先地位,也显示了广东动画电影的IP化发展状况。

一是头部IP《熊出没》凭借不断的创新升级保持领先。《熊出没》IP源于电视动画片,第一部于2012年播出,主要讲述熊大、熊二与光头强之间的搞笑故事。至2022年初,《熊出没》已完成了主线TV版10部,幼教系列5部,贺岁片2部,大电影8部,舞台剧2部,儿歌1部,建构了庞大的IP世界。大电影方面,从2014—2021年,除2020年因疫情未上新作外,《熊出没》按每年一部的节奏已上映了《夺宝熊兵》(以下本系列片名均省略“熊出没之”)、《雪岭雄风》、《熊心归来》、《奇幻空间》、《变形记》、《原始时代》、《狂野大陆》等七部影片。从开始时的备受质疑到后来票房稳定、口碑不断向好,稳居当今中国原创合家欢动画电影第一IP。这一成绩的取得源于片方多年来

《瀑布》:母爱的预言

■文/王霞

景——母女一起生活了十多年的豪华公寓,阳光/黑暗的视觉主题抽象为被大楼防水布包裹后的屋内阴翳——压抑窒息的蓝色,以及为房间里不同区域的室内暖光照明驱离冷光后的暖色部分(黄色)。更进一步,黑暗(内心深处的、时下命运的、母女关系的)在这幢房子里为整个客厅所代表,尤其还可以集中为客厅墙壁上为蓝色淹没的一幅荒漠里茫茫人影的现代装饰画。这幅丧失了焦点的黑白画作为蓝色浸染后,成为母亲心理叙事的每一个段落的起始镜头。黄色部分是女儿卧室木门为核心的走廊空间,以及隔壁以《电车狂》(1970)海报为代表的餐厅空间。影片第一个段落母亲主导的15分钟惊悚片中,母女间的疏离、对抗与冲突,在构图上处理为相邻墙体结构的V型交叉线构图。母亲往往位于画面中间,处于蓝/黄空间的交叉点附近,形成一种时刻将被分裂的紧张感。

两次视点转化,将《瀑布》分成三个段落:母亲品文视角的母女被隔离段落15分钟、女儿小静视角的母亲生病段落45分钟、母亲品文视角主导的回家(母女生活重建)段落。影片进入第二个段落,无疑以更积极意义的黄色(阳光)引导。这个段落里,阳光与黑暗互生的主题首先体现为空虚虚伪的父女情上。不管是医院门口两人第一次见面的阳光照进树林的大幅影壁画,还是父亲一家在郊区奢华别墅中无影影的大厅空间。与父亲相处的阳光灿灿的世界,没有剑拔弩张的亲子瞬间,没有精神失常的母亲瞬息万变的脸色,但正是这个阳光灿烂的世界,让小静获知父母离异的真相,重新认识到表面刚强的母亲被多年出轨的父亲欺骗和抛弃的真实处境。父亲的阳光和煦,恰恰是因为对小静母女多年来习惯性的、无动于衷的忽视、疏离与敷衍。从这一点来看,钟孟宏电影中父子关系的批评仍在延续。

时间镜像

三个段落的结构关系,最容易引起误读的就是从类型片角度理解,它让社会话题提升思想内涵;五是精心制作提升视觉体验。

《熊出没》电影的创新升级之道在今年上映的《重返地球》里得到了延续。影片讲述了一个太空科幻故事,不仅将故事背景由地球拓展到月球,让一向呆萌的熊二成为“登月第一熊”,更有酷炫壮观的地球沧桑、机甲战士、飞船大战等特效景观和动作场面,在动画片里呈现出硬核科幻的实质内核。与此同时,影片又不失系列一贯的搞笑幽默与真挚情感,堪称老少咸宜,充分显示了“合家欢”的特点。

二是经典IP《喜羊羊与灰太狼》重归大银幕。《喜羊羊与灰太狼》(以下称《喜羊羊》)IP源于电视动画片,第一部于2005年播出,主要讲述喜羊羊等小羊与灰太狼间的故事。至2022年2月,《喜羊羊》共播出作品34部2659集(主线24部1982集,网络短剧12部677集),电影10部(含真人2部),舞台剧5部,IP世界同样庞大。动画电影方面,2009年,《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》上映,以超过9000万元的票房纪录创下国产动画电影纪录。由此开始,该系列以生肖为创意点,每年出品一部以当年生肖命名的影片,连续7年登陆春节档,共上映了《牛气冲天》(2009,以下本系列片名省略“喜羊羊与灰太狼之”)、《虎虎生威》(2010)、《兔年顶呱呱》(2011)、《开心龙年》

接触,不仅构成了女儿人物成长的重要起点,因为情感上的巨大冲击,也成为前后两个段落镜像叙事构成的折点。表面上,“思觉失常”的母亲第一次从医院回到家,开始了女儿照顾母亲的角色反转。第一个段落里,所有的母亲照顾隔离期间准备高考的女儿起居细节,在这个段落都一一做出对应。而反转带来的叙事关切,重点不在情节与动作上,而是对时间回溯。表面上它的时间线向前推进——这个脆弱的两口之家迈向危机,实际上时间方向同时回溯到“隔离”前,即影片第一个段落开始前至少三个月里母亲的生活窘迫与她所处的经济压力(面临破产失去房车)、工作压力(疫情以来的降薪失业威胁)与人际关系压力(冷漠的同事、敌对的邻里、监控的物业)。如果影片叙事仅仅停留在这个苦情励志的环节,可以批评其处理母女之情上过于直白与温暖了。但是随着第三个段落的出现,影片制造出了更大结构上的——对以上两个段落的时间镜像。

母亲在医院精神科住院的半个月,一方面完成了影片叙事视角的二次转换,另一方面更重要的是,对于母亲生命里的过去时间开始了更长的一次回溯。这个段落起始于德加的赛马图画作。常年挂在医院墙上、已丧失色彩的印刷画,暗示着这个段落将一直追溯到人物自我丧失的那个起点,如画中不知所向的骑士们。靠歌声驱逐幻觉的病友的故事也给予了时间“回溯”的推动力量。德加的褪色画作与客厅里被染蓝的荒野人影装饰画,构成了母亲生命历程中自我主体丧失的起点与终点。

第二次回家的母亲,表层叙事是配合女儿认识现实、告别老房子、重建未来生活,而深层叙事线却是向后的,在对影片前一个小时的叙事映现中,一步步指向了更遥远的过去面向。母亲回家后发生的第一件事情就是在小静的帮助下,象征性地驱赶了门外的卫兵——暗示着对楼下秃头门卫相关房屋费用逼迫的当下危机的被驱除。去卖场上班,解决疫情以来的工作压力。遇到走出阴影的病友,预示着对父亲回家的虚念的放

弃。房子外拆掉了如口罩般的防水布以及掌握超市要挟的老人,对应着时间线回到了疫情前,甚至更早,不用为了生存压力而拼命压抑自己。紧跟着卖掉这所重新迎来阳光的房子,更是回到了三年前,也即母亲放弃维持这份离婚遗产的难以承受的供房压力。蛇的出现描述了母亲对多年来抚养女儿的心切切,又缺乏丈夫应有的帮持,并饱尝不被理解的焦虑。甚至帮忙搬家的卖场主任,并非预示着未来一段可期的感情,而是指向过去夫妻貌合神离的关系。时间线直到推溯到母亲说认识到瀑布的声音,也就是母亲生活走向灾难的那个时间起点:小静小学二年级时父母的一场严重争吵——可以推算,那个起点,正是父亲有了外遇并与外室生子的一年。父亲直到如今仍不知道母亲多年来早就知道他的秘密,却一直选择隐忍,是以不断加强一个不存在的幸福幻像。这个幻想就像《电车狂》斑斓的黄色海报,黑泽明这部电影里被一个失智男孩反复叠加和描画的并不存在的幸福。

至此,影片中瀑布的主题意象赫然出现。瀑布的声音预示着灾难的不幸开端,这是此片的故事素材缘起,导演把它结构性地放在了结尾。结尾母女经历了半年来的磨难,女儿高考后和同学去山溪郊游放松,却遭遇了一场现实的“瀑布”。结尾的瀑布意向,再次指涉了母女的这场变故,而导演想要表达的是“瀑布”falls,“回溯”的推动力量。德加的褪色画作与客厅里被染蓝的荒野人影装饰画,构成了母亲生命历程中自我主体丧失的起点与终点。第二次回家的母亲,表层叙事是配合女儿认识现实、告别老房子、重建未来生活,而深层叙事线却是向后的,在对影片前一个小时的叙事映现中,一步步指向了更遥远的过去面向。母亲回家后发生的第一件事情就是在小静的帮助下,象征性地驱赶了门外的卫兵——暗示着对楼下秃头门卫相关房屋费用逼迫的当下危机的被驱除。去卖场上班,解决疫情以来的工作压力。遇到走出阴影的病友,预示着对父亲回家的虚念的放

在中国人最重视的合家欢节日里扶老携幼看电影,是近年来渐渐回温的家庭仪式之一。从产业经济的意义来看,一部电影的观看就像推动系统机械运转的关键引擎,吸引一家人使用公共交通,进入消费场所,在视听盛宴后再进入假日共享时光。无论是在一站式度假的商圈中集中享受闲逸,还是在连续的城市景观空间中走走停停,都使电影作为大众文化工业重要一环的功能完成充分地释放。

实现上述愿景并在全年最长公休假的春节期间保持增长态势的重要前提是,有高质量的合家欢类型电影准确对接市场需要,既能满足本土观众的审美诉求,也构成优质电影资源的自身积累,包括品牌价值增长、自有技术升级,IP内容更新迭代,以及最重要的,为未来的电影发展和文化记忆提供丰富而正向的内容。壬寅年春节档中的三部国产动画电影,《熊出没·重返地球》、《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》和《小虎墩大英雄》在一定程度上分区搭建起了节日中合家欢观影的理想模型,但在深耕本土文化和表现原创故事方面,还存在着更大的拓展空间。

敞开格局
才能更新惯性配方

十二生肖是中国民俗文化所特有的纪年阐释系统,融合了历史悠久的农耕文明和多民族相互依存、交流发展的共同特征,是常读常新的文化资源,为新的艺术创作提供源源不断的依傍与灵感。由此形成的一个心理惯势就是,到什么年上什么片,轮到哪个生肖就做相应物种的文章故事。合辙应景的即时效果固然给春节贺岁的大银幕增加了新年由此开始的喜庆感和辨识度,但是相对固化的角色模型和故事配方也限制了具有最大观众潜力的春节档动画电影格局,总有意犹未尽的期待在观影后继续升起。

《小虎墩大英雄》在上映前获得的推广平台要远远优于《熊出没》和《喜羊羊》。大年三十在央视春节联欢晚会的

(作者为广州大学副教授 广东省电影家协会评论与交流委员会主任)