

《泰囧》的票房爆棚,并不足以证明这部影片品质无可争议的优胜,更不意味着徐式喜剧就此成为中国喜剧电影的巅峰;在某种意义上,“泰囧”现象所印证的只是大部分国产喜剧电影对喜剧片类型规律的背离和对观众体验的隔膜。在喜剧这一类型片种上,我们只是仅仅站在了起跑线上。

喜剧的起点  
纯正的『猥媚』与

梁振华

一部小成本喜剧影片在市场上近乎癫狂的表现,构成了近年来中国电影业界一起令人惊诧的“事件”。把观众摆放在什么样的位置,直接决定了能收获什么样的回报。然而,能否将所想变为可能,最终实实在落在落实为看得见的票房实绩,却是一个残酷而异常艰难的考验。在这方面付出沉重代价者,可谓屡见不鲜。而《人再囧途之泰囧》(以下简称《泰囧》),恰恰是一个成功的范例。

对于纳入文化工业体系、进入消费市场的商业电影,它带给观众的第一性功能便是娱乐。换言之,尊重电影的娱乐属性,也就是尊重观众(绝大部分观众);而尊重观众、向观众“猥媚”,便意味着要以消费者的主导趣味为杠杆来进行文化产品(电影)的创作与生产。当然,趋从观众趣味的同时如何对其进行引导,是另一个层面的问题。在这个意义上,《泰囧》所做的,仅仅是一部中规中矩的商业类型片应该做的一切,它选择了草根喜剧作为类型,以让观众发笑为不二的创作法门。笑,既是影片的形式,也是影片的内容;笑,是影片的起点,更是它的终点。这是该片之所以在中国电影史上创下如此多空前的记录的奥秘所在。

《泰囧》是一部“纯正”的喜剧。影片中有不少关于商业电影教科书式的呈现。比如模仿和借鉴,影片有意识地借鉴了诸如《午夜狂奔》《宿醉》

《泰囧》讲述了徐朗在帮助王宝于异国他乡完成心愿的过程中重构自身被物欲腐蚀的精神信仰的故事。从情节来看,影片叙事层面上有“三个颠覆”——王宝用率真、傻气的处事风格颠覆商界之间的尔虞我诈;王、徐二人以阴差阳错的情谊结合组合,一路克服艰难险阻,颠覆徐、高之间相识多年却因利益分道扬镳的“友情”;徐朗被抛弃在异国后通过渐渐知晓王宝为母国梦的经历懂得了亲情的可贵,颠覆了从前不顾家庭、一心追求物质财富的自己。这三个“颠覆”直指当今人们过分追求物质满足的现象,夸张的情节设计加深了影片的讽刺效果,在搞笑之余引发观者的反思,使影片有了一定的“兴味蕴藉”。

从细节上看,“健康树”作为贯穿影片的线索有着非同一般的意义。它以一种荒诞的仙人球形象出现在憨厚傻气的王宝手中,象征着不被“主流”理解的另类精神信仰。无论旅途是欣欣还是困窘,王宝与他的“健康树”始终形影不离,在外人看来不值一文的仙人球却成为他的精神支柱,“没心没肺”的王宝甚至为仙人球的死亡而痛哭流涕。仙人球还在徐、王二人误闯寺庙的危急关头大显神通,使二人化险为夷;正如王宝以他简单朴实的生活态度感化了深陷物欲迷雾的徐朗。公路抛锚的一场戏里,徐朗在冲动之下赶走王宝后又冒着瓢泼大雨将仙人球捡回,在这里“健康树”上升为一种精神符号。徐朗通过挽回仙人球,渐渐懂得了王宝的执著与坚守。同时,一路上险

## 《西藏秘密》演绎西藏传奇历史



由中共西藏自治区党委宣传部、西藏电视台、北京品众佳艺文化传播有限公司、中央电视台电视剧管理中心联合摄制的46集电视剧《西藏秘密》1月9日起登陆中央电视台电视剧频道。该剧由刘德濒创作并执导,郭晓冬、沈傲君、曹炳琨、多布杰等主演。

《西藏秘密》是首部描写上个世纪30年代中期至50年代末西藏历史风云和社会变迁的史诗巨制,以藏人说藏事的方式,呈现

■关注

## 高票房之后

## 《泰囧》留下了什么?



《三个傻瓜》等影片中的桥段;比如类型的纯粹和叙事模式的沿袭,影片延续了《人在囧途》的公路喜剧片模式,将故事主体段转移到了异域,尽管环境有了变化,但非常坚决地服从本土观众的思维情感方式,故事脉络清晰,频繁的笑点中夹杂着脉脉的温情。此外,在演员组合上,三位目前华语影坛极具号召力的喜剧演员联袂演出,更是该片成功的一大法宝。

徐峥饰演的徐朗,代表的是打拼在都市中的所谓成功人士,拥有高薪和充裕的生活条件,手中还攥着技术发明专利,但仍不满足于目前的生活状态,为了所谓的“成功”在透支着家庭与亲情,心底的善念在等待着被唤醒。毋庸置疑,这种不上不下、患得患失的“成功商务男”形象,在白领一族中极具典型性,故而在年轻的都市观众中引发普遍的共鸣;其带有南方式“精明”的新都市男人形象,也区别于以葛优为代表的口齿伶俐却内心温厚的北方顽主,形成了一种独具魅力的喜剧形象类型。

王宝的角色完全就是为王宝量身打造的。他是全片大部分笑料的来源,也担负着唤醒徐朗内心正能量的职能。这位农民工式的奇诡游客,不通英文,以卖葱油饼为生,以其超乎常人的开朗、达观、乐天反衬出所谓都市成功人的多疑、焦虑和猥琐。上流与底层社会,展现着从性格、行为到情感方式上的巨大反差,而这种反差置身泰国,更因为当地的特殊风俗而得到了更强烈的喜剧化呈现。影片最后,都市精英在草根族的感召下,重新收获了对生命和亲情、对于理想和职责的理解,从迷失的成功法则中脱身而出,投向了新的人生境界。如果说,徐朗这一都市白领形象成功实现了观众的自我投射,而王宝则迎合了观众情感宣泄和情绪释放的需求。此外,黄渤饰演的腹黑男高博,虽不如徐朗和王宝那般完整和丰满,但在有限的篇幅中完成了始终给徐朗施加压力的任务,也催生了许多阴差阳错导致的“笑果”。

作为一名有丰富舞台剧经验和表演经验的导演,徐峥对表演的重视和对“戏味儿”的追求,

显然胜过对于电影形式感的营造与视听感受的铺排。这也成了一柄双刃剑。过分仰仗演员表演,使得笑料过分集中在王宝的非正常人格上。影片前半段有新鲜感,堆砌到最后就不免有些审美疲劳。看一个有心智缺陷的人一味装疯卖傻,与看正常人一本正经地做一件荒唐可笑的事,后者的喜剧层级更高明,而且有更多可回味的空间。与《泰囧》相比,同是小成本喜剧的《疯狂的石头》,其笑料便更多依赖于情节的编织而非单纯仰仗于人物的怪诞举动。笔者以为,在影片的智慧程度和喜剧效果呈现上,后者略高一筹。

一部“正常”的喜剧电影受到如此热烈的追捧,意外的成分明显大过其必然性。它合格,但并不杰出;它值得鼓励,但这种成功庶几不可复制。影片末尾,在范冰冰出场的彩蛋环节设计中,可以看出徐峥在很努力、也充满诚意地猥媚于观众,去成就观众的“白日梦”,去尽心尽力做一部合格的喜剧产品。然而,《泰囧》的票房爆棚,并不足以证明这部影片品质无可争议的优胜,更不意味着徐式喜剧就此成为中国喜剧电影的巅峰;在某种意义上,“泰囧”现象所印证的只是大部分国产喜剧电影对喜剧片类型规律的背离和对观众体验的隔膜。在喜剧这一类型片种上,我们只是仅仅站在了起跑线上。

历经10年的产业化改革,中国电影已经与“惟大”是从的时代渐行渐远。事实证明:大投资、大明星和大导演,并不能带来与之匹配的大回报。反倒是那些放平心态和姿态、尊重观众趣味、趋从商业影片规律的中小成本影片,一次次给电影市场注入了强劲的活力和生机。《疯狂的石头》《失恋33天》《泰囧》莫不如此。这些案例,在很长时间内都会成为电影市场营销专家口头念念不忘的成功学标本,它们一次次提醒从业者:向世俗“猥媚”,包括世俗的欲望、世俗的情感、世俗的趣味,才是商业电影的盈利正途。然而,在残酷的票房升降曲线图前,这一厢是《泰囧》亢奋的飙升,那一厢是《一九四二》暗哑的沉默,中国电影迄今无法在世俗与情怀、娱乐与精神间两全的事实,终究让人感慨莫名。

高额的票房不能与电影的艺术水准画等号,商业化的宣传、发行、营销不能代替观众心中的那杆秤,网络上的一片赞誉也不能代表所有观者的心声。

## 喜剧电影不能仅满足于“图一乐”

□徐韞琪

恶的自然环境为徐朗的信仰重构构筑了陌生化场域,使得徐朗以一种原始化的思维方式反思自身的迷失,进而在历经磨难后挣脱物欲之茧、浴火重生。

然而,尽管《泰囧》让观者在欢笑之余领会到导演想要表达的思想内涵,但也存在诸多缺陷。首先,主题比较老套。无非是借助喜剧外衣与异国元素讲述了财富与真情之间的抉择,回头想来并没有多大的创新。影片中虽有不少笑点,但看到最后觉得有些情节实在是为了搞笑而搞笑,过于牵强。比如王宝在影片中不断给徐朗制造麻烦,总是在徐朗快

要打开文件的时候损坏电子设备,如果说前两次还能带给观众惊喜的话,第三次在泼水节上的无意恶搞就显得缺乏创意。影片还通过“人妖”来制造笑点,隐含着歧视戏谑的味道,这就显得过于庸俗浅薄了。结尾处范冰冰的出现尽管带给观众惊喜,但却显得十分突兀,缺乏逻辑。当影片结束于范冰冰为王宝实现愿望、徐朗一家其乐融融的场景时,笔者在欣慰之余却有一种落空的感觉——这就结束了?抛却影片中“微博”“追星”等吸引人眼球的时尚元素,其“兴味蕴藉”显得有些乏善可陈。

## 《南方大冰雪》讲述急救车上命悬一线的故事



由广州兵艺文化活动策划有限公司、华夏电影发行有限责任公司、中国电影制片人协会等单位联合出品,华夏电影发行有限责任公司全国发行的电影《南方大冰雪》日前在京首映。影片由傅建文编剧、龚应恬导演,取材于2008年抗击南方雨雪冰冻灾害的伟大斗争。讲述了因大雪封路,从湖南赶往广州的急救车受阻,三个平民子弟兵受命护送急救车上命悬一线的妈妈赶往附近应急点抢救的故事。

“这是人类的又一场灾难”,“这是心灵的又一次救赎”。为了使影片更好地与观众产生共鸣,主创人员明确定位,着手于灾难里每个人的成长,真实表现了军人的奉献、军人的职责。据介绍,该片创作团队从剧本创作到拍摄经历了难以想象的困难,为了还原当年的冰雪灾难,还请国内顶尖特效团队后期制作了300多个冰雪特效镜头。

(余非)

在我国电影技术尚不能对西方构成竞争力的背景下,紧抓“故事为王”的策略,才能应对外国影片高技术的压力。此外,明星制是产业的基础。片中徐铮、王宝强和黄渤这三位典型喜剧类型明星的准确定位,为《泰囧》奠定了市场号召力。但大多国产影片运用类型明星的意识尚不明确,很多明星无法确立自身的定位,以致缺乏基本的明星号召力。

## 喜剧电影创作仍需保持“忧患”意识

□刘藩

综合来看,《泰囧》的成功,是占尽了天时、地利、人和的优势。天时,即指贺岁档期的选择。这个档期与喜剧类型片高度契合,喜剧的类型和节日的氛围十分吻合。地利,是指档期前后“左邻右舍”的影片与观影期待落差较大。档期前面的两部主要影片《王的盛宴》和《一九四二》太过厚重,表达悲苦的主题,这就造成了电影市场上一定程度的“饥饿”状态。而档期后面的3部主要影片《血滴子》《大上海》和《十二生肖》,前两部口碑皆不高,而只有成龙的《十二生肖》能够对《泰囧》造成一定的竞争压力,尽管如此,《十二生肖》也与《泰囧》间隔一周多的时间,留有足够的空间让《泰囧》口碑话题发酵成为全民电影。人和,即是本土大众化喜剧明星徐铮、王宝强和黄渤的加盟。这三位典型的喜剧类型明星具有很高的观众认可度。特别是王宝强作为草根明星非常“接地气”,有人气。

除了占尽天时、地利、人和优势,《泰囧》自身的娱乐艺术品质也相当强。首先,《泰囧》作为“人在囧途”的续集,依托品牌影响,占有前作的口碑优势。其次,从文化层面上讲,《泰囧》外在的表现是喜闹剧的形式,但却有大众认可的文化内涵:草根底层劳动者在道德上战胜白领精英;家庭亲情诉求战胜功利主义追求。这两个文化价值观的设置非常坚固,贴近主要观影群体,能够得到观众大范围的认可。再次,《泰囧》作为一个标准化的商业类型片,把喜闹剧和公路片的类型元素发挥的淋漓尽致,最大程度地融合了各种商业元素,如打斗场面、人妖猎奇、泰国异域风情等。在笑点的设置上,《泰囧》也精心运用了误会、巧合等各种技巧。

在关注影片的内容之后,我们也要注意电影背后的制片机制给其带来的勃勃生机。影片的导演兼主演徐铮,在获得基本片酬的基础上,还能够得到10%的利润分红。这对于徐铮来说是一个极大的激励机制。这样的制片机制符合电影艺术创作规律和电影经济规律,能够最大程度地激发艺术家的创造力,但之前在国内较少有尝试。

除影片本身的因素之外,我们还能够从更多的角度找寻到《泰囧》票房火热、成为全民电影的原因。第一,喜剧有高乘喜剧和低乘喜剧之别,而《泰囧》属于低乘喜剧,影片制造笑果的手段较为低级,如电梯遇人妖、误进错房间、捉弄黄渤幸灾乐祸等。但在貌似低乘喜剧的背后,《泰囧》坚实的戏剧结构、精巧的冲突、流畅的叙事,良好的节奏感等颇具难度的艺术手法又使影片具有了某些高级喜剧的娱乐性。这样的喜

其次,影片的说教意味比较浓,褒贬的倾向很明显,导演似乎始终引导着观众怎样思考、怎样选择,把自己心中的价值观强加给观众。但实际上,即使导演不说观众心中也自有分寸,这就使影片显得有些刻意和矫揉造作。一个优秀的导演应该留给观众更多的想象空间,即使是喜剧,其内涵表述也不应局限于平面化。或许这与徐铮自编自导自演的创作方式有关,他把自己所扮演的人物的情感过多带入到编导的过程中,缺乏多维度的思考分析,令整部影片显得单薄、缺乏张力。

最后,过于强烈的人物形象对比让观众产生了审美疲劳——王宝总是傻呵呵笑,徐朗总是眉头紧锁心事重重,演员的表演方式过于程式化,整部影片也有很强的“闹剧”倾向。导演并没有把笑料更多灌注于情节之中,而是几乎完全寄托在演员身上。

似乎从《失恋33天》起,观众对国产电影的审美趋向情景生活化、剧情轻松化,营销方式也更加多样化,网络的力量越来越不可小觑。然而,高额的票房不能与电影的艺术水准画等号,商业化的宣传、发行、营销不能代替观众心中的那杆秤,网络上的一片赞誉也不能代表所有观者的心声。对于有电影鉴赏素养的观众来说,一部喜剧电影不能仅仅满足于“图一乐”。如果说《泰囧》中,徐朗通过一次异域旅行完成了个体信仰的救赎,那么资本至上的中国电影业又将通过怎样的方式完成自身的救赎?

日前在北京举行的“骏马传奇,奔腾剧献”2012小马奔腾电视剧作品巡礼新闻发布会上,北京小马奔腾文化传媒股份有限公司CEO孙韬介绍了2013年小马奔腾重点影视剧项目:《紫钗奇缘》《龙门镖局》《独英雄》《说书人》《好家伙》《白云飘飘的年代》《将爱之因为爱情》《九年》4类题材8部剧作将联合出征。为2013年的荧屏带来风味多样的电视剧饕餮。这8部作品涉及武侠奇情、传记历史、战争军旅、青春偶像、都市生活等剧种。其中,宁财神编剧的《龙门镖局》主打“古装职场喜剧”,把新鲜、时尚元素融入其中,让观众在嬉笑怒骂中体味职场的千变万化;高希希执导的《白云飘飘的年代》史诗般地再现了极端艰苦条件下空军航校的创办过程,是一部带有人性色彩的军旅题材作品;兰晓龙编剧的《好家伙》首次采用“双核双线螺旋结构”的叙事手法,以皖南事变为背景展现了一段枪火走卒的慷慨悲歌;张黎的《九年》首次聚焦当代青年生活,用细腻的笔触描绘了一座城市不同层面的众生百态,剧中,观众能看到自己的影子,甚至找到成长的足迹;张一白执导的《将爱之因为爱情》延续爱与青春的主题,直击“80后”、“90后”的生存状态,富有青春气息。

## 小马奔腾八部新作将亮相2013荧屏

小马奔腾八部新作将亮相2013荧屏