

电影《小时代》的类型及其意义

欧阳子雨

(长郡中学,湖南长沙 410002)

摘要:《小时代》电影的成功并非无法复制,也是有迹可循。它宣告国内从出版市场到电影市场,已经成为由中学生到年轻白领为主导的“小”时代。在“小”时代里,粉丝电影需要对年轻观众的精准定位,才能够获得巨大的成功。“小”时代的小妞电影也不再是围绕成熟女性的题材展开,《小时代》也成功填补了国内小妞电影的类型范式空白。

关键词:小时代;粉丝电影;小妞电影

中图分类号:I206

文献标识码:A

文章编号:1674-5884(2013)11-0218-03

2013年,根据“80后”青春畅销小说作家郭敬明同名作品改编的电影《小时代1》和《小时代2》先后上映,获得了巨大的票房成功(《小时代1》与《小时代2》投资仅五千多万元,第一部上映9天票房高达3.78亿元,最终放映近60万场,累计票房4.9亿元^[1])。在高高在上的票房之外,还引发了一场极其热烈的从影片本身延伸开去涉及电影、社会、文化现象的大讨论。

就电影业界本身来说,《小时代》引发关注的地方在于:第一,它是2013年最耀眼的票房黑马,连续两部上映都获得成功,第三、第四部的投拍也已提上议程,中国商业类型电影将形成“小时代品牌”,这在之前还没有哪部商业类型电影能将品牌延续4部之多;第二,《小时代》在院线发行过程中采用按照排片率给影院返还分账点的形式(即影院排片场次达到总场次的40%,就返还影院一个百分点;达到45%返还影院两个百分点,总之排片率占比越高返还影院的点数就越多,以让利影院方式抢占市场),导致有的影院在上映首日竟然全排《小时代1》,引发了业界不满;第三,就《小时代》电影作品文本内部来说,其内容空洞、剧情苍白,对物质欲望的崇拜达到了病态的境界,并被指认为这是“粉丝电影”所带来的后果。

实际上,《小时代》并不单纯只是一部“粉丝营销”成功的电影,同时也是一部国内特有的“小妞电影”,并且填补了这一类型在国内市场中的一个空白,它的成功并非无法复制,同时也是有迹可循。

一 从出版界到电影界的“小”时代

在未被搬上大银幕之前,《小时代》就已经作为郭敬明的畅销系列小说在出版界创造了销售奇迹,引发了业内人士以及相关学者的热烈讨论研究,他们或欣喜或无可奈何的发现,以郭敬明为标志的一个崭新的“小时代”已经来临。在这个时代当中,青年读者已经不再满足于纯情唯美的校园浪漫故事,郭敬明将笔触转移到上海新贵的世界,用流于表面的商战阴谋、浮华的奢侈品牌的堆砌、随随便便涉及到的“性”话题,营造了一个空洞却炫目的社会和时代,而再加上脱胎于曾经流行一时的校园小说浪漫元素,在故事中创造出年轻的俊男美女分分合合的情感故事,充分满足了年轻读者的阅读和消费预期。

有人认为,《小时代》在出版界的成功,印证了一个“轻阅读时代”的来临^[2]。所谓的“轻阅读”时代指的是,面对现实生活中沉重压抑的社会现实,阅读开始逐渐退出深度与理性,走向娱乐和消遣,纯粹为了减压、发泄。在互联网的推动下,“轻阅读”显得更加浅显化、碎片化、跳跃化。另外,“轻阅读”的主流群体就是广大的大、中学生,以及青年白领。

郭敬明的作品特征恰恰符合了“轻阅读”时代的需求,从而获得了巨大的粉丝群,在电影上映之前,他的书籍粉丝就有3000万之多。《小时代》电影在策划的前期,就是看中了郭敬明的明星效应,当然主策人安晓芬在接受采访

的时候也坦言,自己并不知道郭敬明的粉丝能够转化为多少票房,然而最终《小时代》近5个亿的票房表明,电影界的“轻”时代也已经来临。

目前中国电影观众的平均年龄只有21.7岁,影院观众主流都是新一代的年轻人,如此一来,面对《小时代》如此受年轻人的热捧和追求,中国电影界以张艺谋为首的“老一辈”电影人将受到极大的冲击和挑战。目前,国内举足轻重的四大导演也集体出击,冯小刚将带《私人订制》杀人贺岁档,张艺谋的《归来》确定男女主角,姜文的《一步之遥》随时可以开拍、陈凯歌的《道士下山》进入剧本创作阶段,在这些“老派”电影人的口味之下创造出的作品还是否能够抵挡“小时代”的冲击,仍旧要打一个问号。毕竟,陈凯歌近年来以《无极》、《搜索》为标志的几次试手,都以惨淡收场告终。

二 “小”时代的粉丝电影

韩寒针对郭敬明的粉丝下过一个定义:“他们傻,幼稚,没有是非观,心智就不齐全,发育就不完善,他们根本不知道什么是纯真和善良。”这个说法直戳要害,粉丝聚集成众,对偶像非理性的崇拜和消费,能够形成一股巨大的市场力量。《小时代》的成功,很大程度归功于粉丝大军的生猛力量。影片制片方改编畅销小说,同时启用本身就具有明星效应的郭敬明担当导演、编剧,在演员的选择上,女主人公的扮演者又选择了曾经以《孤岛惊魂》创造“粉丝电影”奇迹的当红女星杨幂。杨幂和郭敬明的明星效应叠加,获得了更多倍的粉丝力量。

“粉丝电影”的概念,直到2011年《孤岛惊魂》的出现才在国内市场崭露头角。《孤岛惊魂》一部投资不到500万元的电影,最终在杨幂的个人明星魅力下,获得了9000万的票房收入。之后,这种由明星效应主导,影片本身乏善可陈却又获得了高收益的电影类型,被逐步冠以“粉丝电影”的称号。2011年当年,诸如《大武生》、《五月天追梦》等影片都被划分在此类型。然而,不少研究者对这新兴的电影类型仍旧保有怀疑态度:首先对“粉丝”的热情和消费能力提出质疑,认为由于年龄和组织的特殊性,认为他们后劲不足不可能成为票房生产力,并以《大武生》两周4200万元的票房成绩证明粉丝电影还难成气候。评论者还列举过谢霆锋、赵薇主演电影《玉观音》(2003)票房惨淡的例子,认为光依靠明星影响力的电影要获得成功仍旧是痴人说梦^[4]。

然而,《小时代》的成功(单指市场效应方面)却给予了上述质疑有力的反击。有媒介评论这部电影称为“精确定位的脑残粉电影”,我们可以戏言《小时代》的粉丝是“脑残”,但打造一部“脑残的粉丝电影”却需要周密精确的计划和定位。正如影片策划人安晓芬所说:“《小时代》很明

确的定位就是郭敬明的粉丝电影。粉丝电影要看的是什么呢?从郭敬明的小说上看,表现的就是青春、友谊、爱情、时尚。其实发生的故事,就是粉丝正在当下经历的事情。我们针对这样样的特点,精准的营销。《致青春》的定位是没有年龄界限的,五六十岁的人也有过青春,《中国合伙人》的年龄层也比较宽泛,但《小时代》就是15到25岁孩子的青春。这是我们的观影人群。我们不会把策略放在年龄大的人身上。”当年《孤岛惊魂》的成功,也就是在杨幂的个人明星作用下,产生《孤岛惊魂》这样的青春恐怖电影,并明确定位粉丝观众就是中学生群体。

可以说,“粉丝电影”的成功,最主要的就是观众的精准定位,越清新的年龄、性别、身份背景的预设,越能够打造一部获得市场认可的影片。《大武生》主打明星为韩庚,其粉丝也同《小时代》一样是90后一代的年轻观众,而影片本身却是讲述一个老掉牙的梨园故事,还充斥了导演高晓松的个人审美趣味,票房上最终没有太大斩获也在情理之中,而《玉观音》诞生的2003年根本就是有“粉丝”却无“粉丝电影”概念的时代,不足以为例。《小时代》从题材内容上的选择,相应的明星角色的设定以及可观的票房数据都证明,定位年轻“小”观众的“粉丝电影”的类型潜力。

三 “小”时代里的小妞电影

“小妞电影”(chick flick)本身是一个新词,指近十年欧美影坛上一种新兴电影类型。文学上与之对应的是“小鸡文学”(chick lit),即“摩登女郎的读物”。“chick”来源于英美俚语,是对年轻女子的戏称,所以“小鸡电影”又被译为“小妞电影”。近年来逐渐在国内兴起的小妞电影,以2009年章子怡主演的《非常完美》为标志,陆续出现了诸如《杜拉拉升职记》、《爱出色》、《摇摆 De 婚约》、《幸福额度》、《失恋33天》、《我愿意》、《非常幸运》、《一夜大肚》等作品。小妞电影是以女性作为观众群的中低成本浪漫喜剧为特征的类型电影,这一类型的电影和惊悚片一样,投入少回报高,制作难度也不大,是未来中国电影在市场中获得长远发展的重要类型。

然而,小妞电影在国内电影市场成型的4年时间内,从《非常完美》和《失恋33天》的20岁出头刚刚步入社会的女孩到《我愿意》《一夜大肚》的30多岁事业有成的成熟女性,题材类型都是围绕着成年摩登成熟女性的职场与情感生活展开。这样一来,影片的故事内容决定了影片观众群的年龄至少应该大于20岁,方才符合影片主人公角色的年龄预设。西方市场针对女性观众打造的小妞电影,诸如《BJ单身日记》、《律政俏佳人》、《欲望都市》、《假结婚》等在题材和观众年龄预设上同上述的国产影片基本相同,甚至国产小妞电影几乎都是脱胎、参照、改编了西方电影。然而,除去《非常完美》刚刚诞生的时候,因为是填补了国

国内市场这一类型的空白,取得了较好的成绩外,接下来的几部小姐电影在市场方面表现平平,都没有引起较大的轰动和效应。这是因为,我们要再次强调,国内市场的观众平均年龄只有21岁,最适宜国内电影市场的小姐电影,应该更年轻化、更青春化。这在《小时代》身上得到了最好的印证。

《小时代》被人们称为“粉丝电影”,实际上它也是一部小姐电影。在题材范式上,它是属于小女孩类型(chica flick或girls'film)(即关于成长、情感、家庭关系的青春校园喜剧,主题都是友谊、成长和爱,如讲述几个年轻女孩在经历争风吃醋之战后获得个人成长的《贱女孩》)、时尚类型(chic flick)(即展示名利场上的霓裳丽影、潮流时尚,如讲述大学毕业的安德丽娅做时尚杂志主编米兰达的助理,并在经历时尚洗礼后重回纯朴自我的《时尚女魔头》)、职场类型(即平凡女子靠自己的奋斗取得职场胜利的励志故事,如讲述一个出生在不幸家庭的小镇女孩凭借不屈信念和不懈奋斗,最终圆了自己空姐梦的《美国空姐》)^[4]等多种范式类型的结合之作。

由清华大学毕业生组成的数托邦(DATATOPIA)创意分析工作室对微博上《小时代》观影人群所做的调查分析则进一步表明,其粉丝的平均年龄为20.3岁,都是微博活跃人群,女性占八成以上,“他们分布在二三线城市和地区,而非北上广等大城市”^[5]。

《小时代》从书籍的读者到电影的观众,都是以中学生、大学生、年轻白领为主的受众群体。电影策划人安晓芬说:“《致青春》是70后的青春,《中国合伙人》是60后的青春,《小时代》就是85后、甚至90后们正在经历的青春。”她认为《小时代》是一部之前未有过的专门为某个年龄段打造的青春电影,这也是填补了国内市场的小姐电影的类型范式空白。

值得注意的是,和《小时代2》同期上映的影片有三部:《一夜惊喜》、《风花雪月》、《宫锁沉香》。《风花雪月》是自

称国内最好的商业片导演高群书的作品,它打造的是一部中规中矩的警匪类型片,该片具有炫目的飙车场面和颇受年轻人青睐的中韩两国电影明星(黄晓明、杨颖、在熙),在内容和制作上都比《小时代》要强的多,然而最后却在高群书与郭敬明的骂战中黯然收场。这也就更加表明,并非有大明星参演就能够打造一部成功的“粉丝电影”,而“小姐电影”的爆发力也相当惊人,甚至能够战胜国内已有的相对成熟的其他商业类型电影。《一夜惊喜》是一部不折不扣的小姐电影,导演和之前的《非常完美》都是金依萌,影片想继续由《非常完美》开创的小姐电影类型,让“女神”范冰冰演绎30多岁的成熟职业女性的情感生活,然而影片最终也拜倒在《小时代》脚下,在票房和市场效应上来说都难望其项背,更加证明了当下的“小姐们”喜欢杨幂胜过范冰冰。就《宫锁沉香》来说,实际上也是一部定位20岁左右的年轻女观众的小姐电影,最终没有获得成功,这只能说“郭敬明品牌”比起“于正品牌”要硬气太多,所以选择合适的档期,避免“同类相残”在电影发行放映上也是很重要的。

参考文献:

- [1] 范丽珍.《小时代》现象分析[J].中国电影市场,2013(9).
- [2] 张岩雨.轻阅读时代的郭敬明现象[D].北京大学,2011.
- [3] 刘晓飞.“粉丝”之于电影的利与弊[J].中国电影市场,2011(12).
- [4] 鲜佳.“小姐电影”:定义·类型[J].当代电影,2012(5).
- [5] 万佳欢.谁在支持者《小时代》[J].中国新闻周刊,2013(30).

(责任编辑 朱正余)