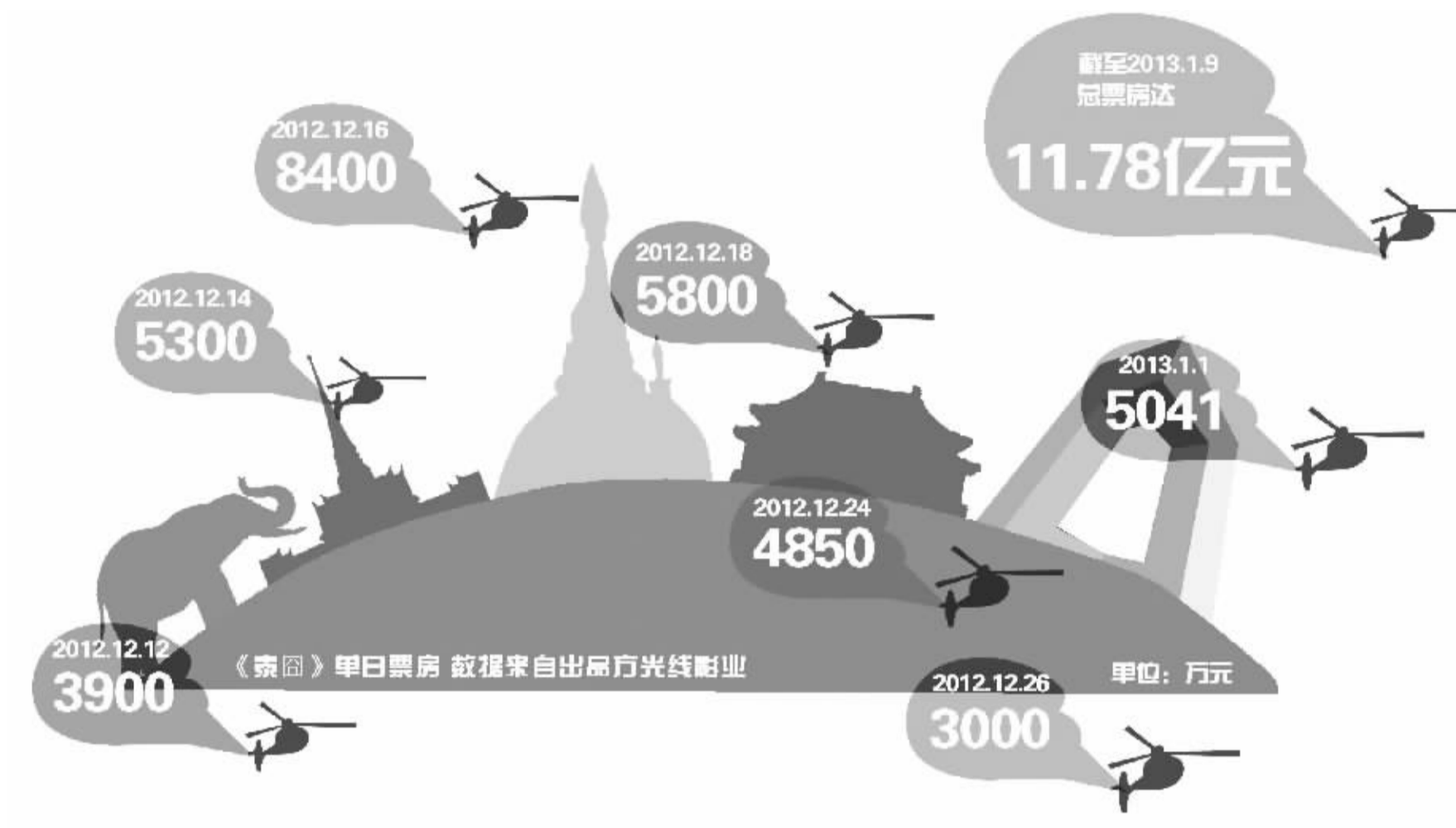


2012年,全国电影总票房定格在170.73亿元,最令人不能忽视的影片当属年末上映的《人再囧途之泰囧》(以下简称《泰囧》)。以3600多万的观影人次超过《变形金刚3》和《阿凡达》,以近12亿元的票房收入创造了国产影片的新纪录,《泰囧》引发了前所未有的观影热潮。一部投资3000万元的中小成本电影,何以在众多大片包围中一骑绝尘?是“黑马”运气太好?是喜剧讨巧?还是没有品位的“三俗”?市场的超常捧捧并非盲目,也绝非意气用事。《泰囧》不仅造就了商业上的巨大成功,更开启了一个话题、一个现象。

《泰囧》情理之中 意料之外



正说

精明精细

成就《泰囧》奇迹

□ 小东

《泰囧》的成功首先应归功于它的编剧、导演、主演和出品人徐峥,准确地说,应该归功于徐峥的“精明”。

2010年,徐峥和王宝强联合主演了《人在囧途》,这部成本仅800万元、票房高达4000万元的喜剧片,在当年就是一匹绝对的黑马。正是从那时开始,徐峥敏感地看到中低成本电影的性价比。他坚信,这种性价比将远远高出贺岁档的所有大片。同时他还感到,在古装大片、魔幻传奇越拍越多、越拍越滥的时候,观众和市场对喜剧片积攒了一种近乎饥渴的需求。不过,正当他积攒起满腔热情准备拍《人在囧途2》时,由于与投资人在理念上的偏差,使他不得不退出了《人在囧途2》。

徐峥并不气馁,此后他不仅把剧本故事和创作班底搬到了泰国,还拿着本子找到了头脑和眼光同样精明的光线传媒总裁王长田。当他把《泰囧》的故事刚给这位总裁讲了一遍,不出半个小时,这位王总裁便眼前一亮地立马拍板,决定投资了。精明的徐峥这一次变得更精明了,为了保证自己在创作上的话语权,他自掏腰包同样参与了投资。在担纲编剧、主演、导演的同时,又成了一名出品人。

战略大局确定之后,剩下的就是战术实施了。此后,徐峥学习借鉴好莱坞喜剧创作的经验,不仅严格把握剧情的发展节奏,甚至计算到几分钟抛出一个包袱、在一个情节线索中穿插进几个高潮和几个低谷才能抓住观众和吸引观众。换言之,观众发不发笑、买不买账早就在其严格的计算中了。在剧中扮演“王宝”的王宝强说,“徐峥不仅精明,有时甚至达到了精细的程度。比如,他每天都是把画着各种标识的分镜头剧本交给我,每一句对白甚至都用到不同的颜色标示出来”。

今天,“精明”的徐峥以《泰囧》创造了一个票房奇迹。不过,成功后的徐峥表现出来的不仅是得意和欢欣:“成绩太好了,意味着往后的压力就更大了。”如此居安思危,应该说还是一个“精明”。

看得出,徐峥的“精明”表现在投资策略上,是一种审时度势;表现在电影创作上,是一种精益求精。而我们今天的电影市场,乃至整个文化市场的发展与繁荣,不恰恰需要这样的“精明”吗?

冷眼

世无英雄

遂使《泰囧》成名

□ 李志刚

《泰囧》火了,火得一塌糊涂。就在前几天《泰囧》屡创新高之时,我也没能抵挡住诱惑,挈妇将雏去影院看了一场。说乐也真乐了,但真的没觉得这部片子有什么特别突出之处。对于这部片子收获的超高票房,更是百思不得其解——至于吗?

每个人都有自己的观影攻略,我是属于那种不大爱随大流的,可能是在成长的过程中被一部部“学校包场”、“重点推荐”的影片给伤着了,我在现在多少有点逆反——只要是国内热映的新片,火的时候我基本不看,我宁愿等那股风过去之后,有人肯静下心来写点更接近客观的影评,然后我再安下心来去吃“回头草”。比如黄渤主演的《疯狂的石头》、徐峥的《人在囧途》,包括王宝强主演的电视剧《士兵突击》,我都是按照这个路子看上来的,而且看了之后还挺喜欢、挺开心。现在按照我个人的想法,《泰囧》就是一部比较中规中矩的中小成本喜剧片,它的整体架构、包袱的密度及力度,均不如《疯狂的石头》、《人在囧途》。说得尖酸一点,基本上也就跟2009年恶评如潮的《三枪拍案惊奇》是一个路子。这样的片子居然大火特火,只能说是“世无英雄,遂使《泰囧》成名”。

当然,徐峥是个聪明人,他知道贺岁档里的国人需要些什么、喜欢些什么。又是一年要过去了,对不少人来说,这个年尾因为“2012.12.21”这个所谓“世界末日”节点的存在而显得更加特别。经过了连续多年的培育之后,现在的国人也又习惯了自己掏钱进影院,这个时候谁都想让自己的票影钱能够换来多一点点的欢迎和笑声,大过节的,没人想找“轴”啊。不过话说回来,《泰囧》虽然能给人带来笑声,却真的有点挺“轴”的意思,最“轴”的就是黄渤演的那个角色,从头“轴”到尾,我都挺替黄渤憋屈得慌。

方家

梦想与底色

□ 张颐武

在2012年至2013年的这个贺岁档,《泰囧》变成了一个奇迹。它所创造的票房纪录,喻示着中国电影观众和市场的重大变化。这似乎是1997年《甲方乙方》开创中国本土贺岁片概念之后的一个重要发展。

这部电影的轰动效应显示了中国电影的自我创新能力。在《1942》和《少年派的奇幻漂流》巨大的名家效应之中,这部电影异军突起,显然体现了它自身的独特性。有人说这是由于档期合适,当然也有一定道理,但这个档期还有不少重量级的电影,《泰囧》的票房奇迹还是有其自身的特点。在2011年的《失恋33天》之后,《泰囧》再创中等以下成本电影的票房新高,绝非偶然,不能简单地以外部因素一言以蔽之。

这部电影是《人在囧途》的第二部,故事的基本形态是上一部的延续,徐峥和王宝强的角色也基本延续了上一部。那是一部温情的喜剧,讲的是春节回家所遇到的种种奇遇。这一次又有两个不同。一是增添了异国情调的背景。从20世纪90年代起,泰国一直是中国人的旅游目的地,国内有泰国旅游经历和泰国想象者极多,可以说泰国游是中国人国际旅游经历中最大众化的一部分。故事的背景安排在泰国,对于许多人来说既陌生又熟悉,既有异国风情,又有一定的了解,适合当下的大众。伴随着中国的经济成长,旅行已经成为普通中国人生活的一部分,电影选择的跨国背景也是这种现状的投射。不过,泰国作为这部电影的背景,并没有构成电影的关键要素,仅仅是一个中国故事的背景。二是在剧情方面加入了为了利益的大争斗,增添了悬疑和惊险的部分,增强了故事的传奇性。同时,这部喜剧并不以王朔式的语言自来水般

地奔涌来制造快感,而是能够从故事本身发掘喜剧性,故事的严密和可信给了这部电影一个坚实的基础。王宝强的表演松弛自如,徐峥和黄渤较好的驾驭喜剧表演的能力,都为电影增色不少。

这部电影最为重要的特点,是敏锐地抓住了当下中产阶层的“高帅富”——作为中产后备军的“80后”、“90后”的精神状态,凸显了当下中国的焦虑和困扰,展现出普通人日常生活中对于“幸福感”的渴望。

这里的徐峥是“高帅富”的代表,被力争上游的欲望煎熬着,被成功的诱惑吸引着,失掉了自我,家庭面临着危机,因此充满了苦恼和矛盾。他的泰国之旅充满着钩心斗角和利益追逐,已经完全失掉了对生活其他事物的兴趣,家庭也面临着危机。王宝强则是一个卖葱花饼的“屌丝”,随着近年来体力劳动的收入增加而开始富裕起来,也怀着梦想出国旅游。这两个人形成鲜明的对照:徐峥见多识广,体现国际接轨的气派,当然看不起王宝强,同时他的脆弱和焦虑也暴露得格外清晰。成功人士的自得掩不住失掉了正常情感和生活感觉的痛切,王宝强则在憨直和笨拙中表现出温情和敦厚。这两个人其实是“一体两面”地表现了中国社会当下的复杂心理和文化困扰。对于中产阶层和它的后备军来说,力争上游,渴望成功是其存在的基础。但由于这些年他们在奋斗中失掉了许多,对于这种简单的价值观也开始出现厌倦。王宝强作为“屌丝”的淳朴一面受到嘲笑,一面也受到羡慕。他的“现世安稳”的生活观,对于患病的母亲的关爱,对于生活的单纯梦想,都显示出他强大的一面。佛教所形成的超越性的氛围,更是给了这部喜剧

增加了一点深度。在幽默中有感伤,在滑稽中有温情,在典型的好莱坞喜剧的表达方式之下传达了当下中国中等收入者的复杂微妙的心理和文化状况,也是这部电影的独特之处所在。

《泰囧》有一个圆满的结局:徐峥放弃了对利益的追逐,回归了家庭,黄渤也得到了他的期望。结尾令人印象深刻的,是作为王宝强偶像的范冰冰最后的出现。电影中,王宝强梦想成真,可以说是“中国梦”的某种通俗的诠释。好人好报,付出就有回报,善良和努力会收获的观念,通过大众偶像的出现得到了展示。这是意味深长的一笔,也说明我们的“中国梦”会有灿烂的结果。

我们还记得2004年冯小刚的“贺岁片”《天下无贼》中的情节。也是由王宝强扮演的“傻根”,怀揣挣来的钱回家,不相信天下有贼,最后连贼也被感动了。刘德华演的王薄在搏斗之后把钱从车厢上方传下给正在做梦的傻根,这一情节似乎是个隐喻:中国人吃过太多的苦,经历了太多的艰难,谁也不忍心让这个简单的人梦想落空。

到了8年之后的《泰囧》,还是王宝强,依然做着普通人的梦,却没有了当年的隐喻性,而是安排了一个具体的和自己偶像真实的“相遇”,显得具体而世俗。这个安排反映出这样的变化:“中国梦”在今天已经比8年前更加具体可感,更加具有现实性的一面。我以为这是《泰囧》里的别出心裁之处,也是在温情、滑稽和感动之后的惊艳,是这部电影的不可替代之处,也代言了今天具有巨大影响力的电影观众的梦想所在。

《泰囧》值得我们记住,它构成了这个新年时刻的中国的某种独特底色。

超过3600万的观影人数新纪录,加上如潮般的各方评论,足以让《泰囧》成为一部现象级的电影。诸多评论者认为,《泰囧》的成功在于创作者讨巧地选择了喜剧这一电影类型,满足了观众欢乐贺岁的要求。可笔者认为,《泰囧》不仅锻炼了观众的笑肌,还体现了今年国产电影中少见的对现实的观察和思考。

合格的类型片必须满足观众的期待,这也不是什么新鲜玩意儿。早在莎士比亚时代,观众就能通过戏

渴求的东西,重回妻子和孩子的怀抱,也让自己从名利的驱使中解放出来,找回了自己。

这样一个带有救赎意味的故事,不仅能让观众为剧中人的狼狈捧腹大笑,也让观众看到了自己生活的影子。从更抽象的角度来说,这部电影的故事内核与当代人面临的普遍问题息息相关:到底应该追寻什么,到底应该走向何方。这个问题没有答案,至少没有统一的答案。但电影人每一次认真的讲述和思索,

错误也罢,都未遭受凌厉地批判,《泰囧》的这种处理方式,让更多不同立场的观众更容易找到认同此片的方式。

成功的喜剧必须博得观众的笑声。然而,笑料或者其他商业元素的叠加并不能代表喜剧的一切。要在进口片的夹击中脱颖而出,更多地了解观众的情感,更多地关注当代中国人的生活,恐怕是本土化喜剧的惟一出路。

成功的喜剧不应只搞笑

□ 张忱

剧题目,在心理上确定是要哭还是要笑。如果说仅凭这一点就吸引了数以千万计的观众,那也太简单了。

喜剧能让观众娱乐。但娱乐不仅意味着搞笑,给观众简单逃避现实的空间;还意味着通过包含讽刺的故事传递某种观念。在《泰囧》中,徐朗盲目追求“人生金卡”,为名利欲望所驱使,几近迷失自我。但经历了一系列的挫折之后,徐朗渐渐意识到,他孜孜以求的当代价值——成功、财富、名誉……让他扭曲了自己,反倒是生活平淡的王宝更加幸福。最终,他放弃了曾经

都能帮助观众重新感受自己的内心,重新审视现代人的生活方式与观念,衡量名利与真情的价值。有了这样的对当下现实的思索,喜剧才不致流于空洞乏味的“恶搞”。

不过,传递价值并不意味着说教,否则会引来观众的抵触情绪。在这个价值多元的时代,观众更期待自己的价值观和行为方式被理解、尊重和接纳。《泰囧》的另一个成功之处,就在于其表达上的平衡。3个普通青年各自展示了其价值观的相对合理之处,正确也好,

《泰囧》的火热至少说明,在电影人言必称3D、特效、明星和名导的时代,观众对这类关注普通人生活的喜剧电影依然有着很高的接受度。固然很难总结出一个可以照搬的制作模式,但《泰囧》中蕴含的某些元素,比如真诚地关注现代人的生活、讽刺司空见惯现象、平衡表达多元价值观,仍可为后来的制作者所借鉴。如果电影人或者投资人依然认为观众仅仅图个乐呵,跟《泰囧》的风随便糊弄几下就能赢得票房,恐怕最终将不得不面临被市场抛弃的困境。

深思