

中国现实题材商业电影的 符号化包装与奇观化叙事

龚金平

(复旦大学艺术教育中心, 上海 200433)

摘要: 当前中国许多热门商业影片虽然源于新闻事件或具有现实感, 但其创作方式和目标与传统现实主义却有显著区别。将这些影片置于大数据时代和消费社会语境下审视, 它们可被视为“现实题材商业电影”, 呈现出这样的特点: 针对观众现实焦虑, 炒作社会热点; 挖掘现实题材中的卖点和奇观性; 以煽情或传奇方式缓解焦虑。这些影片将“现实主义”作为商业盈利的手段, 但也反映了观众的消费心理, 折射了现实主义作为电影美学特征的开放性, 甚至拓展了“现实主义电影”的内涵, 并能从中窥见时代人心的一些侧面, 完成对现实更为迂回但也可能更为深刻的洞察。

关键词: 现实题材商业电影; 现实主义; 创作逻辑; 消费社会; 消费心理

中图分类号: J905.2

文献标识码: A

文章编号: 2096-8418 (2024) 03-0121-08

自 21 世纪以来, 中国的商业电影开始在类型上进行广阔的探索, 把好莱坞作为学习的对象, 追求情节的精彩, 明星阵营的打造, 以及视听特效的逼真。在题材上, 中国的商业大片一度将目光投向中国古代, 或者完全虚构的时空, 出现了一大批古装大片以及奇幻片, 前者以张艺谋的《英雄》《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》为代表, 后者则有《九层妖塔》《捉妖记》《三生三世十里桃花》《妖猫传》《哪吒之魔童降世》等。在这份名单中, 现实题材的电影一般不会登堂入室。因为, 现实题材很难营造视听奇观, 甚至会受到审查上的诸多限制, 故而让中国的电影创作者敬而远之。

2018 年上映的《我不是药神》具有划时代的意义。此前, 虽也有《亲爱的》(2014)、《追凶者也》(2016)、《暴雪将至》(2017)、《老兽》(2017)、《暴裂无声》(2017)、《嘉年华》(2017)、《大象席地而坐》(2018) 等有现实主义气质的中国电影受到观众追捧, 但那只是一种小范围内的艺术肯定, 难以成为现象级的商业凯旋。《我不是药神》取材于新闻事件, 不仅收获了观众近乎一边倒的好评, “零差评”“国产电影的良心之作”等溢美之词不绝于耳, 而且影片票房最终达 31 亿元, 位列年度国产电影票房排行榜第 3 名, 可谓市场奇迹。这一方面证明了影片的诚意和艺术品质, 另一方面可能也是中国观众对于国产电影的忍耐与失望到达极限之后的一种反弹。观众早就被那些廉价的喜剧片, 莫名其妙的玄幻、穿越片, 流量明星担纲的青春片折磨得神经麻木、感觉迟钝, 我们熟悉的“文艺是对生活的反映”“文艺是对时代人心的呼应”等口号, 一度从银幕上绝迹。这时, 《我不是药神》那种粗粝生猛的现实质感就格外令人惊喜。

可能是受《我不是药神》的启发与鼓舞, 在 2019 年的中国内地票房排行榜上(含进口片), 《中国机长》(28 亿元)、《烈火英雄》(16 亿元)、《少年的你》(15 亿元) 分列第 5、第 8、第 9 名。这三部影片的情节都有新闻事件打底, 因而有一定的现实感。2021 年的《送你一朵小红花》, 关注抗癌家庭的挣扎, 因为有当红明星加盟, 票房将近 12 亿元, 位列内地年度票房(含进口片) 第 9 名。2022 年的

《奇迹·笨小孩》《万里归途》《人生大事》全部可以算是现实题材电影，票房进入国产电影年度前十。

这种创作生态和市场反响，很容易给我们一种错觉，现实主义正在回归，它的生命力得到了艺术和市场的双重检验。确实，在 2023 年，现实题材电影再次受人瞩目，《消失的她》《孤注一掷》票房双双超过 35 亿元，占据了暑期档票房总额的 35% 左右。只是，这两部影片虽然都有真实事件作为情节基础，但它们的创作方式和目标，与《我不是药神》已经有了很大的不同。如果将《消失的她》《孤注一掷》放在大数据时代的背景下来考察，尤其镶嵌在消费社会的语境中，这类电影只能被称为“现实题材商业电影”。

一、“现实主义”的时代性转向

早在 20 世纪 20 年代，中国的文学研究会作家就认为：“文学应该反映社会的现象，表现并且讨论一些有关人生一般的问题”。^[1] 可能是受此创作思潮的影响，自 20 世纪 30 年代左翼电影至 1949 年之前的中国电影，对底层人苦难生活的展现，对中国社会本质的揭示，对不合理社会制度的控诉与批判，成了非常重要的创作倾向，如《春蚕》（1933）、《一江春水向东流》（1947）等。

新中国成立之后，社会主义现实主义理论成为创作的思想指南，一大批反映社会变革与进步，表现新时代工人、农民、解放军形象的作品，成了那个时代的艺术精品，如《我们村里的年轻人》（1959）、《李双双》（1962）等。在 20 世纪 80 年代，中国的现实主义电影仍然是创作主流，《人到中年》（1982）、《远离人群的地方》（1983）、《T 省的 84·85 年》（1986）等影片与文学研究会的创作主张一脉相承，旨在关注社会现象，思考国家的前途，有着真诚的社会良知和高度的社会责任感。

当然，随着中国电影创作、发行、放映体制的改革，尤其 20 世纪 90 年代各国有电影制片厂开始自负盈亏之后，娱乐片的创作蔚然成风，那种严肃而深沉的现实主义电影，一度有点不合时宜。

现实主义作为一种创作方法，追求细节的真实、形象的典型，以及描写方法的客观性。此外，现实主义还代表了创作者的特定世界观和价值观，表明了其勇于直面生活和自我，试图在复杂的现实中探索问题和意义的努力。当然，这并不意味着其他流派，如浪漫主义、唯美主义、荒诞派等可以在“真空”中进行创作，可以完全屏蔽现实的因素进入作品之中。相反，不同创作流派和方法在探索现实、人性或生存状态时，代表了抵达目标的不同路径。它们可能采取直接、坚定的姿态追求终点，也可能选择曲折、犹豫，甚至徘徊的方式前行。

对于“现实主义”来说，“艺术特有的本质意义是什么呢？就是要以形象的思维去把握客观现实现象的本质、真理，而以诉之感性的方法表现出来”。^[2] 也就是说，用现实主义手法创作的电影，需要关注真切的现实生活，找到这些凡俗庸常，或者喧嚣躁动的生活内部的矛盾与冲突，并对这些矛盾与冲突进行直接、正面的描写。至于生活的出路或者人物的命运，创作者不能以救世主的姿态“指点迷津”，也不能以理想主义的情怀一厢情愿地为人物安排美满结局，而是必须遵循现实的逻辑和生活本身的规律。

用现实主义手法创作的电影大都风格质朴，节奏舒缓，甚至情感基调沉重压抑，很难具有“奇观性”，难以用视听特效让观众得到感官层面的满足。同时，这类影片一般没有大明星加盟，无法迎合观众的“恋物”心理；而且，影片中人物命运的黯淡或灰暗无法为观众制造“梦幻”，很难契合观众看到“奇迹”的渴望，无法让观众沉醉在“白日梦”中得到一晌欢愉。这从大量用现实主义手法创作的电影的票房数据也可窥见一斑：《追凶者也》1.35 亿元，《八月》436 万元，《暴雪将至》2713 万元，《老兽》207 万元，《暴裂无声》5425 万元。相比之下，（廉价的）喜剧电影可以让观众在笑声中忘却现实烦恼，在各种巧合中解决现实困境；玄幻电影可以让观众在一个架空了时空的世界里领略“纯粹”的情爱与阴谋、邪恶与正义，并在极具想象力的场景中享受令人沉醉的视听轰炸；（矫情的）青春电影则

可以在过滤了现实的残酷与生存的压力之后，用“情怀”来包装回忆，用浪漫来粉饰青春，从而可以让观众暂时逃避现实的凝滞与苍白……

优秀的现实主义电影被视为每个时代的“良心”，通过描绘特定时代的生存状态和社会心态，把握时代脉搏，探索人与时代的关系，体现了创作者对现实世界进行观察和思考的真诚、严肃与深刻。

有学者认为，现实主义电影可分为三类：批判现实主义艺术片、现实题材剧情片和现实主义类型片。《我不是药神》属于现实主义类型片中的一个亚类型：社会英雄类型片，该类型以为了社会正义和公众福祉、反抗固有制度和既得利益集团的体制外英雄为主角。^[3]“现实主义类型片”的提法极富创造力，这类影片的创作初衷是为了获得市场回报，会在类型电影的框架内，用高度戏剧化的方式，把经过改造包装的“现实”作为招徕观众的广告。例如，《我不是药神》以那些外来务工者、都市底层民众为表现对象，却没有让观众的情绪走向控诉社会不公、政府不作为、医院黑心等层面，而是把国外制药片拉出来挡枪，这虽有规避电影审查的现实考虑，但也弱化了影片的社会批判力度。

至于《第二十条》（2024）这样的作品，很难归入某种特定的电影类型，但它话题度十足，艺术品质也相当高，且切中了社会现实的某些痛点。这类电影有现实底色，也有现实针对性，但它的商业诉求也特别明确，会在一个情节剧中加入大量的商业元素，如动作、喜剧、带有色情刺激的场景、煽情性的场景等，可能用“现实题材的商业电影”来指称更为恰当。

经典的现实主义理论认为，“现实主义的决定方面是它的内容，产生它的形式的真实思想，以及它因而作为一种启蒙力量的能力。它由于改变了人，通过新的但是典型的人的个性与人与人的关系，使得人理解到生活本身的矛盾，以及其中出现的新的力量，从而改变了生活”。^[4]以此作为参照，《我不是药神》确实没有“启蒙”的野心，只是用了一种英雄叙事、传奇叙事，对一个现实题材进行了浪漫化、悲情化的包装，以煽情作为武器，完成一次口碑传播，从而受到观众的热捧与推崇。从这个角度来说，《我不是药神》是对现实题材一次极为真诚，但也极为成熟的商业操作，并预示了此后现实题材商业电影的创作方向。令我们始料未及的是，《我不是药神》既是现实主义类型片的开端，也是巅峰，此后的同类电影对于在煽情中完成道德感化或净化再无用心，而是陶醉于在现实中寻找传奇性，在现实焦虑中发掘话题和流量，真正将“现实主义”做成了一门生意。这时，从“现实主义”创作方法的时代变迁来审视这种创作转向已经辞不达意，我们需要找到新的批评视角和理论武器，才能拥有更为敏锐而犀利的洞察力，完成更富启发性和开放性的现实思考。

二、消费社会语境下的现实题材商业电影创作

消费社会是物质丰盛的社会，存在“不断增长的物、服务和物质财富构成的惊人消费和丰盛现象”。^[5]消费社会区别于传统的生产型社会，它是以商品的象征交换价值为媒介进行消费的社会。在消费社会的丰盛表象背后，人们其实被束缚在不断制造和不断满足虚假需求的生活之中。这时，人们的消费行为超出了满足生存需求的限度，而是追求着消费行为背后的焦虑抚慰、虚荣满足。这时，人被商品，被消费行为所管制和操纵，整个社会达到“异化的更高阶段”。^[6]具体到电影生产领域，随着电影的数量、种类、传播渠道、传播媒介越来越丰富，构成了一种“丰盛”的饱和状态，观众迷失在无从选择的眩晕状态中。这时，作为商品的电影必须努力强调自己的“卖点”才有可能招来客户。显然，这些“卖点”中不会包括“深度”“批判性”“满足追求真理的渴望”等过于严肃沉重的内容，而是必然走向对观众浅层心理满足的迎合。

2023年暑期档大热的两部电影，无疑是《消失的她》和《孤注一掷》。这两部电影的题材都来自于热点新闻，关注的是人们在现实生活中最为尖锐和疼痛的感受，隐隐有现实主义力作的气度。但是，它们只让观众看到了某些社会病症，以及由这种病症所带来的奇观性场面，最后只提供理想化或者想

象中的得救之道，绝不鼓励观众对现实进行严肃深入的社会思考。以这两部影片为代表，折射出消费社会语境下现实题材商业电影创作的新特点。

（一）针对观众的现实焦虑，炒作社会热点话题

2023年中国的现实题材商业电影，缺少反映现实的真诚感和责任心，而是带有明显的投机意味，将社会热点话题作为卖点，对“现实”进行虚化处理，将恐惧、焦虑、好奇作为撩拨观众观影冲动的刺激点，利用话题本身的热度来制造流量，从而引发关注，收割红利。

电影《学爸》生动地展现了普通民众对孩子择校的纠结，但缺乏直面现实的勇气和批判现实的力量，仅以商业化模式包装择校议题。单亲爸爸在影片中进行了一系列离奇的行为来解决择校问题，但影片未深入探讨焦虑的原因和解决途径，仅在情节高潮中强调亲子关系的重要性。观众在影片中得到了观看喜剧片的愉悦，并在观影后感受到一丝心灵抚慰，而非期待解决现实焦虑。

与之相类似，《我经过风暴》同情成为家庭暴力受害者的女性，并用徐敏在法庭上的忏悔发出直白的呼吁：“（女性）不要再忍受家暴，不要让孩子生活在暴力和恐惧之中。我是所有人的警戒线……”但是，影片无意于塑造人物，也不顾叙事逻辑，而是在偏离了故事片的轨道之后，连一部公益电影或者一档法制节目的作用都未达成。因为，影片中的人物过于“特殊”：妻子犹豫、软弱、无知得不像一个都市的高知白领，丈夫性格中的偏执、疯狂也没有坚实的逻辑。影片甚至用大量篇幅表现丈夫家暴的方式和具有冲击性的家暴场面，使影片对于家暴的认识和思考极为浅薄。

（二）挖掘现实题材中的卖点和奇观性

在经典现实主义的理论视野中，“现实”是问题所在，是情怀所系，关心现实，思考并努力解决现实问题是一种朴素而真诚的创作冲动。《百鸟朝凤》（2013）中，导演吴天明关心的是时代变迁中传统艺术、人文情怀的失落、没落，影片对于唢呐曲《百鸟朝凤》的表演没有进行渲染与铺陈，而是让游天鸣最后在师父墓前孤独地完成演奏。影片的情感基调是悲凉的、感伤的、无奈的，影片对我们这个功利化的时代进行了反思，甚至洞察了时代进步、现代文明发展背后的人心沦丧、物质压迫、礼崩乐坏。但是，吴天明这种老派艺术家的创作理念，在消费社会里有点格格不入。因为，《百鸟朝凤》的情怀过于厚重、悲怆，缺少娱乐性和观赏性，与消费社会的消费逻辑不合拍。

对比之下，影片《孤注一掷》围绕缅北网络电信诈骗现象展开情节，就极大地满足了观众的“窥视欲”。影片让潘生作为一个外来者，深入诈骗集团内部，去观察其运作机制，以及一些人物的生存境况和心理状态。只是，影片最终也只停留在“窥视”的层面，观众得到的视听和心理震撼，主要来自于一些残忍或者具有奇观性的场面，如诈骗集团里的刑罚方式、庆祝方式、工作流程等。这就导致影片里中国反诈警察那条线，和主线存在割裂感。尤其当警察的行动进展得过于顺利，如神兵天降般迅速解决所有问题，影片固然完成了弘扬正义、全民反诈的社会效益，但观众的观影感受是混乱而断裂的。

从类型片创作的规律来看，《孤注一掷》应聚焦于潘生和梁安娜在诈骗集团里的命运轨迹和心理挣扎，以及最后的救赎与突围。当影片用“缅北电信诈骗”这个社会热点来吸引观众，就注定了要将反诈和普法的主题置于后景，让观众在人物命运中自然得到这种认识就可以了，绝不能用高调直白的方式对观众进行说教。

在消费社会中，即使是有着高度社会关注度的“反黑除恶剧”，有时也难免要为消费者提供一定的“奇观性”，才能使观众获得“正义战胜邪恶”之外的情感抚慰。影片《坚如磐石》既逼真地披露现实的阴暗面，同时又努力将悬疑、侦破、爱情等类型片的元素熔于一炉，并深入到腐败高官的私密生活中，并细致地展示堕落商人的阴狠手段与精密谋划，从而最大限度地满足观众的窥探欲。这都说明，这类有现实底色的影片如果只是直接展现生活的真实面貌，而不能从细节的层面描摹观众不了解，但

又非常好奇的生活场景，观众的观影动力会变得非常微弱。

（三）用煽情或浪漫、传奇的方式来化解焦虑

经典的现实主义电影除了正视现状，对于解决现实困境也要有自己的思考，而在当前的商业片创作思路中，“困境”本身就是卖点，影片需要为观众提供梦幻般的解脱与逃避体验，而非在现实的泥沼中无力挣扎。

电影《鹦鹉杀》以一位在北京工作的女孩被“杀猪盘”诈骗为主线女孩，随后前往诈骗团伙的小镇进行探秘，以此展开心理疗伤之旅。影片借势于近年热门的网络诈骗题材，但其价值观偏离了正常的道德标准，对受骗者缺乏同情，而对骗子则心存理解。通过受骗女孩与两个诈骗犯之间的三角恋桥段，将严肃的社会现象渲染成浪漫悲情，以“真爱”之名掩盖了对现实的种种拷问。

电影《消失的她》表达了女性对婚姻焦虑的共情，但处理性别对立问题的手法过于夸张和神话化。影片通过受害者的闺蜜在东南亚某国展开的戏剧式复仇，突显了一场离奇的正义之战。影片始于现实，却最终偏离现实，深陷于戏剧般的虚幻快感之中。创作者对此甚至沾沾自喜：“《消失的她》灵感源自社会新闻，崔睿希望通过集中探讨两性关系，让观众处理情感关系时更加理智，给予彼此更多信任，拥有更强的自我保护意识。现实底色之上，崔睿在电影中融入了更具国际视野的议题：girls help girls（女孩帮助女孩）。有女性观众看完影片，感受到了治愈的力量，在社交平台写下‘我看到了女孩子之间最真挚的感情，也看到了这个世界上还是有希望的’”。^[7]

随着《消失的她》《孤注一掷》之类影片的市场大捷，可能会刺激更多的电影以投机的心态去消费社会热点话题，满足于短平快的创作模式，或者通过大数据掌握观众的兴趣点之后进行有针对性的“投喂”，这必然进一步加剧中国电影创作的浮躁与功利，从而挤压那些潜心钻研题材、精心打磨作品的艺术工作者的生存空间。

三、消费社会语境下的观影逻辑

在消费社会的语境中，由于商品过于丰盛，市场的抢夺或者说对客户吸引力、时间的争夺变得异常惨烈。这时，电影创作的目标似乎变成了千方百计挑起观众的消费冲动，需要将严肃的议题进行浅表化处理，并在营销中突出各种卖点，或者用不同的符号包装来强化自身的存在感。这些举措的底层逻辑就是不能让观众因题材沉重或需要进行深度思考而感到疲惫，而是必须顺应观众的情志，让他们在电影中找到“嗨点”“爽点”“泪点”，在快速消费中完成瞬间满足。这种创作逻辑直接影响甚至塑造了观众的观影逻辑。反过来，当观众越来越追求轻松化、奇观化、浪漫化的观影愉悦，又正向刺激了创作方的主动迎合。

从积极的方面看，“现实题材商业电影”的出现，不仅反映了中国电影营销手段的进步，电影制作理念的与时俱进，中国电影市场的日趋扩张，还应视为中国“消费社会”日渐成熟所带来的必然效应。这时，对于这些电影的分析，已经超越了单一的电影艺术的层面，而应根植于消费社会的土壤中，深入到观众消费逻辑的层面，才能得到合理而有效的解释。

（一）在消费社会里，电影被抽空了内涵，成为“符合”的集合体

在消费社会里，每一部电影都不再是一个单纯意义上的艺术品或者商业产品，而是一个被附加了诸多意义符号的抽象体。正如法国理论家波德里亚在《消费社会》一书中所说：“消费系统并非建立在对需求和享受的迫切要求之上，而是建立在某种符号（物品/符号）和区分的编码之上。”^{[5] (70)}

《孤注一掷》这样的电影，并非人生的必需品，属于可看可不看的范畴，但是，当影片被加工成一个符号的集合体时，它对于观众的意义就逸出了现实需求的层面，而是成为一种交际的中介，甚至成为一种精神层面的焦虑之物。这就可以理解，发行方有意凸显《孤注一掷》身上的诸多符号，如“境

外电信诈骗题材”“揭秘诈骗集团的运行模式”“性感女荷官”“多一人观影，少一人受骗”等。对于观众来说，观看影片，就是在消费围绕影片而聚拢的诸多符号；如果没有观看这部影片，不仅意味着那份猎奇心没有得到满足，还意味着无法参与社交圈里最热门的一次讨论，从而有被排斥在一个交际圈之外的担忧。

在消费社会里，“所有政治的、历史的和文化信息整个地被通过社会新闻加以现实化，也就是说，用戏剧性的方式加以戏剧化——以及整个地加以非现实化，通过交际的中项产生距离，而且缩减为符号。”^{[5](12)} 对于观众来说，“境外电信诈骗”是一则社会新闻，这些新闻在传播过程中加上了一些夸张、臆想的成分，进而将这个话题变得引人关注，令人好奇。或者说，“境外电信诈骗”进入电影之后，它已经和现实没有太多关系，而是成为一个神秘又危险，魅惑又阴森的符号。而且，这个符号要吸引观众，必须进行高度戏剧化的处理，以符合观众对这个题材本身的想象，当然也用来满足观众追求刺激的消费心理。《孤注一掷》中，普通人突然被骗入诈骗集团，性感美女被胁迫加入诈骗组织，有美好前途的大学生因网络诈骗导致家破人亡等情节，都有着高度戏剧化的特点，从而能够最大限度地吸引观众。这时，真实的诈骗集团内部到底是怎样运作的，实施诈骗的现实土壤与社会心理，加入诈骗集团的人到底有怎样的过往或际遇，其实已经不重要了。

《孤注一掷》《消失的她》这样的电影，担负着重要的精神抚慰的功能，它们能提供的一些更为刺激的符号，用以填补我们日常生活的庸常与乏味，这实际上也是消费社会中文化消费的重要心理特征：“命运的、激情的和命定性的符号，只有在有所防御的区域周围大量地涌现，才能使得日常性重新获得伟大与崇高，而实际上日常性恰恰是其反面。命定性就是这样处处被暗示和表示，其目的正是为了使平庸得到满足并得到宽恕。”^{[5](14)} 因此，这些电影把自己包装成“话题”，是深得消费社会的精髓的。既然是“话题”，就超越了真伪和高下，而成为一个“事件”和“符号”，能够最大限度地吸引观众的眼球。

（二）消费社会的消费动力是好奇心的叠加，是完成话题消费的参与感

在消费社会里，很多物品都可以被抽离内涵成为一个个符号，这些符号像一个个商品，可以引起观众的兴趣。这时，观众的消费动力就是好奇心。“大众传媒并没有让我们去参照外界，它只是把作为符号的符号让我们消费，不过它得到了真象担保的证明。这里，人们可能给消费生产力下个定义。消费者与现实世界、政治、历史、文化的关系是好奇心的关系。”^{[5](12-13)} 在这种消费实践中，“起作用的不再是欲望，甚至也不是‘品味’或特殊爱好，而是被一种扩散了的牵挂挑动起来的普遍好奇——这便是‘娱乐道德’，其中充满了自娱的绝对命令，即深入开发能使自我兴奋、享受、满意的一切可能性。”^{[5](72-73)}

在《消失的她》中，除了婚姻生活中的性别对立关系是一个好奇点之外，东南亚的风光、风俗人情，以及一个悬疑故事本身的吸引力，都是挑动观众好奇心的因素。在消费社会里，对一部影片的差评，有时也可以成为一种消费动力，因为观众想看看影片是否真的差，或者到底差在哪里？

当一部影片成为“流行商品”时，观众似乎就有了一种迫切的动机，想要占有这个商品，消费这个商品。因为，“流行是一门‘酷’的艺术：它并不苛求美学陶醉及情感或象征的参与（深层牵连），而要求某种‘抽象牵挂’，某种有益的好奇心。这很好地保存了某种类类似于儿童好奇心和对发现的天真着迷。流行牵涉的主要是对译码、解码的精神反应等。”^{[5](128)} 这就可以理解，“话题性十足”形成的观影驱动自2020年以来提升明显，从2016年有17%的受访者勾选此项，至2020年已提升至28%，2021年则继续提升至30%。^[8] 甚至，影片《我本是高山》虽然背靠最热门的新闻人物张桂梅，但在上映前也制造了大量话题来挑起观众的好奇心，例如，“海清能胜任对张桂梅的饰演吗”“张桂梅校长的事迹背后有什么不为人知的隐情”“山村女孩的生活处境真的有那么难吗”。当这些话题发酵之后，影片成

为一种社会性的“普遍好奇”，观众渴望一探究竟，希望能与一场场网络讨论互动，从而产生深度参与这个时代最热门话题的存在感。

（三）在消费社会里，观众追求即时的浅层满足，而非有深度的理性思考

在消费社会里，对社会与生活认识的“深度”有时是不需要的，甚至“深度”会成为疲惫生活中不可承受之重。因为，关于那些“深度”，观众可能早已心知肚明，并不想通过电影得到确证，他们更希望电影能迎合自己追求愉悦的心理预期。这时，即时的浅层满足才是生活最好的解乏剂。更何况，对于最睿智的观众来说，庸俗肤浅的作品其实也能以反向的方式完成对于现实的解释。这一点，在文学史上也得到了证明：“在文学作为社会的注释的功能上，大量的平庸之作与有待后人理解的独创的伟大作品价值相当。”^[9]而在电影接受心理中，“观影的深层心理是探讨影像与人的深层愿望之间的内在联系，以及深层愿望如何借助影像得到替代性满足、替代性宣泄以及升华过程。”^[10]最卖座的电影，肯定不是意义最深刻的电影，而是最能撩拨观众心理的作品，最能为观众提供心灵呵护的作品。这类作品清楚地知道观众的焦虑和渴望是什么，它们能够以一种最为酣畅的方式，让观众获得眩晕般的精神迷醉。例如，《消失的她》的情节中存在大量不合逻辑的地方，但观众可能并不在乎，因为它能激发观众“惩罚渣男”“女孩帮助女孩”的复仇和共助心理，甚至有快意恩仇的豪爽之感。

电影《涉过愤怒的海》通过全员精神病人的设定，强调父母关心孩子心理健康的重要性。这样的设定加深了戏剧性冲突，增强了情节紧张度，提升了影片的观赏性。观众在其中能够见证极度扭曲的人格如何破坏正常生活，以及极端偏执的心态如何引发超乎寻常的复仇行为。然而，影片并未深入探究人物的人格障碍起因，或社会如何关注并解决青少年的人格缺陷问题，而仅以结尾字幕“唯有父母的爱，是人一生最初与最终的安全岛”收尾。这一结尾意在强调金丽娜和李苗苗作为“长歪了”的孩子，其“病因”在于缺乏父母关爱，这明显淡化了对社会复杂问题的思考。创作者片面地将孩子的问题归咎于原生家庭，虽然简明直接，也能戳中观众的泪点以及社会的痛点，但影片因此像在灌输惨痛的育儿经验，甚至沦为了一篇声讨父母离婚的战斗檄文。

这时，我们也开始理解克拉考尔的一句话：“美国观众接受好莱坞塞给他们的东西，但，从长远观点看，决定好莱坞生产性质的，是观众的愿望。”^[11]从这个角度来说，有些影片没有深度，有些影片从现实问题出发，最后却只是对某个现实话题的消费，可能不是创作者力不从心，而是创作者清楚地知道，这就是观众所需要的、所期待的，他们就是根据观众的心理预期才精心调制了这些“精神开胃菜”。

四、结 语

在商业电影发展到一定阶段之后，所有题材都有可能放在“商业”和“娱乐”的层面进行审视，并加以改造和包装。这时，“现实主义电影”可能会成为一个更宽泛，但也可能内涵更丰富的概念，并包括以下几种类型：

第一，经典现实主义电影。这类电影严格按照现实主义的创作原则进行创作，秉持“真实性”“典型性”等原则，有着严肃的社会责任感和真诚的现实关怀，如《地久天长》（2019）、《八角笼中》（2023）等。

第二，现实主义类型电影。在这种创作模式中，创作者会对某个现实题材进行类型化的加工，强化戏剧冲突，提炼情节中的动作、爱情、悬疑等元素。但是，这类电影仍然有一定的现实关照，也有现实责任感，只不过在一种更具观赏性，更具煽情性的氛围中，让观众在得到情感满足之后，也油然而生对现实的思考。这方面最典型的作品就是《我不是药神》。

第三，现实题材商业电影。在这种创作模式中，“现实”只是一个素材，一个由头，一个话题，只是为了勾起观众观看欲望的一个引子，其创作理念完全是商业化的，是按照消费社会的逻辑进行题材

处理的一种投机行为。

纵观 2023 年以来的现实题材电影，大都可以归入“现实题材商业电影”的范畴，它们歪曲或者偏离了“现实主义”的创作方法，但这可能正是新的时代语境催生的一种创作生态。对于当下的中国而言，从电影创作机制、观众的消费诉求、社会文化环境等角度，我们很难回到社会主义现实主义的生产模式中，那种纪实性的现实主义也很难成为创作主流。未来，现实主义类型电影、现实题材商业电影可能会成为“现实主义”的主要出场方式。

然而，这并非鼓励或纵容“现实主义”在消费社会中放弃道德底线和艺术良知，而是在承认时代环境变迁的同时，探索“现实主义”与“商业诉求”和“娱乐性”之间的协调与平衡。这要求我们在理解的基础上，找到新的批评视角和工具，以更准确、深入地与现实题材商业电影进行对话。例如，通过分析这些影片的叙事逻辑和背后的消费逻辑，加深对观众观影心理的把握；从文化批评的角度，透视这些影片中折射出时代人心的侧面，以更为迂回但也更为深刻的方式洞悉现实。

我们必须认识到，一些现实主义类型电影以及现实题材商业电影，无论如何进行题材包装，或者在怎样的限度上追求戏剧性、传奇性和煽情化，若远离现实性或真实感，观众便难以建立情感共鸣，难以认同情节和人物。这样的电影可能变成受资本逻辑驱动的娱乐碎片和快消品，消解现实主义在当代社会的文化力量。

电影学者郑雪来在《对现代电影美学思潮的几点看法》一文中指出：“真正的现实主义作品总是跳动着时代的脉搏，反映着时代的本质和主流，或者揭示人们的心灵美、性格美，而鞭挞那些阻碍人们向美好的未来前进的丑恶现象。从世界电影的发展历史来看，使人印象至深、给人真正美感的也正是那些优秀的现实主义作品。”^[12] 还有学者指出：“无论就创作实践抑或理论研究而言，离开了现实主义的参与或观照，我们也就失去了谈论这些作品的依据，其价值性也就大打折扣。”^[13] 我们不反对现实题材商业电影，但有艺术追求的创作者应该意识到，持久的艺术生命力，永远来自于对历史与现实的关怀与思考；真正能彰显民族电影品格的，也一定是民族化的叙事方式、视听语言、价值观念，是中国大地上的社会变迁和生存面貌。这也是走出一条有中国特色的电影发展道路的必然选择。

参考文献：

- [1] 茅盾.《小说一集》导言 [A]. 鲁迅等. 1917-1927 中国新文学大系导言集 [C]. 天津: 天津人民出版社, 2009: 54.
- [2] 蔡仪. 现实主义艺术论 [M]. 北京: 人民文学出版社, 1958: 52.
- [3] 刘藩.《我不是药神》: 社会英雄类型片的中国经验 [J]. 电影艺术, 2018 (5): 63-66.
- [4] [美] 锡德尼·芬克斯坦. 艺术中的现实主义 [M]. 赵澧, 译. 北京: 人民美术出版社, 1964: 53.
- [5] [法] 波德里亚. 消费社会 [M]. 刘成富, 全志钢, 译. 南京: 南京大学出版社, 2000: 1.
- [6] [美] 赫伯特·马尔库塞. 单向度的人: 发达工业社会意识形态研究 [M]. 刘继, 译. 上海: 上海译文出版社, 2008: 10.
- [7] 刘珞琦.《消失的她》导演崔睿: 想拍引领观众的好电影 [N]. 中国电影报, 2023-6-28 (6).
- [8] 薛宁, 李琳. 观众的构成与审美偏好——基于“中国电影观众满意度调查”的分析 [J]. 当代电影, 2022 (3): 4-16.
- [9] [德] 姚斯, [美] 霍拉斯. 接受美与接受理论 [M]. 周宁, 金元浦, 译. 沈阳: 辽宁人民出版社, 1987: 15.
- [10] 章柏青, 张卫. 电影观众学 [M]. 北京: 中国电影出版社, 1994: 2.
- [11] [德] 克拉考尔. 电影, 人民深层倾向的反映 [A]. 李恒基, 杨远婴. 外国电影理论文选 [C]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2006: 312.
- [12] 郑雪来. 对现代电影美学思潮的几点看法 [J]. 文艺研究, 1981 (4): 53-63.
- [13] 沈义贞. 现实主义电影美学研究 [M]. 南京: 南京师范大学出版社, 2012: 45.