

中国电影艺术研究中心
电影文化研究部专版《大风杀》：
「警匪+战争」！
一次类型融合新体验

■ 文周舟

影片是非常认真地把它拍成一部战争化的警匪片。就连片中死亡的呈现,也是战争片的死亡,而非警匪片的死亡。怎么来解释个中差别呢?警匪片里死亡终究是一种低概率事件,而战争片中,死亡则是高概率事件。以常见的人物中弹滞留之际的台词为例,“我是死了吗?”我以为会听到“不会的,你不会死的……”,但《大风杀》里的台词是:“是的,你要死了。别怕,每个人都会死的。”相当反矫情而硬核的台词。然而,它不仅没有降低死亡的残酷,反而更凸显了死亡之于人类的绝对压迫性力量。

《大风杀》的真正结构主线其实是随着故事的发展,双方战斗力逐渐减弱,最后杀到敌我双方一对一的对决,罪犯就擒,战争片又神奇地变回警匪片,收尾。

写意&写实

《大风杀》的另一新是虚实结合做得别具一格,警匪开战的设定很架空,但是战斗呈现又很实。警察阵营做得很实,尤其是白容扮演的主角,退伍转业老兵的质感尤其真实,不管是脸上粗砺的肤感,还是亲历过战争后那种接近木讷迟钝的坚忍刚强,跟纪录片里的战斗英雄非常贴近。

反之,匪徒阵营则做得很写意很“飞”,匪群中各头目无论是人物造型还是对白,都是古龙式的,我个人是觉得装得有点过了,看的时候有点跳戏。影片视觉上已经非常风格化了,这种风格之下,匪徒少说话反而更酷,戏太满,反而有种要溢出来的感觉,过犹不及。

反面人物匪首由辛柏青扮演,显然不是一个常规选角,应该寄予了导演对这个人物的别致设计。辛柏青身上自带的理想主义与知识分子的迷茫,赋予了匪首的癫狂更值得解读的层次。

匪首表现出的心狠手辣、狡诈多端,这些都是常规设定,无需多说,值得一提的是他的几次失意时刻。一次是下属跟他说:“您不知道您关在里面是三年,在外面是三十年。一切都变了。”这句台词应该是匪首这个人物最关键的注脚,是中国很多社会写实警匪片共有的主题——“山中一方日,世上已千年”的时代巨变,和被时代的褶皱挤压变形的人生。只是社会写实警匪片是写实这个主题,而《大风杀》是用一个写意化的角色来虚写这一主题。

还有一次是麾下的小兵对匪首说:“我们都是临时工。我们就是干一票拿一票的钱。这一单的工资您先给结一下吧!”那是全场最大的一个笑点,匪首之前所营造的强大形象也在观众的笑声中被彻底解构,碎了一地。他面对讨薪临时工时的脸煞然,昭告世人不管他表现得有多强,他实质上只是一个被时代抛弃的失败者。

是的,时不我及,也是内地警匪片常见的主题,但一般应用于警察主人公,《大风杀》里却用在了反面匪首身上,他表现得越强大,这种反讽与消解就越强烈。

很多时候,警匪片里的警与匪会做成一种镜像关系,他们虽处于善恶的两端,实质却像魔镜的正反面,有颇多相似之处,只是做了不同的道德选择。《大风杀》里正邪双方白容与辛柏青扮演的角色也具有这种高相似性,偏执、不妥协、犟牛角尖,一种已不合时宜的理想主义。

但《大风杀》还有一个跟其他警匪镜像不同的处理,警匪的境遇也是高度相似的,随着正邪双方在对战中逐步减弱,男主与反派BOSS最终都从所在的集体中被剥离出来,成为孤独的一个人,这种孤独一人的境遇对二人都造成了巨大的精神创伤。不可一世的大反派在失去形影不离的贴身保镖之后,精神瞬间崩溃,颓然委地,束手就擒。白容扮演的主人公同样带着孤独造成的不可磨灭的精神创伤,首尾呼应男主人公两次挥别脑海中那些牺牲的战友。

影片最后一句台词——“你一个人,行吗?我一个人,应该……行吧!”一个迟疑的无力的回答。他回答的是谁?我猜是那个时代吧,站在中国从崇尚集体转向个人主义的时代的节点上,回身向那个大家互称同志的单纯而热血的年代饱含深情的惜别。

挥别了脑海中的昔日战友,男主去往深圳。又一个时代的标志符。《大风杀》和很多社会写实警匪片一样其实是献给那个年代的,但它是虚写,它仿佛架空了,其实脚手架还是深深扎在那片已经逝去的时空。对那个时代越熟悉的观众,在片中会找到越多那个时代远远投下的影子。

《大风杀》的导演张琪表现很优秀,导演的手法、氛围都把握到位,自己操刀的剪辑老本行也很凌厉,幕后的技术人才——艺术指导、摄影、美术包括音乐都不错,片尾那场长长的正邪对决,好像只用了一把吉他,让我想起了《德州巴黎》那段暗夜孤弦,很有味道,血战到底的残酷被转化为困兽犹斗的虚无。一部很年轻锐利的影片,哪怕有缺点,也让我眼前一亮、记忆深刻。

「观影+」与「偶遇」：
电影消费的个性化趋势及其更多可能性

■ 文孙承健

业逻辑到IMAX影院的声光效果,正在将电影消费纳入精密的时间经济学体系。这两方面的同质化倾向,看似与个性化趋势相矛盾,实际上却构成了数据、算法时代电影消费的一体两面,也即是算法既在消解差异,同时又在制造差异。

正是基于此,从差异性的角度而言,个性化消费所代表的实际上是消费主体的一种自我认同,在当代多元化的社会环境中,这种认同更趋向于价值取向与美学品质的认同,毕竟,一个人的价值取向与美学品质,往往直接体现为他/她所欣赏的对象。调查显示,截至2024年12月,微短剧用户中初中及以下学历的用户占37.9%(艺恩数据发布:《2025短剧用户内容消费洞察》)。如果说短视频与微短剧的主要受众群体,是社会中那些受教育程度较低的阶层群体,那电影的观众群体则应定位于受教育程度中等以上的社会阶层。当然,这种定位并不排斥低层次教育背景的用户需求。尤其对于一些蕴含一定社会话题性的电影作品而言,中等教育背景以上观众的观影体验,对于低层次教育背景观众的导赏性与引领性,并能够产生一定的辐射与拓展效应。或许有人认为,这种导赏性与引领性并非是个性化消费,但是,真正的个性化消费,实际上是建立在一定审美品质基础上的,一种不被规定的消费自由与品味偏好,而非一种标新立异的自我彰显。也正因为如此,对于年轻观众群体而言,所谓个性化消费,或许并不在于消费什么,而在于那种能否保持一种不被消费所定义的自由。这也即意味着,年轻观众群体希望主导自身欲望的解释权,而不是被消费所定义。并且,对于电影而言,真正促使观众进入影院的,并非是银幕上的“动作”,而是观众内心的“动作”。只有当银幕的动作与观众内心动作相契合之时,所谓个性化消费才会产生真正的意义。

那么,什么是观众的内心动作?从社会学的角度而言,作为一种观影活动中未能言说的心理倾向,观众的内心动作既蕴含微观层面的不可通约性的,极具个人化的认知与情感,更在宏观层面蕴含在社会互动基础上的一种可通约性的社会心态。也即是社会学家涂尔干所谓“集体意识”在现代社会的变体,表现为对利益、道德、价值的普遍态度。它既蕴含共享的价值取向与情感规则,同时又持续不断地反作用于个体,塑造观众观影体验时的意义生产。正是基于此,在一定程度上解释了观众内心动作的辩证关系,既在不可通约的差异性层面,不断抵抗数据、算法的规划,又在可通约的公共性层面,容易被主流话语,或者是共享的价值取向与情感规则所收编。

从个性化消费的内容生产而言,若仅仅依赖于数据、算法,实际上难以触及观众的深层需求,无法建立起电影与观众之间有效的沟通渠道。因此,如何在基于共享的“可通约”与个性化的“不可通约”之间,确立起内容生产的观众与社会定位,既要避免过度依赖数据、算法的“个性化陷阱”,同时也要拒绝用数据化的“集体情绪”替代真实社会心态,防止制造基于误读的虚假共识。这恰恰是创作者需要面对和思考的问题。毕竟,任何艺术作品始终需要面对和解决的是与时代、与观众之间的关系问题。正是基于此,在尊重不可被数据化的观众深层精神需求的基础上,通过保留“意外”的审美空间,重构观众与内容的“偶遇美学”,也即是在非预设的、不被规定情境下的一种与电影的“邂逅”。本质上,“偶遇”是对抗标准化工业体系与同质化内容生产的一种蕴含诗化意的观影体验行为,这种行为既是对艺术接受过程中“不确定性”价值的守护,更是一种唤起内心动作的个性化需求。

需要指出的是,“偶遇美学”不仅仅发生在银幕与观众之间,更可延展至观影空间之中,也即是通过与差异化空间的互动,让观众获得意外审美体验的实现。近十多年来,中国院线的基础建设投入了巨大财力,九万多块银幕数量已跃升至全球第一。但是,规模化扩张与标准化建设也导致了观影空间陷入同质化的窠臼。无论是空间风格,还是功能区分几乎千篇一律,地域文化符号在影院空间中彻底缺席。尽管当前影视与文旅融合已成趋势,但影院作为关键场景反被排除在融合范畴之外。无论到任何城市或地区,影院空间的同质化,并不具有任何地域性特征,难以感受到当地“文化邂逅”对观影体验所应具有增值效应,因而,基于观影空间的所谓“偶遇”与“邂逅”也就难以发生。

事实上,当下电影的个性化消费并非只是单一的观影消费,而是一种基于独特的文化空间、非线性时间与多元化视听内容等等,所构建起的一种综合性消费模式,更或者表现为一种主题性消费。综合性消

费需要在多维度层面,能够为观众营造在观影与观影之外,获得更多体验的空间场域。而主题性消费,则是要集中于某一主题,创造一种蕴含社会共享或“集体意识”的文化消费主题。以中国科技馆为例,以科学普及为核心的科技馆,一以贯之的主题当然是“科技”,因此,科技馆中放映的影片几乎都是“科学电影”。虽然科技馆的球幕、巨幕、4D银幕等票房收益,并未纳入到国家电影局的年度票房统计之中,但是,确定的主题类型、时长不等的影片,以及青少年观众群体的受众定位、30元一张的票价,使得2024年度的观影人次已超过百万,甚至到节假日,科技馆的网上预定仍然非常紧俏。虽然前来科技馆的青少年用户并非是以电影消费为主要活动,但只要进入科技馆的访客,几乎都会进入到影院之中,观赏科学电影。也即是说,科技主题与科学电影在这样一种蕴含“科技”主题的空间场域中,相辅相成,构成了未来科技体验的重要组成部分。

较之当下电影市场观影人次的下滑,中国科技馆影院带来我们的启示在于:从以往单纯的内容需求,转向“观影+”的综合体验。首先,基于消费模式的转型,当下电影市场的个性化消费,已不再是一种观影体验的单一消费活动,而是一种综合性的,甚至是蕴含不同主题性的一种消费体验活动。固然,对于电影市场而言,优秀的内容生产仍然是第一要素,但是,综合性的体验和消费,或是主题性的场馆消费活动,恰恰是聚合观众与消费群体的重要趋势。并且,如果电影的内容生产与空间主题相契合,更是能够培养潜在用户,构成有效消费的驱动力。比如可以设想针对青少年的中国式POP Mart空间主题,结合动画、科幻与玄幻等不同类型的电影放映等等,能否在个性化体验层面,有效驱动青少年观众的观影消费需求。

其次,基于“技术化观看”的体验模式。中国科技馆中的球幕、巨幕等,提供了一种传统影院中难以体验的视听体验,大多观众的观影动机,实际上也蕴含着这样一种基于技术化观看的超视觉体验。并且,科技馆中科学电影的内容涵盖太空或深海探险、科学考察、科学解密、科学幻想,以及科学普及等相关主题,表现形式更多是以实拍、数字技术、动画等相结合的方式,讲述一个完整的故事。既蕴含传奇性、娱乐性,更蕴含科学观念的教寓性。不仅适合青少年观众,在科学观念与对未来科技生活想象层面,同样也适合更多年龄阶层的观众。

再者,从时间成本理论的角度而言,相对于传统商业影院90-120分钟的标准片长(这一惯例源于上世纪20年代基于制片厂放映成本核算确立的标准,涉及35MM胶片的单卷片时长与讲述完整故事的三幕剧结构等相关问题),科学电影通常控制在20-40分钟。这一时长更契合当代观众的时间价值意识,既能满足即时消费需求,又适应碎片化时间管理的趋势。而在当下数字技术时代,如何在单体影院与综合性消费体验场馆中,建立起以传统标准时长为主体,同时兼容各种短时长的电影生产与放映机制,或许是应对当下短视频、微短剧冲击,以及碎片化时间管理需求的一种可行性的策略。

事实上,就电影消费本身而言,如果每一部电影都能找到它的观众与观众群体,而每个观众、每个观众群体都能找到属于他们自己的电影和故事世界,这当然是一种较为理想的传播与接受状态。但是,无论是对于产业发展,还是规模效应阈值而言,这种状态显然是过于小众化了,难以构成产业的整体发展形态。比如根据中国电影家协会《2023电影产业白皮书》,国产影片需达到2.8亿元票房(覆盖约800万观影人次)才能触发规模经济临界点。并且,基于当下多元化的消费体验模式,这种状态的发生,并非单一地聚焦于内容生产层面,据相关数据显示,当代观众选择动机中,纯粹内容消费仅占37%,其余63%来自社交打卡、IP衍生消费等“影院+”要素(艺恩咨询数据)。这也即意味着,电影“场景消费”发生转向。因此,如何在理想传播与产业规模约束,以及在观众消费动机转型与产业适应策略之间,寻找属于中国电影产业发展的一种有效路径,或许正是我们当下在电影强国建设中,需要面对和思考的重要问题。

(作者为中国艺术研究院影视所副所长、研究员)

五档《大风杀》是给予我最大惊喜的一部,警匪对抗类题材被它又玩出了新意思。警匪是21世纪以来,国内开发程度较深的一个类型,佳作也出了不少,在这一类型基本处于一个相对稳定的平台期之际,求新突破可能比完备圆融更重要,《大风杀》当然不尽完美,但它的新意与新锐值得注目。

警匪-战争

《大风杀》的新,首先体现于它改换了警匪的类型程式。21世纪以来,中国内地的警匪片基本分两个路数,一路是非常商业类型化的警匪片,受韩国警匪片的类型程式影响颇深,另一路则是社会写实警匪片,是用警匪的类型架构,讲述中国现代社会的变迁,个人际遇在历史大潮中沉浮,警匪为皮,社会写实为骨,这一类最具中国特色,也最易出佳作。

《大风杀》跟我们熟悉的这两类都不一样,它又虚又实。设定有点像宁浩的《无人区》,九十年代初的一个边陲小镇,一群抢宝的悍匪包围了小镇,切断与外界的所有通讯、交通,在这样一座人造的孤岛上,3名民警1把枪,与44名荷枪实弹的悍匪的致命周旋。

设定很“飞”,艺术假定性非常高,整个是架空了现实去做故事,基于这种高假定性,《大风杀》实际上将警匪片的类型程式置换成小规模战争片。一般内地警匪片中,警察都带有鲜明的体制力量,他不仅是个人,更是国家公权的体现,他代表了秩序,去追捕清除无序之徒。但在《大风杀》中,在完全孤立的一个小镇里,敌众我寡,法纪不彰,警察所代表的那种体制的力量,彻底被瓦解了,失败了,匪徒也无需再躲避藏匿,只有最原始的丛林法则,强者生存,这里发生的根本就不是一场警匪对抗,而是一场战争,明枪明炮的战斗。

影片非常着意地强调了这一点,白容扮演的男主人公设定为刚打完仗的英雄,他所在的排其他战士都牺牲了,只剩他一个人死守阵地。对应影片发生的年代,可知这是一位参加过对越反坦克的老兵,这解释了他之后展现出的高超战斗技能,也让这部警匪片得以更自然地演变成一部战争片。

片中的群匪虽然没有交代背景,但人物造像显然脱胎于上世纪八九十年代那些犯下连环大案重案的全通缉犯,作风凶悍至极,杀人如游戏,最后甚至去攻打派出所,这是一个内地警匪片从未有过的情节。由此,《大风杀》已经全然跳脱出了警匪片的类型框架,而进入到战争片的类型程式中。派出所影片中已经失去了警匪片中体制力量的象征意义,而变成战争片中敌方欲攻克的我方阵地。男主也直言,派出所就是他的阵地,付出什么代价,阵地不能丢。

整部影片阵地战、遭遇战、狙击战、伏击、偷袭,各种战斗模式俱全,枪战中子弹划过夜空的场景是战争片质感而非警匪片质感的,在片尾字幕里我还看到了“军事顾问”,可见