

大银幕 年轻人谱写未来

岁末年尾,人们有了节日将至的心情,已经启幕的贺岁档也迎来第一个高光时刻——《疯狂动物城2》首周票房超20亿元。它的热映,助推中国电影票房冲向500亿元大关。影院里人气爆棚,仿佛是年初《哪吒2》《哪吒之魔童闹海》观影热潮的“情景再现”。一头一尾,两部作品见证着电影的魅力和影院观影的不可或缺,为市场注入活力,也引发观众讨论的兴致。

曾经在电影院里为哪吒“我命由我不由天”的燃情而热血沸腾的观众,也在为兔子朱迪和狐狸尼克之间的分分合合而笑中带泪。两部电影,背景设定不同,主旨不同,风格不同,但丝毫不影响观众被圈粉两次。如网友所说,在同一个影院里,“我们为哪吒泪目,也为那只狐狸微笑”。这句带有总结性质的感言,收获众多共鸣。

电影作为一门世界语言,本就可以穿越文化与国别,抵达共通的情感,让大家感受到美好、真诚、理解、宽容。伴随着数字技术的突破,媒介变革的加速,人们欣赏习惯、消费习惯的变迁,电影在诞生130年后的今天面临挑战。但一句“为哪吒泪目,也为那只狐狸微笑”,增添了应对挑战的信心。开放、自信、包容,爱电影也爱生活,聆听自身也倾听世界,这不正是电影带来的开阔感吗?回望2025年中国电影,从创作到市场再到观众,都在彰显这种开阔。

年轻力量、年轻表达带来创作的开阔。成龙、梁家辉的《捕风追影》依然“能打”,陈佩斯的《戏台》唤起中老年观众的观影热情,但电影观众永远在迭代,口味永远在变化,电影迫切需要年轻化。《哪吒2》和《疯狂动物城2》的主创就以年轻人为主。《流浪山小妖怪》《罗小黑战记2》《聊斋:兰若寺》《三国的星空(第一部)》等“年轻态”动画片呈现强大势能,吸引大批年轻观众。《南京照相馆》《浪浪人生》《长安的荔枝》等作品也多以年轻人视角展开叙事,展现创新锐气。

正如第三十八届中国电影金鸡奖评委会主任张艺谋所说,“年轻人是中国电影的未来”,在《小小的我》中贡献精彩表演的易烱千玺获最佳男主角,表现年轻人情感生活的《好东西》成为金鸡奖最大赢家。鼓励年轻创作者多拍好电影,让一代代年轻观众持续走进影院看电影,才能让电影“永葆青春”,这一共识在2025年达到新高度。

“绝不亏待一部好作品”带来市场的开阔。《哪吒2》以159亿元人民币排名全球动画票房榜冠军,《疯狂动物城2》中国大陆首周票房超过北美票房。从中可以看到观众驱动市场的力量——忠于自己的真实感受,用平等、开放的心态对待每部影片,只为好电影买单。得益于互联网带来的信息透明,“口碑”在创作、制作、发行、放映、营销等电影产业环节的优胜劣汰功能不断强化,成就了一个个票房奇迹。在《哪吒2》之后,人们有理由相信,每一部有真实竞争力的国产片,都会重新书写中国电影史的辉煌纪录,而同样在《疯狂动物城2》之后,优秀进口片都将在作为全球最大单一市场的中国接受试炼。

票房成功带来文化心态的开阔。曾经有一段时间里,支持国产片还是喜欢进口片,是一个非此即彼的选择。在电影院看进口片,一面欣赏绚丽的画面、跌宕的情节,一面心生“技不如人”的担忧。这些年,当世界电影市场上“中国创造”成为不容小觑的力量,当中国文化的传播度、接受度得到显著提升,尤其是《哪吒2》通过“票房神话”冲到世界电影的前列,中国观众对电影的选择更加自信,观影心态更加从容。有评论将之总结为“中国的文化自信逐渐进入一种轻松的状态:既知道自己的文化有独特声音,也愿意倾听世界的多样表达”。“为哪吒泪目,也为那只狐狸微笑”,就是对共通情感、共同命运、共同价值的理解和呼唤。据人民日报客户端

悬疑剧 缘何破局启新篇

近两年,有一类作品逆势而上,从五花八门的视听产品中闯出一条独特赛道,持续吸引着人们的眼光,这就是悬疑剧。

据不完全统计,今年各平台累计推出悬疑剧超30部,亿级播放量作品不在少数。近日完播的《唐朝诡事录之长安》市场占有率登顶剧集行业日榜,此前上线的《无尽的尽头》《沙尘暴》豆瓣评分突破8分,《以法之名》《棋士》《命悬一生》等也凭借人物塑造与社会议题在社交平台引发热议。从佳作星星点点出现,到悬疑类型赢得观众口碑,再到依托管理机制优化,主题表达日渐丰富深刻,进而与观众产生更密切的情感连接,悬疑剧的进阶足迹清晰有力。

快节奏、强悬念叙事,为“长内容”赢得注意力提供了方法论。悬疑剧通常开门见山,抛出高密度信息与紧张情境,迅速拉满戏剧张力,观众心里“咯噔”一下,追剧的兴奋劲儿就来了。《漫长的季节》第一集看似缓慢叙事,实则高效交代人物关系和故事背景;《黄雀》开场5分钟极速呈现警方与盗窃团伙的重重博弈,抛出“钩子”;很多悬疑剧以10集左右的轻体量,紧凑讲述完整故事……这种不拖沓、不注水的叙事方式,本质上是对观众时间和观赏习惯的尊重。叙事紧凑化、营造悬念感不仅适用于影视创作,也对一切需要讲故事的文化产品具有参考价值——在信息过载的媒介环境中,必须在第一时间展现魅力、留住观众。

从“爆款单品”零星出现到“爆款系列”持续推出,关键在成功的品牌化运营。“迷雾剧场”“白夜剧场”“X剧场”等已经成为悬疑剧响当当的“厂牌”。以“迷雾剧场”为例,平台先通过2017年的《无证之罪》验证了观众认可度,接着在2020年正式推出“迷雾剧场”,用《隐秘的角落》《沉默的真相》两部作品擦亮招牌,随后以每年4-5部作品的频率稳定输出。近30部作品总体上保持了较高制作水准,建立起“短剧集、快节奏、电影质感、社会关怀”的品牌认知,为平台带来大量新会员,不少观众“就是奔着这个来的”。

社会议题融入与现实主义表达,是超越类型套路、“叫好又叫座”的答案。悬疑剧不止于商业价值,更在于以深度内核提供思想启迪,将案件作为观察社会的窗口,以案说法、说价值观、说世道人心、说家国义理。《沉默的真相》抒写普通人的正义坚守,《命悬一生》探讨案件背后的人性抉择,《以法之名》直面情与法的矛盾统一。这些作品触及了司法正义、代际关系、教育公平等大众关切的真问题。“类型外壳+现实内核”的创作思路,将大众情感与社会思考融入叙事,文化产品便超越了单纯的娱乐属性,具有深刻持久的感染力。同时,“剧情内容-社交话题-大众共鸣”的传播链路,也顺应了新媒体传播规律。

科学的管理机制,有效拓宽了悬疑剧的创作空间,推动其艺术水准不断提升。悬疑题材多涉及违法犯罪案情,同时也彰显反腐扫黑成果,对“反派”之恶的艺术刻画、对犯罪行为的反映、对人性底线的探讨等,是凸显正义力量的必需,但又不能过分渲染、劝百讽一,更不能为了吸引眼球违背公序良俗。这就有一个尺度把握和内容管理的问题。近年来悬疑剧在保持艺术手法多元化的同时,不偏离惩恶扬善、遵纪守法等主流价值观,就得益于创作与监管的良性互动,彰显出新时代文化管理守正创新的智慧。这对其他具有一定敏感度的文化产品,如历史正剧、社会话题电影、动漫游戏等的启示在于:一个规则清晰、鼓励创新的文化生态,是精品涌现的必要土壤。

“十五五”规划建议提出“营造良好文化生态,提升文化原创能力”。悬疑剧的进阶之路,是一条融合了创作智慧、产业思维、管理手段与传播策略的创新之路。诚然,文化产品迭代更新越来越快,悬疑剧也将迎来新的挑战,仍需创作者、平台和管理者共同努力,常葆创新破局的锐气。以一隅观文艺创作、文化生产全域,悬疑剧的成功经验打开了一种可能:扎根现实土壤,倾听大众心声,在传播新格局中凝练自身优势,就有望开辟新蓝海,赢得观众,不负时代。

据人民日报客户端