

对话贾樟柯(1):

《风流一代》，大同故人

□ 任翔宇



凛冬时节，贾樟柯历时22年拍摄制作、限时上映22天的电影《风流一代》，收官之际选择了在大同告别下映。影片从儿童公园的小小宇航员雕像开篇，在大同的影院告别，终点又回到起点。下一天，又是崭新的未来，下一部，又将是大同在电影作品里不一样的视角。

贾樟柯是讲求仪式感的。

不仅仅是在影院里携主演赵涛、李竺斌及电影的编剧、制片、发行等主创人员集体亮相，还细心地邀请了当年曾经参演电影的诸多大同籍演员及市民观影畅谈，即便是仅仅只有一个镜头、一闪而过的路人掠影。

告别下映当天一大早就守在大同高铁南站，迎接来自北京、太原等地赶过来参加活动的媒体人员和电影工作人员，并且同乘大巴车，自告奋勇担任“导游”，介绍他眼中的大同，参详在儿童公园剧情拍摄的缘由。

观影座谈的环节里，致敬了“斌哥”扮演者一路走来的艰辛；儿童公园旧地重游，致敬了小小宇航员雕塑的作者——大同雕塑家李志正。

张爱玲说：“生活需要仪式感，仪式感能唤起我们内心自我的尊重，也让我们更好地、更认真地去过属于我们生活里的每一天。”从认知的角度来看，尽管仪式不会直接影响今后的生活，但仪式感也是种自我暗示，让我们会更认真，更用心地去对待某些人、某些事。一个讲求仪式感的导演，内心是细腻的，也是情感丰盈的。

念旧的画面里，不仅是对时间的执着，也是对人和情感的执着。

作者：您是如何与大同结缘的？

贾樟柯：最初是因为一个传言来到大同的。当时听说大同矿务局的工人们要迁移到新疆采油。我很好奇，因为这涉及80万大同的煤矿工人，相当于一个大城市的人口。2001年我第一次来到大同，虽然很快发现传言不实，但我和大同的缘分就此开始。大同是一个工业城市，与我的家乡汾阳和太原不同，它有着丰富的工业建筑和煤矿生活区，这些都深深吸引了我。

作者：大同给您留下了哪些深刻印象？

贾樟柯：首先，它是一个历史悠久的古都，曾经是辽代和北魏的都城。其次，它位于塞外，与内蒙古接壤，因此它融合了中原文化和蒙古文化，民风彪悍。我记得第一次来的时候是3月份，天气还很冷，但这里的人民和建筑在寒风中显得非常有生命力和力量感。这些都让我觉得大同是一座有力量的城市。

作者：您为什么选择在大同拍摄电影？

贾樟柯：我的《江湖儿女》拍了大同火山群，听说现在也是大同的一个打卡地。大同的影视资源丰富，很多影片都在这里拍摄，它也成了名副其实的影视之城。我们这一次活动的名字就叫“回到大同”，回到一座有力量的城市。可以说大同集中了我们北方工业城市的质感，大同对我来说是一个重要的美学场景，大同

既是我出发点，也是结束和回归的地方。我拍摄的电影中，有将近一半是在大同取景的，包括《公共场所》《任逍遥》《天注定》《江湖儿女》和《风流一代》。我们这次回到大同，就是想和大同观众在一起，跟大同市民在一起，重新来感受出发时候这个城市给予我们的一切生动的人、有情感的空间，以及一种生存的意志力。

作者：您对大同未来的展望是什么？

贾樟柯：随着我们电影的放映和交流活动，我希望能够让更多人了解大同，感受它的力量和美。大同不仅有着丰富的历史和文化，还有着充满活力的现代生活。我希望大同能够继续发展，成为一个更加繁荣和有活力的城市，让更多的人来到这里，体验这里独特的魅力。

作者：您谈谈和云冈石窟的情缘？

贾樟柯：在我很小的时候就看过一部影片——最早的武打片叫《塞外夺宝》，就是在云冈石窟拍的，张丰毅主演的。我的电影中出现云冈石窟比较少，但是有一部大家可能不太熟悉的短片，我从我的角度拍摄了云冈石窟。这是曾经为联合国拍的一个关于人居环境的合作项目，全球有10个导演每人拍5分钟，那个短片我拍的就是大同、云冈。另外，《风流一代》的女主演赵涛，前年出演了日本NHK一个关于云冈石窟的大型电视纪录片。她作为讲述人，以一个山西女性的视角，在大同给日本观众讲述云冈石窟的前世今生，这部纪录片后来还做了一个电影版。

作者：从一个电影人角度，您对游览云冈石窟有什么自己的心得吗？

贾樟柯：就像在北京生活很多年，也想不起来去长城一样，作为山西人，我觉得云冈石窟就在家门口，便很长时间没去过。我大概在大同拍了一两部影片之后，才偶然一次去到云冈石窟，去了之后毫不夸张地说我热泪盈眶。为什么？我突然发现了一个看云冈石窟的方法。这个观看的方式跟我的职业很有关系。大家知道雕塑都是静止的，石窟在那里1000多年了一动不动，但是看云冈石窟你要用对方法，就会让这些雕像、这些艺术品“活”起来。方法就是横移，你横着去看。横着、走动着去看石窟，它就像我们电影里面的渐隐渐显一样，一个佛隐去、另一个佛浮现在前面；你还可以用一个纵深走的方法，从远及近。石窟有很多梁、柱、穹顶，当你用纵深视野看的时候，石窟有很多前景会一掠而过，佛像充满了动感。在移动中看造像的各个角度，那些动态里面的起伏非常像我们用轨道拍摄的横移镜头或者纵深推的镜头。

作者：这样是不是普通游客也可以获得电影般的画面感？

贾樟柯：见仁见智，不过大家可以试试。这样做的好处是不以一个静态来观看，石窟也不像一幅画挂在墙上不动的枯滞状态，通过移动，产生了一个运动中观看的美学效果。所以我建议大家去云冈石窟可以尝试用这样的方法，来感受一下古人的智慧和杰出的创意。



古偶剧遇冷是有原因的

成也流量，败也流量，经过了长时间的倦怠与徘徊，古偶剧的遇冷既暴露了创作模式与创作生态的问题，也与当下视听行业内容格局的变化不无关系。

近段时间以来，《永夜星河》《珠帘玉幕》《大梦归离》几部古装偶像剧撞档播出，让下半年低迷的古偶剧市场似乎重新热闹了起来。

看得出来，主创们试图在“流量演员+恋爱故事”的固有模式里寻求创新。一些角色上的新奇设定、穿越元素的运用和游戏化叙事等，的确给观众带来惊喜。但随着故事向前推进，新奇感散去，完成度不高与同质化严重的问题就显现出来。有些剧集播出过半热度就开始持续下降，有些剧集后继乏力、口碑“扑街”，今年始终未能出现全民关注、提振市场的大热作品。古偶剧的流量密码为什么失灵了？

要知道过去很长一段时间，古偶剧都是影视行业的“造星利器”。作为一个融合古装传奇与青春偶像等元素的剧集类型，古偶剧大多以年轻演员为主角，几乎每年都有年轻演员凭借古偶剧一夜爆红，成为流量明星。而近些年，这一类型似乎辉煌难再。同样是流量演员，按同样的路径出演，却始终离“爆红”差一口气，没有产生真正的爆款剧。

成也流量，败也流量，经过了长时间的倦怠与徘徊，古偶剧的“遇冷”既暴露了创作模式与创作生态的问题，也与当下视听行业内容格局的变化不无关系。

首要原因是特定创作模式带来的同质化。古偶剧与流量长期绑定，高昂的制作成本让主创们不得不去寻找“爆款”的确定性。于是“大IP+流量”的模式就被固定下来。在许多主创的自述中，或多或少都透露出古偶剧“以演员为中心”的创作方式——即先为某个IP确定了有流量的主角演员，然后整个项目才能运转起来，之后的选角、班底甚至是制作，都围绕着主角展开。显然，这背后更多是追求投资回报率的商业考量，并不符合艺术作品的创作规律。

信奉“爆款公式”的结果就是，一旦某一部剧火了，之后就会有大批相似主角、设定、类型元素的剧集扎堆出现。就如《甄嬛传》之后的宫斗和大女主剧，《花千骨》之后的仙侠剧，《琅琊榜》之后的谋略剧，《知否知否应是绿肥红瘦》之后的宅门

剧等。这些剧集并非狭义上的古偶剧，但其中的大热元素对古偶剧产生了持续的影响。事实上，一部剧的爆火往往包含了复杂的主客观因素，并不能用一种类型或者模式来简单概括，盲目跟风并不能成功复制爆款。

其次是视听领域的竞争冲击。在线上娱乐还不那么丰富的时候，古偶剧简单直给的剧情、浪漫的爱情想象和瑰丽的视觉效果，极大满足了部分观众的娱乐休闲需求。人们忙于工作和生活，茶余饭后更愿意看简单轻松的故事，因此古偶剧作为“下饭剧”，始终具备相当可观的收视底盘。过去许多质量欠佳但播出数据惊人的爆款剧，都是在这样的环境中诞生的。

但随着短视频的兴起，人们有了更丰富的视听选择，尤其是微短剧强势崛起，快节奏的情节反转，强烈的情感冲击，更契合人们对即时娱乐的需求。加之综艺、游戏、动画、线下娱乐等更丰富多元的文化娱乐形式的持续发展，古偶剧在观众心目中的优先级不复往昔。

再次是观众审美期待。如今，长剧集的内容迭代在轰轰烈烈地进行，近期热播的《山花烂漫时》《小巷人家》等都显示了剧集精品的市场号召力。极具电影感的精良制作不断提高观众的审美，也抬高了剧集创作的水平线。古偶剧曾经吸引观众的古典文化、神话传说、爱情故事等，如今的观众并不是不想再看，但需要创作者挣脱同质化的怪圈，打破“始终差一口气”的局面。这就意味着要回归剧集艺术创作的规律，以切中时代脉搏、讲好故事为本，而不是为制造爆款商品增添可有可无的新元素。

综观影视剧的发展，追捧“爆款公式”并不只在古偶一个类型中出现，同质化的问题也在其他热门类型中反复上演。影视剧生产高投入、高成本，出品方在立项、创作、拍摄过程中始终面临投资回报率的压力，“爆款公式”的执念由此根深蒂固。但从长远的角度来看，随着观众审美水平逐渐提高，长剧集精品化的需求愈发迫切，真正能够获得高回报的大热作品几乎不会在粗制滥造的跟风之作中产生。

市场遇冷也不必悲观，或许这正是行业沉淀革新之时，是真正愿意打磨作品、潜心创作的主创们的新机遇。

据《人民日报》

