

新主流电影的价值取向与实践路径

湖南科技大学马克思主义学院 王彦月

党的十八大以来,我国电影事业产业高质量发展,新主流电影异军突起,成为引领文化风尚、彰显文化自信的重要力量。《我和我的祖国》《长津湖》等作品坚守主流价值、贴近大众审美,实现社会效益与经济效益双丰收。2025年我国电影总票房达到518.32亿元,城市院线观影人次达12.38亿,新主流电影贡献突出。其蓬勃发展,根本在于坚持马克思主义唯物史观,贯彻习近平文化思想,把握人民主体地位。

一、人民主体性:新主流电影的价值根基

人民主体性源于马克思主义群众史观,是习近平文化思想的重要内涵。人民是历史的创造者,是文化的创造者、鉴赏者和评判者,这一根本立场决定了社会主义文艺必须坚持为人民服务、为社会主义服务。习近平总书记强调,“人民是文艺创作的源头活水”,这一重要论述为新主流电影的创作实践提供了根本遵循。

人民主体性在新主流电影中体现为三重统一:历史主体与叙事主体相统一,把人民作为历史进程的核心力量,而非宏大叙事的背景板;审美需求与价值评判相统一,尊重观众审美选择,以人民满意作为重要评价标准;创作源泉与共建主体相统一,从人民生活中汲取素材,让人民参与价值传播与意义再生产。这“三个统一”推动影片从“说教式宣导”转向“共情式表达”,从“单一宏大叙事”转向“多元个体叙事”,真正实现主流价值与大众情感同频共振。

新主流电影是对传统主旋律电影的守正创新。它延续弘扬主流价值、讴歌时代精神的核心功能,同时吸收类型片创作经验与工业化制作手段,以更鲜活、更接地气的方式呈现社会主义核心价值观。人民主体性的确立,让新主流电影完成了从“国家叙事”到“人民叙事”的视角转换,把抽象价值理念转化为可感可知的人物命运、生活场景与情感体验,使主流价值更具亲和力、感染力与传播力。

二、以人民为中心:新主流电影的叙事转向与价值表达

新时代以来,国产电影创作,始终坚持以人民为中心的创作导向,将镜头对准普通人的生活与梦想,挣扎与坚守,以真挚的情感表达引发广泛的社会共鸣,让电影成为连接个人与时代、个体与集体的精神纽带。中国电影已进入共情共鸣、用小切口叙事大时代背景的新阶段。

以小见大,重构叙事视角。新主流电影把镜头对准普通劳动者、平凡奋斗者,以平民视角重构历史与现实叙事。《我和我的祖国》用普通人的故事串联国家重大历史时刻;《长津湖》以志愿军战士群像展现战争史诗;《中国机长》《守岛人》聚焦职业坚守,歌颂平凡岗位上的责任与担当。《南京照相馆》中的照相馆老板、邮递员,《东极岛》中的渔民、商贩,他们不是传统意义上的英雄,却在民族危亡之际挺身而出,用平凡的生命书写不平凡的壮举,这种“凡人英雄”的叙事让历史变得可感可知。这些作品摒弃脸谱化、符号化表达,让人民从“被表述的客体”变为“自我表述的主体”,生动诠释了人民是历史真正的主人。

扎根现实,丰富影像表达。新主流电影坚持视野下沉、关注现实,关注普通群众、困难群体、基层劳动者的真实生活与精神世界,塑造立体丰满、有血有肉的人民形象。《我不是药神》直面民生关切,回应群众急难愁盼;《奇迹·笨小孩》讴歌奋斗人生,展现普通人在时代浪潮中拼搏追梦的精神力量。《长安的荔枝》将宏大历史落脚于基层官吏的奔波与挣扎,以古代职场人的履职困境映射当代“打工人”的生存压力,实现了历史与现实的跨时空对话。多元主体的影像呈现,既拓展了创作边界,也让不同群体都能在银幕上获得情感共鸣与价值认同。

隐于叙事,实现价值内化。新主流电影摒弃生硬说教,将爱国、敬业、诚信、友善等价值理念融入剧情发展、人物行动与情感冲突之中,实现主流价值的感性表达、隐性传播。《湄公河行动》彰显法治与正义,《守岛人》诠释忠诚与奉献,《流浪地球》传递人类命运共同体理念与集体主义精神。《哪吒之魔童闹海》中哪吒与父母之间的情感、与师父之间的信任,既有传统家庭伦理的影子,又契合了当代亲子关系的相处之道,让不同年龄层的观众都能产生情感共鸣。通过艺术化转化,社会主义核心价值观从理论话语转化为生活话语、从抽象理念转化为具体实践,在潜移默化中凝聚社会共识、增强文化认同。

三、以人民为依靠:新主流电影的传播效能与创新路径

推动新主流电影高质量发展,必须坚持创造性转化、创新性发展,把人民利益放在最高位置,让创新创造服务于人民精神文化需求,不断增强主流价值的传播力与引领力。

扎根人民生活,推进内容创新。人民生活是文艺创作的源头活水。新主流电影要坚持深入生活、扎根人民,从新时代伟大实践中挖掘题材、提炼主题、塑造形象,坚决反对脱离现实、悬浮虚空的创作倾向。要把中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化与现代影像表达相结合,赋予经典精神内涵以新的时代生命力,让历史记忆在当代焕发新光彩。新主流电影在叙事视角上呈现下沉趋势,以直观真实的底层视角,在有血有肉的群像塑造、家国情怀的情感共创等方面产生了翻天覆地的变化。

顺应传播规律,创新传播方式。适应全媒体时代传播格局,推动影院放映与网络传播、线下展映与线上互动相结合,充分运用短视频、社交媒体等平台,扩大覆盖面与影响力。纪录电影《窗外是蓝星》作为中国首部8K太空实拍纪录片,不仅在院线取得优异成绩,更通过融媒体传播成为科普教育的重要载体。要尊重观众主体地位,鼓励观众评论、分享与二次创作,让观众从被动接受者变为主动传播者,构建全民参与的主流价值传播生态。

坚持人民至上,完善创作导向。正确处理社会效益与经济效益关系,始终把社会效益放在首位,坚决防止资本逻辑侵蚀艺术品格、商业利益冲淡价值引领。健全以人民评价、专家评价、市场检验相统一的综合评价体系,把人民不满意、喜不喜欢作为重要标准。推动优质影片普惠共享,扩大基层与农村地区供给,保障人民群众基本文化权益,让新主流电影成果惠及全体人民。

人民是文艺之根,人民是价值之魂。新主流电影以人民主体性为价值内核,实现了主流价值表达、艺术创新创造与大众情感需求的有机融合,成为新时代文艺繁荣发展的生动缩影。奋进新征程,新主流电影要始终坚持以人民为中心的根本立场,扎根人民、讴歌人民、服务人民,不断提升艺术品质与传播效能,更好凝聚人心、汇聚力量,为铸牢中华民族共同体意识、建设中华民族现代文明作出新的更大贡献。

“五一”假期,银幕情义浓,影院活力足。据国家电影局统计,今年“五一”档电影票房为7.58亿元,放映场次为237.6万场,观影人次为2084.19万,超去年同期;平均票价为36.3元,同比下降8%。《消失的人》《寒战1994》《穿普拉达的女王2》位列票房前三名。

在“黑马”选手的带动下,“五一”档取得了超预期的表现,展现了电影市场较强的韧性,提振了行业信心。”猫眼娱乐市场分析师赖力说。值得关注的是,一批制作精良、情感真挚的中小成本影片在与“大制作”的同台竞技中脱颖而出,凭借扎实口碑出圈,成为档期票房主力。这些影片有何特点?

『小而美』影片领跑『五一』档市场

故事动人,银幕情义交织——

《浴血困牛山》以红军长征为背景,讲述红十八师五十二团指战员转战湘桂黔边,面对数倍敌人浴血奋战,最终为保护群众宁死不屈、集体跳崖的英雄故事。有观众感慨,在光影中沉浸式重温那段烽火岁月,深刻感受到红军战士们艰苦卓绝的战斗历程与英勇无畏的革命精神。

“江海万里,心中念你,便不觉遥远。”《给阿嬷的情书》聚焦“侨批”这一历史记忆,用一封封家书串联起海外游子与故乡亲人的血肉深情,书写了中国人的情义与担当,上映以来打动无数观众。

动画电影《燃比娃》取材自古老的羌族神话,以中国传统水墨为基底进行二维宣纸手绘,在银幕上铺展一幅神秘而壮美的东方画卷,为国产动画开辟新的表达路径。

或扎根历史,或深植文化,五一档银幕因多元的中国故事而丰盛多彩。

人物出彩,表演生动鲜活——

留在故土勤劳顾家的阿嬷叶淑柔、远赴南洋努力拼搏的阿公郑木生、代笔写信顽强生活的谢南枝……《给阿嬷的情书》深入刻画了潮汕先辈的坚韧守候与海外华人的家国情怀。

“像谢南枝和叶淑柔这样独特而深厚的女性情谊,在华语电影中较为罕见。”影片导演蓝鸿春说,团队通过双时空叙事,着重展现了两位女性生命交汇、彼此映照的动人历程。

《10间敢死队》同样以人物群像魅力治愈人心。何谓“10间敢死队”?影片里,这是在10号病房里一群与“时间”争夺分秒、勇敢活放肆笑的癌症病人,镜头生动勾勒出众人相互救赎、向阳而活的鲜活模样。

“作品用轻喜剧的手法包裹严肃议题,希望传递乐观通透、热爱生活的人生态度。”影片编剧、导演陈思诚说。

“朴素的镜头语言、朴素的演员,描写最朴素的真情”“病房里的每个人都有自己的故事、遗憾和发光的瞬间”……有血有肉的人物、笑泪交织的故事,引发人们在社交平台化身“自来水”,真情留言分享感受。

精耕细作,满足观众期待——

随着观众审美水平日益提升,电影制作各环节逐步进入更为精细化、差异化的阶段。多部影片在类型创作、精准发行上作出有益尝试,彰显对市场的深刻洞察。

悬疑片如何更好看?《消失的人》创作勇于取舍,增强叙事张力。影片合理改编原著情节,注入更多悬疑惊悚元素,并通过模糊时间线、“三案并行”的方式,将故事悬念保留到最后,为观众带来层层递进的解谜体验。这部电影双人观影占比高达65.4%,社交属性显著。

方言电影如何破圈?《给阿嬷的情书》探索分线发行模式,激发目标市场需求。影片率先在北京、上海等票房重镇和广东、广西、海南等与“下南洋”历史相关的省份上映,深耕地域口碑,随后全国扩映,抢占更多市场。

此前,沪语电影《菜肉馄饨》、香港电影《夜王》等通过分线发行取得不俗表现。《给阿嬷的情书》再次验证了从地域市场发力、凭口碑突围的发行模式行之有效。”中国电影家协会理论评论委员会委员彭侃认为,具备鲜明地域特色的影片,更容易在当地激发观影热情,形成“影院愿排片、观众愿支持”的良性循环,从而为全国发行奠定基础。

今年是“电影经济促进年”。这个假期,电影的热度正从银幕延伸至更广阔的消费场景。在广东汕头,“跟着阿嬷游汕头”精品线路串联《给阿嬷的情书》多个取景地,凭电影票根可享美食、酒店、文创多重优惠;在江苏苏州,中国电影资料馆江南分馆打造户外露天公益放映活动,联动“苏超”赛事,将观影与运动潮流结合;在上海,70多家影院推出“咖啡电影碰头月”活动,以“电影+咖啡”模式营造浓郁“电影之城”氛围……“电影+”深入推进,人们跟随镜头走出影院、奔赴山海,在光影和现实的交织中解锁崭新体验。

假期落幕,市场热度仍在延续。“大制作”与“小而美”各展所长,院线银幕佳作纷呈,观众乐享光影魅力。

据新华社



《消失的人》剧照



《长津湖》剧照