

200位大导演探讨华语电影发展

荣誉感缺失伤害中国电影

日前,第十四届海峡两岸暨香港电影导演研讨会召开,研讨会的主题是“聚焦创作,重回电影”。黄建新、吴思远、田壮壮、何平、张婉婷、王小帅、陆川、管虎等近200位导演从电影类型、艺术片方向等角度结合现实,共同探讨华语电影发展的新动态。

在生存中寻找突围

陆川导演提出,作为导演应该注重两点,一是生存,二是突围。“导演在现有市场上的努力生存,和在市场经验与创作理念上的奋力突围,是一个不断尝试以及与观众尝试沟通的过程。《我们诞生在中国》让我体会到了一种创作时的内心宁静,是真正的回归电影、回归生活。在做技术类电影时你感受到的是另类的快乐,时代在变,

我们要生存下去,在生存中寻找突围。”

黄建新导演以自己监制的作品《湄公河行动》为例,在他看来:“类型片的创作有着一定的模式,可以用现在的流行语概括为‘全是套路’,但这些套路非常有价值,经过了市场验证,导演更多是用不同的具体情节、演员表演和服化道设计等来体现出各自不同的精彩,但观众喜好也会各有差别,要征服所有的观众非常不容易。”

导演缺失荣誉感遭批

在当天的论坛上,管虎导演表达了他对电影产业的忧虑。在他看来,一些盲目自大的资本和不够专业的人迅速涌入,导致现在电影导演严重缺乏荣誉感。比如他无法忍受有些人认为在一部作品中“电影感不重要”,还有财力雄厚的投资方公开宣称“导演不需要童子功”,觉得只要有资源谁都可以做导演,这对电影行业的健

康发展是一种严重伤害。

香港导演文隽提出2016年是香港电影井喷的一年,68部电影中26部是新导演的作品,一部分电影在内地市场也获得很高的评价和票房。不过与港片井喷形成鲜明对比的是香港演员的断层现象,“《摆渡人》中老腊肉抵不过小鲜肉,连金城武、梁朝伟都去卖萌了,真是替香港演员担忧。”他还希望尽量避免演员天价片酬现象,“只有演员的片酬降下来,中国电影才会拥有良好的风气。”

张建亚导演聊起了最近热映的张艺谋新片《长城》,他直言,“张艺谋能够拿到大资金制作大项目,把中国大片带到海外市场,大家应该支持鼓励。真正好的文艺片都是经过时间验证的,而不是没人看、不好看,把商业片拍砸了就叫文艺片;同样,很多拍得好的商业片也有很高的艺术水准,导演自己不要把文艺片和商业片对立起来,不要相互拆台,尤其‘烂片’二字不要轻易出口,共同营造一个良好的创作环境。” (时光)

续集没完没了,招人烦了

观众不再盲目捧场好莱坞大片



对好莱坞大片没完没了的续集,中国观众已有了免疫力。

最新一部“星战”影片《星球大战外传:侠盗一号》上映五天,票房勉强冲过2.5亿元,这一数字无论如何都难以匹配“最赚钱”的称号。接下来还有《速度与激情8》《变形金刚5》等好莱坞大片上映,对越来越多除了前传就是续集的好莱坞大片,观众由最初的买单到如今有了“免疫力”,失去创造力的好莱坞,还能如愿赚得中国观众的票房吗?

观众对大片
免疫力提升

作为内地开年首部好莱坞分账大片,《星球大战外传:侠盗一号》上映五天,票房勉强冲过2.5亿元,这一数字无论如何都难以匹配“最赚钱”的称号。影片首日票房7073万元,与去年同期上映的同系列《星球大战:原力觉醒》的1.96亿元相比,冠军含金量逊色不少。为了拉动中国市场票房,片方还特意安排两位华人演员首次在这一好莱坞最强IP里亮相,如今看来,这招儿并不管用。“随着观看的分账大片越来越多,观众由最初的和盘买单到如今有了‘免疫力’。”在电影市场分析专家蒋勇看来,进口片早已不再自带光环,质量不佳,待遇与国产片并无二致。

虽然视觉特效一直是好莱坞大片的绝活儿,包括《阿凡

达》开创的视觉奇观、《速度与激情》系列的超快节奏,都是吸金利器,但在上海电影家协会副主席石川看来,“这只能算是锦上添花,成为好影片的首要前提还是得讲好一个故事。”蒋勇认为,“视觉化电影容易带来视觉疲劳。国内现行的配额制政策,导致为了追求高票房,一味引进各种视觉轰炸的商业大片,必然导致观众吃不消。”石川认为,缺乏情怀也是众多续集片在中国缺乏票房号召力的重要原因。在他看来,之所以连续两部“星战”都出现北美票房好过中国内地说明,“不是每部续集片都像《魔兽》一样,能勾起中国观众的情怀。”

依赖续集圈钱
致创造性缺乏

有这样一组数据:从北美票房前五的情况来看,续集电影、IP电影所获票房占比已

从1998年的不足一成,飙升到2015年的逾六成,似乎续集模式方兴未艾。在蒋勇看来,这与好莱坞的全球定位不无关系,“只有像超级英雄、奇幻、探险等这类相对简单的影片才能跨越不同文化,讨好全球观众。为此,他们只能一再拍续集。”

曾经代表电影最高水准的好莱坞,为何走上依赖续集大片的道路?影评人何塞认为,这才是当下更值得探讨的问题。在影评人杜娟看来,与其说好莱坞倚重IP开发,不如说他们总是被市场牵着鼻子走,“为了减少商业风险,他们在选择主角时,必然会优先想到‘美国队长’‘金刚狼’这样已有市场认知度的角色。”

杜娟介绍说,其实如今的好莱坞电影工业真正的价值不在于影片本身带来多少票房,而要看它是否能为其他领域提供更多机会,以电影为基础开发的电脑游戏、主题公园、互动

娱乐都属于此列。“撇开电影票房,好莱坞更大的收益来自周边的衍生产品。对成熟IP专注投入,每年推出一部影片,这是他们的战略。”在蒋勇看来,从创作角度看,大可以说他们的创造性已经乏力,但从商业角度讲,却不能说是创造力匮乏,“他们深知,只有一定的重复,才能让更多观众熟悉这个套路。”从《星球大战》系列1977年推出第一部影片,周边产品消费已逼近300亿美元,远超系列电影票房收入。

今年国产片
和好莱坞续集“相持”

2017年,是好莱坞进军中国的关键之年。据悉,今年中美还将对2012年达成的引进片配额与分账协议进行重新谈判,好莱坞电影公司对此寄予厚望。

对观众和中国市场而言,今年好莱坞仍将把“旧瓶装新

酒”战略进行下去——《变形金刚》《速度与激情》《银河护卫队》《加勒比海盗》《猩球崛起》《生化危机》等片的续集将蜂拥而来,这些超级IP都想在中国市场吸金。但是好莱坞创造力已显枯竭,层出不穷的续集,续集之续集、前传和外传,已令中国观众略感审美疲劳。

清华大学影视传播研究中心主任尹鸿将好莱坞续集大片称为“无休止的模仿秀”,他指出,好莱坞电影工业日趋保守求稳,想循着惯性用“大制作、硬IP”来安全地赚钱,原有的锐气与斗志已被消磨。

随着中国电影市场的日趋成熟,中国观众变得越来越挑剔,不再像以前那样盲目为好莱坞电影捧场。一位电影界人士认为,好莱坞大片在中国遭遇审美疲劳,中国本土影片也进入品质瓶颈期,两者的竞争关系在2017年可能进入“相持阶段”。 (陈涛)