

刘宗智 济南报道

引发热议

12月13日,国家电影局发布“关于2024年11月上全国电影剧本备案、立项公示的通知”,通知显示《再见爱人》综艺节目纪录电影已经备案。消息一出,网友纷纷在评论区表示:“不用剪辑了,直接放花絮吧”“如此‘抓马’的综艺拍电影,不敢想有多精彩。”

《再见爱人4》是一档婚姻纪实观察真人秀。三对面临婚姻危机的夫妻踏上为期18天的旅程,回首相爱的美好,剖析婚姻的问题,带给观众共鸣与反思。这一季嘉宾聚集演员黄圣依与丈夫杨子、微博红人刘爽与妻子葛夕、歌手李行亮与妻子麦琳。节目播出后,三对夫妻的相关话题多次登上热搜,夫妻彼此之间的矛盾与争吵,嘉宾本人的言行举止,都成为了网友热议的话题,在各社交平台掀起滔天流量。

起初,不少观众都吐槽“感觉这三对最后都得离婚”,麦琳、杨子等人更是频频被骂上热搜。然而,随着节目进行到后半段,观众们发现这三对夫妻都开始重归于好,于是不少网友开始觉得“自己被戏弄了”,认为他们在节目里表现出来的矛盾是演出来的。12月12日更新的节目中,李行亮撕掉了有离婚内容的“婚姻承诺书”,并对一旁的麦琳说:“我永远都不要跟你分开,你是我这个世界上最近的人。”随后,麦琳和李行亮相拥而泣。李行亮又说,“可能这个世上最懂你的,应该是我,我觉得我有责任、有义务照顾好你。”该内容引起网友争论,许多人认为李行亮和麦琳夫妇上节目是为赚取流量,而非真的想离婚,并对李行亮的种种行为产生质疑,认为李行亮和麦琳以畸形的婚恋观博取流量,有些网友甚至开始在评论区呼吁抵制李行亮的商业活动。

《再见爱人》电影的编剧、导演,均由同名综艺节目的制片人兼总导演刘乐担任,影片类型为纪录电影,剧情梗概为杨子和黄圣依、李行亮和麦琳、刘爽和葛夕,三对面临婚姻挑战的夫妻前往内蒙古,展开一场十八天的房车旅行。他们相互扶持、彼此坦诚、共同面对问题。旅程结束时,三对夫妻实现了自我成长,找到了解决情感困境的方式。从以上备案内容来看,节目组似乎并不打算打造一部全新的院线电影作品,而是将原有综艺节目的幕后花絮重新梳理并剪辑。

流量密码

综艺节目转电影,《再见爱人》并非首例。国内第一部综艺电影当数2009年于大型音乐类选秀节目《快乐男声》的基础上衍生出的故事片《乐火男孩》,该片当时并没有引起大家的关注,票房表现一般。

2012年夏天,音乐真人秀《中国好声音》第一季横空出世。此后,节目被改编成电影《中国好声音之为你转身》。该电影总策划金磊曾放出豪言:“《中国好声音》的电视观众超2亿,希望每个看节目的人都去看这部电影。按(每集)电影票仅10块钱算,票房都超《泰囧》。”然而,事与愿违,电影最终票房仅为290.2万元。从免费综艺到付费院线电



“血压上升”“一边烦一边看”“这综艺最近大火,看得我也火大”……综艺节目《再见爱人4》近乎包揽了年底最后一个季度的所有热度。从第一期的“杨学”到第二期的“麦学”,三对夫妻戏剧性的故事不断登上热搜,甚至延伸出各种所谓的热梗。近日,《再见爱人》将拍成纪录电影的消息一经传出,再次引发争议。

被诟病的综艺电影



影,观众并不买账。

2014年上映的《爸爸去哪儿》大电影,借着春节档的热潮,将综艺电影的票房和制作推向高潮。影版《爸爸去哪儿》延续电视拍摄方式,以真人秀为前提,无台词,无剧本进行拍摄。值得一提的是,90分钟的电影拍摄周期只有5天。此外,电影《爸爸去哪儿》的核心内容也与电视无差别,还是“找食材”、“做晚饭”、“选房子”,完全可以称为是加长版、无广告的第13期节目。影片最终揽获近7亿元的高票房,一时间轰动了整个电影市场。

2015年,三档综艺电影叫板贺岁档。大年初一有《爸爸去哪儿2》,《爸爸的假期》两部电影同场厮杀。《爸爸去哪儿2》由真人秀节目的原班人马出演,影片的核心还是“完成任务”,五组明星

家庭接到一个神秘的邀请,要在影片中完成终极任务。

而在此之前,《奔跑吧!兄弟》大电影早已鸣锣开画,以4亿元的票房遥遥领先。就综艺节目的收视而言,2013年《爸爸去哪儿》全媒体收视率的峰值是3.509%,而“跑男”已多次突破4.2%,并且连续15周节目收视率夺冠,每期有超过2亿的网络点击。如果说《爸爸去哪儿》大电影只是综艺节目高收视率下的“临时起意”,那么《奔跑吧!兄弟》的大电影则是“蓄谋已久”。自从“跑男”策划开播,电影版的推出就已经在计划之中,其多期节目中均穿插有大电影的预告信息。

热潮退去

最大程度挖掘爆款综艺IP的

品牌价值,成为综艺改编电影、剧集的底层商业逻辑。通过一系列的产业链环节,原有粉丝得到巩固与开拓,文化产品将逐渐被塑造为文化品牌。如《快乐男声》纪录电影《我就是我》在众筹网发起众筹,活动吸引了2.8万名支持者,提前24小时完成500万元的众筹计划。最终,这部影片仅获得600余万元电影票房,其中众筹票房占绝大部分。尽管票房并不成功,但通过电影上映和众筹,成功锁定了节目核心粉丝群,获取了市场多元信息,提高了节目的知名度以巩固版权优势,以备综艺版权的长期开发。

但是,综艺电影热也引起了不少业内人士的反感。冯小刚直言一些电影“六天就拍摄完成,还获得了很高的票房,对中国电影的发展产生了极其恶劣的影

响,将导致没有制片人会继续愿意投资一部严肃的、付出了很大努力的电影”。没过多久,冯小刚在接受媒体采访时再度“放炮”,直言“这是电影的自杀”。演员吴镇宇也赞同电影制作人不能迷上综艺电影:“迷上这样的东西就危险了,因为你会觉得这是不劳而获……因为它根本不用找编剧,只要多找点机器;演员也不需要太多付出,就能拍出来了,我觉得不能迷上。”

经过一系列的尝试和付出之后,综艺翻拍电影热开始退潮。此类影片票房与数量,开始回落甚至触底。2016年,只有《极限挑战》和《舌尖上的中国》衍生出院线电影,并先后于当年的1月7日和1月15日上映,两部影片分别取得194万元、1.26亿元票房,与预期值还有很大的差距。2017年,由郭德纲、岳云鹏主演的同名综艺电影《欢乐喜剧人》,票房仅为6684.8万元,评分仅2.6。

本质不同

国产综艺电影热的消退,内外因素皆有。综艺电影的本质是真人秀。虽然有周密的前期策划,但故事的发展并不是按照标准的故事文本而来的,而是参演人员在拍摄进程中所发生的随机事件。尤其像《爸爸去哪儿》中的孩子们,对于他们在拍摄过程中会发生怎样的状况,是任何人都无法预知的,比如曹格女儿过度的哭闹,也一度让现场所有人一筹莫展。

同时,综艺电影的拍摄制作也与普通电影存在很大差别。《奔跑吧!兄弟》的制片人李亚平曾表示,影片在拍摄器材上受到明显限制,“真人秀节目和电影存在着非常多的冲突,在拍摄第一天问题就全都暴露了出来。在拍摄第一场的时候,成员们一跑,专业的电影摄影器材根本就找不到他们的影子。最大的问题是,拍摄电视节目时游戏环节根本就不允许导演喊停或者重来一遍,如果打断了他们,就完全破坏了真人秀的精髓,而电影却可以不断返工。”这并非是说综艺电影在影像上一无是处,透过几部影片能够看出,它们在有限的艺术加工空间里努力打造电影化效果,如《奔跑吧!兄弟》结尾部分,当“谁是内鬼”的悬疑气氛渲染到最高阶段之时,李晨突袭金钟国、王祖蓝的成功推理、熊黛林的一脸惊讶、陈赫的击鼓举报,几个镜头之间反复切换,构成了一个十分出色的蒙太奇桥段。遗憾的是,综艺电影难以从整体上形成独特的影像风格和美学特质,只存在某些细节上碎片化的闪光点。

从制作投入来看,《再见爱人4》的爆火并非在预期之内,节目组在纪录片方面的前期投入可能并不足以支撑院线级别的制作要求。从项目规模来看,即使不苛求品质,《再见爱人》的素材也可能难以支撑起一部电影的时长。另外,《再见爱人》目前的节目内容难以挖掘出有深度的幕后选题,观众很难获得任何新的艺术价值和审美体验。

目前,无论是从电视综艺节目到电影,还是从网络短片到电影,创作上都过于粗放,这些作品必须以更诚恳的态度对待电影院线里的观众,在不同的环境中留住粉丝,形成多屏互动的良性环境,而不是图一时新鲜,赚快钱而已。