

话题三

由郭敬明执导的电影《小时代3:刺金时代》公映4天票房超3亿元,同时,《小时代》系列电影总票房也超过10亿元,成为中国电影史票房最高的系列电影。然而,在高票房的背后,伴随着《小时代3》与郭敬明的争议声却从未间断,延续了该系列电影第一部以来“骂声与票房齐飞”的趋势。

无论现象级的话题性和票房,还是走在国产电影前列的营销包装,《小时代》都体现了另一种层面的“现实主义”,终有一天,围绕在《小时代》周围的各种声音都将成为中国电影史上最重要的佐证。这个时代变化得如此之快,我们在巨大商业洪流和海量观点裹挟之中,忘了好好问自己,这个时代的“小”,是否就是我们自己的“小”?“刺金时代”刺上的金,是一刮就掉,还是已融进血脉?



“小时代” 品位和方向在哪



故事苍白商战幼稚

《小时代3:刺金时代》大部分的扣分都是来自于故事,剧情依然是电影的一大软肋。一种看法是,《小时代》到《小时代3》实际上大致是一个故事讲了三遍(当然,还会有关第四遍),感情线的主线基本是“秀恩爱、误会、分手、和好”的基本套路轮回,基本表达也止步于“我爱你,我恨你,我讨厌这个世界”的惯例控诉。只不过每一部都会在桥段上进行升级加码,比如第三部里意外远亲、双重身份甚至基情暴涨,招招令观众眩晕。

影片的故事延续了第二部时,每段情节环环不扣……影片前半部分再次强调了“姐妹情深”,但一到生日会必会翻脸反目,然后,一句“对不起”就会立刻解冻坚冰。这样的叙事逻辑就和前两部如出一辙,突如其来的新角色,突然崩溃又突然和好的人物关系,是除了资深粉丝都难以理解的。

美色与财富堆砌MV

去年暑期档时《小时代》及《小时代2》虽然遭遇了不少的诟病,但以小博大的市场成绩证明了影片面向其目标观众时的成功,第三部自然延续了前两部的风格元素,以音乐MV外加PPT的风格堆砌各种华丽的场景,有网友认为这一部相对前两部并无进步,依然只是对美色与财富进行堆砌的华丽MV:“戏里简直就是各种MV的扎堆集合,除了画面好看之外,对于剧情没有丝毫推进。”就如一位观众所说的,“把胡闹戏拍出波澜壮阔的迷幻感,再配以意识化的剪辑、排山倒海般的配乐渲染以及MV式的摄影风格,可以看出郭敬明拍出了时代感!”

不过,影片的这些技术性元素倒是加分不少,从摄影、道具到布景都具有强烈的都市时尚与摩登之感,再配合干净利落的剪辑,视觉效果足够;配乐不仅很好地完成了情绪的烘托,也加强了电影的感染力。此前一些国产导演的MV风格的作品,比如高晓松的《那时花开》,也带有强烈的实验化风格,并牺牲了叙事的连贯性,郭敬明在《小时

从第二部就被诟病的“商战”戏在这一部里依然显得苍白幼稚,戏里,四姐妹为了商业上的目的,萌生了偷出官洛放在抽屉里的文件的想法。郭敬明则将这段戏以卡通漫画式的做法呈现,引来网友无数吐槽:“南湘色诱那一段真的太扯了吧!”“除了偷文件那场戏,其他商战戏到底在哪里?”“商战的内情到底是怎么回事?怎么都没有表现?”

有粉丝曾拿《小时代3》与韩国那部描写几个女生姐妹情深/情仇的作品《阳光姐妹淘》相比,但这两部电影对“青春”的定义以及时代的展示还是天壤之别。《阳光姐妹淘》无疑比《小时代3》土气太多,可见两国不同的经济实力和时尚品位,但奢华的道具却给本片才华横溢的年轻演员们造成了很大的演技困扰,做表情的时候要耗费太多力气。

代》系列里虽然画面也会跳跃,但叙事还基本保持了持续性。

郭敬明在接受采访时坦言,更希望自己做一个“偏视觉诉求”的类型片导演。事实也证明他的这三部电影,画面表达远远超过故事,但这并不能成为影片的救命稻草,如果讲不好故事,再华丽的场景也不能为观众带来真正的感动。我们希望往专业导演道路上迈进的郭敬明未来的电影之路不再那么充满争议,而是拿出真正感动人的作品。

《小时代》制造新现实主义

不得不说,《小时代》系列很有现实意义,当然,并非指它的故事如何贴近生活,正相反,这世界上甚少有像这样内容和生活无关的电影。其现实意义在于,它从一个现象级的娱乐电影,渐渐变成一个时代的镜子。如果多年之后书写这个时代的中国电影史,《小时代》系列将是代表作之一,它的票房检验着当今电影商业环境的潜力,它的展示形态检验着人们对娱乐商品的品位,它的观众群体预示着中国文艺未来的讨好方向和巨大的上升空间。它的票房越高,中国观众离电影就越远;它的包装越华丽,显得人们内心越贫瘠;它的表达越成熟,这个时代就越幼稚。我们生活在一个以“小时代”为标签的电影盛世,百感交集。

(阿木)

畸形电影生态 催生“导演郭敬明”

今年暑期档的国产电影上演着去年同档期的故事——“小丑当家,烂片走红”。如果说去年的“当家烂片”是孙健君的《富春山居图》和郭敬明的《小时代》,那么,今年的“当家烂片”就是邓超导演的《分手大师》和郭敬明导演的《小时代3》。

“小丑当家”,并不是从戏剧角色分类上定位电影,而是从美学品格上定位电影。它是指近年来的国产电影,无论其剧中主要人物是否丑角,都表现出丑陋拙劣的电影品格。它们的卖点,就是变态卖萌和自我作践。比如,在《分手大师》中,邓超主演的“分手大师”在全片的表演是由一系列“没有底线的恶搞”组装起来的,这个角色不仅扮相肮脏,而且表演猥琐。

所谓“烂片走红”,是指缺少基本电影技术、用杂碎拼凑的方式完成的影片,却怪异地成为“吸金力强大”的票房大片。最新上映的《小时代3》,不仅重复了《小时代》标明的郭敬明电影的一切突破电影底线的“品格”——情节零散、角色虚假、煽情臆想和病态炫富,而且具有比后者更“烂”的姿态。在《小时代》中,4个女主角尽管空洞平庸,但还各具角色心理定位。然而在《小时代3》里,导演如患上失忆症,让这4个“时代姐妹花”在126分钟的片长中,重复表演着泼妇变脸的闹剧。

我认为,“小丑当家”,逐丑扬丑,竞相比丑,导致了国产电影审美品质的持续而严重的下滑。“烂片走红”几使国产电影市场沦入逆向淘汰。即,电影生产不再以电影创作实力为竞争条件,而以打造非电影化的“票房号召力”为竞争条件。今年的《分手大师》和《小时代3》无疑是去年《富春山居图》和《小时代》票房成功的衍生产品。它们前赴后继,破坏了国产电影市场的准入机制和评价准则。

“导演郭敬明”就是在当下国产电影“小丑当家,烂片走红”生态培育的一个“恶的硕果”。《小时代》的票房成功,完全不懂电影为何物的郭敬明不仅从中尝到“小投入大回报”的甜头,且获得了“导演不需要电影能力”的技术确认。比较《小时代》和《小时代3》可见:《小时代3》中,郭敬明如锈铁漆新一样,将前者剧情作了草草的改装。前后两部影片具有同样的开头——4个女主角做时装秀,和同样的片尾——4个女主角在大雪中表现“四姐妹同心相助”。郭敬明将126分钟的真人剧情片拍摄成为杂碎卡通片,因此观众看到了堪称病态的自恋自炫。

“小丑当家,烂片走红”既因国产电影市场发展加速,相应的监管体制跟不上,更因整个社会近年来大文化持续“低俗求娱乐”。同时,国内电影批评是被市场严重整合的——批评要么为市场雇佣,要么失效。总而言之,体制残缺和批评去势,使国产电影在市场化转型中坠入了“小丑当家,烂片走红”的陷阱。这个畸形的电影生态,不仅催生着邓超、郭敬明式的以作践电影的方式抢占国内电影市场红利的“票房导演”,也使国产电影凭借票房虚高而沉醉的拒绝国际电影视野的自娱自乐。

(肖鹰)