

近日,《将军在上》《何所冬暖何所夏凉》《九州海上牧云记》等IP大剧的收视口碑皆不尽如人意,可见单纯追求“短平快”的IP剧制作模式正在消磨观众的信心,消耗市场的红利,使IP剧创作呈现疲态。

影视改编漫不经心 无异于杀鸡取卵

创作“不讲究” 消耗观众信心

近两年,各大卫视黄金档涌现了一批内容丰富多样、质量良莠不齐的IP改编剧。对经济效益的过分看重,使得部分IP剧的制作方、创作者一门心思关注“情境”再现和“演员”的影响力,减少了打磨剧本、演员表演、后期制作等方面的时间和资金的投入,呈现出来的粗糙制作和“狗血”剧情让人无法直视。

深究其因,IP剧市场的疲态,与IP剧创作、制作的“不讲究”有关。在创作层面,大量的历史IP剧缺少对历史的严谨考究,使得剧作错漏百出。比如,《秦时丽人明月心》让秦王嬴政和刺客荆轲成了情敌,让人大跌眼镜。在主旨立意方面,有些改编剧也出现了偏差。比如,《欢乐颂》被拍成了“金钱颂”,作品中充斥着对富人的膜拜和对穷人的鄙视。在制作层面,制作方为了招徕粉丝群体,让一些徒有颜值却缺乏专业历练的流量明星担纲主演。为了实现利益最大化,在剧中拼命植入广告。某品牌泡面成了深夜人们要特意跑去饭店品尝的珍馐美味;主角老丢工作,又很快能在某求职网站上找到工作……这些生硬插入商品广告的行为严重消解了作品应有的文化内涵和艺术价值,使创作弥漫着浓重的商业气息。无论是创作层面还是制作层面,如此漫不经心的改编,只会浪费IP原有的艺术价值,消耗中国观众对IP改编剧的信心。

“慢磨”“精调” 才是富养IP

IP改编剧并不“天生畸形”,诸如《琅琊榜》《伪装者》《甄嬛传》等均是收视和口碑双赢的优秀作品。但为何偏偏这

一领域成了烂剧和雷剧频现的重灾区?究其原因,还是创作者、制作方在对IP盲目崇拜、对明星狂热追逐等错误理念的指导下,忽略了对艺术和产业运作规律的坚守所致。在影视界追求“短平快”的浮躁风气盛行的背景下,很多投资方误将自带粉丝和话题的IP当成“硬通货”,抢购囤积导致了IP价格飙升。为了使项目尽快变现、资金快速回笼,一些制作方在剧集生产过程中忽略了艺术和产业运作规律,大幅缩短制作周期和创作成本,无法保障基本的制作水准。部分播出平台为吸引观众,在购片时看重明星阵容,大量粗制滥造的流量明星作品涌上荧屏和视频网站,IP改编剧越走越远。

从《白鹿原》《平凡的世界》等制作精良的现实题材电视剧刷爆朋友圈可以发现,观众并非美丑不辨。与之形成鲜明对比的,是《九州海上牧云记》《将军在上》等拥有大IP遭到退片的传闻。这说明单凭一个概念、几个明星或一些话题,而非优质内容本身,很难吸引更广泛的人群对作品持续关注。因此,IP改编剧急需从粗制滥造、明星话题为主导向内容创作为主导的市场转

变。挤掉泡沫之后,行业终会回归理性。

十年网文沙里淘金积攒下来的那点存货,经过这两三年的影视化已经消费过半。诞生于21世纪初的网文IP还需要时间来证明自己是不是真的IP,影视化是它们必须跨过的第一道大坎。若想拯救IP改编剧创作,令其重新焕发生机,除了选取适合改编的IP,还需辅以“慢磨”“精调”之法。好的IP影视改编能沉淀为IP的新层面,进一步丰富、养育一个IP,而坏的影视改编只会杀鸡取卵地消耗它。

(谢诗慧)



大佬跨界秀 “辣眼”又“辣耳”

近期,一些本该属于商界的的面孔,出现在了娱乐制作播出平台,俨然拥有了多重身份——投资电影的人,走进镜头里过了把主角瘾;电商大佬,请来优质资源为己定制一曲;研究智能手机的人,坐进网络综艺玩脱口秀;互联网大会上分享观点的那位,在野外生存节目中被拍到各种“狼狈不堪”;还有人扛着CEO的名头,隔三差五上了娱乐新闻头条。

“你我本无缘,全凭我有钱。”微博上流行的段子正中靶心,道出时下综艺节目乃至大众文化产品的“新风潮”:商界大佬正以娱乐到底的姿态频繁闯入大众视野。企业家自嘲“亲近大众”,观众或者网友却心知明镜,播出平台要“吸金”,企业家想“吸睛”,所谓跨界秀才艺,不过是利益场里的一拍即合;所谓娱乐大众,也不过是闹哄哄后一地鸡毛。

跨界,无可厚非,多面手古已有之。但反观如今“跨界秀”的商界大佬,“秀才艺”是虎皮大旗,“尬”才是主基调:唱歌不着调;跳舞不协调;电影是浮皮潦草的;脱口秀是用来给自家商品打广告的。当他们在电视节目、电影院线、网络综艺、音乐平台多线出击放飞自我,“浮夸”不足以形容。君不见,某业界领军人的说唱被指“辣眼睛”又“辣耳朵”。

企业家与平台方的辣眼辣耳互动引来网友批评,但双方却异口同声称“双赢”,真真是一个“钱”字扫荡天下:企业家用钱砸下了平台的资源,占着人力物力尽情放飞;平台方笑纳重金,在黄金档、首屏输出的却都是“负营养”,这里已经没有真正的才艺,赤裸裸存在的只是一个“钱”字。

有网友提醒:这边厢他在网综里吐槽别人,那边厢他家的产品屡遭用户诟病,是情是景,绝非个例。“术业有专攻”,只希望企业家还是应当把主业做实、实业做好,把自家产品做好再说。而平台方则应当把“艺术”与“美”装在心里。不然,企业家们的微博下只会越来越多这样的留言:“好奇谁在跪拜这些大佬”,或曰,“跪的都是钱”。

(王彦)



匠心七十 筑梦百年

距离百脉泉酒业建厂70周年新闻发布会暨战略新品上市推介会还有3天

会议时间: 2018年1月22日上午10点 | 会议地点: 济南喜来登大酒店