

(上接第6版)

产业化以来的电影创作风潮流变： 高工业大片引领市场 现实题材成中流砥柱

现实题材渐成中流砥柱 植根现实生活反映人民关切

2011年,国产中小成本电影带给电影市场太多的惊喜,打破了中国电影长期以来“大片”一统天下的局面。《岁岁清明》、《将爱》、《武林外传》、《观音山》、《钢的琴》、《失恋33天》等中小成本电影的热卖与热评,为国产电影的制作带来了新的方向。投资不足1500万的国产电影《失恋33天》,创造了3.2亿票房的成绩,看齐当年《泰坦尼克号》的票房,堪称是本年度中国电影最大的黑马。这部80后班底打造的关于80后的爱情片,以其“接地气”的艺术风格,赢得了广大青年群体的共鸣。电影《岁岁清明》以小人物、小角度承载了大主题、大事件,唯美的风格,悲情的表达,做到了以小胜大,赢得了业内好评。

为鼓励中小成本电影的创作,推动其健康快速发展,2011年的金鸡电影节首次设立了“中小成本影片奖”。中国电影评论学会会长饶曙光认为,中小成本电影的意义并不全在于市场价值,而是在于它们对电影产业的创意性的引领,从这个意义上讲,这类影片具有开路作用。它们为电影工业提供活力,促进整个工业的良性发展。只有充分发挥大片

和中小成本影片之间互补互动的关系,使它们各自存在并且良性互动才能健全电影工业,才能满足观众的差异化需求。

随着电影产业化不断升级,市场容量逐年增大,随之而来的,国产电影与好莱坞电影为代表的引进片竞争愈发激烈。因此,现实题材则成为了赢得本土观众的“利器”。

以《非常完美》、《爱情呼叫转移2》、《女人不坏》、《全城热恋》、《我知女人心》、《全球热恋》、《杜拉拉升职记》、《80'后》、《无人驾驶》、《亲密敌人》等为代表的一大批中小成本影片,立足本土文化、创新创作观念、关注现实生活、贴近观众需求,满足了观众、丰富了市场。饶曙光表示,《杜拉拉升职记》等这样一批影响较大的具有现实主义品格和精神的作品,表达了电影人对现实的深切关注和深刻思考。

2012年,《泰囧》这部中小成本影片,票房突破了12亿元,创造国产电影新的市场纪录。在中国艺术研究院影视研究所所长丁亚平看来,《泰囧》的成功与其生活化的人物和故事密切相关,现实性很强,“但没有肤浅的搞笑或低俗化的狗

血夸张,也没有生硬地贴上某种概念化的标签,一味流于说教。”这部影片主打轻喜剧类型,跟前几年泛滥成灾的恶搞喜剧不一样,能重新唤起观众对喜剧的兴趣。

党的十八大以来,中国电影创作持续繁荣,电影产业蓬勃发展。与此同时,现实题材电影逐渐成为银幕上的主流。2013年至2019年电影票房(含引进片)前十名中,2013年有5部现实题材,2014年3部,2015年4部,2016年3部,2017年5部,2018年5部,2019年5部。

《美人鱼》、《我不是药神》、《飞驰人生》等现实题材电影更是创造了票房奇迹的“爆款”。这几年现实题材电影获得了市场的认可,说明观众对于电影有了新的、更广泛的审美追求和价值评判标准。2018年春节档的《红海行动》逆流而上成为年度冠军;《我不是药神》深层次反映医患矛盾以及医药改革对于民生影响等问题引发全民观影潮;同年11月,以小人物生活映射社会现实的《无名之辈》成为票房黑马;而在2018年尾声上映的《来电狂响》也讲述了都市人群中无处不在的信任危机等。关注校园霸凌

题材的《悲伤逆流成河》、关注女性境遇的《找到你》、折射社会现象的电影《一出好戏》、《暴裂无声》等影片表现不俗。可以说,类型多样的现实主义影片成为电影市场的“主旋律”。这些影片类型各异,却都以不俗的影片质量和颇具话题性的内容,引发观影人群的共鸣和追捧。北京大学影视戏剧研究中心主任陈旭光认为,从创作角度看,现实主义的道路要越走越宽。银幕上不仅有《我不是药神》这类悲情式的现实主义,也有像《一出好戏》这样的荒诞假定的现实主义,也有《无名之辈》这样黑色幽默风格的现实主义。因此,没有统一的现实主义,现实主义的途径是非常宽广的。我们在欣喜于现实主义发展的同时,也要考虑到现实主义的多样性问题。

而具有较高社会关注度的作品无一不是切中时代脉搏、准确反映生活、积极介入现实,如2012年以来创作的《万箭穿心》、《烈日灼心》、《老炮儿》、《搜索》、《亲爱的》、《白日焰火》、《推拿》、《失孤》、《山河故人》、《闯入者》、《家在水草丰茂的地方》、《破风》、《解救吾先生》、《万物生长》、《我是路人甲》、《我不是潘

金莲》、《追凶者也》、《嘉年华》、《相爱相亲》、《无名之辈》、《找到你》等。这些影片反映了小人物生存状态,以特定的社会写实性在市场中打开了一片新的创作天地。

值得注意的是,另外一批新的现实题材影片如《十八洞村》、《中国合伙人》、《滚蛋吧!肿瘤君》、《乡村里的中国》、《警察日记》、《老阿姨》、《旋风女队》等,紧扣时代主题和经济社会发展脉搏,反映普通人的情感和生活,表达积极向上的价值观,赢得广泛关注。

现实题材电影,应该要找到这个时代最有趣最动人的比喻,传达这个时代最真诚的希望和最动人的力量。习近平总书记在文艺工作座谈会的讲话中深刻指出,“应该用现实主义精神和浪漫主义情怀观照现实生活,用光明驱散黑暗,用美善战胜丑恶,让人们看到美好、看到希望、看到梦想就在前方。”

“这些影片的出现,尤其是积极现实主义和温暖现实主义的新内涵的注入,实现了现实影片的多元化和多样化的发展,构建了现实题材影片的新格局、新境界。”饶曙光说。



电影创作拥抱互联网 专业化转换IP才是王道

随着互联网的发展,也出现了网络IP衍生电影大潮,《盗墓笔记》、《大话西游3》、《微微一笑很倾城》、《爸爸去哪儿》、《爱情公寓》、《极限挑战》等改编自小说、电视剧、经典电影、综艺节目等各个门类的IP电影,都是所在档期的“种子选手”。

从2013年的兴起,到2014年集中爆发,再到此后的两年持续,IP似科已经让我们忘了何为原创,何为原创力。让人欣喜的是,在这股IP浪潮中,如《捉妖记》、《唐人街探案》、《老炮儿》、《泰囧》、《战狼》、《中国合伙人》等原创作品还是得到了观众的认可,也让电影人更加明确了“理性对待IP、提升电影原创力”的发展方向。

2016年,IP电影《爵迹》具备超强

“卡司”,却并未取得预期的成绩。当年暑期档的《封神传奇》植根于古典神话《封神演义》,一口气吸纳了李连杰、黄晓明等十余位一线明星主演,但2.75亿的票房显然与预期相去甚远。

有个典型的案例,2011年9月,网络作家顾漫以数十万元的价格将《何以笙箫默》电影版权卖给了乐视,合约期为三年;2014年下半年,版权即将到期之际,顾漫又以七位数的价格卖给了光线,价格翻了近十倍。

《大话西游3》出品人、春秋时代董事长吕建民也曾透露,曾有制片人拿着一个“玄幻IP”找到他投资电影版,其电视剧版权已经卖出了5000万,而目前一些IP的电影版权则动辄叫价3000万。甚至,连“新华字典”“俄罗斯

方块”都被称作超级IP,当时已经被互联网公司注册,都有影视改编的可能性。甚至还有影视公司提出,在影视剧拍摄期间,先订制同名网络小说,积累网络人气。

凡影合伙人王义之认为,不管是电影、电视剧、话剧、文学,消费注意力是文化产品共有的特性。他说,IP不能完全说是资本的急功近利,当一个IP在某一领域曾经取得过成功时,在电影改编时,改编权的定价就有据可循。“小说、戏剧等都是曾经最接近消费者的成熟产品,有着自己的定价原则和游戏规则,定价相对容易。”

饶曙光说,“应进一步厘清IP和电影工业化的关系。IP如果能够通过专业化的电影转换,将创意和工匠精神

相结合,转化为合格的作品,其市场表现更加值得期待,口碑也会随之提升。”

IP电影风靡影视圈,其中很大原因是看中这类作品自带的强大粉丝群。然而,越多人喜欢,就意味这部电影的改编难度越大,往往是费尽心思把片子拍出来,却依然难以得到“原著粉”的认可。

但是,尊重原著并不意味着讨好粉丝,毕竟众口难调。

好的IP改编电影,不仅原有受众要满意,对它不了解的观众也要满意。比如《滚蛋吧!肿瘤君》,原来只是小众漫画,电影把漫画背后的故事进行了整下,大家对电影版的评价也非常高。凡影合伙人王义之认为,这

就是好的IP改编。“做原创确实是件苦差事,但目前还是有不少年轻导演愿意坚持原创,比如《唐人街探案》,主创不仅拍了电影,还定了很多人物小传。市场在高速发展过程中难免存在各种问题,但核心的从业者还是很专业的。”

在饶曙光看来,中国电影要完成工业化升级,IP的有效、有序和电影化开发与保障原创必须同时具备,二者是并行不悖的辩证关系,在此基础上对已有的创作力量要盘活存量,同时利用各种手段吸纳增量,以新力量为中国电影增添新动力,为中国电影结构性调整在产品层面施以保障。

(下转第10版)

