

(上接第2版)

第一组对谈 潜心研究故事 注重观众反馈

黄建新在对谈中表示,故事是电影的核心,而青年电影人在讲故事方面有着先天优势,现在科技高速发展,生活日新月异,有讲不完的故事,永远都有新的内容,“青年电影人要研究故事怎么能让观众感知和认知参与进来,观众参与进来特别重要。”

《重生》上映后,马浴柯看了很多观众的评价,“我觉得这个特别重要,我们的电影是拍给观众看的,如果他们对一个故事的桥段不认可,某一个情绪、某一个逻辑不够通顺,我要认真听取、吸收,因为我是商业片,我需要观众买单,我需要吸引更多的观众进场,他们就是我的‘衣食父母’,所以我会拿到最中肯的评价,用于下次创作警醒和提示。”

《白蛇:浮生》让陈健喜首次以创作者身份接触到了观众,他表示,遇到观众是电影的缘分,观众的认可也是对创作者最大的支持,“观影测评后观众有很多种反馈,他们的选法对我们来讲很重要,他们为什么这样选,为什么每个人的选法不一样,看完的结论不一样,我们都要思考,为了观众,我们在艺术上要专注精细打磨,汲取以往的经验,一步一步往前走。”

李佳钲坦言,《白蛇:浮生》上映时遇到过一些负面评论,大家不理解为什么要创作这样大家熟悉的故事,在收到反馈后,创作者们也进行了讨论,“在我们后面的作品里,也会考虑动画电影是不是可以对于很多经典原作改编力度大一点,其实我们不停地探讨

观众接受的程度在哪儿,改编力度多大才是观众所能接受。”他谈了一个路演的细节,“我第一次去路演的时候,我们刚走进去就有观众离场了,我会一直记着,希望下一次能征服他们,别让他们那么早走。”

《默杀》从剧本阶段起也做了很多测评,柯汶利表示,测评可以降低舆情和负面观众的想法,“尤其悬疑犯罪类型的电影需要很多逻辑、层层思考,很多逻辑的思辨过程,一旦给观众太多问号,怎么会这样?其实很难让观众入戏,创作的过程是让观众的潜意识跟着电影走下去,有很多前期做宣发阶段,甚至做剧本阶段时我们可以做删减,甚至优化,这些测评,现在有了技术和问卷调查,对我的作品有很大的帮助。”

《来福大酒店》路演时,刘博文很关注线上的评论,“比如电影里的老人最后弥留之际脱口而出的是‘爸妈我想你们了’,他就走了,这个部分观众给的反馈在弹幕,包括映后的交流说‘他们感动了’‘不经意的细节里被破防了’,这是我非常开心的。”

《云边有个小卖部》拍完了,影片得到了几千万观众的检阅,张嘉佳对一个年轻人印象很深,“他跟我握手的时候,胳膊上面都是刀痕,他说就因为这部电影才活下去,不自杀了。‘我很感动,这部电影是把自己心掏出来共鸣的’过程,感觉做出来起到一些作用,能给大家一些生活的勇气就更好了。”

第二组对谈

脚踏实地认真努力 中国电影一定越来越好

在对谈开始,徐峥向各位“新力量”抛出了一个问题,各位喜剧创作者的创作路径是什么?

闫非表示,他的路径是先找到好玩的事、感兴趣的事,再在事件里勾勒出一个人物,“这个人物应该离我们很近,是大家喜闻乐见的人物,通过不断旋转、错位,是我们擅长的方式。”

他拿《夏洛特烦恼》举例,“比如说我们现在当父亲了、有孩子了,我们看到自己的孩子就想做一个教育的东西,然后我们拍《夏洛特烦恼》的时候,是一穷二白的时候,做浪漫梦,这些初衷由作者有感而发的,刚才说的那些技巧是可以运用的东西。”

乌日娜则更适应在创作过程中大家一起商量,“工作人员、制片人、编剧小伙伴一起讨论,也是要去采访一下身边的朋友们,不同行业的朋友们,想要看什么样的电影,然后给我一些灵感。”

在目前环境下,怎样的喜剧才能得到观众喜爱?束焕表示,高情绪价值应该成为创作者追求的首要目标,“现在观众进步非常快,需要我们对自

不断提出更高要求,作为喜剧创作者,我们对自己的要求需要更严苛。”

董润年认为喜剧电影有着明显优势,“观众来电影院看喜剧肯定知道自己要看的是什么,他们目标非常明确,只要能和观众达成类型上的共识,至少就有可能吸引观众到电影院看。”在如何与观众达成共识方面,董润年建议创作者思考影片主题表达是否清晰,和大多数的观众朴素的、爱憎分明的观点能不能达成共鸣等问题。

闫非补充道:“我们创作时,经常反问自己怎么样让观众有动力,喜剧有一个很好的标签——观众就是来笑的,我们在计算多少时间有一个包袱,如果在电影院看到观众没有笑,我们就很不开心,这是很直接的表达或者释放,让观众开心就好。”

“虽然我们面临复杂局面,但是我相信中国电影人非常努力,没有一个导演不想拍好自己的电影。”徐峥在总结时表示,“只要大家能够脚踏实地认真努力,中国电影新力量一定会充满希望,中国电影也会越来越好。”



◎ 闫非(《抓娃娃》导演):给观众带来幸福感



十年前我和彭大魔第一次来到新力量论坛时特别紧张,互相提醒不要说错话,要反复强调喜剧对电影保持敬畏。

十年过去了,我们一直在寻找自己的观众,我们发现每一个导演苦苦寻觅的观众都是小时候的自己,小时候我们进电影院,买录像带,小时候我们那么

喜欢看电影,都来源于娱乐,来源于对快乐的渴望。

我仍然怀念那种感觉,小时候看到一部好电影有幸福感,虽然娱乐这个词不高端,但那是我们曾经作为普通观众热爱电影的初心。从剧场到影院,我们创作喜剧就是希望给观众带来幸福感,让人们化解

偏执、激活乐观的心态,生活本来不容易,有很多结,但没有结能够锁住乐观向上的人。希望传递幸福的喜剧创作者越来越多,希望有一天中国喜剧电影能走向国门,让更多不同国家的观众通过喜剧了解真实、立体、全面的中国。

◎ 董润年(《年会不能停!》导演):喜剧电影创作的“新起点,再出发”



随着科技的发展,观众能在网上看到几乎以往所有的喜剧电影、各种喜剧类综艺以及海量搞笑短视频,所以当观众走进电影院欣赏一部喜剧电影,仅仅满足其对笑的需求已经不够了。这也给喜剧电影创作者提出了新的要求。观众看喜剧电影不仅仅是为了哈哈一笑,而是要通过喜剧作品看到自己的生活,抒

发自己内心的情绪和情怀,这就要求我们从生活中选取喜剧电影的选题,反映观众真正关心的问题。

而在喜剧段子充斥网络日常的前提下,如何创作出新的喜剧桥段,是所有喜剧创作者的艰巨任务。我认为,要深入研究喜剧的创作原理,从基本原理上理性地分析喜剧的结构和构成;要深

入生活、深入群众,学会收集群众日常生活中最鲜活最有生命力的语言、包袱和段子;要从传统文化中吸取养分。从中国传统的戏曲、相声、曲艺作品中,能学到大量经过数百年实践的喜剧结构、段落、抖包袱的方式,这些也是很符合中国人审美习惯的喜剧呈现方式,创作者需要整理和继承。

◎ 乌日娜(《末路狂花钱》导演):喜剧与生活的双向奔赴



我出生在美丽广阔的锡林郭勒大草原,18岁到北京追求梦想,成长的经历让我感受到我们这片土地上的人是如此的善良和坚毅,而在当下,我们比以往更渴望欢乐和爱,比以往更需要积极向上的喜剧电影,这也要求影视作品承担更大的社会责任,传递积极的价值观。

而在这瞬息万变的时代,大家关注的话题更多元,喜剧创作者也要找到更细致、更精确的共

鸣点,再加上大多数人经历都是相似的,想要创作出更新的作品,就要找到新的切入点,去讲我们最熟悉的故事。

当下观众接触到的作品比以前多得多,一分钟的短视频也可以是作品,但最后还是成功的人物形象能给人留下印象。《人在囧途》里倒霉的老板李成功,《泰囧》里朴实耿直的宝宝,《夏洛特烦恼》里死要面子活受罪的夏洛,《年会不能停!》里意外升职的胡建林都是成

功的。他们的人物成长也是电影情节发展的重要推动力。

我想说,喜剧与生活是一场双向的奔赴。生活为喜剧提供了源源不断的素材和灵感,而喜剧则以独特的方式回馈给生活。创作者要知道观众喜欢什么样的喜剧电影,需要始终保持一颗敏感而开放的心去感知世界、去理解别人。能够给观众带来快乐正是我们这些创作者继续前行的最好动力。

◎ 束焕(《港囧》编剧):尊重电影本体就是尊重观众



说到新喜剧、新观众,我的第一个感慨是观众成长得太快了,我们当年对于喜剧有一个判断,或者说有一个公式,就是高概念、小人物,后来公式变成了模板,现在我们发现,这个模板其实进入了一个瓶颈。我的建议是要从现实生活中开掘新的题材,去找我们现实生

活中生动、鲜活、有共鸣的新故事。在喜剧这个赛道里,喜剧电影已经成为了高端产品,因为我们现在在越来越多的喜剧“基础款”。今天的喜剧电影面对着短视频、小程序剧、微短剧的冲击,用简单粗暴的手段来体现所谓的爽感、笑料,这是一种“掠夺性的开采”。如

果电影去追随它们的节奏,把电影碎片化、短视频化,必死无疑。我们要思考观众为什么进电影院,观众进了电影院是为了想得到什么。我认为一定要坚守电影的使命感和艺术的品格,尊重电影本体就是尊重观众。