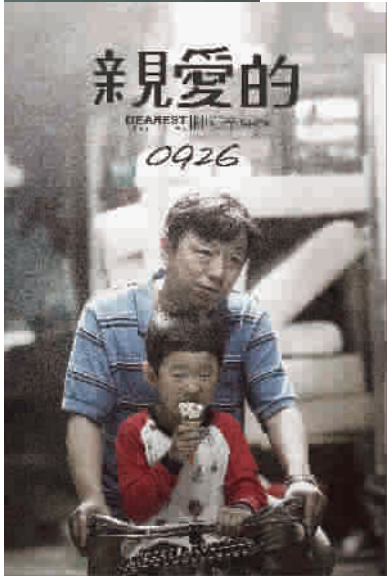


要讲打动自己的故事



马上评

陈可辛说自己很想了解中国电影市场“日新月异”的观众,但他还不够清楚,所以他一直在琢磨在研究。陈可辛作为一个中国香港影人,拍出了《七月与安生》,更拍出了《亲爱的》这样关注内地儿童拐卖和走失的优秀作品。

陈可辛说自己不会拍大场面,却意外地跟一群拍“世界电影”的人坐在一起;而这群拍“世界电影”的人却也意外地说,大片能取得全世界范围内



“我们在做电影的时候,首先要把自己跟你的故事连接起来,如果你自己都无法被故事打动,你就很难打动别人。”陈可辛在昨天的“Screen Craft 中外电影编导创意对话”现场如是说,道理听起来朴素,但却可能也是现场另一位导演詹姆斯·古恩所信奉的,他编剧并导演的《银河护卫队2》两周内在全球获得了超过6亿美元的票房。不过在他看来,这部行销世界的电影只是一个自传。

《银河护卫队》只是自传

《银河护卫队》看起来已经是一个巨型IP,第一部是2014年全年总票房的亚军,连续五个周末都获得了票房冠军,超越了漫威之前的所有电影,衍生产品收入也相当可观。但古恩说,“里面的一个人物就像我,他是一个小小的牧师,一个人孤零零,觉得自己与众不同格格不入,那就是我。而最棒、最美好的制作电影的经历,对我来说就是,我发现这个人物在全世界各地跟观众发生共鸣,世界各地都会有这样觉得孤独、迷失、被遗忘的人。”古恩强调,这种共鸣,让电影通行于全球消弭了各种文化的障碍,而不是依靠宏大场面和绚丽特效。他也坦言,科幻电影更容易能够打破文化的边界,“不管是美国文化还是中国文化,还是其他国家的文化,都可以很容易跨越边界。”

《月光男孩》没人信能大卖

写出过《哥斯拉》和《骷髅岛》这样依赖场面和特效的编剧马克斯·鲍恩斯坦谈了具体的拍出“世界电影”的方法,“《骷髅岛》不是在美国,而是在另外一个岛屿上,所以这是一种内部和外部、局内和局外的互动,增强了电影的吸引力。”另一方面他以本届奥斯卡最佳影片《月光男孩》举例说,“这是一个美国的黑人小男孩,这是一部非常小众的电影,就算在美国也是如此,美国的大片场不可能相信这个电影能够在美国的50个州,甚至在全世界大卖,但是还是大卖了。就是因为有非常个性化的电影编导,把自己的个性体现到了电影里面,而人物又有一些共性,使得世界的观众都能够有共鸣。”

原以为《七月与安生》小众

影评人周黎明聊起陈可辛去年制作的《七月与安生》,“讲到了一个男孩和两个女孩,是小制作电影,令人惊讶的是它的观众群很大,评分也很高。我很惊讶这样的电影为什么很成功,为什么拓展到它理论上的观众群之外?这样的成功故事说明了一点,就是你先要有信念,不去考虑怎么样拍出一个普通的、都喜欢的电影,如果这样想拍出来的电影是烂片。”陈可辛也说,“我觉得要爱你电影当中的人物,跟他们建立起联系和共鸣,像《甜蜜蜜》的故事应该是最喜欢的一部电影,它描写了来自内地的中国人,每一个角色都在我生长的环境当中出现过。”他又强调了一遍说,在讲故事的时候,一定要和自己的观众共鸣。本报记者 孙佳音

真诚地表达自己

的理想票房,并非仰仗中国电影人一度迷信的特效和场面,而是因为最普遍也最发自内心的情感。

其实,完全不考虑观众的感受和票房的好坏拍电影,自然不符合电影作为商品的属性。但这个商品又是特别的,它还有艺术的属性。中外编导们各自摆事实、讲道理,无非是想说,切勿讨好、迎合市场,而要你用你所掌握的技术,去真诚地表达自己。

孙佳音



“一带一路”为电影发展带来新机遇 扩大“朋友圈” 增添观众群

为积极响应国家“一带一路”重大倡议,第20届上海国际电影节特别设立了“一带一路”系列主题活动。昨天上午,“金爵论坛”举行了“一带一路电影文化圆桌论坛”,来自匈牙利、希腊、波兰、拉脱维亚、埃及、立陶宛、印度、哈萨克斯坦等10多个“一带一路”沿线国家的电影代表参加会议,共同“把脉”“一带一路”沿线国家的电影发展机遇和挑战。

与会嘉宾认为,“一带一路”倡议让沿线国家的发展由此受益,沿线国家的电影人应加强协作,利用这一历史机遇和电影节这一重要平台,将本国电影更好地在全球范围内进行交流。各国合作将成为连接“一带一路”沿线国家、欧洲、亚非乃至全球的重要纽带。当下,什么卖点最能吸引各国电影观众的目光?不少嘉宾认为,“好莱坞”在世界各地取景拍摄,这种跨地域的题材使之在全球赢得了十分出色的票房纪录。“一带一路”沿线国家也可借鉴这一经验,实现多国观众“跨文化”的共享。中国和塞尔维亚合拍片《萨瓦流淌的方向》在电影节上宣布启动。

波兰电影委员会项目经理安娜·狄杰德斯克说:“中国和欧洲的风景不一样,中国观众可能会对欧洲的外景感兴趣。我们是否可以邀请中国明星来欧洲拍电影,在欧洲取景,从而吸

引中国观众的眼球?”马来西亚亚洲电影促进协会代表黄德昌说:“亚洲国家的语言、文化有差别,但基本的文化背景都是亚洲文化,很多哲理在整个亚洲‘通行’,我们可以此为基础进一步发展。”据悉,有埃及、爱沙尼亚、希腊、匈牙利、印度、印尼等“一带一路”沿线14个国家的电影机构代表签署了“一带一路”电影文化合作备忘录。以电影为合作纽带,以“一带一路”为契机,上海国际电影节进一步扩大了“朋友圈”。

与会嘉宾对新技术兴起对电影产生的变化充满希望。匈牙利米什科尔茨电影节主席狄博尔·毕罗、希腊塞萨洛尼基国际电影节总监贾拉杜、立陶宛维尔纽斯国际电影节主管斯坦内利特、拉脱维亚国家电影中心总监瑞埃图玛认为,有很多新技术在过去十年涌现出来,包括蓝光、DVD、互联网、VOD等。有新平台的崛起,大家更应关注新技术会给电影带来什么?现在年轻人很多都不太去电影院,他们经常在手机上看。我们需要考虑把这些观众联系起来,找到新的方法创作对他们来说有趣的内容。我们可以在网上构建了一个持续几天的‘虚拟影院’,免费提供观影机会,特别是对一些小众电影而言。世界各地有非常多的观众愿意看这样的电影。” 本报记者 俞亮鑫

业内巨头把脉未来发展方向 互联网影视产业叠加影响深远

互联网和影视产业的叠加,早已不是什么新鲜事。去年的上海国际电影节上,各大网络巨头还在讨论中国电影业的传统格局所遭受的冲击和改造,而今年,影视网全覆盖所带来的巨大的改变和契机,成为讨论的主题。

昨日,作为第20届上海国际电影节最重要的活动之一,第三届互联网电影上海高峰会在上海跨国采购会展中心开幕。围绕思考、定义互联网影视的健康生态和挖掘平台互动的潜力等核心议题,行业“大佬”们展开了热烈的讨论。

思辨一:不要低估中国电影工业的调整能力

作为峰会上第一位发言的嘉宾,博纳影业董事局主席于冬鉴于今年春节国产电影的表现,表达了对当下中国电影发展状况的担忧:“好莱坞大片强势进入中国市场,这种强势碾压对于中国市场的冲击会持续很长时间。目前如果中国电影没有很好的应对策略和手段的话会面临非常大的冲击。”

“我认为于冬夸大了好莱坞的威胁,低估了中国电影工业的调整能力。”光线传媒股份有限公司董事长、总裁王长田在发言的一开始就表示了对于冬看法的不认同。他认为国产影片票房增速的放缓既不是因为国产片质量下降了,也不是因为外国影片口碑特别好,而是因为观众对于国产片的期待值高于国产片本身的质量。“但这都是短暂的现象,中国观众是全球最聪明的观众,他们有很好的调整能力,发现好的影片的时候会自发地快速地传播。所以不要用某一个时间点呈现的状况去判断未来。”

思辨二:新人才、新模式、新手段让市场趋于合理

阿里影业副总裁刘开珞介绍,在当前的环境下,他们正试图开发一些不同于传统的盈利模式,比如以观看时长来计费。在这种模式之下,作品

或者演员的影响力只能是一小部分消费动机,而当观众观看的时间累积的越长,才真正代表了观众对作品的喜爱。

企鹅影视CEO孙忠怀认为,资本的选择是追着市场走的,在一定时间内还是比较理性的。但他从这种市场调节的合理中看出,好的内容来源于好的创意人才,这才是独一无二的资源,尤其当市场需求越大的时候,他们的价值就越高。“想要建立互联网影视的健康生态,第一件最重要的事情还是要培养有创造能力的人才,要和他们合作、给他们好的平台和资源。”

作为全场唯一的女性嘉宾,华策集团创始人、总裁赵依芳也表示同意。在她看来,华策现在在电视剧的产量是1000集,这1000集电视剧在互联网上的点击量接近1000亿了。“这在以往传统媒体上是不可想象的。所有的视频网站给观众给这一轮的影视文化产业的发展起到了很大的作用。有了这样的互动和需求,我们的创意创作更多元化,进步会更快。”

思辨三:挖掘IP内容的完全释放

作为众多IP的源头,阅文集团副总裁罗立认为,互联网的的确给很多人带来了机会,甚至给很多大的公司带来了压力。“我们创造了网络作家这个行业。互联网给群众带来了新的发展机会,让原来的公司和专家坐立不安了。”参照美国等成熟市场的经验,罗立认为对于阅文集团来说,互联网还有一个可开发的空间在于,能够帮助他们打破现状,实现周边的垂直销售,获得IP更多的开发空间。

对此,索尼哥伦比亚影业执行总裁马修·米兰也提醒说,IP的存在固然有很多好处,但IP不是全部。“IP意味着有好的品牌,但不意味这观众就会买账。”IP在更多时候意味着电影下映之后的衍生收入,从图书、玩具到主题公园,每一个IP都有这样的潜力。如何把这个金矿的潜力进一步挖掘出来,则是中国电影人需要努力学习和提升的。 本报记者 张艺 江跃中