



《月光里的男孩》入围 第40届华沙国际电影节主竞赛单元

本报讯 近日,第40届华沙国际电影节公布了入围名单,由万玛才旦监制,达杰丁增编剧、导演,苏明晴担任制片人的电影《月光里的男孩》入围长片主竞赛单元。

该片是中国导演达杰丁增的导演处女作,他曾担任《塔洛》《撞死了一只羊》《旺扎的雨靴》《一个和四个》等影片的执行导演。

《月光里的男孩》在剧本阶段和制作阶段就已在FIRST青年影展、金鸡创投大会、北京国际电影节创投斩获殊荣。影片剧本根据作家赤·桑华短篇小说《怀念一只叫扎西的狗》和《柔旦的弟弟叫洛洛》改编。该

片讲述了在上小学的小扎西救下了一只流浪狗,流浪狗被收养后也给取名“扎西”,这使小扎西成为了同学们的笑柄,于是小扎西计划杀死狗“扎西”却弄巧成拙打瞎了它的眼睛,小扎西在狱中多年并患了眼疾,而在他成为著名作家再次归乡后却得知了事情的另外真相。

影片于2023年在青海囊谦开机,是入围本届华沙国际电影节长片主竞赛单元的唯一一部国产影片,该片将与其他各国主竞赛影片一起参与最佳影片大奖的角逐。

(姬政鹏)

电影编剧与市场的合作共荣

■文/陆海敏

回眸中国电影产业化以来的二十余年,国产电影形态已经出现了根本性的改变。这种改变既有来自外部工业科技水平、放映设备的革新,也有来自视听语言的探讨,而更多则是电影观念的改变,这种改变也对电影剧本创作产生了不可忽视的影响。

在我国电影产业化转型的初期,各制片公司初入市场,拍摄目的呈现简单多样化的趋势,主要可分为两大类,一是以获奖为目的,希望影片可以在国内外各大电影节有所收获的“艺术片”;二是以盈利为目的,单纯制作一部观众概念中的“商业片”。因选择“赛道”不同,项目在剧本创作上的观念与方法,也会出现巨大差异。

可以看出,在当时,以市场盈利为目的的大部分商业影片,进入剧本创作时,惯常选择“套用已有的情节模式和类型化人物”“直接使用某经典电影中成功桥段”等剧作技巧,利用巧合制造矛盾冲突、调集悲情元素进行强行煽情,虽然手法有些拙劣,但不可否认,这是电影编剧在适应中国电影市场化时对“好莱坞的电影叙事神话是建立在类型化人物和固定情节模式基础上”的实践尝试,并且,一段时间内也收获了一定的成功。

进入新时代后,随着电影市场日益成熟,网络平台的日新完善,制片公司形成了对项目创作、拍摄、宣发、成本回收一系列成熟多样化的商业运作,电影项目可选“赛道”也变得愈加丰富,电影从最初的单纯的“盈利”,进阶到其商品与宣传属性的融合态势。以最宽泛的商业片与文艺片相比较,编剧在剧本创作时的差异性也发生了相应变化,其成熟度和自我意识有了巨大的提升:

对比两张表格,可以看出,创作规律顺应市场发展、市场占有率有依托内容资源,两者息息相关。曾经有敢于探索的创作者尝试在小成本商业片中运用艺术片的表现手法,虽然得到专家的肯定,但却以观众“不知所云、故弄玄虚”的犀利评价而遭遇市场惨败。

其实,探索并没有错,但是回到一部成功电影的本质,这是一个创作意识的问题,如果我们今天用类似《伊万的童年》《永恒的一天》等的手法来拍摄一部商业影片,搞不好会激怒观众,何谈票房。而这也是当前电影剧本创作者要克服的一个具体问题——电影编剧必须明确影片的市场“赛道”与受众群体。

中国电影市场从当年计划经济的“统购统销”,以壮士断腕的勇气,努力冲破桎梏,奔向市场化、产业化改革,一步步走到成熟的商业化运作,以良性资本调控市场,以观众满意度树立口碑,我们创作者必须明白,任何类型的影片都要接受来自电影市场的大考,经受观众的考验。

但在实践工作中,我们会遇到相当一部分编剧,当他们被问及:“你预计剧本需要多少制作费?回收成本是多少?市场定位是什么?”很多编剧认为这是投资和发行需要考虑的事情,至多延伸至编导合一的导演,作为一名纯粹的编剧,“只要关注稿费什么时候到账就行”。可是,这又何尝不是一个悖论呢,如果不知道影片的制作费及回收成本是多少,怎样保证自己的作品被完整呈现?怎样在剧本中设置特定场景?怎样设定稿酬标准?编剧自身的个体职业规划怎样实现?

曾经确实有一个时期,编剧不用考虑市场,只用顾虑个人的情感,那时很多电影创作者,将剧本写好,装进信封,四处投稿。当时,仅一个电影制片厂文学部,每年都可以收到六七千件稿件,其中大部分都是业余之

作,需要有经验的文学编辑如同大海捞针一般进行筛选,那些被挑选出来的,往往是符合时代气息,在“统购统销”的年代也是被市场和观众所认可的作品。近些年,电影剧本征集活动如雨后春笋一般不断涌现,但重复投稿、一稿投多年的例子却屡见不鲜,更有甚者,竟以“评职称”“涨工资”作为评选目的。如果创作者仔细思考自己失利的原因,会发现,并不是评选专家缺乏慧眼识珠的能力,而是观众拥有不同的审美观念和个性需求,市场需要不同的商品,电影剧本是为拍摄服务的,是要接受市场考验的,如果一个剧本仅想以铅字的形态出现,如果它早已落后于时代,如果创作者本身就抛弃市场,那他也终会被市场抛弃。

作为一个成熟的职业编剧,想用手中的笔来安身立命,仅仅构建自己所熟悉的、钟爱的、符合自己人生真实经历的故事是无法完成自身职业规划的,这就是作家和编剧的不同。作为编剧要知道市场喜欢什么样的故事,选题的主要受众群体是哪些人,在策划阶段就要确定故事和切入点和走向;进入剧本创作后,大到风格调性,小到具体的台词,甚至服饰细节,每一个点都要看市场是否需要,观众是否接受。

在一个剧本论证会上,有一位专家老师对剧本中西方审美鲜明的角色形象设计提出建议:可依托“国风文化热”,从《海错图》中寻找原型素材,进行修改。调整后,角色“中国风”的鲜明特质,与影片的气质极为贴合,不仅让编剧在剧本修改时迅速找到了方向,影片上映后,也取得了不俗的票房收益。

当下电影制片机构在上映前确会更多考虑项目的“热点”“话题性”,上映后则会关注观众的反映。想要推出一部成熟、成功的影片,这些都需要剧本创作者与制片人一同面对。

电影《热辣滚烫》在投拍以前,投资者就已经将“热点”准备充分,只等市场一战。首先,作为贾玲执导的第二部作品,项目改编自日本电影《百元之恋》,在观影渠道丰富的当下,这并不算一部小众的影片,而《你好,李焕英》的市场成功,也为其上映奠定了良好基础。其次,影片“爱自己、随心情”的核心宣传点与当下社会氛围结构,引发观众讨论,寻找共情。最后,抛出“瘦身”话题,营造市场热度,为影片建立票房号召力。如果是以往,这些因素的存在,已经可以保证票房成功了,但是当下中国电影市场,还需要一个好故事,一个符合国人审美价值观的故事,这就需要编剧对原片进行落地改编,使之与我国国情和观众心态完美结合,形成创作、市场互相成就的良好局面。反之,缺乏优质内容,供给不足的市场,必然会导致持续观影热潮的退去,那时的我们将会失去让我们安身立命的观众。

电影剧本的创作很简单:喜剧让观众发笑;悲剧让观众哭;现实主义文以载道,促进社会进步;历史题材以古喻今,激发爱国情怀,提升民族自信心和自豪感。近年来,那些成功的影片早已证明我们当代电影创作者的时代感和人民性并不迟钝,在向文艺“高峰”行进的艺术队列中也非落伍者。

我们常说“干活不由东,累死也无功”,对于剧本创作者,市场,观众就是我们的“东家”。所以,归结所有,好作品只有一个要求,那就是好看、动人,能够让观众放下手机,走进影院,以两个小时换取一份共鸣。而我们的剧本创作者,也只有与市场共赢,才能创作出中国电影的“高峰”之作。

(作者单位:中宣部电影剧本规划策划中心)

电影《乔治娅》欧洲首映获赞

本报讯 近日,第十二届Mice(西班牙)国际儿童教育电影节在西班牙瓦伦西亚(Vaencia)举办,本届电影节首次呈现长片展映“致敬中国单元”,打破了往届时长仅15分钟的短片形式。吸引了来自中国20年以来的近50部影片参评,激烈角逐5部优秀电影作品荣誉。

国产电影《乔治娅》在其中脱颖而出,该片在西班牙瓦伦西亚蒙特塞拉特城进行了欧洲站首映,放映后获得观众热烈的掌声。

影片由中国藏族导演乔美执导,以中比混血小女孩乔治娅的一段经历为线索,讲述了一个即将破碎的跨国婚姻家庭重新温暖的故事,内容涉及原生家庭、跨国婚姻、女性心理、代际矛盾、阶层融合等重要话题。在拍摄制作时,小演员只有三岁,却表现出相当成熟自然的表演天赋,为中国电影的儿童题材贡献了不同以往的崭新形象。

该片制片人徐千雅表示,希望通过自己



的作品来让中国儿童电影艺术现代形式在国际上得以展现,让中国的文化输出具备一张新文化名片,让更多的国际友人通过这样的

方式来了解中国的文化、了解中国人的心灵、了解中国式的情感、理解中国式的精神世界。

(姬政鹏)

粤剧电影《范蠡献西施》广州首映



本报讯 10月16日,由广东省电影局主办,广东省电影家协会、广东省电影行业协会协办,南方都市报社、广东南都娱乐传媒股份有限公司承办的“广东优秀电影推介会暨电影《范蠡献西施》首映礼”在广州平安大戏院举行。广东省委宣传部、广东省电影局、广州市委宣传部、广东省电影家协会、广东省电影行业协会、广州市粤剧院、广州市电影家协会、广州市荔湾区委宣传部等相关负责人,行业嘉宾、片方主创团队、媒体代表和广大影迷参加了活动。

粤剧电影《范蠡献西施》是“广州市粤剧

电影精品工程”中的重点影片,改编自同名经典粤剧舞台剧,讲述了勾践囚吴,而后范蠡、西施、西施于吴宫迷感夫差使其杀伍子胥,越国反攻灭吴,范蠡费尽艰辛终与西施再会的故事。

首映礼上,《范蠡献西施》出品方代表,广州广播电视台党委副书记、总编辑滕建新在致辞中表示,该片是“广州市粤剧电影精品工程”的最新成果,致力于将粤剧这一非遗瑰宝作影像化再现,在新时代焕发全新活力。两位主演,粤剧名家、国家一级演员、梅花奖得主黎骏声和陈韵红共同演绎了范蠡与西施甘

愿舍弃爱情,勇担家国大义的传奇故事。国家一级编剧、导演邓原和青年导演潘钧则在充分尊重戏曲规律与粤剧艺术基础上,对舞台的时空叙事作了全新呈现,用电影语言展示南国红豆的独特魅力,实现中国传统戏剧戏曲艺术的创造性转化和创新性发展,令粤剧赢得更多人关注与喜爱。

活动现场,导演邓原和潘钧,主演黎骏声和陈韵红作为主创团队代表与观众进行了映前互动,分享了影片的创作心得和拍摄过程中的趣闻轶事,介绍了如何使用电影镜头、特效手段展现粤剧艺术家的精湛演出和艺术特点,并在舞台的写意与电影的写实间取得平衡。黎骏声和陈韵红两位粤剧名家更现场演绎了一段《范蠡献西施》中的唱段,赢得满堂喝彩。

广州市原市长、广州市人大常委会原主任陈建华也上台分享了自己的感受。他表示,要振兴粤剧,就要守正创新。《范蠡献西施》在一个宏大的叙事背景下,塑造了一段悲壮而凄美的爱情故事。忍辱负重、卧薪尝胆等成语,正是当时吴、越两国争锋时代背景下的真实写照,也是留给中华民族的宝贵文化遗产。两位粤剧艺术家已表演了这个经典剧目几十年,教育了几代人,现在希望通过电影艺术的形式,把这些优秀粤剧曲目保留和传承下来。

粤剧电影《范蠡献西施》由广州市广播电视台、广州粤剧院有限公司联合出品,将于10月18日正式与观众见面。

(影子)

电影《云上的云》发布制作特辑

本报讯 李玉刚导演处女作电影《云上的云》近日发布主创“剖白”制作特辑,表达导演李玉刚的创作初心。

《云上的云》讲述了当下年轻人的爱与成长。此次发布的“剖白”制作特辑展现了李玉刚洞察当下年轻人特殊的乡愁情结,他不断打磨剧本,精雕细琢视听语言、深耕演技,在这部电影中做好导演、制片人、编剧、演员。电影中,观众能够看到李玉刚将自己的内心写照投射到角色之中为其赋予灵魂,并把擅长的戏曲元素融入光影艺术中,成为一部带有李玉刚独特气质的大银幕之作。李玉刚表示,自己多年研究戏曲文化,所以在创作拍摄电影时也有注重增添戏曲国粹

等传统艺术,东方意境、东方留白等含蓄性表达也成为了影片独特气质。

《云上的云》已在长春、成都、重庆、上海等多个城市举行路演,不少人被影片里的爱情与乡愁所感动,更对电影别具一格的浓郁东方韵味与中式美学表示赞赏,“电影里不仅有刻骨铭心的动人爱情,也有难以抉择的爱情,看电影的过程也在不断反观自己的生活,更加珍惜身边无私爱着我的亲人和爱人。”

该片《云上的云》由浙江玉泽文化、缙云县文化旅游发展投资有限公司、长影集团出品。

(杜思梦)



	商业片(娱乐化)	艺术片(文艺性)
受众群体	大众性	小众专业群体
主题	浅白	鲜明
情节和人物	模式化、类型化	以人物命运为主线
内容与形式	重故事/重形式	内容与形式统一
剧作目标	好莱坞化	中国故事,作者电影
	商业片	艺术片
受众群体	大众性	雅俗共赏
主题	关注社会性话题	关注个体成长
情节和人物	典型事件、典型人物	小切口具象事件
内容与形式	重故事/重形式	凸显形式感
剧作目标	讲好中国故事	
发行渠道	全线发行与分线发行相结合	可选择分线发行针对放映