

“红色主旋律”正在成为“新主流大片”

2021.7.1 公映

黄建新 监制/导演

近年来,众多主旋律影片以精深的主题表达、精湛的艺术表现、精良的技术制作,赢得口碑与票房的双丰收。今年是中国共产党成立100周年,在本届上海国际电影节的金爵论坛上,“红色经典”“主旋律”“主流商业大片”等关键词被高频提及。

一个观点得到了大家一致认同:中国主旋律电影正在赢得越来越多的年轻观众,获得越来越热烈的市场反馈;一批具有鲜明时代气息的红色经典正在成为“新主流大片”。

“能够用影像表现和记录我们党、我们国家曾经的来路,是我们电影人的骄傲。”在日前举行的“主旋律电影的市场化探索”论坛上,制片人梁静如是说。电影业的代表们纷纷表示:不管技术如何迭代,现实主义电影的创作初心不变,那便是为时代、为人民而创作;只有这样的作品,才能突破圈层,打动各个年龄段的观众。

一部主旋律电影是否成功,关键在“怎么拍”

北京电影学院教授、《金刚川》编剧赵宁宇认为,中国主旋律电影大致经历了三个阶段的发展:上世纪九十年代初涌现出一批优秀作品;2002年、2003年,电影产业改革,主旋律影片升级,在叙事、视听美学、人物定位和观众共情上,给了这代创作者很深的影响;到了当下阶段,一批优秀的中青年电影人投入到“新主流大片”的创作中,各方面成绩都非常不错,并不断在探索中前进。

梁静先后操刀《我和我的祖国》《金刚川》和即将上映的《革命者》等主旋律影片。她认为:“主

旋律电影其实就是主流电影,因为它的价值观就代表了一种正能量。在很多国家都有这样的电影,而且都相对在商业上非常成功,我们还有很多的空间可以探索。”

“越经典的题材越有潜力和可能作出新的诠释。所以我们把红色题材电影理解为是‘新主流电影’。”《1921》的联合导演郑大圣说。作为本届上海国际电影节的开幕影片,该片刚刚与第一批观众见面,引起了热烈反响。

“如今的主旋律电影,也可称之为主流商业大片,它们艺术质量上乘,在获得了好口碑的同时拿下高票房,赢得更多年轻观众的喜爱。”《张思德》《云水谣》《铁人》导演尹力强调,优秀的主旋律电影之所以能够成功,在于回归电影本体,回归市场,回归艺术规律。“只要真的用心动情,电影人既能够吸引观众还能够感动观众,进而用自己的作品来征服观众、震撼观众。”

不炫技的感人故事和生动表演,才是真正的“高科技”

随着中国电影工业化水平不断提高,在主旋律电影向新主流大片的迈进过程中,“技术”成了电影市场化绕不开的关键词。

尹力坦言,他真诚希望创作者在掌握了高科技的今天,能够让创作回归“本心”——把普通人的情感调动起来,从而跟观众达到共情互动的艺术效果。

郑大圣透露,在拍摄《1921》时,黄建新导演不停地告诫他说:“不要被最新的、最炫的技术诱惑,为技术去设计场面或者镜头。”每当在监视器前看到演员们生动的面孔时,黄建新会经常说:“你看,这是任何高



科技达不到的,这才是‘高科技’。”

李骏导演的《无限深度》有1600多个特效镜头,但他依然坚持认为,在视听体验和选择越来越多元的今天,观众之所以愿意走入影院,是因为共同的情感体验。“我认为所有今天在电影院里进行的技术革新,不管是IMAX或者是CINITY,都是为了增强大家在影院里共同去感受这个凝聚力。”他说,该片将镜头对准了小人物,“每个时期的观众都愿意看英雄人物,英雄主义是不灭的。电

影里虽然是普通人,但灾难来临的时候,他们有强大的能量,有救援的能力,有奉献的精神。”

纵观近年来主旋律电影的叙事方式,越来越多的影片将大时代背景下普通人的感受、经历有机结合:《1921》回到百年前的历史现场,全景式再现平均年龄仅28岁的热血青年;《我和我的祖国》用一个个小人物的故事折射整个大时代的变化;《金刚川》展现了炮火下“最可爱的人”的群像力量…… 据文汇报

《寂静之地2》成疫情期间首部北美票房破亿影片

本周,《寂静之地2》重新夺回北美周末票房排行榜冠军,并成为新冠疫情期间北美市场首部票房破亿的影片。华裔导演朱浩伟执导的新片《身在高地》位居第二。

北美票房统计网站“boxofficemojo.com”的统计数据显示,在上周末跌至第二名之后,《寂静之地2》本周末以近1170万美元的票房重夺北美周末票房冠军。发行3周以来,《寂静之地2》的北美总票房已接近1.09亿美元,成为新冠疫情期间第1部北美票房超过1亿美元的电影。迄今为止,该片的全球总票房为1.992亿美元。

美国华裔导演朱浩伟执导的电影《身在高地》本周末正式登陆北美院线及流媒体平台“HBO Max”。首映周末,该片从3456家影院获得1140万美元票房,远低于2000万美元的预期。《身在高地》的票房低于预期的原因之一可能是其向“HBO

Max”的订阅用户免费开放,另一个原因可能是这部电影缺乏大牌明星。

改编自同名音乐剧的《身在高地》聚焦于拉丁裔移民的美国生活。该片拉丁裔观众在所有观影人群中占40%。影评人和观众都对该片评价颇高,截至13日晚,该片在评论网站“烂番茄”上有225条影评人评论,获得96%的评分,而超过1000名观众则给出95%的评分。

《比得兔2:逃跑计划》本周末在北美3346家影院上映,首映票房达到1040万美元,位列周末票房排行榜第三。该片的最终表现或许不能与2018年首映的《比得兔》获得的1.15亿美元北美总票房相提并论,但可以进一步证明儿童电影在新冠疫情期间优秀表现。目前,这部电影在北美以外市场的票房已达到5790万美元,全球票房达到6830万美元。

影片中,尽管为了融入大家庭做出很多努力,

比得兔却始终是大人们眼中的“捣蛋鬼”。比得兔决定离开花园并前往城市冒险。在这一过程中,比得兔逐渐明白了自己想成为什么样的兔子。截至13日晚,该片在评论网站“烂番茄”上有56条影评人评论,获得66%的评分,而超过250名观众则给出92%的评分。

本周排在第四位的是上周冠军《招魂3》。该片在上映第2个周末票房下跌58.4%,为1000万美元。迄今为止,《招魂3》的北美总票房为4380万美元,全球总票房达到1.118亿美元。

迪士尼的《黑白魔女库伊拉》上映第3个周末,从北美3307家影院获得超过670万美元,票房下跌38.7%,排在北美票房排行榜第五。迄今为止,《黑白魔女库伊拉》的北美总票房为5600万美元,全球总票房达到1.293亿美元。

据中新网