



扫一扫

更多精彩活动和免费礼品等你来

本报综合消息 关于明星“天价”电视剧片酬的讨论尚未结束,与之相似的综艺明星“天价”片酬再度引发争议。从价码上来看,综艺节目和影视作品相比有过之而无不及。实际上,大热IP和一线明星并不能决定一档节目必然成功。将太多资源精力投注于明星争夺和版权争夺泥潭,行业本身将陷入恶性竞争的怪诞局面。



公映两天票房2.1亿,观众赞叹人靓景美,只是——
《美女与野兽》
真人跟动画太像?

本报综合消息 由迪士尼影业制作并出品的奇幻爱情电影真人版《美女与野兽》上周五以3D IMAX等多个版本在全国公映。公映两天,票房达到2.1亿,这个成绩不能算惊艳,但还算过得去,不过有观众看完后表示,该片在情节上跟1991年动画版的《美女与野兽》很接近,甚至有些镜头就是照搬动画版的。

《美女与野兽》的故事首度出版是在1740年,维伦纽夫人笔下的《美女与野兽》主题非常宏大,除了罗曼蒂克爱情之外,女性在18世纪中期应有的婚姻权利也有所涉及,内容很超前。1756年,女作家博蒙改写并删减了维伦纽夫人的长篇故事,二度创作了《美女与野兽》,这就是如今我们最为熟知的版本。1991年,迪士尼影业以动画形式将其搬上大银幕,取得前所未有的巨大成功,成为首部获得奥斯卡最佳影片提名的动画电影。

据悉,真人版《美女与野兽》的制作成本高达1.6亿美金,最近几年,迪士尼热衷于拍摄真人版的经典童话电影,其中包括《灰姑娘》和《沉睡魔咒》等,且都在票房上取得了不错的成绩。此次真人版的拍摄一直受观众瞩目。

对于这部影片的布景和舞美设计,几乎所有的观众都给予了肯定,不少观众认为,真人版的《美女与野兽》在情节上几乎复制了动画版,在创新上过于保守。

不过本片导演康顿与共同剧本作者埃文·斯彼里奥托普洛斯和斯蒂芬·卓博斯基可不这样认为,他们在借鉴1991年动画版的基础上,对这个故事的经典主题进行拓展,“最近有不少电影,要么是对原作进行了彻头彻尾的重新演绎,抑或是从另一个角色的视角来进行故事的诠释,我们并没有这样。我们想要做的,就是让这个故事更多地融入现实,而不是创作一个新的故事。”

钱都砸给明星,综艺还能好吗?

综艺高价邀请明星也难逃同质化

这两年坚持看综艺节目的观众,很可能出现的状况是:记不起是哪一档节目,倒是几个蹦蹦跳跳的明星很熟悉;然而尽管对活跃在各类综艺节目的明星们特熟悉,却始终想不起来他们演绎过什么作品。

很难想象,在过去短短两年之内,电视荧屏上的综艺节目数量竟然已经从215档井喷至600多档。但比大量同质化节目更令人尴尬的是,大规模的综艺明星同质化,以及与之并行不悖的综艺明星片酬激增。

关于明星“天价”电视剧片酬的讨论尚未结束,与之相似的综艺明星“天价”片酬再度引发争议。从价码上来看,综艺节目和影视作品相比有过之而无不及。据业内人士透露,目前超一线明星拍一季综艺的价格就是一部电视剧的价格。

而相比于电视剧的几个月的拍

摄周期来说,一季综艺节目的拍摄不会超过三十天,这恐怕足以解释很多综艺明星虽然未曾有什么影视作品,但各大综艺节目却频频现身的原因了。

可想而知,一档综艺节目的成本绝大多数都砸给了明星(还有一大部分支出是海外版权购买),留给节目制作的预算连零头都算不上。

遗憾的是,大规模砸钱带来的并非百分之百成功,得明星者得收视率也并不奏效。比如,范冰冰天价加盟《挑战者联盟》连续两季收视率都不算好。同样命运的还有芒果台重金请了32位大小明星的《全员加速中》,似乎连名字都不是很熟。不胜枚举的例子反复印证的道理是:一档综艺节目请来的明星的咖位大小并不和节目收视率成正比,用来忽悠投资方和上级的收视

率数据主要靠买。

然而,制作方似乎也很绝望。节目类型同质化背景下,抢占明星最终成为唯一的战场,在各大节目组厮杀之下,综艺明星的片酬水涨船高也符合价格规律,这和同样备受批评的国产影视业如出一辙,而且二者相互推动片酬上涨。

简单来说,粗制滥造影视剧中的同一拨人,很可能脱了戏服后在综艺节目里开一个同电视剧差不多的片酬,展开双向营销,不断推高价码,循环往复陷入恶性循环。

如果给节目组算一笔账,明星拿走总成本的三分之二甚至更多。与此同时,决定着节目策划、拍摄、剪辑、后期等一系列制作层面的预算被一再挤压。而即使是明星拿走大头后所剩无几的投资,还要由外包的节目制作公司和电视台再分。

综艺的核心竞争力不是IP、明星的堆砌

作为综艺节目的重要元素,明星的参与本无可厚非,但有了大热的IP并不能决定一档节目必然成功,一线明星也无法保证收视率的节节攀升。将太多资源精力投注于明星争夺和版权争夺泥潭,行业本身将陷入恶性竞争的怪诞局面。

不同于制造业,文化产业的特殊性在于——生产的是“意义”。在今天的综艺舞台上,缺乏有机整合,仅仅靠

IP、明星、场面的堆砌显然无法实现文化产业的核心竞争力。今年,继《诗词大会》以来,文化类综艺逆势获得成功也证明了,一档综艺节目的火爆一定与其对意义生产层面的把控能力息息相关。同理,刚刚开播的《明星大侦探》和始终人气颇高的《奇葩说》等节目,也因为其在内容上“不只是令人发笑”且颇具思辨性而获得成功。

娱乐业经济大热背景之下,资本

潮流蜂拥入场,一切都显得顺理成章。然而,资本逐利性最终给行业带来的却是饮鸩止渴式的厮杀。尽管现在看来娱乐业经济热钱涌动,却始终鲜见令人难忘的文化产品。

从去年一直热炒的“内容创业”到今年流行起来的“头部创新”,不差钱也不差人的娱乐产业中,最缺乏的恰恰是对于文化产业中意义生产的思考。



关注咸宁新闻网微信
xnnews



更多精彩活动和免费礼品等你来