

使用原声台词是对演员的基本要求

□李雨心

不知从何时起，“配音”成为不少国产古装剧的“标配”。打开电视，就算不停切换频道，但是听来听去，不同剧集里的男女主们的声音，就像是同一个人。上网一搜，这些古装剧所用的配音演员来看，总是那么几个：边江、季冠霖、阿杰……无论换哪个频道，都是这些人的“声音”在谈恋爱。

“国产剧苦配音久矣”，这也许是近几年来在影视剧圈中被频繁提及的问题。不少流量演员出演了众多影视剧的男女主角，但很少有观众在剧中听到过他们真实的声音，这些影视剧基本上都使用了配音演员。而“使用配音”的做法，在国产影视剧中已是见惯不怪的普遍现象，更有继续“蔓延”之势。

5月12日，当话题#专业配音成本由演员方承担#出现在热搜榜时，可以看到网友的吐槽与不满。

根据国家广播电视总局微信公众号5月11日发布的消息，经国家广播电视总局批准，中国广播电视社会组织联合会与中国网络视听节目服务协会共同制定的《演员聘用合同示范文本(试行)》正式对外发布。其中明确，如演员方无法按照甲方要求

(未能按时配音或配音质量欠佳等)完成配音工作的，演员方同意甲方有权为演员方出演角色选择专业配音演员进行配音，相应成本(如配音酬金、差旅、食宿等)由演员方承担，或在支付给演员方的片酬中予以扣除。

大量使用配音演员的现象，可能在“内娱”算是独一份的存在了，特别在古装剧、仙侠剧中极其“泛滥”。于是，“配音不贴脸”(配音和角色形象不搭配)成为了不少古装剧的争议点。譬如《有翡》《镜双城》《千古玦尘》等大热IP改编的电视剧，都请来了“咖位”极高的演员，但最后出圈的却是“配音出戏”，闹到最后连配音演员都出面回应。更有甚者，直接掀起了“粉丝大战”，粉丝责怪剧方找的配音“不贴脸”，而网友则质疑演员为何不用原声出演。

台词，作为演员的基本功底之一，是体现演员演技的重要组成部分。在表演中，“声台形表”往往缺一不可，好的演员自然能够做到这四个字的统一。但当下在影视剧市场中，从剧方到演员，似乎都在忽视台词的重要性，或者找配音演员成为了演员台词不过关的“遮羞布”。演员拿着高片酬，却

连声音都不用出，木然的演技配上配音演员充沛的台词，怎么看怎么突兀，难怪要被观众责怪“不贴脸”。

时光倒回到经济水平不算发达、制作设备不算先进的过去，不少影视古装剧都是现场收音，却丝毫不影响剧的品质和口碑。到了现在，设备和技术都发展到了极高的水平，演员们却连走进录音棚都不肯，或者剧方为了省事和图效率，直接选择配音演员，自然也导致了演员们的台词功底停滞不前。

此前，年代剧《人世间》主演殷桃在被问到当下国产电视剧滥用配音的情况时直言，如果是技术层面的问题，如现场收音不行需要到录音棚配音等，这些情况是可以理解的。“如果不是因为这个原因，我不知道为什么要用配音，这是我想不通的事”。在她看来，用原声出演是演员的基本技能之一。然而，就这一演员应具备的“基本”职业准则，现在倒成为了粉丝吹嘘演员“敬业”的资本，难怪网友“吐槽”说，影视圈要是能够倒退二十年，反而是一件“好事儿”了。起码在那个年代，使用原声台词是演员的基本要求。

拍灾难片是门技术活

□李丽

拍灾难片是门技术活，看完罗兰·艾默里奇的《月球陨落》，会愈发肯定这一点。正是因为缺乏足够的科学含金量，这部灾难片被拍成了灾难。

要拍好灾难片，首先你得有一个足够有说服力的科学理论作为基础。如何做到有说服力？一个简单的方法就是，不论多大的脑洞，它都得是在人类现有理论之上进行发挥，如此才能被人们理解并感同身受。

艾默里奇在18年前拍的《后天》就是一个正面例子。温室效应对地球有害，这一点无论当时还是现在，都算是一个尽人皆知的结论。但如何有害？《后天》给出的设想是：它会让地球回到不适合人类生存的冰川时代。这在科学界也算流行说法之一，个中逻辑虽然无法跟普通观众一一道来，但影片尽量通过身为气候学家的主人公之口进行了解释。再加上全片用灾难发生后的各种夸张特效场景对理论进行佐证，上映之后的《后天》迅速征服了全世界观众。总结起来，《后天》之所以成功，是因为它做到了拍灾难片最重要的一点——让观众当真。

相比起来，《月球陨落》理论基础之薄弱，便好似把地基建在了沙滩上。“月球人造说”在过去只是一个民间流传的阴谋论，早就被科学家驳斥过无数回，艾默里奇这回却将它作为整部电影的理论基础。这无疑需要影片在说服观众时下更多功夫，但剧本却偏偏在这方面特别儿戏，让一个“民间科学家”发现了“月球是空心的”这一全世界相关科学机构都没能发现的惊天大秘密。而且，还把理论的论证过程全都略过了。今天的观众可比18年前更挑剔：你说空心就是空心？对如此粗暴的“喂结论”，他们只会嗤之以鼻。

“月球人造说”已经摇摇欲坠，偏偏《月球陨落》还“更上一层楼”地加上了一个“人类祖先外星说”。对后者，影片同样逻辑欠奉，只是通过主人公们乘飞船在月球内部“参观”，告诉观众：看，这是农田……哇，原来祖先早就把我们生存需要的所有种子都藏在月球上了！接着，强光一闪，“外星祖先”化身主人公的儿子模样，几句话说明了为啥人类“沦落”到地球：祖先们原本在外星过着无忧无虑的发达生活，直到有一天人工智能“造反”，快要灭绝的祖先被迫把文明的种子藏在了月球，指望有一天它能在地球上“生根发芽”。

对了，这部灾难片的灾难是如何发生的？因为人工智能追杀到月球，导致空心的月球偏离轨道，要撞上地球啦。

拍到这里，《月球陨落》已经不是灾难片，也不是科幻片，而是一部不折不扣的玄幻片了。

脑洞太大，就不适合拍成灾难片或科幻片吗？答案倒非绝对。2016年丹尼斯·维伦纽瓦执导的《降临》，讲述的是十二座外星飞行器突然降临地球的故事，人类想弄清楚外星人究竟想做什么，于是他们派出了一位语言学家……这是一个集各种学科包括语言学和博弈学在内的复杂故事，在具体表现上虽并没有走艾默里奇的那种爆米花电影的豪华套路，却让不少观众感受到了其内涵丰富带来的无穷余味。

回到《月球陨落》。说到底，戴了“灾难片大师”这顶帽子多年的艾默里奇终究还是看低了今天的观众，同时也太疏于自我成长了。还是那句话，拍灾难片是门技术活，你不保持学习怎么行？据羊城晚报

“网综夕阳”要来了吗？

□邓晴凡

从不缺乏话题关注的综艺，让人感慨在这个春天如同“日薄西山”。行业发展规律叠加外部因素，让“砸钱就能砸出个现象级综艺”的时代一去不返，市场冷落，寒意丛生。业内人士认为，这是行业在转型期内必经阵痛，而内容创新加模式创新，则是综艺健康发展的内在要求。

换作以前，谁也不会想到，制造话题的综艺节目竟以“没有话题”而引人关注。

根据云合数据，第一季度全网网综有效播放量过亿的，只有《哈哈哈哈哈》第二季、《半熟恋人》《大侦探》《一年一度喜剧大赛》4部，比2021年同期少了5部，总体播放量同比下降了33%。

就单部节目而言，《半熟恋人》在全网收获了超10亿次的播放量，作为对比，2020年的《乘风破浪的姐姐》，当年的播放量超过了51亿次。

相比这个数据，让业内更直观感受到寒意的，则是招商困难、“金主”难寻。《半熟恋人》作为腾讯视频的头部恋爱综艺，题材、制作均“自带话题”，是一季度讨论度最高、热度延续最久的综艺。但是，就是这样一部综艺，竟一直处于“裸播”状态，没有拿到品牌赞助。另一个破亿综艺《哈哈哈哈哈》第二季，也没有冠名，只收获零星赞助。

这和市场红火时形成了鲜明对比。2017年被认为是“超级网综”时代的一年，点击量破亿的网综节目数量开始赶超电视版权综艺。数据显示，从2017年到2019年，我国网络综艺市场规模始终维持着高于20%的增速，而网综90%以上的收入来自广告招商。

转折从2019年开始，第三方广告数据平台艾瑞洞察公布的数据显示，从2019年到2021年，国内有植入的综艺节目数量连年下滑，从635档减少到513档。今年以来，各行业综艺合作项目数量则全线减少。

“砸钱砸出个现象级网综的时代一去不复返了。”编剧汪海林说。

专业人士感受到的市场寒意，在普通观众这里则是“综艺越来越不好看”的直观感受。“和过去动辄8分以上的评分相比，现在能发现一部及格分数的综艺就不错了。”经历过网综疯狂年代的李冉这样感慨，“不知道是观众‘见多识广’了，还是综艺内容质量下降了。”

相对于观众审美需求的提升，节目制作质量的低下同质，多年来一直被大家讨论。而诸如行业发展规律的“风向变化”叠加疫情影响和政策变化等因素，则引起了越来越多的关注。

去年，“国民综艺”《快乐大本营》在播出24年后停播。这引发了大家对综艺节目生命周期的讨论。国产综艺一般四五年热度就会消耗殆尽，即便是娱乐产业高度发达的国外市场，综艺新鲜感也很难维持超过10年。

同时，综艺节目长期以来存在的过度娱乐化和商业化倾向不仅备受观众诟病，也让监管进一步加强。去年9月，国家广电总局开展的“清朗行动”，是一系列监管措施的延续，要求不得播出偶像养成节目，坚决抵制“饭圈”文化，反对唯流量论。这也让流量大户“选秀类”综艺在今年销声匿迹。

综艺如何健康发展？行业共识

是，综艺现在以有限资源的合理配置，尽量满足用户多元且多变的需求，实现途径是创新。

去年下半年，一项80后90后占比超过八成的调查显示，九成以上的受访者期待国产综艺节目出现更多精品。对于一部精品综艺节目应该具有怎样的特点，65.5%受访者认为是不断创新，节目质量高有特色，64.2%受访者认为是坚守底线，弘扬正向价值观。

“创新”不仅是内容创新，还包括模式创新。基于互联网社区概念，当下，综艺的社区模式引起了很多关注，在年轻人云集的B站，《说唱新世代》《舞千年》等综艺被认为是这种模式的体现。有人也将这种模式概括为，通过社区洞悉用户审美趣味，有效指导内容创作，通过平台内容发酵优势，借助自发传播、二创玩梗等稳定的用户习惯，助推作品传播，实现持续传播。在抖音、快手和B站等平台，这种模式的发展值得关注。

汪海林认为：“创造高质量内容，包括高端需求和通俗趣味的分层打造，可能是接下来的方向，如何将娱乐性、商业化在目前的管理机制下发挥作用，也是摆在平台面前的一个无法回避的问题。”

综艺导演赵浩则认为，整个综艺行业面临的危机，同时意味着机会，“泥沙俱下、内容良莠不齐的时代正在慢慢过去，观众在验证着好内容的可持续发展，良币最终会驱逐劣币，淘汰劣质的综艺，保留优质的内容，这是一个必然的过程。”他认为，当下网络综艺面临的困境，恰是行业在转型期内必经的阵痛。

据工人日报