

口碑、票房均不讨好, 述旧、翻新皆受批评

改编日本作品为何这么难

吴宇森导演的新版《追捕》上映 8 天, 票房近亿, 豆瓣评分只有 4.7, 票房和口碑都趋于平庸。《追捕》与今年之前上映的黄磊首部导演之作《麻烦家族》、苏有朋导演的《嫌疑人 X 的献身》有一个共同的特点——都改编自日本知名 IP, 而且都受到了原著粉的批评。

改编日本 IP 几乎全被观众讨伐

近两年, 国内影视市场迎来了一轮日本“IP”改编潮: 改编自日本小说家片山恭一同名小说的《在世界中心呼唤爱》2016 年上映, 由流量明星欧豪等主演; 改编自日本推理作家岛田庄司同名小说的《夏天 19 岁的肖像》, 主演黄子韬也为流量明星, 2017 年上映。

除此之外, 2017 年底与观众见面的,

有 12 月 22 日上映的、陈凯歌的《妖猫传》——改编自日本魔幻文学小说家梦枕獏的小说《沙门海之大唐鬼宴》; 12 月 29 日上映的《解忧杂货店》, 改编自日本作家东野圭吾的同名小说。另据媒体报道, 还有《秒速 5 厘米》、《情书》、《源氏物语》等十余部经典日本作品的“中国版”已经在路上。

已经和观众见面的改编自日本 IP 的电影, 有忠实于原著的, 如《麻烦家族》; 有重新改编的, 如《追捕》。但口碑方面, 几乎全部沦为被观众讨伐的作品; 票房方面, 像《在世界中心呼唤爱》、《夏天 19 岁的肖像》票房更是只有近千万元。口碑、票房均不讨好, 述旧、翻新皆受批评, 也因此让业内感叹日本 IP 改编不易。

“翻拍”本身就是把双刃剑

其实, 不论日本、美国或是国内作品的 IP 改编, 同样是风险与机遇并存。“翻拍”本身就是把双刃剑, 有利有弊——好的方面是因为旧作已是经典形成品牌, 故在翻拍时, 会更加受人关注, 与原创相比要省宣传成本; 其“副作用”则是有珠玉在前, 人们的怀旧情结会蒙蔽自己的判断, 对后来者的审美更加挑剔。再者, 国内的翻拍作品大多有投机的驱动, 很多创作者缺少敬畏经典之心, 从一开始就没有打算再拍部经典的想法, 而是直奔赚钱二字而去。现在看来, 这几部改编自日本 IP 的电影在改编中都犯了错误, 所以反响平平并不意外。

《麻烦家族》的不

被认可, 就与创作者的态度密不可分。《麻烦家族》被吐槽为不是翻拍, 而是“翻译”, 影片完全不考虑中国文化, 直接对原版电影实行“拿来主义”——把发短信换成打电话, 把日本饭馆换成爆肚店, 把日本鳗鱼换成北京烤鸭。

如果说《麻烦家族》的问题是几乎照搬, 《追捕》的问题则是完全翻新。高仓健是吴宇森非常敬重的演员, 他想致敬高仓健的念头由来已久。在《太平轮(下)》上映之时, 吴宇森接受记者采访时就透露正在筹备《追捕》。吴宇森说两人惺惺相惜, 一直希望合作, 在吴宇森去美国闯荡时, 高仓健还给他打电话, 问生活得好不好, 有没有被美国人欺负。高仓健逝世后, 悲痛的吴宇森想翻拍高仓健的《驿站》向其致敬。刚有此念即接到电话问他是否愿意翻拍《追捕》? 吴宇森说: “怎么这么巧? 我立刻就答应下来。”

可是, 致敬高仓健的这版《追捕》除了名字还剩杜丘和真由美之外, 其余的几乎已经完全不同: 杜丘的身份由检察官改为国际律师, 境遇由遭人陷害变成了被通缉的谋杀犯。71 岁的吴宇森为《追捕》煞费心血值得尊重, 但是整体来看, 这部电影不像致敬高仓健, 倒是像致敬吴宇森自己的《喋血双雄》、《英雄本色》, 致敬吴宇森自己的光辉岁月。

所以, 《追捕》靠情怀吸引观众进了影院, 却没有形成口碑发酵, 票房上难有作为也就不足为奇了。另一方面, 吴宇森版《追捕》和高仓健版《追捕》相距 40 年, 拍摄、上映时的环境已经发生了巨大的变化, 吴宇森已不再是当年拍摄《英雄本色》时的吴宇森, 观众也有了更多的观影经验。一切都在变, 如果还以为《追捕》的经典声名能够带来轰动效应, 无异于刻舟求剑。

每句台词的修改都要对方确认

其实, 改编日本 IP 的最大难度是在于怎么把原著的价值核心具体

落实到中国土壤上, 让观众产生共鸣。中国与日本看似文化相近, 但其实内在有非常大的不同, 不能因为肤色与头发一致, 就降低改编的要求。

此外, 日本方面对版权的严格控制, 也让国内影视界有些始料不及: 吴宇森拍摄《追捕》, 老版的电影坚决不肯出让重拍版权, 因此国内团队只能购买原著小说《涉过愤怒的河》的改编权。《嫌疑人 X 的献身》的编剧之一黄海透露, 日本出版管理很严, 他们对于很多权利的下放是很谨慎的: “据我所知, 我们在改《嫌疑人 X 的献身》的时候, 每一个字、每一个关键情节、每一句台词的修改, 都是要经过东野圭吾先生本人起码是书面签字确认。”

据了解, 东野圭吾对中国版改编提出不少要求, 比如日韩版用过的情节不能再用, 中方主创不能进

行颠覆性改动等。此外, 电视剧版《深夜食堂》的相关负责人也曾表示, 日本版权方太重视自己的“IP”, 把控力度超乎想象, 很大程度上限制了本土化效果。

由此可见, 想改编好日本 IP, 需要中日双方一起努力先做更好的沟通, 包括把里面每一个人物、每一句台词等, 都琢磨清楚, 把原著中的人变成中国人, 把它的情感变成中国情感之后, 才能有相对成熟的作品诞生。

不过, 目前也没必要对于日本 IP 改编之路摇头叹息, 《解忧杂货店》这个日本大 IP 作品还未上映, 究竟其票房和口碑如何还需检验。而随着中日文化交流的深入, 中国市场的“钱景”诱惑, 可以断定, 日本 IP 改编不会因为目前的困境就止步不前。

(新华)

