

從核恐深淵到秩序之巔 哥斯拉橫行銀幕65年

日本電影人創作哥斯拉形象的初衷是表達社會的核恐慌情緒，藉此喚起民眾對於人類與自然關係的思考。但在IP商業化的影響下，哥斯拉逐漸遠離反核使命。近年來經過荷里活大刀闊斧的改造，哥斯拉淪為純粹的視覺怪獸，難免令人感到遺憾。

李靈修



▲「特攝之神」圓谷英二(右)創作了哥斯拉與奧特曼(超人)等特攝形象



▲1954年，哥斯拉系列電影的第一部作品海報

二戰結束後，美軍在太平洋上的比堅尼島進行了多次核彈與氫彈爆炸試驗。後世聞名的比堅尼泳衣，因三點式的設計效果「不亞於在比堅尼島爆炸的核彈」，冠以該島之名。但比堅尼島對於日本民眾來說卻是傷心之地。一九五四年三月一日，美國在一次水下氫彈試驗過程中，導致日本漁船「第五福龍丸」號遭受影響，其中一名船員在半年後死於急性放射能症。「第五福龍丸」事件再次挑動起民眾的核恐慌神經，日本國內爆發激烈的反核運動。日本左翼電影人決定藉此拍攝一部怪獸片，創作靈感來自美國電影《金剛》(King Kong)。體型龐大、肆意破壞的怪獸形象反襯出人類的渺小與無助，是核恐慌心理的最佳投射。

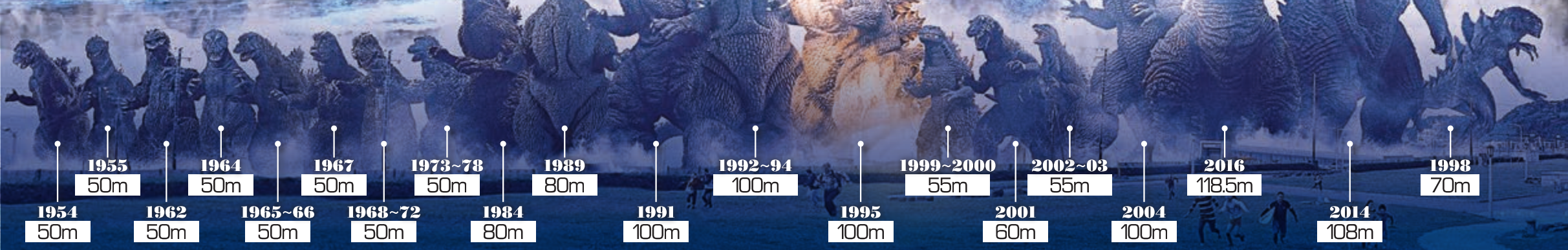
初代哥斯拉：比堅尼島的復仇者

一九五四年十一月三日，東寶電影公司製作出了日本影史上首個怪獸形象哥斯拉(Godzilla)。其被設定為沉睡在比堅尼島海域的古生物，因氫彈試驗而被喚醒，並變異為身高五十米、體重二萬噸，能噴出白熱射線的巨型怪獸。導演本多豬四郎特意將哥斯拉的皮膚進行粗糙化處理，藉此喚起大家對於日本核爆幸存者恐怖外形的記憶。

有別於《金剛》採用的定幀拍攝手法，《哥斯拉》開創了一套全新電影類型——特攝片。影片由演員穿上沉重的怪獸皮套進行表演，並配合道具組搭建出來的精細建築模型，呈現出極為逼真的視覺效果。該片攝影指導是「特攝之神」圓谷英二，他曾在二戰期間拍攝《夏威夷及馬來亞海戰》，涉及日軍空襲珍珠港情節。由於片中的軍艦模型過於逼真，美國一度懷疑圓谷英二的真實身份是軍事間諜。戰後在駐日盟軍司令部的施壓下，東寶被迫開除了圓谷英二。圓谷英二其後創立了電影公司「圓谷株式會社」，並在一九六六年打造出日本特攝片的另一大IP——奧特曼(超人)。

在特攝技術的加持下，哥斯拉的銀幕處子秀堪稱驚艷。作為大自

歷代哥斯拉身高 (1954至2019)



然對人類復仇的化身，哥斯拉登陸東京大肆破壞，城市陷入火海、如同遭遇核爆，而日本民眾「再次」成為了犧牲者。緊要關頭，科學家芹澤博士動用了威力巨大的「水中氫破壞劑」，並與哥斯拉同歸於盡。

雖然哥斯拉被擊敗，但核威脅從未消失。在電影結尾，導演借主角山根恭平之口點出主旨：「哥斯拉不會只有一隻，只要我們繼續進行核試驗，在世界的某處還有可能產生新的哥斯拉。」

一九五六年，《哥斯拉》成為首部引進美國的的日本電影，在紐約創造了長達四十七周的放映紀錄。同年年底，日本加入聯合國，恢復獨立主權國家地位。一九六二年，東寶拍攝了《金剛大戰哥斯拉》，美日兩國的怪獸歷史性聚首，取得了空前的票房成績。哥斯拉憑藉自身極高的辨識度，成為日本影視文化輸出的經典案例。

荷里活時代：維持秩序的萬獸之王

一九九八年，荷里活終於出手買下使用權，美版《哥斯拉》在全球上映。鑒於CG技術替代特攝手段，影片的特效較日本原版有了質的飛躍。然而，這一版的哥斯拉未能讓日本觀眾買帳，不僅與「日版」哥斯拉的外形存在較大出入，而且缺失了招牌式「大招」——「原子吐息」。哥斯拉在片中是一隻受到核輻射後變異的大蜥蜴，面對美軍的炮火只知抱頭鼠竄、十分猥瑣。

東寶對於此次的使用權出售追悔莫及，甚至不願承認美版哥斯拉的正統性。在二〇〇四年拍攝的《哥斯拉：最終決戰》中，東寶特意創造出一隻酷似美版哥斯拉外形的怪獸「斯拉」，並在與日本哥斯拉交手後被秒殺。

然而，荷里活並未熄滅對哥斯拉拍攝的熱情。二〇一四年，美版哥斯拉電影重啟，其巨獸形象得到再次強化：身高達一百〇八米，體重九萬噸。劇情方面，美國編劇也進行了大幅的創造性改編。譬如，片中解釋美國一九五四年在比堅尼島的氫彈爆炸，實際是對哥斯拉的核打擊。令人驚奇的是，哥斯拉並未因此怨恨人類，反而在其他怪獸破壞地球時，從太平洋一路游到三藩市出手相助，戰鬥結束後重返大海「深藏功與名」。

今年續集電影《哥斯拉II：王者巨獸》上映，摩斯拉、基多拉、拉頓等經典角色集體露面，哥斯拉則承擔起怪獸界「世界警察」的職責。在該片多數時間裏，哥斯拉都處於全球「巡邏」狀態，無論哪個地區遭遇怪獸襲擊，即會出現它的身影，為維護原有秩序大打出手。在電影結尾，四散各地的怪獸齊聚一堂向哥斯拉俯首稱臣，承認其王者地位。

值得一提的是，該片還重現了芹澤博士自我犧牲的一幕，只不過這次是為了「復活」哥斯拉而引爆核彈。當看到芹澤博士死前撫摸哥斯拉並深情講出「永別了！老友」的台詞時，筆者意識到，那隻肩負「反核」使命的哥斯拉可能再也不會回來了。

暑期大片接踵登場

一周影壇

林錦波

暑假即將開始，幾部應節大片：《蜘蛛俠：決戰千里》(Spider-Man: Far From Home)、《反斗奇兵4》(Toy Story 4)、《樣衰衰奇兵》(UglyDolls)均於下周推出；至於今周戲碼也不弱，其中最令小朋友雀躍的是《Pet Pet當家2》(The Secret Life of Pets 2)。三年前推出第一集時，亦正值暑假，收穫三千零四十六萬港元，且看續集能否有所突破。

另一部頗受矚目的是，講述英國搖滾巨星艾頓莊(Elton John)生平的《搖滾太空人》(Rocketman)，記得去年講述英國搖滾樂隊Queen主音Freddie Mercury的《波希米亞狂想曲》(Bohemian Rhapsody)，在全球大受歡迎，雷米馬利克(Rami Malek)更憑此片勇奪奧斯卡影帝，在香港收一千二百二十八萬港元。今次艾頓莊「迎戰」Queen，結果難料。而飾演艾頓莊的是，去年主演《箭神·第一戰》(Robin Hood)的英國靚仔男星泰隆艾格頓(Taron Egerton)，造型維維維妙。

在剛過去的康城影展中，榮獲金棕櫚最佳電影的韓國電影，奉俊昊導演的《上流寄生蟲》，發行商以「極速」在香港上映，怕太遲上映，大家會忘記這部韓國電影在康城影展的佳績。華語電影方面，兩部都屬話題作，陳果導演的動作片《九龍不敗》，張晉、鄭嘉穎、劉心悠和鄧麗欣主演，這次陳果「回歸」商業電影，票房成績定高下，戲裏戲外都是「埋身肉搏」；另一部是改編自網絡小說的懸疑片《作家的謊言：筆忠誘罪

》。最後，加拿大導演Robert Budreau改編自一九七三年發生在瑞典斯德哥爾摩的銀行劫匪挾持人質事件，後來人們所謂的「斯德哥爾摩症候群」便是來自這件真實事件；伊雲鶴基(Ethan Hawke)飾演綽線大賊Lars Nyström。

內地票房方面，新上畫的《黑超特警組：反轉世界》(Man in Black: International)(內地片名《黑衣人：全球追緝》)登上票房榜第一位；前一週排第四位的《最好的我們》升了兩位，排第二位，看來口碑相當不俗；《哥斯拉II：王者巨獸》(Godzilla II: King of the Monsters)(內地片名《哥斯拉2：怪獸之王》)，跌了一位，排第三位；跌幅最大的是《變種特攻：黑鳳凰》(Dark Phoenix)，由第一位跌至第四位；《追龍II：賊王》跌了兩位，排第五位。

其他新上畫，內地名導李少紅到澳門實景拍攝的《媽閣是座城》，白百何和吳剛主演，收穫二千七百七十一萬人民幣，排第六位；改編自法醫秦明小說《屍語者》，李海蜀和黃彥威合導，嚴屹寬和代斯主演的《秦明·生死語者》，收穫二千零六十三萬人民幣，排第九位。

美國票房方面，《黑超特警組：反轉世界》新上畫，排第一位；《Pet Pet當家2》跌了一位，排第二位；《阿拉丁》(Aladdin)穩坐第三位；《搖滾太空人》升了一位，排第四位，跌得

兩地一周票房

截至6月16日

排名	電影	票房	累計票房
內地 人民幣			
1(0)	黑超特警組：反轉世界	1.83億	1.83億
2(4)	最好的我們	1.36億	3.1億
3(2)	哥斯拉II：王者巨獸	9008萬	8.54億
4(1)	變種特攻：黑鳳凰	7834萬	3.84億
5(3)	追龍II：賊王	7286萬	2.68億
美國 美元			
1(0)	黑超特警組：反轉世界	3003萬	3003萬
2(1)	Pet Pet當家2	2440萬	9265萬
3(3)	阿拉丁	1730萬	2.64億
4(5)	搖滾太空人	942萬	6676萬
5(2)	變種特攻：黑鳳凰	935萬	5211萬

排名欄括號內為前一週排名
香港上周票房至截稿前仍未更新



▲《Pet Pet當家2》今日起公映

最「痛」的是《變種特攻：黑鳳凰》，由第二位跌至第五位。至於，參展康城影展，大導演占渣木殊(Jim Jarmusch)的《The Dead Don't Die》，群星雲集，收穫二百五十四萬美元，約一千九百八十八萬港元，排第十二位。

「製片人」的經驗

光·影·道

田力

製片人(或監製)是一奇怪的職位，有專業的也有渾水摸魚的，如何分辨好？其中一方法是去上課，向有經驗的製片人學習。網上有一製片班的廣告，「製片人」說了幾段要義，研究一下他們的心得的確能對製片人的本質有更深刻的了解。首先，他們說製片人必須專業，也要有自律、情商和智商。這說法不能再對，而且對任何行業的從業員都適用。如對任何行業都適用，基本上是品格原則，跟行業關係不大。

然而，他們是有經驗的從業員，所以也能指出一些正確的點子。例如，「電影不應是為市場量身定做，而是要把沒有出現過的東西推向市場」。又說「投資者投資的是什麼？是始於劇本，而後是人。」以上兩點，第一點是理想的狀況，因為一年中幾百部上映的電影能說未看過的少之又少，但這目標沒錯，第二點也對，電影投資亦的確是以意念開始，由人才去執行。

「製片人」又提出：「這工作必須善用資源，組織合乎實際的團隊，找到適合的演員和投資、發行方。」即是說，製片人必須「做好

他的工作」，這點其實是沒有訊息的。正如我們說，中學生必須讀好書、選好適合自己的科目(文科、理科)，找好的大學，問題是，如何做得到？

廣告中的「製片人」的另一個奇怪說法是：「不管是導演中心制還是製片人中心制，導演把戲拍好，製片人把團隊營運好，說到底我們是靠作品說話的。」非常同意永遠是作品說話，但若是製片人只管營運團隊讓導演把戲拍好，就是製片人為導演服務，應該是導演中心制。現時大部分華語製作都是此模式。

「製片人」還說「前期成本壓縮，後面才有盈利空間」。這說法剛與現實相反，前期不作充分準備後面花費更多是常識，有經驗的製片人不會搞錯的。

那麼說，廣告中的「製片人」是懂還是不懂？很難說，因為製片人不必領牌，也沒有專業考試，他們的想法是否行得通只有市場能回應。可以肯定的是，「製片人」不適合教書，因為教書必須有良好的理論基礎及邏輯思維。