

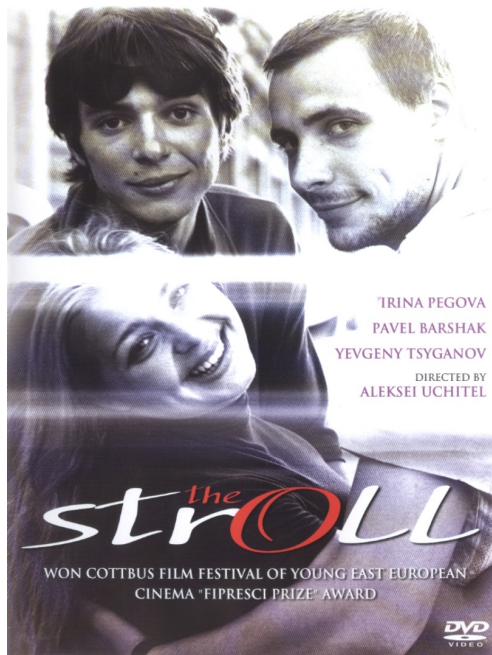


城市特寫 狂愛聖彼得堡

2011-03-18 記者 鄭家宜 文



你曾在城市中恣意漫步嗎？或者花一整天認識一座城市？而你眼中的城市又是什麼樣的風貌？《狂愛聖彼得堡》（The Stroll）不僅是莫斯科國際影展的開幕片，2007年也曾在台北書展播映，導演用電影帶領著觀眾從不同的角度遨遊聖彼得堡這座俄羅斯城市，透過鏡頭看到許多著名建築與當地的獨特風味，而這部片也成為俄羅斯邁向國際的代表作之一。



電影幾乎就是描述一個美女和兩個帥哥瘋狂地在聖彼得堡中穿梭。

（圖片來源／烏克蘭與蘇聯影展）

三角戀歡慶建城三百年

美麗迷人的女子歐雅（愛琳娜裴蔻娃 飾）意外邂逅了兩個俊俏的男子——亞洛夏（帕佛爾·巴夏克 飾）和派提亞（葉甫蓋尼·塞格諾夫 飾），三人不停的言語交鋒和誇張的肢體動作，從太陽高照到黃昏日落瘋狂地穿梭在聖彼得堡中。歐雅的無限魅力讓兩個男子的心中悄悄地燃起愛情火花，卻也使兩人的深厚友誼出現了裂痕，然而，傍晚的聖彼得堡下了一場大雨，事情也開始起了變化……

《狂愛聖彼得堡》是一部俄國愛情片，2003年時為了慶祝聖彼得堡建城三百年，政府找了俄國新銳導演亞力克西烏契傑利（Alexey Uchitel）來拍攝這部電影，導演也在片中安排了許多聖彼得堡的名勝景點，讓全世界的觀眾可以直接透過電影看到這座俄羅斯城市。

聖彼得堡也是電影《狂愛聖彼得堡》的主角之一。聖彼得堡是俄羅斯僅次於莫斯科的第二大城市，城市裡充滿著融合十七、十八世紀的歐洲文藝復興、巴洛克和俄羅斯新藝術風格的宮廷與建築，富有濃厚藝術氣息的整座城市就像個「建築博物館」。然而，烏契傑利表示，《狂愛聖彼得堡》想要表達的是新生的俄羅斯，有活力、朝氣，要打破一般人對俄羅斯守舊傳統的古老印象。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物



導演亞力克西烏契傑利因《狂愛聖彼得堡》獲得第43屆卡羅威發利影展 (Karlovy Vary IFF) 的最佳導演獎。(圖片來源/Karlovy Vary IFF)

狂愛迷離運鏡 匆匆一瞥名勝風采

烏契傑利以前曾是紀錄片導演，後來轉型從事劇情片的拍攝，《狂愛聖彼得堡》是他的第三部劇情片，自轉型以來，他的作品皆獲得無數獎項，是俄羅斯非常重視的導演。不過紀錄片出身似乎對整部電影的風格影響很大，《狂愛聖彼得堡》的運鏡手法和紀錄片十分相似，幾乎所有畫面都是一鏡到底，甚至不少從室內向外、沿路隔著玻璃窗拍攝，畫面中不時還會出現柱子或是人群走過，寫實基調的即時、現場感讓整部電影十分具有特色。

劇中的全部鏡頭都採第三人角度，觀眾就像旁觀者，看著三個主角的瘋狂行徑，但因為劇中主角的步調極快，以及多使用短鏡頭又不不停地晃動，造成整部電影看起來十分匆忙、目不暇給，觀眾會感到壓迫且暈眩，但真實中又帶點不真實成分的迷離感覺，隱約描繪出電影名稱的「狂」與「愛」。另外反面來看，一鏡到底、鏡隨人走其實是頗具有困難度，除了考驗演員的演技和背台詞的記憶力，還要顧及路人的動作和眼神自然，以及避免攝影機的倒影穿幫，而這一切在電影中看起來都十分自然，宛如就是真實情境。

其實電影主打的應該是城市，但大部分畫面都採中景到特寫，人物就佔去了畫面的大半部，城市的風采被掩蓋住，無法讓觀眾觀賞完整的城市風景與建築。另外，劇情著重在愛情氛圍裡，三個人的眼中也都只有彼此，觀眾無法體會主角身旁的當地文化與風土人情，頂多加入澤尼特足球隊迷的熱鬧遊行片段，道出一有趣的現象——聖彼得堡與莫斯科的對立。以及工地的工人對夥伴說：「沼澤蓋出這城市，難怪到處都是水。」用旁敲側擊的方式描述聖彼得堡原是塊沼澤地，十八世紀初才在這沼澤上修建城市。



亞洛夏在路上搭訕了歐雅後，立刻愛上了這個迷人的女子。(圖片來源/開眼電影)

缺少動人故事性 行銷城市打折扣

觀眾一定會對為慶祝建城三百年所拍攝的電影抱持著可以看到美麗城市風光的心態，然而名聞遐邇的喀山大教堂、伊薩基輔大教堂和涅瓦河畔等卻只有驚鴻一瞥，不僅無法達到城市行銷的效果，對觀眾來說也是徒增失望感。導演侯孝賢曾在2008年第四十五屆金馬獎系列研討會中表示，雖然電影是城市行銷的最佳推手，但不能先想要為了推銷城市而拍，「電影要動人、要好才會吸引很多人。動人、要好，劇情是必須的、最重要的。」

然而，《狂愛聖彼得堡》整部電影幾乎沒有故事性，三分之二都是主角走在喧囂街頭的歡樂閒聊畫面，直到後半段才產生出不一樣的劇情，影片的張力也才慢慢出現，最後對劇中兩個男主角、也對觀眾開了一個大大的玩笑後作結。

雖然這部電影的評價褒貶不一，有觀眾直接明瞭得說是一部「超級大爛片」，但也有不少人欣賞導演的藝術風格，且肯定導演的意念——打破俄羅斯的古老印象，青春與活力的氛圍的確能傳達給觀眾，但城市行銷與包裝上卻不能算是成功，模糊焦點的情形讓觀眾的印象只停留在主角身上，對於認識城市的部分較為薄弱，要因此愛上這座城市更是難上加難。



整部電影繞著歐雅而轉，開朗活潑的個性讓兩個陌生男子
深深地為她著迷。（圖片來源／Y今點滴小館）

但不可否認的是，城市行銷確實是一個潮流趨勢，《狂愛聖彼得堡》明白地表示創作動機是為了慶祝建城三百年，理當是介紹城市的首選，而其他電影也有許多不同的、隱晦的行銷城市手法。不過也有起初拍攝時，立意並非要推銷城市，但後來卻變成遊客「朝聖地」的意外插曲，譬如導演侯孝賢的《悲情城市》。種種例子不勝枚舉，一部電影是否好看，見仁見智，但電影裡的成分或是概念，確實需要被發掘且認真思考。



風城稻米 「粒粒」在目

在十二月稻穗成熟的時節，新竹縣橫山鄉的佃農開著收割機，一天完成三甲田的收割。

無限可能的夢 白日夢



乒乓和一般人一樣，曾經有夢想，因被現實傷害而退縮，卻意外發現「白日夢」的不可思議，從此開始勇於作夢。

▲TOP

關於略報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0