



多屏时代来临，电影人该咋办？

近年来，中国电影的发展速度非常之快，优秀影片不断出现，票房更是节节攀升，这让业界上下为之兴奋。但是，郭敬明、韩寒等行外导演的兴起，打破了传统电影制作方式，又让电影人遭遇前所未有的危机。在日前上海电影节论坛上，不少老电影人直呼“困惑”……

而在这背后，其实有一个不争的事实更值得电影人关注与思考：中国电影已经进入多屏幕时代！

孙仲



□ 聚焦

则让人无论如何也想不到。

电影企业如何在多屏幕时代发展

对于方兴未艾的行人参与电影制作现象，业界普遍感到费解、困惑，甚至不安。比如上影集团总裁任仲伦说，“在互联网新时代，我们在电影行业干过二三十年，却被没有学过电影的年轻人占领市场。”博纳影业董事长于冬则表示，现在电影导演们还在坚持艺术表达，但市场选择了《爸爸去哪儿》、《小时代》这类新电影，票房还非常高，自己很困惑，也不知道答案。

其实，在互联网时代，观众受益的多屏幕潮流已不可逆转。观众看电影不一定非要去电影院不可，通过电视、电脑、手机等渠道可以随便欣赏，干嘛要往电影院跑呢？同样，电影也不是非得由电影企业、传统电影人去拍不可，只要有条件、有把握，谁都可以尝试。至于说外人拍电影保证不了质量，或游离于艺术之外，这也有点杞人忧天。电影的属性究竟是什么，在当今这个时代恐怕是见仁见智的。就像阿宝、“大衣哥”等草根歌手登上了春晚舞台，赵本山、小沈阳等二人转演员成了喜剧表演生力军等，这是时代发展的必然。不管是什么人唱歌，什么人演戏，什么人拍电影，只要观众喜欢，就是合理的。《爸爸去哪儿》由电视节目走向大银幕，说它是电影也罢，不是电影也罢，总之观众纷纷走进影院，掏钱去捧场，这就是最强的说服力。

针对“人人当导演”热潮所引发的争议，作为“演而优则导”的代表，姜文表示技艺不是什么大问题，导演的态度才是最重要的。“认真拍一个没有杂念的故事，而且要有自己的态度，手艺可以慢慢练。过分强调电影语言是不行的，因为这些都是为内容服务的。”而郭敬明则认为：“因为成长的背景不一样，所以大家的审美和表达都不同。每一个导演都是从青涩的时候逐步成熟。当然有些天才，一开始拍片就很好，但更多的导演是越拍越好。”

作为电影企业，尤其是传统的电影企业，走过了计划经济时代，来到了市场化的多屏幕时代，不仅很难再有政策保障，更面临着残酷的市场竞争。以笔者浅见，不妨从以下几个方面做起：

首先，要端正心态，正视现实。对于多屏幕格局以及“人人当导演”现象，电影企业、尤其是传统电影人与其怨天尤人，不如从自身反思，努力适应新形势。要想求得生机，就必须转换观念，调整思路。那种认为电影只能由电影企业拍，行外人拍的电影就不是电影或好电影的观点，实在显得落伍了。

其二，要走出单一的电影制作模式，实现全方位发展。先去找市场，求生存，然后再发展，这未尝不是一种选择。在市场经济条件下，电影企业完全可以往电视、网络等方面寻找生存空间。正如任仲伦所言，中国电影公司必须适应新环境，不能仅抓90分钟到120分钟左右的传统电影，还要抓住影像时代的特点，为多屏幕时代的年轻观众提供碎片影像产品。

其三，电影企业的融资模式也应与时俱进。阿里巴巴推出的“娱乐宝”已瞄准了电影业，阿里巴巴副总裁刘春宁表示，中国有10亿手机用户、5亿平板电脑用户，电影行业也会发生变革，阿里巴巴就抓住了多屏幕时代的机遇，推出“娱乐宝”，让所有对电影感兴趣的人都可以投资电影，不再需要通过投资人、银行来进行电影融资。作为电影企业，应从中得到启发，改变传统的做法，多尝试一下诸如“娱乐宝”之类的全新融资模式。

互联网时代打破传统电影制作

提起电影制作，很多人自然联想到曾经风靡一时的各电影制片厂。早期的各电影制片厂，不仅分别拍摄了大量充满地域特色的经典影片，也造就了很多属于各自厂家的名导演和名演员。

各电影制片厂之间也是经常有合作的，至少，演员会相互借用。那时属于计划经济时代，人们都有着集体思想和大局观念，只要是角色需要，找到哪位演员，哪位演员便会当一项任务去完成。而作为相关的电影制片厂，也会全力支持，毫不吝啬地放人。有些电影制片厂，还主动与别的电影制片厂、甚至是外国制片公司合作拍摄影片。比如北京电影制片厂曾先后与法国、日本、意大利等国家的制片公司合作拍摄了《风筝》、《一盘没有下完的棋》、《马可·波罗》、《末代皇帝》等影片。

但随着时间的推移，以及现实的变故，很多电影制片厂退出了市场，或转型升级为别的影视机构。如今剩下的老牌电影制片厂，已经寥寥无几了。与此同时，一些新兴的电影（电视）制作机构，却又雨后春笋般出现。恰恰是这些新兴的影视制作机构，引领了国产电影的潮流。比如中影集团，先后推出了《建国大业》、《长江7号》、《梅兰芳》、《让子弹飞》、《新警察故事》、《中国合伙人》影片，华谊兄弟传媒集团先后推出了《大腕》、《手机》、《天下无贼》、《非诚勿扰》、《私人定制》等影片……而这些影片，都在特定期产生了非凡的影响，也分别实现了不菲的票房。

尤其是随着互联网时代的到来，一些原本与电影无关或关系不大的机构或个人，也加入到了电影制作行列，从而打破了传统的电影制作模式。比如电子音乐作者胡戈，于2005年自制了短片《一个馒头引发的血案》，因其新颖性及搞笑形式，一下子风靡网络。随后，胡戈又陆续制作了《鸟笼山剿匪记》、《春运帝国》、《满城尽是加班族》等短片，渐成气候，也带动了“人人拍电影”的风潮。

现如今，很多网友或电影爱好者在走胡戈的路子，自行制作了大量的短片在互联网上传播，吸引了大批的平板电脑用户和手机用户。而随着微电影概念的诞生，很多网友或电影爱好者制作的短片，不仅在剧情编排、演员表演、场景布置、音乐处理等方面更加专业化，而且不少作品还在社会上产生了广泛的影响。现在上网随便搜索，都能搜到大量的微电影及网络自制剧。

即便是纯粹的电影制作本身，也不断有行外人加入，比如一些企业大老板以投资形式参与等。湖南省通



道侗族自治县为推广旅游计划，曾与潇湘电影集团合作拍摄了电影《通道转兵》，甚至有多名官员“触电”，分别扮演片中的红军将领、国民党军官等角色。

还有一种情况是，有些人依靠在不同群体中积攒起来的人气，也参与到了电影制作中，甚至是直接当导演。如果说徐静蕾、徐峥、赵薇、杨采妮等人转行当导演，因为他们本身就属电影人，所以多少可以理解的话，那么郭敬明、韩寒等纯粹的圈外人也当起导演来，

资讯

林志颖新书《我对时间有耐心》发布

本报电（文意）从青春无敌的《十七岁的雨季》、《不是每个恋曲，都有美好回忆》，到趣怪搞笑的《现代双骄》中的小鱼儿、《天龙八部》中的段誉，再到《爸爸去哪儿》中的温柔“爸比”……日前，被称为“不老男神”的林志颖在北京发布了他出道22年来的第一本书《我对时间有耐心》。

对于自己的首部自传，林志颖说，其实这本书更像自己的成长心情文集。“我觉得自传是到了一定的年纪和社会地位之后的前辈们的

专利，他们回顾总结自己一生的意义，才叫自传。《我对时间有耐心》是一本对于我成长的片段式回顾，是分享。”

此外，林志颖介绍说，为书取名“我对时间有耐心”还有一个很重要的原因是，“不管去哪里，大家都会问我保养秘诀，其实不管是对保养，还是对事业发展、个人成长，只要遵循‘我对时间有耐心’的态度，就是对”。

据介绍，新书首签会后，林志颖还会亮相全国十个城市的签售活动。



全球视野把脉中国歌剧

第六届世界歌剧院发展论坛共话歌剧发展

如何让歌剧这颗“表演艺术皇冠上的明珠”再现辉煌，是当今世界歌剧经营者和创作者们都面临的重大课题。日前，2014世界歌剧院发展论坛在京举行，来自14个国家的代表齐聚一堂，国际方面，意大利都灵皇家歌剧院、佛罗伦萨市立歌剧院、美国洛杉矶歌剧院、韩国首尔艺术殿堂等15家剧院和艺术组织与会，国内方面，包括国家大剧院、中央歌剧院、中国歌剧舞剧院、香港歌剧院、上海歌剧院、天津歌剧院、重庆歌剧院、福建歌剧院、总政歌剧团等在内的19家国内歌剧制作主要力量莅临会议。

代表们共襄盛举，围绕“当今背景下歌剧创作的走向及东西方歌剧制作的艺术特征”的主题展开深入探讨，在全球视野下“把脉”歌剧发展。

文冰

□ 我在现场



统和现代融合起来，不断地来改善自己，并且是把艺术美和文化融合在一起。不管是西方还是东方，艺术都是一种创造，艺术来自人，然后回馈观众。所以歌剧院、制作方都是一个给予的事业，把我们的这种情绪、文化、认同、传达给人们，而且不是给精英，而是给所有人的艺术。”

产业视野提升合作“含金量”

为了提升剧院间交流合作的“含金量”，每年歌剧院论坛期间，国家大剧院都与多家艺术机构签署《合作宣言》，内容涉及演出制作、剧院管理、资源共享、人员培训、版权保护等多个方面，而由论坛直接促成的国际合作更不少见。

韩国国立歌剧院院长李素英曾在之前与中国媒体的交流中表达感慨：“歌剧论坛最大的意义在于能促成多方合作。记得我之前参加歌剧论坛，不仅促成了大剧院版《图兰朵》登上我们韩国国立歌剧院的舞台，而且我们还与马来西亚歌剧院达成了合作意向，并吸引了日本国立歌剧院人员赴韩国考察。”而参加此次推介会的众多剧院高层管理者也纷纷表态：“大剧院歌剧院论坛不仅推动了有关当代歌剧发展的理论探讨，也使得众多歌剧院同行间有了牵手合作的意向。这样一个国际性专业论坛如果年年办下去，一定能结出更多实实在在的果实，为当代歌剧创作发展助一臂之力”。

新技术为歌剧创作带来创意

洛杉矶歌剧院院长 克里斯托福·凯尔奇说：加大科技基础设施的投资力度，建立完善的数据库，对观众、客户以及票房进行管理是必要的。

西班牙歌剧杂志总编辑费尔南迪尼认为：技术也会带来创意，在21世纪我们使用各种各样的技术，来降低歌剧制作的成本，并且使歌剧更加的丰富多彩。比如：对剧目进行调整，大幅增加演出活动以及表演的场次，但同时保证自己上演歌剧的质量，以及观众的满意度。减少合唱团和管弦乐团的人数。通过增加新技术的使用来降低成本。重复使用此前的生产所带来的各种舞台的道具。联合制作也是一个降低成本的方法。



中国歌剧已超对西方学习与借鉴阶段

中国歌剧舞剧院艺术指导李小祥认为：大量歌剧的问世显示出中国歌剧的形态越来越成熟，题材风格日趋多元，新创造新作品层出不穷。这说明，中国歌剧已经超越了对西方歌剧的学习与借鉴阶段，从故事的编排，到音乐风格。再到舞美呈现都日益呈现出中国声音的特有魅力。中国歌剧虽然源自西方的歌剧，但文化根源却建立在民族民间的音乐文化特别是戏曲音乐之上。在本土文化的土壤和语境中，歌剧必须要适应本国的国情，在歌剧中逐步形成自己的特征。

黎巴嫩卡拉卡拉舞蹈剧院的院长伊万·卡拉卡拉说：“越加深入地看东西方的不同，我们越能发现他们其实有很多相似之处，因为说到底，观众会到人的感情的感受，而这种感情是没有国界的。当我们在创作的时候，不管是东方还是西方，只是希望能够创造最好的作品。从歌剧院制片方的角度来说，东西方实际上是在不断地融合的过程，所以重要的是人的认同。我们也不知道往哪一个方向走，但是我们是将传

中央电视台、中国国际电视总公司和东海电影集团合作，共同打造电影版《舌尖上的中国》，这一举动不仅可以理解，而且非常值得期待。今年《舌尖2》在央视首播，平均收视率高达1.7，缔造出惊人收视纪录，甚至赶上了黄金档电视剧。这部充满人文关怀的纪录片，无论是在收视率还是影响力上，都给电影版的《舌尖》创作提供了巨大空间和有力保障。

尤其是，《舌尖上的中国》属于美食题材纪录片，不同于《爸爸去哪儿》等综艺节目，翻拍成大电影后，应该会更有特色，更有吸引力。而且，电影版《舌尖》将以两个年轻人寻访美食的过程为线索，来拍摄一部爱情片。这就有点类似于当年的《庐山恋》——既有优美的山水风光，又有感人的爱情故事，因而深受观众欢迎。《庐山恋》还被庐山景区作为一种无形广告，每天从早到晚放映给游客观看。而集美食、爱情于一身的电影版《舌尖》，只要拍得好，也是有可能创造《庐山恋》那样的轰动效应的。

只是，要想把电影版《舌尖》拍好、拍成精品，也并非易事。把当红电视节目翻拍成大电影，可以说是“双刃剑”，拍好了可以名利双收，拍不好，则可能适得其反，甚至自毁声誉。同样由电视节目翻拍而成的大电影《中国好声音之为你转身》，结局便不如《爸爸去哪儿》，不仅上座率低，而且反响也不好。因而《中国好声音之为你转身》的教训，恰恰是电影版《舌尖》需要吸取的。

那么，如何保证电影版《舌尖》拍得成功呢？至少应从三方面努力：首先，要保持原节目的风格，并在此基础上有新的突破。观众花钱看电影版《舌尖》，当然要像看电视那样欣赏到各种各样的美食，这是至关重要的。同时，观众还希望有耳目一新的感觉，而不能只像在看“放大了”的《舌尖》节目。

其次，要有精彩的故事支撑。从介绍情况看，电影版《舌尖》将以两个年轻人寻访美食的过程为线索，这样的主线是选对了，但具体的故事，还有待加工，力争精彩、耐看。《中国好声音之为你转身》也讲了相应的故事，但由于故事太单纯、太单薄，因而没有得到观众认可。拍电影要有好故事，这是不容置



《舌尖》上的电影版

万阅歌

□ 争鸣

疑的。如何把美食、爱情串联在一起讲故事，则更难。而有关美食的故事片，其实早年就有，比如《小得月楼》等。

此外，在演员选择上要慎重。作为一部美食题材电影，《舌尖》究竟用什么样的演员合适，非常值得制作方探讨。是不是一定要用有美食喜好的演员出演呢？不一定。是不是一定要用大明星出演呢？也不一定。关键还是看影片讲什么样的故事，设定什么样的角色，然后再去综合考虑用什么样的演员更合适。很多影视剧用新人出演，不但很成功，也造就了新的影视明星，不是很好的例证吗？相反，如果只重明星效应，或仓促上马，则可能导致失败。而这样的教训，以往也并非没出现过。