

追 踪

3月12日,湖南卫视启动了《我要拍电影》这一全球海选电影导演的选秀节目,并于4月底诞生了全国十强选手。5月22日,该节目将从幕后搬上台前,接档湖南卫视的周日《芒果训练营》档期,开展决赛的角逐:每周将淘汰一名导演直至产生最后一名,这名导演将接受节目提供的1000万元电影启动资金,并执导主办方之一的华影盛视旗下公司将在2011年推出的贺岁片。将电影导演的选拔与选秀结合,该节目的思路颇类似斯皮尔伯格监制的最新真人秀节目——《ON THE LOT》(《下一位名导》):50位入围的选手都有一个导演梦,但最终只有一个人能拿到和梦工厂的100万美元合约。

草根导演+贺岁大片:以选秀之名寻梦

本报记者 鲁 娜 实习生 刘 敏

草根导演秀电影梦想

选秀与草根似一对孪生兄弟。“高手在民间,这档节目就是要寻找‘湖南版宁浩’。”该节目一位工作人员说。新锐导演宁浩以小成本电影《疯狂的石头》一举成名,让热爱影像的年轻人知道了“亚洲新星导”计划。

华影盛视总裁、“选秀教母”龙丹妮表示,中国导演缺乏表现的机会和平台,专业院校的导演专业在录取时,其录取比例往往是从经过层层考试后的1000人里再挑选出10个人。但这个节目并不一样,假如有上万人报名的话,就表示有更多的人有展示的机会,并且,这一展示的过程会被人关注,也许没有拿第一名,但也可能被制作公司看上。对选手来说,就多了一个实现导演梦的机会。

如同每一档选秀节目的选手“低门槛”策略一样,在《我要拍电影》官网上,记者看到,该节目的报名条件也并不多:不限年龄、不限职业,对电影有梦想、有追求的才华出众者。但仅有这些,恐怕还难以挤进十强。

十强中,土豆网赛区的“拍客”阿齐作品数量超过30余部,点击量超过5亿人次;欲与曾以一个馒头引发的血案》而成名的胡戈一决高下的李春啸,2006年拍摄的《民工也疯狂》点击量已超过1亿人次。这两位可谓是“草根红人”。当然,十强中也不乏科班出身的选手,王郢去年毕业于中国传媒大学的电影专业,十强中同样科班出身的还有田壮壮嫡系弟子韩轶,及毕业于北京电影学院导演系的硕士宋迪和在读硕士周楠。

记者发现,进军十强的参赛作品镜头大多对准街巷里弄的柴米油盐。“片子主要讲一位患了乳腺癌的大妈,没钱买硅胶假乳,只好拿绿豆做替代。”2009年4月王郢在四川拍摄的《阿美的绿豆》就是她此次的参赛作品。同样,周楠的《小西天》演绎一个司机与其情人之间的黑色幽默,宋迪的《燃烧的煤核》描绘了羊角风母亲与自闭症儿子之间的亲情故事。

“80后”占多数

“我们大部分人都是‘80后’。”王郢说。“80后”导演让人自然地

联想到新生代导演和第七代导演。此前的中国电影专注于历史、民族、政治、人性等宏大叙事,新生代出现以后,中国电影开始注重对个人体验进行一种较为深入的影像描述。电影既是对个人成长经验的朴素记忆,也是新生代对自己生存现实的一种象征性指认。

例如,进入十强的选手李春啸,其参赛作品《过年》如同一幅形态各异的“80后”过年前群像:找不着媳妇的男青年、找不到工作的大学生、拿不到奖金的警察、得不到升迁的白领、被戴绿帽子的小偷、买不到车票的归乡人……

然而,新鲜出炉的十强到底具备何种魅力,让评委亮出通行证呢?

金鹰网网络赛区的一位青年评委表示,他主要看剧情完不完整,创作手法新不新颖,导演的可塑性强不强。著名娱乐评论人谭飞表示,他看重选手处理电影投资与回报关系的能力。中影星美院线UME国际影城的宣传总监蒋勇也十分重视选手作品与市场的契合程度,关注作品中是否有

新的商业元素和商业类型。

“选秀的本质是要选出某个领域中的稀缺品,而能否真正成为偶像,被市场接纳,还要看每个人的与众不同之处是不是目前在市场上还处于稀缺。”中国传媒大学专门研究选秀节目的在读博士李翔分析。

分享电影产业“大蛋糕”

据统计,2009年中国电影票房突破60亿元,今年预计将达100亿元,巨大市场吸引了各路资本。对于湖南卫视此番以选秀之名进军电影业,业内人士褒贬不一。

“全民看电影是好事,全民拍电影则是悲剧,哪有那么多胶片供浪费啊。”资深文化评论人韩浩月表示,“高清DV的普及,已经让不少资深影迷热血沸腾,但迄今为止,还没有几部优秀的DV电影被拍摄出来,好电影终归还是工业化的产物。”

谭飞则希望选手能更多地了解社会,作为商业电影的导演,可以更多地接“地气”,真正和老百姓拉近距离。他建议选手要从做个好导演本身下功夫,作品要有

创意,导演的个人积累要足够,而不仅仅是把《我要拍电影》当成一场选秀。

有业内人士认为,“我要拍电影”海选活动是一次颇有创意的电影营销方式。一方面,湖南卫视可以借此布局进军电影产业;另一方面,此举又强化了其在内地电视娱乐节目中的领军地位。可以预料,在“为中国电影寻找草根第八代”的旗帜下,湖南卫视或将诞生又一全新品牌的选秀娱乐节目,围绕这一选秀活动将产生巨大社会影响力和经济效益。该节目总导演马昊也透露,这不会是一档单纯的电视节目,而是一个完整的产业链。

一位电影界人士向记者分析,拿1000万元给一个草根导演拍贺岁片看起来风险巨大,其实是稳赚不赔。“现在电影营销费在整个投资中比例越来越高,对票房影响也越来越大。一部电影从没开拍一直炒到影片上映,这种待遇以前只有张艺谋这样的大导演才有。这些年中国电影市场证明,当一部电影成了社会热点话题的时候,票房自然不在话下。”



重访四川省青川县东河口地震灾区群众

左图:2008年5月15日,杨林生老人在东河口村废墟上悲泣。

右图:2010年4月30日,80岁的杨林生老人在新家附近遥望远方。他身后是地震中被毁坏的房子,如今已经纳入东河口地震遗址保护范围,不远处是重建的木结构新房。(新华社发)

前 瞻

尽管网络演出还未形成规模性的业态形式,不像网络游戏和网络音乐那么受人追捧,但其巨大的发展空间以及目前演出业和网络业的一些积极探索,一直受到文化部文化市场司的密切关注。为进一步了解网络演出发展现状,把握其发展趋势,促进网络演出的繁荣有序发展,文化部文化市场司近日在京组织召开网络演出发展座谈会,文化主管部门、网络公司及演出单位的相关负责人围绕网络演出的发展方向、赢利模式等一系列问题展开了热烈讨论。当演出与网络深度融合将会怎样?与会者各抒己见,其中不乏观点交锋。

观点一:只是一种营销手段

基于目前网络平台的宣传优势,一些演出单位将演出剧目触“网”播出,其目的并非追求网络赢利,而是将网络演出作为一种营销手段。3月10日,北京人艺首次将话剧《关系》进行实时网络全程直播。北京人民艺术剧院宣传处处长孙丹说:“主要是想看看网络这种传播载体对传播主体有多大的影响力,并通过网络途径来宣传北京人艺的品牌”。

中演票务公司总经理王世忠认为,互联网永远代替不了剧场,网络演出的目的是推广,而不是赢利,网络演出不是一个未来的大势。在网上做演出,未来5年没有任何市场机会。但是互联网是演出非常有效的推广手段,经济实惠,效果又好。

“从现在看,作为宣传性的网络演出,一些演出团体或经纪公司

网络演出——输赢悬念丛生

本报记者 陶瑞艳

司会把演出片段放在网上进行宣传。根据我们统计的数据,有63%的专业演出公司把网络作为一种重要宣传手段。”道略传媒产业研究中心咨询师王英说,“曾经在德云社做过一次观众群体调研,结果显示,58%去德云社的观众是受到网络上郭德纲相声的吸引而走进剧场看演出的,而且50%左右是外地观众。”

新浪视频制作负责人孙卓也比较赞同以网络为宣传手段去带动传统演出票务等方面的售卖。“我们把直播转变为更为适合的点播手段,让这个视频在网络上可以转载,可以分享,并一直流传下去。用这样一个宣传,去带动普通网友,让他们加入到舞台演出的观众圈子里去,使更多的人到剧场看演出。”

星光现场总经理马永平说,星光现场建立之初就想推广网络演出,当时在场地里装了一个4兆的光纤,为做网络演出提供硬件服务。4年来,星光现场一直想运营网络演出,和几个运营商也谈过类似的合作,但是一直没有成功。4年里,只有20%的演出增加了网络这部分内容,主要还是单场演出或活动的宣传,并没有起到其他作用。

观点二:或将发展成新兴产业

基于网络视频的开放性等优点,一些网络公司不只是把网络演出当成一种营销手段,而是在网络演出内容、形式及赢利模式上进行积极探索。第一视频今年春节期间制作的网络春晚采用全景式多机位直播技术和用户自主

导播形式,为网民观众打开了一片新的娱乐天空,在网络增值业务方面也达到100万元的收入。

第一视频总编辑杨烁今坦言,第一视频做网络演出的目的很明确,首先是服务网友,第二就是赢利,因为不赢利就没有可持续发展空间。对于“网络演出可能不是大势”的观点,他持50%同意的态度。“如果以现在的形式做网络演出就不是大势,因为赚不到钱,很难成为大势。赚钱的前提是给网友提供了什么。今年我们希望基于一种弱链接变成强链接的SNS社区的概念来加强演出在网上的落地。关于赢利,只有线上活动线下化,才可能做垂直的广告投放。现在网络演出,在赢利上遇到两个瓶颈,一是广告瓶颈,网络演出从筹备到呈现多是二八比例:呈现时间是20%,筹备时间却是80%。这个过程中,能不能寻找到合适的广告商来减少成本,就经验来看,是不稳定的。二是直播的点击收费,这个方式可能走不通,而且会对网络运营造成很大压力。我们正在尝试一种V视频的后续点播收费,与移动梦

据报道,近来山东阳谷县、临清市正在争夺“西门庆故里”的“名分”。阳谷县准备兴建“金瓶梅文化旅游区建设项目”,复原西门庆和潘金莲的幽会地点;临清市则提出打造“西门庆旅游项目”,重修王婆茶馆、武大郎炊饼铺等,并制作西门庆7个妻妾的“精美画像”作为旅游工艺品。消息一出,舆论忿然,难道“文化搭台、经济唱戏”真已经到了如此饥不择食甚至不计后果的地步?

西门庆并非一个真有其人的历史人物,因而根本不存在所谓“故里”。实际上,所谓“西门庆故里”云云,是一个根本缺乏常识的伪命题。不管历史人物还是小说人物,都有个是非曲直、妍媸美丑的问题。即使是真实的历史人物,那些遗臭万年、被打在了耻辱柱上的千古罪人,如秦桧、严嵩之流,向来也没有哪个地方、哪个人有脸有胆胆将出来和他们“拉关系”,更不要说搞“文化搭台”;而西门庆这个集恶霸、奸商和淫棍于一身的小说人物,今天竟变得炙手可热,要拿他来当“城市名片”和“形象代言人”,不以为耻、反以为荣,着实令人震惊!说穿了,这一怪象折射出的,正是当今面临的社会道德底线不保的危机。为赚钱抢名人抢到了西门庆头上,而且专拿他和潘金莲的“幽会”说事,拿他的妻妾成群做文章,还打着“文化”的幌子,要大张旗鼓充分展示,以做成卖点吸引游客——要说“文化”,这是典型的文化堕落。

这种怪象,更折射出当今一些深层的社会问题。小说人物西门庆,全部营生都围绕钱、权、色三个关键字展开。他是一个惯于敛财的商人,因而财大气粗;他使钱买官,于是能为所欲为,成了恶霸;有钱又有权有势之后,他便肆意享受女色。这环环相扣间,充斥着钱与权、钱与色、权与色

的肮脏交易。西门庆的勾当,和当今那些贪官、奸商的所作所为有着惊人相似。正如同贪官奸商们的厚黑计谋和挥霍霍糜烂虽然为广大百姓深恶痛绝,却也被一些人艳美和津津乐道一样,西门庆的所作所为显然也引发了某些人的特殊兴趣。联想到一些影视剧,尽管打着真实反映和现实批判的幌子,但骨子里却有同情和美化贪官奸商的倾向。

为赚钱不择手段而无所不用其极的做法,还从根本上毒化着当地的社会风气和文化生态环境,试想:如果任由某些人胡作非为,真把西门庆排成了一座城市的“形象代言人”,那生活其中的居民该作何感想?是感到光荣,还是觉得耻辱?尤其是,这座城市的青少年从小生活在这样一种恶俗的文化生态环境里,又如何健康成长?

开发旅游带动经济发展,愿望可嘉。有地方名人当然好,没有名人也犯不上找西门庆这样的人。拓展旅游经济,可以打造的特色是多方面的,自然风光、人文景观、民俗风情、土特产、野菜小吃,乃至新兴的优势产品,都能有吸引力。浙江海宁有

王国维、徐志摩故居,有钱塘观潮,也有今年新建的皮革城,很多游客是冲着后者去的;成都有诸葛丞相祠、杜甫草堂,有风味独特的川菜和小吃,也有悠闲自得的“慢生活”情致。眼下不少游客更为后者心动。

明代万历年间刊刻的《金瓶梅词话》里,有东泉异珠客写的序,序言说:“读《金瓶梅》而生怜悯心者,菩萨也;生畏惧心者,君子也;生欢喜心者,小人也;生效法心者,乃禽兽耳。”“奉劝世人,勿以西门之后车可也。”这些话是很有见地的。今天争抢西门庆做“形象代言人”者,是上述四种人中的哪一种?我想,肯定不会是第一、第二种。

虚构人物哪来『故里』

孙 逊

女性电视节目

新题材难解老难题

本报记者 鲁娜

第四届女性风采优秀电视作品奖近日在京发布,180部作品从参选作品中脱颖而出,荣获奖项。其中,《大山里的乡村医生》等20部作品荣获一等奖。由于本届活动参选作品在反映女性创业就业方面主题突出,组委会还首次设立了“女性创业就业主题奖”,《大菜园里的女能人》等12部作品最终斩获该奖项。

据中国视协分党组副书记王锋介绍,女性风采优秀电视作品奖每两年评选一次,本届活动共收到全国132家影视机构推选出的300余部作品,是自2002年创办以来规模最大、推选作品最多的一届。这些作品集中反映了新中国成立60年来,中国女性取得的发展成就,展示了当代女性自尊、自信、自立、自强的精神和时代风貌。

主办方一位负责人向记者介绍,受金融危机影响,全国失业率大大上升,中国女性就业也受到

影响。但在本届活动的参评作品中,他们欣喜地看到众多以我国女性自主创业、就业为主题的作品,这些作品的创作与播出,提升了女性战胜危机、共克时艰的信心。据介绍,本届参选作品中,就有92部作品以此为题材进行创作。例如,《半边天》栏目的参选作品《繁华——30年打工妹实录》,该片是《半边天》摄制组历时数月,辗转中国南部数地,以30年来打工妹的故事为案例,以主人公剧情式精彩人物事件为主要讲述方式,关注在30年改革开放的历史中将要被遮蔽的群体——打工妹们的故事。

此外,记者发现,在第四届推选作品里,已经有反映“80后”女性的作品。其中,贵州省凤岗县广播电视台的参选作品《大山深处80后》就是一部有关3个“80后”女孩的故事,该作品摘得本届活动一等奖。该作品讲述了3个“80后”女教师扎根大山育桃李的故事,展现了“80后”女性坚韧执着的品质。主办方表示,这3个“80后”女孩的人生选择——在大山里守着一群孩子,让蒙昧的孩子变成有知识的人、走出大山,自己却选择让人生最美好的青春在非常寂寞的时光里度过,这种精神让人感动。

“这部片子获奖我认为原因有三。”中国视协纪录片学术委员会副会长李安东说,“一是选题好,‘80后’和山村女教师,是两个热点和焦点。二是有社会责任感、高尚的情怀,符合主旋律。三是细节处理得好,像邵雪身后的小熊和陈佳丽书桌上女儿的照片。”

然而,在女性电视节目看似风起云涌的表面,也隐藏着老难题。据《半边天》主持人张越说,《半边天》几乎是第一批成长起来的女性题材电视栏目,随后“繁衍生息”,到女性题材电视栏目的第二次、第三次浪潮,能最终保留下来的栏目越来越少。也就是说,可供女性题材电视作品播放的渠道也越来越少。究其原因,主要是栏目收视率难以维继。