



尹丽川执导的网络电影《哎》

前不久,优酷网携手中国电影集团公司等启动中国首部跨平台传播的网络电影——《十一度青春》,这意味着中国互联网历史上第一部同主题系列网络电影的问世。8月20日以来,已有《拳击手的秘密》、《哎》、《夕花朝拾》3部电影在优酷网播出,均获得百万人次的点击率。据优酷网介绍,余下7部短片将在每周四陆续推出,明年将会有同主题长片电影登陆院线。视频网站与网络电影融合的模式是否能成为视频网站版权纠葛中的救命稻草?视频网站一直以来的优势在于平台,在内容制作上能否胜任?

低成本制作受青睐

网络电影的出现曾被认为是电影史上的一场革命,中国传媒大学网络新闻与新媒体方向副教授李建刚介绍,“网络电影没有特定的含义,国际上更通用的概念是短片。相比普通网络短片,它的画面更好看,故事性更强,戏剧冲突也更多。由于拍摄器械与技术的提高,一些性能良好的摄像机也能拍摄出高画质的影像。相对传统电影,网络电影实现了低成本制作。”

《十一度青春》作为国内首部系列网络电影,是优酷网与中影集团的一次尝试。“由几位导演各自拍摄短片后推出院线长片,这种做法在国际上很流行,但在国内还是第一次。”《夕花朝拾》的导演庄宇新介绍说。据优酷网原创团队介绍,网络电影时长大约在10分钟到15分钟。

毕业于上海戏剧学院的邱东告诉记者,网络电影受青睐不在于画面质量,而在于“忙碌的生活有时很难抽出两个小时看电影,

网络电影正好可以充分利用零散时间,是一种明快而紧凑的休闲方式”。例如,尹丽川执导的《哎》讲述了同是北漂跑龙套的一对男女,关于事业梦想与爱情错失的故事,与“爱”谐音的“哎”贯穿影片,表现青春的迷茫。“我曾在剧组做过副导演,对人在江湖、身不由己的无奈感同身受。”邱东颇为感触地说。

作品拥有超过5亿人次网络点击量的原创导演阿齐,从专业的角度评价《拳击手的秘密》,“这部片子整体的拍摄手法很恰当,节奏的把控不拖沓,在画面和光线上比较细腻,故事也比较完整。”

网络电影一度与“草根导演”分不开。但作为“青年导演扶持计划”的《十一度青春》,其导演实际上已小有成就:尹丽川曾执导《公园》、《牛郎织女》,庄新宇执导的《爱情的牙齿》曾获第二十六届金鸡奖,而沈严是《中国式离婚》、《手机》的导演。对于这样的导演人选,优酷高级运营副总裁魏明表示:“这只是一个开端,而后我们会把目光更多地投入到那些极具创意的草根导演,逐渐实现我们扶持新锐导演和制作团队的目标。”

原创网剧发展迅猛

网剧并不是视频网站最初的选择。国家版权局、公安部、工信部近日联合展开了“剑网行动”,打击版权违法行为。今年4月成立的中国电影著作权协会,作为电影界第一家著作权集体管理组织,也致力保护影片版权利益。在这种大气候下,版权问题让视频网站吃够了打官司的苦,与此同时,版权费愈涨愈高,视频网站只能另谋他法——同内容提供方

合作推出原创产品。

此时,优酷网成为视频网站的首选。此前,优酷网已推出《非常爱情狂》和《天生运动狂》,在不足一周的时间内,两部剧均获近千万人次的点击率。其他视频网站也一哄而上:土豆网与中影集团联合打造推理探案《Mr.雷第一季》,并计划拍摄纯爱偶像剧《欢迎爱光临》。而酷6网也宣布改编热门美剧《生活大爆炸》,推出《新生活大爆炸》。

原创网剧不仅省下了版权购买费,还带来可观的收益。易观智库近期发布了《2010年第2季度中国网络视频市场季度监测》,其显示,2010年第2季度中国网络视频市场收入为5.16亿元人民币,与去年同期相比翻了两番,环比高幅上涨64.6%。究其推力之一就在于视频网站网剧的迅猛发展。

原创网剧的成功,使视频网站有信心将原创产品延伸到网络电影领域,而更大的动力在于,视频网站的大部分网友更倾向于在视频网站观看电影。中国互联网络信息中心(CNNIC)2010年发布的《2009年中国网民网络视频应用研究报告》显示,电影以77%的比例成为网络视频用户最为喜爱的内容类型,网络视频主要用户教育程度集中在中等学历,这个层次有着数量

巨大的网友。

“视频网站试图提供高质量的原作品,是目前视频网站竞争的需要。”李建刚说,“当然,网站的主要作用还是在于平台输出,广告商作为资金的投资方,影视集团、工作室作为内容提供商,这在组织形式上是产业互补。”据悉,目前的视频网站推出的原创作品都是与内容提供方合作,少有可能实现独立制作的。

视频网站与电影电视融合,对整个视频网站行业来说是全新挑战。土豆网创始人及CEO王微曾表示,结果可能5年后见分晓。

“黑户”问题不可忽视

相比传统电影越来越大的投资规模及越来越高的宣传推广费用,网络电影资本投入和进入门槛都较低,受众群却很庞大。“网络电影无形中给传统电影很大压力,随着DV的普及,每个人都有可能当导演,观众可以随时打开电脑免费挑选影像观看,终会有作品让观众动心或感动。”阿齐从导演角度分析。

“在制作技术、运营模式这些层面,网络电影不能与传统电影同日而语。”毕业于中央戏剧学院导演专业、现任职于中国传媒大学动画学院的解伟认为网络电影的优势在于软件,如对当代人观



第二届欧洲孔子学院联席会议于9月6日至8日在伦敦举行,欧洲地区有72所孔子学院或孔子课堂的代表出席会议。图为9月6日,在英国首都伦敦的伦敦南岸大学,一名代表在第二届欧洲孔子学院联席会议开幕前参观欧洲地区孔子学院图片展。

追 踪

缺乏内容 难以推广

电子书包进课堂还仅是“炒概念”

徐 楠 张晓东

1000亿元大蛋糕

据教育部统计数据 displays,目前中国在校生活达3.2亿人,平均每个学生的课本拥有数为20册,每学期总印数超过60亿册,每学期达到120亿册,而学生所用的作业本是课本的数倍,每学期每门课按6册计算,将达到240亿册,课本和作业本加起来将达到360亿册,其总价值超过1000亿元。

这意味着,“电子书包”取代传统书包,至少有1000亿元的大市场,且不包括延伸的配套产品市场。事实上,“电子书包”属于教育信息网络化的重要终端产品,加之政府支持,其市场前景无疑是巨大的。

巨大发展前景引发了数字出版的产业驱动,据不完全统计,在不到一年的时间内,包括汉王和方正在内的数十家电子书阅读器相继推出“电子书包”产品。“但这款产品根本就无法进入市场。”国内某知名电子书阅读器销售经理王维无奈地指出。

“我的生活彻底被‘电子书包’这4个字所打乱。”去年年底,王维被这家公司月薪近万元以及丰厚的公司福利所吸引,加入电子书阅读器行业。公司安排给他的第一份工作就是推广“电子书包”产品,王维就此开始了半年多的推销。

近日,盛大正式推出Bambook电子书阅读器,这款售价仅为899元的阅读器被各方视为最适合成为“电子书包”的产品。无独有偶,汉王科技也传出正在联手英特尔公司打造“电子书包”的消息。然而,燥热背后的事实却是,电子书包真正“瓜熟蒂落”,路途依然漫漫。

“‘电子书包’如今的定位是继早教机、电子辞典、点读机、学习机之后的第五代学生教辅产品,离真正意义上提供电子教材阅读的产品还相差甚远。这主要还是因为国内的‘电子书包’产品一直没有准确的概念和标准。”王维说,“大家都是各做各的,懂不懂‘电子书包’无所谓,但凡推出产品就住新品,加之政府支持,其市场前景无疑是巨大的。”

一场新旧出版业的博弈

王维这个曾经的IT产品“黄金推销员”在“电子书包”上却碰了钉子。“实现课本电子化从技术上已不成问题。但现在的难题就在推广和内容上。”

“说白了,这仍是一个掌上学习机的升级版,你说能有人要吗?没有教材内容什么都是扯淡!”王维无奈地说,“‘电子书包’要想得到学校家长的认可,必须还得靠内容。现在市场上所有的‘电子书包’产品没有一个能提供完整的教材

影习惯的把握:“传统电影讲述一个完整故事需要90分钟到120分钟,很多人难以忍受如此长的时间,像类型片、动作片,开头十分钟是否能吸引观众非常重要。网络电影独特的优势在于几分钟内就可营造剧情高潮,契合了快节奏的现代观影习惯。”

电影导演张艺谋曾认为,网络电影会对举步维艰的电影业产生灾难性后果,看电影仍需电影院这样的文化氛围。阿齐赞同张艺谋的观点,但他认为的文化氛围,更确切地说是体验电影:“3D电影的发展,IMAX的引入,这个讯号预示着以后我们在电影院看到的,一定是一种视觉技术的享受,每一部电影都像主题乐园,我们甚至可以去玩。”

不可忽视的问题在于,网络电影目前在国际上仍是没有身份的“黑户”。奥斯卡电影艺术暨科学董事会曾宣布,任何影片若不是通过影院公开首映,将不具备角逐奥斯卡奖资格。还特别点名影片不得“通过网络首映”。美国电影艺术与科学学院也在两天后响应:任何在互联网上首映的影片都不能参与奥斯卡金像奖的角逐。据了解,电影节影片大部分为胶片制作,参与评奖的影片也要求为每秒24格,而国内的大部分网络电影多采用DV机拍摄,远达不到这一要求。

名语辑录

“这两个月来大大小小的争议和负面新闻,为什么我一直都站在台前、腰杆直直的,就是要告诉我们的团队,搞创作要自信、对自己做的事要负责任,不能人云亦云。只要真心实意付出了,就要尊重自己、尊重作品。”

——新版电视剧《红楼梦》日前首轮上星与全国观众见面,这部受到持续长达4年关注的作品至此揭开神秘面纱。而对于之前几乎一面倒的批评之声,导演李少红表示,有没有底气很重要,没有必要因为观众的欣赏差异就怀疑自己。

“提倡影视艺术工作者积极探索,锐意创新,精益求精,把提高思想艺术质量放在突出位置;强调把社会效益放在首位,努力追求思想性、艺术性、观赏性的统一;要求把握原著思想艺术精髓,在情节内容、表现手法上创新;反对调侃、戏谑、歪曲名著经典,反对用噱头、花边吸引眼球,反对一味迎合市场和收视率。”

——国家广电总局新闻发言人朱虹日前做客某论坛,在谈及名著改编等问题时,朱虹说,电视剧创作中的名著重拍和经典改编,是打造影视精品力作的重要途径,但是反对调侃、戏谑、歪曲经典。

“‘三旧’改造与文化遗产保护不是互相排斥、互相矛盾,而是可以相辅相成,相得益彰的。文化遗产保护对保存城市历史、传承城市精神、建设城市文化、彰显地方魅力具有独特的积极作用,文化遗产保护工作是‘三旧’改造中的一个不可忽视的重要环节,而‘三旧’改造成果的一个重要体现就是文化遗产得以充分保护。”

——广东省文化厅厅长方健宏日前接受媒体采访时表示,除了做好旧城镇、旧厂房、旧村居的

“三旧”改造范围内不可移动文物的保护工作,对于尚未核定公布为文物保护单位的不可移动文物,也可采取公布为历史建筑等方式加以保护。

“中国真的到了已经没新东西可写、非得去争相炒这些冷饭来过日子的地步了吗?有些经典是值得翻拍或重拍的,但即使是这些好东西,是否有必要三四家公司或电视台一起去翻拍重拍它?而有一些,比如李小龙、白娘子、封神榜等,真的就那么值得让大家伙起哄架秧子般一窝蜂去翻拍吗?”

——对于近期涌现一大批经典改编作品,剧作家陆天明呼吁原创剧作。“也许正因为写影视剧是个‘挺来钱的活儿’,反倒让不少的影视作家浮躁起来。只想到无风险地挣钱,而很少再去想‘创作’这两个字必须包含的那种神圣的本意。”陆天明说。

“和内地相比,动漫在香港的出版发行相对经验丰富,系统完善,操作得更加成熟,再加上地方小,往往头一天出版,第二天就可以知道发行了多少,销量有多少,回收相对比较快。但内地市场太大,出版发行环节又比较多,所以对动漫的发行和销售情况不好掌握,甚至有的发行半年后才知道销量有多少,这对于动漫的创作不太有利。”

——素有“香港动漫教父”美誉的黄玉郎,在谈及内地与香港动漫的差别时坦言,内地动漫市场庞大,但出版发行环节亟待“提速”。此外,谈及目前动漫与新媒体的关系时,黄玉郎亦有喜有忧,“今后动漫成也新媒体,败也新媒体。因为目前对于网络的监管还不完善,盗版问题让原创漫画家很受伤。”

(蔡萌 整理)

“处女作奖”获奖作品引进中国

本报讯(记者蔡萌)《化圆为方——俄罗斯处女作奖小说集》新书发布会于日前在第十七届北京国际图书博览会上举行。该小说集是在中国版权服务站的积极推动下,通过中华版权代理中心引进版权,由人民文学出版社翻译出版的中文版俄语小说集,书中共收录了15部短篇小说,都是近年来俄罗斯独立文学评委会从数万件参选稿中遴选出来的荣获“处女作奖”的优秀作品。

“处女作奖”是俄罗斯最具信任度和威望的奖项之一,与俄罗斯“布克奖”齐名。此次应邀在北京国际图书博览会亮相的6位获奖作者年龄平均不超过25岁,代表了网络时代成长起来的新一代俄罗斯作家。

据悉,俄罗斯“处女作奖”作家此次北京之行还将在中国版权服务站积极支持下,通过中华版权代理中心与中国作家协会和搜狐网及中图进出口总公司分别举办两场中俄作家座谈活动。

数字化辞典产品中最简单的搜索功能几乎都没有几家支持,更不要提深度的数字产品了。

就在前两天,郑媛媛去苹果公司“取经”,他们要学习如何在iPad上开发更合适的软件。去年4月份开始,外研社已经在苹果商店陆续发布了近百种学习课程软件 and 词典,将英汉、德汉、法汉等辞典数字化,变成软件放到iPad软件平台上,将那些放在孔子学院的纸质辞典,放到了网上,供全球人下载学习中文。用户可以检索、收看视频教学、收听音频等。目前,这款软件已经在全球下载超过上万次。

郑媛媛表示,外研社如今的策略是,一方面等待一款功能强大的产品问世;另一方面不断做足内功,完善自己的数字产品内容,为以后外研社数字产品发展打下基础。

现在的电子书阅读器除了价格高、不够人性化、电子内容承载力不够等问题,在利益分配上还有待明确。她算了一笔账:一本辞典如果定价50元,电子书卖到3或5折,再算上重新排版、设备方分成等其他成本,最后利润和图书差不多,甚至更低。而且目前电子书阅读器的数量依然比较少,没有形成大规模购买力,“电子书包”的发展并没有为出版企业带来量级的利润增长,这也不难理解出版企业不太积极的心态了。

图书『限折令』为何尴尬收场

晏 扬

乱 弹

据报载,由中国出版工作者协会、中国书刊发行业协会和中国新华书店协会重新修改后的《图书交易规则》日前发布,原先《规则》中备受争议的“促销”一章被全部删除,这意味着图书“限折令”在实施不足8个月后就尴尬收场。中国出版工作者协会常务副秘书长黄国荣解释称,这是依据《反垄断法》的有关规定,按照国家发改委的要求作出的修改,修改后的规则不会再有争议和分歧。

新书出版后一年内必须实价销售,网上售书不得低于8.5折——这个图书“限折令”当初甫一出炉便遭到舆论的质疑、读者的反对、网络书店的抵制。图书“限折令”名义上实施了将近8个月,实际上一天也没有实施到位,即使不做出修改,也早已名存实亡。

图书“限折令”尴尬收场的主因在于“反市场”。图书不是关系国家经济命脉和安全的产产品,理应实行充分的市场化,自由买卖,自主定价,通过市场竞争提高图书质量,繁荣图书市场,惠及广大消费者。而“限折令”限制了自由竞争,对图书市场的发育和发展形成阻碍,不仅违反《反垄断法》的相关规定,而且体现出一种逆时代潮流而动的计划思维、垄断思维、管制思维。

事实表明,在一个开放的市场里,任何“价格联盟”都是一厢情愿的幻想,任何价格管制都难免黔驴技穷、山穷水尽。所以,图书“限折令”的不妥之处首先在于,相关行业协会自以为其力量可以大过市场的力量,自

以为其“二政府”的名分就可以号令天下。图书“限折令”被删除了,但更应该被删除的,显然是这种陈腐的管制思维和垄断惯性。

实际上,图书“限折令”不仅源于陈腐的思维和惯性,更源于既得利益者“权力自肥”的心态。以网络书店为代表的民营书店店的异军突起,改变了图书市场的原有格局,冲击了国字号企业的既得利益,在眼下的图书交易市场,国字号企业确实做不过民字号企业。

面对颓势,国字号企业应该做的是反思优势何以丧失,适时求变以适应市场潮流,可惜,他们首先想到的不是自我改进,而是试图改变市场规则,让规则适应他们、为他们“量身定做”并要求别人遵守,试图死守既得利益。所以,图书“限折令”的不妥之处更在于,相关行业协会为了维护既得利益而不惜违反正常的市场规则,不惜构筑行业壁垒,将图书市场的繁荣和广大消费者的利益置于脑后,图书市场遵循市场的普遍规则即可,对于有无必要单独制定一个《图书交易规则》,笔者持怀疑态度;对于修改后的《图书交易规则》是否再无争议和分歧,笔者的怀疑态度更甚。值得庆幸的是,“限折令”能在短短8个月时间里就宣布收场,这也显示出相关行业协会最终对市场规律的遵从。