

美国大片《2012》自公映以来,叫好和非议声并存。在片中,地球如巧克力成片融化般的末世灾难影像给观众致命的打击。于是,有人提出“叫停”《2012》,还下一代一个美好、充满愿景的未来。对此,清华大学美学教授肖鹰反驳说:“真正摧毁下一代的不是《2012》,而是某些暗、晦涩的中国大片。”

肖鹰认为,《2012》虽不是美国大片中的至上精品,但仍可视作佳作。它表面呈现的是一场灾难,实质宣扬的是灾难面前人们共赴危难的情怀以及如何深入去爱,它传递出的不是悲观和绝望,而是一种温暖的力量。无论拍摄多么惨烈和恐怖的题材,都时刻不忘对人性的开掘和对理想、情爱的表达,这正是美国一些大片的高明之处。而相形之下,一些国内大片,无论是《英雄》《无极》《满城尽带黄金甲》,还是《夜宴》《风声》,都缺少人性的光芒和人类的大爱情怀。

热点

《2012》热映 引发文化学者质问

国产大片何时不再晦涩

赵凤兰

观众普遍反映,与美国大片《勇敢的心》、《真实的谎言》、《阿甘正传》等相比,国内一些大片却阴暗、晦涩,很多角色内心充满了仇恨和变态,如《夜宴》除了乱伦和奸杀,没有一丝人性光芒;《风声》把抗日战争中的地下抵抗演绎为令人发指的刑法联赛外,并没有表达出真正的救赎意义;表现兄弟残酷无情的《投名状》、夫妻同床异梦的《满城尽带黄金甲》、朋友背信弃义的《十面埋伏》、救人反遭陷害的《墨攻》、舍弃承诺的《英雄》等,应当凸显的

人性光辉都在扭曲阴暗精神的掩盖下悄然沦陷,也无力张扬人性的大爱,这是中国大片不能带给观众真正感动的原因。

此外,缺少格调也是中国大片的致命伤。即使是被誉为“中国主流大片优秀代表作”的《集结号》,在肖鹰看来,却也因为精神空洞而不能带给观众真正的感动。而《英雄》中导演设计的万箭齐发的炫丽场面,观众为之震撼的是导演赋予暴君秦王的霸王淫威,而非英雄的力量。肖鹰还指出,大片与普通商业娱乐片的不同在于,它超现实主义的文化叙事功

能承担着指向世界的文化职能,而现实却是,除了大投资、大制作、大场景,玩“人海战术”和“装修大师”的功夫外,我们越来越多的大片缺少文化含量。

对此,北京电影学院教授黄式宪也曾直言:“票房过亿的《投名状》和《赤壁》这类大片,在文化品位上出现了令人惊诧的颓落或沉沦。这些电影唯票房马首是瞻,玩的是造型奇观,所缺的恰恰是我们民族文化的主体性。”

自2001年的《英雄》以来,中国大片已走过近10年历程,尽管目前每部大片几乎都取得了高票房,但却弥漫着极大的“文化泡沫”。因此,中国大片要打破口碑魔咒,就必须从文化上解决问题。肖鹰直言:“从玩技术、玩阴暗、玩噱头的误区中跳出来,赋予影片深厚的文化内涵和大爱情怀将是中国大片导演们面临的下一个挑战。”

关注

近百场活动、43万人次参加、19万专业人士到场,第四届文博会促成了大批文化创意项目签约和获得大额信贷支持。

文化创意,经济增长新引擎

本报记者 张楠 文/图

刚刚结束的北京第四届国际创意产业文化博览会,海内外参与热情、会场人气、洽谈交易、论坛活动的规模及参与度都是空前的。近百场活动、43万人次参加、19万专业人士到场,让人实实在在地感受到中国文化创意产业加快发展的春天已经到来。

统计数据显示,2004至2007年,文化创意产业集聚地北京的文化创意产业增加值在生产总值的比重逐年提高,2008年,文化创意产业占全市生产总值的11%。在国际金融危机背景下,今年前三季度,北京文化创意产业依然逆势上扬,实现增加值965亿元,占全市生产总值的11.8%,创历史新高。

创意产业—— 内容结构正发生变化

向前提10年,博览会涉及的多是机械制造、生活商品交易,人们很难想象,文化能作为产业举办这样规模的博览会。然而,刚刚结束的第四届文博会显示的巨大文化商机让人们确实感受到国家助力发展文化创意产业的光明前景。

据不完全统计,本届文博会共签署文艺演出、出版发行、版权贸易、影视节目制作交易、设计创意、动漫与网络游戏研发制作、古玩艺术品交易、文化旅游等合作意向、协议322个,总金额55.2亿美元。其中,亿元以上项目32个,占签约总数的10%;北京签约总额占55%。

据了解,目前文化创意产业项目的内容和结构正在发生变化:一是直接投资于影视制作、动漫游戏、演艺娱乐、数字内容等领域,产业合作项目大幅度提高,我国文化创意产业已从初期的探索、培育迈入开花结果、加速发展的新阶段;二是银行等金融机构和文化企业的合作从观望进入活跃期,金融支持文化创意产业发展的领域和渠道正在拓宽。本次博览会上,世界经典艺术奇幻体验中心、北京演艺集团、荣宝斋等6个项目获得13.33亿元的信贷支持;三是文化创意创意项目小额交易频繁,规模正在快速增长。

全国各地在北京创意产业的带动下,也都在挖掘自身的文化优势,进行专业规划,以期获得最大效益。如浙江省发布的文化创意产业项目多达138个;西藏推出将开发建设首个拉萨古城等重大文化产业项目;山西与中央数字电视传媒公司及北京、上海、河南的企业签署合资成立山西数字电视传媒公司。

《阿童木》上映后,发行方称“首映3日票房过4000万”,据中国电影报报道,实际数据显示,这部电影首映3天的票房不过1700万元,随着媒体关注度的提高,有业内人士表示,“超过八成电影的票房都有或轻或重的水分”。

票房注水,八成电影难逃其咎,可见这种行为在电影界是多么普遍。凡是和电影圈有所接触的人,都应该知道,票房注水几乎成了电影行业的潜规则,几乎没有任何新奇可言。一开始,只是少量电影虚报一下票房,没想到效果奇好,结果大家一涌而上,不管还有没有效果,反正大家都要习惯性地虚报一下。

虚报票房之所以如此盛行,因为它是最不需要创意、最好操作也是最廉价的宣传方式。它是电影进入全面工业化前期的一个必由之路,伴随它同步发生,还有电影创作的盲目跟风,对情色、暴力的无规则运用,裸替、临时演员欠薪、拍片污染环境等等,都是电影

上世纪60年代出生的人,正赶上那个文化生活匮乏的年代,看电影曾经是一代人抹不掉的温馨记忆。

有这样一个人,自幼痴迷电影,事业成功后醉心收藏电影,还义务为员工和乡亲们放电影,与电影结下不解的情缘。这个人叫卢和民,是河南省安阳县的一位普通农民;一个年纳税几百万的民企老板;一位声名远播的电影收藏家;一位乡村义务电影放映员。

今年46岁的卢和民,是一家木业有限公司的总经理。走进他的公司,你会看到到处码放着电影拷贝、电影放映机、电影海报,电影拷贝能把一间大的储藏室填得进不了人。卢和民告诉记者,他手里面有国内外各类影片3000多部,拷贝总数上万个,仅电影放映机就有5台。卢和民说,为了购买这些电影拷贝,他先后投资150多万元,跑遍了大半个中国。他还曾经为了一部心仪的影片,坐飞

司、互动电视传媒及动画制作平台等6个合作项目……

但良好的势头面前,依然有隐忧。面对产业起步规模大、起点高的趋势,北京师范大学文化创意产业研究院执行院长肖永亮教授指出,现在建设产业公共服务平台一般都是比较大的项目,但是,目前的问题是使用率比较低,存在相互攀比和模仿下的重复建设,缺乏或者根本没有有效的管理机制,专业管理和技术人才队伍建设也不足。

北京大学城市与环境学院王群慧教授也认为,文化创意产业最根本的,首先属于经济范畴,其次才属于文化范畴,它必须以创意为根本手段,因此,人才一定是第一资源。有运营能力和文化视野的经营人才至关重要,其次是创意人才、名人明星和经纪人,这方面我们还有很大差距。

旧工业建筑新生—— 建立文化创意集聚区

随着从工业化到后工业化的转型以及城市化进程的加速,一批大工业时代的中坚力量逐渐退出城市,淡出人们的视野,而余下旧的厂房还在向人们诉说着昔日的辉煌。如何保护和利用这些旧工业建筑,成为中国城市发展更新升级的重要规划和文化问题,城市的现代

化磨灭历史遗迹的争议不断,而创意产业园的发展为城市改造提供了一条新的解决之道。

据了解,近5年来,北京市文化创意集聚区的集群已经彰显较成规模的文化创意产业集聚区有21个,从空间布局上覆盖了13个区县,涵盖的北京市文化创意产业有影视动漫、文艺演出、设计创意、文化旅游、艺术品交易、博物馆文化等9大行业,汇集了上万家企事业单位。像北京尚8文化创意产业园,是在原北京市电线电缆总厂内建成,目前入驻创意企业160余家。进驻之前,他们根据电缆厂的建筑特点,不仅使旧厂房的建筑形态和历史痕迹得以保留,也融合了当今最顶尖时尚的传媒元素,把厂区的历史感和这种新的文化巧妙地融合在一起。

亚洲最大的图片产业基地竟园也是一个废旧的厂房仓库内改造而成,这个服务影视拍摄、图片交易的核心产业园区已进驻中国新闻媒体视觉联盟、平遥国际摄影展北京代表处、台湾琉璃、东田造型、酷动画等80余家创意产业机构和众多文艺名人;以舞蹈、戏剧艺术为主的方家胡同46号文化创意街坊,则是进驻原北京机床厂旧厂房。工厂高顶车间提供给了剧场改造空间,目前有两座厂房改造成的剧场。而已经闻名中外的北京798艺术区周边,如今已形成大小不等的11个文化创意产业基地,基本都是用原有的工业厂房发展

起来的。此外,首钢二通厂原有的闲置工业厂房,已成为国家动漫游戏产业基地……

文化创意产业集聚区显示出产业发展和城市发展,正在向功能化转变的趋势,集聚地带来的产业优势和创意优势不容置疑。

改变观念—— 谋求文化产业均衡发展

目前,文化创意产业集聚区组织模式正在从北京逐步向全国推广,集聚区的建设也将带来文化地产投资新的热潮。

但是,在文博会的多个以文化创意产业为主题的论坛上,多位专家学者共同提出了文化创意产业中,经济贡献与社会贡献的问题。专家们指出,目前抓文化创意产业有一个误区值得警惕,就是像抓GDP一样抓文化创意产业的产值,因为文化创意产业有其特殊性,如果像抓一般产业那样来抓文化创意产业,往往忽略发展规律,忽略社会效益。

798时代空间艺术总监阿福指出,有城市不顾城市自身条件是否允许,纷纷模仿上海新天地模式,不断打出“XX新天地”盲目复制现象严重,最终导致项目流产。有的城市为了短期出效果,急于求政绩,往往拆除历史街区建筑,重新建设一批假古董。数年间,处处流行XX风情街、XX文化一条街。人们不能容忍买卖假货,但是可以容忍造假古董。这种风气导致大量以保护振兴文化的名义来破坏文化。

北京社会科学院首都文化发展研究中心副主任沈望舒则认为,在全国,很多有文化底蕴的城市共同面对如何处理历史街区的早年辉煌和它形成环境障碍的矛盾。“旧城改造”使我们的文化资源虚拟化,它存在于专家、学者的脑海和文献中,有些人错误的认为城市古迹是城市建设的包袱。我们认为观念是最大的财富,可是我们在日常的工作过程中,观念也从来都是最大的障碍。

在北京国际文化创意产业论坛上,准备开发草原文化资源的内蒙古自治区副主席刘新乐说得更加明确:“人是文化产品惟一的消费者,越是注重人性化的文化产业,就越能适应市场的需求。所以我们发展文化产业,就必须坚持以人为本,以满足人民群众文化精神需求为目标,满足群众日益增长的多层次文化需求,为文化产业发展提供充足的需求支撑。”刘新乐的讲话表达了论坛共识,这也是我们文化创意产业发展的方向所在。



言论

票房注水伤害产业未来

韩浩月

产业不规范的缩影。

观众对电影所谓的“首周末票房”是感兴趣的。某种程度上,“首周末票房”是电影好看与否的晴雨表,虽未必准,但总算也提供了一条信息。只是,如果电影好看则罢,万一电影是部烂片,那么观众将会对发行方和制作方产生怀疑心理,以后再这么忽悠,恐怕也不灵了。从长远看,为票房注水带来的短期利益,伤害的是整个产业的未来。

好在中国电影的票房注水涉及面积虽大,但整体上注水情况还不算严重——很多电影只是在公映早期注水,档期结束前,也会

偷偷摸摸地把之前注水的部分填满。之所以电影票房发行方说多少就是多少,想让它是多少就是多少,归根结底是票房统计没有由公正的第三方提供。这个权利不能放到院线手里,也不能放到发行商手里,而应该由电影管理部门牵头,成立一个专门针对电影票房进行精确统计的公益机构,为观众提供翔实的信息参考。

不过,最简单的方法还是加强行业自律,制作方和发行方率先要有诚信意识,多在提高影片质量上下功夫,别没事乱琢磨怎么在票房上做手脚。做来去做,究竟赚了多少钱

自己不知道么?要是被税务部门盯上,吹牛吹到上了税那可得不偿失。虚假票房得到的也只是虚荣心的满足,真正能得到快乐的,还是电影实实在在地受到了观众的欢迎。

大家开始重视票房注水的问题是个好迹象,这是电影产业走上正规化的前奏,不是观众对票房注水已经习以为常,而是行业发展本身已经不能再容忍票房注水行为继续泛滥下去。如果遏制票房注水能成为电影行业的自觉行为,那么很有希望能够带动其他不规范的产业行为得到纠正。如此看来,对票房注水的曝光还是更加激烈一点才好。

人物

卢和民与他的电影情缘

本报记者 张宪 本报通讯员 李德明 图/文

机到哈尔滨、西安、南宁等地走访搜集。

卢和民对电影的痴迷,来源于童年的记忆。“小时候,一听说周边十里八村放电影,我就像过年一样高兴。什么《南征北战》、《英雄儿女》、《小兵张嘎》。这些老电影我不知道追着村看了多少次。”卢和民说,“当时我就想,长大后给乡亲们放电影,让大伙天天有电影看。”

改革开放后,卢和民靠自己的勤劳和智慧,成为当地小有名气的民营企业家。富裕起来的卢和民一直想实现儿时的愿望。2004年,他聘请了一个老放映员专门免费给乡亲们放电影。

文安县是我国北方最大的胶合板产销基地,拥有木业企业几千家。有十多万来自各地的务工者。卢和民所在的木业公司大门外的空地,成了电影放映场。每天工作之余,不少来自四川、河南等地的员工在公司就能美滋滋地看上电影。光这一招,就吸引不少打工者专门到公司求职。“看电影可以推动文明生活,让社会和谐发展。放电影可以提高居民素质,有利于建设和谐企业。”这是老卢的感叹。

为此,卢和民还安排4个放映员定期到中



小学校、敬老院,为孩子和五保老人放电影。在全县消夏广场系列文化活动中,卢和民的爱国主义影片和科教影片系列展播成了一道风景。卢和民一年为当地百姓免费放500多场电影,受益群众十多万人,而且一放就是3年,虽然卢和民成了“名人”,但他心里还有一个梦,那就是投资1000多万元建一个高标准的影展馆,“让老百姓能够舒舒服服在屋里看电影。”

刘翔裤子碎片卖500万
被问是神话还是笑话?

据每日经济新闻《熊猫大侠》打响今年贺岁档头炮。有媒体把恶搞成性的《熊猫大侠》定义为“贱片”,导演王岳伦开心认“贱”,称“贱是褒义词。”在2009年度华语电影十大烂片评选活动中,《熊猫大侠》的身影赫然出现于其中。影评人们用了最恶俗的词语来形容这部电影,不过《熊猫大侠》上映后,在银幕被《2012》大规模占据的情况下票房迅速过千万。

——有人斥《熊猫大侠》毫无营养,但是票房火爆让导演对这一斥责“轻松笑纳”。也是,要是导演还会持此态度。因为人家电影的功能很清楚,你硬要用另一种功能的标准去批评,就如同人家做的是大衣柜,你非要用家电冰箱的标准去评价,自然样样不合格——有些影评人写影评专用高雅占上风,不仅扰乱市场,还显得很弱智。

刘翔裤子碎片卖500万
被问是神话还是笑话?

据解放日报 全运会夺金之后,刘翔的运动裤刚刚被抛上台,立即就被观众们抢成了碎片。近日,有人在网上发帖称,手中握有刘翔裤子碎片中最大的一块,打算拿出来拍卖,开价3万元。无独有偶,另外有个网友称,他才是第一个抢到刘翔裤子的人,他的要价是500万元。

——在商业社会,任何东西、任何现象都可以换算成金钱。有个英国机构将婚姻中男女获得的好处换算成金钱,结果男女对待婚姻不同态度的原因,比社会学家分析得都清楚。刘翔的裤子碎片值多少钱,用他接拍广告的酬金算一下就很清楚了,500万元钱可能超值,可能不值——因为“偶像消费”的背后是市场这只手在操纵,笑话这件事,不如找我还有什么类似的商机更实惠。

王世襄逝世有人感叹
情趣生活从此成绝响

据中国青年报 12月1日,媒体刊出“天下第一玩家”王世襄先生逝世的消息。多数文章给他所加的头衔有“文物专家”、“学者”、“文物鉴赏家”、“收藏家”,其实,这些头衔远未穷尽王先生的成就。他擅长书法,堪称“书法家”,又精通饮食之道,写过谈吃的美文,称之为“美食家”并不夸张……有人感叹,随着王先生的辞世,“生活情趣化”有成为绝响的危险。

——功利的社会需要“情趣”来平衡,因为人在名利追求中很容易陷入“粗鄙”。但是情趣实在是有门槛的,没有文学修养、文化底蕴,甚至玩情趣的“手艺”,想玩情趣是一件很难的事情——赚钱才能养生。生保健、拼命赚钱也并不能让生命拔高,要是能让自己培育出情趣,能让生命丰满、美好,让人活得有意义,也有意思。