

《白日焰火》能绽放市场吗？

匡生元

近日,“文艺的犯罪爱情片”《白日焰火》柏林“摘鹿成功”,让网友感叹,“看来悬疑题材惹人爱啊!”而对于电影从业者来说,如何让一部文艺电影既有艺术性,又有商业市场?同时,人们也期待着它能够突破文艺片在商业上的桎梏。

为什么有这样的期待呢?因为在《白日焰火》之前,贾樟柯、王小帅、娄烨在戛纳、柏林、威尼斯等国际电影节上都有所斩获,可是大都票房惨淡。比如,曾获得2007年金熊奖的《图雅的婚事》票房仅130多万元,获得银熊奖的《团圆》票房更少,只有35万元。即便一路斩获金熊奖、亚洲电影大奖并成功摘得奥斯卡最佳外语片桂冠的《一次别离》登陆中国影院后,最终也惨淡收场。这就是说,在当下的中国,文艺片是很没有观众缘的。

严格地讲,这是一点也不奇怪的。因为文艺片不是纯粹以商业赢利为目的而制作的,也不以夸张的电影特技和匪夷所思或引人入胜的故事情节来吸引观众。它很少考虑观众是否能够接受,甚至是否能看得懂,它所表达出来的东西是非常有个性的,题材的选择、镜头的运用等等都体现着导演的独特风格。比如,《白日焰火》外媒就认为它“作为一个悬疑故事,几乎让人看不懂,不太符合大众审美……”。

将影片划分为文艺片和商业片,笔者以为,这是不科学的,它违背了电影艺术的本质。电影是艺术的。电影从诞生的那天起就具有文艺和商业的属性。任何一部影片应当既是文艺的又是商业的。世上没有纯而又纯的文艺片或商业片。就是把影片划分为文艺片和商业片的当今,一些文艺片也开始注重影片的商业属性,融入商业元素,争夺影院票房。而一些商业片为了提升商业竞争力,提高影片的品质,也开始向文艺电影学习。我们引进的一些好莱坞大片,其艺术品位就不低。而“好莱坞”则是商业片的代名词。许鞍华执导的《桃姐》是一部获得威尼斯电影节最佳女主角和金像金马奖的文艺片,可它以1200万元左右的成本获取了近1个亿的票房,其原因就是影片的商业运作。

对于《白日焰火》的票房,导演刁亦男倒是信心满满。他对媒体说:“我相信票房会比之前得奖的影片都高,我们想拍一部既有观众,又有自我表达的电影。票房当然是考验了,没关系,来吧!”刁亦男能如此自信,是有自信的资本的。在8年的筹备中,他写了三个不同的剧本,不管是在选角还是影片风格上,都尽可能平衡文艺和商业的关系。在演员上他用了台湾演员桂纶镁,而桂纶镁在内地被认为就是影片一大商业元素。在宣传上,《白日焰火》也按照商业片的节奏来,按投资方的说法,就是“往挖掘商业元素的方向去做”。

“焰火一般是在晚上放,但是一个人如果在白天放焰火,可见他的决心有多大,他想挽救某种东西的决心有多大。宁肯你们看不见,这个焰火也会努力地绽放,它其实也许比夜晚的焰火更美,更富有真正的希望,真正的温暖,真正的复苏。”这是刁亦男对影片名字的解读。但它更像是一位坚持电影艺术的电影人的内心独白。如果这样一部有文艺姿态的商业片能让电影市场在“白日”看到“焰火”,那么文艺片在商业上的桎梏或许被突破。

小影迷的寒假生活

2月12日,安徽省淮南师范附属小学洞山校区,11岁的学生杨展满在练习京剧唱段。杨展满在上幼儿园大班的时候,一次偶然的机会报名参加了淮南市小百灵少儿京剧培训班。从此,她把自己大部分业余时间都投入到京剧表演技艺和基本功练习中。

今年寒假生活时间短,杨展满每天早早起床,有计划地练习戏曲技艺,完成寒假作业。通过传统京剧的学习,各方面素质得到综合发展,参加全国少儿京剧大赛并获奖。她认为,做任何事情,只要坚持不懈认真学习,一定能够实现自己的梦想。

陈彬/CFP

在某知名音乐网站,修骏谱写的那些获奖的歌曲作品,大多数搜索不到。除了《咱们工人有力量》、《我为祖国献石油》等几首老歌,熟悉工人题材音乐的听众更是寥寥。然而,一个有着数亿人口的群体,不会不需要能够表达他们内心情感的歌

工人歌曲 多少落寞惆怅?

——“工人作曲家”修骏的创作心路



本报记者 邓崎凡

见到记者后,修骏拿出了一个文件袋,里面厚厚的一沓是他从上世纪70年代起从事音乐创作以来所获得的证书、有关他音乐创作报道的剪报。引起记者注意的是一张由中国音乐著作权协会邮寄来的“2011年版权费”,从这张清单,可以看到他创作歌曲被演唱的次数,“新加坡35次,台湾1次”,是清单上这位作曲家1992年创作的一首工人歌曲在2011被演唱的总次数。他笑着摇摇头:“内地一次没有。2013年的还没寄给我,2012年的我保存的不完整,但内地也是一次也没有。”

从上世纪70年代在工厂车间的黑板上创作出第一首工业题材歌曲《火红的车间》起,到新近创作的《师傅》获得政府大奖——“群星奖”,修骏创作的300余部(首)作品很多是工人题材,从企业文工团到工人,再到市歌舞团,最后再到工人文化宫,经历过人生事业的起伏,如今,自称是“工人作曲家”的他收获的更多的是类似清单上“内地一次也没有被演唱”的无奈和落寞。修骏说,这种尴尬不属于他个人,这是工人题材音乐创作面临的窘境。

演唱的工人题材歌曲太少

“前些天,偶然下载了一首歌《小小螺丝帽》。百度查不出这首歌是哪年出的,只能知

道这首歌有几十年历史了。其实不用百度大家也知道这首歌是很老的歌,因为只有那个时代才有人为我们工人写歌……”这是“天涯”网络论坛里,一位网友发出的帖子。

2011年,在新加坡演唱了35次的那首歌叫《脊梁》,当修骏在网上搜索到歌名时,他赶紧戴上耳机,仔细听了一会儿,高兴地说:“没错,就是这首歌,不知道是谁放到网上去的。”而在某知名的音乐网站,修骏谱写的那些获奖的工人歌曲作品,大多数搜索不到。

“别说普通人,你去采访那些经常进工厂慰问演出的歌手,除了《咱们工人有力量》、《我为祖国献石油》、《金梭和银梭》等几首,他们还会唱哪些?”谈起工人题材音乐,修骏反问记者。

许卫东是某国企的工会主席,每年组织、参与大大小小的慰问演出有十多场,在他印象里,演员们演唱的工人题材歌曲“就那么几首”。有一次,企业组织歌咏比赛,工会希望参赛者能选择工人自己的歌唱,但是选来选去,竟然没有发现一首适合独唱的歌曲。

采访中,记者问修骏,在北京,除了他,还能不能采访到从事工人题材歌曲创作的音乐家,他扳着手指给记者计算:2002年恢复了“北京职工音乐创作中心”后,团结了一些企业文艺工作者,“首钢”有三个,“中铁建”有一个,“中建”有一个……数来数去,这些半专业音乐家没有凑够一把手儿。

以前情况不是这样的

如果只看修骏的简历的话,你也许不能相信这位屡获奖项的作曲家会对自己所从事领域的创作状况如此忧心忡忡。去年底,在文化部举办的第十届中国艺术节上,由他谱曲的《师傅》,获得政府大奖——“群星奖”,这也是中华全国总工会推荐的音乐类唯一获奖作品。如今,这首歌成为北京职工艺术团基层慰问的必唱曲目。

有一件事修骏记得很清楚,去年五一,他随艺术团去北京的一家企业慰问演出。演出结束之后,这家企业的工会主席专门找到修骏,说他们老总听到《师傅》后,非常喜欢,希望修骏能留下乐谱,让工人们学唱。

这样的荣誉对于工人题材的音乐来说,显得少了些。

以前的情况不是这样的。修骏创作的第一首歌名为《火红的车间》,回忆起当时的情况,这位长相儒雅的作曲家连说带比划,打开

的话匣子一句接着一句。“那首歌是我在和工人们同吃同劳动创作出来的,发表在车间的黑板报上,发表了之后,就带着工人们一起唱,讲的都是工人自己的事,大家都喜欢。”他一改刚才谈论工人题材音乐创作困境时的忧虑,两眼盯着记者,一脸笑容,仿佛回到了当年。在修骏看来,工人题材歌曲创作的黄金时期是在上世纪五六十年代和改革开放的初期,“你看看,现在耳熟能详的《咱们工人有力量》、《我为祖国献石油》、《金梭和银梭》、《美丽的心灵》等都是那个时期创作的。”

“五六十年代,正在建设新中国,工人阶级的地位空前提高,工人身份在社会上也是‘高人一等’,自然不缺少歌颂。当时的工人歌曲旋律激昂,也是时代特征的体现。”修骏这么解释。

无可奈何花落去

对于后来工人歌曲创作的低谷,修骏有种“无可奈何花落去”的惆怅。

“从上世纪七八十年代开始讲市场了,听流行歌的越来越多了,之前进行曲风的工人歌曲也开始了转变,注重表达内心细腻的感情,但始终未达到当年的辉煌。”

“讲市场”带来的工人题材创作队伍的分化,“写工人歌曲的积极性不高”,这在修骏看来是一个大问题。社会上,创作一首歌曲少则



唱给工人的歌

漫画 赵春青

从“星星粉”看“新韩流”来袭

本报记者 赵亮

新年伊始,谁也未曾想到最火的网络用语是“初雪,怎能没有炸鸡和啤酒?”不仅如此,2月14日,正当男人们顶着高价玫瑰的压力,将甜蜜爱意纷纷送至各自心中“女神”时,而他们的女神们却在为另一位男子疯狂——自筹资金在北、上、广的部分纸媒买下大版广告,祝韩国男星金秀贤情人节快乐和2月16日生日快乐。

不错,这正是近日即将收官的韩国奇幻爱情喜剧——《来自星星的你》所引发的奇特经济效应与文化现象。据统计,该剧在爱奇艺网站的点播率高达3亿5千万次,在“百度贴吧”有关该剧的跟帖量达到了373万。而该剧的“星星粉”远不止大量的普通观众,范冰冰、赵薇、高圆圆、杨幂等一批演艺明星也成了它的忠实粉丝,由于一周只更新两集,以至于歌手吴克群在微博上抱怨,“是谁在害人的,还没拍完就推给人家看!这不是逼死人吗。”这部“新派韩剧”咋就这么火呢?

其实,像《来自星星的你》这类青春偶像剧一直都是最有韩剧代表性的题材,归纳起来最大特点就是,男女主角外形靓丽可人,故事情节婉转动人、演员的表演生动细腻、时尚元素多、观众的代入感强。早在2000年初,《蓝色生死恋》、《天国的阶梯》、《浪漫满屋》等一批青春偶像类韩剧赚足了中国年轻观众的眼泪,而不仅仅是剧情,与之相关的韩国服饰、主题音乐、经典爱情桥段都深深影响着追逐它的人们。但渐渐的,韩剧也遭到了前所未有的挑战:剧情拖沓、主题低庸,更有“绝症、车祸、治不好”被讽刺为韩剧三件套。

而近期,无论是火爆马年春晚的《继承者们》男主角李敏镐还是热播剧《来自星星的你》都为这股“新韩流”吹来了新风。以这部《来自星星的你》为例,它的创新之处在哪呢?首先要赞一下编剧作家朴智恩,其天马行空的想象力,让该剧在内容上融入了外星人、喜剧、惊悚、悬疑的元素。而在制作方面,观众更实用“诚意”来表达对制作方的敬意,演员们

卖几万元,多则十几万元,“北京职工音乐创作中心”组织的组歌征集,每首歌给了作者3000元。而工人歌曲征集评比,获奖大多也只是个“精神奖励”,拿不到一分钱。

“创作本来就少,创作出来的歌曲又很难找到人唱。”修骏说,工人题材的歌曲,知名演员不愿唱,媒体不愿播,传不到听众的耳朵里,宣传推广的不力造成了工人题材歌曲创作演唱的恶性循环。

修骏没有说出来的是,“讲市场”之后,“工人”也逐渐不再是一个“高人一等”的身份了。

“工人歌曲不会过时”

“退居二线”的修骏没有闲下来。他忙着牵头组织一个职工音乐协会,在他的设想中,联系、组织工人题材歌曲创作是这个协会工作的一项重要内容。

修骏给记者数起来,陕西省的某某还在搞工人题材创作,江苏的某地成立工人歌曲创作小组,某企业的某某又在问他协会什么时候正式成立。

“工人歌曲不是没有市场,也不是没有人愿意创作,更不会过时。”他始终认为,工人题材歌曲的低谷是因为缺少组织、缺少推广和缺乏支持。他心头存着这样的一份认识:一个有着数亿人口的群体,不会不需要能够表达他们内心情感的歌。

民间博物馆面临无源之渴 免费时代如何生存待破解

据广州日报 上海多伦路曾因聚集10余家民间博物馆而知名,但是目前这些博物馆要么已经搬走,要么将场地外租以赚取租金,仅余一家在苦苦支撑。

据这家民间博物馆馆主介绍,没有收入来源是他们面临的最大难题。因为公办博物馆已经免费,游客们更不会掏钱来看规模更小的民间博物馆。为了开下去,他不仅节衣缩食,还搭上了自己20多本书的稿酬。

背景:位于虹口区、修建于1912年的多伦路是上海著名的文化地标。鲁迅、茅盾、丁玲、陈望道、王造时等文化名人均曾居住于多伦路周边地区,当时上海文化领域名人经常聚集于此进行交流,至今多伦路201弄2号还留有中国左翼作家联盟会址与纪念馆。

声音:上海市收藏协会会长吴少华:民间博物馆大多是靠藏家一己之力来收藏和保管。资金来源有限,博物馆的功能不完善,一个完整的博物馆应该具备教育、保管、展览、研究四大功能,而大多数的民间博物馆只有保管的功能,随着藏家本身年纪变大,会逐渐力不从心,这些因素导致一些民间博物馆逐渐走向衰落。

观点:在发达国家,许多知名博物馆的最初发起者、筹资者和藏品提供者其实就是个人。这些博物馆,从最初以个人藏品为主的“家族博物馆”发展壮大为业内知名的大型博物馆,主要依靠的是一套完善的博物馆基金会运作机制。基金会的资金来源既有家族产业的稳定支出,也有其它个人和社会团体的捐赠,而这整套运营机制均有相应的法律法规为之护航。并且,政府也会选择一些有价值的私人博物馆,给予一定的扶持。最终,这些私人博物馆陈列的不仅是家族的往昔辉煌,而是为艺术事业的整体发展提供平台。对通过免费开放,对外办展增加自身的影响力。

中国的民间博物馆刚刚处于萌芽阶段,一方面是创办人资金不足,藏品相对简陋,起点较低,另一方面则是相应法规和运营机制的缺失,使得这些民间博物馆的“后劲”不足。在博物馆免费时代,民间博物馆如何生存,如何传承其背后承载的文化,值得社会各界去思考。

热门影片遭遇“偷票房” “潜规则”不该被纵容

据光明日报 虽然春节档期已过,但是热门影片真实票房数字到底是多少,依旧不明不白。原来,一些热门影片被“偷票房”的报道不时见诸报端,而且也有网友在微博上晒出票根,自己明明看的是某部影片,可是影院出具的票上却显示着另一部影片的名字。

背景:“偷票房”,是指把某部电影票的票房转移到其它影片上,或者被影院自己“吞掉”,前者往往是发行方与放映方相互“勾结”,共谋牟利;后者则是放映方私自出售不与发行方进行收益分成的电影票。

根据国家新闻出版广电总局今年下发的《关于加强电影市场管理规范电影票务系统使用的通知》,影院售出的电影票必须是通过经备案许可的计算机售票系统打印的电脑票,电脑票上的票价、影片片名必须与观众实际支付的票价和观看的片名一致。

声音:中国电影协会秘书长饶曙光:长期以来,“偷票房”因其利益关系复杂、惩罚力度不大,一直没有得到有效的解决。不仅损害了制片方的利益,还严重阻碍了电影业的健康发展。由于“偷票房”的利益诱惑巨大,因此逐渐成为行业内的“潜规则”,尤其是二三线城市的一些影院,“偷票房”之风尤其严重。

观点:“偷票房”作为“地球人都知道”的行业“潜规则”,所以上有文件,却依然屡禁难止,一方面的确是查处不力,另一方面则是制片方和院线均有难言之隐。

电影票房采取的是分账模式,制片方和影院按照比例分配票房收入,相对而言,影院从票房收入中拿走了“大头”,而留给制片方的,是“小头”。一些难以收回成本的制片方,便不得不与放映方勾结,吞下本该分给别人的票房。

不过,现在放映方的日子也不好过,到了2013年底,全国影院共有银幕1.76万余块。影院之间的竞争日渐激烈,加之房租、人工成本不断上升,许多影院甚至出现了“爆米花的利润高于影片放映”的情形,不得不出下策吞掉本该属于制片方的分成。如不能完善当下的影院运作机制和分账模式,利诱之下,“偷票房”恐难以绝迹。