

电影节催生好电影，还是好电影成全电影节

□ 吴晓东

春暖花开，又到了电影节扎堆来袭的季节。第七届北京国际电影节于4月16日正式拉开序幕，接下来陆续准备摆开电影盛宴的是中美电影节、上海国际电影节，再往后是丝绸之路国际电影节、长春电影节、金鸡百花电影节……电影节不断争夺眼球的同时，又会给中国电影带来怎样的机遇？

电影节激增的背后是电影市场的高速扩张

随着中国电影票房的极度火爆，近年来国内各类的电影节纷纷应运而生，官方的、民间的，让人目不暇接，“电影节经济”高烧不止的背后折射出的是近年来中国电影市场的高速扩张。

从2010年开始，中国内地电影市场发展速度惊人，连续5年票房都保持在40%以上的增速。根据国家新闻出版广电总局电影局统计数据显示，2016年全国电影总票房为457.12亿元，其中国产电影票房为266.63亿元，占票房总额的58.33%。

一个庞大的电影市场需要有与之匹配的电影节和电影交易平台。北京国际电影节创办于2011年，仅用了短短六七年时间，其交易额就从最初的27.94亿元，发展到第六届的163.31亿元，超过了亚洲仅有的两个A类电影节——上海国际电影节和东京国际电影节，一跃成为亚洲最大的国际电影交易市场。

从堪称优质项目孵化器的“项目创投”到为国内外电影从业者提供思想碰撞、分享新知经验的“行业对话”，北京国际电影节的目标只有一个：吸收国外先进经验，提升国产电影制作水平，为中国电影产业发展不断创造新的市场、新的品牌和新的效益。

据不完全统计，目前世界上共有9706个电影节。其中，75%的电影节是在近10年间推出的，39%的电影节只举办过一届，但半数都举办了至少7年。目前，由国际电影制片人协会(FIAPF)批准认可的国际电影节有50余个，有的偏爱艺术片，有的鼓励创新，有的侧重于从意识形态领域发掘艺术人才，有的则努力将自身打造成为各国电影产业的重要交易平台。

电影节的影响力，从某种意义上讲就是一个国家电影产业的影响力。那些在世界范围内具有极高声誉的电影节，每年都吸引着成千上万的业内外人士的关注。从艺术创作角度来讲，任何国家的电影产量、电影票房都不及电影节的口碑对于电影人具有吸引力和号召力。当今，基本上每个电影节

都有一个代表性的电影节，通过将电影节打造成为电影产业的一张“名片”，能够聚集更多的电影资源，促进电影产业的发展。

目前，国内各类电影节如雨后春笋般出现。面对遍地开花的电影节及其引爆的电影经济，中影集团前董事长杨步亭认为，电影节满足了市场需要，也对电影文化起到了普及、推广的作用，“但要管好‘颁奖礼’，不能谁来了都给个奖。一句话，活动尽管搞，奖不能随便颁，要张弛有度、引导和管理并行”。

电影节怎么成了小众文艺片的标配

一如既往，近来不断有各路中国电影人国外获奖的消息传来，可这些获奖作品大都因过于小众文艺而跟国内观众无缘，既不会在院线公映，也鲜有网站播放。

与时下商业片的市场狂欢形成鲜明对比的是文艺片在院线的寥落。在商业大片云集且雄霸市场的时候，其他电影在剩下不足10%的市场空间里拼杀，怎么争夺有限的票房？在如今这个酒香也怕巷子深的时代，电影营销已成为一部电影能否成功的重要因素，而频频亮相各大电影节从而博得知名度，就是电影营销的一个重要组成部分。

具有一定影响力的电影节就是一个完美的平台，有分量的奖项可以为电影增值，直接刺激电影交易和市场。事实上，很多电影在策划之初甚至就已经在工期和档期的选择上瞄准各大电影节及奖项，就算没机会获奖，也有越来越多的电影将自己的首映放在电影节上以吸引更多的眼球。

电影节最大的受益者要数小成本、小制作的影片。如果说大制作影片依旧可以靠院线收益过活，一些因为不够商业而无缘传统院线的电影可以在一些国际电影节上奋力一搏，收获的业界口碑很大程度上能帮助影片收回更多的成本。因为电影节一炮打响的影片和一战成名的电影人不在少数，正是因为有了那些鼓励创新和重视艺术性的电影节，电影艺术才能在商业化盛行的环境中保持多元性，具有才华的电影人才才有了立身之所。

电影圈里有个玩笑：“票房好的就别指望拿奖，拿奖的就别指望挣钱。”对此杨步亭并不完全认同。在他看来，每个地方的电影节都代表着当地社会的主流价值观，电影节的奖项也必然会颁给与其主流价值观相一致的作品，“因为这个评选的标准并非单一的票房



第七届北京国际电影节中外评委亮相。

光明图片/视觉中国



《建军大业》剧组亮相第七届北京国际电影节。

光明图片/视觉中国

数字，所以出现奖项结果和票房数字不一致的情况，是有可能的，这在世界各地的电影节上都是常见的。从近年来中国各个电影节的情况来看，我们中国电影是“得民心者得奖项”的比例越来越高”。

没有好电影办不出好电影节

根据一项全球523个电影节提供的调查反馈来看，资金充裕能保证按时举办品质上乘活动的电影节仅占3%。而这种不均衡的资金状况，是导致电影节质量良莠不一的关键因素之一。戛纳、威尼斯、柏林等一些大牌电影节逐渐成为其举办地的经济增长引擎，而一些影响力不够的电影节却陷入了连累主办方都难承担的窘境。

到目前为止，国内比较有影响力的国际电影节只有上海国际电影节和北京国际电影节，但其国际影响力还有待进一步提升。相对于各国电影行业对戛纳、威尼斯等

国际电影节奖项的关注，国内电影节的国际知名度却暗淡了很多。电影节的概念在中国起步较晚，跟国际上知名的电影节相比，中国的电影节无论是经营运作还是影响力上都具有不小的差距。国内不少电影节的评奖因缺乏国际一流电影节严格专业的评奖标准而逐渐沦为电影节的配角。

电影节喧嚣的背后是中国电影市场高度同质化以及有口无碑市场的好电影相对匮乏的现实。“巧妇难为无米之炊，没有好电影，怎么可能办出好电影节？”有业内人士直言，中国办不出好电影节的原因有很多，但其中最直接的一个原因是我们缺乏更多优秀的电影。

通过电影节让业内人士和观众欣赏到更多的优秀电影，从而提升中国电影的艺术水准，是很多电影节主办方美好的心愿。尽管2016年全国票房增速放缓引发诸多争议，但在票房之外，中国电影出现的一些可喜现象却有目共睹：影片质量整体提升、类型题材进一

步多样化、主旋律题材电影有突破、影院硬件设施不断完善、艺术电影放映联盟启动等；《百鸟朝凤》《我们诞生在中国》这样的影片开始试水小众电影的市场化之路；《湄公河行动》为主旋律电影商业化的成功提供了一种可能；《长城》迈出了中国电影与欧美深度合作、走向全球市场的第一步……

更多的中国电影人已经认识到，电影市场回归到一个冷静、理智的状态来，反而可以从另一个角度促使中国的电影制作者、电影艺术家们进行更深刻的思考。

电影节的诞生首先被给予的期望就是对各主办本土电影产业的促进和刺激。电影节对本土电影的肯定和为举办地所带来的关注度和交流的机会都是促进本土电影产业发展的原动力。如今越来越多国际电影节的出现，表明电影产业对于在全球范围内各国间进行交流有着越来越高的需求。

在电影节展映的影片，由于是经过评审团精挑细选的，几乎部部质量上乘。可惜的是，在当下这种商业利益为重的社会，观众却无缘在影院一见。通过电影节近距离、大规模地接触到世界高水准的电影，可以尽快提升中国电影的制作水准。

与此同时，电影节自身也在经历着种种考验。就算是已经非常成熟的电影节，如今都面临着各种困境。尽管越来越多传统的电影节在为自己的平台注入更多新媒体和科技元素，而电影人如何为电影人带来更多的利益，电影节又是否能引领电影产业的革新风潮？这些仍旧是电影节带给人们的思考。

上留下的咬痕，带着江南烟雨的温暖。但是我们都知，‘虫洞’代表了另外一层意思，也就是通过宇宙黑洞无限大的质量的作用，将物体转换到另外一个时空中去。这样的意思和白明对于时间的理解不谋而合：时间是没有过去、现在和未来之分的，一切都相聚在一起，并通过情感凝聚。无论是《新洛神赋》《烟雨江南》《唐纹如书》，还是《新洛神赋》，白明都是随机地抓住了时间层层中的，让我们有了一种失落于时间中的美好的错觉。

白明的作品多是抽象的，所以总是被问：“你的这个作品是什么意思？那个作品要表达什么？”每烧出一件艺术品，他都十分痛苦。“艺术家个人表达的意义才是至关重要的核心，你要在乎的是属于你自身的真实感受和你与时代的独特关系。我迷于技术，迷于瓷的材质，迷于这几千年的讲究，迷于这诸多讲究带来的人性修养，但我更迷于探究，迷于幻想，迷于自身生命，迷于时代的困惑与激情，这种叠加之后产生的重影与热量，形成了一种自我的表述方式。这样的表述方式所呈现的就是我已有的作品。”白明这样总结自己的创作生涯和作品特色。

随着网络社交的普及，制作使用表情包开始成为流行的网络文化，比如近期电视剧《人民的名义》热播，网友就把剧中不少角色的头像制作成了各式各样的表情包。尽管大家对表情包的定义尚有争论，但都普遍承认其网络传播符号的属性，并将其视作融合了文字、图像等多种元素以进行话语表达的“网络方言”。

近年来，随着表情包被广泛使用，不仅出现了“斗图”这类新型的网络行为，还形成了“表情党”这样的新兴群体，表情包逐渐成为不少网民对社会热点话题发表意见的手段与工具。有研究者认为表情包的流行是一种青年亚文化现象，也有研究者把表情包与网络流行语、网络段子等归为一类，认为是网络狂欢的表现。无论对其作出何种判断，我们都应看到表情包的流行作为一种文化现象并不是偶发的，其背后是技术发展、媒介环境嬗变以及社会心理流转等多重因素共同作用的结果。

从表情包的自身演变来看，叙事功能的拓展是其得以流行的关键因素，而这又主要得益于移动终端的普及和技术门槛的降低——表情包的开发者逐步从移动设备制造商和网络服务提供商扩展至第三方主体和普通网民，直接推动了表情包在形象与形式方面的极大丰富。日渐增多的图文结合式表情与动态表情在叙事功能上超越了传统的模拟表情和静态的展示式表情，前者可通过直观的图像建构营造更具现场感与代入感的对话场景，因而也就具备了独立进行一场完整叙事的功能。在信息量巨大、人们的注意力分散且难以形成共鸣的情形下，“一图抵千言”的表情包却往往能使人一目了然、一见倾心。

表情包的流行也是读图时代社交媒体“视觉化”发展的一种产物。相较于文字，新媒体时代的信息消费者，特别是社交媒体用户愈发青睐生产、分享与阅读省时省力、生动直观的“图片内容”。Computer World专栏作家麦克·艾尔甘在2012年曾表示：“社交媒体中的新语言不再是文字，而是图片。”

基于这一视角，表情包本身即可被视为“图片语言”或“图像句子”。与文字语言不同，表情包这类“图片语言”通过视觉上具体的表情模仿和直观的过作模拟，压缩了表述同一意象所需的信息内容，也减少了受众接收文字信息后进行解码和想象的时间，这不仅符合新媒体环境下用户“视觉化”“碎片化”的阅读习惯，也是表情包之所以传播效率较高的重

要原因。

除了上述叙事特征与传播环境两个方面，社会心理因素在表情包的流行中也不可忽视。当然，将表情包的流行完全归结为某种社会心理因素的驱动是片面的，因为表情包的使用者是规模化的多元群体，这些群体在年龄、地域、职业、受教育程度、收入水平、行为方式、心理特征等方面都有很大差异，也必然存在多元的使用动机与诉求。但以下三种社会心理机制在表情包的流行中的确作用明显：一是在网络互动中寻求新的身份认同，即表情包的生产和消费可以让使用者组成一种“圈层狂欢共同体”，从而缓解其在社会中的身份焦虑；二是对传统媒体话语的“消解”与“对抗”；三是用戏谑、荒诞的话语方式疏解在工作生活中的压抑，通过社会心理机制在表情包的流行中的确作用明显。

在当下，表情包已经成为我国网络文化的一个缩影。对管理部门而言，需要客观评判表情包文化：一方面，表情包文化在折射社会心态及其价值取向、疏解社会情绪、释放社会压力方面具有积极意义；另一方面，尽管表情包传播中存在负面情绪集聚等问题，但这些问题在很大程度上与我国社会转型期的种种现状密切相关，也在某种程度上反映出目前社会沟通交流的不畅，因此不能将之简单认定为低俗、病态、非理性的话语表达。

(作者系中国人民大学国家发展与战略研究院研究员、新闻学院副教授)

传统文化需要青春表达

□ 陈童

中国人向来重视家风家教。《朱子家训》中说：“一粥一饭，当思来之不易；半丝半缕，恒念物力维艰。”《文言》中也有：“积善之家，必有余庆；积不善之家，必有余殃。”良好的家风家教构成了中华优秀传统文化的塔基。

时代在变化，传统的家庭结构也在改变，如何在现代社会尤其在年轻人中间传扬诗书传家、孝义格天等传统文化是新时期需要解决的重要课题。

由山东省委宣传部出品的大型纪录片《齐鲁家风》，在结束了在山东卫视的第一轮播出后，目前已登上央视荧屏。据CSM(中国广视索福瑞媒介研究)数据，该片在16省网收视率达到省级卫视同时段排名第二，这不仅再次印证了良好家风是超越时空的信仰，而且为传统家风文化的现代表达探索出了新的路径。

现代的年轻人早已厌倦了说教。传播传统文化，如果继续用过去那种“子曰”“诗云”的模式，只会让年轻人产生逆反心理。那有没有更好的方法？好方法就是讲故事。比如，《齐鲁家风》这部纪录片一口气讲了四五十个故事，从孔子、孟子等齐鲁先贤到当代的大学教授颜炳罡、退休医生吴晓建、养猪农民张列才，这些故事告诉我们孔子、孟子、管仲、范蠡、郑玄等先贤开创的好家风历经几千年而未中断，他们的精神在子孙后代的身上得以延续。

在19世纪中叶的“闯关东”的浪潮中，山东人把诚信、讲义的家风带到关外，因此赢得了当地人的信任和尊重。在“一带一路”建设中，山东商人刘丽华通过诚信经营赢得了合作伙伴乌兰的信任，不仅打开了哈萨克斯坦的市场，也树立

了当代中国商人的形象。比起历史上的先贤，年轻人更容易被上述普通人的故事所打动。通过采用古今结合的叙述方法，大量的历史故事与当代平凡人的生活勾连起来，家与国的情愫在文化历史的脉动中扑面而来，从而让年轻人更了解脚下的土地，让他们的青春增加了历史的厚度。

为吸引被视觉文化哺育长大的年轻观众，满足他们对精良画面的需求，《齐鲁家风》节目组用了很多的方法，比如让镜头画面明亮、让剪辑节奏加快。此外，为了便于年轻观众理解历史人物和历史知识，节目使用了大量情景模拟、三维动画、二维图示、表述方式基本上都是在讲故事。古今穿插的结构避免了只讲历史故事的单调，与现代人物故事结合，使片子更接地气，更富有生活气息。在剪辑过程中，节目组不断请一些年轻人来机房观看粗剪版，并及时调整他们不能理解或感觉到过于深奥的地方。除了在电视台播出，《齐鲁家风》也被推送到了各大视频网站，片中的各个故事被制作成了各种短视频，在多个平台多个渠道播放，以“润物细无声”的方式激励青年人做传统文化的传承人。

《齐鲁家风》的成功播出启示我们，在新的时代语境下，弘扬传统文化要把大的文化背景和时代背景同生活的基本细节有机整合起来，让本和末之间圆融无碍，这样文化才能产生切实的影响力。同时，在传统文化的表达上还要努力做到当代化、青春化、国际化——当代化就是不能老是沉浸在以前的故纸堆里；青春化就是一定要年轻人能够接受；国际化就是让文化成为大胆使用国际通用的语言。



白明：时间沉思者

□ 徐钢

在中国当代艺术界，白明是一个非常特殊、非常丰富的个案。他从油画到陶瓷、从综合材料到水墨、从抽象到具象、从传统美学到当代先锋，都一直游刃有余地纵横自由。我在和白明交往、研究他的过程中，一直都在寻找一个总纲性的概念，希望能够把我对他的理解串联起来，可是我苦思冥想总难以找到最贴切的表述。只有在回头重新阅读拉丁美洲魔幻现实主义大师博尔赫斯的时候，我才找到了最恰当的主要隐喻：醒昂。

醒昂是博尔赫斯虚构的城市，是虚拟王国乌珂巴的一个部分。醒昂与其说是一个陌生的地方，不如说是一个另类而完整的知识体系，由一批生物学家、工程师、诗人、化学家、几何学家、道德学家、画家等编撰出来的知识体系，这个体系首要的要素就是理想主义。

白明的知识体系和醒昂再相像不过，他也是活在时间中而不是

空间中的人，他的理想主义和感情的表达欲望支撑着他所有的创作，他的随手拈来永远都成为别人模仿的对象，而他所有的艺术和人生概念都是随着环境的变化而生动地随时变化着。这个惊喜的发现，让我决定把将于4月22日在北京白明创作生涯的回顾展命名为“醒昂：白明的国度”。

1979年，白明14岁的时候，白明和他的家人居住的余干县电影院职工宿舍起火。白明和他的母亲被救了出来，但是全家的家当都付诸一炬。近距离地看着火苗席卷一切，白明觉得有一种既害怕又紧张的感觉。后来，跟火打了几十年交道后，他写道：“这让我想到一个字——‘嫡’（物理名词，标志热量转化为功的程度），但我更愿意将这个字拆分，将它看成是伟大的浪漫，是人与火在创造中的协商与倾听，呈现共同的意志与微妙的强弱转换，多么神奇地符合了人与自

然的关系。”

在做陶瓷的过程中，我们当然要与火商量。火的温度，窑里每一部分的温差，都对陶瓷烧制的成功至关重要。但火对于白明来说，有着更深的寓意。什么是“伟大的浪漫”呢？火本身是没有情感的，浪漫是在和火协商者的心里。在醒昂的字典里，火就是一个动词，“吞噬童年照片和记忆”，或者“差一点烧出晶莹亮色”。这种动词，本身不再具备任何独立的含义，而是变成一个使动者，使我们感到温暖或者害怕，使釉色均匀美丽，使青花更纯粹，使釉里红更带有情感。白明喜爱青花，但是更钟情于釉里红，因为釉里红就像是养一个有教养、聪慧、美丽的女儿，必须要用所有最好的基因，再通过火的使动性来激起情感。

白明对时间是极为敏感的，敏感到写出《与时间对话》这样的文章。白明的《文化虫洞》系列，本意是那种桑蚕在桑叶上、宣纸

光明图片