

# 电影论坛 百花齐放 百家争鸣 名流荟萃 观点碰撞 拿什么拯救你 中国电影

核心提示

作为电影节四大主体活动之一的中国电影论坛,给热闹的节日气氛增加了浓郁的学术氛围。中国电影论坛自2001年创办,如今已成为中国电影产业研究交流的重要平台。据与会专家介绍,目前全国有电影院1500多家,其中78家影院全年票房超千万元。今年7月全国票房总收入超过4.8亿元,创下新高;国产大制作影片《赤壁》刷新了国产片票房纪录。但从每年投拍的400多部国产影片看,真正能够进入主流院线的只是一小部分。连日来,来自全国的50多个专家就“文化大繁荣与影院发展”、“国产影片的市场表现”等话题进行了热烈的观点碰撞。

晚报特派记者 张秋玲 梁晨 发自大连

## 百家争鸣之 都江堰学生问卷调查弥足珍贵

被公认为偶像实力派教授、北京师范大学艺术与传媒学院院长黄会林以“岁月特有的风度”出现在中国电影论坛。因为10日是教师节,祝福短信的频繁回复,让人觉得她很是忙碌。74岁高龄50年教龄的她在会上做了简短的发言。她说他们课题组曾在都江堰市一中学做过一次受众调查,发放调查问卷400份,地震前一天收回

210份,剩下的190份永永远远也收不回来了。她说这210份问卷弥足珍贵,表达了200多名未成年人对中国影视的各种看法和宝贵建议,他们对中国电影有着非常殷切的期待。“关注孩子就是关注中国的未来”,黄教授自嘲自己不懂什么“商场”、“市场”,但一定考虑“如何把受众放在我们头顶上”。

## 百家争鸣之 批大片成了一种娱乐方式

作为百花奖“大众电影观察团”的一员,清华大学新闻与传播学院副院长尹鸿在谈到大片时,很积极地肯定了它们:“《英雄》推动了整个中国电影产业的一个巨大的转型。包括把中国电影推向了国际。”但是,由于此后的中国大片一直受资本市场的绑架,越来越脱离艺术规律,越来越屈服投资规律,这两者之间造成了脱节。另外一点是,很多票房高的

电影却并没有什么好的口碑,有些完全是凭借营销和推广的手段让观众走进了影院。但是,前几部大家还可以走进影院,但如果长期如此,势必会造成大量观众的流失。因此而导致了一个中国目前很有意思的现象是,“批大片比看大片的娱乐程度要更高”,如同中国足球,现在越来越多的人更喜欢把批评它作为一种泄愤的方式,从中获取娱乐的快感。

## 百家争鸣之 电影影响审美改造文化

复旦大学电影艺术研究中心主任周斌说,电影对市民观众的审美观点和审美方式有明显的影。电影明星的穿着打扮和言行举止常常成为观众谈论和模仿的对象。“电影作为世界的窗口首先起到了改造文化的作用”,最先体现在举止、衣着和饮食方面,“或迟或早将在更为根本的方面发生影响,即思维方式和行为方式方面”。中国第一家第三代影院“1+X”电影生活方式影院近日在上海五角场百联又一城诞生,它是集电影、画廊、书店、碟吧、酒吧、免费

游戏系统于一体的多元化休闲娱乐空间,构成了一种以电影为平台的集体休闲娱乐于一体的电影生活方式。观众在看电影,体验一种丰富独特的电影生活方式的同时,电影消费观念也在悄悄发生变化。

电影论坛 观点碰撞



清华大学新闻与传播学院副院长尹鸿

## 百家争鸣之 影院观影如同接受“洗礼”

“现代电影的观看与原始祭祀仪式在文化的功能规则方面有着相同的特质。”中国艺术研究院院长助理贾磊磊说,电影作为一种在既定场所内集体进行的观赏活动类似于一种集体进行的文化认同仪式——电影的观众在同一时间、同一地点、按同一种方式接受着同一种视觉影像的“洗礼”,目的是对于观众的心灵塑造与校正。不论是原始人祈祷天象还是现代人祈祷爱情,人类在文化上对祭祀活动的功能需求是一样的。不同的是,古代的祭祀仪式中,“恒舞于宫,酣歌于室”的情景,在当代已经被豪华影院内的数字化音响系统和超大屏幕取代。电影院的仪式形式与其他文化场所教堂学校医院的内在一致——以梦幻的形式逃避现实,寻求慰藉的仪式形式,它通过将普通大众的日常生活影像化的过程,使身处其中的人,透过影像所产生的亲近感,领悟其中所熟悉的一切;另一方面,在观看电影的同时,观众的感受也如同见证了一场仪式,这个过程强调分享共识的社会文化意义。

## 百家争鸣之 “看电影”将成为日常习惯

浙江大学影视与动漫游戏研究中心主任任盘剑说,在

电影院看电影与在客厅里看电视的一个重要区别是,后者是在私人空间里进行现实交流,而前者则是在公共空间里游历梦幻世界,制造“众人共同进入的梦境”是电影独具的特点,也是电影吸引观众的独特魅力所在,而这一切必须在电影院中完成——电影院因此在功能和效果上都不能被其他场所替代。“看电影”将成为人们的日常习惯,而在私人领域的客厅里看电视,没有公众,只有家人,没有梦境,只有现实。

通通有 物流天下栏目 九月 特惠活动中: 广告热线: 67957022 13203839877  
2008年中国(中部)国际物流展览会 推进物流资源整合 提高物流技术装备 加强物流信息化管理水平

<b>福建</b> 天天发车 60690009 1583832036	<b>浙江</b> 专线代收货款 68796838 13137715668 13185185716	<b>河南顺鑫物流有限公司</b> 总部:郑州市南三环与原107以东200米路北顺鑫物流配送中心 69371088 69371600 69371610 69371607 69371602 69371601 66524331 66511885 69371615 69371605 66539188 69371601 69371609 69371066 69371611 69371603 66727783 66758878 66533577 69371608 69371099 66758898 69371606 66511885	<b>信譽第一 天天发车</b> 66539588 69371601 66758878 66511885		
<b>常州</b> 代收货款 68298801 68298802	<b>大连</b> 代收货款 60690766 15837133911	<b>广西</b> 专线代收货款 60691278 13938405630	<b>无锡</b> 专线代收货款 67213809 13849182590	<b>新疆</b> 安全快捷 68831381 13937126068	<b>武汉长沙南昌</b> 湖北全境 湖南全境 江西全境 67016553 67016552 13838311073
<b>天津</b> 代收货款 66731587 15978430408	<b>长顺物流</b> 代收货款 66886466 13603999300	<b>成都重庆</b> 代收货款 67212503 13838215757	<b>浙江全境</b> 代收货款 60691116 69387578 13253666692	<b>九州</b> 代收货款 68831381 13937126068	<b>郑州-潍坊</b> 代收货款 0371-67218555 021-51695305
<b>原昊物流</b> 代收货款 0371-68780800 13700887372	<b>山东</b> 代收货款 68299736 68299737 68299738 68299739	<b>上海</b> 代收货款 0371-68299963 021-36307226	<b>昆明</b> 代收货款 67211539 13683810976	<b>上海</b> 代收货款 67211539 13683810976	<b>沈阳长春哈尔滨</b> 代收货款 68819666 68819888 13949012333