



## “新媒介与新技术：艺术电影高质量发展研讨会”在厦门举办

■文/本报记者 李佳蕾

在世界电影史上,每一次推动电影重大发展的浪潮几乎都与艺术电影有关。5月27日,以“新媒介与新技术”为题,“艺术电影展·2023 春华夏繁主题展映暨艺术电影高质量发展研讨会”在厦门举行。

“艺术电影展”是全国艺联每年支持优秀国产艺术影片的“保留剧目”,中国电影资料馆(中国电影艺术研究中心)纪委书记张旭霞在致辞中表示,厦门是2023年“艺术电影高质量发展系列研讨会”第三站,希望通过本次研讨会,在新媒体、新技术不断发展的背景下,帮助艺术电影更加高效地找到受众,促进分众发行、分线发行等模式的进一步探索,从电影产业下游出发助力艺术电影高质量发展。

本次研讨会由中国电影资料馆(中国电影艺术研究中心)、集美大学联合主办,中国电影资料馆融媒体中心主任、《当代电影》杂志社社长兼主编皇甫宣川主持。

### 当仿生人超越人类,人当何以为人——新技术无法替代创作者

艺术电影是最适合技术创新的媒介,研讨会开场就围绕当下焦点话题,人工智能、ChatGPT与电影的关系展开了讨论。

根据菲利普·迪克在其最负盛名的作品《仿生人会梦到电子羊吗?》拍成的电影《银翼杀手》是赛博朋克电影的开山之作,故事的核心是探讨生存与生命的意义;当仿生人超越人类,人当何以为人?这部电影也是《不要再见啊,鱼花塘》导演牛小雨喜欢的文艺电影。她曾在科技论文里看到一个观点,是梦让人成为了人。因为人类会做梦,但人工智能不会。《不要再见啊,鱼花塘》的故事灵感便来源于梦,她将自己梦里的逻辑转换成视听语言,进行电影视觉创作,在影片上映后,她惊讶地发现,很多观众都有过类似的生命体验。因此她认为,在人类从何而来、对人类自身还有非常多的无限的可能性去探索的现在,短时间不会出现人工智能替代人类存在的意义。

集美大学文学院、电影学院教授王坤宇认为,在人的身体和媒介之间,存在一种相互进化的关系:“比如说我们今天的手机,屏幕很小,已经成为了我们人手的一部分,我们都变得人格化了。”人和机器之间,人和动物之间,人和物之间的边界都是值得探讨的。如何去探讨?带有实验性的艺术电影便成了最好的媒介,特别是近年来中国科幻电影有了很大的发展,也是电影在人类文化发展的过程中所起的作用。

但是艺术电影什么时候能够跟科技的发展结合在一起?上海戏剧学院电影与媒介研究中心主任黄望莉认为,只有在艺术电影不再关注简单的边缘人物,不再关注一些简单的私密情感,才能谈到在依靠技术发展为艺术电影提供一个可读性。

中国传媒大学戏剧影视学院文艺系副主任、教授沈磊认为,人工智能之于电影创作,更像一种新的哲学思潮,而不是一个新技术。艺术电影比起其他类型的电影,更重要是情感与情绪的表达:“为什么好莱坞的电影很容易被人工智能取代?它有模式化的东西,而情感的东西,人的意志是不是可以被计算?”只有区分人的情感和人工智能的情感,才能够继续下一个阶段,将新技术介入到艺术电影,创作出真正适应于下个时代的思维的作品。

在刚闭幕的华表奖上,本次展映影片《白蛇传·情》获得优秀故事片奖,作为一部戏曲电影,2000万的制作成本已经是“大制作”,影片美术指导李金辉表示,在电影工业化的流程中人工智能的使用可以极大降低成本,提高电影产品的性价比。但作为创作者应该有自信,人工智能永远不会替代你的创作思想。

### 新媒介能反哺并影响到创作者的创作

本次研讨会的另一个话题是围绕新媒介与电影的关系展开。

在新媒介的帮助下,创作者看到中国观众对艺术电影充满了热情。《白蛇传·情》这部被很多人所知道,要感谢B站。李金辉说:“没有B站年轻人的热情,这部电影可能放映几场就没人看到了。但是B站的关注,让这部电影,从2022年到2023年,连续在电影院线发行了两次。但是还有一些遗憾,遗憾在哪里?像这样一部电影在很多城市的院线是缺失的,有很多有热情的观众想去电影院大银幕上去欣赏中国的视觉美学的电影叙事,买不到票,没有电影院放映。”

新媒介不仅为艺术电影吸纳观众,也会影响到创作者创作,因为新一代创作者的拍摄的方式总是与时代和生活紧密相连的。《宇宙探索编辑部》在本次厦门展映中颇受观众欢迎,映后活动现场气氛热烈。该片导演吕启洋认为,是快手、抖音之类的短视频平台,给了年轻创作者一个新的机会去观察这个世界。通过这些视频去观察平时了解不到的人或事情,并潜移默化地影响了自己的创作思路或者是兴趣点,再汇集到电影里,反哺给社会:“在我看来,网

上的视频博主拍摄的Vlog都属于纪录片,而我们的电影对那些形式有所借鉴。”同时,他还提到,《宇宙探索编辑部》在进行宣传时做成了冒险游戏效果很好,以及影迷观众自发剪辑的二创视频也提升了影片的影响力。

黄望莉在电影媒介和电影史有着深入研究,她表示,电影出现本身,就是一次媒介的变革。从无声片到有声片,电影史中媒介问题一直伴其左右。面对媒介转型,每年的进口片能够为中国电影技术提供新渠道和新发展方向。同时,在媒介研究中,又有一个再改写的过程。老电影不仅是具有档案功能,在新媒介的带动下,更重要的是再创造。

阿里影业宣发业务和影院大客户部经理卢金刚从观众角度出发,讲述如何利用新媒介帮助艺术电影找到观众。《白塔之光》的宣发准备采用“试映会”的方式,影片上映前做一轮内容观众调研,针对目标群体用户,得到一些影片未来宣发时想要获得的答案,也反哺创作者,宣发团队更好服务这部分人群。同时利用电影节等场景进行宣发,拉近与艺术电影观众的距离。他还提到,从市场宣发角度,不同档期,人群用户的画像也有差别。

沈磊认为,随着人工智能的介入,国内目前放在宣发阶段的很多工作都应该前置,他分析了国外影片在进行宣发时的特点——将技术重点放在受众端:“把整个媒介,从后端的传播宣传,移到前端去,对我们的电影放映以后也是一个很大的趋势。后端分析放到前端,省钱会省很多。”

研讨会最后,皇甫宣川总结道:“这次对新媒介、新技术的讨论让我们意识到,一方面创作者要去拥抱新媒介、新技术,助推艺术电影在表达上的探索和新发现,助推艺术电影更好的传播。另外一方面,也提醒我们要去关注新媒介、新技术带给当代社会的一些新问题,这是我们在内容创作上需要去关注的。我们希望艺术电影的创作者能够永葆艺术勇气和创新精神,让这种艺术勇气和创新精神成为中国电影发展的一种养分。”

“2023 春华夏繁主题展映”由中国电影资料馆(中国电影艺术研究中心)在国家电影事业发展专项资金管委会办公室的资助下举办,精选十部优秀国产艺术影片——《脐带》《宇宙探索编辑部》《柳青》《世间有她》《白塔之光》《洋子的困惑》《白蛇传·情》《追光万里》《梅艳芳》《永安镇故事集》,在北京、上海、广州、成都、厦门放映500场,并同期举行20场映后交流活动。

## 艺术电影如何触及更多观众?

■文/本报记者 李佳蕾

5月22日,由中国电影资料馆(中国电影艺术研究中心)、上海戏剧学院联合主办的“影响力与传播力:艺术电影高质量发展研讨会”在沪举行,业界专家学者齐聚一堂,探讨如何为国产艺术电影发展注入新的生机与活力。

本次研讨会是“艺术电影高质量发展研讨会”第二场,中国电影资料馆(中国电影艺术研究中心)副馆长(副主任)林思玮在致辞中表示,“希望本次研讨会能够助力中国电影以鲜明的中国特色、中国风格、中国气派展现于世界电影之林,创作出与时代和我们观众产生共鸣的好作品。”



### 艺术电影应在中国传统文化中创新

从学术上说,“艺术电影”并不是一个很准确的叫法。中国电影艺术研究中心融媒体中心主任、《当代电影》杂志社社长兼主编皇甫宣川认为,大家喜欢使用“艺术电影”这个称谓,更多在于这四个字暗含着电影勇于探索、创新、表达的精神,“优秀的艺术电影能够推动中华文化更好地走向世界。”

年初“破圈”的《中国奇谭》是美影厂的一次有益尝试,上海电影股份有限公司副总经理、《中国奇谭》总制片人李早说,上海美术电影制片厂第一任厂长特伟曾提出过“探民族风格之路,敲喜剧样式之门”,在这个理念下,美影厂创造了很多世界上没有的片种,比如水墨动画。

制作《中国奇谭》,“我们想的更多是能够激起传播和观看的方式。现在整个动画在视听本身呈现了一些跨界、融合性,这个作品最终观看平台是在互联网平台上,互联网平台的观看习惯、观看方式让我们有了新体会。同时我们也体会到了很多创作过程中一些新鲜的感受,创作者也可以通过弹幕和观众直接对话。”同时,李早强调,在创作《中国奇谭》时有非常多的灵感和内容来自于中国的神话题材。

上海戏剧学院电影学院院长、实验电影制片厂厂长厉震林也表示,中国电影要坚持展现民族性,从中国古代神话的原型中,将中国基因更多展示给世界。他注意到,电影《流浪地球》使用了四个古代神话——《嫦娥奔月》《精卫填海》《夸父逐日》《女娲补天》,他认为,之后的艺术电影创作可以多思考一下中国传统文化的原型。

4月底,Netflix与周星驰合作的动画电影《美猴王》刷剧曝光后,中国网友对其“美猴王”造型并不认可,但中国电影艺术研究中心电影史学部副主任、研究员李镇认为,Netflix对“美猴王”形象的再利用应该让我们意识到对IP开发的重要性,电影创作者应该自觉地在中华文化中寻找可再开发的文化内容。

他特别提及了前些年在戛纳大放异彩的艺术电影《春江水暖》,“今天我们应该重新在我们的文化当中去发现,中国传统卷轴式横幅的绘画的体裁,在《春江水暖》这部电影当中的应用就

让我们极其震惊,那种把世俗生活和庙堂文化结合到这个程度,也给了很多人启发。”

### 艺术电影已呈现出更新更多元的面貌

全国艺联于2016年成立,过去六年,票房最高的《波西米亚狂想曲》为9900多万元,国产片中票房最高的则是万玛才旦导演的《撞死了一只羊》,票房超过1000万元。讲述国学诗词大师叶嘉莹先生的纪录片《掬水月在手》是在全国艺联放映的,创下纪录片票房最好的成绩790万元。前不久去世的电影音乐大师坂本龙一的纪录片《坂本龙一:终曲》也是在艺联放映,获得500多万元票房。

全国艺联选片人王笑楠介绍,“艺术电影预算非常有限,受众也相对有限,甚至观影有一定门槛。所以我要做的工作就是为好的电影找到对的观众和对的电影院。我们经常看到一些影片票房不理想,会抱怨排片,但真的不是排片的问题,是没有人看的问题,没有人看也不一定就是电影的问题,是没有找到这部电影的受众。这当中需要做非常多的工作。”

为了更好地服务艺术电影观众,全国艺联对超过3000家加盟影院中排片不太理想的影院进行核检,并在30个城市日常管理维护50多个影迷群,影片上映时,先在这些社区发起观影团活动,在淘票票平台也有100多万粉丝入驻。

“我们认为策展能力是影院经营的核心竞争力之一,未来影院经营要特色化、差异化发展,非常关键的是,影院经营者要爱电影、懂电影,愿意跟观众分享电影。当小众向、艺术向的影片没有那么大宣传声量的时候,观众怎么去找?影院经营者要有主动找观众的意识。”她介绍,艺联也在做相关培训,通过电影文化、电影营销理念、电影史等系统课程,希望能把一部分影院经营者变成策展人,盘活影院日常的空闲时间,营造艺术电影发展的良好生态。

《家在水草丰茂的地方》《大世界》《空山异客》等艺术影片的青年制片人杨城近年来活跃在国际电影节舞台上,2018年还被《银幕》杂志(ScreenDaily)评为全球50位“改变电影行业的新星制片人”之一,在他的观察里,中国的艺术电影如今已经呈现出了更新更多元的面貌。

“这几年我们看到在国际电影节上出现的中国导演的面孔越来越年轻,他们的作品也越来越

多样化,彼此之间的差异性特别大。之前国际电影节对中国电影还有一些特定的想象,现在他们这个心态就放平了,他们知道中国如此大、如此复杂,中国电影的产量如此多,由此会推导出中国电影本来就是个性非常多样的领域。”

面对这些变化,他以自己实际参与的电影项目为例,分享了自己的经验,“永恒和符合的主题与新鲜和当代的语言,是近些年国际上‘留得住’的艺术电影所具备的两大特征。”

### 艺术电影更多重任落在了传播层面

北京师范大学纪录片中心主任、纪录片导演张同道分享了自己曾与美国南加大的一位教授讨论,在西方主流观众的眼里,究竟什么样的中国电影真的引起了他们的注意。答案是李小龙。

“我就在想为什么是李小龙?第一,李小龙真正把中国文化的精华提炼到一个高度,把武打变成了一种人生哲学,这是李小龙厉害的地方。而且他会写诗,而且写得那么漂亮。同时,他把中国功夫融入了泰拳、韩国的跆拳道、菲律宾的双节棍、美国的拳击,这种‘融’的力量,海纳百川的力量,是中国文化的力量。”张同道说。

上海戏剧学院电影学院电影制作系副主任、电影文化研究中心副主任万传法以2015年和现在的时间节点为对比,分析了当今中国电影的跨文化创作与海外传播发生的深刻变化。

他认为,“最大的变化是环境变化,全球化蓬勃向上、欣欣向荣的时期大家都想向外拓展,向外融合,实现全球的一体化。但当下受到疫情和战争等方面的影响,大的环境是重塑新的正义文化和利益联盟化,分割或者说差异成为当下的关键词。这种变化对于跨文化传播,特别是电影跨文化传播和制作带来非常大的影响,不仅仅是电影的发行或者放映的问题,反过来对于创作、生产产生了强大的制约。”同时,万传法还提到,“这几年‘向外跨’的步子已经终止了,中国电影制作人其实已经采取了一个新的方针策略,就是‘向内跨’,这是非常大的变化。”

他说,观众的艺术理解力和感受能力都在逐步提升,中华文化博大精深、本土民族文化资源取之不竭,艺术探索的多样性和独特魅力,年轻电影人的不断涌现等现实背景,都能够让我们对中国电影充满希望。

