

◆谁能够抢先利用好大数据,谁就越有可能赢得未来市场

◆“鲁剧”在传统数据收集及分析方面尚存在诸多不足

大数据时代,“鲁剧”如何闯市场



◆“鲁剧”能否在未来的影视剧市场延续当下的辉煌,在很大程度上将取决于其是否能够以“敢为天下先”的气魄去顺应大数据时代的新趋势,处理并利用好大数据,进而积极调整和创新自己的生产创作方式和发行营销方式。

实事求是地说,“鲁剧”在传统数据的收集及分析方面尚存在诸多不足。在决定拍摄一部电视剧的时候,往往忽略了充分的市场调查和研究。不少作品根本不重视对电视剧市场信息的收集,对数据和信息的分析工作质量很低,很不到位;获取信息的方式及渠道十分有限,严重局限着“鲁剧”对市场资源的运作能力。

□李振平

无论我们察觉与否,都不能改变已然身处大数据时代的不争事实。近两年,大数据(Big Data)逐渐成为各领域、各行业热点谈论的一个“流行词”。作为云计算、物联网之后IT行业又一重大颠覆性的技术革命,新一代信息技术大数据的创新与应用的普及,在经济、科学、政务、通信、传媒等领域产生了巨大影响,很多专家预测,人类的未来在不久的将来也将被大数据所改变。

得大数据者得天下

大数据对电视剧产业的重要影响在社会上所引发的强烈关注,缘起2013年一部名为《纸牌屋》美剧的爆红。虽然大卫·芬奇的“导”和凯文·斯派西的“演”对该剧的走红功不可没,但该剧所昭示出的大胆尝试预知未来的跨时代意义,更是令世人惊叹。这就是网站主导、数据先行。其出品商Netflix是美国最具影响力的流媒体视频和光碟租赁服务提供商,该公司通过搜集约3000万用户的平台数据,分析研究观众的评分和搜索请求等相关行为,预测出用户的收视爱好,量身定做,投入1亿美元翻拍英国BBC老剧《纸牌屋》,推出

后马上成为世界范围内网络点播最高的剧集。作为一部绕开传统操作模式、用大数据“计算”出来的电视剧,《纸牌屋》成为影视产业界因充分挖掘大数据作用而大获成功的一个鲜活实例。

一石激起千层浪,很多影视产业从业者由以前大数据的局外人和旁观者立即转变意识,并迅速参与其中。2013年因而被很多人定义为“大数据元年”。

由此可以说,大数据时代,得大数据者得天下。同样,对于电视剧产业来讲,就是得大数据者得收视率。如果说创意、内容、制作、营销等是决定一部影视剧能够获得成功的必要条件,那么,对大数据的分析和利用则越来越成为其充分条件。谁能够抢占先机利用好大数据,谁就越有可能赢得未来的市场。“鲁剧”能否在未来的影视剧市场延续当下的辉煌,在很大程度上将取决于其是否能够以“敢为天下先”的气魄去顺应大数据时代的新趋势,处理并利用好大数据,进而积极调整和创新自己的生产创作方式和发行营销方式。

发挥大数据

对“鲁剧”生产的指引作用

《纸牌屋》的制作思路对于“鲁剧”的未来发展极具启示意义。其运作方式中对大数据应用的基本原理是:通过对海量数据的广泛搜集和专业化分析,得出关于“观众的收视偏好”的准确结论,然后根据这一结论进行影视产品的策划、制作与营销,最终取得优异的收视效果。简单说来,就是“搜集海量数据→分析海量数据→提供决策依据→决定内容生产→帮助产品营销”环环相扣的系统工程。

对于“鲁剧”来讲,欲在大数据时代的背景下创造新的辉煌,在未来影视剧市场上“闯”出一片新天地,就必须要将上述大数据分析的原理成功运用到“鲁剧”的生产过程当中。要将对大数据的研究与应用贯穿于整个电视剧的策划、制作、出品与营销等环节之中。关键是要做到以下两点:

一是加强对大数据的收集与挖掘,率先构建“鲁剧”大数据收集及分析系统。对于数据的收集、分析与应用其实一直在影视产业领域被广泛运用,一部电视剧从创意策划、剧本创作到制作生产、发行营销,每一步都存在数据整理及分析的身影。但在数据呈爆炸状态的鲁剧时代,电视剧市场对于数据的“收集的广度”及

“分析的深度”要求明显提高,传统的数据分析显然已经无法应对当下大数据时代的挑战。

实事求是地说,“鲁剧”在传统数据的收集及分析方面尚存在诸多不足。以其策划环节为例,许多“鲁剧”的策划过程在市场状况分析和受众分析方面存在严重缺失。在决定拍摄一部电视剧的时候,往往省略了充分的市场调查和研究。不少作品根本不重视对电视剧市场信息的收集,有些作品在策划之时,虽然也会考量数据统计机构(一般是央视—索福瑞媒介研究机构)提供的数据,但是对数据和信息的分析工作质量极低,很不到位;对市场研究主要还是集中在对电视剧收视率的分析以及专家对选题的评估论证方面,一些市场信息的获得主要来自于各种电视节目周等活动的公开报道,获取信息的方式及渠道十分有限,严重局限着“鲁剧”对市场资源的运作能力。

因此,就“鲁剧”而言,要积极创新方式、不断开拓渠道,推进大数据的搜集及挖掘。目前业界最具可行性的方法就是与第三方数据机构展开大数据合作。建议“鲁剧”务必加强与网络媒体的合作,因为很多网络视频门户网站(如优酷土豆、搜狐视频等)、网络电视台(如CNTV)、基于客户端的视频软件(如PPTV)、智能电视终端(乐视网)等依靠流量监控、播放记录等方式掌握了受众详尽而精确的数据。随着云计算技术的发展,他们对于这些数据的处理也更为快捷有效。目前电视剧的传播通常是遵循从电视到互联网的传播顺序,在大数据时代,这个顺序颠倒过来照样能够走通,甚至走得更好。电视与网络并非不能相容,两者其实是竞争与合作的关系,很多电视剧恰恰是因为最早在网络热播,进而促进了电视台收视率提升。从这个角度上说,一个可靠的、稳定的大数据来源将成为“鲁剧”发展的关键因素。

二是积极挖掘大数据的实用价值,充分发挥大数据对“鲁剧”生产的指引作用和对营销的助力作用。大数据的获取只是电视剧产业对大数据时代的基础工作,如何对其进行科学分析,挖掘大数据背后的实用价值则是更具挑战也更加关键的问题。对“鲁剧”来说,要真正用好大数据就是要充分发挥大数据对“鲁剧”生产的指引作用和对营销的助力作用。借助大数据进行谋势布局,决定着“鲁剧”在未来市场上“闯关”的成败,也考验着“鲁剧人”的见识与智慧。

电视剧产业的大数据时代,本质上就

是“需求决定生产,观众决定创作”的时代。大数据技术将收集到的海量信息进行有效的记录、监测及交互分析,能够为一部电视剧项目的决策提供最精确和可信的依据。如果说以往以收视率为主要的数据分析系统只是展现了“收视状况是这样的”,那么大数据分析则可以更全面、更深入地解决“收视状况为什么是这样的”,进而得出“用户想要什么样的影视剧”,最终得出“应该拍摄什么样的影视剧”。

未来的“鲁剧”创作,一定要充分发挥大数据对生产的指引作用,多用“数据说话”,提高决策的准确性,创新创作的思路,有效降低投资的风险。

变传统营销的“漫灌”

为精确性更高的“滴灌”

大数据的分享及挖掘,同样会对“鲁剧”的营销带来帮助。因为大数据技术可以更细化地监控、更全面地分析观众的观看行为,这就为电视剧的营销推介提供了立体式的用户信息,大大提高了营销策略的精确性,电视剧生产商可以针对不同的观众采取不同的营销策略,由以往传统营销的“漫灌”转变为精确性更高的“滴灌”。

目前,“鲁剧”的营销基本上还是采取传统常规的操作方式,如利用媒介资源对开机仪式、拍摄花絮、新闻发布会、明星资料、关机仪式等进行全方位报道,以期广泛制造社会舆论,吸引公众的关注。这些都是非常传统的营销手段。这种手段是以电视剧产品本身为主,是滞后的,是被动的,而大数据时代的营销理念是以消费者即观众的需求为主,是预测在前的,是主动的。所以,如何强化大数据营销的理念,怎样充分收集进而分析研究营销活动中每个细节的数据,寻求更新颖更有效的宣传手段,使营销投入和预期效果在更大程度上取得对应,将直接影响“鲁剧”今后的市场表现。

然而,我们在强调要为建构以大数据为特征的新的“鲁剧”评价体系打下坚实基础的同时,也应该或者说必须对大数据保持清醒的理性,既要充分利用,又不能过分依赖。毕竟,大数据对于电视剧来说只是一种生产的方式与策略,说到底,内容和质量依然是决定一部影视剧能否成功的根本性因素,“内容为王”的原则无论何时都不会过时和失效。

(作者系山东大学教授)



□新华社发

强人所难

荧屏真人秀《笑傲江湖》《妈妈咪呀》《出彩中国人》等正在荧屏热播,在各路民间成人高手登台亮相的同时,童星们也频繁成为综艺场上的“座上客”。在惊叹于孩子们超常技艺的同时,一些小童星张口“综艺腔”“选秀腔”也引发社会不少忧虑:综艺节目低龄化的背后,究竟是在发掘孩子艺术天赋,还是让选秀过度包装扭曲了孩子天性?

不少社会人士指出,在制造“童星”噱头的背后,电视制作方、家长都有不可推卸的责任,其中部分家长的虚荣心、功利心是导致一些孩子成为失去自由生长、自主发展机遇的当代“病梅”的主要因素。中国社科院新闻研究所所长尹韵韵认为,相关主管部门必须对儿童选秀节目加强约束,尤其是问题突出的“泛成人化”现象,需要坚决避免。



□记者 王世翔 报道

4月16日,剪纸艺术家在淄博市临淄区齐陵一中向学生传授剪纸艺术。同学们在学习剪纸艺术的同时,还能够培养传承中华优秀传统文化的意识。



□记者 薄克国 报道

4月17日,青岛大学音乐学院大学生走进青岛夕阳红老年公寓,为老人们表演了独唱、快板、舞蹈等节目。

◆将电影生产视之为政治任务与道德文章,致使电影形式类型单一

◆电影故事叙述陈旧,对区域文化资源的运用流于表面的符号化

山东电影:在类型化道路的边上

◆山东人厚道,拍摄的电影也厚道,题材多榜样,口碑都很好,历史性地提升了山东电影的知名度和影响力。尤其是一轮又一轮的彩色宽银幕立体声电影故事片《孔繁森》,曾经得到过政府各相关部门最大力量的支持,用红头文件的形式下发各地组织观看,创下了近三十万的票房收入。至今代表着山东电影制作的一个标志性高度。

将电影生产视之为政治任务与道德文章,致使电影形式的类型单一,电影故事的叙述陈旧,对区域文化资源的运用流于表面的符号化。这与同一时期的山东电视剧的“鲁剧”生产和电影院线的商业发行相比,山东电影制作的观念与模式都有所滞后。

□韩青

电影,是这个时代最流行的公共话题之一,而且是为数不多地真正实现了国际性与全球化的话题,有年复一年对奥斯卡的关注,有一轮又一轮的彩莱坞大片在各地院线影院的全线热映,有廖凡在柏林电影节“擒熊”激发的公众兴奋感,有明星生活绯闻搏头条挟裹而来的全民娱乐狂欢潮,还有,微电影兴而起的草根制作在网络此起彼伏的视频泡沫,更是一种电影情结的民意体现……但是,天南地北的友人聊天问,你们山东的微电影有什么?不禁哑然。

中国市场已占好莱坞

全球票房的百分之四十

刚刚结束的今年北京国际电影节上,交易额超过了一百亿元,签约32个项目,其中备受青睐的是古装片,并非是人们突然格外

地热爱中国历史了,而是事关成本控制与市场运作,甚或,还有围绕电影周边产品的衍生开发。如今,投拍一部电影如同开掘一座矿,矿产要卖到越多样越远的地方才越好,而不是在农家自留地自给自足过日子用,如此产品链环环相扣,真是说来话长。有聪明的影视理论家发明出一些本土性与民族化等概念混搭的相关阐释,应该算是一种“文艺特供”或“私人订制”吧。这手法也有道理,就如同好莱坞大片里刻意设置的中国元素,今天的中国市场已经占好莱坞全球票房的百分之四十,不由它不认真调研中国观众的口味与喜好。如此情势下,山东电影制作有什么好说的?

山东电影的辉煌与瓶颈

山东电影很有一段辉煌,有过《孔繁森》、《首席执行官》、《上学路上》、《金婚》、《益希卓玛》、《为了胜利》、《革命到底》、《沂蒙六姐妹》、《小小飞虎队》、《汶川重生》、《少年天子》等,获过十余项电影金鸡奖。

山东人厚道,拍摄的电影也厚道,题材多榜样,口碑都很好,历史性地提升了山东电影的知名度和影响力。尤其是上世纪九十年代的彩色宽银幕立体声电影故事片《孔繁森》,曾经得到过政府各相关部门最大力量的支持,用红头文件的形式下发各地组织观看,创下了近三十万的票房收入,至今代表着山东电影制作的一个标志性高度。但是《孔繁森》的成功,也为后继山东电影的制作带来了部分误导,用非商业投资方式去运作电影拍摄,将电影生产视之为政治任务与道德文章,致使电影形式的类型单一,电影故事的叙述陈旧,对区域文化资源的运用流于表面的符号化。这与同一时期的山东电视剧的“鲁剧”生产和电影院线的商业发行相比,山东电影制作的观念与模式都有所滞后。

转型,也是中国电影的集体局面。值得关注的是,2013年山东有两部商业电影的试水之作,一部是中影公司与山东电影制片厂

联合出品的《止杀令》,走的是史诗大制作的国际合拍路线,不料票房惨淡;另一部是由某商业集团与其他商业机构合作投资的《意外的恋爱时光》,用的是文艺小清新风格的都市偶像剧,轻松小赚。

且说廖凡主演的《白日焰火》,讲的是一个失意警察在探案过程中爱上一个洗衣女工,后来把她送进监狱,让正义战胜了邪恶,整个剧情又暧昧又决绝,够暴力也够清新,最终赢得柏林金熊奖,横扫内地票房一个亿,创下欧洲三大电影节华语获奖片的票房第二位。第一高度的票房保持者是李安的《色戒》,这更使廖凡和《白日焰火》晋升为“现象级”话题,甚至引发外媒评论,认为它有可能引领中国电影游戏规则的改变。要知道,这部获国际大奖的中国电影,身世经历充满了国际化的色彩,电影的故事之核,改编自美国文学家霍桑的短篇小说,讲一个出走失踪的男人,其实一直潜伏在离家不远的地方监视妻儿的生活;电影的资金背景,是中国影视公司与美国独立制片人的第一次合作,投资人中还包揽NBA球员卡梅罗·安东尼等文体明星。而《白日焰火》在剧情内容与票房纪录上的表现,则给人们重新普及了一下关于电影的类型知识——原来,在深入人心的文艺片与商业片的眼球之间,也是可平衡、有通路的!李安执导的影片,都很文艺也很赚钱,他在世界各大电影节拿奖拿到手软,似乎是对人们的一再提醒,对文艺片与商业片的类别,真的不必那么刻板教条与纠结。类型之说,无非是对电影形式艺术语言的一种归纳。文艺片、侦探片、公路片、爱情轻喜剧、黑色电影、无厘头风格搞笑片……电影的分类,远没有电影的分级那么富有争议,分级有年龄与道德的严肃性与敏感性,而分类则是依据趣味而定,灵活而随意。

假如说山东电影的现实,距离《白日焰火》的操作路线有些远,那么宁夏电影制片厂投资的《画皮》和《画皮2》,或许更有可参照性。故事是《聊斋》里的老故事,资金是多

方合作募集八千万,此前的宁夏电影寂寂无声,动作、爱情、惊悚,类型化的《画皮》一出,马上搏回二亿三千万,创“小厂拍大片”壮举,被广电局称作“为中国电影产业发展开辟了一条新路”;续拍《画皮2》,以七亿登顶当年的华语片票房。两部电影,不仅让当时全国最穷的宁夏电影制片厂脱了贫,也让中国西北部的电影重镇,从陕西迁到了宁夏,宁夏电影进入了中国电影“的第一阵营”。

电影分类:大片与非大片

本文频频提票房,真心抱憾,而又无奈何。两部《画皮》之后,再创新票房的《人在囧途之泰囧》,让人惊叹的已经不是票房数字,而是中国电影的类型化语言,至此,终于有了成熟的表现。《人在囧途之泰囧》所附带的下场出品方诉讼,也让名不见经传的湖北电影浮现于公众的视野。

现在,看电影长大的一代和看电视长大的一代,正在互换位置。看电视长大的人们,转身走向了影院影院,在他们看来,电影最简单的分类就是:大片与非大片;看电影长大的人们,则坐在自家沙发上守着电视机,他们的分类原则是:国产剧、韩剧、港台剧;另有一些不安于影视代沟处境的人,则到网络上去看美剧,美剧,日剧……如今观影者的口味之刁蛮与措辞之苛刻,不仅让“文艺特供”与“私人订制”的区域划拨已然正在实现,或许,也在给山东制作拓出新空间,山东有梁山好汉,有八仙过海,有孔孟,有秦琼,有孟姜女,有蒲松龄……各类类型被电影拍过和没拍过的故事多得很,总能在电影银幕上放出异彩来吧。

据说,2013年中国电影产业的里程碑,是突破200亿元大关的票房,有人说,这是每一部电影的土豪金故事给堆出来的,很想弱弱地问一句:这堆金子里,有多少山东电影的梦想和贡献?

(作者系山东工艺美术学院教授)

三分得意庆云水

——读长篇小说《卿云歌》

□刘玉栋

手中的这部王树理著长篇小说《卿云歌》,封面浑厚、素雅,色泽黄中裹黑,像极了我家乡庆云那片土地,我似乎嗅到了从那片土地上散发出来的浓郁气息。这片山东省最北边、毗邻渤海湾的土地,用老辈人的话讲,叫“苦海沿边”,这里地碱水苦,却是王树理笔下讴歌的对象。小说充满着激情和对这片土地的爱恋,抒写了生活在这片苦涩土地上的人们战胜灾难、自强不息的精神。

王树理曾在庆云工作过五年多时间,他非常了解这片土地上的风土人情,让我这个庆云人最感吃惊的是,他能说出庆云县所有村庄的名字,且能了解这个村庄的大体情况。或许正因此,他才能以庆云这片真实的土地为背景,融入自己巨大的感情,创作出这部沉甸甸的《卿云歌》。

这部小说最突出的一个特点是它的纪实性。作者在后记中写到:“小说里的芦花寨和芦花寨里的那些人,是我虚构的一个支点,其余的故事,不少用了真地名、真人名、真事件……”确实,小说除了芦花寨和卢氏家族的那些人,其他一些故事和人物,基本上都是真人真事,比如著名的庆云县马颊河暴动,比如刘格平、范普泉等革命者,都是真实的。实际上,传达情感最直接最有力量的是文学手法就是纪实性,这几年风起云涌的“非虚构”,就是试图寻找和恢复一种文学的力量。

文中,作者以饱满的激情,抒发了那种追求理想,奋发向上,积极探索的精神。从刘格平等人的革命理想到芦花寨人建设好社会、过好日子的生存理想,始终贯穿着整篇作品,最后以卢继承对科技育苗兴农的执着追求和坎坷遭遇,最终走向了爱情和成功,这种强有力的正面精神把整篇小说推向高潮。

从文学角度来讲,这部小说也有诸多新意。比如小说的结构,就非常特点。它以卢继承为视角,以芦花寨为基点,展示了庆云县近百年的历史,也是庆云人近百年的革命史和奋斗史,更为重要的是,作者显然并不想把视野仅限于庆云甚至鲁北平原,因此,《卿云歌》这个名字的精妙寓意和重要性便体现了出来。我想作者也试图向我们展示这个国家20世纪多次多难、拼搏进取的历史。那随处可见的民歌民谣,贯穿整部作品,使作品的线条更加清晰、活泼。还有刚才谈到的,那些让我倍感亲切的人物,卢丁爷爷、乡村教师严鸿儒、寡妇余二奶妈、独臂民兵连长赵世成等等,写得鲜活生动,尤其是对老牛这个人物的塑造,很有特点,这是个在人性上复杂的人物,刻画得也最为丰满真实。而卢继承则代表了作者的理想和希望,是一个乡村新人的形象。

其实,扉页上的那方印,最能代表作者的心声:三分得意庆云水,一生寄情枣园风。这份情感,深沉而又浓郁。