

大学电影课

秦良杰◎编著

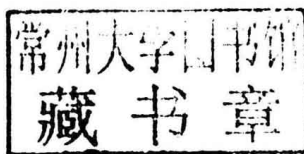
DAXUE DIANYINGKE



海军出版社

大学电影课

秦良杰 编著



2017年·北京

内 容 简 介

电影的发明,据说源自一种木乃伊情结:希望保留曾经的点点滴滴,留住那些令人难忘的光影。

主要内容:本书是高校人文素质类教材,针对大学生的知识结构和认知特征,设计了十三课内容,涉及电影技术发展、电影艺术特性、中外电影简史、电影理论与批评、电影制作等多个板块。

本书特色:写作风格成熟稳健,文字准确生动,理论表述采用学界公认的观点和看法。可读性、知识性、学术性熔于一炉,深入浅出,易教易学,便于教、学双方的使用。

适用范围:主要适用于高等院校影视艺术专业教学用书,也可供青年读者作为自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

大学电影课/秦良杰编著. —北京:海洋出版社, 2017.8

ISBN 978-7-5027-9881-9

I. ①大… II. ①秦… III. ①电影—高等学校—教材 IV. ①J9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 182018 号

责任编辑:张翌嫒 张鹤凌

责任校对:肖新民

责任印制:赵麟苏

排版:翔鸣图文工作室

出版发行:海洋出版社

地址:北京市海淀区大慧寺路8号(716房间)开
100081

经销:新华书店

技术支持:(010) 62100050

本书如有印、装质量问题可与发行部调换

本社教材出版中心诚征教材选题及优秀作者,邮件发至 hyjccb@sina.com

发行部:(010) 62174379 (010) 68038093

总编室:(010) 62114335

网址:www.oceanpress.com.cn

承印:北京朝阳印刷厂有限责任公司

版次:2017年8月第1版

2017年8月第1次印刷

本:787mm×1092mm 1/16

印张:18.5

字数:300千字

定价:58.00元

序 言

电影的发明，据说源自一种木乃伊情结：希望保留曾经的点点滴滴，留住那些令人难忘的光与影。对观众而言，最初固然是带着好奇心走进电影院的，然而多年以后，电影中的形象、故事和台词，却融进个体的记忆，和众多亲身经历纠缠在一起难解难分，成了不可或缺的怀旧对象。笔者就很难忘记《少林寺》中亦真亦幻的武打动作，《上甘岭》里战士们的豪言壮语，《罗马假日》里那些撞击懵懂少年情怀的经典场景，《旺角卡门》里泥淖和飞翔并存的尴尬人生，《霸王别姬》中历史对人性的碾压……青少年时代看过的电影和读过的书、走过的路、交往过的师友一样，拓展了人生视野，直观地带来更多教益。

电影理论大师安德烈·巴赞在其著作《电影是什么？》中，把人类对影像的感知，认为是人类最为本质的愿望，就是说人类在漫长的文明史中，都在潜移默化留下自己的影像，以抗拒人死亡后实体的消失。现代影像文化的出现，是人类愿望的顽强表达。

现代制造业——特别是新材料和新工艺的出现——为电影的诞生奠定了基础。1895年以来，电影在一代代杰出的创作者手中，发展成诗歌、音乐、雕塑、建筑、绘画、舞蹈之后的“第七艺术”。法国的卢米埃尔、梅里爱，20世纪20年代的欧洲先锋派电影，苏联的蒙太奇学派，英国的纪录片，格里菲斯在美洲大陆的探索，好莱坞的大片厂制度和明星制的形成，都对早期电影艺术和产业化进行了卓有成效的探索，电影最终成为人们生活中不可或缺的元素。它仿佛是一座学校，悄悄改变着人们的生活态度和生活方式，影响着人们的价值取向。正如巴拉兹预言的那样：“电影将在我们的文化领域里开辟一个新的方向。每天晚上有成千上万的人坐在电影院里，不需要看许多文字说明，纯粹通过视觉来体验事件、性格、感情、情绪，甚至思想。因为文字不足以说明画面的精神内容，它只是还不很完美的艺术形式的一种过渡性工具。人类早就学会了手势、动作和面部表情这一丰富多彩的语言。这并不是一种代替说话的符号语（如

像聋哑人所用的那种语言),而是一种可见的直接表达肉体内部的心灵的工具。于是人又重新变得可见了。”^①

正是影视艺术,使得人类在文字语言的基础上,又获得了一种全新的“语言”——动态的、具有三维立体感和逼真视听效果的视听语言,一种全新的思维——蒙太奇思维。这是原始思维在现代的复苏,这种思维以感性、完整性、超越时空性的形象思维为特征,而不是线性逻辑思维。麦克·卢汉曾激烈地抨击过印刷媒介强加给人的线性思维方式的局限性,充分肯定了电子媒介或影像传播媒介所引发的革命性意义。美国文化理论家贝尔也断言:“当代文化正变成一种形象文化,而不是一种印刷(或书写)文化。”当代电影,用突飞猛进的制作技术创造了无数个不可思议的瞬间,让人目不暇接、震撼不已的同时,也宣告了人类文明的新动向。

那些开创者未必能预见:这种当初就像杂耍一样的新玩意儿,除了记录生活,还为人类创造了一个不可思议的沟通工具和令人震撼惊悚的想象空间。如今全球每年高达数百亿美元的票房,以及难以统计的衍生品,证明这是个积聚了无数人的热情和才干的大事业。

“如果你愿意欣赏艺术,你就必须是一个有艺术修养的人”,而“对于没有音乐感的耳朵来说,最美的音乐也毫无意义”(马克思)。从这个角度我们甚至不妨说,不会欣赏影视艺术就不能算是真正的现代人。了解影视艺术,提升鉴赏、批评能力,已经成为很多人的迫切需要。执教浙江海洋大学之后,我开设过“影视文化”“影视艺术概论”和“微电影创作实践”等课程,身边也常常聚集一些喜欢影视艺术的学生,在动手实践的过程中,达到了教学相长的目的。

投下一颗石子,将会激起层层涟漪;种上一棵树苗,终将见证枝繁叶茂。在影视教学与研究的道路上,看见更多的学生因它而丰富了自己的精神生活,点燃新的希望和憧憬,这是教师眼中更美的风景。

① [匈]贝拉·巴拉兹. 电影美学 [M]. 何力译. 中国电影出版社, 1982: 26.

前言

中国的电影教育始于 20 世纪 20 年代，周剑云等早期电影艺术家在电影函授学校开设的具有速成训练性质的“影戏概论”课程。在正规大学中，30 年代的上海大夏大学和南京金陵大学都将电影作为一种教辅手段，面向学生播放过教学影片，是不折不扣的“电教”。而作为素质教育在不同类型的高等院校推广开来，不过是最近三十余年的事情。据统计，目前在全国千余所高等院校中，近 1/3 的院校开设了《影视鉴赏》《影视艺术概论》或其他相近的影视通识选修课程。

大学生群体作为电影消费的主要群体之一，他们的观影趣味和倾向在不自觉地引导着中国电影产业的走向。有数据显示，我国电影观众群体中，年龄在 19~25 岁的观众占了近四成，而观众中接受过大专以上教育的占了近 6 成。如果说，大学阶段的教育对于他们观影习惯的形成起着重要作用的话，那么大学影视通识教育则发挥了决定作用。从这个意义上说，大学影视通识课程就不应该简单地被定位为一门艺术选修课程，而应将其放到更加广阔的时代背景下，培养大学生对于电影产业的全面认识，发挥影视教育更加宽泛的人文内涵和社会意义。

《大学电影课》的出版顺应了这一时代需求，不但在知识、理论上为提高电影鉴赏水平奠定基础，更在文化观念、电影制度和普遍价值的关注中，促成个人修养与公共关怀的统一，这亦是本书追求的目标之一，还望读者体察。

针对大学生的知识结构和认知特征，本教材设计了十三课内容，涉及电影技术发展、电影艺术特性、中外电影简史、电影理论与批评、电影制作等多个板块。作为教材，写作风格上力求成熟稳健，文字上力求准确生动，理论表述上采用学界公认的观点和看法。将可读性、知识性、学术性熔于一炉，力求深入浅出，易教易学，便于教、学双方的使用。

本书特点：一是注重个案分析，采用中外经典作品结合理论表

述,帮助读者理解电影的技术手段以及电影鉴赏与批评中的美学观点、文化观点;二是引入文化批评的视角,除了电影文本的解读,也涉及电影文化和电影制度的描绘,帮助读者在更开阔的视野中了解电影艺术的变迁;三是在内容编排上力求图文并茂,利用“拓展知识版块”(以不同字体体现)扩大信息量,便于读者理解和深入学习。

对本教材的使用提出以下建议。

(1)教学建议:避免空泛的口头讲授,应借助多媒体教学手段,以名片鉴赏、片段分析为依托,引出基本知识和相关理论,重在提升学生的分析能力。

教学中应避免将“观影+点评”简单化并作为唯一的课堂模式,师生双方应加强互动合作;多方开发课程资源,积极主动地和校园宣传部门、地方企业实体、广电传媒单位以及影视制作公司合作;相互借鉴,资源共享,形成理论和实践相结合的富有创造性的影视教育新模式。

(2)学习建议:注重课后实践,不要止步于听课,对电影艺术不要止步于“一次性消费”,而应根据教材提供的学习路径,经常练习影评写作,锻炼理论思维,并借助新媒体工具,利用诸如微信这样的社交媒体发布个人影评,在讨论的氛围中提高电影读解水平。如有可能,学生还可以参加微电影、多媒体制作比赛,通过实操环节提升影视文化素养。

本书由浙江海洋大学教材出版基金资助出版。

由于本人水平和时间有限,本书难免存在不妥及谬误之处,恳请读者、同行、专家批评指正,以便在修订时补充更正。

目 录

第一课 走进电影院	1
第一节 电影院和电影放映技术的发展	2
第二节 微电影	7
第三节 看电影的意义	10
第二课 从画面到段落（上）	14
第一节 镜头	14
第二节 声音	39
第三课 从画面到段落（下）	49
第一节 场面调度	49
第二节 剪辑作用	57
第三节 剪辑策略	63
第四课 蒙太奇和长镜头	67
第一节 蒙太奇美学	67
第二节 长镜头	78
第三节 长镜头与蒙太奇的相互补充	87
第五课 电影的类型	90
第一节 类型电影的产生与成熟	90
第二节 类型电影的主要种类及特征	92
第三节 当代中国的类型电影探索	111
第六课 欧洲电影	115
第一节 电影的诞生	115
第二节 第二次世界大战前的欧洲艺术电影	122
第三节 第二次世界大战后的欧洲艺术电影	129
第七课 好莱坞电影	148
第一节 好莱坞的兴起	148
第二节 “新好莱坞”的反叛	154
第三节 好莱坞的大片策略	157

第四节	好莱坞靠什么赢	159
第八课	中国电影	166
第一节	早期中国电影	167
第二节	“十七年”时期中国电影	168
第三节	“文革”电影	172
第四节	新时期电影	176
第五节	20 世纪 90 年代以来中国电影的走向	182
第九课	亚洲其他国家和地区电影	186
第一节	我国港台地区电影	186
第二节	日本电影	199
第三节	韩国电影	202
第四节	印度电影	207
第五节	伊朗电影	210
第六节	泰国与越南电影	211
第十课	电影如何叙事	216
第一节	情节与故事的概念	217
第二节	因果关系：推动叙事发展的动力	221
第三节	情节的组合	225
第四节	剧情的冲突模式	229
第十一课	电影的文化实践	236
第一节	电影的文化意义	236
第二节	电影的意识形态功能	240
第三节	电影的分级与审查	242
第十二课	电影理论与批评实践	250
第一节	电影理论的发展轨迹	250
第二节	电影评论的写作	258
第十三课	你也能拍电影	266
第一节	制作流程	266
第二节	创作部门	278
参考文献		283
后记		287



第一课 走进电影院

电影足以改良社会习惯，增进人民智识，堪与教育并行，其功效至为显著。

——吴铁生，电影的好处《电影周刊》（创刊号），1921

我们为什么看电影？是在寻找共鸣、寻找寄托，还是为启发心智、引起反思？

我们为什么看电影？是想在虚幻的世界寻求甜蜜的幻觉，还是在别人身上实现自己的梦想？

我们为什么看电影？是为在简单乏味的现实中增添一抹刺激，还是集中接受残酷现实的洗礼？

我们为什么看电影？究竟是在生活中看电影，窥视异世界，还是从电影中看生活，探求真生活？

现代作家张爱玲在《多少恨》中描述说：“现代的电影院，本是大众化的王宫，全部是玻璃、丝绒、仿云母石的伟大结构。”作为经济上完全独立的自由作



始建于1928年的大光明影院，坐落于上海南京西路。开业初期的大光明，门口还有三眼巨大的喷泉，铺着丝绒的台阶，有衣着华美的俄罗斯女郎作招待。是作家张爱玲经常光顾的电影院之一。

上海大光明影院

家，张爱玲是当时上海几乎所有最时髦电影院的常客。同时，电影也给她的文学创作带去不少灵感，很多评论家都认为她的小说带有电影蒙太奇的效果，画面感很强。看电影是很多人娱乐消遣、寻求慰藉、交际会友乃至增广见闻的重要途径。银幕上的动人故事和离奇场景，为普通人的日常生活平添不少乐趣。而观影场所的变迁则直接反映了电影技术的更新升级，成为现代生活的重要标志。

第一节 电影院和电影放映技术的发展

早期电影是在咖啡厅、茶馆等场所放映的。1895年12月28日，在巴黎卡普辛大街14号大咖啡馆的印度厅，卢米埃尔兄弟首次把影片放映在银幕上供人观看，后来人们就把这一天视为电影诞生之日。

在欧美国家，20世纪的前10年里出现了一种镍币电影院，通常也就是有几条长板凳的小黑屋子，观众的主体是偏下层的劳动者阶级。电影画面粗糙，放映条件简陋，这就决定了早期电影在公众眼中的文化地位不高。在20世纪的前20年的美国，镍币电影院开始发展成看电影专用的影院，进电影院看电影这件事在人们心目中开始变成“更体面”和更可控制的事。影院的装潢和座椅更具剧场感，并对中产阶级产生了更大吸引力。

此后，电影技术不断发展，从无声到有声乃至立体声，从黑白片到彩色片，从普通银幕到宽银幕乃至穹幕、环幕，使电影院的形体、尺寸、比例和声学技术都发生了很大变化。电影院必须满足电影放映的工艺要求，产生应有的良好视觉和听觉效果。

影厅是电影院的主要组成部分，银幕是影厅设计的依据，银幕尺寸的大小决定观众的容量，银幕越大容纳观众的人数越多，观众少的影厅其银幕则相对地缩小，所以影厅的尺度实际上取决于银幕的大小。银幕的形状又决定影厅的体型，新形式电影尤其是如此。不同的品种有不同形状的银幕，大视野电影的银幕尺寸决定了影厅的高度比例，环幕电影的银幕决定影厅必须是圆形，而穹幕电影的银幕需要一个穹顶的影厅等。一般平面银幕的电影院影厅呈矩形或梯形，

地面有一定坡度。

放映机房是电影院中除观众厅以外的又一重要组成部分。放映机房的位置一般都在观众厅后部的上方，机房的标高应使放映俯角不超过规定的指标，如在 35 毫米普通银幕时为 12° ，在变形宽银幕时为 6° ，在 70 毫米宽胶片电影时为 4° 等。放映 35 毫米系列电影的机房尺寸，其径深不应小于 3.3 米，宽度不应小于 9 米。放映 70 毫米电影的机房应较上述尺寸加大，其他各种电影则应根据该片种的放映设备而定。机房的设备布置、工艺线路、对水电的要求、放映孔的尺寸和位置等各种要求因片种、机型的不同而各异。

除影厅、机房两大重要组成部分之外，现代多厅电影院还增加了多项配套服务设施，比如小卖部、吸烟室、儿童乐园、VIP 休息室等，以满足不同观众群的消费需求。

中国在近几十年来，电影院的发展经历了三个模式：从单厅影院到多厅影院，再到目前的高标准综合性现代多厅影院。电影院模式的转变是市场需求变化推动的结果，是近几十年来，中国经济发展从计划经济到市场经济快速转型，人们生活节奏和物质水平跨越式发展的最好体现。

在电影的发展史上，电影和汽车轮上的生活方式相结合，还出现过汽车影院这种新鲜事物。1931 年，美国东海岸一个加油站的老板看到等候加油的车主们有些无聊，就在加油站的墙壁上放动画片供人消遣。他的生意也因该项创新而兴隆起来。各地的效仿者又增加了不同的服务项目，曾一度受到人们欢迎。在最火爆的 20 世纪 60 年代前后，美国各地



汽车电影院

的免下车汽车影院多达 6000 家。随着生活方式的转变，汽车影院在现在的美国几乎消失了。中国第一家汽车电影院——北京枫花园汽车电影院于 1999 年 3 月建成，是中国唯一的一家加入首轮院线的汽车电影院。

一、单厅电影院

20 世纪 90 年代以前，中国的电影院多为单厅的放映场所，根据功能和性质不同，可简单地把放映场所分为专业电影院、剧院、对内对外俱乐部三类。那时所有的放映场所都是礼堂式的，讲究电影的技术标准，影厅层高近 10 米，银幕宽度也大多在 10 米以上，通常有上千座位。

二、多厅影院

20 世纪 90 年代，经济快速发展，时间变得越来越重要，一旦错过了电影开场时间，就要至少等待 1 个半小时才能入场，时间代价成为阻碍人们进入电影院的一个重要原因。同时，VCD、卡拉 OK、歌舞厅、游戏机等多种新兴娱乐方式出现，人们开始追求个性化的娱乐消费。于是，中国特色的多厅影院出现了。

1987 年 2 月全国首家多厅影院——广州华南影都落成开业。建有大（1000 多座）、中（400 多座）、小（100 多座）3 个影厅，曾创下年观影人数 256 万人次的纪录，在全国引发“影都效应”。

20 世纪 90 年代末至 21 世纪初，北京华星、上海新世纪、广州天河电影城、浙江庆春等 300 多家现代化多厅影院，像雨后春笋般地涌现，成为发展电影产业的主力军。多厅影院节目丰富，随到随看，满足了人们个性化和生活快节奏



上海大光明影城内景

上海大光明影城是中国单厅影院的典范，曾经连续 11 年蝉联全国电影票房冠军。1933 年由德国著名建筑师乌达克（L. E. Hudec）设计重建，建筑面积近 1 万平方米，拥有 1554 个座位；另有相关辅助设施近 1400 平方米，当年有“远东第一影院”的美誉。它还是中国第一家宽银幕电影院，第一家立体声电影院，见证了中国电影放映技术的发展。

的需求,极大地刺激了电影业的发展。但是,将1000条舢板捆起来不会产生一艘航空母舰,在办公室挂上银幕,架上放映机变成放映厅,这些放映厅组合起来绝对不是现代意义上的综合性多厅影院。

20世纪90年代的多厅影院大多从两种方式演变而来:一种是旧影院改造,另一种是写字楼、商场改造而成。这些影院大都一味追求多厅,满足人们节目丰富、随到随看的需求,而忽视了观众对电影本身的视听要求,所以中国特色的多厅影院只是满足了中国观众不成熟消费阶段的需求,与发达国家的综合多厅影院有着本质上的差距。

三、高标准综合性现代多厅影院

进入21世纪,中国开始出现与国际接轨的现代化多厅电影院,按照标准化、规范化走在前面的是万达电影院线。2004年天津、南宁、武汉、哈尔滨等多家万达国际电影城的开业把中国影院的建设推进至高标准综合性现代多厅影院时代。

现代多厅电影院的主要优势体现在如下几个方面。

(1)多厅。6个厅以上的影院才能够算作真正的多厅影院,这是现代影院的基本趋势。目前国内最多的可以达到13个厅以上。多厅影院的特点是节目丰富,随到随看。一般观众的忍耐程度只有半小时左右,也就是说影院要保证遇到热门影片在黄金时间时,影片能够保证每半个小时就有一场起映,根据计算,要满足这样的需求,只有6个厅以上,才能调配得开。

(2)片源供应充足。从片源供应来看,多厅可以相对地做到资源充分利用。近年来,国产影片每年产量在800~1000部,能够进入影院和观众见面的在四五百部左右,平均每天都能推出新片,这样的上映密度,只有多厅影院才能够将影片充分消化。影院成为商业繁华地段或购物中心的娱乐核心。如上海永华电影城坐落在繁华的徐家汇商业圈的港汇广场六楼,建筑面积达6000余平方米,交通四通八达,便捷顺畅,地铁1号线和20余条公交线路均可直达。

(3)影院硬件配置升级。在影院的硬件设备配置上基本都是目前国际上最先进的数码放映设备及环音系统。除座位设置更加人性化外,在影片的放映上,给予观众更大的选择空间。以往电影院同一时间内只能放映一场电影,而新建电影院均为多厅影院,可在同一时间段内放映多部不同的电影。

(4) 影院管理模式更加科学化。影院服务质量进行星级评定,在管理模式上彻底打破原有的粗放型的管理模式,采取现代化科学管理模式,影院管理以人为本,追求可持续发展,实施了多业态发展策略、商娱结合策略。

影院成为时尚产品促销和广告平台。近年来,我国的电影院线进行了一系列的改革,这些改革不仅大大解决了以往发行环节过多的弊端,还彻底改变了我国影院消费者的结构。以往由于文化娱乐消费项目过少、电影票价较低的原因,电影是大众娱乐消费项目。但随着电影市场的进一步发展,影院观众以15~30岁居多,男女比例基本持平。大部分观众受过良好的教育,多为大专以上学历,学生人群和商业人士居多;电影受众的收入较高,尤其在高收入阶层收看电影比例较大,成为消费最活跃的人群。正因为看重这一点,很多企业都把促销活动现场搬到电影院。如可口可乐就携手北京万达国际影城在饮料生动化陈列、电影周边产品开发、创新性市场营销活动以及服务内涵深化等方面,携手打造全新的合作模式,共同开辟时尚影音生活新风尚。

IMAX源自英文“Image Maximum”(图像最大化),是目前世界上最好的影像系统,它集当代电影技术之大成,拥有最大的银幕、最高的精密度、功率最强的放映设备以及世界顶级的音响系统,在国外被誉为“电影的终极体验”。IMAX影院中的大坡度座位是经过严谨的科学计算设计而成的,以 20° 左右的角度往后倾斜,这样包括儿童在内的所有观众都可以轻而易举地遍览整个银幕。IMAX专用的胶片感

光面积是一般胶片的10倍,使用全世界最大的胶片画格——15齿孔70毫米胶片,可以放映出水晶般清晰的巨大图像,画面细节远胜普通电影。6声道超级音响系统通过专门设计的声源均衡音箱使影院内每个地方的音量和音质完全相同,视听效果非同一般。

IMAX——终极电影体验



第二节 微电影

近年来,互联网和移动通信技术改变了以电影院为代表的单一播映方式,计算机、手机、MP4等都可以成为电影播映的载体。从电影的历史、现状和未来发展的角度来看,叙事性电影将会体现出六种形态,分别是:影院电影、电视电影、网络电影、电视剧、网络剧和“电影剧”。微电影从形态上而言属于网络电影。通过一台联网的计算机或智能手机,个人点播和观赏电影的时代已经到来。

“微电影”从本质上而言指的是一种小容量的电影文本,也就是国际上通称的“短片”(Short Film),这一电影形态早在电影诞生之初就已经存在且一直延续至今,并非新鲜事物。进入20世纪20年代之后,随着电影长片的出现,短片开始退出影院,并逐渐演变成为了一种实验性、探索性的艺术形态,创作者都是专业的电影工作者或电影学院的学生。但是,微电影又与传统的“短片”存在根本性的差异。首先是它的制作和传播有赖于数字媒介技术的发展;其次是它们题材广泛、类型众多,且大多是草根阶层自娱自乐或带有商业目的的大众文化文本,已非纯粹的艺术实验作品。

微电影的“微”,首先体现在它的片长,一般不超过60分钟,10~20分钟长度的微电影是当前的主流,与普通电影长片(不少于90分钟)相区别;其次,微电影体现出电影的属性特征,它不是简单的“DV作品”或者网络视频,也不同于商业化的广告与音乐电视(MV)。它借助各种新媒体平台(具有视频功能的手持移动设备,如智能手机、手机电视等,或具有无线移动功能的笔记本电脑和其他移动视频接收设备)播放,适合在移动状态和短时休闲状态下观看,具有完整策划和系统制作体系支持,且具有完整故事情节(专业制作商制作或者委托制作、有专业或业余导演和艺人或普通群众参与、以产生话题为目的、适合广告植入、具有某种连续性和后开发潜力);它的播放时间、制作周期和投资规模都具有小微特征;内容则融合了幽默搞怪、时尚潮流、公益教育、商业定制等主题,可以单独成篇,也可系列成剧。^①

^① 网易微电影节对微电影的限定是:微电影不同于草根拍客作品,它有一定的创作门槛和较高的制作水准,并要求以创意取胜,而且更便于随时下载和观看。

微电影在国内的最初尝试可追溯到 2001 年。当年宝马北美公司集结全球 8 位知名导演，推出了 8 部具有鲜明个人风格和创新性的电影短片。而当年由伍仕贤执导的片长 11 分钟的影片《车四十四》则可以看作是国内微电影的开山之作。此后，专业导演、业余导演和艺人乃至普通群众都曾有过大量的网络电影的创作，但是似乎都没有直接和微电影产生关联。

2010 年是中国微电影的“元年”。这一年的 12 月 27 日，由吴彦祖主演的 90 秒微电影完整版《一触即发》正式全国首映，微电影一夜之间成为“网络红人”。此前，《一触即发》的预告片登录网络后，短短一周时间，点击量就超过 6000 万次。而《一触即发》的完整版首映后，在当日凯迪拉克的官方网站浏览次数过亿。这一年中国电影集团联手优酷网共同出品的“11 度青春系列”也被贴上了微电影的标签，这个系列电影由 11 位青年导演主持拍摄，采用了 10 + 1 的形式；10 部短片和 1 部长片。其中的片长 40 分钟的《老男孩》成为当年最热门的搜索关键词之一。10 部“11 度青春系列”微电影题材各异，风格多元，但都围绕“70 后”和“80 后”年轻人的现实和梦想、青春和爱情这两个话题进行创意和制作。

在故事的选择上，微电影选择了从宏大叙事过渡到细小叙事这样一条道路，注重个体话语表达和生活化表达。微电影突破了传统电影“高高在上”的姿态，把注意力更多地放在小人物、小命运、小细节或是虚构“悬念”“奇观”等方面，而且每部影片除了有完整的情节外，还有鲜明的主题。微电影的主题作用于人们的精神与心灵：对现实的深度批判，对生活的深切触摸，对人性的深刻



2010 年，在各种讨论中被认为是“中国网剧元年”，而《老男孩》的走红则被视为最具标志性的事件之一。该片引起了观众的共鸣：年少时的梦想与希望遭遇了现实的困境，在平庸度日的光阴中，理想被藏在现实生活的深处，逐渐变得一文不值。

《老男孩》(肖央, 2010)