

微电影特辑—— 第“V”放映室

时代节奏加速的证明之一，便是所有东西都在变得越来越小，越来越易携带，越来越简约，越容易让人接触到并记住。没有人有时间去看那些长篇大论，于是有了微博；没有人愿意对着手机屏幕敲短信，于是有了微信；没有人愿意出门带上画质好但蠢笨的单反机，于是有了微单；不用花很多时间，在任何闲暇的场合都能看，于是有了微电影。新媒体已经真正走进了“微”时代。

很多人恐怕都想不到微电影的雏形是《一个馒头引发的血案》。当重新剪辑、改编过的《无极》放在人们面前时，陈凯歌是无论如何也想不到是他启发了微电影的形成。然而作为历史上真正意义的微电影，是一部90秒的凯迪拉克的广告。如今，越来越多的奢侈品牌争相将广告拍成微电影，以争取对消费者最大的吸引力。

当然，如果说微电影是近几年才诞生的并不确切，因为在国外，很早就有短片，只不过人家不叫“V-Movie”，比如2002年戛纳电影节的开幕电影《十分钟年华老去》，就是世界各国大师导演们的命题作文集锦，每人十分钟的时间，你能拍出什么？

有人说，在写作上，好的长篇小说拼到最后是拼体力，好的短篇小说拼到最后是拼智力，小小说更难写好。这种说法可能让长篇小说作者有点委屈，但也说明了在短小的篇幅里，想要准确表达的难度。电影亦是如此。

如今，越来越多的微电影节和微电影大赛出现，微电影同样也能争取到很多的广告植入，这是一件好事，虽然微电影更多地存在于民间，是一种个人的表达，但任何一种新生事物的发展历程，必定会受到市场的试炼，这是其类型化的推进。

新媒体时代，人人都是写作者，人人都是摄影师，人人也都是导演，这是一个任何微小的声音都能发出的时代，没有谁是最好的表达，只有最个性的表达。V电影，不是只有“大V”们才能拍出。

孙婷/文

