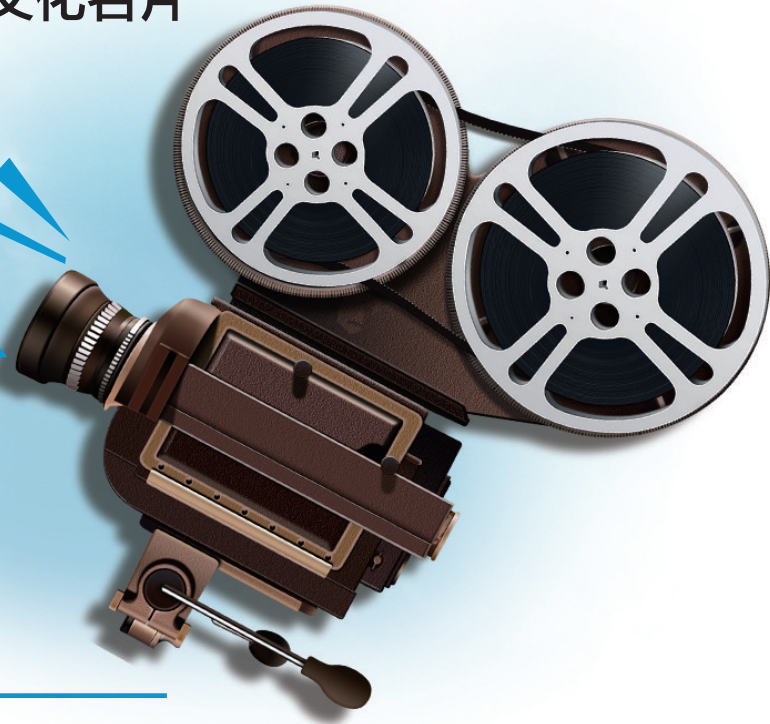


挂着人文历史题材的头衔,内容却是投资者的“文化名片”

纪录片怎么总被拍成宣传片



最近,一部由汽车厂商投资、土豆网自制的纪录片《进藏》,在视频网站火了起来。下周,该片还将登陆央视十套。由广告客户定制的纪录片登上央视荧屏,这样的案例可不多见。反观现在的各家电视台,长期霸占纪录片时段的大量人文历史题材类纪录片,却总是流露出一种旅游观光宣传片的味道,看起来很是乏味。

除了地名,其他的都一样

在很多观众的印象里,现在电视上播出的纪录片,大多都试图彰显地域文化。单是看一下近期播出的纪录片片名,就让人感到很困惑:《云冈》《五大道》《长白山》《法门寺》《美丽桃花江》《你好新安江》《赣鄱古镇——吴城》《绍兴,一座名城的2500年》《文化福建》……其中虽然也有精良之作,但是借用观众的说法,多数

此类纪录片“除了地方不同,其他‘地方’都一样”。

有观众为此类纪录片总结了一个“通用模板”:表述华丽高亢,画面叙事能力却明显偏弱;时不时插上几段古装戏或学者专访,永远是一个磁性声音的中年男子作解说,调调无非是山河多么壮美,历史多么传奇。

对于目前国产纪录片的题材取向,业内人士也不满意。央视纪录频道总监刘文就直言:“目前全国历史人文类纪录片和各地宣传部门交办的任务型纪录片特别多,而反映当今社会发展的现实类题材作品非常少。”他还直言,后者恰恰是纪录频道最为期待的。

投资者“着急露脸”不可取

在纪录片的内容创作方面,国外投资者和国内投资者的思路明显不同。

搜狐视频纪录片频道主编黄平茂注意到,国外公司投资纪录片,往往只要求在鸣谢中写上出品单位。他以《进藏》为例,这部影片虽然有知名汽车厂商赞助,画面中也植入了名车的形象,但全片还是在展示西藏风情和故事,“他们更在乎的是品牌影响力”。

反观国内投资者,却总是迫不及待地想在纪录片中植入自己的品牌。“其实你露得越多,对作品传播越有害。这也是很多所谓的纪录片没有太大影响力的一个重要原因。”对于国内投资方这种“着急露脸”的心态,黄平茂提醒,国内纪录片投资方有必要多向国外同行学习,即便投了钱,也不应违背纪录片的创作规律,“愣是给拍成广告片,就没有太大意义了”。

(据《北京日报》)

被投资方牵住鼻子

在央视总编室审片部副主任陈真看来,《进藏》之所以能成功,是因为其完全是基于观众的需求而创作的;相比之下,很多纪录片离观众的距离太远。他直言不讳地批评说:“好多地方政绩、行业总结拍成的所谓纪录片,积压一大堆播不出去,这些片子本身并没有从观众需求出发,相反是被投资方牵住了鼻子。”

央视新影集团纪录片导演祁少华也认为,有些纪录片夹带着软性宣传片的痕迹。他举例说,一些行业类片子,很容易被要求去重点渲染其在业内的顶尖地位。

北京师范大学纪录片中心主任张同道作了一番对比:知名纪录片导演刘郎也曾以苏州园林为题材拍摄过一部《苏园六

记》,但他把园林艺术上升到美学和哲学的高度,表达充满了诗意,赢得业界赞叹;相比之下,目前不少所谓人文纪录片,其实就是一个景点或地域特色的“简单图解”,“一帧帧镜头就像精美的风景画,并不具备讲故事的能力,显得内容空洞,美学平庸”。

张同道认为,地方政府或其旅游文化部门试图借助纪录片打造“文化名片”,这种投资积极性对业界本是好事,关键问题是怎么样拍,怎么处理创作与资方的关系。他透露,自己最近也正与一个地方政府部门合拍一部纪录片,“我最核心的诉求就一条:拍什么,怎么拍,不能被干涉”。

洛阳·视界



模型世界



仔细保养



认真组装

记录河洛 品读生活

本版长期征集原创图片,您可在洛阳网“洛阳社区”摄影天地(<http://bbs.lyd.com.cn/forum-67-1.html>)、河图网发帖或发送邮件至lyrbshb@163.com,我们将择优选用。

春天在哪里



50老狼 摄



洛阳老符 摄

留住童心 承载回忆

走进80后“模型控”的世界



交流心得

80后“模型控”王晨阳近日带记者参观了他的模型展示橱窗,这里不仅有“钢铁侠”,还有“绿巨人”,这些模型承载了他最美好的儿时记忆。

王晨阳上五年级时,电影《泰坦尼克号》正在热映,他一看完电影,就去买了一个泰坦尼克号的“纸模”,那是他拥有的第一个模型。“回忆贯穿了我整个模型收藏史。”王晨阳说,他4年前开始正式收藏模型,就是为了重拾儿时时光。

“高达”“圣斗士星矢”“机器猫”“变形金刚”……仅仅4年,他就收藏了近500个模型。在朋友看来,他只是个贪玩儿的大男孩,殊不知这些模型组装起来颇费心思。模型的每一个零件都要仔细剪下、上色、打磨、组装,组装模型快的话要一两个星期,慢的话则需要两三个月。

最近,王晨阳又喜欢上了兵人(1:6可动人偶)。他说:“我希望能够不断增加自己的收藏,将来开个博物馆,和大家一起分享这些美好的回忆。”

本报记者 刘冰 文图



模拟战场

根在河洛酒
河洛文化旅游节唯一指定接待用酒
团购招商电话:13103796999

记者走基层
河洛影像
13937967110

请“50老狼”“洛阳老符”将联系方式发送至lyrbshb@163.com,以奉薄酬