

专家评纪录片《卢作孚》

近日,由重庆广电集团(总台)的渝派纪录片团队精心打造的最力作——纪录片《卢作孚》,在卢作孚先生“愿世界像花园一样”的美好愿景中完成首轮播出。该系列纪录片一开播,就在文艺界掀起了讨论热潮,赢得了视听行业专家和高校学者的广泛赞誉。

中国纪录片学会副会长夏蒙:渝派纪录片,风景独好!

人文西南 风景独好

从纪录片《卢作孚》中可以看出徐蓓与重庆电视台,在纪录片创作方面,已经形成了鲜明的具有地方文化特征又有艺术独创性的渝派纪录片风格。《卢作孚》以重庆籍著名爱国实业家、教育家和社会活动家卢作孚为核心人物,深入展现了他的传奇一生,包括早期成长、建设北碚、创办民生公司以及组织抗战时期的宜昌大撤退等重要经历。卢作孚的一生,为国家和民族做出了巨大贡献,从白手起家打造庞大的航运事业,到在抗战中发挥关键作用,他为中国近代民族工业的发展和抗战胜利所做出的努力,值得永远铭记。

纪录片不仅关注卢作孚这一代表性人物的成就,还将其置于重庆乃至整个西南地区的历史背景中,呈现了当时的政治、经济、文化等多方面的状况。例如,讲述卢作孚在北碚进行乡村建设,将一个西部偏僻之地建设成为花园城市,体现了重庆地区在特定历史阶段的发展与变化,丰富了地域历史文化的内涵。

纪录片《卢作孚》在创作手法上打破了历史纪录片常见的单一时间线结构,以“早期探索”“民生”与“建设”形成基本叙事逻辑,串联起卢作孚的人生故事,这种结构方式使故事的讲述更加清晰、有条理,同时也增加了影片的层次感和逻辑性,让观众能够更系统地了解卢作孚在不同领域的贡献和实践。

在影像品质方面,秉承了徐蓓导演一贯追求自由和多元的影像表达,与国内顶级动画团队合作制作大量动画,生动还原历史情境。例如,用别致的插画、具有不同风格影像来展现历史场景和人物,让厚重的历史纪录片有了更“年轻”、新潮的表达,更容易吸引年轻观众的关注,也为历史题材的呈现增添了新的活力。

在声效表达方面该片也进行了多种试验与探索,音乐创作上取得突破,融合了说唱、川江号子、摇滚以及卢作孚喜欢的川剧等多重元素,使背景音乐和音效充满戏剧张力。同时,配音处理上把“解说”和“引文”进行角色化创作,分别邀请影视演员进行配音,并增加重庆话、成都话的配音比重,凸显作品的趣味性和地域特色。

总导演徐蓓说:用拍电影的功夫拍摄每一帧画面。在拍摄期间徐蓓和其他主创翻阅大量文献资料,走访诸多专家学者和卢作孚先生的后辈,对脚本进行反复修改打磨。这种深入细致的筹备工作确保了纪录片内容的准确性和权威性,真实、全面地展现卢作孚的事迹以

及历史背景,从而使纪录片播出后取得了各方的好评。

《卢作孚》的主创均来自于重庆广播电视台的渝派纪录片创作团队。这个团队集合了优秀的导演、编剧、摄影、动画制作等专业人员,先后打造了《西南联大》《大后方》《城门几丈高》《卢作孚》,等优秀作品。这四部纪录片在主题选择上都聚焦于西南地区的重要历史事件和人物,具有连贯性和系统性的,已经形成了渝派纪录片独特的地域风格。令全国观众通过系列纪录片,对西南地区有了更全面、更深刻的认识。

江苏广电纪录传媒总经理曹海滨:“跳脱”和“沉浸”为纪录片创作者提供了新颖的思路

渝派纪录片《卢作孚》以深邃的历史视角和精湛的艺术表现,将历史的真实与情感深度共融,让我们仿佛亲历那段波澜壮阔的历史,与卢作孚进行了一场跨越时空的亲切对话。

这部片子是“跳脱”的。在叙事手法上大胆创新,以卢作孚先生为坐标点,延展刻画了那个年代的人物群像及社会风貌。在视听呈现上极具匠心,用动画补足历史影像资料不足,并参与进历史故事的讲述。这些“跳脱”使得纪录片在保持历史严肃性的同时也有了更加年轻化的表达。

这部片子是“沉浸”的。通过大量的史实资料和深度的访谈,构建起多层次、多视角的历史叙事框架。该片还颇具重庆特色,片中融

入了川江号子、川剧帮腔等地方特色元素,形成了层次丰富、韵味十足的重庆文化景观。

影片讲卢作孚,却不是只讲卢作孚,这不仅是对卢作孚个人奋斗史的颂歌,更是对那个时代家国情怀与理想追求的深刻反思。

总之,该片在创作上展现出了高度的艺术水准和深刻的历史洞察力,也为我们的纪录片创作者提供了更多灵活新颖的创作思路。祝贺徐蓓导演,祝贺创作团队!

国家广电总局点赞《卢作孚》

9月4日,国家广播电视总局《广电视听评论》以《重庆卫视纪录片〈卢作孚〉颂扬爱国情怀,弘扬爱国精神》为题,充分肯定《卢作孚》以创新态、年轻化的表达,颂扬爱国情怀、弘扬爱国精神、激荡历史回想,唤起时代共鸣。现摘要如下:深度与广度兼具,呈现川江豪杰的传奇人生。

纪录片打破单一时间线结构,以“早期探索”“民生”“建设”形成基本叙事模块,串联卢作孚人生片段,折射人物不同凡响的作为。纪录片还将镜头延伸至合川、泸州、宜昌、上海、南通、大连、北碚等先生足迹所至的地方,以及他交往过的政界、商界、学界人士,以人物经历的透彻挖掘和人物关系的广博维度,全方位、立体化解析卢作孚的传奇人生,为洞悉中国近现代社会变革提供了崭新视角。

个体与时代呼应,塑造鲜活立体的人物形象。

纪录片抛却平铺直叙的讲述,

从卢作孚先生的语言、行为、情感、抉择等细处着墨,创造性地将“解说”与“引文”角色化处理,重现百年前那个有血有肉、鲜活生动的传奇人物。纪录片中,配音演员以声音塑造卢作孚的立体形象,反映其关于变革、教育、乡村建设等方面的看法和主张。

纪录片还通过演员扮演卢作孚的亲人、朋友、师长,从各个侧面讲述人物故事,烘托纪录片情节,立体化呈现卢作孚给中国带来的深刻影响。学者钱理群、西南大学教授、卢作孚之子卢国纶,曾经民生公司的职员陈代六等,或从理论层面解析事件,或以口述历史还原真相,使卢作孚先生的形象栩栩如生,令人印象深刻。

史料与艺术交融,激发穿越时空的情感共鸣。

视觉上,纪录片采用“用今天的镜头叙述历史”的手法,与国内顶级动画团队合作,大量运用动画、漫画元素,无论是细腻的人物刻画,还是宏大的历史场景,都以质感、灵动、甚至幽默的方式表达出来,让历史与现代视角巧妙融合,焕发出年轻气息。

听觉上,一方面邀请专业演员塑造人物的声音形象,并增加方言配音,赋予纪录片独特的文化韵味;另一方面,大量采用原创音乐,用辨识度极强的配乐传递情感,融入说唱、摇滚、川剧、川江号子等音乐元素,既唤起人们对卢作孚的深情缅怀,又形成了纪录片独特的风格。

(相关内容转自重庆卫视公众号)

打造职业共同体:民生公司《新世界》月刊研究

● 赵颖竹

(上接总第769期)

同时,“茶房,谁也知道是做下层工作者的专名词。至于工作呢,通常只要用得开开水壶,打得来被盖卷,大概就行了,谁还注意到人格上去了呢?在过过去的话。因着社会的进展,顺应时代而生的民生公司,一起来就把改良茶房生活这件事情看得重重的。”即便是最底层的员工,也能得到受教育的机会。

最后,把这种相互依赖的关系上升到社会层面。“我们创造公司,也正是想扩大我们的生活倚赖关系。每一个人都倚赖着这一个事业,凡所需要的生活费用,住宅、医药、娱乐、教育,都由事业供给,一直到老,而每一个人的努力,亦一直到老为着这桩事业。这个倚赖的局面必须造成。这个目的,纯在造成一个社会,而非为着个人。”借由此,公司上下,集团内外,对职业教育的重视性和珍贵性都产生了深刻的认知,在艰难困苦的年代,仍愿意坚守在民生企业中。

以上分析细致揭示了民国时期内忧外患的历史情境中,企业刊物通过话语建构职业共同体的方式、策略以及具体的实施过程。在丰富巧妙的话语策略之下,《新世界》沿袭卢作孚以及公司高级职员们的现代化思想,同时不舍弃儒家的传统,结合国族危机的需要,引导职工对职业价值、观念的认同和支持,增进对职业精神的理解,从而

形成牢固的职业共同体。与此同时,这种话语建构不是自上而下的宣传劝导,而是职工自下而上的主动性投稿。尽管由于编辑审核筛选的存在,《新世界》并不是一个绝对的言论自由平台,但这些员工自写自投的文章,还是一定程度上反映了不同阶层职工对职业的理解。从这个意义上说,民生公司的职业共同体并不是别人强加给他们的,而是他们自己一手打造的。

4 超越文本:嵌入职业空间的媒介实体

作为一份企业内刊,《新世界》最主要的使用者是企业内部员工。我们可以想象一下当年民生公司里的情景。在一艘从重庆到合川的“民用”轮船上,午后三四点钟,船合拢靠岸了,茶房某某结束了自己的工作,就在甲板上,与学习小组的老师同学们一起学习,一起阅读《新世界》。“空气新鲜,光线充足的船头,是我们的教室。平整整洁的船板,是我们的桌凳。手捧着书本儿,坐着读,立着读,我们的兴趣是十分浓厚的”。经过一段时间的教育培训之后,他由原来的不识字转为可以阅读,甚至可以自己写文章了。看到《新世界》上的投稿公告之后,他在深夜自己写作,投稿,领取稿酬。

通过这样一个建立在史料基础上的短小的生活想象片段,我们

可以发现,《新世界》实实在在嵌入在职业空间之中,组织起一种新的职业生活方式。

在民生职员的日常生活中,读书和写作是非常重要的环节。为提高员工素养,更为了培养社会人才,民生公司鼓励和组织职工读书和写文章,从这个角度来说,创办《新世界》的目的和实际功能恰恰就在于方便职工的投稿和阅读,提高文化素质,抒发心得。而这正是民生公司“普及教育运动”的具体体现。“普及教育运动,不仅止于民生公司,现在不过先就本公司自身做起而已。我们最后目的,是要全社会的每一个人,都有受教育的机会,研究各种学术,增加工作效率,提高生产力量。这种教育运动,要普及全社会,因为民生公司最后的目的,绝不是只顾本身,而是帮助社会。”

民生公司设立了图书馆、阅览室、游艺园等机构,为职员提供文化知识学习资源。在分公司和轮船上还设置了固定文库或巡回文库,图书馆用特制大木箱将1000册图书送到巡回文库,每两个月调换一次图书。《新世界》因通俗易懂,贴近员工生活,便成了集体阅读的重要材料。各轮船不定期举办职工读书报告会,“目的在于推动和鼓励员工增长知识,方法是组织职工轮流做读书心得的发言。”公司船务处曾调查过“各轮能读《新世界》刊

之人数”,并分甲乙丙三等,列表报送到公司。公司要求各轮配发《新世界》册数至少三本,各船阅读《新世界》之后,须开会一次。各职工报告读《新世界》的感想及消息等,经理副经理账房等报告言论、新闻及人事。

集体阅读之外,写作和投稿也是重要的职工生活。根据《新世界》在1936年的统计,员工们投稿非常积极。“第四岁的一年……在这二十四期里投稿的有一百六十四人”。为了推动员工投稿,《新世界》采用了稿酬的方式,通过一则征稿启事,我们可以清楚地看到,“本公司十一周年纪念刊……内容限于描写个人志趣,团体生活,工作状况等……奖金,特等三十元至五十元,甲等二十元,乙等一十元,丙等五元。”而与同时期民生厂工人薪资进行对比,“一等甲种工人日薪三元五角,七等丁种工人日薪七角”。可以看出这笔稿酬十分诱人。为什么公司要推动员工写稿?茶房、水手以及练习同事们都有了写作的能力和兴趣,事业的力量才大,也容易推展进行……要勤于投稿,才能提高能力,大众的能力都提高了,自然,新的世界,也就从大众的手中创造出来了。

不只是为了丰富稿源,更为重要的是,自上而下传递的企业精神需要每一位员工通过写作的形式

内化,在写作的过程中不但能加深对民生精神的理解,促进职业技能的提高,增加职业认同感、自豪感,增加奋发进取、奉献民生。服务社会的精神,是一个自我教育的过程。同时,在稿件中员工结合自身体验,分享对企业制度和文化的理解,通过员工的重新叙事,会非常具有感染力,达到二次传播的效果。

民生公司在职工中所推行的这样一种基于企业刊物的文化教育教育活动不但影响了职工的日常生活,同时也在实践中引发了社会大众的关注,冲击了社会大众对船员职业的认知,逐渐与民生公司的企业形象产生了关联。民生公司船员良好的文化素养与社会大众对船员职业的认知之间形成了巨大的反差。“在航行中举行两轮期期末考试的时候,许多客人围观着,见各船员那种粗糙的身手,很高的年纪,又做那么苦闷的工作,居然能提笔为文,不觉非常惊诧。”同时对塑造良好企业形象起到了正向的作用。“社会对公司船教的观感良好。一般社会人士,凡搭过本公司的船,看到船上读书的情况,无不赞许,觉得民生公司,不仅在事业上求进展,并且还顾到职工的教育训练,都说这活动,直接自然是为了事业,间接确实是帮助社会。例如,我们去去年船教第一学期举行修业典礼的时候,上海中华职业教育社的姚惠泉先生参加了我们的仪式后,回到上海在《国讯》刊一百三十九期上,将我们公司的船教原原本本介绍出来”。

(未完待续)