

后浪
电影学院 013

纪录片 也要 讲故事

Documentary Storytelling

第
3
版

(美) 希拉·柯伦·伯纳德 著

孙红云 译 单万里 序

Sheila Curran Bernard

Focal Press
Taylor & Francis Group



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

后浪
电影学院013

纪录片 也要 讲故事

Documentary
Storytelling

第
3
版

(美) 希拉·柯伦·伯纳德 著

孙红云 译 单万里 序

Sheila Curran Bernard



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目(CIP)数据

纪录片也要讲故事/(美)伯纳德著;孙红云译--北京:北京联合出版公司,2015.6

ISBN 978-7-5502-5002-4

I. ①纪… II. ①伯… ②孙… III. ①纪录片—艺术创作 IV. ①J952

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第065505号

Documentary Storytelling: Creative Nonfiction on Screen, 3e / by Sheila Curran Bernard

ISBN: 978-0-240-81241-0

Copyright © 2011 by Focal Press. All rights reserved.

Authorized translation from English language edition published by Focal Press, part of Taylor & Francis Group LLC. All rights reserved. 本书原版由 Taylor & Francis 出版集团旗下, Focal Press 出版公司出版, 并经其授权翻译出版。版权所有, 侵权必究。

POST WAVE PUBLISHING CONSULTING (Beijing) Co. Ltd. is authorized to publish and distribute exclusively the Chinese (Simplified Characters) language edition. This edition is authorized for sale throughout Mainland of China. No part of the publication may be reproduced or distributed by any means or stored in a database or retrieval system without the prior written permission of the publisher. 本书中文简体翻译版授权由后浪出版咨询(北京)有限公司独家出版, 并限在中国大陆地区销售。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书中的任何部分。

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal. 本书封面贴有 Taylor & Francis 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

纪录片也要讲故事

著 者:(美)希拉·柯伦·伯纳德

选题策划:后浪出版公司

特约编辑:何 筠 王家祥 陈草心

封面设计:周伟伟

营销推广:ONEBOOK

译 者:孙红云

出版统筹:吴兴元

责任编辑:王 巍

版面设计:闫献龙

装帧制造:墨白空间

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

北京京都六环印刷厂印刷 新华书店经销

字数379千字 690×960毫米 1/16 26印张 插页6

2015年11月第1版 2015年11月第1次印刷

ISBN 978-7-5502-5002-4

定价:45.00元

后浪出版咨询(北京)有限责任公司常年法律顾问:北京大成律师事务所 周天晖 copyright@hinabook.com

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有,侵权必究

本书若有质量问题,请与本公司图书销售中心联系调换。电话:010-64010019

致中国读者

我感到非常荣幸，《纪录片也要讲故事》能够被翻译成中文出版。世界上越来越多的人拥有了摄像机、麦克风以及其他可以用来创作电影和视频故事的工具，并且，通过互联网技术，人们摄制的作品可以直接到达观众而不需要任何中介。尤其重要的是，人们在寻求利用这些工具来捕捉和分享现实生活中诸多故事的时候，同时也担负起了诚实地讲述故事真相的责任——这也是纪录片人的职责所在。然而，我们需要什么讲故事的手段？我们如何才能创作出一部新颖而富有创造性的纪录片作品？

在纪录片产生一个多世纪以来，世界范围内的创作者都在试图回答这些重要的问题，我希望《纪录片也要讲故事》这本书不仅有助于我们界定纪录片的范畴，更能成为纪录片创作领域一个可以让大家共享的词汇表。

希拉·柯伦·伯纳德

2009年12月于纽约

新版前言

一般来说，纪录片对很多人而言都有丰富的涵义。它是自我表达的一种形式，就像小说、歌曲或者绘画一样。它是新闻报道的一种形式，独立而不依靠其他中介。它是一种工具，是不同文化之间沟通的桥梁，揭露无常世界的残酷现实。它或令人鼓舞，或催人奋进，或使人受教育，或令人烦恼，或使人快乐。纪录片所反映的一切是关于人在各种境遇中精彩的、富有挑战的、令人烦恼的以及幽默讽刺的情景。但首先，这些纪录片必须抵达观众眼前。在本书中，你将会找到通过讲故事来实现这一目的的策略。构思一种独特的叙事方式，不仅通过它传达影片的主题，而且诚实地传达影片的主旨和根源。

在新版本中约20%使用的是新素材，为了保持本书长度适当，保留了一些经过修改或者删减的以前版本的内容。更新的内容包括对一些新近影片的考察，对独立制作、低成本作品进行了更多的讨论，并延展考察了纪录片讲故事的国际化方法，还补充了对纪录片创作者的访谈。

希拉·柯伦·伯纳德

2006年10月

代序:纪录片与故事片优势互补

本文虽然长达两万言,但是自始至终只谈了一个问题:纪录片为何讲故事?至于纪录片如何讲故事,许多国家的纪录片工作者都在探索。在我了解的相关出版物中,美国学者希拉·柯伦·伯纳德(Sheila Curran Bernard)的专著《纪录片也要讲故事》可能是最值得关注的。本书的英文书名为 *Documentary Storytelling*,译作“纪录片讲故事”就可以了,但是为了强调纪录片讲故事的重要性^①,我建议译作“纪录片如何讲故事”,最后定名为“纪录片也要讲故事”。本书自2003年首版以来已经多次再版。我曾经写过一篇博文,题为《版次意味着图书的生命力》。这部图书的多次修订再版,足以表明它旺盛的生命力,本书探讨的问题“纪录片讲故事”同样具有旺盛的生命力。最后需要说明的是,本文起初是应第19届中国金鸡百花电影节中国电影论坛(2010年10月12至16日·江苏江阴)撰写的论文(副标题为“兼谈纪录片与故事片塑造国家形象的不同作用”),写作过程中后浪出版公司希望我为《纪录片也要讲故事》写作序言,由于主题相同,姑且将这篇论文用作本书的序言,或者,确切地说,用作本书的代序。

导语

纪录片与故事片是电影的两种基本型态,虽然表现方式有所区别,但是

^① 出于同样的理由,我在这篇文章里刻意将纪录片与故事片进行了对比,似乎有抬高故事片而贬低纪录片之嫌,可能会得罪广大的纪录片同仁,但这不是我的本意,我的本意在于以故事片为镜观照纪录片,以便更好地阐明纪录片讲故事的重要性。1995年,世界电影诞生百年之计,我曾经热情地讴歌纪录片,将之称为“电影王国的半壁江山”(见单万里《先驱者的足迹——纪念早期的纪录电影大师》,载《当代电影》1995年第1期,后收录在《纪录电影文献》,中国广播电视出版社2001年版)。如今,我仍然认为纪录片是“电影王国的半壁江山”,纪录片与故事片各有对方无法取代的优势。我在今年四月的一次旅行期间比较完整地形成了这篇论文的基本思路,并在河北大学艺术学院影视系向金晓非教授的几位弟子初步阐述了论文的基本观点。

都有塑造国家形象的作用。事实上,任何一部电影都有塑造国家形象的作用,都在自觉不自觉地塑造国家形象。通过电影来塑造国家形象,可以说是一个既过时又新鲜的话题:过时,是因为电影诞生不久(具体来说开始于第一次世界大战时期)就已成为人们自觉用来塑造国家形象的重要手段,而且当时人们普遍认为只有纪录片才能在塑造国家形象方面发挥重要作用;新鲜,是因为近来国内学界重提用电电影塑造国家形象的重要性^①,而且有关机构将纪录片推向了前台。最近发生的两件事,也许会让我国纪录片工作者感到欢欣鼓舞。

第一件事:国务院新闻办公室启动中国国家形象系列宣传片的拍摄工作。据称,这是为塑造和提升中国繁荣发展、民主进步、文明开放、和平和谐的国家形象设立的重点项目,是新时期探索对外传播新形式的一次有益尝试。该项目分为两个部分,一部分是30秒钟的电视宣传片,另一部分是15分钟的短纪录片。国家形象系列宣传片立项之后,得到社会各界人士踊跃参与和民众广泛关注。2008年北京奥运会以来,中国展示“软实力”的工作开始加强,如放宽外国记者境内采访限制,借助国际媒体影响力客观报道中国,拍摄国家形象宣传片成为展示“软实力”的另一渠道。据悉,2010年国庆节前,国新办将在国际主流媒体上面向世界观众播放中国国家形象宣传片。国家形象宣传片拍摄工作的启动,标志着中国国家公关时代已经到来。

第二件事:2010年3月10日下午,国家广电总局电影局与中国电影艺术研究中心联合主办、《当代电影》杂志社承办的“纪录电影发展研讨会”在北京召开。此次研讨会是遵照中央领导近期连续两次对纪录电影发展做出重要批示精神而及时召开的,宗旨在于提升中国纪录电影创作与制作水准,打造和培养具有市场竞争力的作品与人才,加快走出去步伐。国家广电总局电影局副局长张宏森、中国电影艺术研究中心主任傅红星、中央新闻纪

^① 2009年新中国诞辰六十年周年之际,“电影塑造国家形象”成为多家电影机构举办的学术研讨会的热门话题,如中国电影家协会与江苏省文学艺术联合会主办的“中国电影理论评论六十年研讨会”,国家广电总局电影局与中国电影艺术研究中心主办的“社会变迁与国家形象——新中国电影六十年论坛”。相关资料见中国电影出版社出版的文集:刘浩东、陈国富主编《中国电影理论评论六十年(1949—2009)》(2009);傅红星主编《社会变迁与国家形象——新中国电影六十年论坛文集》(2010)。

录电影制片厂副厂长郭本敏等领导,以及近20位业内专家学者参加了研讨会。与会者就纪录电影的价值与意义、中国纪录电影的现状与问题、生存策略与发展方向、中国纪录片与外国纪录片的比较和差距等方面展开了广泛而深入的探讨,并积极献言献策。4月1日出版的《当代电影》杂志刊登了此次研讨会的综述文章《纪录电影:积极迎接产业挑战》^①。

研讨会上,张宏森副局长指出:“今年1月25日国务院办公厅出台的《促进电影产业发展和繁荣的指导意见》,是建国以来第一次以国务院的名义为电影行业出台指导意见。3月1日,国务委员刘延东围绕《指导意见》精神,专门召开了全国电影工作者电视电话会议,亲自进行了动员和部署,全国电影产业发展将迈向一个新阶段(《当代电影》第34页)。”中国传媒大学教授胡智锋认为,发展纪录电影,是为了满足四种需要:第一是政治需要,第二是社会需要,第三是文化需要,第四是行业本身的需要。这四种需要是探讨纪录电影发展的前提。他说:“在《指导意见》里,尽管没有直接提到纪录电影,但是在多类型、多品种、多元化的概念里,实际上已经包含了对纪录电影发展的强烈要求(《当代电影》第30页)。”

如果在更加广阔背景下进行考察,这次研讨会可以说是有关机构编制国家“十二五”^②时期文化体制改革和发展规划纲要过程中对纪录电影改革和发展所做的一次前期调研。2010年8月27日,中共中央政治局常委李长春在重庆主持召开国家“十二五”时期文化体制改革和发展规划纲要编制工作调研座谈会。他强调,要深入学习贯彻胡锦涛总书记在中共中央政治

① 高山《纪录电影:积极迎接产业挑战——“纪录电影发展研讨会”综述》,载《当代电影》杂志2010年第4期,第30—34页。本文有关此次研讨会的引文均引自该文,仅标注其在《当代电影》的页码,如“《当代电影》第X页”。

② “十二五”全称“中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要”,起止时间为2011—2015年。规划编制工作大体包括:前期调研、编制起草、论证衔接、审批发布四个阶段。按照程序,各部委省市区在2009年下半年初步完成本领域、本地区的规划,统一汇总到国务院编制全国的“十二五规划”。2010年下半年的中共十七届五中全会将讨论建议稿,然后提交2011年3月的全国两会审议通过。据悉,目前各部委省市区的“十二五”前期课题调研均已启动。

局第二十二次集体学习^①时的重要讲话精神,进一步加快文化体制机制改革创新,加快构建公共文化服务体系,加快发展文化产业,加强对文化产品创作生产的引导,着力构建充满活力、富有效率、更加开放、有利于文化科学发展的体制机制,推动文化建设又好又快发展,使“十二五”时期成为我国文化建设的加速发展期,为推动我国从文化资源大国向文化强国迈进奠定坚实基础^②。

本文通过考察中外电影史上的具体事例,分析纪录片与故事片对塑造国家形象的不同作用。纪录片与故事片是电影的两种基本形态,每种形态各有优势,只有使两者形成优势互补的格局,才能充分发挥电影塑造国家形象的作用。纪录片在塑造国家形象方面固然发挥着重要作用,但是故事片发挥的作用同样不可忽视(在某种程度上说甚至更为重要)。片面强调纪录片与故事片各自的重要性不利于电影的协调发展,只有全面认识两者的不同作用才能制定有利于电影协调发展的战略。总体来说,纪录片与故事片在塑造国家形象方面的不同作用可以归纳为:边缘与主流;赠品与商品;速效与长效;表面与内心。这些关系是相对而不是绝对的,一切都取决于影片的质量。无论纪录片还是故事片,只有优秀的影片才能在塑造国家形象方面发挥强大的作用。

边缘与主流

党中央和国务院对“十二五”时期文化体制改革和规划纲要的要求,都提到文化产业的理念,这个理念也是“纪录电影发展研讨会”的核心议题,正如研讨会综述文章的题目所示:“纪录电影积极迎接产业挑战”。我国纪录电影作为产业的现状如何呢?张宏森副局长在介绍了近年来中国电影

① 2010年7月23日中央电视台《新闻联播》头条新闻:2010年7月23日上午,中共中央政治局就深化我国文化体制改革研究问题进行第二十二次集体学习。中共中央总书记胡锦涛在主持学习时强调,深入推进文化体制改革,促进文化事业全面繁荣和文化产业快速发展,关系全面建设小康社会奋斗目标的实现,关系中国特色社会主义事业总体布局,关系中华民族伟大复兴。我们一定要从战略高度深刻认识文化的重要地位和作用,以高度的责任感和紧迫感,顺应时代的发展要求,深入推进文化体制改革,推动社会主义文化大发展大繁荣。

② 新华社重庆2010年8月28日消息(记者王晓磊)《李长春强调构建体制机制推动文化发展》。

迅速发展的状况之后指出：“就纪录电影而言，首先要看到我们整体上的差距。2009 年获得公映许可证的纪录片只有 19 部，较之 566 部的故事影片产量（其中 456 部是在电影局备案摄制完成的故事片，另外 110 部为电影频道 CCTV—6 制作的数字电影），纪录电影所占比例比较低，数量上有待于进一步提升。无论是其社会影响力，还是市场占有率，都与电影产业发展的整体态势差距较大，纪录电影专业队伍流失严重，并未形成有层次、分梯队的良性人才结构（《当代电影》第 31 页）。”

接着，张宏森指出了导致这种状况的原因以及问题所在：“我们的纪录电影之所以较难进入院线，是因为这些影片在叙事方式和作品形态等方面都存在某些局限性，如风格的相对单一和保守，尚未呈现出活跃的、开放的、多样化的表达形态。大部分影片都是一种仰视的态度，仰视伟人、仰视历史、仰视重大事件，缺乏一种平视的目光来看待平民的、个体的状态和命运。宏大叙述、结论式、阐述式、解释式的命题占据大多数；更符合纪录片本性化的要求的流程化、过程化、客观化的作品呈现较少。还有一些作品过于个性化、私密化，无法从个性化的发现上升到最大公约数的真理追求层面，没有找到一种社会平均理性与平均情感。这些都是在纪录电影创作中突出存在的问题（《当代电影》第 31 页）。”

总而言之，目前我国的纪录片与故事片相比在产业方面处在边缘状态。虽然纪录片与故事片各有主流与边缘之分，但从世界电影的历史与现状加以考察，纪录片与故事片相比在产业方面几乎始终处于边缘状态，即便在电影产业非常发达的美国也是如此，而且这种状况恐怕很难改变。即便 2009 年中国纪录片的产量提高 10 倍（也就是提高到 190 部），与故事片相比仍然处于边缘状态。选择拍摄纪录片，就意味着从业者已经进入电影王国的边缘。即便从业者拍摄的是主流纪录片，与主流故事片导演相比仍然属于边缘电影的从业者，这是纪录片的从业者以及打算从事纪录片的电影人必须正视的现实。

在考察了长达一个世纪的世界纪录电影发展史之后，美国纪录电影史学家埃利克·巴尔诺总结说：“在世界范围内，纪录电影工作者历来回避大制片厂，他们组成小规模的制作单位，到制片厂以外的世界拍片。他们在电

影和电视工业中发出的声音是微弱的,但是他们已在其中站稳脚跟。在每一块大陆上,影视工业都对这些入侵者怀有既爱又恨的复杂心理。影视工业倾向于重复制造社会神话,纪录电影工作者似乎置身于这一潮流之外,他们好像在对人们说:“看呢,皇帝没穿衣裳!”他们是以扰乱者的姿态登场的,他们的影片既不追求经济效益,也不想捞取政治资本。然而,这些影片又被看作是必不可少的。”接着,巴尔诺在谈到纪录电影工作者的现状时指出:“同时,纪录电影工作者的队伍在发展壮大,并且发起了纪录电影运动。在这个不断发展的运动中,纪录电影工作者在国际电影节上相聚,进行合作制片,通过研讨会、报纸以及数量不断增长的电影刊物交流思想。卫星通讯、计算机和录像技术的运用,促进了相互之间的繁荣和发展。无论承认与否,纪录电影工作者都已登上国际舞台。”^①

巴尔诺对世界纪录电影发展史的总体描述不无偏颇之处(详见后文),但是他说纪录片工作者“在电影和电视工业中发出的声音是微弱的”也许并非虚言。只需将纪录片与故事片放在一起考察就可以得出这个结论,而且这种状况甚至可以追溯到电影发明之初。卢米埃尔在1895年发明电影不久,就悲观地预言说电影是“没有商业前途的发明”。^②为什么?因为卢米埃尔几乎只拍纪录片:“卢米埃尔巴黎首映两年后,公众的热情明显地消退了。尽管摄影机和放映机技术不断完善,电影本身却仍局限于三大基本主题:风光片,主要是介绍诸如埃及、印度和日本这样有异国风情的旅游纪录片;时事片——新闻片的先驱,主要拍摄皇家访问和重大体育比赛等事件;滑稽短剧,包括理发店和马戏团的搞笑场面。看起来好象卢米埃尔毕竟没说错,尽管电影的衰落不是像他所想象的那样发生的,只要人们把电影当成一种新鲜玩意儿对待,电影就注定没有真正的前途。”^③

这时,一位叫乔治·梅里爱的法国人挽救了电影的命运,因为他会拍故事片。法国纪录片《伟大的梅里爱》(1953,乔治·弗朗叙)以纪录与虚构相

① (美国)埃利克·巴尔诺《世界纪录电影史》,1992年第2次修订版,见单万里主编《纪录电影文献》,中国广播电视出版社2001年版,第720页。

② (英国)大卫·普特南《不宜而战》,中国电影出版社2001年版,第7页。

③ (英国)大卫·普特南《不宜而战》,中国电影出版社2001年版,第23页。

交织的手法讲述了这位与卢米埃尔同时代的电影先驱的故事。影片中有这样一个情节：梅里爱在观看卢米埃尔的首场电影放映后，与卢米埃尔有过一场对话。梅里爱：“真是神奇啊！卢米埃尔先生。”卢米埃尔：“这只不过是科学的好奇。”梅里爱：“我想买下您的一台机器。”卢米埃尔：“我的发明是不出售的。”梅里爱：“我愿付给您一万法郎。”卢米埃尔：“何必呢，梅里爱先生。”梅里爱：“那就两万法郎。”卢米埃尔：“我不想反对您，梅里爱先生，电影是没有商业前途的发明。”然而，梅里爱发现了电影具有表现魔幻效果以及讲故事的可能性，而且通过实践为电影打开了想象的大门。值得指出的是，号称纪录片的《伟大的梅里爱》不仅选用梅里爱的许多电影片段，以便阐释梅里爱的电影魔术和特技的诞生过程，而且邀请了梅里爱的儿子在影片中扮演梅里爱，以便更好地讲述梅里爱作为伟大的电影创造者的故事。

百年来的世界电影发展史告诉我们，主要是故事片而不是纪录片，将电影发展成了一种产业，一种当今时代的庞大产业。“当电影发明者路易·卢米埃尔雇佣菲里克斯·梅斯吉什做摄影师兼放映员时，他曾警告说：‘梅斯吉什，我们这儿没什么前途，这更像是一份游乐场的差事，也就干个一年半载，可能长一点，也可能短一点。’结果证明，卢米埃尔对梅斯吉什的职业的预测是对的，对电影的前景的预测却是大错特错。如果他能得知百年后这一游乐场的活儿成了全世界最强最大最重要的工业之一，一定会惊奇不已。”^①可以说，早在电影诞生之初，纪录片就在产业方面输给了故事片，而且此后一直处于电影产业（包括后来出现的电视产业^②）的边缘，占据电影产业主流地位的电影型态是故事片。

赠品与商品

产业制造的是产品，进入流通渠道时称为商品。商品是要消费者掏钱买的，赠品是消费者购买商品时获得的附属品。从世界电影的发展历史来

① （英国）大卫·普特南《不宣而战》，中国电影出版社2001年版，第307页。

② 这一点仅从电视剧所处的黄金时段和播出时长就可以得到证明，数十年来电视台的节目类型和播出时间不断调整，只有“新闻联播”和“电视剧场”雷打不动地占据着黄金时段，纪录片的播出时间则往往是在深夜，而且播出时长较短。

看,作为产业的电影形态主要是故事片,故事片通常被作为商品对待,纪录片往往被作为附属于故事片的赠品对待。世界电影的发展历史,如果没有以梅里爱为代表的故事片先驱,如今只能像卢米埃尔预言的那样“没有商业前途”。导致这种状况的原因,应该说主要是由于纪录片很难产生利润,很难促进电影产业发展,很难获得投资者支持。作为产业,电影的投资者主要是投资故事片,因为故事片能为投资者带来利润,或者说更多利润甚至最大化利润,这是资本的意志,不以人的意志为转移。

纪录片的出资者多为政府、企业、社团等机构,主要目的是宣传政府主张、推广企业产品、塑造社团形象。比如,早在第一次世界大战期间许多参战各国政府就已将纪录片用作官方宣传手段,1920年代末开始英国人约翰·格里尔逊在领导英国纪录电影运动期间拍摄的纪录片几乎都是与政府、企业、社团合作的,二战时期更多国家的政府包括美国政府通过好莱坞制作了用于战争宣传的纪录片,二战之后越来越多国家的政府、企业、社团都将纪录片用作宣传手段。这种情况或许刚好可以用来说明巴尔诺总结世界纪录电影史的时候得出的偏颇结论,因为并非所有的纪录电影工作者“历来回避大制片厂”,并非所有的纪录电影工作者都是“以扰乱者的姿态登场的”,有些甚至是“以维护者的姿态登场的”。

巴尔诺所说的纪录电影工作者只是众多纪录电影工作者当中的一类,这类纪录电影工作者可以说是他心目中理想的一类,即具有独立思考和批评精神的一类。除此之外,还有许多类纪录电影工作者,但是无论哪一类纪录电影工作者拍摄的电影,除了少数例外,大多是作为赠品(故事片的赠品)发行放映的,这主要是由于纪录片较少具有商业价值(或者像巴尔诺所说的较少具有商业诉求),很多情况下难以进入商业影院,而在商业影院之外的公共场所放映,如艺术影院、学校、机关、工厂、农村、部队、图书馆、博物馆、使领馆,以及展览会、展销会、招待会、研讨会、大型超市等场合放映。这些放映活动通常是免费的,即使收费也比商业影院低很多。

在世界纪录电影的先驱者当中,格里尔逊可以说最了解纪录片作为赠品的命运。纪录片作为赠品的表现之一,就是通常作为加片(supporting film)放映,与加片相对的是正片(feature film,电影放映时的主要影片),正

片往往是故事片。格里尔逊在描述 20 世纪初的电影市场状况时指出:“电影市场(特别是英国电影市场)本来就是在追逐利润中形成的。按照每场放映两部正片的常规,本来是没有空余时间放映短片、动画片或杂志片的,也没有人肯花钱看短片。但是,幸亏还有发行商在出租正片时搭租短片。作为电影启蒙的一个重要分支,短片也甘愿充当搭送的小礼物的角色,就像杂货铺卖一送一的做法那样,搭送的东西一般是不太值钱的。在这种情况下,短片的质量难以得到提高也就不足为奇了。”^①早期的纪录片多为短片(直到今天依然如此),短片很难单独支撑商业电影放映(据说格里尔逊本人 1929 年拍摄的中等长度的纪录片《飘网渔船》也是作为加片首映的,那场放映活动的正片是苏联导演爱森斯坦的著名故事片《战舰波将金号》)。

纪录片作为故事片的加片的命运,在很长的一个时期内贯穿世界电影史,当然也包括中国电影史。且不说中国早期的纪录片,即使在新中国成立之后直到上世纪 80 年代末,中国的许多纪录片都是作为故事片的加片放映的:“长纪录片可专场上映,新闻片和短纪录片是作为加片在故事片之前放映的。观众还是喜欢看新闻纪录片的,因为当时电视还不太普及,大多数观众是通过新闻电影这一渠道看到图像新闻,如果电影院在故事片前不加演新闻短片,观众还会提意见,甚至还有专为看加片而进电影院的。电影院有时也用观众喜欢的新闻纪录片加演以带动故事片的票房。五六十年代,在北京、天津、上海还有专放新闻纪录片的新闻电影院。但是七八十年代以后,电影院为了增加收入,不愿在故事片前加演新闻纪录片,因为如果电影院每天放映五场电影,其中 20 分钟是新闻短片,假如不加的话,省出的时间就可多放一场故事片。于是新闻纪录片逐渐失去放映阵地。到九十年代初电影体制改革,中影公司对电影厂的新闻片也不再统购包销,于是出现了新问题,即新闻纪录电影如何改革,又如何自谋出路?”^②

老一辈纪录电影工作者对纪录电影出路的担忧,如今继续困惑着新一代纪录电影工作者。翻开相关的报刊,打开相关的网站,经常可以看到纪录

① (英国)约翰·格里尔逊《纪录电影的首要原则》,见单万里主编《纪录电影文献》,中国广播电视出版社 2001 年版,第 501 页。

② 高维进《中国新闻纪录电影史》,中央文献出版社 2003 年版,第 337—338 页。

电影工作者抱怨纪录电影出路太少。这类消息触手可及,触目皆是,比如良友网2010年7月12日的一篇文章,题为《国产纪录片院线受冷遇,“故事化”纪录片前景好》^①。如今,长纪录片很难作为正片放映,短纪录片的命运更加糟糕,甚至连作为加片的机会都难以找到了。眼下的电影院放映的加片往往是具有商业价值的贴片广告(比如今年暑期热映的故事片《唐山大地震》的贴片广告长达15分钟)。纪录片的出路在哪里?其实,良友网那篇文章的题目在某种程度上已经为纪录片的出路指明了一个方向:“故事化”纪录片前景好。既然如此,电影工作者直接去拍故事片不就解决问题了吗?然而,事情并非如此简单。

速效与长效

由于制作周期较长、制作成本较高、制作团队较大等原因,故事片出片速度较慢,纪录片出片速度较快。在天灾人祸尤其是战争时期,纪录片在宣传方面具有故事片无可比拟的优势,这种优势就是速效。然而,速效是纪录片的优势也是纪录片的劣势,速效的特点是速来速去:来得快去得快。故事片虽然出片速度较慢,但它发挥的宣传作用较长。考察第一次世界大战时期的英国官方电影宣传史,我们可以发现一个十分有趣的变化:纪录片——戏剧性——故事片。也就是说,英国政府官员和电影工作者起初认为只有纪录片才能发挥宣传作用,但是随着战争进程的不断变化,他们逐步认识到纪录片要有“戏剧性”才能发挥宣传作用,最后则干脆拍起了故事片。

依照英国学者尼古拉·李弗斯^②的看法,第一次世界大战时期是电影用作官方宣传的开端,而且是电影宣传史上一个非常重要的时期。“在战争快结束时,不仅交战双方都把战时宝贵而有限的资源投入到这种新的宣传形式上,他们也都认识到电影这种媒体在进行有力的、群众性的政治宣传方面

^① 良友网(http://www.1926cn.com/news/content_3755.shtml),佚名《国产纪录片院线受冷遇,“故事化”纪录片前景好》。

^② 尼古拉·李弗斯曾经写作《电影宣传的威力:神话还是真实?》一文,英文见英国《电影、广播和电视历史学刊》1993年第13卷第2期,中文最初发表于《世界电影》杂志1995年第4期,后收录在单万里主编《纪录电影文献》(中国广播电视出版社2001年版),本节引文均出自该文,只标注引文在《纪录电影文献》中的页码,如“《纪录电影文献》第X页”。

所具有的明显潜力(《纪录电影文献》第 550 页)。”正是在第一次世界大战时期,“英国保守党开始了它的冒险事业,首次进入了对它来说完全是崭新领域的电影宣传(《纪录电影文献》第 551 页)。”当时,英国政府对电影宣传威力的认识经历了一个曲折的过程。由于当时的电影被看做是娱乐场的杂耍,甚至被认为是“有害的东西”,政府部门中又很少有人对电影有第一手知识,因此“如果有谁提出电影可以为打赢战争这桩严肃的事业作出贡献,那简直是不可思议和令人厌恶(《纪录电影文献》第 558 页)。”

对于这个问题,“电影界的人士却抱有另外的看法,这一点也不足为怪。他们从一开始就认为,电影(指现场拍摄的、忠实反映实际战况的影片)在促进支持战争方面可以起特殊的作用。在政府内部秘密进行官方宣传工作的人也有同样的观点。这一点是电影界始料未及的,也使他们感到惊讶……电影可以接近世界各地的观众,包括不识字的文盲观众。一般的文字宣传品不能起作用的人群却可以接受电影,这种直观的能力使电影成为具有特殊吸引力的媒体。不久,英国的外交官们也提出了同样的看法,这就更使人惊讶不已了。例如,英国驻美大使斯普林·赖斯指出:‘考虑到电影放映可以吸引大量群众,以及电影观众的心理状态’,这种媒体必须予以重视。其他的大使也络绎不绝地表达了相同的看法”。而且他们也都同意这样一个原则:“用作宣传的战争片必须是实况纪录片,只有这种形式才能发挥作用(《纪录电影文献》第 558—559 页)。”但是,这种看法最终遭到否定。从用作宣传的影片形式看,一战时期的英国电影宣传史明显分为三个阶段:

第一阶段:看重纪录片。1915 年底,以纪录片形式制作的第一部官方宣传片《英国做好了准备》制作完成。“宣传工作者和电影界都尽力保证使这部影片既在商业上也在政治上获得成功。因而,出席首映式的观众包括了许多统治阶层的名人(甚至海军大臣在影片放映中间休息时发表了讲话,大力赞扬这部影片),影片在伦敦的帝国音乐厅放映,过去只有最享盛名的(也是商业上最有利可图的)影片才在这里放映。”这部影片的发行和放映也确实获得了很大成功,在首映之后的一个多月时间里,观众踊跃地到这家伦敦最有名望的公共场所观看影片,而且“伦敦的其他影院也放映这部影片,到(1916 年)5 月间伦敦以外的 61 个市镇也放映过这部影片,另外还有 50 个城

镇也准备放映。这当然是一个使人印象深刻的开端,尽管不论在什么情况下,如果它不能吸引观众的话,也会更引人注目;因为这毕竟是第一部官方影片(《纪录电影文献》第558—559页)”。此后的一段时间里这类官方影片大量出现,但其影响大不如前。

第二阶段:强调戏剧性。1916年11月,加拿大报业巨头比弗布鲁克被任命为英国国防部电影委员会(WOCC)主席。他在1917年5月写道:“……目前的影片风格已过时。观众感到腻了,如果想维持销售,今后必须拿出更有戏剧性的内容才能满足他们……素材当然是同样的……问题在于如何组织这些素材(《纪录电影文献》第563—564页)”。同时,“电影宣传家们清楚地认识到,在1917年春夏之交,他们面对的是一种全然不同的新局面。为此,他们重新制定政策。他们不愿放弃长期以来一直在拍摄的实况影片,然而他们在十分重要的战争片中作出了重大修改,既从内容上作了十分细致的调整,又从表现方式上作了重要的改变。总之,他们下决心努力设法使产品重新赢得观众的兴趣(《纪录电影文献》第564—565页)”。这些努力一方面表现在增加纪录片的戏剧性,另一方面表现在准备拍摄故事片。

第三阶段:转拍故事片。1917年10月,国防部电影委员会宣传处电影科认为,当时需要的是“有感情色彩的故事片”,如果电影科不在那么早就被撤消的话,它一定会尽力使这项建议付诸实施。这时,新成立的宣传机构——全国战争目的委员会(NWAC)制定了一项新的电影宣传方针:尽全力优先拍摄一部故事片,并组织电影界的全部优秀人才投入这项计划,以便制作“一部令人感到可信的故事片”。然而,这部名为《国民影片》的影片直到战争结束后才制作完成,已经完全不适合向战后的观众放映,结果从未正式公映。虽然这部故事影片没有达到预期的宣传效果,但是拍摄故事片的举措显然是由于当时的电影宣传家们看到了纪录片的某些弱点,而且“事实上,尽管《国民影片》是全国战争目的委员会决定要拍摄的,但在战争的最后一里,很清楚,所有参与官方影片宣传工作的人都倾向于考虑生产故事片(《纪录电影文献》第565—557页)”。

促使电影宣传家们发生这种转变的背景是:“1917年冬季以来,对现行宣传方针已经出现愈来愈尖锐的批评。一部分批评意见是针对官方影片宣