

JILUPIAN XINYANJIU

纪录片新研究

余权 著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

JILUPIAN XINYANJIU

纪录片新研究

余权 著



厦门大学出版社 国家一级出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS 全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

纪录片新研究/余权著. —厦门:厦门大学出版社, 2016. 6

ISBN 978-7-5615-5985-7

I. ①纪… II. ①余… III. ①纪录片-研究 IV. ①J952

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 054978 号

出版人 蒋东明
责任编辑 王鹭鹏
特约编辑 刘璐
装帧设计 李嘉彬
责任印制 朱楷

出版发行 厦门大学出版社
社址 厦门市软件园二期望海路 39 号
邮政编码 361008
总编办 0592-2182177 0592-2181406(传真)
营销中心 0592-2184458 0592-2181365
网 址 <http://www.xmupress.com>
邮 箱 xmupress@126.com
印 刷 厦门市万美兴印刷设计有限公司

开本 720mm×1000mm 1/16
印张 13.25
插页 2
字数 218 千字
印数 1~1 000 册
版次 2016 年 6 月第 1 版
印次 2016 年 6 月第 1 次印刷
定价 35.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换



厦门大学出版社
微信二维码



厦门大学出版社
微博二维码

前 言

本书的主体部分是“宣传性纪录片研究”。自一战以来,纪录片参与宣传的实例层出不穷;这种情况延续到二战,乃至21世纪的今天。现今,纪录片与宣传的关系越发紧密,同时,宣传作为纪录片的一项功能已经被学界所认可,甚至有学者已经直接将其作为一种类别来讨论,这一点详见聂欣如教授的《纪录片研究》一书。

我在这里将进一步讨论宣传与纪录片之间的关系。我提出了宣传性纪录片的定义,认为这是一种以建构特定的意识形态为创作目的、以纪实为美学特征的纪录片。就传播技巧而言,为达到宣传目的,常见的宣传手段有:以偏概全、趋同诱导、从众暗示、贴标签与煽情等,本书将从情感(煽情)这一角度展开讨论。

在宣传性纪录片中,宣传的首要目的是建构对传者有利的意识形态,也正因为如此,影片不可避免地会产生其所描述的“现实情境”与“真实情境”之间的游离关系,并可能由此引起观众对某种特定意识形态合理性的质疑。因此,为了实现特定意识形态的建构、传达并最终让受众相信和接受,影片的创作者们常会在对“现实情境”描述的过程中强行加入某种情感,以求在受众进入理性思考之前便受到情感的影响,从而形成某种态度,催生行动的力量。本书通过大量中外纪录片的归纳与分析,发现有以下三种情感类型在宣传性纪录片中频繁出现,即宗教情感、审美情感与伦理情感。本书将集中精力讨论这三种情感类型在宣传性纪录片中如何通过煽情的方式,影响观众的判断,协助实现宣传的目的。

下面,我就各章节的内容做简要介绍:

第一章为绪论,主要谈论当下宣传性纪录片现象及研究现状,提出宣传性纪录片研究的理论意义和应用价值。

第二章是关于宣传性纪录片的定义及意识操纵方式的讨论。在讨论

宣传性纪录片定义的基础上,本章将阐释宣传性纪录片利用情感煽动达到宣传目的的具体方式。本章拟定,将从宗教情感、审美情感、伦理情感三种情感类型出发,对宣传性纪录片的意识操纵技巧展开讨论。

第三章讨论的是宣传性纪录片与宗教情感之间的关系。对宗教的表达方式有两种,一是对于“神圣性”的直接表达,二是对“神圣性”的间接表达。强加宗教情感,便是催生人的敬畏感,对某种特定的意识形态产生崇敬之情。

第四章讨论的是宣传性纪录片与审美情感之间的关系。审美情感主要催生人的美感,影片主要通过内容的娱乐性和形式的诗意性两种方式来实现。内容的娱乐性主要偏向于对具有时尚性、刺激性和猎奇性的内容呈现;形式的诗意性,则主要通过作为吸引力的蒙太奇与形式情节(形式情节相对于内容情节,即形式的情节化)而言的强化(即诗意性)来予以呈现。影片意欲在这两种方式中激发观众的愉悦感受,使其在获得美感的同时对影片所要建构的特定意识形态产生好感与认同感。

第五章讨论的是宣传性纪录片与伦理情感之间的关系。伦理情感主要是某种“应然”状态的诉求,属于行为理性。本章主要集中于自下而上的协商式的现代伦理原则建立模式的讨论,包括演绎推理、对比推理与因果推理三种重要模式。伦理情感通过推理模式,激发观众产生“应该做什么”的道德感,从而协同观众认可影片中所传达的特定意识形态。

结语部分将综合讨论三种情感类型之间的关系。在感性与理性的维度上划分,宗教情感偏向感性,伦理情感偏向理性,审美情感则处于感性向理性的过渡阶段;在信息的呈现方式上,审美情感以信息的“实在性”呈现为主,宗教情感与伦理情感偏向于信息的“抽象性”呈现。总的来讲,无论宣传性纪录片如何“煽情”,都无法脱离“逻辑实证主义”原则,但是,逻辑建构的背景是基于利益关系的特定意识形态的表达与呈现。因此,就总体而言,不论通过何种情感形式,都无法掩盖为达到宣传目的而产生的特定意识形态的虚假性,当然,这也与纪录片自身与观众之间关于“真实”的约定相矛盾。

另外,我想说明一下附录部分,这是我近年来对纪录片及其他相关问题的研究成果,包括纪录片艺术和文化研究。这部分的研究是结合近些年的纪录片理论学习和实践交流所得,如果没有在华东师范大学的学

习经历,没有上海这个魅力魔都所提供的观影交流空间,是不会有这些成果的。对我而言,这部分的研究成果同样精彩而重要,我也不想忽略掉其在本书中的地位,因而将本书取名为《纪录片新研究》,更能涵盖全书的内容。

由于时间和个人能力有限,本书尚有很多不足之处,恳请各位专家同仁批评指正。

目 录

第一章 绪论:纪实影像与宣传意识	1
第一节 当下宣传性纪录片及其启示	1
第二节 学界对纪实影像与宣传关系的认识	5
第三节 意识形态建构与认同策略	13
第二章 宣传性纪录片的定义及意识操纵方式	20
第一节 宣传性纪录片的定义及其理解语境	20
第二节 宣传性纪录片与意识操纵及其方式	35
第三章 宣传性纪录片与宗教情感	51
第一节 对神圣的直接表达	53
第二节 对神圣的间接表达	57
第四章 宣传性纪录片与审美情感	69
第一节 一般娱乐性与审美情感	71
第二节 诗意性与审美情感	83
第五章 宣传性纪录片与伦理情感	95
第一节 演绎推理模式	97
第二节 对比推理模式	104
第三节 因果推理模式	115
结 语	124
参考文献	130
附录一 参阅影片	141
附录二 纪录片及其他相关问题研究	145
素材的要义	
——也谈“动画纪录片”的合法性	145
论纪实性节目《爸爸去哪儿》影像素材的游戏本质	153
论中国电视纪录片解说词的主观性倾向	162

产业化背景下中国电视纪录片的创作类型及艺术特色·····	171
纪录电影与公共空间	
——比利时当代纪录电影展综述·····	183
全球化·移民·故乡	
——兼及中德纪录片展映暨论坛述评·····	191
代后记·····	201

第一章

绪论:纪实影像与宣传意识

第一节 当下宣传性纪录片及其启示

一、21 世纪的现象

2011 年 1 月 17 日到 2 月 14 日,由国务院新闻办筹拍的《中国国家形象宣传片·人物篇》^①,在美国纽约时报广场上的大型电子显示屏公映,播放频率为每天 300 次;同时,美国有线电视新闻网,从 17 日开始予以分时段播出。此时播放的是为时 30 秒的《人物篇》,影片由约 50 个中国企业界、科技界、商界等领域的名人(即李嘉诚、王健宙、李彦宏、马云、丁磊、郎平、邓亚萍、姚明、刘翔、丁俊晖、陈鲁豫、林浩、马艳丽等人)组成,按一组的群像呈现出来,以此来传达当代中国形象。该片将主要用于外事活动展示,如:使领馆节庆日,有外交性质的酒会、茶会等。截至 2011 年 3 月 21 日,酷 6

^① 需要说明的是,《中国国家形象宣传片·人物篇》因为缺乏完整的叙事,因此并不能纳入宣传性纪录片范畴,这里之所以提及,主要是就 21 世纪以来,主流媒体利用影像来传播自身形象以增强交流对话这一现象做一个经验性呈现。

网上的视频播放次数已达 150652 次, 引用 51092 次, 各网站引用率已超过 30%。同时, 另一部则是为时 15 分钟的纪录片——《角度篇》, 其制作规模大, 由多个拍摄小组从全国各地实地取材, 通过近 1000 个画面, 从不同的角度多个层面来反映我国持续发展、共生共荣的和谐局面。同一系列的《角度篇》也即将在驻外使领馆节庆日及外交酒会上予以播放, 该影片以全景展示中国的精神和文化, 介绍今天的中国及中国普通人的生活。有关报道援引专家的话说, 推出《中国国家形象宣传片》旨在向世界展现友好的中国。这位专家说, 中国现在有实力, 也有意愿向世界宣传自己, 中国方面希望能够向世界传递友好的意愿和态度, 改变自身在世界上的形象。中国国际问题研究所所长曲星表示, “中国国家形象宣传片人物篇”的作用是把一代真实的中国人, 一个改革开放、欣欣向荣的真实中国展示给美国的公众, 它表明中国的发展会给整个世界带来利益”^①。

不仅仅是中国, 放眼世界, 许多国家也在用纪录片来配合自身的政治和政策动员, 其宣传力度愈发加大, 同时, 宣传效果颇为显著。《美国国难日》便是一部配合美国攻打以本·拉登为首的塔利班基地组织而拍摄的宣传性纪录片。2001 年 9 月 11 日的恐怖袭击, 是继珍珠港事件后, 美国历史上第二次受到重大伤亡的袭击。美国政府对此次事件的谴责和立场也受到大多数国家的同情与支持, 同时, 该事件也导致了此后国际范围内的多国合作参与反恐行动, 他们将矛头指向了阿富汗。《美国国难日》向观众发出了这样一个信号: 美国人民要求国家担负民族安全重任, 既然如此, 那么, 显然表明美国民众对攻打阿富汗的行为是表示支持的。若干年后, 奥巴马的选举团队用镜头记录了奥巴马选举的艰辛过程, 从选举之初的混沌到入主白宫, 《民心所向: 奥巴马》告诉人们, 选举奥巴马是一种历史性的抉择, 是完全明智的世纪之选。

21 世纪以来, 世界各国开始自觉地应用宣传性纪录片来达到形象建构与政策宣传的目的, 有的国家甚至将其用于表现民族灾难, 表达出强烈的人文关怀和民族主义意识, 借此机会传达国家为民请命、代民立言的政治意识。在中国, 从汶川、玉树大地震这种灾难性事件, 到奥运会、世博会

^① 盛卉. 国家形象宣传片在美播放 展示新一代中国人面貌[N/OL]. 2011-01-17. <http://news.sohu.com/20110117/n278922364.shtml>.

等重大事件,都积极拍摄宣传性纪录片,一方面,通过影像来提供信息;另一方面,尽一切可能调动民众的积极性,使他们理解、支持,并参与到相关重大事件当中。从全球范围来看,“9·11”事件、阿富汗战争、伊拉克战争、经济危机、气候变暖、印度尼西亚海啸等,都促使相关国家自觉调动影像来进行宣传和鼓动,力图使形势朝有利于主流的方向发展。

二、纪实影像与宣传功能^①

如果我们将目光投向整个世界,不难发现,在两次世界大战期间,各主要参战国,为配合战争的需要,逐渐培养起利用纪实影片参与舆论引导的意识,既为战争造势,又为参战国及执政党自身赢得声誉,两全其美。

布朗罗曾写道:“在第一次世界大战期间,电影臻至成熟。”^②因为这场战争巨大与广泛的程度前所未有,因此当1914年战事爆发后,不论对盟国(英、法、美、比)还是敌对国而言,宣传影片在功能上几乎可以等同于武器。而不论交战国还是中立国,在国内及海外策动舆论宣传成为所有国家的重要工作,战争因而取代了游览景色,成为非剧情片的新焦点。英国自1914年8月下旬参战后,就已经了解到纪录片对战局可能有重要的贡献,例如通过影片的播放有利于招募兵马。但直到德国影片成功播出之后,英国官方才认为影片是重要的宣传媒介。随着战局的进行,这种体认与日俱增。1915年12月29日,《英伦已备战》纪录片开始上映。德国因为警觉到美、英、法等国制作出效果显著的反德宣传片,并在数量上与日俱增,德国政府才了解到那样的影片其实也可以对战局做出巨大的贡献。于是,1915年德国也拍摄了《在德国战线的后方》。对于美国而言,政府在第一次世界大战期间制作的影片,可以说改变了整个国家对这场战争的态度,也改变了美国与这场战争之间的关系。例如1918年的《美国的答案》等影片,以其强烈的情感诱导促使民众团结一致。

^① 对于世界范围内主要国家纪录影片与宣传关系的陈述,参考 Richard M. Barsam 的《纪录与真实:世界非剧情片批评史》、巴尔诺的《世界纪录电影史》和林少雄的《纪实影片的文化历程》等书。

^② Richard M. Barsam. 纪录与真实:世界非剧情片批评史[M]. 王亚维,译. 台北:源流出版社,1996:61.

20世纪30年代,德国和英国在使用影片来配合意识形态宣传上面,开始有进一步发展。格里尔逊领导了英国纪录片运动,这与苏联政治宣传片的传统密切相关。格里尔逊相信纪录片应该提出一种对真实的创造性处理,同时也了解国家可以利用电影和其他媒体来控制及操纵观众。基于此种理解,英国纪录片运动在实务和美学目的上均获得了平衡,其主要扮演了代表政府功能中的信息和教育资源的角色。在德国,戈培尔担任德意志大众娱乐与宣传部部长,他本人热爱电影,也明了电影是力量非常强大的宣传媒介,因此他在极短的时间内就控制了德国电影工业中的每个环节。1934年,纳粹通过德意志电影法,强制剧本审查,对电影评论的限制和对所有影片严格的分级系统;电影以它们有用的程度来分级,最高等级的影片往往是“政治与艺术价值”兼具的影片。这期间,纳粹持续不断地用电影来表达他们的国家观点,以直率的力量传达了德国所要宣扬的理念。战前纳粹的宣传片有《柏林之战》(1929年)、《意志的胜利》(1935年)。

第二次世界大战期间,各国利用纪录片参与意识宣传的做法更是变本加厉,许多纪录片还担负了告知与报道、教学与训练、教育、提升士气、阐明政府政策、团结求胜、提高生产、劝服,甚至娱乐的功能。二战不仅是同盟国(英、俄、美)与轴心国(德、意、日)的军事对抗,也是这些国家宣传片与反宣传片之间的较量。因此,双方都利用纪录片进行意识形态宣传,例如德国纳粹党人十分重视电影中的政治力量,他们用宣传片激起党羽及信徒们的爱国情感,并软化敌人的反抗。他们不仅描写了对“德意志千年”荣誉的参与并提倡亚利安“种族优越论”,也倡导反犹太主义、“最后解决”、反工会等理念。

中国共产党自建党之初,就将图像的宣传作用视为与文字同等重要的地位。1926年,在中国国民党第二次全国代表大会上,担任国民党中央宣传部代理部长的毛泽东,提出了当时宣传工作的最大缺点之一,是“偏于文字,缺于图画”^①。从这里我们可以看出毛泽东对文字之外的图像宣传教育功能及艺术宣传手法的重视,这与后来党的宣传工作紧紧地

^① 中共中央文献研究室,新华通讯社.毛泽东新闻工作文选[C].北京:新华出版社,1983:12.

与纪实电影联系在一起是不无关系的。随着革命形势进一步发展,配合革命工作的宣传教育活动也在深入展开,鉴于当时人民群众的文化水平和接受水平,更迫切地要求形象和逼真的宣传形式出现。

中国共产党领导下的宣传性纪录片的拍摄与苏联的宣传意识有很大关系。1920年,维连斯基·西比利亚科夫[后来成为俄共(布)远东符拉迪沃斯托克分局的负责人之一]到中国参与组织领导中国共产党人活动。五四运动和新文化运动后,中国思想界相当混乱,介绍共产主义、共产党的期刊良莠不齐,为了引导中国民众寻找真正属于俄国的共产主义革命理想,维连斯基协助中国革命党人,调动一切可能调动的报纸、期刊等宣传媒介进行共产主义宣传。“这一时期在中国不断出现的对马克思主义、共产主义运动的宣传报道活动,虽然不能归功于维连斯基一人,但是共产国际和维连斯基的帮助和主导作用却不可否认。”^①第一次世界大战时期,苏联以俄共宣传政治为主导,以纪录片形式出现的宣传电影,已然成为1917年革命之后社会与政治事件的产物,同时,电影学校也制作宣传鼓吹共产理念的新闻片。第二次世界大战时期为抵制德国进攻,苏联电影工作者一起行动起来,其中普多夫金等人领导、制作的战斗片、新闻片及教学片强烈谴责法西斯的暴力行为(例如,1942年拍摄的《击败莫斯科附近的德军》)。这种将纪录片与战争宣传结合起来的做法,对中国共产党影响很大。

以上简要地陈述了近一个世纪以来,世界主要国家在世界性战争中利用纪录影片进行意识形态宣传的历史现象,这是一个由自发到自觉的实践行为。那么,对于具有宣传作用的纪录片,学术界又有哪些具体的反应呢?

第二节 学界对纪实影像与宣传关系的认识

关于纪录片与宣传之间关系的讨论,国内外学界已经有所触及,讨论

^① 胡云霞,李绍华.俄共(布)代表维连斯基初次使华对中共建党的贡献[J].西南交通大学学报(社会科学版),2009(6):91.

基本上散见于对纪录片相关问题的分析中。涉及宣传与纪录片之间的关系,主要集中于以下三个方面:一是将宣传作为纪录片的一种功能;二是认为宣传是某一类纪录片的一种属性;三是将具有宣传属性的纪录片作为纪录片中的一类。下面,结合国内外纪录片研究文献,作一简要的梳理。

一、宣传作为纪录片一种功能的讨论

这一部分的讨论主要集中在文献纪录片、新闻纪录片与汇编类纪录片。巴尔诺《当代纪录电影概观》^①一文,提到纪录片的分类,包括:观点纪录片、历史纪录片、直接电影与真实电影四大类型。在历史纪录片中,巴尔诺提到“汇编纪录片”与“传记纪录片”。该文没有从意识形态宣传的角度谈这两种类型,但是,不可辩驳的是,这两类纪录片都有可能产生明显的宣传功能。在《世界纪录电影史》^②中,巴尔诺专门设了“拥护者”与“喇叭手”,来谈论包括德国、日本、英国、波兰、苏联、美国在内,纪录片与主流意识形态宣传之间的密切关系。《纪录与真实——世界非剧情片批评史》^③一书最大的特点,是以一战和二战为历史背景,讨论各个不同时期纪录影片与各国主流意识形态宣传之间的关系。该书在每个历史阶段都罗列了世界各主要国家对纪实影片与宣传的态度及其具体实践效果,可以说该书是目前为止对世界范围内,与宣传有关的纪录片资料搜集中最完整的学术专著。但是,该书仅限于对有代表性的影片的描述。

国内学界对宣传作为纪录片功能的讨论,主要集中在如下著述中。在《纪实影片的文化历程》^④一书中,第7章、第9章、第11章^⑤均提到了

① 埃里克·巴尔诺. 当代纪录电影概观[M]. //单万里. 纪录片电影文献[M]. 北京:中国广播电视出版社,2001.

② 埃里克·巴尔诺. 世界纪录电影史[M]. 张德魁,等译. 北京:中国电影出版社,1992.

③ Richard M. Barsam. 纪录与真实:世界非剧情片批评史[M]. 王亚维,译. 台北:源流出版社,1996.

④ 林少雄. 纪实影片的文化历程[M]. 上海:上海大学出版社,2003.

⑤ 第7章、第9章、第11章的标题依次为:“意识形态的艺术美化”、“战火中的影像有涉及纪录片与宣传的关系”、“中国纪实影片的文化策略”。

纪录片的宣传功能。其中第7章针对德国及里芬斯塔尔的纪录影片进行主题分析和文化解读,指出纪录片(如《意志的胜利》)与纳粹宣传之间的关系;第9章则从战争影片这一角度,分别对德国、英国、美国利用纪录片进行宣传方面展开分析;第11章在梳理中国纪实影片的发展过程时提出,“与世界纪实影片的发展稍有不同,由于中华民族面临着生死存亡的考验,因此中国纪实影片从一开始就成为反映现实、宣传理念、唤起民众、鼓舞士气的有力工具”^①。该书进一步分析了造成这一结果的历史和时代因素,类似的观点也体现在《意识形态的形象展示:纪实影片发展与执政党的文化策略》^②一书中。该书直接将纪实影片与执政党的意识形态宣传相挂钩,从英国、德国、美国、苏联、中国等国家执政党的历史发展出发,结合具有重大代表意义的导演及其具体作品,论证纪实影片如何参与执政党意愿的传达。在此基础上,该书认为执政党之所以大量使用纪实影片来进行宣传,是其自身的一种文化策略。王志敏的《电影形态学》^③则直接对电影重新分类,他将电影分为故事片、资料片、节目片、论述片、虚拟片、广告片六大类。在这种分类中,具有宣传功能的纪录片则分散于资料片与论述片中。首先,资料片被分为国家/政权、集体/社团、私人三大类型,基本上都具有宣传的功能,该书在介绍系列电影《中国》的编委会时,曾提到其是在“全面系统地对外介绍中国的历史、现实以及社会生活的方方面面的举措之一,在坚持正面宣传社会主义、实事求是反映中国实际的拍片方针的指导下”^④成立的,例如八一厂拍摄的《跨越世纪的红星》,便具有明显的宣传功能。其次,论述片中也具有明显宣传的功能,例如《我们为何而战》,便是直接为配合宣传而制作的影片。当然,有的影片同时兼具“资料片”与“论述片”的倾向,也带有明显的宣传功能。例如《邓小平》、《周恩来》,它们属于“人物类资料片”,又有明显的意识形态倾向;《旗帜》属于汇编影片类论述片,同时又有资料片的特色,而且,在论述片

① 林少雄. 纪实影片的文化历程[M]. 上海:上海大学出版社,2003:152.

② 林少雄,陈剑峰. 意识形态的形象展示:纪实影片发展与执政党的文化策略[M]. 上海:上海人民出版社,2009.

③ 王志敏. 电影形态学[M]. 南京:江苏教育出版社,2009.

④ 王志敏. 电影形态学[M]. 南京:江苏教育出版社,2009:77.

中又同时兼具汇编影片与政论片的共同特点。王志敏的分类与谭天有重合之处,在《纪录之门:纪录片创作理念与技能》^①一节中,作者按题材内容与风格样式将纪录片进行分类,其中,按题材内容分类中,提到新闻类纪录片与文献/汇编纪录片两种。实际上,新闻类纪录片与文献/汇编纪录片,都有可能涉及主流意识形态的宣传,考虑到国家对新闻的控制,新闻类纪录片具有更明显的意识形态特性;而文献/汇编纪录片,也可能有明显的意识形态宣传倾向。该书只提到文献纪录片的宣传功能,“在中国,像《让历史告诉未来》、《毛泽东》、《邓小平》、《周恩来》等文献汇编片也都是为配合现实宣传需要而制作的”^②。

从以上文献资料可知,国内外对于纪录片具有宣传功能的认识,基本是一致的。但是,从侧重点来看,这些认识也只停留在对于现象的概括,以及相关代表性作品的内容和风格分析上。宣传性没有作为一种学术性被纳入纪录片的研究和探讨视野,我们也没有看到其对宣传性纪录片特点的学理分析。

二、宣传作为某一类纪录片一种属性的讨论

李弗斯《电影宣传的威力——神话还是真实?》^③一文,以一战中英国社会为背景,意在谈论官方纪录电影在具体的历史语境中是否能够产生官方所宣扬的巨大的宣传作用。虽然作者持否定的观点,但是,以国家为基础,对纪录影片的宣传效果的谈论有助于我们对宣传性纪录片的形式和内容作进一步理解;同时,它也阐述了电影与宣传之间的紧密关系。尼可尔斯在《纪录片导论》中也承认纪录片具有“构建民族身份”的作用,认为“纪录片对那些在特定时期、特定地点构成(或争取成为)社会归属感(或集体归属感)的特殊形式的价值观和信仰,并为信仰和价值观的建立

① 谭天,陈强.纪录之门:纪录片创作理念与技能[M].广州:暨南大学出版社,2007.

② 谭天,陈强.纪录之门:纪录片创作理念与技能[M].广州:暨南大学出版社,2007:13.

③ 尼·李弗斯.电影宣传的威力——神话还是真实?[A].叶周,译//单万里.纪录片电影文献[M].北京:中国广播电视出版社,2001.

提供一种具体可感的表达方式”。^①该书列举了爱森斯坦、维尔托夫、格里尔逊、劳伦茨、卡普拉等纪录片导演,指出其相关影片具有“进入社会决策领域,引导公众去选择(政府认可的)最佳解决方案”的倾向。对于“特殊形式的价值观和信仰”的理解,不可能与意识形态完全分离开来,因此,尼可尔斯的讨论,已经暗示了纪录片的某种宣传属性,当然,在他的理解中,这只是某一类纪录片所独有的。

《中国电视纪录片史论》一书认为:“中国电视纪录片的发展,总的轨迹是一个从国家工具形态逐步演变为大众媒介形态,从政治产品演变为文化产品,从国内走向国际,从民族走向世界,从个人行为走向社会行为的过程。”^②基于此,该书将中国电视纪录片发展分为政治化、人文化、平民化、社会化四个时期。其中,政治化纪录片主要涉及纪录片与意识形态宣传之间的关系,从纪录片的主题、形式上的特点进行分析,指出其意义和局限。可见,该书将政治化概括为中国电视纪录片某一阶段的属性。与其相似,《写在胶片上的历史——谈新中国文献纪录片的创作》^③一文认为,新中国诞生以来,中国文献纪录片经历了三个阶段:初期(1949—1966),一批文献纪录片相继问世,“在当时新国家建立新秩序的过程中起到宣传共产党、宣传人民军队、宣传新中国的新形象的重要作用。它们让国内外观众形象地了解了新生的共和国”^④。可见,这些文献纪录片是与宣传紧密联系的。繁荣期(1977—1995),文献纪录片在创作上“突破了以往文献纪录片上讲事不讲人的模式,而是遵循‘文学就是人学’的艺术规律,以人物为中心,或从事件中突出人物,或以环境衬托人物,通过人物传达一个时代的精神和风貌,以人物之情反映时代之貌”^⑤。近期(1996—

① 比尔·尼可尔斯.纪录片导论[M].陈犀禾,等译.北京:中国电影出版社,2007:161.

② 何苏六.中国电视纪录片史论[M].北京:中国传媒大学出版社,2005:2.

③ 傅红星.写在胶片上的历史:谈新中国文献纪录片的创作[M]//单万里.纪录片电影文献[M].北京:中国广播电视出版社,2001.

④ 傅红星.写在胶片上的历史:谈新中国文献纪录片的创作[M]//单万里.纪录片电影文献[M].北京:中国广播电视出版社,2001:485.

⑤ 傅红星.写在胶片上的历史:谈新中国文献纪录片的创作[M]//单万里.纪录片电影文献.北京:中国广播电视出版社,2001:487.