

《中国》第二季 诗意化影像说历史

近日,大型历史文化纪录片《中国》第二季回归湖南卫视、芒果TV。这部2020年的年度现象级纪录片,制作延续了第一季的高水准,内容上以精巧叙事展现中国思想源变,用鲜活的镜头语言,回溯群星璀璨的中国历史,为全民彰显中国审美,向世界确立中国气派、大国风范,具有别样的通识教育意义。

中国文明,源远流长。面对浩如烟海的故纸堆,如何感受穿越千年时光的烟火气象?纪录片《中国》第二季,给出了最好的答案。《中国》第二季,延续了第一季的叙事脉络,从盛唐一直向前行驶,选择了那些对后世中国带来深远影响、极富代表性和时代意义的人物和事件:盛唐的两位伟大诗人李白和杜甫、热爱艺术的宋朝皇帝赵佶、开创元朝大一统帝国的忽必烈、开辟盛世的少年皇帝康熙……纪录片通过诗意化的影像与故事化的叙事,让岁月尘封的历史人物鲜活起来,也让中国人的家国情怀变

得越发清晰。

与此同时,纪录片建立起了一套鲜明且自成一派的美学风格。电影级的声光画面、意蕴深远的叙事呈现,让该片显现出一种中式的、含蓄又飘逸的写意之美。在第二季中,这种处理再次升级,叙事更为精巧圆融,解说词文本与视觉文本之间的呼应更具张力。比如,第二季《中国》用一座残破的关帝庙的意象,呼应关汉卿耀眼的英雄梦与无力的现实;用一池幽暗不明的池水,揭示了明嘉靖的帝王心术;而一面宫墙前反向而行的官员,则映射了张居正与海瑞之间迥然相异的为臣之道……没有晦涩难懂的字眼,《中国》留下的是充满深意、引人无限遐想的解说。

与此同时,纪录片还与一众现代概念无缝衔接,



例如“宋代的送餐服务”“历史上第一次出海体验”等,这些趣味的视角让历史充满了当代体验。主创还安排了一条名为“贝贝”的小狗,贯穿两季,穿梭在几千年的历史长河里,用它的双眼观察历史,给人留下深刻印象。

在历史的这面镜子里,从前和现在都有着极为相似的镜像传承。历时七年打造的纪录片《中国》正以其独特的创作风格,将历史娓娓道来,用一种全新的方式,打开中国历史、打开华夏文明,堪称“以影像著史”的一大创新尝试。来源:新华网

从2002年至今,《鲁豫有约》陪伴观众走过了近3500期节目,采访了上万名来自各行各业的人,有知名企业家、行业精英、奥运冠军、影视明星,也有为生活努力打拼的普通劳动者。其中,有的人与《鲁豫有约》一期一会,人生的高光时刻浓缩在一期的深度对话之中;也有人曾多次到访,几年间的成长变化、人生感悟,乃至不同行业和时代的变迁,都在与鲁豫的一次次深度对话中被记录。

“《鲁豫有约》已经变成了人物资料库。包括我们后来采访,都会先看我们之前的节目。”《鲁豫有约》系列节目总制片人许小浒向新京报记者表示。许小浒与鲁豫并肩作战十八年,在她看来,鲁豫对访谈的好奇心,二十年间从未改变。这也令《鲁豫有约》在访谈节目日渐式微的趋势中,仍保持自我更新的活力,且愿意付出“笨功夫”把每一期内容做透,做好。“我们的价值观是‘不争一日之短长’。《鲁豫有约》要坚持做好的内容,要做一个百年老店。”



《鲁豫有约一日行》中,刘德华给鲁豫剪头发。

鲁豫有约:奢侈地做采访 花“笨功夫”把每期做透

坚持:
嘉宾讲过的话不允许再问 不然日播就“水”了

与《杨澜访谈录》《超级访问》等传统周播访谈节目不同,《鲁豫有约》是以“日播”形式强势杀入内地市场的。许小浒于2004年加入《鲁豫有约》团队,参与了周播(2004年以前为周播)转型日播的全过程。在没有自媒体,没有社交平台的时代,公众人物表达渠道闭塞,广泛的嘉宾需求成为《鲁豫有约》日播的底气。但在千禧年之际,日播的只有新闻类节目,《鲁豫有约》还要坚持深度风格。“挺崩溃的。”许小浒回忆。

通常,一期45分钟的访谈,从前期敲定选题、搜索大量资料、采访周边人物;中期整理思路、搭建节目结构,再拿到策划会上,和鲁豫一起讨论,最终筛选出内容亮点;到后期约嘉宾时间、撰稿、现场录制把控、后期制作……全部流程只由1个总导演负责,大概要投入一个月的时间。《鲁豫有约》不仅要保证一周五期,且每一期不能有陈旧的内容,“比如嘉宾在别处讲过,我们就不允许再问,不然日播就‘水’了。”

许小浒透露,《鲁豫有约》团队最庞大的时候有近100位导演。“流水的导演,铁打的鲁豫”,团队任何人都可以生病请假,只有鲁豫不行。许小浒统计过,在二十年之间,鲁豫只有一次因为生病耽误了录制。鲁豫曾和许小浒说,有一根弦一直绷着的时候,人反而还挺精神的。

底线:
不想以敏感话题上热搜 出“一个亿小目标”靠深度功课

2017年,《鲁豫有约一日行》曾在《摔跤吧!爸爸》上映期间,采访印度演员阿米尔·汗。鲁豫跟随其健身,逛北京,获得了大量独家素材。但鲁豫和团队还是选择再等几个月,带着20多人的摄制组远赴印度,7天,5个机位,每天12小时,深入报道了阿米尔·汗在印度的真实生活。在许小浒看来,《鲁豫有约》采访一个人就要做扎实,做透。即便节目播出

时,热度已经过去了,但内容永远是深度访谈应有的坚持。

鲁豫始终相信“笨功夫”可以出成绩。为了做87版电视剧《红楼梦》30年再聚首,鲁豫曾先后采访22位剧中有名有姓的人物,还有很多工作人员。准备工作历时60多天,最后只呈现了40多分钟。“好奢侈,但是我们会觉得心里踏实。”许小浒坦言。

在当下关注“热搜”和“热度”的年代,少有人关注访谈是否有深度。许小浒也曾妥协采访了诸多明星。但“博眼球”永远不是《鲁豫有约》的标准,也不想因敏感话题上热搜。比如最著名的“一个亿小目标”,节目组并没有特意预设,只是在大量前期功课之下,现场鲁豫和嘉宾顺其自然就聊出来了。在许小浒看来,深度访谈的初衷并非挖掘猛料,而是希望观众在对话中表达人生百态,带领观众探寻自己和世界之间的最大公约数。

调整:
日播投入产出不成正比 节目开始做精品化服务

在日新月异的市场中,《鲁豫有约》调整着自己的步调。

2002年进入内地持续了3年周播,2005年《鲁豫有约》改为周一至周五播出。2012年,随着海外节目模式引进,《中国好声音》《爸爸去哪儿》等大型综艺成为市场主流,电视台的相互竞争也进入白热化,数据化参考逐渐趋于规范与严苛。“原来一家人一起看访谈节目,但今天大人刷着抖音,小孩打着游戏,真能踏踏实实静下来看40分钟深度访谈的人变少了。真的是有门槛了。”

除此之外,《鲁豫有约》坚持的“内容绝不重复”,也接受着自媒体和社交平台的挑战。“过去嘉宾随便说说就是独家,但现在不行了。而且鲁豫记忆力超强,很多来过三四次的嘉宾,以前说过什么话,鲁豫都记得,这对导演的要求更高。”许小浒坦言。

来源:新浪网