

回归,国产纪录片

本报记者 金晶

6月,大型纪录片《京剧》在中央电视台播出。在此前的戛纳国际纪录片交易大会上,《京剧》的点击率就在亚洲纪录片中名列前茅。

从《大国崛起》到《舌尖上的中国》,从《金砖之国》到《走向海洋》……近年来,我国纪录片逐渐呈现出蓬勃向上的发展态势——

走出去的亮点

2012年,一部制作精良的《舌尖上的中国》红遍大江南北。短短1年多时间,这部7集的纪录片传播到了全球43个国家和地区,并进入欧美等国的主流电视节目市场,在全世界掀起了一股“中国美食热”。日前举行的“纪录中国 飞扬梦想”表彰会上,《舌尖上的中国》获得了“优秀国产纪录片长片”称号。

“我们正在以每分钟1万美元的成本将它改编成3D纪录片,将面向欧美主流电视播出机构和电影院线发行。”5月28日,美国Passmore lab公司的总裁麦克·威廉先生说,“这是我们公司第一次购买中国纪录片。它让我们看到了独特的中国文化,我们愿意与世界上更多的人分享。”尽管3D改编耗资不菲,但他对该片的赢利前景仍充满信心。

引领这种自信的,更多来自中华文化的魅力。近年来,越来越多的优秀国产纪录片

走出国门,走向世界。国产纪录片出口能力也逐步提升:中国国际电视总公司2012年海外销售总额中,纪录片的比重达到17%,较2011年同比上升40.6%。“纪录片已经成为中华文化走出去的亮点。”中央电视台纪录频道总监刘文说。

自2010年《关于加快纪录片产业发展的若干意见》颁布以来,陆续出台的一系列相关扶持政策更是为国产纪录片打造了一片政策洼地,国产纪录片出现强势回归势头。《舌尖上的中国》、《农民工的局长》等一批优秀纪录片播出后,掀起了新一轮热潮。

探寻产业化道路

根据国家新闻出版广电总局发布的数据,2012年,中央电视台、中国教育电视台、中央新影集团和全国主要省级制作机构纪录片产量已达到3000小时,是2010年的3倍。当年,中央电视台、中国教育电视台和全国主要

省级电视台相关频道首播国产纪录片总时长约1万小时,是2010年的3倍多。与之相对应,优秀电视纪录片播出价格已从过去的每分钟几十元提升到最高每分钟1000元。

“2012年,中国纪录片作品走向工业化、专业化、国际化,品牌化的态势初步显露。”北京师范大学纪录片中心主任张同道表示。纪录片走向产业化相对成熟的标志,正是在市场中打出品牌,注重专业化营销。从一线营销角度来看,目前国内纪录片实现产业化还存在一些难度。中国广播电视节目交易中心副总经理程春丽说,“除了大片的的生产,节目的制作和播出能不能紧密结合?何时播出?广告如何运作?延伸产品如何开发?一系列营销手段都得跟上”。她表示,“虽然离产业化还有距离,但是,照着这样的步伐一步一步往下走的话就比较好”。

目前,国家有关部门正在围绕纪录片生产和传播这两个关键环节,统筹国内和国际两个市场需求,准备实施一系列新的政策措施,继续扩大播映平台,以拉动国产纪录片创作生产;改进推优评审机制,以形成竞价择优的良好市场环境;加大资金扶持力度,以孵化重点纪录片创作生产机构;建立国家纪录片工程,重点打造一批精品力作,支持鼓励跨国营销,把纪录片打造成文化走出去的鲜亮品牌。

接地气,更有底气

“沾益的,快点领票,跟自己一起来的站

在一起……”“身份证、车票、整钱放在一起,你平时所有的零花钱放在一起,免得你拿钱的时候,把你重要的东西丢掉……”

上面这些话出自纪录片《农民工的局长》。说话的人叫陈家顺,是云南省沾益县原人力资源和社会保障局副局长(现招商局局长)。几年间,他多次隐藏真实身份,深入用工企业和农民工兄弟同吃同住同劳动,摸透用工环境,为家乡农民铺出了一条通畅的务工之路。而央视“走基层”的一线记者,发现并用镜头记录下这位基层干部日常的工作和生活。真实而感人,使该片成为获得“优秀国产纪录片短片”称号的5部纪录片之一。片中,陈家顺的话语朴实真诚,给人留下了深刻印象。

“纪录片只有接地气,观众才爱看。”正如中央电视台纪录频道项目运营部主任、纪录片《舌尖上的中国》总导演陈晓卿所说,更多的纪录片创作者已将目光投向当下的现实社会。近年来,已有越来越多的像《雨果的假期》、《农民工的局长》这样把镜头对准普通人和基层干部的作品,如雨后春笋般涌现出来。

“接地气与走向国际这两个目标是相辅相成、并行不悖的。”在看过纪录一个普通农民如何拼搏、奋斗,经历失败与成功的《老李》;反映在急速变化发展的时代里,人们的生活方式及内心情感所发生的一系列变化的《搜索》后,中国传媒大学电视与新闻学院教授朱羽君感慨地说,“要让这些接了地气的,有中国特色、有中国人智慧的纪录片走向国外,打开国际市场”。

观察

景区票价

谁说了算?

本报记者 李盛丹歌

端午游、暑期游齐聚6月,旅游市场又将迎来新一轮游客出行高峰。

针对此次端午小长假,除了3日短途旅行之外,不少“上班族”选择13日、14日请假2天,加上周末,拼成7天长假来一次长途旅行,这也使得旅游线路选择面更广。据有关数据显示,今年端午节的出行搜索量较“五一”、清明假期增长近10%。

谈到假期出游,很多人的第一反应就是景区门票价格。近年来,“票价过高”、“收费不合理”的呼声此起彼伏,非著名景区的降价与著名景区的涨价俨然构成了国内旅游界特有的“门票生态”,对旅游市场发展产生直接影响。

记者发现,北京却有一些比较“厚道”的5A级景区,在全国景区门票“一片大涨”的形势下依然保持价格不变。对此,中央民族大学、中国旅游研究院学术委员会主任魏小安认为,北京的情况有其特殊性,作为“榜样城市”,力度会影响全国,对其他景点有着指导意义。而对于北京自身的发展来说,优势也很明显,经济发达、客流量大,在相对的地域范围内拥有较多的景区、景点,城市的接待能力也较为完善。

“门票的管理有两方面机制需要协调控制,一是价格形成机制,这是由市场的供求关系所决定的,如果一个景区去的游客多,那么,就需要相应的资金来保证景点维护和改善,但如果票价涨幅过大,具有自主选择权的游客完全可以放弃参观游览;另一方面则是价格管理机制,这需要相关部门的配合和管理,并落到实处。景区的经营及门票问题,不能只是依靠当地政府的行政手段来解决。”魏小安说。

那么,公共资源性质的景区票价该由谁来决定?对于这个问题,北京第二外国语学院旅游法律与产业规制研究中心主任韩玉灵认为,4月份刚刚颁布的旅游法中明确规定,利用公共资源的景区,它的门票涨幅政府要进行控制,而且要实行严格的控制。但是,我们面对这样一个现状,景区属地政府有时候既是经营者又是监管者,使得政府公共资源在定价时难免有所“倾斜”。

韩玉灵说,“景点、景区进行属地化管理,‘门票经济’作为地方经济收入的一方面,当地政府对于景区有资金投入,会考虑自己的利益。但是,要让大家慢慢地知道,公共资源是大家来享受,要在法律的帮助下慢慢地规范市场”。

要想规范发展旅游市场,需要各方的共同努力,既要法律法规、制度、体制、机制上解决问题,包括建立健全旅游法律法规体系、旅游标准化体系,也要从旅游业发展的实际出发,扎实规范旅游市场秩序、抓好提升旅游服务质量。



上图:现场工作人员演示一款“驾驶辅助仪”。该设备采用非接触式技术,可采集眼睛与面部影像进行分析。当发现驾驶员处于疲劳状态时,系统会自动发出警示,有效提高行车安全。

在设计节现场,近70家企业单位的220余件展品参展,机器人、眼动科技设备、防灾减灾无人航拍飞机等代表先进工业设计理念的展品集体亮相。

右图:国际设计节设计博览会现场。

2013中国设计节

以“设计超乎想象”为主题的2013中国设计节暨第二届中国设计发展年会,日前在北京大兴亦庄开幕。本届设计节为期3天,以“共建瑰谷,共赢未来”为主线,旨在将国内外设计力量汇集于“中国设计瑰谷”,力促中国设计与各大产业产生密切联系,实现设计专家、设计组织、行业创新、区域发展等多方共赢,成为北京建设“设计之都”的重要支撑。 凌 燕摄



不可小看的2个亿

本报记者 许凌

“马兰花动漫广场”在宁夏银川经济技术开发区的东北角,广场上一块巨型屏幕十分引人注目。记者走进开发区内一家动漫公司,制作间里,30多个年轻人正在紧张忙碌地工作。

看着眼前的景象,记者不禁思考,谁都知道搞动漫并不容易,可如今银川的动漫产业不仅有产品、有品牌,而且也形成了完整的产业链。那么,在西部这个经济欠发达的城市,动漫产业到底发展得怎么样?

621亿与2个亿

穆晓峰,这位36岁的宁夏新科动漫产业有限公司的总经理给我们带来了答案,“近年,我国动漫产业也不断出台政策,‘珠三角’、‘长三角’区域各省(市)的动漫产业发展纷纷跟进。2011年,全国动漫产业产值已经达到621.7亿元”。

在这么大的一块蛋糕里,银川占有多少份额?

穆晓峰说,“去年,公司实现营业收入超过4000万元,银川市动漫产业年产值接近2个亿”。见记者不吭声,他突然提高嗓门,“这个数字有点少得可怜是不是?不少了!拿宁夏2000亿的GDP和200亿财政收入这么个经济总量衡量,银

川动漫业可谓潜力巨大。关键是,目前在这个领域能成型地拥有一块蛋糕的,在西北还就属银川”。

优势与走弯路

银川动漫产业为什么会有如此发展?

“既有必然,也有偶然!”新科动漫公司的副经理柴静认为,“与其说银川起步早,不如说这里的政策好。2007年,‘长三角’地区1分钟动漫原创制作成本,政府补贴3000元,银川的补贴是700元或1500元。尽管单纯从金额上看要少一些,但对于银川来说,这是咬牙拿出来的。就凭这个,穆总经理带着我们10多个年轻人从北京、上海来到这里。到了银川我们才发现,这里文化底蕴深厚,地域文化特色明显,动漫作品取材丰富”。

“虽然优势明显,我们还是走了弯路。”穆晓峰补充道,“做大动漫产业必须拥有原创产品、发展衍生品和节展经济等。可说是说,做着做着就偏了。宁夏文化资源丰富,我们自2008年起,每年能推出三四部原创动漫作品,可是叫好不叫座。后来借鉴外省经验,经反思发现,症结就在于追求量的突破,没有走精品路线,忽略了品牌发展。”

发展与三个转变

宁夏软件园管委会主任梁亚彬告诉记者,银川动漫产业长足发展,使得软件园建设有了核心基础,园区内现有企业53家,其中动漫企业12家。目前,园区以软件、动漫及服务外包为产业发展方向,并为其提供公共服务平台。

2012年起,银川动漫产业开始向3个方向转变,即传统动漫公司向品牌动漫公司转变;从泛内容制作向专项文化制作转变;从动漫制作向高端影视特效制作转变。

“我们新科动漫公司已经走在前面。”工作人员介绍说,“2011年初,我们与宁夏电视台少儿频道合作推出《马兰花动漫广场》,主人公小哈家族形象深受欢迎。两年来,开发的‘小哈’清真快餐、文具用品等动漫衍生品在国内十分畅销。今年,公司以‘小哈家族’为品牌的动漫产业链将更加成熟。”

“这几年,宁夏影视文化也异军突起。宁夏电影制片厂组织拍摄的电影《画皮》、《画皮II》创下国内票房新高。一些动漫公司已与电影制作公司签下上亿元影视特效制作大单。”梁亚彬说。

如今,银川的动漫产业正在以3大转变为基础形成3大模块,虽然总量不大,但前景十分可观。

微话题

莫让文化

“锦衣夜行”

岩泉

很多人还记得,莫言获2012年诺贝尔文学奖后,“陈安娜”和“葛浩文”一时间成为网络搜索的热门词汇。他们分别是莫言作品的瑞典文翻译和英文翻译。许多人在陈安娜的微博上表达感谢,称“译者功不可没”。由此,翻译在文化传播中的重要性再次被提及,引发热议。

如果没有优秀的翻译人员将好的文化作品译成外文,将会影响这些作品在国外的传播力和影响力,如“锦衣夜行”一般无人喝彩。

出版业如此,影视业也不例外。从“第三个姐姐刘”——《Third Sister Liu》《刘三姐》,到“三个王国的罗曼史”——《Romance of Three Kingdoms》《三国演义》……各种译名五花八门。事实上,翻译的“专业”在于“信息的有效传达”。译者需要对作品的文化背景有深入了解,才能跨过不同文化之间的屏障,在语言转换过程中确保信息的准确“落地”。

翻译环节常追加在文艺作品制作的后期,由于受到时间、资金等诸多因素的影响,效果良莠不齐。华沙电影节主席斯塔凡·劳丁曾讲过一个故事,大致是说他在多伦多电影节上展示自己的一部电影,但不给力的字幕翻译却险些让该片遭到淘汰。“找一个市面上最好的翻译”,从自身经验出发,他劝告那些想要走向国际市场的电影制作者,“这儿可千万别省钱”。

经过多年努力,我国对外文化交流不断扩大,文化产品和服务出口范围和渠道不断拓宽,文化走出去取得了积极进展和明显成效。但就翻译而言,中译外的文化翻译队伍的阵容仍不够强大。当下,语言服务业作为一种新兴的服务业态,在促进对外文化交流和文化贸易方面的作用日益突出。减少文化折扣,提升文化软实力,语言服务业将在文化领域发挥积极作用。对此,我们满怀期待。

链接

语言服务业亮相“京交会”

本报讯 记者金晶 苏民报道:作为第二届京交会的重要论坛活动之一,“语言服务产业——贸易全球化的桥梁”高层研讨会日前在京举行。这是我国大型行业性会展活动首次正式将语言服务作为一个专题纳入,也是我国语言服务业首次以行业整体面貌参加重要活动。与会人士就“文化走出去与翻译服务”、“语言服务在文化贸易中的作用”等话题进行了演讲和讨论,并就语言服务如何推动贸易全球化等议题展开深入交流。

新闻速递

北京版权产业基金启动

本报讯 记者张忱、实习生何悦报道:6月1日,“北京版权产业基金”在第二届京交会上正式签约启动。该基金由启迪金控投资有限公司、北京中外名人投资基金管理有限公司和北京东方雍和国际版权交易中心共同发起,基金规模预计将达到20亿元。据介绍,该基金将从版权的角度为北京文化创意产业发展提供资金支持。来自北京市东城区的多家版权企业签署了版权项目合作书,签约规模超过15亿元。

中国奥委会选定新供应商

本报讯 记者何东亮报道:日前,中国奥委会正式授予福建运动品牌舒华“2013年-2016年中国奥委会健身及按摩器材供应商”称号。根据协议,未来4年中,舒华将为中国体育代表团出征2014年索契冬奥会、2016年里约奥运会等诸多国际综合性体育赛事提供优质专业的器材服务。

《鸟巢·吸引》2013版将上演

本报讯 记者张双报道:全球首个奥运会主体育场大型驻场秀《鸟巢·吸引》2013版,将于9月12日至10月7日在京正式上演。

《鸟巢·吸引》是国家体育场进行赛后运营探索而推出的大型驻场演出,也是北京奥运会后“鸟巢”至今投资额最大、影响力持久的项目。据悉,《鸟巢·吸引》2013版演出的各项筹备工作已经全面启动。