

视频不到1分钟,单条播放过亿!

“95后”小伙用手机拍出“大片”

近日网上一段47秒的视频火了,一位博主在“鸦片战争”博物馆,用夸张的运镜、巧妙的设计与恰到好处的配乐拍出了“虎门销烟”这段历史,短短几天时间在网上播放量就超过500万。这位博主网名张校长,真名张校华,是一位广东东莞“95后”,全网粉丝数超过百万,一年前他一条47秒视频全网播放量破亿。更神奇的是,他的拍摄工具仅仅是一部手机,记者联系上张校华,听他讲述拍摄“亿”术大片的故事。

一部手机拍出“大片” 秘诀在于谋定而后动

张校华的虎门销烟“大片”由7幅图片组成,分别是“鸦片战争”博物馆中的英国议会图、运送船图、吸食鸦片的清朝人图、虎门销烟文字简介、林则徐肖像图、虎门销烟场景图及展览厅外林则徐雕像,在几十秒的视频中讲述了19世纪末,林则徐在虎门销毁英国商人非法走私鸦片的故事。整个视频内容不多,但张校华通过忽远忽近、忽上忽下的镜头为视频带来了一种特殊的视觉体验。网友们纷纷评论道,“拍得太好了,太震撼了,希望快点更新”“这个运镜好牛啊”“以这种方式重温历史,太棒了”“铭记历史,发愤图强”……

张校华告诉记者,“我希望这部小短片能有一些特殊意义,我拍博物馆也不是一次两次了,但之前更多的是拍景色,缺乏故事性。这次拍摄前,我构想的是通过运镜把博物馆里的各个场景串联起来,通过短片形式去展现这段历史。”令人意外的是,这段被百万网友围观的“大片”拍摄和剪辑加起来只用了两个小时,而拍摄设备仅仅是一部手机。“不仅设备简单,其实我用到的运镜手法和剪辑手法都比较简单,我觉得要拍好一部片子主要在于创作者的构思。”

张校华笑称,自己的秘诀在于“谋定而后动”,“在拍摄前我就已经构思好整个片子路线:开局(英国人走私鸦片)、发展(清末百姓染上烟瘾)、高潮(林则徐虎门销烟)、结局(林则徐成为民族英雄),这样我在拍摄的时候就非常明确我接下来要拍什么、怎么拍。我想表达的是这段历史,而不是博物馆里的各个展品。”张校华告诉记者,去年自己在线下拍摄画展的时候,也是将每幅画串联在一起,形成了一个故事,最终这段47秒的视频在抖音等平台累计播放量超过1亿。



论起专业也不含糊 在校期间拿过纪录片大奖

大学里,张校华起初读的是能源动力与工程专业,在一次偶然的拍摄活动中,张校华发现依靠拍摄设备,能根据自己的想法改变看世界的角度,因此对摄影产生了浓厚的兴趣,并在大一下学期转到了广播电视学专业,形成了自己独特的风格。张校华特别擅长于化腐朽为神奇,平日里的小事,坐地铁、打扫卫生、喝奶茶、逛公园都能被他拍出炫酷的感觉。张校华说,视频和摄影作品做大的区别在于是否有灵魂,是否有创作者独特的表达,“究竟是这个东西本身很好看,还是你能把它拍得很好看,还是在你的剧本里它很好看?”

虽说张校华发在网上的短片大多是用普通手机拍摄的,但玩起“专业”来他丝毫不含糊,在大学期间他曾远赴国外,拍摄的两部纪录片作品,其中一部获得了第九届全国高校影视学会“学院奖”学生组纪录片一等奖,提到这个全国性的奖项,张校华仍非常骄傲,他笑称,“当时颁奖时候,满屏都是某某传媒大

学,而我所在的理工大学就很显眼,当时特别自豪。”

张校华向记者透露,由于拍摄纪录片不赚钱,自己早早就锁定了短视频赛道,毕业后还融资创业,一边拍宣传片,一边做短视频账号代运营。虽然说在校期间就取得了优异的成绩,还有过一条视频涨粉20万的经验,但这次创业最终还是以失败告终。他自己总结为“没有找对方向”。创业失败后他去了一家直播公司当了“打工人”,还一路从基层干到了项目总编导。直到觉得自己有了一定积累后,他才进行了第二次创业,才有了现在的博主张校长。

张校华表示,“我第一次创业的时候只是会拍一些短视频,但并不清楚这个赛道的商业模式,直到我打工一阵子之后,才知道一个公司是怎么运作的。”经历过起起落落,张校华非常珍惜现在的生活,他常提醒自己,一定要“跑”起来。

如今开了摄影培训班 学员有一万多人

如今,除了一名博主外,张校华还会带着单反去拍摄商业宣传片,自己还开了摄影培训班,成为名副其实的“张校长”,他告诉记者,自己的课程在线上线下总计有一万多名学员,在课上自己会教理论知识和实战技巧。

“现在基本是全民自媒体的时代,人人都可以去拍,都可以成为博主。如果说让大家都用单反去拍的话,那学习成本也太高了,所以我平常也和大家一样,拿手机拍。我希望能给大家传递一个信息,好作品不是一定需要好设备,我们可以用最简单的方式去拍摄大片。”张校华透露,许多学员学习的目的并非是想以此为生,“比方说现在一些父母,特别喜欢用手机记录孩子成长的每一个时刻,我教会他们一些拍摄剪辑技巧,可以让这些记录有更好的表达。”在张校华社交账号的简介中写道:一台手机走天下的狠人。在他的培训课里,摄影设备也是手机。

谈到未来,张校华表示,自己的下一个“大作”仍会瞄准博物馆题材,较火,可能会拍与大英博物馆相关的选题。“通过书本上的文字去了解一段故事,相对来说比较枯燥,但是通过拍摄,可以让我们有身临其境之感,更容易去感受和参与,我也希望以自己的方式去讲好故事。”

(据《扬子晚报》姜天圣)

兴业银行呼和浩特分行 开启反假货币宣传 网格化管理模式

为构建反假货币宣传长效机制,兴业银行呼和浩特分行以反假货币宣传月为载体,内外协调联动,优化“线上线下”渠道,实现“整合资源联动宣传 金融机构阵地宣传 重点人群特色宣传”的“三维一体”立体化、网格化宣教矩阵。截至9月上旬,兴业银行呼和浩特分行累计发放宣传资料3万余份,开展线下宣传活动44场次,直接受众5万余人。

宣传月期间,兴业银行呼和浩特分行积极加强与当地人民银行、工商管理部门、社区、农贸市场、村委会及学校的沟通协作,积极整合宣教资源,通过公众号及社区群、市场群等转发宣传反假货币知识,重点宣传人民银行《三招识别新版人民币真假》,精准覆盖“一老一小”人群。

截至9月上旬,兴业银行呼和浩特分行以各机构为基础的反假货币宣传网格化管理模式已初见成效,实现了辖属40个机构网格化管理全覆盖宣传,下一步兴业银行呼和浩特分行将继续采用更为灵活多样,老百姓容易接受的方式宣传反假货币知识,以实际行动助力社会构建良好的货币流通环境。

(徐媛红)