

浅析纪录片与短视频的融合探索

文_杨棫 / 责编_闫伟

【内容摘要】随着融媒体环境的日益深入发展,运用融媒体思维助推纪录片生存和发展,已成为必要选择。纪录片的核心价值是优质内容,短视频的核心优势是精准传播,二者融合可以互补优势资源,寻找彼此的价值诉求。在此背景下,本文就纪录片与短视频融合的境界、传播渠道的拓展、叙事内容的转变、叙事结构的转变、孵化短纪录片品牌等方面进行关注和探索。

【关键词】纪录片;短视频;短纪录片;融合

2014年,媒体融合发展战略正式上升至国家层面,因而这一年被称为“中国媒体融合发展元年”。随着媒介融合进入深水区、融媒体环境的日益深化,运用融媒体思维助推纪录片生存和发展,已经成为一个必要选择。与此同时,短视频近两年以异常凶猛的速度撬动了各方的发展,加剧着新媒体产品布局的重塑,已成为内容融合创新的又一个重要发力点。有研究者认为,短视频、病毒式视频如今已成为网络的核心经济,更是未来媒体将会押上赌注的一门严肃生意。生态圈中的媒体渠道越多,对优质内容的需求就越旺盛,同时,越是优质的内容,其商业价值和效应就越大。纪录片的核心价值是优质内容;短视频的核心优势是精准传播,使优质内容得到最为广泛的传播,使内容价值和影响得到全面提升。因此,二者“混搭”可以互补彼此的优势资源,寻找共同的价值诉求。在此背景下,本文就纪录片与短视频的融合做一些探索。

一、纪录片与短视频融合的境界

马歇尔·麦克卢汉的“媒介即讯息”理论认为,

从长远的角度看,真正有意义的讯息并不是各个时代的媒介所提示给人们的内容,而是媒介本身。^①媒介融合不断引发媒介的裂变与重组,短视频作为视听兼备的更高维度的媒介文本形态,成为当下传播的一把利器。从传播角度看,短视频迎合了微时代语境下的碎片化传播和网络用户的移动化、碎片化观看需求;从使用角度看,短视频的“可驯性”更强。

任何媒介或技术的“讯息”,是由它引入的世间事物的尺度变化、速度变化和模式变化。^②短视频作为一种重要的媒介驱动力,首先影响着纪录片的尺度变化,即拓展着纪录片的边界。传统电视媒体的生产活动中,根据时长、题材、拍摄方式等多种技术标准,纪录片有着相对严格的界定,媒介融合环境下,纪录片的边界在不断拓展。对纪录片和短视频的融合产物,当下学术界有纪实短视频、纪录短片、微纪录片、短纪录片等提法,不一而足。

纪实短视频是短视频众多类型中脱颖而出的一种,纪实短视频的“事实”与纪录片中的“事实”有相通的地方,真实是纪录片的标签,也是人们对纪录片的

信仰所在。纪实短视频能走红，用户看中的也是其中的真实。纪实短视频的脱颖而出折射出短视频和纪录片的融合有良好的需求空间。但纪实类短视频的“事实”与纪录片中的“事实”也有不同的地方。1926年，格里尔逊在《纽约太阳报》上发表了一篇文章，评论弗拉哈迪的《摩阿纳》，他表达了对纪录片的期待和要求，即“创造性地运用事实”，这里面有两个核心的关键词，“创造性”和“事实”，^③因此，不能将其与纪实短视频中不加修饰、直接记录的事实混同。

有研究者将纪录短片、微纪录片和短视频形态下的纪录片做了区别：在网络媒介兴起之前，把时长控制在25分钟以内的纪录片称为纪录短片，其制作更多体现的是纪录片的传统诉求，往往按照经典纪录片的制作方式展开，并没有因为其是短片而在制作方式上有独特之处。微纪录片的提法，业界普遍认为出现在2012年年底，由凤凰视频举办的首届凤凰视频纪录片大奖，首创“最佳微纪录片奖”。微纪录片是网络媒介兴起后随之兴起的一种形态，“微”作为一种对制作小、实验性以及时长短的描述，在一定程度上也体现出其姿态的低，微纪录片的视频样式虽然体量轻巧，但是其以纪实拍摄为素材来源的主要形式，以关注现实、表达纪录片人的社会担当意识的纪录片精神与传统纪录片高度一致，这也是微纪录片之所以能以纪录命名的根本，其传播主要依靠网络媒介完成。^④短视频是移动互联网时代的产物，短视频形态下的纪录片是微纪录片在全媒体环境下的一种自觉演化，它既具有微纪录片的创作特点，同时也在生产传播上呈现出更加灵活化和平台化的趋势。短视频形态下的纪录片更多元与复杂，对制作者有着完全不同的要求，其核心是面向移动互联网的。由于新的边界还没有清晰的轮廓，本文将短视频形态的纪录片暂且定义为短纪录片。媒介形态的更迭导致纪录片边界的不断扩大，但纪录片的内核应保持不变。

二、纪录片与短视频融合的生产与传播

短视频的出现除了拓展着纪录片的边界之外，也改变着纪录片这一古老影片类型的生产、传播和消费的各个环节。短视频为纪录片提供了新的思维、新的传播状态和新的诉求。

（一）传播渠道：多元化

纪录片是幸运儿，诞生于强烈的社会需要和成熟的电影美学背景中，一出生就挤进高大上的电影语态当中，再加之我国的纪录片一直“重创作、轻传播”我国纪录片的发行渠道主要依赖专业纪录频道，电视台在选择其播出的纪录片时难免注重其对主流话语的构建作用，而忽视作为文化产品的纪录片在大众文化中的融入程度。所以纪录片一直作为“小众”内容传播，而忽视了平民这一核心要素。然而，电视媒体在观众和广告流失、品牌和影响力受挫的情势下，本身生存境况就已堪忧的纪录片，拓宽自己的发行与传播渠道，已迫在眉睫。

美国资深纪录片经营管理者史蒂夫·伯恩斯说道，一部优秀的纪录片，既要在电视端，也要在流媒体平台播放，是一种基本思维。^⑤互联网背景下，我国纪录片也正在积极进行渠道融合方面的实践。首先是电视平台上的融通。2013年，广电总局要求从2014年起全部上星综合频道平均每天必须播出30分钟以上的国产纪录片。这一举措打破了纪录片只在纪录片频道播放的传统模式，大大增加了国产纪录片的播出量，拉动了国产纪录片的生产量和交易价格。其次是实现电视端与视频网站的融通。常见的方式是纪录片输入视频网站，这既是传统电视台纪录片得以收回成本的重要方式，也成为中小成本纪录片重获新生的一次契机。比如央视纪录频道在2016年年底进驻B站，《我在故宫修文物》的电视首轮播出并未引起太大反响，但被制作方上传到B站后迅速走红。《人世间》与爱奇艺联合播放的点击量超过300万，达到传统纪录片难以达到的高关

注度。另一种新方式则是视频网站反向向电影、电视台和其他新媒体输入纪录片。近年来，众多视频网站开始自己操刀制作纪录片并在自家网站播出，比如乐视视频推出的自制文化纪录片《传家》便因播出时反响良好被央视收购，之后在乐视网和央视纪录频道联动播出。^⑥这种融合虽然还不是完全意义上的典型的融媒体模式，只不过是电视媒体与网络媒体相互借力在某些环节的新尝试，但它们能够在众多优秀纪录片中脱颖而出成为网红纪录片，和传播渠道有很大的关系。

纪录片和短视频的融合为纪录片传播进一步拓宽了传播渠道，比如与一条、二更等短视频平台进行合作，通过快手、抖音、火山小视频中普通用户生产的内容激发创作灵感，制作和传播更优质的短纪录片，也可以自建短纪录片自媒体平台，通过多种渠道最终到达用户。

（二）叙事内容：小叙事

传统纪录片比较青睐恢宏的场面，给人以震撼的体验和感觉。短纪录片由于篇幅的限制，在作品的主题选择上应从传统纪录片的宏大主题转向单一主题，围绕当下的现实语境，策划更贴近大众的事件作内容，从小切口介入，反映百姓内容、百姓面貌，表达平民阶层的话语空间，挖掘主题中的潜在价值，做有思想、有趣味同时又有责任、有价值的短纪录片。法国哲学家利欧塔认为，大叙事应当被小叙事替换。所谓“小叙事”指的是底层的、民间的、世俗的、个人的、日常的小事情，以及“大叙事”中的小细节、横截面。宏大叙事往往立意高远，往往为了达到对未来蓝图进行描绘、指明前进的道路而多选择“解释因果关系、发现并制定规则、叙述或概况历史并展望未来”，局部叙事或小叙事则脱离了宏大的历史命题，转而从具体的个人生活经验和生活经历出发，接近更多人所知的日常生活。^⑦近几年，我国网络平台的纪录片聚焦当代社会现实的作品明显增多，纪录片从业者对现实生活的关注度和敏感度明显增强，《舌尖上的中国》《我在故宫修文物》

《人生一串》能获得观众的好口碑和高收视，也正是因为从生活本身出发进行升华，从不同维度呈现出当代中国与历史和未来的贯通。

另外，我国纪录片的内容题材大多侧重于社会人文历史和政论类，而在自然、动植物和环保等生态题材方面涉猎较少，这恰恰是国外纪录片导演挖掘的对象，比如英国的著名纪录片导演菲尔·阿格兰通过一部《云之南》把丽江带到了世界，而本土的题材却未能由本土人开发，我们应该意识到我国纪录片在题材上的短板。短纪录片可以有意识地去挖掘这方面的题材。

（三）叙事结构：片段式

纪录片大致有两种结构：一个是戏剧性结构，另一个是片段式结构。戏剧结构通常要制造悬念和高潮，结尾时把先前所营造的紧张气氛全部释放。在这种创作理念下，故事大多以时间或事件的发展顺序展开，内容由表及里、层层推进。由于短视频的时长限制，选取这种结构难以表现。片段式结构则成为短视频纪录片的不错选择。但是短纪录片的片段式结构即碎片化表达应区别于当下纪实短视频的表达，纪实短视频不仅可以完成对自然社会生活中完整事件的记录，也可以呈现事件或事物的局部，叙事的完整性被弱化。短纪录片的片段式结构意味着可以选择事物的某一个局部或横截面，但对这一局部或横截面应具有完整的叙事链条，叙事成熟，能表现一个完整的故事，即通常所说的“三幕式”叙事，这种结构的表达方式是：建构——对抗（冲突）——结局，即以一个能够抓住人心的具体事件开头，以一系列互为关联的情节或者事件展开，以一个戏剧性的结局结尾。^⑧对于短纪录片来说，“三幕式”叙事是一种比较适合叙事技巧，这与我国传统叙事中讲求的“凤头、猪肚、豹尾”是一致的。

片段式结构则要求短纪录片弃用宏大叙事手法，从群体叙事转向个人化叙事，通过微视角切入的故事表现手法，把故事讲得细腻、温软。比如《早餐中国》

是描述我国各地不同市井早餐的系列短纪录片，每集只用5分钟的时间选取一道传统的早餐进行讲述，但每集都将食物、制作者、食客三者浓缩在一起，在短时间内讲述一个早餐故事，带给用户的是乡愁、烟火、希望。

《“突然”旗袍来了》短片一开始主人公介绍自己，然后讲到自己喜欢做刺绣、喜欢做旗袍，穿插做旗袍不被人看好的艰辛，到被认可。从开始纯粹的对旗袍的喜欢，到现在代表国家用旗袍与世界交流，整个短片讲述了一个完整的故事。

（四）短纪录片营销：品牌化

对于整个纪录片产业来说，在与其他平台积极寻求合作的基础上，应孵化短纪录片品牌，PGC将成为短纪录片内容体量的增长方向，短纪录片内容创作应向组织化、机构化演进。因为不同平台主攻方向和定位不同、选择机制不同，而且平台通过智能化的推送和分发机制，不一定会主推相应的短纪录片。但是当出现热门纪录片时，大家会一窝蜂地重复传播，如《经典传奇》这档节目在搜狐、爱奇艺、优酷、迅雷看看、凤凰五家纪录片频道上线。热门纪录片的资源重复化虽能扩大社会接触面，但不易树立品牌。在这种情况下，过分迎合平台或传播渠道，只能是分散的、动态的、非线性的短纪录片播放，这样的融合模式显然不利于纪录片长远发展，更深层次的融合应是组织结构性融合，因此，应竭力开拓自己的分发渠道、建立自己的用户基础、孵化自己的品牌。2018年，央视纪录频道首次推出“V9视频”概念，创造一个涵盖央视原创、委托定制、全民创作纪录片的新语态和横跨移动端、电视端的短视频新品种，央视以开放每月举行的频道选题大会的方式，让合作伙伴最快、最大限度地了解旗舰卫视的需求方向，从而实现节目生产平台从“粗放采购模式”逐步转向“创意定制模式”。这是在短纪录片品牌方面的一次基础性尝试，具备了传统媒体专业化、精英化的基因，同时使UGC内容为PGC平台贡献力量。

结语

本文探索纪录片与短视频的融合，其一，并不能指望短视频适合所有的纪录片传播，更不能指望纪录片只依靠短视频一种传播途径。纪录片和短视频的融合并不意味着电视、大银幕等纪录片传统载体将必然式微，恰恰是从电视到电影院大银幕，到网络平台再到移动客户端的整体构建，使“大端”与“小端”纪录片互补共生、相得益彰，其最终目的是让更多的人以各种形式接触到内容产品，从而得到更好的信息服务。其二，也不能一味杜绝或吐槽文化含量低的短视频。互联网激活了存在于复杂关系网中的个人，也为网络中的个人赋予权力，一味杜绝文化含量低的视频，则容易剥夺个人自由的表达权，压制UGC短视频的创作，破坏短视频传播生态，应在包容、尊重的基础上积极彰显优质内容。进一步探究纪录片与短视频的融合，需要智慧，也需要更多人的参与。

注释：

- ①②[加]马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介：论人的延伸》，何道宽译，译林出版社2011年版。
- ③杨击：《纪录片三论：源起、构造和真实性》，《新闻大学》2016年第6期。
- ④王家东：《微纪录片的命名与发展》，《中国广播电视学刊》2017年第5期。
- ⑤何苏六：《融媒体环境下纪录片生态的思考》，《现代传播》2017年第6期。
- ⑥王剑：《“沙漏”模式、融合传播、产业营销——融媒体时代中国纪录片发展新趋势》，《浙江传媒学院学报》2017年第10期。
- ⑦秦璇：《短视频中微纪录片的特征分析——以“二更”视频为例》，《东南传播》2018年第4期。
- ⑧王永刚：《论优秀纪录微视频的艺术品质与叙事技巧》，《电视研究》2017年第2期。

作者系兰州城市学院传媒学院副教授；本文系兰州城市学院青年基金项目（LZCU-QN2017-12）的研究成果