

从《赶市》看政论片如何“传情”

刘 徽

宁波广电集团继2017年推出政论片《潮涌东方》之后,2018年再次打造政论记录片《改革开放:宁波再出发》。其中,《潮涌东方》获得了浙江新闻奖重大主题报道一等奖。《改革开放:宁波再出发》获得宁波新闻奖重大主题报道一等奖。政论片涉及的主题和题材必然较为宏大,如何把节目做得好看,在回顾历史、交代背景、挖掘意义的同时,还要讲情、传情、共情,让内容生动感人,使观众产生共鸣,从而实现真正有效的传播。本文以《改革开放:宁波再出发》第二集《赶市》为例,来探讨政论片如何“传情”。

一、从表现传递普通百姓的朴素情感入手,引发观众的共鸣。

《赶市》要展示四十年来宁波经济发展走过的辉煌历程,总结改革开放的历史经验,主题和题材不可谓不宏大,这样的节目如何开篇?在切入主题的同时,又能打动观众,是颇费周折的。

《赶市》开篇讲述的第一个人物陈钧定,是普通人,也是改革开放的亲历者。40多年前,从父亲那里学会理发手艺的陈钧定,从收音机听到一则新闻,广州开始允许老百姓申请个体工商户,让他心头一亮。他马上向宁波的工商部门提出了申请,遭到拒绝。心有不甘的陈钧定鼓起勇气,向远在北京的国家工商行政管理总局写了封信,想问个究竟,竟然得到了总局的回信。

他是宁波第一个申请个体工商户营业执照的理发师。40年过去,陈钧定并没有成为什么富豪,依旧还坚守在他那小小的理发店里。在画面上,他小小门面的理发店,简朴的衣着,不太标准的普通话,都反映了他作为普通人的生存状态。宁波的经济改革和发展,正是有了无数像陈钧定这样的普通劳动者的参与,才有了涓涓细流汇成大海的辉煌。这个普通人的创业故事,在《赶市》中大放异彩,让人印象深刻,自带魅力流量。

陈钧定身上,有着最为朴实的梦想:勤劳致富,过上好日子。这种普通人身上朴素而美好的愿望,是每一个人共通的情感。这样的情感,更容易打动人,让观众产生共鸣。把陈钧定的故事放在开头,原本高大上的政论片立刻给人一种放低了身段的感觉,拉近了与普通百姓的距离,变得亲切动人。

这样的创作理念与叙述手法,从一开始就奠定了全集的基调,贴近观众,生动可感,打动人心。

二、挖掘传递成功人士身上的人情味,引发观众的认同感。

《赶市》第二个出场的人物是雅戈尔集团的董事长李如成。李如成和雅戈尔的创业传奇,宁波人耳熟能详。这种家喻户晓的传奇人物的创业故事,如何做出新意?如何展示他富有人情味的一面?

在片中亮相时,李如成还是刚刚回乡的知青,还是乡镇企业——青春服装厂的厂长。那段创业岁月,留给李如成的是

产权制度不明晰的种种苦恼。他在采访中告诉记者：那时乡里规定，厂里职工每人每月只能发两块钱奖金。由于经常加班加点，厂长李如成把奖金增加到每月四块钱，却遭到了乡里领导的坚决拒绝，这让厂长李如成十分苦恼。这种今天看来近乎笑话的细节，却是那个时代真实的写照，在阐述乡镇企业产权制度改革的同时，也很好体现了历史人物的人情味。

这样的细节，精彩生动，让人过目难忘，因为里面融入了人物的真情实感。李如成的苦恼，也正是那个时代千千万万乡镇企业厂长经理的共同的烦恼，乡镇企业产权制度改革势在必行的道理，就水到渠成，不言自明了。和李如成的青涩出场不同，同为传奇人物的峰亚电器董事长邬照锋，在《赶市》里一出场，可谓意气风发，一副成功企业家的形象和气派。他正参加2018年10月的广交会。但随着话锋一转，镜头就切入了当年的“困境”。20年前，小企业主邬照锋没有资格参加广交会，每年只能靠买黄牛票进入会场；拿不到展位，只能蹲在场馆外面，用蛇皮袋摆地摊，到处散发企业小广告，千方百计找订单。邬照锋的经历随后引出了“西店农民企业家包机闯广交会”的创业故事。

2000年10月17日，宁波市宁海县西店镇政府组织50家企业120多名农民企业家，包机前往广州“参加”第88届广交会。这120多名农民企业家中，有三分之二的小企业主和邬照锋一样，没有正规参展资格。中国的农民企业家当年就是这样筚路蓝缕，艰苦创业，硬是凭着敢闯敢拼的精神，挤入了国际市场，让外贸成为推动宁波经济发展的两个轮子之一，让中国成为威名赫赫的“世界工厂”。

尽管《赶市》讲述的是宁波经济发展的辉煌历程，采访的人物大多是功成名就的风云人物，但编导选取的片段，往往是他们青春岁月里艰难的奋斗和辛酸的故事；透过他们光鲜亮丽的形象，展示他们努力拼搏的过往。这就拉近了风云人物与普通观众的距离，把他们的创业史、奋斗史讲出人情味。观众愿意看他们的奋斗故事，因为在这个时代无数人都在奋斗着；他们的奋斗故事又和改革开放40年的时代变革紧密相连，水乳交融。无形中，观众已经身临其境，走入了片子营造的40年改革开放大变革的拟态环境中。

三、倾心打造“视觉盛宴”，激发观众的爱国爱家之情。

希望家乡繁荣，希望祖国富强，是每一个人心中最为朴素的情感和愿望。

政论片《赶市》，向观众传递了普通人的朴素感情，讲述了大佬们人情味十足的过往，将观众带入到改革开放的大变革之中。这些企业家身上，延续着宁波帮“敢为天下先”的创业精神，又增添了改革创新为核心的时代新内涵，他们以自己的志向、智慧、心血和骄人业绩，不断为家乡宁波的发展奉献力量，也不断刷新世界对“中国制造”的认知高度。《赶市》的主创人员在反映四十年来宁波经济发展的辉煌历程时，努力向观众传达这种爱乡爱国的自豪感，这种传达带有浓厚的电视特色，用声画合一的手段和精美的包装，向观众奉上一场“视听盛宴”。为此，主创人员们上山下海，拍摄了很多展现宁波之美的画面，最终在片中得以呈现。城市、乡村、海洋等航拍延时画面，既表现宁波山河之壮美，又反映城市发展之日新月异。车流不息，日月交替，海浪滚滚，铸就辉煌。再配以气势磅礴的音

乐，动感十足的快剪，以及画面展现节奏或快或慢的迅速切换，诸多视听元素的精心运用，营造出强烈的视听冲击力，具有年轻范和时尚感，让人震撼和热血沸腾。

有理论研究认为，人体接受的外部信息大约70%来自视觉、听觉和嗅觉。对视听信息的高接受度是人类的天性。正因为此，好莱坞许多大片剧情虽然属于简单复制，但是特效震撼好看，观众就肯买单。近年来宁波广电集团推出的政论片都非常重视“视听元素”的运用，倾心打造了一场又一场“视觉盛宴”。《赶市》结尾部分，高科技企业流水线生产，机器人操作，庄严的升国旗仪式，以及五星红旗在空中飘扬，画面剪辑随着音乐的跌宕起伏呈现或舒缓或紧张的节奏感，一次次营造了令人感动、催人泪下的氛围，充分激发了观众心中的爱乡爱国之情。

四、巧妙运用资料画面，传递怀旧之情，增强时代感召力。

反映宁波改革四十年的政论纪录片，回顾历史，致敬时代是必不可少的内容，也不可避免地要用到大量资料画面。《赶市》一集中，大约有一半左右的画面是资料镜头。如何用好这些历史画面，避免解说词+画面的“两张皮”现象，非常考验编导的功力。

为了用好这些珍贵的资料画面，大家动足了脑筋。比如像邓小平会见包玉刚之类的视频资料，由于时代久远，画面比较陈旧模糊，影响收视效果，编导用老式电视机播放的方式来展现，就很好解决了这一问题；习近平总书记发言的视频资料，我们用国画式背景为底色来展现，给观众营造了观看动态画轴的体验感；李如成在青春服装厂前的六人黑白合影照片，节目用

了照片移景的特效；富邦召开第一次股东大会的照片做了动态特技，让照片里静态的人，有一个慢慢举手表决的动态过程。这些手法的运用和技术上的尝试，让老照片、老画面，有了老电影的感觉，更加富有历史感，传递了浓厚的怀旧之情。黑白的画面，会让观众想起自己的童年、少年和青年时代。40年来，中国在走一条前所未有的新路，40年的沧桑巨变，一切皆成为历

史，而未来又站在新的起点上。很可能在眼下的观众群里，就有未来历史的创造者，未来传奇的书写者。他们的故事，或许有一天也将成为珍贵的资料，被历史所铭记。

五、结语

2019年是中华人民共和国成立70周年。2020年，是中国全面建成小康社会的收官之年。2021年，是中国共产党成立100周年。这些都是会在史

书上留下记载的年份，也是政论片大展身手的好时机。无论主题如何变幻，论述重大主题之外，表达普通人的情感故事，融合个人与时代的关联；打造一场场视听盛宴，巧妙运用资料画面，力求最好的观看效果，增强时代感召力，激发爱国热情，是做好每一部政论片必备的功课之一。

（作者单位：宁波广电集团多媒体新闻中心）