

# Vlog 在电视节目中的应用刍议

沈 钧

**摘要：**由于新冠肺炎疫情的影响，各大电视台应急响应，快速推出了“云录制”节目。录制手法包括单人或个别嘉宾演播室录制、Vlog、视频连线等，在节目创新录制模式上，网络视频尤其是短视频是否能和电视节目融合成为前沿课题，本文以Vlog（视频博客）作为切口，阐述视频内容多屏互动的可能性以及在电视节目中的规范运用。

**关键词：**媒体融合 广电编导 录制创新 Vlog运用

2020年第一季度，受新冠肺炎疫情的冲击，很多节目由于受限的客观条件遭遇了录制困难，电视台日常播出内容青黄不接，节目录制方式成为一大难题。为破除节目困境，“云录制”模式应“疫”而生。据不完全统计，疫情后至少有十余档云录制节目播出，同时也衍生出新的节目录制形式。对于疫情影响下的常态

化节目，作为电视导演需要对前期策划到录制，再到线上线下互动方式进行互联网化的“云录制”，同时不能降低节目品质。于是，节目组尝试将传统节目与Vlog、直播、短视频等新媒体媒介形式巧妙结合，这一做法迅速在各大电视台推广开来。笔者就“云录制”中Vlog的电视应用展开分析。

## 一、什么是Vlog

Vlog是博客的一种，全称是video blog或video log，意思是视频博客、视频网络日志，源于blog的变体，强调时效性。Vlog作者以影像代替文字或相片，写个人网志，上传与网友分享。Vlog视频内容以Vlogger（Vlog创作者）为第一主视觉，运用拍摄和视频技术（剪辑、字幕、特效、贴图和音乐等），形成具有个人标签的视频日记。和时下流行的短视频相比，Vlog没有博人眼球的创意策划，更像是纪录片，平缓的内容节奏，真实的内容记录，

使观众目不暇接流连忘返，逐渐成为了很多年轻人表达个性，记录美好生活的一种方式。Vlog之所以会风靡全球，说到底离不开短视频行业近年来的迅猛发展。有人预测，它也将成为继短视频后，下一个飓风席卷式传播的爆发点。

## 二、Vlog应用在电视节目中的可行性研究

应该说Vlog是互联网的产物，但在面对新冠肺炎疫情的全面阻击战中，Vlog以全新的姿态出现在电视节目中，把原有的综艺工业化流程“轻”了下来，给人以耳目一新的感觉。从录制方式到录制内容，Vlog在电视上的展现较之前的节目显得更加亲民。

Vlog在电视节目中的运用最新研究表明，湖南卫视的《嘿！你在干嘛呢？》比较具有典型性。这档节目是湖南卫视《快乐大本营》制作团队刘伟工作室在紧急情况下，突破惯性思维，从策划到录制，在短短的50小时内，借用“Vlog+视频连线”的全新方式打造出来。与其他“云录制”节目不同，其传统电视技术明显减少，没了演播室，没了专业摄像，节目同样精彩。疫情期间，《快乐大本营》的主持人在节目中“云聚首”，并且以Vlog拍摄设备传递为衔接，用镜头记录下了三兄弟在疫情下与家人的生活实录。节目内容突出亲情、美食、健身等主题，“长沙小燕子”李维嘉妈妈、健身达人海涛妈妈纷纷温情出镜，特别是李维嘉妈妈本土化的幽默因素受到了广大电视观众的喜爱，并且三次登上了微博热搜榜，成为了网友心目中最喜闻乐见的“有趣妈妈”。除此之外，人气歌手陈立农也携妈妈新鲜加盟母子趣味接歌比拼；林俊杰与主持人何炅进行厨艺展示和对决，分享“云下午茶”。原本处于试水状态的节目一直不被人看好，节目初期在邀请嘉宾上，很多艺人嘉宾觉得档次不高，拒绝了节目组的邀请。另一方面，从节目录制质量上讲，镜头时常晃动，取景也不够专业。但是没想到的是，节目一经播出，收视领跑，微博热门话题累计阅读数超50亿次，讨论量超165万条，节目正面及中性评价达到91.8%。《嘿！你在干嘛呢？》以全新的策划创意、非专业的拍摄手法、平民化的拍摄视角、妙趣横生的生活细节展示，让观

众在疫情期间充实力量，耳目一新的内容呈现迅速“出圈”。值得一提的是，节目以“真实”与“分享”为主题，摒弃电视工业化操作流程中的矫饰，全程“素颜”，贴近观众，与观众内心做到真正的零距离，增强广大群众战胜疫情的信心。节目创意的内核与Vlog本身的“真实”特质不谋而合。这档节目把Vlog这一互联网形态在电视屏幕上做到了极致化的展现，也是较为成功的案例。移动互联网Vlog产品成功地在电视节目中被放大，将大小屏连接起来，真实还原，趣味呈现，动情陪伴。

疫情期间，由于大部分记者无法前往武汉采访报道，Vlog同样在电视新闻、纪录片节目中大展拳脚。央视纪录频道疫情期间在融媒体上动作也很大，策划制作了系列短视频《武汉：我的战“疫”日记》。邀请医护人员、武汉市民、外地援助者等疫情亲历者们，采用Vlog的主观视角讲述武汉在抗击疫情过程中的温暖故事。拍摄者更像是央视的特派记者，记录了一线医护人员的工作状态、患者和医护人员的心态、普通老百姓的真实生活、外卖小哥和快递员等的工作状态等，从各个角度展示了武汉人民在危机时刻齐心协力、群防群控的勇气和决心。虽然拍摄水平不高，但内容的真实性以及第一视角的朴实记录很让人动容。央视新闻频道展播了部分内容，结合短片平台“快手”，实现“大屏幕和小屏幕”联动记录，更具参与性和互动性。

本人之前所在的浙江电视台影视娱乐频道也在积极探索，Vlog制播在疫情期间成为日常节目的主力军。王牌美食节目《美食兄弟连》《厨星高照》以主持人和编导家庭美食Vlog形式进行串编，推出了《厨星高照-5家食堂》特别节目，宅家美食成为节目的主题。疫情之下，生活不能停歇，美食不可辜负，用镜头记录美食，也成为了宅家生活的一幅美丽画卷。这个栏目的每期节目时长为25分钟，分为主播宅家菜、美食大咖秀、厨房夫妻档、星级主厨家常菜等版块。平时在镜头面前展现风采的主持人，也摇身变成了摄像和编导。与此同时，栏目还向观众征集Vlog，让更多的观众参与其中。其中收到投稿者年龄最小的观众才上

小学，他的Vlog作品完全不亚于成人作品。用手机记录生活，用手机记录美食，电视美食节目融入Vlog这一形式后又做了大胆的尝试。《娱乐高八度》在疫情期间缺乏娱乐资讯、电影快报的情况下，积极策划，用Vlog的形式记录了美妆、健身等观众关切的话题。

### 三、Vlog创作技巧解析

Vlog是集图像、文字、音频于一身的多种信息运用的视频形式，同样需要基本的采编素养，但Vlog的个性化语言又具有区别其他视频内容的重要特征。

#### （一）设备调试

使用手机拍摄Vlog在现实生活中被广泛运用，它的优点在于高效便捷，且成本低廉。对于拍摄Vlog来说，最实用的只有这样几个功能点：高清、防抖、HDR，如果有广角功能更好。

高清，指的是高分辨率，这和摄像头硬件参数有很大关系。比如华为的P40主摄采用5000万像素超感知摄像头（广角，f/1.9光圈，OIS光学防抖）、4000万像素电影摄像头（超广角，f/1.8光圈）、800万像素超级变焦摄像头（10倍光学变焦，f/4.4光圈，OIS光学防抖）、800万像素长焦摄像头（3倍光学变焦，f/2.4光圈，OIS光学防抖）、3D深感摄像头，已经不下于专业设备。普通的高清智能手机在硬件设备上也已经足够达到拍摄需求。拍视频的话，可以开启最高分辨率，4K自然是首选，但是分辨率越高，占用的存储空间自然也会越大。一般情况下，选择1080p HD，30fps，也能满足电视播出的要求。

防抖，很多智能手机已具备EIS（即电子防抖）功能，能够减少由于手抖导致的画面抖动。为了保证画面质量，还可以选购三脚架或手持云台作为辅助，大幅提升画面稳定性。

HDR的功能是在压制高光的时候保留更多的画面细节，在拍摄条件不允许的逆光条件下非常重要。拍摄Vlog出门取景的时候，如果手机不具备HDR功能，室外强烈的阳光下，被拍摄者可能只剩一张大黑脸了。

广角，尤其是旅行主题的Vlog，在拍摄风景素材时，开启广角视频功能，画幅会大为提

高，增加画面的实际内容。

#### （二）拍摄手法

从接触面上来讲，Vlog创作者的目光总是直视观众，或者更准确地说，是直视镜头。Vlogger（视频博主）更像是导游，带领观众进行视线转换。Vlog作者与观看者分享自己的故事，我们把这类视频称为“提供类图像”。视频中，为了达到与观众的亲密距离，拍摄景别主要以头部和肩部的中近景为主，包含部分背景。视频中尽量不要出现倾斜的视角，因为倾斜的视角在一定程度上给人带来疏离感，这与人的视线习惯有关。因为从垂直视角来分析，视角是平视的，保证了Vlog作者与观众之间的关系是平等的。

Vlog要做到个性化的记录，就应该在色彩饱和度、亮度和色调上下功夫。因为这些拍摄参数具有高情态性。《厨星高照》很多主持人在拍摄菜品环节时，下足了功夫，浓郁亮丽的色彩，近距离地采集声音，这样来营造氛围，让观众似乎身处真实的环境，具备了高情态性。特别是互动关系的构建，形成实际交流意图，这与传统的电视节目有一定区别。

为了增加Vlog的趣味性，要善用手机自带的拍摄功能，比如慢动作，有些高配置的手机甚至可以做到960fps的慢动作录制。通俗来讲，一秒内的动作可以32倍超级慢放，有些手机还有流光快门、延时摄影等功能。有些视频APP甚至有些不错的视频滤镜也可以用到实际的视频拍摄中。

拍摄过程中一定不要怕麻烦，要留出足够的拍摄素材给后期。同一场景万一素材拍摄出现问题时，可以拿别的镜头替换，否则会造成故事场景的缺失，让观众无法衔接故事内容。此外，还要避开嘈杂的环境，有条件的Vlog作者可以选购一个外接话筒，或者采用后期减弱同期声的方法，配以合适的Vlog主题音乐。

#### （三）视频拼接包装、声音展现与处理

后期视频处理既可以用专业的剪辑软件，如Premiere、Final cut等，也可以选用一些不错的手机剪辑软件，如剪映等。这些手机软件大大降低了专业操作程度，方便快捷，包装效果也可以增加视频的趣味性。画面拼接除了基

本剪辑要求外，从画面拼接和画面包装上，更要讲究个性化。由于Vlog隶属于短视频范畴，因此剪辑节奏也至关重要。

前述已明确指出Vlog的个性化语言又是区别其他视频内容的重要特征。这不是配音，而是现场主述。除了优秀的文案外，有意思的是声音副语言特征如音调和音质能展现故事情节，比如压低声音，暗示与观众说悄悄话来描述身边人，而这些话又不想让当事人听见，这样变相地拉近了与观众的距离，达到了互动的目的。音乐、音效同样重要，但大体与传统电视节目运用方法相当。

#### 四、Vlog发展创新趋势研判

Vlog在电视节目中的应用是应急策略使然，多数是节目组为了解决疫情下的录制问题。Vlog节目内容无非是展现个人生活，如美食、游戏、谈话等互动模式，看点无非是素颜、翻

车内容等的真实展现。由于设备的局限性，画面显得粗糙，对于电视屏幕来说，专业化程度不够。随着复工复产的推进，电视屏幕上还会继续出现Vlog的身影吗？

基于以上问题，笔者认为，不会成为主流模式，但也绝不会昙花一现。目前来看，Vlog内容只是电视节目创作的应急方案，但随着5G、AI等技术的发展，大屏小屏多端互动以及更多新媒介的加入，未来创作空间值得期待。因为Vlog在打破地域限制，增强电视节目的社交属性，受众群体年龄下沉，个性化内容露出等方面具有明显的优势。深度挖掘Vlog在电视节目创作中的潜力，将有利于突破传统的制作思维，提高节目质量，消除观众对电视节目的审美疲劳。

（作者单位：浙江电视台教科影视频道）

