

突出“人设” 强化“脚本” 注重画面

——从《暨阳微时论》看人物类短视频创作要点

胡正涛 叶京取

摘要：在融媒传播的新格局下，短视频成了受众最受欢迎的媒介产品之一。在此背景下，传统媒体抓住媒体融合改革的机遇，纷纷深耕短视频创作领域。除了常规的新闻类短视频之外，人物类短视频也成了重要的创作方向。但是，对习惯于传统电视人物报道创作的传统媒体人来说，人物类短视频的创作是一个全新的挑战。本文以诸暨市融媒体中心推出的人物类短视频专栏《暨阳微时论》为研究样本，从人物选择、编导能力、拍摄技巧等方面展开分析，探寻人物类短视频的创作要点。

关键词：人物类短视频 人设 脚本 画面

短视频是新媒体强势崛起后的媒介产品形态，不需要解说，依托有张力的画面、起点睛作用的同期声和字幕等来展示一个完整的故事。人物类短视频，顾名思义是以展示人物形象和人物故事为主的短视频。与传统意义上的电视人物报道相比，虽然都是以视频为载体，但是人物类短视频的创作却比传统电视人物报道有更多的要求。

《暨阳微时论》是诸暨市委宣传部和诸暨市融媒体中心联合推出的带有政论片色彩的人物类短视频。作品本身自带新媒体产品的“标签”，但是创作团队都来自传统的报道团队。笔者参与融合创作的过程后，对于人物类短视频的创作有了全新的认识。

一、突出“人设” 让人物形象更有张力

“人设”是新媒体语境下诞生的网络新词，一般指公众人物的品格形象，且被网民们所认同。作为新媒体产品的人物类短视频，既然是



以人物为中心的作品，要在新媒体传播中得到认可，所选择的人物的“人设”显得尤为重要。

传统的电视人物报道，即便是人物故事缺乏有效场景或者是采访对象不善言辞，我们仍可以在“声画两张皮”的惰性概念下用辞藻华丽的解说词来塑造人物形象。但人物类短视频往往没有解说词，只能依靠人物的自述和鲜活的现场来塑造人物形象。这对人物的选择提出了更高的要求。因此在创作人物类短视频过程中，更需要突出“人设”，让人物的形象更有张力。

（一）选取善于表达的人物

在采编实践中，人物类短视频的最后呈现形式大多以自述体为主，这就需要人物能够有比较自然的镜头感，还需要有一定的表达能力。但在实践中，按照这样的标准去选择适合拍摄的人物并不简单。按照采访学上的定义，我们选择的对象在符合上述条件的同时还要契合主题、了解情况。准确地选取合适的人物对于整个拍摄进程来说是事半功倍。

以《暨阳微时论》为例，我们在选择采访对象时都会经历海选、面谈、审定三个环节。

按照这个流程，我们会根据每一期的主题向相关部门征集人选，在初步选定一批采访对象后，我们会和他们见面，了解他们的表达能力，并且观察他们面对镜头的语态，最后才综合各方面的表现来敲定最后的人选。在定好人选后，我们会根据人物的个性，突出其“人设”。如在《暨阳微时论》第二集《田埂上的梦》的拍摄过程中，选取的人物是一位活泼开朗又很有表现力的农业农村局干部，她的口头禅就是“哈喽，我们又下乡了”。这句口头禅就成了这个人物的最好的“人设”。我们的节目推出后，很多本地群众看到她，都会不由自主地打招呼“哈喽，我们又下乡了！”

（二）选取有故事情节的人物

人物类短视频因为没有解说词的铺陈，与传统的电视人物报道相比需要更多的故事细节呈现于画面之上，以利于受众对人物有更加直观的印象。基于这一点考虑，我们在选择人物时，会把目光聚焦在有故事的人身上。因为只有有故事的人，才能展示出真感情；只有具有真感情的作品，才能够打动观众。这样的短视频才具有成为“爆款”的基因。

如《暨阳微时论》第一期节目《致敬英雄》，在策划之初是希望展现抗“疫”一线的医务工作者的风采。当时诸暨市卫健部门和各家医院一共推选了十多位人选，基本上都是医院的管理者或者临床科室负责人。在初步接触后，大部分的人选因为没有直接的抗“疫”经历，本身缺乏故事细节，一开口就像作报告，无法进入到节目所希望的状态，更无法有一个清晰的“人设”。最后我们选择了一位援鄂归来的重症医学科医生，“逆行者”这个称呼就是其最好的“人设”。他因为有驰援武汉的经历，更有离家援鄂之际和女儿之间的约定、在武汉时通过朋友圈募集紧缺物资等一系列有血有肉的故事细节，这些都是让参与的编导和摄像动容的地方。节目推出之后，转发量和点击量累计达到“十万+”。

二、强化“脚本”让创作进程更加优化

传统的电视人物报道与人物类短视频在采制过程中的差异还体现在创作模式的不同。传统的电视人物报道，记者的采访可以采用开放

式的提问形式展开，从中选取合适的内容。但是人物类短视频因为短小精悍的前置条件，在坚持多用闭合式提问方式的同时，一定要选取最符合人物特性、最契合主题的内容。在这个过程中，我们要确立采访与叙事的区别，强化编导作用的同时更要发挥“脚本”在创作过程中的作用。

（一）精心准备“脚本”

“脚本”是叙事的承载所在。作为新闻属性的传统电视人物报道，在实践中比较忌讳“脚本”先行。但是人物类短视频则更多地需要有编导的提前介入，要注重“脚本”的构思。可以说，“脚本”创作成功与否是整个节目最后能否出彩的关键。以《暨阳微时论》为例，在创作之前，我们都会和事先选定的人物展开多次的交流与沟通，并在这个过程中敲定最后的创作“脚本”。简言之，就是把所选取的人物身上的故事给精准挖掘出来。

在实践中，主创人员每次在和采访对象交流后，都会要求采访对象根据拟定的主题罗列出自己身上与主题契合的内容，并提供初稿。主创人员根据这份初稿，结合短视频拍摄的需要，继续与采访对象进行多轮的讨论和修改，选取最具代表性的情节来进行展示，最后敲定大致的“脚本”。事实证明，这样的操作模式不仅可以让整个拍摄进程更加顺畅，也可以让叙事的主题更加集中。

如在拍摄《暨阳微时论》第三集《危中求机》时我们要展现企业主在复工复产中的挑战和机遇，因为主题大、时间跨度长，叙事进程很难把握。笔者作为编导就提前在“脚本”上下功夫，用了将近半个月时间了解企业主在复工复产中的故事，最后梳理出了她在复工复产中曾经数次动议又推翻上马新的生产线的故事，并根据这条主线，最后拟定了“脚本”，后期采访创作为此有了“主心骨”，叙事更精准，也更能为主题服务。

（二）善于深化“脚本”

虽然有“脚本”在先，但是我们在创作过程中，所选取的人物在现实场景中往往有很多跳脱于“脚本”之外的精彩表现，这就需要编导能够把握进程，在创作过程中要善于深化

“脚本”。同时在拟定的“脚本”基础上要避免陷入“议程设置”的影响。在创作过程中把握好“脚本”中的内容，更要敏锐地捕捉到人物在拍摄过程中展现出来的意想不到的细节和故事。

正因为如此，编导在创作过程中既立足初定的脚本，更会在整个拍摄过程中挖掘更多的人物细节和故事，以此来丰富作品的内容和内涵。以笔者自身的实践为例，在创作过程中会不断地采用追问法和启发式的提问来激发人物更多的内心故事，每次都收到了很好的效果。

以《暨阳微时论》的第五期节目《社会治理》为例，笔者在选定拍摄对象后，让其按照我们的主题和要求拟定了一份初稿，她只是简单罗列了自己工作中的日常故事和几件印象深刻的调解案例。我们按照这个初稿拟定了初定的拍摄脚本。但是在创作过程中，这位人物又对自己调解员、宣讲员、讲解员多重角色进行了重新定位。主创人员把这个传递出来的最新内容充实到原先的“脚本”后，最后呈现的节目效果比初定的内容增色不少。

三、注重画面 让作品呈现触动人心

传统的电视媒体人对转型创作短视频曾经一度充满信心，认为画面拍摄是电视新闻人最大的优势。但是，在实践过程中，对画面有感固然是一种优势，但是长期以来形成的电视新闻的拍摄思维却也成了传统电视媒体人在短视频创作过程中不可忽视的短板所在。短视频尤其是人物类短视频因为传播逻辑的不同，对画面的要求更高，对于摄像的拍摄技巧要求也更高。

（一）多机位合理调度 让画面更加丰富

传统的电视人物报道，单机位拍摄是常态。但是作为用画面语言呈现人物形象的人物类短视频，多机位拍摄是必要的配置。这就要求摄像在拍摄过程中要注重主机位与副机位的合理调度，让现场有效同期声和关键画面都能够做到不遗漏。

在创作《暨阳微时论》的过程中，我们采取的都是双机位拍摄的模式，个别复杂的场景甚至配置了三到四个机位。一般情况下，在主机位拍摄时，人物在画面中的位置必须适当，

构图需要把握空间的均衡，通常以中近景为主，需要顾及肢体动作，以及和特定背景之间的距离感。而副机位要和主机位的景别区别开来，以近景或局部特写为主，所以副机位通常会着重反映人物的表情、神态和面部细节，有效地抓住细节会使得整个画面更有冲击力。

（二）运动感贯穿始终 让画面更加灵动

在电视新闻人物报道中，常规的报道规范是多使用固定镜头。但是，对于人物类短视频来说，运用过多的固定镜头会使整个画面的基调过于呆板。这就需要摄像在拍摄时灵活运用运动镜头，让画面整体看上去更有活力、更为流畅。

在实践过程中，我们会注意多使用跟随类的镜头，这样一来可以更加客观地反映整个故事的行进过程。同时我们也尝试使用大幅度的摇镜头和长距离的移镜头，可以更加开阔地反映人物和场景之间的联系。在此基础上，还可以使用焦点的转换，以便更好地体现出人物与特定事物之间的联系，同时让画面更具层次感，让人不觉得单调。

如在《暨阳微时论》第四集节目《跨“界”》中，我们选取的人物是一位经常往返于诸暨和杭州的科创人才，其中大部分的场景都是运动的状态。为此我们全程采用了运动拍摄的模式，双机位全程伴随拍摄，主人公在高铁上争分夺秒修改方案、在实验室里检测产品参数等场景都因为运动镜头的灵动感，成了整个短视频中的亮点所在。作品推出以后，让人看了还觉得意犹未尽，收到了良好的共情效果。

四、结语

综上所述，在创作人物类短视频时，我们既要充分发挥传统电视媒体人在视频拍摄上的优势，更要充分了解人物类短视频全新的创作手法，遵循新媒体的传播逻辑和受众需求，在人物选择上做到更加精准，在编导能力上进行自我提升，更要在拍摄过程中注重多机位的配合和运动镜头的使用，从而让我们的人物类短视频更有受众市场，进而在全新的媒介产品传播过程中更好地弘扬主旋律、传递正能量。

（作者单位：诸暨市融媒体中心）