

浅析温产纪录片的 创作路径与传播策略

郑雨辰

摘要：纪录片创作以文化为内核，以纪实影像为依托。在当下的纪录片创作环境中，创作者应着力挖掘更具地方特色的题材内容。近年来温州深耕地方题材，在创作上精益求精，在传播上力求创新，为温产纪录片创作和传播的可持续发展打开了新的视野。

关键词：温产纪录片 地方性 文化特征

当前，纪录片创作市场迎来了良好的发展态势，各类题材、风格迥异的纪录片创作不断涌现，但同时，相较于电视剧、电影及短视频等题材，纪录片仍属于非热门的题材，其受众面较为固定，且曝光度和热度与当红的影视剧相比也有一定差距。对于各城市台而言，纪录片的创作更是一项较为艰难的挑战，其创作周期长，拍摄难度较高。如何将这类看似不够热门的题材做出门道，做出水准，非常考验纪录片创作者的功底。近年来，温州涌现出了一支态势良好的纪录片创作队伍，他们依托广电的平台力量，高举“温州题材、本土创作”的文化旗帜，创作出了诸如《拔五更》《瓯越之华》《世界矾都》《新海霞》《六院第一线》《温大记忆——叁圆券》等一批优质纪录片，为温产纪录片的发展探索出了一条可持续发展之路。

一、温产纪录片的创作特性

“地域文化一般是指特定区域内源远流长、独具特色，传承至今且仍发挥作用的文化传统，是在人类聚落中产生和发展的，以世代累积的集体意识为内核，以特定区域的风俗、民情、宗教、习惯、神话、方言，包括自然生态和种族沿

革等组成一个相互关联的有机系统。”^①地域文化是地域文明的重要内涵和体现。对于温产纪录片而言，强烈的地域性表达，是其不可或缺的内在支撑，也是其在纪录片领域得以脱颖而出的关键。

相较于央视和省台推出的纪录片，温产纪录片的切口更小，关注点更为集中，但这并不意味着纪录片的可看性会有所缺失。恰恰相反，在当下，越是地域性的文化展现，越能引起观众的兴趣与好奇。可以说，鲜明的地方文化特色已成为城市台纪录片走向全国乃至全球的一张名片。在地域性表达方面，温产纪录片已经累积了一定的经验，形成了一定的美学风格。

二、温产纪录片的创作策略

温产纪录片的创作主题扎根于广袤的瓯越土地。温州有着2215年的建城史，1700年的建郡史。悠久的历史赋予了这座城市取之不尽的文化财富。名人往事、历史掌故、自然山水、地域美食、经济发展、社会演变等，只要创作者善于挖掘，就能从这片土地上捕捉到真实且动人的声音。创作对象鲜明的地域特质、创作者本身地域化的思维惯性，两相结合使得温产纪录片可以有效而真实地记录地域历史，弘扬地域特色，也在一定程度上为地域文化的保存与传承做出了积极贡献。

（一）在宏大的时代主题中，探寻地方性的切入点

在当下，如何聚焦时代主题，以创新性的表达传递主流价值、揭示时代风貌，已经成为每位纪录片创作者必须思考的问题。宏大的主题如何

落地？以什么样的题材支撑主题？以什么样的角度切入其中？抱着种种思考，温州纪录片创作团队将种种时代命题放置于温州的文化背景中进行审视，通过地方性、个性化的诠释，创作了一系列的优秀作品。在系列短纪录片《温州古村落》中，我们看到“绿水青山”“乡村振兴”等时代主题最自然且生动的演绎；在系列短纪录片《温州人文景观》中，我们在古建筑的斑驳遗迹之上，寻找家国变迁的记忆；在纪录片《拔五更》中，我们通过一项古老的民俗活动，感知非遗文化真实而鲜活的生命。尤其是在改革开放相关的母题上，温州创作者有着天然的优势，因为温州的改革开放史本身就是一部中国的改革开放史，温州人在改革开放的大浪中是最为醒目的一批先行者。在纪录片《世界温州人》中，创作者以大历史的视角，全球化的高度，阐述了世界温州人这一特殊群体跌宕起伏的人生命运。宏大主题与微观叙述相结合，让观众有了切身之感。创作者精心提炼，聚焦典型场域、典型人物，通过一栋满载历史回忆的老建筑、一处远离世俗尘烟的风景、一段励志而艰辛的创业故事，以小见大，结合时间节奏和空间跨度，呈现更为丰富的层次，在大视角的站位下，又不失小清新、小情怀，既彰显大国风范，又突出地方特色。

（二）在平视的叙事角度中，营造克制的人文关怀

平视是对被记录对象真实客观的阐释。在艺术创作过程中，创作者为了实现自己的艺术理想，可能会对拍摄对象进行拔高，从而使其屏幕形象在一定程度上脱离了群众。也有个别创作者为了收视率的考量，而采取猎奇甚至扭曲的角度叙述客观对象，使其失真与失实。在温产纪录片中，创作者常常隐形于摄像机背后，让被摄对象以一种与观众平等对话的方式出现在纪录片中。在30集系列微纪录片《瓯越之华》中，创作团队摒弃常见的解说形式，让被摄对象尽可能多地发出自己的声音。在片中，个人的口述和体验被影像放大：九十余岁的作家渠川回溯着抗

美援朝的烽烟炮火、山西票号的历史风云，最后将自己的经历都化作铅华洗尽的一行行文字；音乐家邹跃飞兴奋地讲述着自己与音乐难解难分的一生缘分，他音乐创作，始终没有离开脚下的这片土地；瓯剧艺术家方汝将，在不断的自我要求中，打磨出一个个立体而饱满的角色，也让瓯剧迎来了新的发展。而到了纪录片《新海霞》，创作团队又更加大胆地前行了一步，他们只留下了凝视的眼睛，没有解说，没有采访。一群90末00后的女生，来到了海霞的军营，做出了与众不同的青春选择。她们在海岛训练、生活，飒爽、强悍的风采，隐含着不为人知的辛酸历程。摄像机捕捉到了这群女兵最真实也最鲜活的生命，所有的呈现都是克制的，观众听不到赞誉的解说，却真真切切地感受了海霞精神的当代诠释。

（三）在真实的影像底色中，融入诗意的美学态度

真实的影像对保存群体记忆、存续文化和文明起到较好作用。创作团队在寻求真实的基础上，并没有放弃对艺术之美的追求。30集系列微纪录片《瓯越之华》中，摄像风格在写实中掺杂了适度的诗性写意，变化的镜头引领观众欣赏着文学之美、书画之美、戏曲之美、舞乐之美，艺术家们所倾心追求的艺术之境，通过升华后的影像展现在观众眼前；在纪录片《世界矾都》中，厚重大气的影像与深邃凝结的解说相互交织，呈现出非凡的表现力与感染力，一种立体式、充满中国气派的美学形态得以淋漓尽致地展示；在美食系列纪录片《吃在福鼎——百姓家》中，一碗碗美食映照出热烈的生活、丰富的文化、细腻的情感。该系列超越了单纯记录的影像，成为“平凡美学”的最好诠释；在纪录片《六院第一线》中，镜头聚焦抗疫第一战线的医护人员，一个个具体的人在特殊的历史时刻，迸发着人性的光辉，充满崇高美、悲壮美的精神群像得以树立。此外，还有纪录片《考古巨擘夏鼐》的历史之美、系列微纪录片《温州古村落》的传统之美、纪

录片《拔五更》的民俗之美、系列微纪录片《国医马大正》的医学之美，创作者始终注重从摄影、音乐、解说等入手，借鉴更先进的创作手法，促进美学风格的演变和整体水平的提升。

三、温产纪录片的传播策略

经过多年的探索和积累，温产纪录片已经成为温州影视文化创作领域的一张名片。而在讲好温州故事的基础上，如何传播好温州故事，成为创作者需要进一步思考的问题。“传播的本质就是通过设定传播内容形成受众对地域认知的广度和深度，进而在地域内和地域外的受众思想中构建一种形象。”^②当今社会，互联网跨越地域和时间的限制，将大批量的观众紧密联系在一起，不断更新的技术、媒介、平台，也为纪录片传播率和关注度的提升提供了更大的空间。在传播内容、传播方式和传播机制方面，都需要采取相应的策略，才能使纪录片的传播效应最大化。

（一）网生化的传播内容

新媒体技术的发展，使得方寸大的手机屏幕代替了传统的电视屏幕。这也对纪录片的传播提出了更为细致严谨的要求——在有限的时间内抓住观众。在研究了当下网生态观众的心理特性后，温产纪录片创作团队紧扣“精炼化”“个性化”“多样化”等关键词，定制了两类适合网络传播的内容。第一类是微短纪录片，如《青灯先生》《国医马大正》《瓯越之华》等。这类纪录片统一的特征是“小而美”“短而精”，3-5分钟的时长，集中讲述一个人或一件事。在画面上，强调内容的精致度；镜头方面强调丰富感与视觉美；音乐方面强调和谐度和氛围感的营造；叙事节奏上，针对受众群体，选择更为简洁明快、叙事效率更高的节奏，以迎合网络中年轻人的审美。第二类是在长纪录片的基础上，私人订制网络传播的短视频版本，如随3集长纪录片《世界矾都》所推出的《矾都故事》《矾客情》，随长纪录片《考古巨擘夏鼐》推出的先导短片《追梦的人》，随《瓯越之华》完结推出的“收官短片”等等。这类短视频更注重截取个性化的内容进行展示，并通过浓缩的画面影像，表达纪录片的价值与主旨。“因地

制宜”“因时制宜”“因事制宜”，已经成为创作团队构建网生化传播内容的不二法宝。

（二）多元化的传播平台

纪录片的传播以往集中在专业的纪录片频道和电视台，新媒体崛起之后，在用户积累和传播力、互动性上彰显出了优势。温产纪录片在传播上也在尝试更为多元化的渠道和平台。

一是电视大屏。电视作为主流的传播平台，一直是温产纪录片的首播集结地。温州电视台各频道涵盖了温州本土主要的电视观众，在地域化传播中占有较大优势。此外，省级电视台作为辐射全省的电视媒介，能有效帮助温产纪录片在全省打开知名度。影响力较大的浙江广播电视集团属下频道，便是温产纪录片努力争取的播出平台之一。

二是综合视频网站。随着网络普及速度的加快，爱奇艺、优酷、腾讯、哔哩哔哩、咪咕视频等都推出了自己的纪录片频道。这类视频网站的纪录片流量也是十分可观。非遗民俗纪录片《拔五更》、系列纪录片《瓯越之华》等，都在优酷、爱奇艺、哔哩哔哩等网站取得了一定热度。

三是新媒体平台。在纪录片的传播推广中，新媒体正扮演着越来越重要的角色。台网联动、多屏传播已逐渐成为纪录片传播的新常态。尤其是近段时间以来，温产纪录片登录浙江广播电视集团牵头打造的重文化大传播平台——Z视介客户端，在纪录片版块发出了独有的魅力光芒。同时温州本土的新媒体平台“温度”也推出了纪录片版块——温度纪，为纪录片爱好者提供了一扇窗口。党的二十大召开之际，短纪录片《匠人匠心中国梦》通过线上线下铺开全方位、立体化、多平台的宣传推广，赢得了良好的口碑，同时也得到了央视频、浙江新闻、新蓝网等互联网新媒体平台的推广传播。以抖音、快手等为代表的新兴短视频平台，可以为受众带来日常化的沉浸式体验，也成为了温产纪录片一个重要的输出口。利用高科技的算法工具，相关的纪录片内容可以更精确地被推送至相应的受众群体。

融媒体的矩阵化传播使得温产纪录片有了

更广阔的生长空间。

四、结语

如今，温产纪录片所承载的意义已经不仅限于温州本土。据不完全统计，有70余万温州人散落在世界各地，有超过175万温州人在国内创业。纪录片作为一种国际化的通用语言，可以展现丰富的地域文化，诠释厚重的国家文化，同时也是促进各个地方、各个国家文化交流互鉴的有效手段。温产纪录片已经有了一定的发展基础，也有着良好的发展态势，在创作和传播上累积了有效的实践经验。在未来，温产纪录片还可以借助“世界温州人”的力量，实现国际范围内的跨地域传播，对外讲好中国故事，传播中国声音，

通过创新性的内容呈现，通过国际化的影像表达，让世界了解中国、让中国走向世界，为讲好新时代中国故事、传播中国声音做出独特的、有价值的贡献。

参考文献：

①田中阳《论区域文化对当代小说艺术个性形成的影响》，《中国文学研究》，1993年3月，第62-67页。

②娄连琴《纪录片对地域形象的塑造研究——以2010-2021的山东题材纪录片为例》，山东大学出版社，2022年出版。

（作者单位：温州广播电视传媒集团）