

地方电视台

小成本人文题材纪录片浅析

沈 赟

摘要：纪录片是用影像手段记录和反映时代变化的重要载体，因其具有一定艺术和文化属性，往往区别于其他电视表现形式而备受关注。近年来，各级电视媒体对纪录片的重视和政策扶持愈发加强。但受专业人才队伍和创作经费等因素限制，地方台在纪录片领域的创作上显得捉襟见肘。如何直面困境、破茧成蝶，在成本有限的前提下创作更多质量上乘、口碑优良的人文题材纪录片是摆在地方台创作者面前的难题。本文将立足实际，结合嘉兴台近10年来获奖纪录片的创作以及笔者本人的创作体悟，提出一些思考与建议。

关键词：地方电视台 人文题材纪录片 小成本

根据中国视听大数据(CVA)年度统计,2022年央视和地方卫视播出纪录片967部,播出量位于新闻节目、电视剧之后,排名第三。^①这一数据虽然没有包括地方台,但依然充分说明,纪录片是当今电视创作的重要类型之一,具有不可替代性。纪录片“丹桂奖”是浙江省纪录片评奖体系中唯一的政府奖项,从近5年(2018年—2022年)的数据看,地方台获奖的比例低于50%,其中获得一等奖,即“最佳”作品的比例,更是稳步下滑,2022年度为零件作品。从这一侧面也能反映出,现如今地方台在创作精品纪录片时明显实

力不足或者说心有余而力不足。

那么,在新的时代和新的传播语境下,地方台还要坚持做纪录片吗?有什么优势和劣势?又该如何破局呢?

一、必要性：是自我要求更是时代担当

纪录片作为相对特殊的电视节目类型,因其真实性和艺术性,往往被人称为“国家相册”,肩负着为时代立传、为历史留影的使命,是“讲好中国故事”的最佳载体之一。作为地方电视台,聚焦本地人文题材,挖掘有深度、有力量的人物和事件,用纪录的方式予以影像化呈现,不仅是地方台作为传媒机构的自我要求,更是为本地留下尽可能多而精的文化产物的时代担当。

放眼世界,虽然各界对于纪录片的重视程度逐年上升,产出的纪录片数量也是越来越多,但平台定位不同,再加上人手、时间、精力有限,纪录片创作更多的还应依靠地方台自身的力量。如果地方台不做、不予重视,轻则成为真空地带有缺位,重则有可能带来无法挽回的损失,因为有些内容现在不记录,以后很有可能不复存在。地方媒体说到底还是地方文化体系的一份子。创作地方人文题材纪录片是地方台无法推辞的责任与使命。

二、地方电视台人文题材纪录片创作的优势

(一) 地方台对地方题材的熟知度相较上级媒体更有优势

作为深耕本地多年的地方电视台,无论是对

本地题材的挖掘,还是对地方人、事、物地缘、心理上的亲近感,以及获得本地题材的容易度,都是其他上级媒体或外地媒体无法企及的。

就全国范围,乃至浙江省来说,嘉兴都是纪录片创作的人文富矿。这里不仅有深厚的历史文化,更有厚重的红色文化,历朝历代都出了不少人文领域的大家。这恰恰为地方电视台创作人文题材纪录片提供了丰富的选题与精神养分。

对于本地题材,尤其是对于一些需要长时间跟踪拍摄的现实题材,往往更易操作。比如今年4月份嘉兴南湖区传统非遗表演“南湖船拳”被通知有可能会被选送参加亚运开幕式表演。虽然结果是未知的,但正是这种不确定性给了纪录片创作者极大的空间。从4月到9月,我们组织专班跟踪拍摄,从演员选拔、服装定制、道具确认、组织排练、导演筛选等全流程,跟拍不下40次。最终表演作为开幕式暖场节目成功亮相亚运主会场,我们也完成了微纪录片《老韩的亚运》,记录一个普通人带领团队走上亚运的故事。由于过程中需要“随叫随到”式记录,也就更加适合本地电视台来拍摄制作。

对于某些本土历史人物选题的纪录片,地方台有时也比其他媒体更具优势。比如创作系列纪录片《王会悟》时,创作团队从嘉兴台片库里调取了一段王会悟生前的采访视频,这是嘉兴台记者1991年赴北京采访时拍摄的珍贵画面,也是王会悟本人生前最后一次接受电视采访,是独属于嘉兴台的珍贵史料。已故当事人以这样的方式出现在刻画自己人生的纪录片里,弥足珍贵,不仅是全片的亮点,也体现了地方电视台的独特优势。

(二) 地方台的权威性公益性相较社会影视公司毋庸置疑

随着社会各界对于纪录片的关注与认可,越来越多的社会影视公司也加入到纪录片的创作行列,呈现百花齐放的效果。不过,公司始终是以盈利为目的,在创作时极有可能受资本的影响,选题与内容把关上参差不齐。而地方电视台作为党和人民的喉舌,在题材选择上多从文化传播与社会引领角度考量,往往更具公益属性。同时,由于地方台事业单位的属性,在争取

政府资源、获取政策扶持方面,也更具优势,甚至一些政府单位会主动找到地方台,联合摄制本地题材纪录片。

在传播效果上,如果是一些涉及社会重大主题的内容,地方电视台相较于社会公司也更具权威性。比如嘉兴台2013年创作的系列纪录片《而立之铭》、2015年创作的长纪录片《嘉兴·一九三七》,前者关注1983年撤地建市30年来嘉兴的发展变化,后者关注1937年嘉兴抗战解放的历史过程。这类题材厚重而深刻,需要创作者具有全局站位,再加上这类题材往往并不能带来直接经济效益,因此并不被社会影视公司所看重。

三、地方电视台人文题材纪录片创作的劣势

(一) 专业人才紧缺,创作力量与新时代需求无法匹配

一方面,受经济大环境影响,地方电视台收入下滑,不少传媒专业毕业生并不愿意到地方电视台就业,即使进入电视台体系,也往往更倾向于从事新媒体短视频制作,而不愿意成为纪录片创作者,这从一定程度上造成了纪录片创作总量上的人才紧缺。

另一方面,地方电视台往往是“事业单位、企业管理”的独特体制,创收是悬在每个地方台头顶上的指挥棒。相较于新闻节目,纪录片创作要求高、投入大、周期长,也很难产生直接的广告效益;相较于承办活动,纪录片更是讲投入不讲回报。因此,不少地方电视台已经没有相应的纪录片专门人才。虽然纪录片创作没有完全停滞,但自此多采用跨部门抽调人员或者引入社会力量等临时组合形式,没有固定团队,学习、传承近乎断档。好消息是,今年嘉广、嘉报两大集团合并,新的传媒中心成立时,特意设立人文专题部,并把纪录片创作写进部门方向。

专业人才紧缺带来的另一个问题是结构性缺员,容易使创作者陷入“单打独斗、自我摸索”的困境。在地方台,一位纪录片导演往往既要承担导演、撰稿、剪辑工作,又要兼任制片、后勤、行政、服道化等多个工种。精力的分散、交流的缺少也导致精品力作创作困难,无法适应新时代下纪录片创作的产业规范。

(二) 创作经费紧缺,市场化运作困难

资金在纪录片产业中犹如人体的血液一般

流动于制作的全过程,保障一部部作品的最终诞生。“钱从哪来”是每一部纪录片在立项之初就必须解决的问题。^②

上世纪八九十年代,随着电视的普及,电视纪录片逐渐成为电视台的重要创作形式,不论是国家台、省台还是地方台,都投入了大量的人力物力来创作纪录片。但长久以来,纪录片是电视台“贴钱”创作的观念根深蒂固,如果单位不投钱、不负责人员劳务,则无法开展工作,项目化、市场化的概念少之又少。

近几年,随着观众审美趣味的提升,各种题材、类型的纪录片在网络平台播发,引发关注与讨论,也推动纪录片创作者对于寻求外部经费支持有了全新认识。但受限于制作水平与播出平台影响力等诸多因素,地方电视台往往不能获得更大关注与更多投资。经费的不足导致一些想法无法付诸实践,作品呈现效果大打折扣,这也影响之后的投资,纪录片创作陷入恶性循环。

与此同时,受体制固化的影响,地方电视台往往只重视纪录片创作前期的选题、文稿以及中期的拍摄、剪辑、包装,而并不过多考虑后期的发行、版权出售、衍生创作等等,市场化运作难度进一步加剧。

四、地方电视台人文题材纪录片创作的破局思路

(一) 立足本土, 优先做好小而精的现实题材纪录片

根据地方电视台优势分析可以明确,地方电视台要想创作精品佳作,必须立足本土,深挖本地人文富矿,创作带有浓烈地域特色的人文题材纪录片。

为尽可能科学分析纪录片选题,笔者对嘉兴台2013年—2022年10年间获省纪录片奖的12部作品试作分析。

第一,从作品内容看,人物片更易出彩。嘉兴台12部获奖作品中,有9部是人物纪录片。不管是历史人物,如《沈钧儒这五年》《最后的科特》《以身许国——褚辅成》,还是现代人物,如《哨子哥》《种菜哥》《“候鸟”南繁》,把一个特定人物的故事记录好、呈现好,把人物的情感、精神表现好、传递好,基本上这部作品就立得住、

传得出。相较于宏大的社会叙事,人物题材对于地方台年轻的创作者来说更好把握、更有抓手,也更容易做好、做出彩。

第二,从作品时长看,微片、短片更适合地方台。虽然在嘉兴台获奖的所有作品中,长片、系列片占比更多,但纵观整个省内获奖情况,尤其是近几年的获奖趋势,地方台在执导微片、短片时更容易抓住主题,效果更好。而且对于地方台来说,微片、短片往往需要付出的时间成本、人力成本、经济成本更加可控,更具现实可操作性。

第三,从作品聚焦点看,现实题材更适合地方台。嘉兴台的获奖作品中,现实题材与历史题材对半开,这多少跟嘉兴人文历史底蕴深厚有关。但从实际操作层面来看,地方电视台在创作现实题材纪录片时,往往更易把握,尤其是对于原先没有基础,甚至从新闻转型到纪录片创作行列的从业者来说,现实题材由于跟当下更贴合,理解、调研、把握、采访等都更容易,而且对于地方台,记录当下,往往更能节约成本。

综上所述,从题材的易把握、易接近,以及人员、时间、经费等成本节约角度考虑,地方台可优先做好小而精的现实题材纪录片。在多次实践磨炼能力提升后,再去尝试创作“大部头”纪录片,这样往往更易出成果。

(二) 培养人才, 提高选题能力与时代站位

“得人才者得天下”,这话运用到纪录片创作中也是一样。考虑到地方台工作的实际,从事新闻采编和新媒体创作的人员较多,可从中征集一部分对纪录片感兴趣的人员组成团队,继而扩充纪录片创作人才队伍。

虽说纪录片与其他电视节目类型有所不同,但从选题角度看,都要选人民群众喜闻乐见的、观众感兴趣的题材。一方面我们要多关注时事政治,从上级政府部门的关注中寻找时代命题。另一方面,我们也要俯下身子,到社会基层寻找鲜活选题,尤其是一些现实纪录作品,“记者的敏感性”也是纪录片创作者必不可缺的基本素质。

无论是历史题材还是现实题材的纪录片创作者,都要关注时代主题,把握时代方向。只有这样,创作出的作品才会具有时代性,具有鲜活生命力。即使是历史人物、历史事件,也应融入当今的潮流,用时代视角看题材。比如2022年

嘉兴台获奖纪录片《奔向延安》，讲述的是1942年5月召开的延安文艺座谈会，一批嘉兴籍文艺工作者集体奔赴延安的故事。主创团队多为95后年轻创作者，即使是历史题材，呈现时也更具有青春与当代的视角。他们把这场奔赴定义为“青春的奔赴、热血的奔赴”。

（三）资源整合，符合市场运作规律共创作

前文提到地方电视台在创作精品纪录片时容易遇到人才、资金困局而陷入单打独斗的境地，再加上电视台相对封闭的体制，在多年实践中，较少借助外部资源，这和强调“融媒”的当下格格不入。我们既要拥抱新媒体，也要拥抱融合，拥抱资源整合。这也是地方台纪录片创作的新思路与新方向。

如果地方台在初期创作人文题材纪录片时遇到编导、拍摄、制作等各环节瓶颈，主动寻求与上级媒体或者外部社会公司的合作，不失为可考虑的方向。比如系列纪录片《王会悟》由桐乡市委宣传部与嘉兴台联合出品，引入政府资源既为纪录片创作提供一定资金扶持，也为采访、拍摄等提供各项便利。同时该纪录片在本台人员担任总导演的基础上，特邀央视纪录片频道资深创作者担任顾问指导，并与社会影视公司签订拍摄协议，拍摄、制作统统外包，既节约本台人力，也进一步提升纪录片整体呈现效果，不失为地方台创作纪录片的模式探索。当然，需要明确的是，寻求外部资源合作要掌握一定尺度，首先，主创团队应为本单位成员，直接决定和把握纪录片的创作方向。其次，在谋求外部合作的同时，不忘本单位创作力量的培养，提高自身创作能力与水平。

未来，地方电视台还可以进一步与商业视频网站合作，通过网站大数据分析，了解观众兴趣和审美需求，进一步明确选题，创作出“叫好又叫座”的人文题材纪录片。

（四）节约成本，开拓发行、衍生、盈利新可能

面对创作初期经费紧张的局面，经济学的“开源节流”同样适用于地方台创作人文题材纪录片。

一是节流，也就是节约成本。大投入大制作的纪录片创作固然有其优势，但并不意味着小成本就无法创作精品。尤其是一些现实题材微纪

录片，本身需要经费相对可控，更利于地方台操作。即使是面对历史人物大部头纪录片，小成本也有小成本的创作方式。比如拍摄长纪录片《以身许国——褚辅成》时，为节约成本，在情景再现拍摄环节，主创团队尽可能多地利用本单位资源。首先，拍摄场地上，我们直接联系相关单位，在金九避难处拍摄，实现场地费用零支出。其次，在演员选择上，由于出演褚辅成的演员并不需要台词功底，只要身形样貌相近即可，故选用本单位成员参演，节省了聘请专业演员的开支。实际上，本地也有一些大学生话剧社团对参与拍摄积极性较高，不失为一种选择。再次，服道方面，均由本片导演亲自负责。通过淘宝等网络购物平台购置合适服装与道具。粗略计算，如果是同样的场景拍摄，商业化运作至少花费三万元，但我们的实际花费不到两千。笔者认为，“有多少钱办多少事”是地方台拍摄小成本人文题材纪录片时应有的基本思路。只有基于现实条件尽可能拍摄精良作品，才有可能继往开来，而不是一开始就幻想大投入大制作。

二是开源，就是引入资金。这里具体包括两方面。一方面是创作初期的资金谋求，一般以政府单位、相关企业募集为主，可以尽可能多地考虑纪录片涉及到的相关内容主体，多方投资联合摄制。另一方面是在创作初期就要考虑好作品完成后的市场运作，比如，播放权出售，赢回一定的发行版费。再比如，IP运作和衍生品开发，利用纪录片中的主题元素做文创联名，甚至有些美食类纪录片，可以和当地文旅部门一起联合授牌提升影响力与实际收益。

总之，在媒介迅猛发展的今天，明确好自身定位，拥抱时代新事物，打破创作壁垒，利用新技术，学习专业纪录片创作团队商业化运作模式，是地方台创作人文题材纪录片时亟需迈出的重要一步。

参考文献：

①中国视听大数据，《中国视听大数据收视年报2022》，2023年1月13日，<http://www.cavbd.cn/news/20230111ssnb.html>

②衡洁《地方电视台纪录片产业化突围之道》，《青年记者》，2023年4月下，第87页。

（作者单位：嘉兴市新闻传媒中心）