

文 / 化 / 观 / 察

随着短视频成为年轻人的观影习惯,近几年,鲜少有纪录片成为现象级爆款。那么年轻人还爱看纪录片吗?答案是肯定的。只不过,主场迁移到了互联网平台。比如B站,成为国内纪录片规模最大的出品平台之一。此时的纪录片,已经具备很强的互联网特色,且瞄准年轻人的需求。

实际上,互联网上的纪录片定义变得宽泛了,一些视频博主自发记录、创作的一系列科普类、社会人文类视频,也被业内人士评价为“就是纪录片”。

今天的纪录片,一直在进化迭代。



《守护解放西》第5季宣传海报。



《人生大海》宣传海报。



《游弋在风暴之中》宣传海报。

当纪录片的受众是年轻人时

在普通中挖掘共鸣

当纪录片《人生大海》在B站上线时,没有人能预料到,它会收获如此多的好评。它的题材不够猎奇,就是城市餐饮服务业;描述的人物不够特别,就是一群素得不能再素的城市打工

人;记录的内容,也是普普通通,没有刻意拔高,也没有过分渲染。但它触动了大批网友的共鸣。在互联网时代,网友们对纪录片的期待、审美、诉求,是否发生了某种变化?

“城市里的服务员就像房间里的大象,明明存在却总被忽视。”《人生大海》制片人王志强的这句话,道出了自己最初的创作动机。在多年制作美食纪录片的过程中,他发现一个现象:镜头总是对准店主、厨师,美食可以从一个城市转到另一个城市,但与顾客接触最频繁的服务员却成了“隐身人”。他们没有名字,没有故事,只是“工具人”。这种观察催生了一个大胆的想法:为这些“消失的群体”赋予姓名和尊严。

但他深知,纯素人的题材面临“流量”挑战——凭什么观众要花时间,来看和自己同样平凡而普通的城市打工

人生活?团队在策划之初引入三个关键元素:以知名餐饮品牌店为载体,满足观众好奇心;借鉴《熊家餐馆》《东京大饭店》等影视作品的群像叙事模式,虽然是纪录片,但是设定了人

生成长线,构建服务员、店长、后厨人员之间的关系羁绊;采用连续剧,通过六集内容形成完整故事链,增强观众黏性。

“我们想做的不是美食纪录片,而是人的纪录片。”王志强强调。所以当店长面临中年职场危机,当服务员对

着老家家人视频泪流满面时,观众看到的是每个在城市里为生活奔波的自己、普普通通的自己,因为足够的“普通”而共鸣。

两个月的拍摄周期背后,是长达半年的前期策划。为了让更多人放下戒备,导演组做出了一个非常规定:正式入职这家餐饮店。他们通过面试、体检,穿上工服擦桌子、传菜、值夜

班,与服务员同吃同住半个月。“当你和他们一起蹲在地上擦油污时,镜头就不再是闯入者。”他们在镜头前自然流露对孩子的愧疚,这些真实瞬间构成了最动人的片段。

后期制作更是一场拉锯战。第一集的初剪被推翻了3次,从最初想解

反复权衡,选择。

观众的反应超出了团队预期。比如,女儿生日时,服务员在家里也自然而然、真心诚意地为女儿唱起门店的“生日祝福”歌,弹幕里“企业文化入侵家庭”的讨论刷屏;而女性管理者深夜为家人落泪,又让无数职场女性感同身受。这些被观众反复讨论的“名场面”,有些在策划之内,有些则是意外之喜。

平时雷厉风行的职业女性,被问及“为什么不把家人也接到大城市来”时,突然泣不成声。“我们想要她硬核职场形象之外的一面,却没料到是这样的爆发式。”

更意外的是店长的“滑铁卢”。这位大城市里双A店长面临一家门店关闭、评价降级,成为全员最大转折。真实发生的戏剧冲突,比任何虚构情节都更有冲击力。当观众看到店长深夜在办公室独自待着时,弹幕飘过“这就是我的中年危机”。此刻,纪录片完成了从个体故事到群体共鸣的跨越。

北上广大都市的普通生活,似乎已经熟悉到不需要记录,刻板印象中,发生在这里的纪录片,至少角度要奇特一些,立意要新颖一些,才吸引人。

但转移到互联网上的纪录片,反而多了更多的普通人视角,原来“普通”本身,也能成就一种城市题材的魅力。

王志强在纪录片领域从业八年,见证了《舌尖上的中国》的“上帝视角”,《人生一串》的“平等唠嗑式叙事”,再到如今“替我流浪”的体验式转变。

“观众的好奇心没变,但满足方式变了。”他分析道。过去,纪录片是“看世界的窗口”,官方出品的纪录片普遍带有“上帝视角”;后来,纪录片的阵地逐渐转移到互联网平台,于是同为美食纪录片,《人生一串》仿佛是带着观众一起撸串、唠嗑,观众有一种“镜头在和我说话”的平易近人感。

到了如今,仅仅个人视角的叙事也已经不够了。王志强坦言,长视频用户向短视频流失的趋势明显,“其中自然也

包括纪录片”。看纪录片的人群总体减少,这是不争的事实。

而在这个趋势中,愿意看纪录片的网友还呈现一种变化:他们既要有现实的“共情”,又要保持一定距离,“不能把自己虐到”;既希望长视频保持足够的完整度,区别于碎片化的短视频,体验到一种酣畅淋漓、有深度的精神之旅,又希望片子节奏快、包袱密集,能够花费最少时间去获得最大的满足。

实际上,纪录片的定义也开始变

得模糊。有趣的是,王志强作为平台官方制片人,向记者推荐了一串个人UP主的账号,并且肯定道:“在我眼里,这些UP主做的视频,其实也算纪录片,也是普通人视角的不普通记录。”

当纪录片遇见个人表达

个人UP主制作的纪录片水平有多高?流量有多大?答案或许超出想象。

在B站的视频海洋里,一部长达130分钟的气象纪录片《游弋在风暴之中》悄然创下了超高留存率。对于习惯了短视频的观众而言,愿意花两小时在网上追完一部人上传的纪录片,本身就是一个值得探究的现象。

这是国内首部聚焦气象领域,并且真实记录完整“追风”过程的纪录片。两个年轻人,用6年时间跨越十省,深入台风眼,亲历气象变迁,拍下珍贵的影像并获得数据,同时也分享风暴知识,创新性地引入地理信息系统技术。有人说,它不仅填补了中国气象纪录片的类型空白,更以独特的创作理念重新定义了互联网时代纪录片的形态边界。

故事的起点可以追溯到2012年,当时还是学生的苏锵珂经历了人生首场台风“海葵”,并用相机把它记录下来。摄影与气象这两条平行线,在2015年美国IMAX纪录片《龙卷风走廊》中已经开始交汇。“美国人能把摄影机送进风暴,我们为什么不能?”这个念头像种子般在少年心中扎根。

2019年,苏锵珂拿到中国传媒大学摄影专业录取通知书,终于有机会将酝酿多年的想法付诸实践。从长江洪水到台风“烟花”“暹芭”“马鞍”“梅花”“杜苏芮”“泰利”“苏拉”“摩羯”“贝碧嘉”等,苏锵珂和他的搭档王路澄几乎追遍了中国重大天气事件。本科毕业时,他先制作了29分钟的试水作《风暴之下》,片子在B站获得46.8万播放量——这个数字对于气象垂类内容而言,实属意外。原来大家对气象的关注远超想象。

今年,《游弋在风暴之中》这部耗时6年打磨的作品,最终呈现出的不仅是风暴影像,更交织着两个年轻人的成长轨迹与思考。

与专业制作公司动辄许多人的团队不同,《游弋在风暴之中》的核心创作成员始终就是苏锵珂与王路澄两人。前者负责拍摄与驾驶,后者专攻

气象数据解读。“我们最多不会超过四个人进行现场拍摄,”苏锵珂解释道,“追风需要极强的行动力,人多反而成为负担,风险也大。我甚至想过自己会不会面临死亡。”

团队的精简特性恰恰成为创作优势。大学师弟倾力负责原创配乐,室友王宸韬参与策划撰稿,特效制作由隔壁班的同学秦华勇完成,也保持小而精的合作模式。这种“熟人网络”式的创作架构,既降低了沟通成本,又保留了强烈的个人表达特质。

“作为个人创作者,我可以输出纯粹的个人视角,而不必妥协于传统纪录片的风格。”苏锵珂说,他一开始就明确,绝不把片子做成《动物世界》那样讲述视角有点“端着”的传统纪录片。

而数字技术的进步也为个人制作震撼的视听效果提供了可能。相比《龙卷风走廊》团队扛着笨重的IMAX胶片摄影机追风,苏锵珂的装备轻便得多:两台摄影机、一个三脚架加一台无人机。这种技术加持的轻量化配置,使得今日的个人制作水准,完全堪比一个专业团队。甚至影片的制作规格也达到了“满配”,4K超高清画面,全景声,观众仿佛站在风暴中心。

更具个人表达特色的是“镜头在场”。影片刻意保留了手指划过镜头的瞬间,甚至让同伴拿起摄影机拍摄的场景入画,时时刻刻营造一种“我在现场”的镜头语言,由此让观众清晰感受到拍摄过程的真实性,形成独特的沉浸体验。这种个人化表达让影片兼具科学严谨与情感温度。当弹幕中频繁出现“堪比灾难大片”的评价时,背后是观众的认可——它既有震撼的视听冲击,又有个体Vlog式的亲近感,更有科普的信息量。

为这部片子,苏锵珂六年投入几十万元,耗尽了读书期间的积蓄。“如果交给公司或者专业团队制作,没有几百万元根本拿不下来,也未必能拍到这样的效果。”他坦言,正是个人爱好驱动的低成本运作,才有了这部片子的诞生。

互联网平台为这种小众创作提供了生存土壤。B站的弹幕文化成为影片独特的互动场域。这种反馈机制让个人创作者不再孤独,也让这样的非典型作品得以突破圈层。

而苏锵珂本人,平时通过承接商业拍摄维持基本收入,用业余时间投入心仪的创作。“如果去工作,就真的不能专职追风了。”他说。互联网平

台、科技加持等,各种天时地利人和,让个人视角的纪录片得以诞生,也让这样一部中国人自己拍摄的气象类纪录片出圈。

真实的重构:纪录片的当代转向

几乎所有受访者都提到一个话题:互联网时代的纪录片该如何定义真实?

影片有一些场景,因视听效果太好反而被部分观众质疑“造假”,怀疑是不是用了特效。苏锵珂说:“我最自豪的就是,所有拍摄到的天气画面,那些仿佛大片一样的画面,没用任何AI特效,全部是真实的。”

《游弋在风暴之中》除了极端灾害天气,也讲述了两个人6年追风的故事。仿佛把“制作人的幕后花絮”放到了镜头前,剪辑成了一条故事线,有一定的“叙事”逻辑,反倒更加打动观众。它是真实的,但又运用蒙太奇的手法。

苏锵珂的搭档王路澄,是气象科普账号“中气爱”团队中的一员。这是几个喜爱气象的年轻人共同组建的账号,如今在全网积累了超千万粉丝。

起初,王路澄从理工科视角出发,有点怀疑苏锵珂对这部片子的处理:这年头还有人在网上看超过2小时的片子吗?他还说,他心目中的气象纪录片,就是直接把拍到的气象镜头串起来,“直给”就行,为啥还要剪辑一条故事线?

但从观众的反馈看,完整的作品就是需要一条把珍珠穿起来的鱼线。极端天气的震撼画面是一颗颗璀璨的珍珠,而两位追风者的成长线则是串起珍珠的线。在这个过程中,他们不仅要面对恶劣天气的考验,还要克服设备、资金等诸多困难。正是这份对气象的执着热爱,支撑着他们一步步走下来。观众跟随他们的脚步,见证他们在追风过程中的喜怒哀乐、失败与成功。这种叙事方式,让观众不仅能欣赏到大自然的奇观,更能感受到追风者们的执着与坚守,从而更有耐心地看完这部长纪录片。

王路澄直到看到镜头里的自己时,才发现原来追风时他是这样笑的。作为片子的骨干成员之一,他在播出之后找到了新的自我。

官方数据显示,自2016年起,B站累计出品了170余部纪录片,播出5000余部纪录片剧集。有《人生一串》

《单挑荒野》《闪闪的儿科医生》《守护解放西》等B站出品的爆款作品,也有《绿色星球》《地球脉动》《河西走廊》《大国崛起》等海内外经典作品,还有《你好,12315》《是情绪啊,没关系》《两岸家书》等新作,涵盖自然、人文、历史、科技、美食、动物等众多领域。

纪录片是B站的第二大专业内容品类,截至2024年底,B站纪录片累计观看人数达1.74亿人次,累计观看时长超5亿小时。上B站看纪录片,在弹幕、评论区互动,已经成为年轻观众的日常习惯。

它同时反映了当下社会对小众爱好的包容和关注。在过去,像追风这样的“小众爱好很难被大众所了解和接受。但随着时代的发展,人们越来越能接受各种小众爱好,也更愿意去了解这些爱好背后的故事。同时,短视频平台的发展为内容传播提供了更广阔的渠道,几乎所有受访的业内人士都认可,有些个人UP主的短视频,可以视作“微纪录片”,如果时长稍微长一点,“就是纪录片”。

换句话说,未来,我们的“纪录片”可以分布式存在于互联网平台无数个人的视频记录中。

当被问及纪录片是否会被UP主内容取代时,王志强给出了辩证的答案:“金字塔尖的内容永远不可替代。”像《人生大海》《守护解放西》这样投入高、周期长、需要企业或者政府部门深度配合的作品,仍是专业团队的主场。

但他也承认,UP主正在侵蚀传统纪录片的领地。装修UP主记录改造过程,旅行博主拍摄人文观察,专业类科技博主记录各种小众爱好,这些内容正在模糊“纪录片”与“短视频”的边界。

当《人生大海》的最后一个镜头落下,徐斌重新站在门店前整理领带时,屏幕上的弹幕渐渐密集。来自天南海北的观众,在别人的故事里看到了自己的影子。它不提供答案,只呈现城市打工人的本来面貌。

当苏锵珂和王路澄在暴雨中相视而笑的瞬间被定格,那种对热爱的纯粹追求,恰是这个碎片化时代的注脚。

不必依赖庞大团队,不必遵循固定范式,用真诚表达抵达更广阔的人心。我们应该思考,在算法主导内容生产的当下,我们如何呈现自己的时代影像,如何记录自己的城市生活?

龚丹韵

富强民主文明和谐
自由平等公正法治
爱国敬业诚信友善

倡导绿色文明 共建文明城市

中共贵阳市委宣传部 贵阳市精神文明办 宣