

5G 时代短视频平台独立纪录片转型思路分析

李 颖

摘 要 | 随着 5G 互联网技术的不断更新发展和变革,大众的话语空间也被不断重构。近些年来各类信息传播平台开始随着网络时代的发展应运而生,也使得人们获取信息的途径发生重大的转变。在这种网络不断发展的形势下,独立纪录片也开始受到网络平台的影响,迎来前所未有的发展机遇,同时独立纪录片也开始向民间影像发展。在本文中,笔者将分析独立纪录片向民间大众化发展的必要性和发展思路。

关键词 | 短视频平台;独立纪录片;转型;民间影像

Copyright © 2022 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



在政策、技术和市场的综合影响下,5G时代的新媒体迎来强大的发展契机。在5G时代信息高速传递、开放性越来越高、资讯共享性与日俱增、各类信息传递平台发展迅速等多重影响下,独立纪录片的内容和结构也随着时代的发展产生影响——不再像传统纪录片一样仅忠实单纯地记录事件,而是进行内容重构,发展出许多的影像纪录题材与方式。与此同时,由于独立纪录片的特殊性,其在短视频平台上的发展也面临着重重困难。因此,探索5G时代短视频平台独立纪录片的转型思路是十分必要的。

一、短视频平台与独立纪录片概述

(一) 短视频平台概述

在网络高速发展的情况下,越来越多的短视频内容开始产生和传播,而在融媒体的发展下,也产生许多短视频平台来搭载和传播这些资讯内容。这些平台由于具有受众群体广泛、拥有较高浏览量和点击量、观看方式便捷、花费时间短等优势,在互联网信息传播上迅速地占据很大市场。短视频作为这些平台的主要呈现方式,具有实效性和新鲜性,其创作自由度高、制作简单、

上传便捷、占用时间短、传播性强,进一步促使近年来短视频平台迅速发展。在各方传播媒介仍在争夺“黄金播出时段”的大环境下,短视频呈现出强烈的“宅经济”与线下经济相结合的发展势头,它内容的持续输出吸引着用户的时间和注意力,增强受众与内容产出者之间的粘性,加快短视频向全时段、全场景渗透发展^[1]。在短视频平台迅速完善和发展下,其功能定位、配套的各类机制和运营方式都已趋向完满,极大丰富移动互联网的多样化发展,满足众多用户的需求,形成新的媒体发展潮流。

（二）独立纪录片概述

独立纪录片是强调从“个人立场”出发,通过反映社会各个阶层生存状态或者情感状态来表达创作者个人对社会的理解、感悟的纪实性影像作品。在这种类型的纪录片中,丰富的人道关怀精神与强烈的个性特征,使其具有特殊的人文价值和纪实价值^[2]。作为纪录电影美学的第一集团、纪录片市场的第二集团,独立纪录片的导演往往又被称为独立制作人,记录的群体又往往是社会角落、社会边缘的人群,独立纪录片既包含主流意识又涵盖着除主流意识之外的边缘人物及其意识。独立纪录片通过对社会边缘人物的记录展现特殊的意识形态,其突出作者的艺术个性且包含作者的社会思考,观众群体较为小众。但随着近些年的发展,独立纪录片的创作主体也逐渐变得大众化和平民化。

二、独立纪录片转型的必要与方向

（一）独立纪录片转型的必要

随着时代的发展、新媒体的不断更新发展及电视台政策的不断放宽,纪录片产业遭到不小的冲击。中国的独立纪录片在刚刚问世时就遭到体制内的排斥,游走于体制的边缘作为一

种“小众文化”而一直不受重视。也因其“小众”的特点,独立纪录片常常面临着缺少经济支持和传播途径狭窄的窘迫局面。同时,由于社会的不断发展,社会的各个角落都在发生着翻天覆地的变化;而传播形态的变化,则使得在面对相同的社会问题时,往往会出现许多不同角度的新声和想法,思维形式也丰富多样。因此,纪录片的选题和素材也变得越来越多元化。网络资讯的传播方式和速度也改变传统纪录片原有的播放形式,使小众纪录片从线下场地播放搬到互联网线上传播,便捷人们接触这一类型的纪录片。由于互联网技术的变革开始重构大众话语空间,且传统主流媒体在信息传播中占据着主要位置,大众失语状态存在已久,人们渴望能对民间影像进行交流,于是人与人之间的主要互动方式开始转移到短视频平台上。智能手机和移动互联网的普及速度变快,独立纪录片生长在民间,这些改变都促进了大众自我意识发展并为其提供全新的自我认同环境,为大众在公共领域中提供更多的话语空间^[3]。

（二）独立纪录片转型的方向

如何利用新媒体形式发展好独立纪录片成为一个值得探究的问题。短视频由于时长较短,因此拥有着传播优势,而纪录片需要吸取这一优势,从简短的时长中讲述好一个完整、清晰的故事,要对故事内容的创作做到“取其精华,去其糟粕”,同时又要保留纪录片原有的特色。对于5G时代下短视频平台独立纪录

[1] 王书浩:《融媒体时代背景下短视频平台内容的创作与发展》,《中国传媒科技》2022年第9期。

[2] 兴旺:《中国独立纪录片的发展研究》,《新闻传播》2022年第8期。

[3] 赵玲玲:《5G时代短视频平台独立纪录片的转型探究》,《文化学刊》2022年第3期。

片转型的方向,大概有以下几点:第一,纪录片的选题可以趋向多元化。由于社会发展科技的进步,社会中的每个阶层和角落都在发生巨大的变化,因此,纪录片的选题目光也不该再局限于原本的范围。第二,重视并利用网络媒体传播纪录片。以往的独立纪录片往往都是靠“手递手”式的人际传播,或是官方、半官方组织的活动进行线下观影,这种方式存在着这一定的弊端,就是容易受到场地和日期的限制。比如,举办活动会有一些的日期限制,即观众需要遵循活动举办的日期才能观影;另外由于举办活动需要寻找和申请活动场地,场地的位置和场地的大小也会影响观众对于独立纪录片的观影体验。而由于电视台栏目需要遵循主流的意识形态,独立纪录片在电视台播放时很有可能会被进行一定程度上的剪辑,剪辑过后的纪录片却改变了导演原本所要传递的思想,所以尽管独立纪录片能借助电视台栏目播放来提高影响力,但也会受到诸多限制并在一定程度上失去这部纪录片制作的本意。因此,为了更好扩大独立纪录片的传播面,应当利用好短视频平台传播便捷、审核政策较为宽松的特点来为其进行宣传,进一步扩大独立纪录片的受众面,提高独立纪录片的知名度。

三、短视频平台独立纪录片转型发展思路

(一) 推动纪录片向前发展

当前纪录片在我国仍处于刚刚起步发展的状态,在纪录片的本土市场发展,有两个关键的因素就是纪录片受众与纪录片市场。因此,在独立纪录片的发展中,首要任务,就是要培养纪录片的受众群体,使接触到纪录片的观众能养成欣赏纪录片的爱好和习惯。要培养高质量的独立纪录片观众,就要加强观众的思

想道德建设和精神文明素养,使其能对纪录片所呈现的思想精神进行独立思考。同时,要转变原有的态度,主动引导受众群体去积极地了解、认识社会上各类行业,开放好学地对待不同的社会问题。在提高纪录片受众的精神境界和道德修养的基础上,还要使受众积极地参与和发展,让受众群体主动了解政府部门、电视台等推行的各种类型的纪录片。相关部门也应注重独立纪录片的发展,在投放数量和内容质量上把好关,让本土独立纪录片能稳中向好地发展,在5G时代短视频平台繁荣发展的基础上,各大短视频平台也应该积极参与到推动纪录片发展的热潮中来,以短视频平台自身发展的独特优势推广独立纪录片,让群众通过日常使用的短视频平台来进一步认识和了解纪录片,扩大纪录片的受众面,拓宽纪录片市场。纪录片的传播媒介一般都是以院线、电视为主,网络为辅,且就现实情况而言,进入移动互联网全媒体时代后,如今大荧幕作品成本高、收益难,所以纪录片可以考虑搭上新媒体这辆“快车”,利用新媒体传播的优势将纪录片搬到各大视频平台上,打造小型纪录片或剪辑版纪录片。

以短视频平台“抖音”为例,独立纪录片制片团队可以通过与抖音官方或抖音知名博主合作,在抖音平台上大量投放纪录片的宣传视频或精简讲解,吸纳短视频短小精炼的创作样态,利用碎片化传播,已达到对独立纪录片的快速宣传,促进形成宣传效益最大化,提升独立纪录片的浏览量和点击量,以达到扩大独立纪录片受众面的目的。例如,《国家相册》投放到抖音平台后极大提高知名度,刷抖音视频的用户会在算法驱动下刷到这部纪录片,只要视频播放到全片的75%,就会为视频计入一个播放量,观看过这个纪录片的用户下一次刷抖

音,算法还会将相关纪录片推荐到用户首页,长此以往,该纪录片的播放量达到或突破4000万也就不算什么难事。除了借鉴短视频平台播放以外,独立纪录片还可以借鉴抖音短视频中的创作手法,取纪录片中的精髓重新剪辑,确保在短时间内吸引用户和观众对纪录片的兴趣和注意,但同时也一定要注意明晰纪录片的主题,不可偏离纪录片原本想要表达的意义。在院线中上映的纪录片,它们的内容和结构大部分都有条不紊地严格遵循发展顺序或时间顺序来进行,便于讲述纪录片所记录的故事,充分保持故事的完整性。这对于愿意进入影院观看传统纪录片的观众固然是好的,但放在新媒体时代,为了使其适应短视频平台的传播方法,独立纪录片就要吸收适应短视频的特点,学习短小精悍的剪辑手法,以最精简的内容呈现最精彩的故事。由于独立纪录片最重要的是要通过人物事件来向观众传达其精神内涵,因此在剪辑过程中一定要注重节奏感,适当的节奏感能够增强视频的表现能力,有利于观众充分体会到独立纪录片提供的情绪价值。

(二) 建立相应的商业体系

由于短视频制作简单、发布便捷的特点,在5G时代的短视频平台上汇集的大部分都是民众自发拍摄上传的影像,即民间影像。民间影像的定义可以从广义和狭义两方面来理解,从前者出发去理解,可以将民间影像理解为体制内制作的一种影像类型,特点是其恰恰相反于那些由民间影视机构或个人独立生产的影像,包括商业性与非商业性的影像;若从后者出发去理解,民间影像则是指由人民群众自行生产的个人影像,且其性质往往是非商业性的。为迎合5G传媒技术更新迭代的趋势,独立纪录片在借助短视频平台发展的过程中,有必要使纪录片向民间影像转向。同时,在进行影像的创

作和投放过程中,需要对其主要类型进行有目的地分类,以便使其在未来的推广过程中精准投放到不同的目标市场,提高其投放后的收益率和成功率。

比如,按照视频内容分类,那么可分为故事、生活、工作等类型;按照视频功能分类,则可以分为讲解型、表演型、参与型等。抖音账号“田园宝贝儿”,主要拍摄农村生活,包括在田间劳作的日常、在农村生活的方式和技巧,内容上属于生活类视频。“田园宝贝儿”账号的运营人拍摄的内容从日常生活的点点滴滴当中取材,使观众对视频产生强烈的亲切感。总而言之,民间影像的繁荣发展同时也使得其他类型的视频发展受益,如果想建立一套紧紧围绕民间影像发展的成熟的商业体系,就要意识到必须先建立一个清晰的类型体系,即能对目前的影像类型作准确的分类,并在对影像内容分析过后再有针对性地拍摄创作。同时,必须积极开发和拓宽各大短视频平台、网络运营公司等宣传渠道,进一步助力民间影像商业体系的完善和发展。独立纪录片向民间影像转型的过程中,也应当借鉴和运用这点,在纪录片与短视频融合制作后,也应对纪录片的内容、结构进行分类,使算法能准确地将纪录片推送到用户首页。对纪录片受众的细分也有助于推动纪录片的发展,将观众分类后能使相应的纪录片用户粘性增强,进而提高纪录片的收益率,更好地、有目的地拓宽纪录片在网络上的市场,形成相应的商业体系。

(三) 提高民间影像竞争力

民间影像拥有以大数据投放技术、民间影像Video AI审核分析技术为代表的强大的硬核心竞争力^[1]。若想提高民间影像的综合竞争力、核

[1] 赵玲玲:《5G时代短视频平台独立纪录片的转型探究》,《文化学刊》2022年第3期。

心竞争力和发展能力，就必须做到以下几点。

第一，深度探索和挖掘民间影像中蕴含的文化内涵及其魅力、影响力。民间影像由于其创作扎根于民间，故事内容立足于人民群众的日常生活，使其影像往往不仅具有深厚的社会风俗习惯、社会思想等特征，还具有创作者个人意识形态以及对社会的思考。

第二，把握民间影像的转向，保证其转向的可操作性。现阶段AI技术已广泛应用于各个领域，若要防范和解决民间影像在转向过程中涉及的一系列隐私、产权、网络问题等，就需要使用信息甄别技术对影像中的各项内容进行大数据内容过滤。这样既可以为短视频平台提供高效审核服务，又可以优化短视频平台的大数据算法，从而使民间影像内容做到精准投放。

第三，加强短视频平台大数据投放技术的分析和运用。现如今，各大短视频平台甚至是各大社交平台都离不开大数据算法技术，丰富发达的算法可以使包括但不限于影像视频的各项创作内容精准投放到目标用户首页，从而快速提升平台热度。以抖音为例，抖音官方使用的算法是“去

中心化”的人工精选机制。由人工审核后对各个视频进行分类归纳，将挑选过的内容放置于特定的流量池，通过视频数据涨幅再筛选出精品内容进入更大的流量池，从而达到提升视频热度、吸引用户关注的目的。因此，影响发布前应做好规划，以增强其竞争力。

四、小结

综上所述，在5G时代的发展下，短视频平台的活跃度和收益日益增长，独立纪录片也应当顺应时代的发展做出相应的转变。当前国内的独立纪录片产业仍然处于各个环节发展不充分、不平衡的状态。因此，独立纪录片需要在认清发展现状的基础上，准确分析自身生存环境并结合当代新媒体发展形势，重新规划独立纪录片的发展方向和市场定位，找到独立纪录片与各大短视频平台和谐共生，相互发展的方式，相信在不久的将来，中国的独立纪录片能与短视频形式完美融合，迎来一个和谐完善的发展局面。

[李颖 湖北广播电视台卫视事业部]