

商业化视角下纪录片的题材选择探析

余 权

摘 要：商业化视角下纪录片的题材选择要考虑受众需求，这要求纪录片的题材选择做出相应的商业化转向，但这并不意味着一味地迎合，而是一个由个体迎合到整体导向的调整过程，藉此达到一定的艺术效果。当然，商业化视角下纪录片的题材选择在内容上会有不同的侧重点，这也是纪录片产业化背景下供给侧改革的自主选择和重要表现。

关键词：纪录片；商业化；受众需求；供给侧改革；题材选择

作者简介：余权，男，副教授，博士。（福建江夏学院，福建 福州，350108）

中图分类号：J952

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2017) 06-0101-04

我们发现，从国家广电总局发布的《关于加快纪录片产业发展的若干意见》（2010年10月），到中央电视台纪录片频道的开播（2011年元旦），从政策导向到实践创作，中国纪录片已经在实质性地与市场接轨，2007年，冷冶夫曾提出纪录片商业化首先需要树立商品意识，认为将纪录片的主题选择与受众需求联系起来是商品意识的基本前提。^[1]现在看来，这是非常有前瞻性的建议，直到今天，我们的纪录片在题材选择与受众需求的吻合度上，还有很大的提升空间。

那么，该如何确定受众需求的问题？冷冶夫也提出通过市场调查来决定题材选择的问题，受众需求实在是一个非常复杂且深刻的心理活动，仅靠市场调查获取的数据，很难提供确切的靶向性建议。这不仅增加了纪录片创作者在题材选择上的导向性困难，在另一方面，也增加了创作者窥探受众普遍心理的主动性。虽然我们无法通过量化预测市场的受众需求，但是已有的人文学科对人的心理需求普遍规律的研究可以直接给我们提供借鉴意义，同时，这也将对纪录片商业化的题材选择产生一定的参考价值。

在探讨受众需求的具体内容时，马斯洛需求层次理论可以给我们提供一定的借鉴意义：他把人的需求由低到高依次分成生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我需求五个层次。^[2]简言之，马斯洛从个体、社会以及个体与社会的关系三个层面来探讨人的需求，这基本符合对人的自然和社会双重属性的认识框架，也是在回应作为自然人与社会人的关系及其协调和存在方式。

基于如上陈述，我们尝试从本能需求、社会需求、自我（超越）需求三个方面来讨论受众需求及其影响下的题材选择。纪录片是“非虚构”的艺术形式，我们从形而下的层面来认识“非虚构”的含义，即强调“素材”对于纪录片本体性确立的重要价值。^[3]因此，至少从形式上来看，纪实是纪录片主要的呈现形式，即纪录片的内容主要取材于现实生活中真实发生的情景，这在很大程度上限制了纪录片表现形式的丰富性，也在审美趣味上与现在饱受视听奇观刺激的受众的欣赏期待大相径庭。这就提醒我们，不是所有的受众需求都能在纪录片中得到满足；而同样的受众需求，也会因为纪录片这样的艺术形式而选择特定的题材。

首先，本能需求与娱乐性题材选择。关于人的本能需求，早期弗洛伊德从生物学的角度，认为人的生命具有自卫和生殖的本能，个体需要满足自我的生理需求，包括饮食、性欲、安全等等，这些都是生存与繁衍的本能表现。可是在一战期间，他目睹了人类相互残杀、侵略、征服的景象，同时看到了人类生命潜在的一种破坏和仇恨的能量，包括憎恨、攻击和侵略等，他将此命名为死亡本能。^[4]因此概括来讲，人的本能包含有生命本能与死亡本能，在需求上，主要表现为生理需求与征服需求。对于受

众来讲,前者意味着快感,他们花钱去欣赏影视作品,或者在疲劳一天后坐在电视机前观看纪录片,他们自然希望在这个时候得到放松和安慰,而不需要太多关于知识或哲学思考的灌输,因此,满足身体的“快感”的需要应该是本能需求层面的首要任务;征服需求则是另一种快感的体现,是人类在释放了生命潜在的破坏和侵略的欲望之后获得的快感。

其一,对于生理需求(生命本能)的满足。对于纪录片而言,如何使其所摄取的“现实”能够使人产生快感?一般认为,促使人产生快感的有两种主要的方式:一是内容,例如幽默段子,让听者捧腹大笑;二是形式,通过节奏或韵律,例如音乐,纯粹通过形式,来满足听者的快感,这种区分已经有人谈及。^[5]但是,纯粹通过形式来激发受众观影愉悦的做法,在纪录片商业化中似乎并不可取。伊文思的《雨》便是诗意性纪录片,节奏感强,富有诗意,可是,这种注重形式的诗意化纪录片,往往具有很强的情绪性,不适合用作纪录片商业化的表现手段。因此,纪录片商业化对于受众本能需求满足的题材选择方面,主要集中于内容的娱乐化。

可是,对于纪实作品来说,“非虚构”的艺术形式让其内容很难具有娱乐色彩,因为现实本身并不具有鲜明的娱乐性。剧情电影之所以天生具有娱乐性质与商业属性,是因为剧情电影的情节、场景、灯光、表演等元素都具有很强的假定性,这种假定性使得影片所呈现的内容不同于我们日常所见到的场景,也构成了产生娱乐性效果的元素。纪录片显然不适合这样做,它只能在内容上选择本身就带有娱乐效果的题材为表现对象。

遵循快乐原则的生理需求往往倾向于感官性的满足,笔者以为,可以直接分为感官刺激和奇闻轶事两大类。《极致玩家》(2012年)在内容上直接瞄准时尚与新奇,该片提出的竞标条件是“《极致玩家》选择的主人公要充满活力,性格鲜明,富有表现欲。有能让人耳目一新的绝活,并且这项业余爱好新兴、新奇、时尚”。^[6]《极致玩家·岩壁上的芭蕾》以90后姑娘陈愉备战攀岩比赛为主线,展示了一位90后姑娘时尚、新奇的生活,带来一定的娱乐效果。

奇闻轶事则基于人类的猎奇心理。有些行业或个人,我们越是无法接触到,便越有想了解的欲望和冲动。中国和加拿大合拍的拳击题材的《千锤百炼》(2013年),讲述了四川会理一个拳击教练和他的两个年轻徒弟的故事,内容主要围绕拳击比赛展开。这样的奇闻轶事,便足以激起受众的观看欲望。

其二,对征服需求(死亡本能)的满足。死亡本能意味着人在某种程度上有自杀或自虐的冲动,例如日常生活中有关暴力、挑战、破坏、冒险、探索的情况比比皆是。除了少量展示暴力的纪录片外^①,近些年来,越来越多探索冒险类的纪录片开始出现。作为观众,观看也是一种冒险,一方面,不能排除猎奇的成分(因为冒险本身便可以提供奇观);另一方面,可以随着影片中提供的悬念“步步惊心”,未尝不是一种对死亡本能的体验,可谓紧张之余,痛快之至。英国人贝尔的探险节目《荒野求生》中,他曾从犹他州沙漠的流沙死里逃生,在夏威夷大胆穿越鲨鱼成群出没的水域,在野外寻找蛆虫充饥而得以存活下来等等,贝尔深入“虎穴”,将自己置死地而竭尽所能求生,充分享受了死亡本能驱动下的冒险活动。这个过程充满了恐惧、威胁、冒险、征服等元素,触及到人类向死而生的本能,符合观众的观赏需求,也足以满足观众另一个向度的本能需求。

其次,社会需求与热点议题题材选择。人作为群居性群体,处理人际关系以及对社会文化问题和社会文化现象的关注是人的社会需求的具体表现。对于纪录片受众来说,结合纪录片的“纪实”特性,以及纪录片天生具有记录社会事件和制造社会议题的功能,受众的社会需求表现为对社会热点议题的关注。

需要区别一下,剧情电影也有对社会热点议题的回应,例如陈可辛导演的影片《亲爱的》,回应了时下能够引起观众共鸣的拐卖儿童的社会热点问题。可是,剧情电影过多的假定性使得受众对于影片情节与现实的关系之间不会有太大的对应性联想,而纪录片所关注的社会热点议题都具有直接的针对性,会引起一定的舆论效应,并形成一种滚雪球式的扩散效果。

① 美国纪录片《后院》(2003年),影片通过表现美式摔跤爱好者的日常训练为主要拍摄对象,这些爱好者在自家后院进行非常残酷的互摔训练,在地上铺上玻璃碎渣、将人摔倒在铁丝网上、放火烧人等等非常极端的手法,场面血腥、暴力,相较冒险、探索而言,这种暴力方式的呈现,更能体现人的死亡冲动。但是,作为一种商业行为,这种暴力不是市场需求的主导性题材。

因此必须考虑到受众的社会需求的双重舆论效应。一是这里所强调的社会热点议题，是指一定的受众群体共同关注的，能够引发舆论效应的社会题材的选择；二是在受众看完纪录片之后，会继续引发具有舆论效应的讨论话题。所以，这里所涉及的能够真正满足受众社会需求的社会热点议题，必须具备形成舆论的特点，可以归纳为以下四点：（1）舆论所反映的客体是涉及人们共同利益的重大社会问题；（2）意见的多数性；（3）范围的规定性（如区域、群体、职业等）；（4）评判特性，即人们对共同关心的社会问题进行议论、评价和判别。^[7]

我们结合美国纪录片导演迈克·摩尔的作品来谈谈对社会热点议题内容的选择。1999年4月20日，美国科伦拜恩高中，发生了两名学生举枪自尽，并造成1名老师和12名同学死亡的盲目枪杀事件。这个新闻事件再次引发美国民众对美国枪支文化的议论，迈克就此问题在2002年拍成了纪录片《科伦拜恩的保龄》。影片不仅在美国创造了1290万美元的纪录片票房纪录，更获得了当年奥斯卡最佳纪录长片奖，甚至被国际纪录片协会评选为史上最佳纪录片。^[8]《科伦拜恩的保龄》形成了强烈的舆论效应：首先，枪支文化是美国社会各个阶层共同关注的问题，这个话题几乎涵盖了美国社会的主流群体；其次，迈克斥责枪支泛滥造成美国社会的矛盾，这在很大程度上代表了美国大多数人民的利益；再次，迈克的纪录片引起了美国民众对枪支文化的理性反思和深刻批判。

对于社会热点议题题材的选择很容易具有政治实用主义的倾向。荷兰导演伊文思便希望纪录片显现出明显的政治实用主义的倾向。在拍摄《博里纳奇矿区》（1933年）时他讲到，“这部影片要有一个战斗的观点，它要成为一件武器，而不能只是如实记录曾经发生的有趣的故事。”^[9]可是，相对于纪录片商业化来说，社会热点议题的选择并不是要走向政治实用目的，它仅仅是想引起受众的关注和讨论，并没有打算将这种舆论效应作为某种政治工具来对待，所以这里要注意把握一个度的问题。当我们回溯迈克的作品就会发现，他关注枪支、就业、医疗等议题，即便是他的另一部代表作《华氏911》，也不是直接指向恐怖主义，而是讨论自由和民主的问题，这些都属于社会文化问题，并不直接触及政治。所以必须把纪录片商业化对于社会热点议题选择的实用性倾向与一般的政治实用主义倾向区别开来。

再次，自我（超越）需求与情感伦理题材选择。此处的“自我”主要表现为个体对社会关系的一种认识冲动，亦即个体在与社会发生互动关系时源自本能的一种对某种规律的归纳和总结，其目的是要明确个体及人类在这个世界的位置，以更好地安放自我。具体在现实中，例如个体对人与人、人与自然以及人与社会的关系的思考、对人自身的价值和意义的思考等，当人类对这些问题有思考，便已经开始实现超越，并因此形成人类独有的情感伦理内涵，这也是人区别于动物的一种高级的需求。因此，情感需求和伦理建构形成了自我需求的基本内涵。其实，人类更高明的地方还在于懂得思考人作为一种存在的价值，即我们所说的哲学问题，但这不是纪录片商业化要选择的内容。所以必须要在纪录片商业化的前提下，将这种表现自我需求的纪录片的具体内容区分开来，相对于前面所述的两种题材而言，它可能会包含更多的提炼和抽象，但是不能超过情感伦理的范畴。只有进入情感和伦理的范畴，通过纪录片的内涵来反省自身，从某种情感伦理的建构中获得自我存在和发展的结构依据，这才是我们所说的自我需求与情感伦理题材的选择。

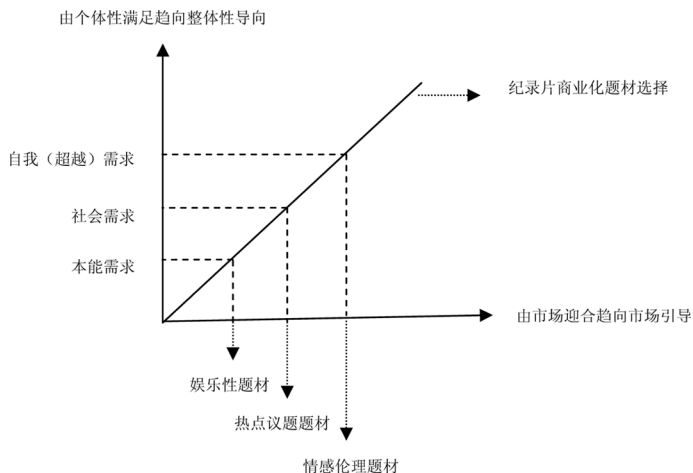
2008年的韩国纪录片《牛铃之声》讲述了一个年过八旬的老人与一头相依为命的牛的故事。这部纪录片遵循纪实的原则，镜头一直没有离开人物和现场，但期间所折射出来的，可能是每个人都要经历的有关相遇和离别、文明与冲突、发展与守旧之间的复杂的人伦关系。导演通过对现实的影像化整合，构建出可供受众参考和反思的一种情感伦理的镜像。“《牛铃之声》在韩国上映时，……从票房到口碑都堪称韩国乃至国际纪录片界的一个经典之作。”^①

如上述，在受众的生理需求层面，我们探讨了向生、向死的本能欲望所对应的题材选择，剥离了色情、暴力以及纯粹个人化的意识流呈现。在受众的社会需求层面，我们从人类的社会属性层面考虑，保留社会热点议题和热点事件的题材，剥离了政治成分。在受众的自我超越层面，我们保留了有关个

① 好搜百科词条：牛铃之声 [EB/OL]. <http://baike.haosou.com/doc/10888862-11414964.html>, 2015-8-3.

体情感伦理构建的具有明显社会指向性的题材选择,剥离了纯粹自我价值指向的哲思性题材。这种保留和剥离,既是基于已有人文学科对人性普遍需求的认识和探讨,也是基于纪录片这一特定艺术形式在面对市场时必须做出的选择和妥协。

但如此一来,是不是意味着我们所有的创作都要因为急于满足受众的心理需求而产生不可避免的妥协呢?我们列出了三个层面的受众心理需求,从本能需求、社会需求,到自我(超越)需求,其实这里面有一个内在递进的过程。本能需求主要表现为对受众的迎合,体现为对人的欲望的刺激;社会需求是对人的社会属性的回应,这个层面的题材选择开始逐渐剥离本能需求层次,选择能够满足人的社会参与的需求,这就兼有对人的社会属性的考虑,不单纯是本能需求的迎合;再到自我的超越,这部分的题材选择开始考虑到人与人、人与社会、人与自然之间的关系,以回应个体对自我的思考,这是对当下伦理架构的评价和修复,是个体身处世界之中又对世界作出的一种反思和选择,这就具有很强的导向性作用,具有整体性和形而上特性。我们用下图来表示这种关系,斜线表示纪录片商业化的题材选择,横轴表示题材选择的具体内容,纵轴表示题材选择对受众心理需求的满足,那么,在横轴上,则表现为题材内容选择上由市场迎合趋向市场引导;纵轴上,则表现为对受众的心理满足由形而下过渡为形而上,由个体性满足趋向整体性导向。



纪录片商业化题材选择与受众需求层次、市场关系示意图

当然,并非选择了以上的题材影片便一定会为观众所接受,因为纪录片的创作也是一个非常复杂的过程,它融合了创作者的知识储备、市场认识、人生阅历、拍摄过程等各种元素。但是,我们的目的是要从商业化的角度将推动纪录片商品化的元素逐步剥离出来。我们将这些元素提取出来,作为工业化分工的一部分;我们知道需要什么原料来加工,做到什么程度,这是最基本的、走出成熟的纪录片商业化制作关键的一步。

参考文献:

- [1] 冷冶夫,刘新传.关于纪录片商业化运作的思考[J].中国电视,2007(11):59.
- [2] [美]亚伯拉罕·马斯洛.动机与人格(第3版)[M].许金声等译.北京:中国人民大学出版社,2012.
- [3] 余权,刘敬.素材的要义[J].中国电视,2013(5):57-60.
- [4] [奥]弗洛伊德.自我与本我[A].车文博.弗洛伊德文集[C].北京:九州出版社,2016.
- [5] 聂欣如.纪录片研究[M].上海:复旦大学出版社,2010:145.
- [6] 新浪传媒.央视纪录频道首次面向社会制作机构招标[EB/OL].http://news.sina.com.cn/m/2011-07-15/180222821722.shtml,2011-7-15.
- [7] 陈谋亮.关于舆论与舆论学的探讨[J].社会科学,1986(10):59.
- [8] 叶田.迈克摩尔纪录片研究[D].华东师范大学硕士论文,2006:13.
- [9] [荷兰]尤里斯·伊文思.摄影机和我[M].沈善译.北京:中国电影出版社,1980:78.