

# 新时代中国国家形象的纪实影像呈现

## ——以中国脱贫攻坚纪录片为例

武新宏，张可欣

(扬州大学新闻与传媒学院，江苏扬州 225009)

**摘要：**纪录片是国家叙事的影像参与，具有非虚构的本质属性，在塑造国家形象方面一直发挥着积极作用。中国脱贫攻坚题材纪录片，呼应时代变迁，映照历史发展，关注现实生活。内容上，中国脱贫攻坚纪录片聚焦脱贫攻坚进程中政府和人民所做的艰苦努力和取得的巨大成就；形式上，中国脱贫攻坚纪录片探究新的叙事视角、叙事方法，在宏大叙事与个体关照、全知视角与理性旁观、国际视野与时代话语交织融合中，向世界呈现国际减贫事业的中国故事、中国智慧和力量，塑造真实、客观、立体的新时代中国国家形象。在国家形象新时代内涵的全面准确把握、创新叙事方式打造理解式对话、融合力量合力共塑国家形象方面，中国脱贫攻坚纪录片提供了有益启示和思考。

**关键词：**新时代国家形象；脱贫攻坚纪录片；纪实呈现

**中图分类号：**J952

**文献标识码：**A

**文章编号：**2096-8418 (2024) 02-0103-08

国家形象是一个国家对自己的认知及国际体系中其他行为体对它的认知的结合。<sup>[1]</sup> 国家形象具有可感知性、相对完整性、主客观统一性和自我塑造性。国家形象塑造是对国家实体形象的一种描述，是由塑造者与公众认知共同完成的关于一个国家的总体感知与评价。<sup>[2]</sup> 国家形象有真实客观呈现国家实体形象的现实诉求，任何媒介都有从各自角度、用各自方式塑造国家形象的责任。新时代中国脱贫攻坚纪录片，呼应时代发展，把握历史脉动，聚焦现实生活，用纪实影像，向世界讲述中国脱贫攻坚动人故事，展现中国政府和中国人民为解决人类面临的共同问题所贡献的中国智慧、中国方案和中国力量，从政治、经济、文化、社会、生态等国家形象内涵的不同维度，呈现真实、立体、全面的新时代中国国家形象。

### 一、脱贫攻坚纪录片中的新时代中国国家形象

中国脱贫攻坚纪录片的由来，经历了从“扶贫”到“脱贫”的过程。先有国家“扶贫”“脱贫”政策的提出，才有“扶贫”“脱贫”纪录片的诞生。中国“扶贫”题材纪录片从20世纪80年代开始出现。1986年，国家建立从中央到县一级的扶贫开发机构，开始有组织的扶贫工作，以“救济式”扶贫为主。1994年，中国政府出台《国家八七扶贫攻坚计划》，这是中国历史上第一个明确提出“扶贫”任务的国家计划，从此进入“开发式”扶贫阶段。2013年11月，习近平总书记第一次提出“精准扶贫”理念。从“扶贫”到“脱贫”，分水岭是2015年。2015年11月，党中央颁布《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》，明确提出“脱贫攻坚”总体目标要求，此后中央工作进入全面“脱贫攻坚”阶段，包括易地搬迁、产业扶贫、生态扶贫、教育扶贫、科技扶贫、网络扶贫、基础设施建设、危房改造等等。2015年后，客观反映中国摆脱贫困的纪录片，皆以脱贫攻坚为主要内容。本研究文本

选取的时间节点也为 2015 年。从 2015 年以后中国主流媒体制作播出的脱贫攻坚纪录片中选取播出效果比较好、影响比较大的代表性作品,如《摆脱贫困》(2021)、《无穷之路》(2021)、《柴米油盐之上》(2021)、《落地生根》(2021)、《2020 我们的脱贫故事》、《出山记》(2018)等为主要研究对象,进行主题内容与表现方法等方面的比较分析,探究中国脱贫攻坚纪录片塑造新时代中国国家形象的具体样貌、塑造方法和传播路径。

8 集纪录片《摆脱贫困》,由中央广播电视总台与国家乡村振兴局联合制作,2021 年 2 月中央电视台纪录频道首播。作品用全知视角、具有说服力的解说词以及鲜活的纪实画面,生动展现人类历史上规模最大、力度最强的中国脱贫攻坚战和中国政府极具原创性、独特性的重大举措,彰显出中国共产党坚强的领导力和中国特色社会主义制度的优越性。传播方面,中央广播电视总台用 44 种语言向海外 200 多个国家和地区持续推送,引发美国、英国、加拿大、德国、澳大利亚、芬兰、俄罗斯、塞尔维亚、巴西、越南等多国主流媒体高度关注。总台 CGTN 发布特稿《摆脱贫困:中国领导人的庄严承诺》,获得美联社、雅虎财经、法新社、美国晨星网、欧罗巴通讯社、澳联社、加拿大商业期刊、印度《今日商业》杂志等 1100 多家海外主流网络媒体转载,累计触达海外受众 6.96 亿人次。此为中央电视台制作同类题材纪录片的典型代表。

12 集纪录片《无穷之路》,由香港无线电视台制作,2021 年 8 月香港翡翠台首播。内容包括悬崖村的历史及沧桑、人类史上大型易地搬迁、交通基建扶贫、扶贫先扶智、大学梦、宁夏西海固吊庄移民、水利工程生态扶贫、华润希望小镇、云南咖啡甲天下、网红丁真及家乡理塘举国成名、由贫穷县变网红县、现代愚公移山等。主持人陈贝儿从媒体人的视角,实地探访 10 个最具代表性的极度贫困村,用参与式深度体验方式,纪录国家精准扶贫政策下普通百姓摆脱贫困的鲜活故事。该片获广播电视总局颁发的 2021 年度优秀海外传播作品奖、2022 纽约电视电影节最佳节目叙述奖、2022 亚洲影艺创意大奖(中国香港地区)最佳时事节目/系列及最佳纪实节目主持奖、微博视界大会微光荣耀最具影响力作品奖。主持人陈贝儿因为此片荣获“感动中国年度人物”。此为港澳台制作同类题材纪录片的优秀代表。

4 集纪录片《柴米油盐之上》,由国务院新闻办公室监制,中宣部对外推广局、国家广播电视总局网络视听节目管理司指导,中国报道杂志社解读中国工作室联合腾讯视频、福建省广播影视集团、深圳市委宣传部共同出品,由两届奥斯卡奖获得者、英国导演柯文思拍摄执导。2021 年 7 月 15 日,中国中央广播电视总台农业农村频道、腾讯视频、Discovery 探索频道、英国 Sky 天空电视台同步首播。作品以旁观视角,真实讲述普通中国人追寻富足美好生活的个体故事。该片获广电总局 2021 年度优秀海外传播作品奖、第 12 届芝加哥独立电影节最佳纪录短片奖、第 31 届中国电视金鹰奖、第 16 届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖。此为中外合拍制作同类题材纪录片的优秀代表。

### (一) 脱贫攻坚进程中的国家形象全景呈现

无论是中央电视台制作的《摆脱贫困》,还是香港无线电视台的《无穷之路》,脱贫攻坚纪录片从不同角度对中国政府推进精准扶贫、脱贫攻坚的艰苦历程,进行了全景观、立体化的全面展现,从政治、经济、生态、国民等层面,塑造出新时代的中国国家形象。

#### 1. 人民至上、集中力量办大事、秉持中国式现代化理念的新时代政府形象

纪录片《摆脱贫困》用详实数据、真实画面、生动故事,讲述中国政府践行“全面建成小康社会,一个也不能少;共同富裕路上,一个也不能掉队”庄严承诺的奋进历程和国际减贫责任担当,全面介绍中国政府脱贫攻坚的世界背景和国内现实需求。作品用珍贵同期声展示 2015 年 9 月联合国可持续发展峰会确定 2030 年全世界消除一切形式贫困的目标。2015 年 10 月,中国共产党十八届五中全会明确

提出2020年现行标准下农村贫困人口全面实现脱贫,比联合国2030年减贫目标整整提前十年,展现中国执政党消除贫困的魄力和决心。从庄严承诺、精准施策、咬定青山、家国情怀、命运与共、再启新程等多个层面,立体呈现中国政府举全党、全国之力,下派200多万扶贫干部,挨家挨户上门摸排贫困情况,制定脱贫方案,推进脱贫过程,核验脱贫效果,制定防止返贫措施,一步接着一步走、一人接着一人干的坚定意志和不畏艰险的顽强精神。既有领袖的为民情怀,也有普通干部的舍己奉献。纪录片《无穷之路》详细解释中国政府的扶贫政策和推进计划,采访生态扶贫专家,探访易地搬迁推进者,跟拍定点改善农村基础设施建设企业家,展现中国政府一张蓝图绘到底、全国一盘棋的执政理念,彰显社会主义国家的制度优越性。推行“百万干部下村扶贫”“万家企业帮万村”、整村异地搬迁、生态扶贫、教育扶贫、科技扶贫、网络扶贫等计划,充分展现人民至上、集中力量办大事、基于国情精准施策的中国政府形象。

### 2. 质朴善良、革故创新、勤劳进取的普通中国人群体形象

中国地域差异悬殊,贫困人口基数大,短时间内全面摆脱贫困实现共同富裕,艰巨性与复杂性前所未有。脱贫攻坚纪录片没有掩盖困难,而是基于现实、客观真实地展现国家领导人的决心与智慧,展现扶贫干部的艰苦努力以及不同地域人民观念转变的过程。《摆脱贫困》中,处于恶劣环境里的中国贫苦百姓,受安土重迁传统观念影响,不愿易地搬迁。但是当看到新建成的楼房设施齐全,扶贫工作坊可以安排就近上班之后,主动要求搬出深山,自觉适应生产生活方式的转变。他们主动参与到绿化荒山生态植树劳动中,投身到家乡出行环境改造中。四川大凉山悬崖村村民,全村出动,自发出力帮助背运改建钢梯的钢管,200多天时间和施工队一起,将120多吨重的6000多根钢管,一根根背上悬崖,搭建起2556级牢固天梯,塑造出勤劳善良的中国百姓形象。纪录片《无穷之路》在展现过去与现在的变化中,呈现历经艰难困苦,依然心中充满希望的中国普通百姓的善良和坚强,他们的名字可能不被人知晓,他们的个体形象可能不十分鲜明,但他们以中国普通百姓的群体形象呈现在世界面前,他们的脸上,不再有20世纪90年代《沙与海》中面对恶劣生存环境时的无奈与隐忍,面对改变他们可能会有迟疑,但不会排斥改变,而且想通之后会一往无前、坚定勇敢,展现出顾全大局、质朴善良、勤劳进取的普通中国人群体形象。

### 3. 因地制宜、人与自然和谐共生共赢的新时代生态形象

脱贫攻坚纪录片用真实影像,生动展示中国坚持走生产发展、生活富裕、生态良好、人与自然和谐共生共赢的文明发展道路。纪录片《摆脱贫困》讲述新疆维吾尔自治区于田县乌什开布隆村村民那斯尔·麦提尼亚孜,靠背当地浊水生活,村里118户人家和那斯尔老人一样,过着滴水如油、惜水如金的生活。为改变现状,新疆维吾尔自治区水利厅派出勘探队,进入河川深谷寻找清洁水源,历经多次失败,最终在八公里外山谷找到一处甘泉。引水工程投资高达900万元,工程建设历时4个月,彻底解决村民饮水问题。《无穷之路》展现生态扶贫的精准施策理念,因地制宜,不同地方采取不同措施。西北戈壁沙漠没有水,生存环境恶劣,采取异地搬迁方式,还土地给生态,绿化植树,引水灌溉,恢复生机;海南热带雨林树多水多,与人类争夺生存空间,采用生态扶贫、发展有机农业等措施,有效利用环境资源,脱贫致富。这些纪录片展现出人与自然共生共赢,创造人类文明新形态的新时代生态中国形象。

### 4. 物质条件与文化教育条件共同改善的新时代经济形象

物质富足、精神富有是社会主义现代化的根本要求。物质贫困不是社会主义,精神贫乏也不是社会主义。纪录片《摆脱贫困》《无穷之路》用生动故事,展现生活物质条件改善之后,改进教育设施、丰富文化生活、完善医疗条件等过程,悬崖村藤梯变钢梯,钢梯变楼梯,搬进城市里的新房后,沙发、

彩电、互联网，一应俱全。扶贫干部教村民学说普通话，学用互联网，提高文化水平，传承传统文化，加强医疗保障，呈现物的全面丰富和人的全面发展的新时代中国形象。

## （二）中国普通人个体形象的聚焦深描

柯文思执导的纪录片《柴米油盐之上》，则更多把目光投射到中国人身上，关注普通中国人个体形象的塑造，把不同年龄、职业、性格、命运的人，放在脱贫攻坚的时代大背景下，进行细致描绘。他们不仅有名有姓，还有各自不同的生命轨迹和鲜明的个性特点，用每个人单独一集的篇幅，深度刻画新时代中国人的鲜明形象。

### 1. 负责敬业的扶贫干部形象

第一集《开勇》讲述云南贫困山区村支书常开勇，扶贫下村帮助村民搬迁的故事。开勇是一位正直善良、尽心尽力的基层村干部，薪水不高，而且大部分花在跑上跑下的汽油费上。工作繁忙，没有时间照顾年迈父母，以至于父亲去世时没能在身边。更无暇照顾自己的小家庭，以至于妻子感叹“我当你的贫困户该有多好”。在工作职责与家庭亲情之间，在大家与小家之间，他选择舍小家保大家，体现出新时代中国基层村干部敬业奉献的精神。

### 2. 勤劳敢闯的命运挑战者形象

第二集《琳宝》讲述一位云南贫困山区的95后年轻女性张琳，通过开大型卡车改变自己生活处境的故事。身材瘦小的张琳性格开朗乐观，即使受过伤害，也坚强面对。纪录片呈现她笑对过往、放声高歌的积极状态，塑造了一位不畏艰难、勇往直前的新时代普通中国人形象。

### 3. 尊老重义的文化传承者形象

第三集《怀甫》讲述杂技演员王怀甫充满艰辛的成长历程。他的人生经历是一部新时代中国农村青年奋斗史，从贫困状态到成为舞台明星，在传承中国传统杂技的同时，也在实现自己的人生价值和艺术梦想。每年春节王怀甫都带儿子回河南老家，回顾儿时痕迹，孝敬父母，不忘根本，展现出新时代中国普通人传承传统、尊老重义的精神品质。

### 4. 共同富裕的开拓者形象

第四集《子胥》从子胥村这一致富典型出发，展现中国快递行业的发展，也展示中国人互帮互助、回馈家乡、建设家乡的乡土情怀。为改变贫困，几个少年勇于尝试新事物，从骑自行车送快递，到大城市里闯出一片天地。历经无数艰苦磨难，终于创造出一个庞大的快递帝国，分公司遍布全国各地。与前面3个故事“走出乡村”不同，《子胥》的关键词是“同乡联结”，同乡带同乡的乡缘情结是他们创业成功的关键。开拓者们心系故土、回望家乡，致力家乡建设，塑造出新时代共同富裕的开拓者形象。

## 二、脱贫攻坚纪录片呈现新时代中国国家形象的方法路径

纪录片要想吸引人，也要讲故事，也要不断创新表达方法。讲故事，是国际传播的有效方式和手段。讲故事就是讲事实、讲形象、讲情感、讲道理，讲事实才能说服人，讲形象才能打动人，讲情感才能感染人，讲道理才能影响人。<sup>[3]</sup> 特别是承担对外塑造传播中国国家形象的纪录片，要把握国际传播移动化、社交化、可视化趋势，在乐于接受和易于理解上下功夫，让更多国外受众看得懂、听得进、理解得明白。新时代中国脱贫攻坚纪录片在叙事角度、叙事方式、叙事策略、传播渠道等方面，努力探索创新表达。

### （一）叙述视角：宏大叙事与个体关照结合、“理解式对话”与第一人称叙述

叙事者需要选取一个特定的视角进行言说，叙事才能铺展衍生。叙述视角是叙述者对所叙人物、事



件进行观察与讲述的方位与角度。它不是附属物, 相反, “在绝大多数现代叙事作品中, 正是叙事视角创造了兴趣、冲突、悬念乃至情节本身<sup>[4]</sup>”。由于非虚构本质属性, 任何历史时期, 纪录片都发挥意识形态宣传与引领作用。新时代以来, 中国纪录片有意识进入主流视野, 回归国家话语, 体现出对国家复兴、民族崛起重大主题的关注与呼应。特别是脱贫攻坚题材纪录片, 具有鲜明主流价值性以及宏大叙事与个体关照相结合的时代话语特征。

《摆脱贫困》用全知全能视角、宏大叙事与个体关照相结合的方式, 全面讲述举世瞩目的中国脱贫攻坚历史进程。既展现中国政府全面小康的宏伟目标、世界减贫中国实践的责任担当, 又将这些宏伟目标与具体贫困地区、贫困家庭实际情况相结合, 让人看到国家下大力气脱贫攻坚的历史脉络、现实依据和决策必要性。作品用具体数据和时间节点, 讲述从1992年当时年轻地委书记出版《摆脱贫困》书籍, 到2012年成为中共中央总书记, 带领14亿中国人民打响人类历史上前所未有、彻底摆脱绝对贫困庄严承诺的历史脉络, 用领导人高端会议讲话同期声与跋山涉水实地考察、走村入户的现场跟拍画面相结合, 展现中国脱贫攻坚的决心、勇气和魄力。历史的纵线与现实的横线相互交织, 国家话语与个体叙事紧密结合, 有理有据, 节奏起伏变化, 令人印象深刻。

《无穷之路》采用主持人介入式体验采访的方式, 沉浸现场, 以实地走访的现实生活横切面, 实时讲述所见所感, 在情景体验的双向交流中, 消解陌生感, 构建理解信任。营造主持人与被采访者、叙述者与观众之间立体多维理解场域, 实现信息传达的有效性和吸引力。陈贝儿在悬崖村体验攀爬钢梯, 1500米直立高耸的钢梯, 令人望而生畏, 陈贝儿一边艰难地攀爬, 一边气喘吁吁地和悬崖飞人拉博交流, 一个说“你看看下面的风景”, 一个说“不看, 不看”, “不看, 你会错过独一无二的风景”, 在生动对话中, 传递出生存环境恶劣, 而生活在这里的人们朴实善良、乐观坚强等丰富信息, 引发受众的深刻理解与共情。在怒江, 主持人体验古老出行工具溜索, 与当地村民邓医生一起共同处于绳索之上, 也共同经历惊险行程, 引发观众惊叹。沉浸式体验、互动式交流, 营造理解式对话, 激发受众认可式观看。

《柴米油盐之上》采用跟拍纪实、被拍摄者自我讲述的方式, 讲述中国普通人逐梦小康的故事。镜头聚焦人物心理、情绪变化以及命运发展。被拍摄人物自己面对镜头讲述, 制作者躲在镜头背后默默旁观。第二集《琳宝》开篇伊始主人公自述“我叫张琳, 很多人都喜欢喊我琳宝”, 以自我介绍引出后续故事, 讲述自己离开大山改变命运的辛酸历程, 最后说出“女性必须要经济独立, 我不会靠任何人”的女性独立宣言, 展现新时代中国女性的自信、坚强与乐观。导演柯文思从理性“旁观”视角, 表达对中国建设小康社会的个人观察与理解, 给国内外观众提供个体解读的可能性。

## (二) 叙事方式: “旁观”与“介入”融合、视频日记体纪实跟拍

叙事方式是用来叙述故事、事件或经历的方式和技巧。不同的叙事方式会产生不同的视觉效果。纪录片像镜子一样, 客观反映现实生活, 还是像锤子一样, 主动干预现实, 一直是纪录片创作领域的重要分歧。镜子论者主张对被拍摄对象进行客观理性的“旁观”式纪录, 锤子论者主张对被拍摄对象进行主观“介入”与干预。中国电视纪录片从1958年5月1日第一次播出开始, 到20世纪80年代末, 历时30年流行“我视电影为讲坛”、把纪录电影当成“打造自然的锤子, 而不是观照自然的镜子”的“介入式”, 直到90年代, 才出现“不介入”“不干预”、把制作者的干预或阐释缩减到最低限度、“影片拍摄者保证决不要求或建议表演某种姿态”的“旁观式”<sup>[5]</sup>。而进入21世纪20年代的中国纪录片, 呈现出“多元融合”的情态, 主观与客观、旁观与介入并存。

《摆脱贫困》采用具有权威性和可信度的解说词, 有意识地讲解国家政策出台的历史背景、现实依据和具体落实过程, 有计划地安排所需内容和节奏发展, 具有明显主观“介入”特征, 然而又用纪实

跟拍四川大凉山悬崖村藤梯改造、新疆乌什开布隆村饮水工程建设等众多人物事件,呈现鲜明“旁观”特性。通过客观中立、说明性解说词与跟拍纪录人物事件发展过程的结合,让主观介入与纪实旁观并存,主题鲜明性与事实客观性相互辉映,对传统意义上解说词上帝视角的单向叙述而言,不失为兼顾受众容易接受视角的一种探索和突破。

《无穷之路》采用视频日记的形式进行内容呈现,以主持人现场所见的第一人称视角画面,用轻快活泼的方式,展现国家精准扶贫政策落实进程中不同地域摆脱贫困的巨大变化,具有强烈的代入感和沉浸感。第一集《四川悬崖山》,主持人一落地,就手持自拍设备,面对镜头介绍当地自然环境及贫困状况。悬崖村坐落在悬崖顶上,唯一出行道路是垂直90度用藤条织成的天梯。2016年,政府出资100多万元建成2556级的钢梯,村里接通自来水,铺设电缆,水、电、路等生活基本设施得到极大改善。陈贝儿手持自拍相机,体验攀爬钢梯,一边攀爬,一边讲述现场感受,展示钢梯的险峻和生存环境的恶劣,具有强烈视觉冲击和现场代入感。第三集《云南怒江》,主持人跟随邓医生体验怒江溜索,一只手抓住绳索,另一只手紧握自拍相机,画面中出现摄像机和手持相机,明确显示vlog+纪录片的拍摄形式,具有强烈生活感和时代气息,真实性、亲切感和交互性显著增强。

《柴米油盐之上》则采用跟拍纪实的拍摄方式,不用解说词,而是大量运用同期声和长镜头,以平等的姿态、平视的视角,客观记录中国西部的贫困落后、国家易地搬迁、城市化进程、市场经济转型等一系列社会变迁。影片没有刻意拍摄采访镜头,而是聚焦事件进程中的人,以旁观者视角捕捉人物在特定情境下的情感流动,降低对拍摄对象的干扰,保留生活本身的复杂性以及人物命运的发展性。

### (三) 叙事策略:国内国际并置、今昔对比与冲突悬念强化戏剧性

叙事策略是指在叙述过程中所采用的一系列技巧和手段,以达到更好的叙事效果。叙事策略中的一个重要策略是差异与对比的运用,可以使故事更加生动,更有说服力,更容易引起观众的情感共鸣。纪录片《摆脱贫困》在众多脱贫攻坚题材纪录片中,彰显出不一样的特质,关键因素之一是采用对比叙事的策略。作品用大量篇幅介绍国际减贫事业的现状和中国减贫实践的国际责任,讲述中国把宝贵的减贫经验及智慧成果,无私向世界其他国家分享的故事。第7集《命运与共》开头用现场同期声,展示中国领导人在北京2015年世界减贫与发展高层论坛上的讲话内容,传递出中国政府凝聚共识、同舟共济,推动建设人类命运共同体,为各国人民带来更多福祉的国际胸襟。用跟拍纪实画面,展现巴布亚新几内亚的贫困村里,中国菌草首席科学家忙碌的身影。中国脱贫工作不仅帮助一个国家一个地区摆脱贫困,还扩展到全球106个国家,为世界减贫事业做出中国重要贡献。这种立足中国、面向世界的叙事策略,新颖独特,展现致力于合作共赢、和平发展的负责任东方大国形象。

《无穷之路》则将过去情景与现实变化并置对比,展现脱贫攻坚的辉煌成果,具有事实无可争辩的说服力。第一、二集《四川悬崖山》中,悬崖村脱贫前的影视资料展示简陋“藤梯”,与脱贫中政府修建崭新坚固“钢梯”的对比;“悬崖飞人”拉博城里新家的电视、沙发、客厅、卧室等城市化设施,与没有水电、没有居室的杂乱旧家的对比;村民艰难背物品下山被压低价钱,与网络铺设完成后利用互联网直播轻松带货的对比等,验证国家精准扶贫战略的合理性和有效性,消除国内外受众对中国制度的刻板印象和误解,增强说服力和可信感。

《柴米油盐之上》采用设置戏剧冲突等故事化叙述策略,阶梯递进式叙事与冲突悬念式叙事相结合,使纪实影像充满戏剧张力。阶梯递进式叙事,又称线性叙事,根据事件发展顺序和受众认知逻辑进行编排,具有较强时间脉络、清晰明确的主线和逻辑结构,注重故事完整性、时空统一性、情节因果性和叙事连贯性。如《开勇》沿着时间纵线,对基层干部常开勇走家串户说服贫困户搬离大山、参观安置房、进城落户等事件进行叙述,遵循事件的前后顺序和完整逻辑,容易被受众接受。

矛盾冲突的运用,可以打破固有叙事节奏,增强戏剧性。如村支书常开勇一边要劝说贫困户搬迁,一边还要关注家人的情绪,工作和家庭之间呈现冲突矛盾。而悬念设置可以建构叙事节奏。常开勇面对“固执”的村民能否完成易地搬迁?女货车司机张琳将怎样安排年幼的儿子、是否会放弃开长途大型货车的工作?杂技演员王怀甫是继续实现梦想还是回家养伤?这些悬念的设置,增加了故事叙述的节奏感和情节吸引力。

#### (四) 传播渠道: 国际平台、多媒体联动与立体传播

传播的目的是为了接受。一个完整的传播行为包括信息从传播者到接受者之间的多维度有效流动。在传播方面,新时代中国纪录片作品比较注重国际传播平台和多媒体移动方式,有诸多共同之处。皆有国际视野、多媒体联动、立体化传播。《摆脱贫困》由中央广播电视总台制作,总台用44种语言及融媒体编译播发《摆脱贫困》相关报道,讲述鲜活中国扶贫脱贫故事,解读“精准脱贫”等充满中国智慧的重要理念,通过脸书、优兔、推特等海外社交媒体广泛传播。CGTN发布特稿《摆脱贫困:中国领导人的庄严承诺》《精准扶贫:中国特有的扶贫道路》,获得美联社、雅虎财经、法新社、美国晨星网、加拿大商业期刊、印度《今日商业》杂志等1100多家海外主流网络媒体转载。德国《欧洲时报》德文网、日本最大中国资讯门户网站Record China、阿尔巴尼亚Start News新闻网、北马其顿Zhurnal通讯社、埃及“头条”客户端、阿尔及利亚丝路新闻网、哈萨克斯坦《实业报》、古巴国家电视台新闻频道、阿富汗沙姆沙德电视台、柬埔寨酸角树网站等多国主流媒体转引转载《摆脱贫困》相关报道及精编版视频。相关报道引发海外网友热烈反响,纷纷通过总台多语种社交媒体账号留言,热情点赞中国脱贫攻坚成就。西班牙语脸书网友Jose Piamo留言“中国的成就和进步为国际社会树立了榜样”,波兰网友Shmuel Slav Zagrajek留言“伟大的人民和负责任的政府。中华民族应该也一定能富强起来”<sup>[6]</sup>。

《无穷之路》做为香港无线电视制作出品的纪录片,在香港翡翠台率先播出的同时,在埋堆堆APP同步播出,旋即在内地知名新媒体网站推出。团队原班人马制作出粤语、英语和普通话三种版本,充分满足香港、内地和国外广大用户需求。除香港和内地,TVB还拥有广泛的海外传播网络。TVB通过向马来西亚、新加坡、美国和加拿大付费电视台分销内容,触及全球华人社区。其新媒体服务TVB Anywhere,以及TVB在YouTube等社交媒体平台的账户,吸引超过2400万用户。《无穷之路》不仅让香港和海外受众了解中国脱贫攻坚战所创造的奇迹,追踪中国社会发展的进程,也让内地、香港以及海外的观众感受到国家的自信与强大,为国自豪。

《柴米油盐之上》采用官方主导、市场运作、多主体协同合作的对外传播新模式。在传播主体上,《柴米油盐之上》采用官方与民间合作形式,官方主要负责提供资金支持并保留最终审批权,民间主要以互联网相关社交平台进行传播,消除受众对官方宣传的刻板印象,以达到更好的传播效果。在外宣渠道上,《柴米油盐之上》与国外视频网站合作,全方位、全时段推送,发掘更多新鲜热门话题,进而促进宣传传播活动。通过美国Discovery探索频道、英国Sky天空电视台、YouTube、Facebook、Twitter和其他互联网协作平台进行口碑营销,增进外国受众了解中国为脱贫攻坚、全面建设小康社会做出的巨大努力,深受海外网民的喜爱,达到较好的传播效果。

### 三、脱贫攻坚纪录片对塑造新时代国家形象的启示与思考

讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国形象,是加强我国国际传播能力建设的重要任务。新时代中国国家形象,不同于以往任何历史时期,具有鲜明时代特征。脱贫攻坚纪录片全面把握新时代中国国家形象内涵,用生动活泼、贴近当代受众接受心理的方式,在塑造新时代国家形象方面,有一些有益启发和思考。



### （一）明确明晰新时代中国国家形象内涵，有的放矢

新时代中国国家形象的内涵究竟包括哪些方面，需要创作者明确清晰的理解与把握。《无穷之路》拍摄之初就有明确展现新时代中国国家形象的意识和对内涵的清晰理解，陈贝儿因为此片，成为 2021 年度“感动中国年度人物”。柯文思明确表示，希望用影片搭建连接中国与西方的桥梁，希望呈现真实中国，讲述中国故事，讲述普通中国民众的故事。

### （二）创新表达方式，打造理解式对话，进一步提升吸引力

纪录片取材于现实生活，要用真实生活讲述吸引人的精彩故事，难度非常大，需要不断探索，创新表达方法。新时代中国纪录片如何用具有新时代特点的方式讲述中国故事，让受众更容易、更愿意接受，是需要认真对待的重要问题。《摆脱贫困》的国际国内双向视野、《无穷之路》的理解式对话交流、《柴米油盐之上》的戏剧性张力营造，都有值得借鉴之处。纪录片创作可以在打破一元叙事，构建二元及多元立体交流，注重时代感与互动性、亲和力与年轻态等方面努力，提升作品感染力和吸引力。

### （三）融合力量、合力共塑，打造与新时代中国国家形象匹配的精品力作

目前，中国纪录片在塑造新时代中国国家形象方面，存在题材内容同质化、作品质量参差不齐、具有国际影响力的作品数量不多等现象。特别是重要现实题材，在深挖新时代中国国家形象内涵以及用国际语言讲述中国故事等方面，仍有很多发力空间。新时代中国纪录片应该增加自信，融合各方力量，合力共塑，聚力打造有更大国际影响力的能够反映新时代中国国家形象的鸿篇巨制。

## 四、结 语

中国脱贫攻坚纪录片，内容聚焦新时代中国政府和人民投身脱贫攻坚伟大进程所做的艰苦努力和取得的巨大成就，展现世界减贫事业中的中国故事、中国方略和中国价值；形式上不断探索，创新表达，用第一人称叙事、打造“理解式对话”、“旁观”与“介入”融合、vlog+纪实跟拍等手段，增强作品吸引力和时代感，将宏大主题与微观叙事相结合，兼顾全景扫描与近景凝视，塑造真实、立体、丰富的新时代中国国家形象。未来中国纪录片创作，如何准确全面把握国家形象内涵时代特征与国际共享价值契合点，如何用新观念、新技术赋能纪实影像表达，如何最大限度发挥国际传播效能，最大可能消除国际社会误解和偏见，最大范围传播中国声音，向世界展示可信、可爱、可敬的新时代中国国家形象，仍需继续努力，任重道远。

### 参考文献：

- [1] 李智. 中国国家形象——全球传播时代建构主义的解读 [M]. 北京：新华出版社，2011：12.
- [2] 武新宏. 电视纪录片“自塑”国家形象研究（1958—2018）[M]. 北京：人民出版社，2020：7.
- [3] 习近平. 习近平谈治国理政（第二卷）[M]. 北京：外文出版社，2017：331.
- [4] [美] 华莱士·马丁. 当代叙事学 [M]. 伍晓明，译. 北京：北京大学出版社，1991：158.
- [5] [美] 埃里克·巴尔诺. 世界纪录电影史 [M]. 张德魁，冷铁铮，译. 北京：中国电影出版社，1992：230.
- [6] 邢斯馨. “摆脱贫困”海外持续热播 网友赞脱贫人民笑容最美 [Z]. 北京：中央广播电视总台央视新闻，2021-3-8.

[责任编辑：华晓红]