

纪录片为何开始火了

文化娱乐现象述评

刚刚过去的世界读书日，一部5集纪录片《但是，还有书籍》在首播4个月后又刷屏。它以极尽温柔的方式，将镜头聚焦于编辑、译者、二手书店老板等隐身于书背后的爱书人，用细腻的笔触描述他们日常生活中的百样图景；它没有死气沉沉掉书袋，不时露出的清新动态手工插画和胡歌充满磁性的旁白，让人安静下来，获得力量和慰藉；它去年底上线哔哩哔哩（以下简称B站），B站目前总播放量652.9万次，豆瓣评分9.2，颇受年轻人喜爱。

如果说《但是，还有书籍》让我们看到一群人，在默默守护文学，抵抗着时代的浮躁，在浩瀚的书海里，杀出一条血路，争得一片土地；那么从《我在故宫修文物》到《人生一串》再到即将上线的《我们的国家公园》《小小少年》等，“用年轻的语言讲好中国故事”的B站近年来在爱奇艺、腾讯视频和优酷的夹击下，同样杀出了一条血路，逐渐成为爆款纪录片聚集地。

网感，未必是迎合

作为一部网生纪录片，《但是，还有书籍》令人倍感欣喜和振奋的是纪录片的后续效应——片中提到的一些冷门书籍，被青年观众放入了购物车。在纪录片第一集上线的第三天，作家袁哲生的小说集《寂寞的游戏》在出版社官方淘宝店卖出700多册，临时紧急加印8000册；同样一度断货的还有中华书局的《郑天挺西南联大日记》，在纪录片更新期间，这部作品售出千余册。

与网红主播、偶像明星动辄千万级的带货能力相比，图书干册的销量并不惊人，但让冷门纯文学以及历史书籍在热衷发弹幕的年轻一代中走红，足以证明纪录片的文化穿透潜能。在业内人士看来，《但是，还有书籍》是继《我在故宫修文物》后，又一部用青年审美打开市场局面的纪录



片佳作，其背后传递出一个市场信号：所谓青年观众好评多多的“网感”，绝不是指低姿态的迎合，而是基于文化深度与情感温度的创新表达。

文化，也可以年轻

其实，这远不是纪录片在B站这个青少年云集的平台上的第一次突围。自从和旗帜传媒联合出品了爆款纪录片《人生一串》后，B站便着重在新媒体纪录片领域发力，并逐渐成为国内最大的纪录片出品方之一。截至目前，B站纪录片用户突破6500万，年轻化的纪录片受众正在以肉眼可见的速度增长。

缘何？因为B站的纪录片不仅有一颗文艺的初心，更有生活的烟火气，它们讲述熟悉的生活日常，又轻盈地解剖其间的人情和文化。让我们翻翻B站2020年纪录片排播表，《小小少年》将跟踪拍摄“痴迷”于自然、科技、艺术、运动等不同领域的天赋异禀的孩子，记录他们与众不同的成长故事，当一个孩子痴迷于一件事，会爆发出怎样的想象力和创造力？什么是大学的味道？是平时挑三拣四，一个月不吃又会想念的食堂味儿；是懒洋洋窝在宿舍，搭配综艺节目的外卖午餐，是住校时的百般嫌弃，离开之后又无比怀念的黑暗料理，《大学美食图鉴》相信会写满美食与青春的故事；看过那么多外国自然风光类纪录片，我们自己的呢？《我们的国家公园》一网打尽丰富而瑰丽的地貌、珍稀神奇的精灵、多样化的动植物资源、激动人心的生命历程……日常题材、人文视角、形式新颖，B站经过几年摸索，对于用年轻化的表达方式讲好中国故事，越发娴熟。

首席记者 孙佳音



马上评

在片子里找答案

□ 朱光

纪录片在中国，总体上日子不太好过。此番年轻人拍摄的纪录片在B站上整体崛起，是新时代的一个喜人的现场。

在所有影视作品中，纪录片的拍摄难度是最高的——有营养、有知识、有见地、有故事的真实纪录，还必须捕捉到尽量真正发生的镜头。在计划经济时代，举全国之力于1953年7月成立的中央新闻电影纪录制片厂，成为上世纪改革开放前国内观众在电影院正片前观看的纪录片《祖国新貌》的出品方。

在艺术院校里，不读到硕士程度，是学不到纪录片拍摄技能的。拍摄纪录片，需要敏锐的新闻视角、耐心的随时跟拍、精妙的叙事能力、高超的社交技巧等等——而且，随时“在现场”的高强度精力投入，因为，拍纪录片永远是“一遍过”，错过就是错过——后期补不上了……

纪录片整体不如影视剧景气，是可以理解的常态。但是，B站上喷涌而出的年轻人拍摄的以青年观众为目标群的纪录片，以对生活的炙热之情，对知识的热切渴望，形成了好比一个视频版的“知乎”——以真实的生活画面展现的关于现实生活的问与答。他们对生活提出设问句，然后以拍摄纪录片片的方式给出答案。

不止于B站，腾讯公益板块注重于寻访全国各个非遗项目，并一一拍摄成纪录片，保存了一大批即将消逝、扎根于大地的生活方式。爱奇艺、优酷等也致力于纪录片的投资与拍摄，激发了不少有情怀、有理想的年轻人投身这一行业。

是新时代的机遇，让视频网站转而成为上市公司。因而，这些上市公司里的视频网站，具备了拍摄纪录片的最大优势——钱袋充盈。使得纪录片团队可以完全从创作、制作角度出发，没有后顾之忧地投身其间甚至可以试错。胸怀大志与激情的青年纪录片从业者，遇到了同样有情怀的同龄人掌控的上市公司，加上对这份土地的深深热爱，造就了当下视频网站纪录片的蓬勃“起势”。

今后，期待这些新媒体背景的纪录片能够在选材、角度和观点上不仅仅限于生活，更能让全年龄观众也深深着迷。



势——钱袋充盈。使得纪录片团队可以完全从创作、制作角度出发，没有后顾之忧地投身其间甚至可以试错。胸怀大志与激情的青年纪录片从业者，遇到了同样有情怀的同龄人掌控的上市公司，加上对这份土地的深深热爱，造就了当下视频网站纪录片的蓬勃“起势”。

今后，期待这些新媒体背景的纪录片能够在选材、角度和观点上不仅仅限于生活，更能让全年龄观众也深深着迷。

苦味的最后是甘甜

《风味人间》第二季昨上线



“喜马拉雅南麓，两百米的高空，没有任何防护，以最原始的方式，置身凶险之境，只为获取一种甜蜜食材。”熟悉的声音，熟悉的音乐，由陈晓卿团队出品的《风味人间》第二季昨晚准时上线腾讯视频和浙江卫视，一开篇就先声夺人。50分钟不知不觉过去，这一季到底香不香？香。

美食更具象

如果说尼泊尔的“蜂蜜猎人”遵循最原始的猎蜜手法，几乎毫无防护地在陡峭的悬崖上与危险的蜜蜂搏斗，以获取“崖蜜”这一珍贵食材置于开篇，是顺从获取、加工、烹饪的讲述逻辑，那么《风味人间》这一季的第一集，选择的也正是带给人美味初始

体验的——“甜”。不仅有蜂蜜的甜、蔗糖的甜、食物原有的甜，还有由甜作用出的复合味道。节目不仅表现了不同地区对于“甜”的运用和程度把控，还展现了苦与甜两种相反味道的关系：比如扬州的翡翠烧麦，放盐提鲜以衬甜，糖无从找寻，而甜无处不在；比如镜头最后落在那道苦瓜汤上，李立宏的声音传来，“苦味的最后便是甘甜”。

节目制片人张平介绍说，在设计这一季内容的时候，设想的是能产生对比的有趣效果，所以每一集都划定了一个相对具象的内容，比如：《甜蜜缥缈录》、《螃蟹横行记》、《酱料四海谈》、《杂碎逆袭史》、《颗粒苍穹传》、《鸡肉风情说》，然后在同类食物中“连连看、找不同”。

诚意看得见

从预告片中，我们就早早得知第二季拍摄了超过300种美食，寻遍全球25个国家和地区。但拍到底好不好，还等昨晚揭开锅盖。其实，观众很熟悉的“甜”并不好拍，第一集放完确实也没有什么食物一下子堵塞了线上销售渠道，但腾讯上短短两小时超过3000万次的点击数，足见团队的诚意没有被辜负。

一方面，《风味人间》虽然目标为“自然地理人文类”纪录片，但大量的学术积累、细致的田野调查，以及更深层次的人文思考都被隐于其后，主创们努力将最好看、最有趣、最少说教的东西呈现在前端。比如，翡翠烧

麦和千层油糕这两道扬州早茶名点在片中总共出现了4分钟多，但你可能想象不到，这两道点心制作拍摄了足足4天，每天拍十几个小时。被拍摄的白案王猛说，等待邂逅美食，花了很多时间。

另一方面，这又的确是一部扎扎实实的“自然地理人文类”纪录片，一个个生动的人间故事，裹藏在风味的甜酸苦辣里。第一集里尤其令人印象深刻的还是那道苏州人最爱的桂花糖水鸡头米，质地娇柔，吹弹可破，镜头不仅完整呈现了鸡头米的采摘和制作过程，更合着农民收工的画面，配上了汪曾祺的文字，“鸡头米老了，夏天就过去了”，诗意流淌，又丝毫不显造作生硬。

首席记者 孙佳音

