

纪录片解说词创作理念探析

——以《舌尖上的中国》为例*

佟延秋

(重庆交通大学 人文学院 重庆 400074)

摘要:解说词作为纪录片创作中不可回避的一个环节,其创作理念与风格也在发生变化。影视是声画结合的艺术,观众对纪录片解说词的理解与感受虽是诉诸于人类的听觉,但解说词的本质仍属于文字。因此,必须在纪录片制作的大背景下,思考解说词的创作。传播学理论中的“5W模式”为我们分析解说词的创作理念提供了理论框架。为此采用案例分析法,以《舌尖上的中国》(第一季)为例,对纪录片解说词的创作理念进行多视角的分析与总结。认为纪录片解说词的创作要以影视创作的思维方式进行,不仅需要对纪录片的受众定位与传播内容进行研究,还要具有一定的拍摄与剪辑意识。

关键词:纪录片;解说词;声画结合;传播学

中图分类号:J952

文献标识码:A

文章编号:1673-8268(2014)01-0091-04

2000年以来,世界纪录片的发展进入黄金十年。随着时代的发展,纪录片全面回归社会并步入市场化,朝着多元化方向发展。作为纪录片声音元素之一的解说词,也在随着纪录片的发展呈现出多元化的态势。解说词是纪录片创作当中的重要组成部分,是观众在观看纪录片画面时,诉诸于听觉器官的一种文字语言,是作者理性思维的直接外化^[1]。

一、纪录片解说词创作理念之传播者视角

传播者是传播活动的起点,在传播过程中担负着搜集、选择和传播信息的职责,因此也被称为“把关人”。当纪录片创作者都在为题材焦头烂额

之际,在众多本土文化,抑或是迷失在世界文化星罗棋布的题材中不知所措时,中央电视台的编导们在拍摄题材和对象的选择上实现了重大转变,他们将目光投向古老中国的饮食文化。这是一次大胆尝试,也是一次了不起的创举,使观众对纪录片有了新的认识^[2]。

格里尔逊认为纪录电影不是一种娱乐大众的手段,而应该担负起教育民众和宣传的责任。纪录片的知识传播和舆论导向功能是其存在的社会价值^[3]。同时,纪录片对现实生活及历史的纪录、审视、发现和感受,以及它对社会典型人物及事件的报道,在一定程度上能够起到引导社会舆论的作用。纪录片解说词能够感染受众,使其产生某种情

* 收稿日期:2013-03-15

基金项目:重庆市教育科学“十一五”规划高校项目:基于 m-Learning 的校际精品课程资源设计与开发研究(10-GJ-0708)

作者简介:佟延秋(1980-),男,辽宁鞍山人,讲师,主要从事纪录片创作、广播电视技术研究。

绪,而这种情绪反过来又会对其行为产生影响^[4]。

《舌尖上的中国》第三集《转化的灵感》在讲到黄酒时呈现的解说词是这样的:

“时间越久,酒越醇香。黄酒绵长而厚重,中国人可以从这一种饮品里,同时品味出‘柔’和‘刚’两种境界。”

这段解说,不仅是对中国酒文化的叙述,同时也传达了中国人柔中带刚的品格。它不仅起到传播文化的作用,还反映出中国人“柔”和“刚”相结合的传统精神,提升了人们的精气神。

纪录片不同于一般的电视节目,它将反映客观事实与传播某种思想集于一身,这种功能使其成为人类的“生存之镜”。纪录片还被看作是一个国家和地区文化“软实力”的重要组成部分,是让不同文化背景的人们彼此了解的最佳渠道之一。在国家形象的全球构建中,纪录片具有天然的优势和真实的感召力。

《舌尖上的中国》传达了一种不同于传统美食节目的饮食文化,该片的成功印证了文化的力量。第七集《我们的田野》中谈到贵州省下尧村长街宴时的解说词是这样的:

“体现群体和分享的长街宴,作为非物质文化遗产,正在受到世界的关注。”

这样的解说配上下尧村村民坐在一起吃长街宴的画面,将中国古老的、传统的饮食文化生动地展现在世人面前,也从侧面彰显了国家的文化软实力。

二、纪录片解说词创作理念之传播内容视角

正所谓“内容为王”,传播内容的真实性、贴近性、独特性是任何一档电视节目吸引受众的关键所在。《舌尖上的中国》共分七集,分别从“自然的馈赠”、“主食的故事”、“转化的灵感”、“时间的味道”、“厨房的秘密”、“五味的调和”以及“我们的田野”等不同视角和不同地域对中国美食进行了介绍。但如果仅仅是对美食本身的介绍,想必《舌尖上的中国》与其他美食节目的差别就不大。将食物不再看作是食物,则是《舌尖上的中国》对中国饮食文化这一主题的创新呈现。

《舌尖上的中国》站在艺术的高度,对那些美食以整体观照,从而使观众领略到中国饮食的精髓与魅力。同时,将镜头深入到每种美食的发展渊源中,以及后人对它们的传承与创新上,以此探讨中国饮食的历史背景和审美追求。

俄国著名作家列夫·托尔斯泰曾说过“朴素

是美的必要条件。”《舌尖上的中国》没使用华丽的道具,也没有采用大量的CG技术,画面中所展现的都是中国各个地域的普通老百姓,有些人甚至就生活在我们的身边^[2]。

《舌尖上的中国》第七集《我们的田野》在叙述西藏白朗县人生活时的解说词为:

“青藏高原,世界的屋脊。雅鲁藏布江从雪山冰峰间流出,奔向藏南的谷底,开辟了西藏最富庶的农业区——日喀则。这里的藏族世代种植青稞,并以此为主食。凭借着青稞带来的营养和能量,他们在人迹罕至的高原顽强地生存下来。”

这样的解说词,与青藏高原以及高原上人们生活场景的画面相结合,充满了对人的关怀和尊重。

在当今纪录片市场化的大环境下,可看性已成为衡量一部纪录片成功与否的第一标准。随着纪录片创作领域对曾经出现的漠视观众的创作倾向的反思和矫正,纪录片的故事性和人文关怀已经被越来越多的创作者所重视^[5]。

《舌尖上的中国》第一集《自然的馈赠》讲到查干湖的人们冬捕时呈现的解说词是这样的:

“网在冰下走了八个小时,终于到了收网的时候。水底的世界被整个地打捞了起来,被上天厚爱的人群又一次获得了恩赐。令人感慨的一幕发生了,大鱼们肥美的身躯刺激着所有人的神经,但是没有人会注意到一个细节——拉上来的网中竟然没有一条小鱼,每条鱼的重量几乎都在两公斤以上。……郭尔罗斯蒙古族有一句话叫做‘猎杀不绝’,讲的就是这个道理。”

这样具有哲理又富含人情的解说词,配上查干湖人纯朴自然的生活场景以及人为漏鱼的画面,揭示了珍藏在生活背后的生命本义。

三、纪录片解说词创作理念之传播媒介视角

传播媒介是传播过程中的重要组成部分,也是大部分传播行为得以实现的重要物质手段^[6]。“电视纪录片的内容是在视觉和听觉的共同感知中发展的。当画面与自然语言组合在一起,实现视听结合时,画面和解说之间则表现出某种带有规律性的关系。这种带有规律性的关系,是‘声画语言结构’。”^[7]《舌尖上的中国》很好地将画面、解说词、同期声三者有机结合起来,极大地增添了这部纪录片的艺术魅力。

观众看似在观看纪录片,实则是在“欣赏”纪录片。解说词不受限于画面的边框与具体画面形

象,通过与画面相结合进行叙事,能营造适当的语言氛围,唤起观众的形象感。

《舌尖上的中国》第二集《主食的故事》中讲到为什么中国人过生日要吃长寿面时的解说词为:

“为什么中国人过生日要吃面,面条是怎么成为中国人贺寿的象征呢?有一个说法是面的形状长而瘦,谐音长寿。面条于是当仁不让地成为讲究讨口彩的中国人最受欢迎的生日主食。”

这样的解说词与画面中卫大妈为老伴准备70大寿长寿面的过程相配合,使观众自然地联想到关于生日与长寿面的种种情景,而且还增加了画面的信息量。

任何影视作品在剪辑过程中不可避免的一个问题就是如何转场,纪录片也不例外^[8]。有时候两个镜头的组接很难在叙事流畅与剪辑流畅之间取得平衡^[9]。此时,通过解说词的过渡和连接,可以使整部纪录片的剪辑变得流畅。

《舌尖上的中国》利用解说词进行转场的手法随处可见。如第七集《我们的田野》中,在介绍传统海珍品后,转向海胆时的解说词为:

“有一种海珍品并不在其中,因为属于它的季节才刚刚到来。”

画面则由海滩上的各种海珍烧烤摊跳切到职业潜水员王厚喜潜水捡海胆。这样的解说词隐藏了画面剪辑点,使得叙事自然而流畅地转向海胆,没有丝毫的无序和牵强,增强了纪录片的流畅性,同时也带来了极佳的观赏性。

四、纪录片解说词创作理念之受众视角

现在的传播媒介特别重视受众的需求,纪录片当然也不例外。《舌尖上的中国》除了在视觉上满足人们释放生活和工作压力这一诉求外,还利用解说词、同期声达成观众对美食制作过程、发展历程等一系列的好奇与联想。

纪录片的题材多种多样,有的描写人物,有的记述事件,有的反映社会生活,有的追溯历史事实,有的揭示文化底蕴^[10]。无论哪一类题材,“人”都是永恒的主题。《舌尖上的中国》与其说是在记录美食,倒不如说是在讲人,每种美食都与“人”有关。在纪录片解说词的创作过程中,应注意贴近“人”的生活及内心,以“人”的视角去叙述同样会吸引观众的注意力^[11]。

《舌尖上的中国》在每集的最后,都会有一个饱含哲理性的总结,如第六集《五味的调和》这样结尾:

“五味使中国人的味道千变万化,也让中国人

在体会他们各自的人生况味时,找到一种特殊的表达语境。……这不仅是中国历代厨师不断寻求的完美状态,也是中国人在为人处事,甚至在治国经世上所追求的理想境界。”

这段解说词配以五味参与制作各种美味菜肴的画面,让五味不仅仅停留在味觉的基础上,更上升到处世为人经世治国的深层哲理层面。

一部纪录片之所以能够吸引受众,是因为它符合了受众的兴趣,满足了受众观看该片时的某种心理需求。想要受众能够保持对纪录片持久的注意力,纪录片就要有源源不断的驱动力。这种驱动力除了源于纪录片画面的视觉冲击外,另外一个重要的驱动力则来自解说词与同期声的听觉刺激。

《舌尖上的中国》第六集《五味的调和》在讲到苦味中的陈皮时的解说词是这样的:

“陈皮首先是一种古老的中药,但这并不妨碍厨师们用它来做菜、煲汤,甚至做成甜点。在南中国,陈皮甚至能决定一家餐馆的兴衰。”

这段解说词首先提出悬念,说陈皮的苦不妨碍把它做成甜点,还能决定一家餐馆的兴衰。这激起了受众的好奇心,从而吸引受众继续观看,以便在后面的内容中找到答案。

观众依靠听觉及理性思维对纪录片解说词产生理解,并通过声画结合传达信息,从而促使观众产生对纪录片内容的理解与感受,使观众的注意力不仅仅停留在声音和画面上,而是产生更广阔的思考空间。

《舌尖上的中国》多处运用这样的解说词,不仅满足了观众对美食及烹饪技法的好奇,同时还对其中所隐含的文化内涵有了清晰而深刻的认识。第六集《五味的调和》中对甜味总结时的解说词为:

“尽管每个人的心愿不同,但甜味是一成不变的。这是幸福的味道,也是对未来美好的祝愿。”

画面是蔗糖产地做糖葱的阿鸿一家围坐在一起吃饭、阿鸿家全家福照,配以这样的解说词,会让受众思考甜味和幸福之间的关系,同时也从中感受到了幸福的“味道”。

解说词能传达出画面难以表达的情感和理念,通过解说词的渲染或引导,受众能在画面中联想到不同于画面表面的信息。再通过对想象和联想的信息再加工,受众对纪录片的理解就可能随着影片中的情感变化而发生情绪上的波动与情感共鸣^[12]。

纪录片《舌尖上的中国》第三集《转化的灵感》中对云南建水豆腐叙述时的解说词为:

“在1000多年里,伴随着北方民族的数次迁

入,豆腐代表的中原饮食文化,已经深植于西南边陲的这片富饶之地,……这些一脉相承的制作细节,让人联想到几千公里外的中原腹地。在那里,中国的豆腐从诞生到兴盛,一路走过2000年。”

解说词在纪实允许的范围内,激发受众发挥自己的想象去思考豆腐的诞生、发展乃至兴盛,同时还会不自觉地想象千年中北方民族的迁徙场景。

五、纪录片解说词创作理念之传播效果视角

传播效果即传播活动对于受众的影响。《舌尖上的中国》不仅对观看过的受众产生了影响,对片中所提到的美食也产生了影响。就在央视播出《舌尖上的中国》期间,某些美食在网络上的销售也突然变得火爆起来。

《舌尖上的中国》作为美食类纪录片,主要通过中国各地的美食生态,去诠释中国的饮食文化。它以美食为主题,在记录的同时也展现了中华饮食文化的精致和源远流长。长镜头、特写镜头与主观镜头的运用,让影片在表现美食的制作过程时,不仅使画面具有美感,还牢牢地吸引住了观众的眼球^[2]。

美国营销大师爱玛·赫伊拉曾说“不要卖牛排,要卖滋滋声。”用这句营销名言来比喻《舌尖上的中国》的解说词与同期声运用的巧妙再合适不过了。可以说,画面、解说词和同期声的有机结合,极大地增添了《舌尖上的中国》的艺术魅力。

六、结 论

纪录片解说词在纪录片中占据重要的地位,其创作理念是由解说词的功能和地位所决定的,同时还要与纪录片剪辑相配合。解说词的创作必须结合纪录片的发展趋势、纪录片的内容主题、纪

录片受众的心理以及纪录片的拍摄与剪辑。纪录片解说词既要符合纪录片的“真实”性,也要具有艺术性和想象空间,能够吸引观众。纪录片的创作理念决定了纪录片表现形式的优劣,从而对纪录片的质量产生影响。好的解说能让纪录片充分体现人类“生存之镜”的价值。

参考文献:

- [1] 希拉·柯伦·伯纳德.纪录片也要讲故事[M].第2版.孙红云,译.北京:世界图书出版公司北京公司,2011:3.
- [2] 余传友.传播食物的美学味道——纪录片《舌尖上的中国》的艺术解析[J].大众文艺,2012(12):151.
- [3] 刘洁.纪录片的虚构:一种影像的表意[M].北京:中国传媒大学出版社,2007:96.
- [4] 达尔文·Y·门多萨.洪都拉斯社会纪录片的理论[EB/OL]. [2013-01-05]. <http://deepblue.lib.umich.edu/index.jsp>.
- [5] 中央电视台.话说运河[M].北京:中国青年出版社,1987:19.
- [6] 景秀明.纪录的魔方:纪录片叙事艺术研究[M].北京:文化艺术出版社,2005:41.
- [7] 聂欣如.纪录片研究[M].上海:复旦大学出版社,2010:96.
- [8] 林旭东.影视纪录片创作[M].北京:中国广播电视出版社,2002:23.
- [9] 崔国庆,张丽宏.试论纪录片的叙事结构[J].记者摇篮,2004(6):34.
- [10] 罗森塔尔.纪录片编导与制作[M].第3版.张文俊,译.上海:复旦大学出版社,2006:16.
- [11] 任远.世界纪录片史略[M].北京:中国广播电视出版社,1999:32.
- [12] 邹红.影视文学教程[M].北京:中国人民大学出版社,2004:86.

Investigation of Creation Concept for Documentary Commentary: By the Case of *A Bite of China*

TONG Yanqiu

(School of Humanities, Chongqing Jiaotong University, Chongqing 400074, China)

Abstract: Commentary as the documentary creation is an unavoidable part that creative ideas and styles are also changing. Film and TV Arts are the combination of sound and picture. The audience understand and feel the documentary commentary resort to human hearing, but the nature of the commentary is still a text. Therefore, we must think about the creation of the commentary in the context of documentary filmmaking. 5W mode in communication theory provides a good theoretical framework for analysis of commentary creative ideas. The article uses the case analysis by *A Bite of China* (the first quarter), the creative concept of the documentary commentary multi-angle analysis and summary. The creation of the documentary commentary to the film and television creative way of thinking, not only needs to study the documentary audience targeting and dissemination of content, but also has some shooting and editing consciousness.

Key words: documentary; commentary; counterpoint of sound and motion picture; communication

(编辑:李春英)