

新媒体语境下

电视专题片的创新与发展

——以短专题《小城大匠 国宝“重”生》为例

楼莉雯

《小城大匠 国宝“重生”》是由兰溪市融媒体中心创作，由电视专题栏目和新媒体平台同时推送的文艺类电视专题片。该片讲述的是2009年《康有为书谢恩折》被专家认定为民间国宝的事。专题片能受到大众的认可，与珍奇国宝的魅力、节目制作的用心、人物主体的诠释密不可分，更与新媒体的传播方式息息相关。笔者作为该片编导和后期制作，以此片为例，对电视专题片在新媒体下背景下如何做好创新发展作一些浅显的探讨。

被专家认定为民间国宝的《康有为书谢恩折》，全卷长4.2米，分为6卷，是康有为70寿辰时写给溥仪的谢恩折，也是他的绝笔之作。这卷有着近百年历史的墨宝，经历岁月的沉淀，部分已经严重缺损，碎片就有一百多张。兰溪字画装裱师金宏平历时3个多月对其进行修复，最终让这件国宝重获“新生”，并有望入选国家级藏品。电视专题片《小城大匠 国宝“重生”》用镜头记录了修复装裱还原墨宝灵魂的传统技艺，诠释了妙手复完璧、仁心现神韵的匠心追求。该

作品推出后，一天之内点击量近3万，社会反响热烈。

一、选题应有思想内涵

如何选题，在电视专题片的制作环节中占有非常重要的地位，并决定着该专题片可能会有的收视率和影响力。新媒体时代的到来，促使电视专题片的创作与传播发生变革。新媒体的传播语境讲求“万物皆媒”的理念。在这一环境下，缺乏新闻时效性的电视专题片想要脱颖而出，可谓难上加难。在选题前明确了根据“弘扬主旋律，构建社会时代精神，弘扬民族优秀传统文化”的节目定位，我们把目标锁定在非物质文化遗产传承人的身上。后继乏人是传承和弘扬非物质文化遗产的“痛点”。保护好、传承好、利用好老祖宗留下来的这些宝贝，就要在加大文物保护力度的同时，积极培养传承人，让非物质文化遗产代代相传。

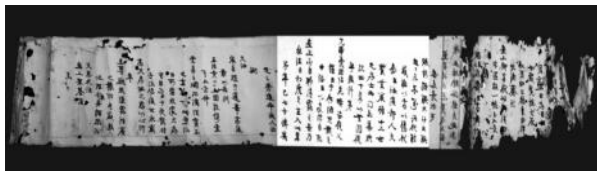
《小城大匠 国宝“重生”》将视角对准非物质文化遗产传承人，以非遗项目为核心，以非遗项目传承人为表现主体，用动态影像记录重现非遗精彩。该片主人公金宏平是兰溪市古字画装裱修复技艺的代表性传承人，从业35年修复古字画上万幅，有着“以旧修旧，尊重历史”的修复理念，并秉持“宁做裱画艺人，不做裱画商人”的工匠精神。“既然交给我，我就要做好，小城有大将。”金宏平在片中的这句同期声，正是他作为匠人追求极致精神与坚守的很好写照。

二、创作手法灵活多样

镜头、文字、声音等三种视听要素构成电视艺术语言体系。一部优秀的电视专题片势必在镜头、文字、声音等方面出类拔萃，并兼顾多种艺术手法和风格样式来表现主题。新媒体时代下的电视专题片则可以通过对各种新技术的利用，实现对报纸、网络、广播、手机等各种媒体形式的融合，从而以最佳的效果创作电视专题片的视听语言。

为了创制《小城大匠 国宝“重生”》，制作

团队从收集题材、前期沟通、策划拍摄、编辑撰稿、后期合成，共跨时5个月，用镜头详细记录下了《康有为书谢恩折》从千疮百孔、支离破碎到完整全卷的过程，总拍摄时常超100个小时，累计4TB视频素材。找细节、选原声、挑画面。正是前期拍摄了如此海量的素材，才保证了后期剪辑时每一帧画面都能优中选优，力求呈现最好的效果。



在剪辑上打破时间、空间的限制，如展示装裱技艺的“托画、镶边、覆背、装杆”四道工序，需要在3—4分钟内快速展示修复技艺的全过程，平铺直叙的记录不仅耗时很长，也显得很生涩。将多幅画面以切片的方式进行后期处理，既能够自然过渡，也显得生动有趣。这正是新媒体时代下电视专题片的语言特色。

当然本片还是留有遗憾的，缺少部分前期现场细节的捕捉。如碎片中“为”字的修复，后期有提到“为”字的修复过程，却苦于没有镜头表现。如果直接跳过，就会影响纪录片的整体效果，于是只能尽量后期弥补。运用数字技术，通过对修补前后的变化进行捕捉，也可以采用“情景搬演”进行场景重现，增加前后强烈的对比性。

三、媒体融合构建立体化传播

新媒体时代下的电视专题片之所以能传播得更广，主要得益于两方面原因。

首先，网络视频的多元化发展，为电视专题片的播放提供了平台。而平台依托的新媒体技术基础，又促使网络平台上的电视专题片能够与观众实现即时互动，从而优化电视专题片作品。具体而言，《小城大匠 国宝“重生”》在推广过程中借助“互联网+”力量和元素，并没有把播出平台局限于单纯的电视媒体传播，而是综合利用

微信号、微博号“双微”推广，视频网站和新闻客户端“双屏”同步。同时在视频下方及时进行话题引领，主动开发话题，形成一种热议氛围，为节目播出蓄势。

其次，借助互联网，推行全民传播。中国互联网络信息中心（CNNIC）在北京发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年12月，我国网民规模达10.92亿人，较2022年12月新增网民2480万人，互联网普及率达77.5%。移动互联网终端已经成为人们获取和传播信息的主要传播渠道，而且新媒体具有全民传播的特性，从而促使电视专题片的受众主体逐渐转向全民。而这一数字的背后，预示电视专题片网络平台的播放会潜藏庞大的受众量，从而有利于电视专题片产生较好的舆论宣传效果，成为热点专题片。

比如，《小城大匠 国宝“重生”》的故事核心是装裱师如何将上百张破损的碎片进行修复，

这就存在着很大的不确定性。除去展示修复技艺的主线，片中还穿插着这张珍贵墨宝从何而来，藏家为何放弃故宫修复却找到金宏平这样的小故事点，修复后的墨宝又是什么模样，能否让藏家满意、专家认可？这些带有戏剧性的热点，也必会成为受众热议的话题。果然在专题片推出后的短短3小时内，就有百名网友在评论区留言：“‘金手指’，神奇的修复术，‘大匠’藏身民间……”等。

充分发挥多媒体优势，展开多种形式的推广，无疑是电视专题片在新媒体语境下的创新发展之路。新媒体改变了人们对于信息的接受方式，使得传播由单向变成双向。在电视节目栏目化的今天，电视专题片只有积极拥抱新媒体，与新媒体优势互补，借鉴不同的创作理念和样式，坚定走民族化、本土化、个性化的道路，不断寻求新突破，方能走出自己的一片发展空间。

（作者单位：兰溪市融媒体中心）

