



■ 本期关注:上海电视节“新时代表达 国际化叙事——纪录片创新发展论坛”

纪录片高质量发展的支点何在?

□ 本报记者 张君成 金鑫

近两年,纪录片凭借走心的立意与精致的制作,在电视媒体、网络视听平台大放异彩。站在更高的维度观察,纪录片具有重要的文化价值、艺术价值、社会价值,是记录时代、传承文化、洞察社会的重要载体,也是打开中国之窗,阐释中国精神、中国价值、中国力量的有效途径。

说起纪录片,就不得不提到上海:1993年,中国第一个纪录片栏目《纪录片编辑室》诞生在上海;2012年,中国第一个纪录片专业频道——上海电视台纪实频道诞生在上海;2014年,国家启动纪录片频道上星,上海电视台纪实频道是第一批上星播出的频道。在创作者队伍日益壮大、作品质量精益求精的当下,上海电视节“新时代表达 国际化叙事——纪录片创新发展论坛”为中国纪录片的未来出谋划策……

纪录片的发展离不开政策的引导与支持,尤其是其正走在高质量发展的关键节点上,政策的重要性不言而喻。2022年,国家广播电视总局出台了《关于推动新时代纪录片高质量发展的意见》,以切实的举措,进一步服务和保障纪录片的创新发展。这一意见的及时出台,无疑为繁荣纪录片创作发展提供了方向引领和政策支持。

政策的强力支撑,使得行业高质量发展的动力更加充足。对此,国家广播电视总局宣传司副司长刘梅茹认为,纪录片高质量发展首先要强化思想引领,坚定文化自信。“要牢牢把握纪录片

思想引领 展现新时代气象

选题方向,不断拓宽视野广度,增强精神力量。同时,坚持以人民为中心的创作导向,紧扣恢宏的时代主题,全方位、全景式展现新时代的精神气象。”

靠创新推动发展,行业需要保持正气和锐气。刘梅茹表示,纪录片以真实为基础,在坚持思想引领文化传承的同时,要不断创新叙事表达,要把电视内容优势与互联网传播优势深度结合,充分发挥融媒体“新、短、快、活”的优势。“行业需要在短而

精、小而美上下功夫,增强对广大观众,尤其是年轻人的吸引力和传播力,使纪录片在全媒体体系中占据更大份额。”

创新的另一维度是要下功夫,加强国际传播能力建设。在刘梅茹看来,这要求行业通过技术赋能,以及传播渠道、运营模式和盈利模式的多方面拓展,使纪录片的创作空间、发展空间得到进一步扩大。

站在新的历史起点上,从业者都在思考如何发挥自身优势,为建设社会主义文化强国作出积极贡献。对此,国家广播电视总局机关服务局党委书记、局长刘颖提出几点建议:

首先要聚焦主题主线,打造新时代精品。创作者要有回归原点的自觉意识,以时间换故事,创作优势,真正立足现代化进程,传承好、发展好中华优秀传统文化的历史脉络,用心、用情、用力记录中国社会辉煌发展的瞬息时刻。

品牌创建 当作工艺品雕琢

牌,实现新时代新海派纪录片的高质量发展。

作为从业者,宋炯明对纪录片有着深厚的感情。在这样一个大有作为的时代,宋炯明为从业者提出了四“心”的建议:

一是不忘初心。宋炯明表示,这个初心就是要坚持以人民为中心的创作导向,聚焦时代主题,张扬中国力量、中国精神、中国价值,书写人民、记录时代、讲好中国故事。“只有始终做到不忘初心,才能够肩负起党、历史、时代和人民赋予的新的文化使命,用纪录片为开启建设中华民族现代文明的全新篇章添砖加瓦。”

二是保持恒心。在宋炯明看来,时间的沉淀和恒定的坚持,本身就是纪录片的价值所在。在

新时代、新征程中,创新不止、匠心不变,应该是纪录片人始终坚守的。“我们要把每一部纪录片的创作,当作工艺品而不是流水线产品来认真雕琢。让纪录片的每个镜头、每帧画面、每句旁白都能经得起时间的检验和推敲。”

三是要坚定信心。宋炯明表示,坚定信心就是要坚定文化自信。纪录片人要用充满文化自信的内容向世界展现中国的广度、深度、热度、温度、态度。“中国纪录片工作者要在讲好中国故事、传播好中国精彩的同时,努力用中国道理、中国精神、中国美学讲好世界的故事。”

四是要树立雄心。人民呼唤,纪录片精品力作,时代需要纪录片经典。对此,宋炯明认为,纪

创新表达 开发美学新体验

资比过去多了,技术也越来越华丽,但是创意并不突出,真正能够触动我们,并留下深刻精神记忆

和美学体验的作品还很有限。”对此,张同道呼吁纪录片需要新改变,要讲以前没有讲过的故事,或



其次要强化精神引领,凝聚现实力量。纪录片作为现实主义文艺创作的代表,观照的是现实生活,这要让人民始终处于叙事的核心、镜头的焦点。行业应该用大视野、小切口、真感情兼具的创作内容,有效筑牢与人民群众的感情连接。

再次是深耕内容加潜能,平衡价值。刘颖表示,打通产业链的各行业、各要素,拓展媒介,打造有收益的市场空间,是实现价值增值的关键。“从业者挖掘产品共性、提炼深度表达的同时,要能够统筹实现社会价值、艺术价值和商业价值三赢局面,促进纪录片行业繁荣发展。”

最后就是提升纪录片国际传播效能,讲好中国故事。当前,国际社会越来越希望了解中国的发展道路与中国人民的生活变迁和心灵世界,而纪录片就是跨越国界、突破文化障碍的有效形式。“纪录片是对外讲好中国式现代化故事,展示现代文明的有效途径。因此,建议推动纪录片国际合作,以加强国际文化交流互鉴。”刘颖补充道。



录片人要沉下心来,把自己的作品打磨成为思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀作品。“我们期待并呼唤越来越多的纪录片能够立得住、传得开、留得下,实现中国纪录片创作从高原到高峰的跨越。”

者要对老故事进行新维度的挖掘,思想创意上要进步,美学上要有新体验。“当前不断创新的要求,正促使纪录片人采取更先进有效的手段进行创作。”

传统媒体人做纪录片有一种亲切感,因为他们觉得在快节奏的当下,传统媒体对品质的坚守能在纪录片上得以延续。上海广播电视台纪录片中心秦博工作室负责人、纪录片《田野之上》总导演秦博表示:“所有人都朝着一个题材涌入的时候,作为主创是要警惕的,需要思索这是否值得我们去。还有对于纪录片的文案,其核心仍是笔头。现在面对短视频的冲击,不少人缺少深度写作的能力。因此,年轻的纪录片人仍需要花些时间去学习传统的写作。”

上海电视台纪录片中心主任王立俊:

在精品赛道上“猛磕”纪录片

□ 本报记者 张君成

由中共上海市委宣传部指导出品、市委外宣办支持、上海广播电视台负责制作的大型历史文化纪录片《大江南》启动仪式近日在上海电视节期间举行。纪录片《大江南》共9集、每集50分钟,聚焦江南这片土地和热土上的人民,展现江南历史、文化、人文精神和未来发展的恢宏长卷,预计将于2025年年底完成并播出。

近年来,上海广播电视台在打造、传播“上海文化”品牌上深耕不辍,创作了《大上海》《诞生地》《何以中国》等精品纪录片。上海广播电视台纪录片中心主任王立俊在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示,纪录片已经成为传统电视媒体与新兴媒体竞争的新赛道,发挥优势以内容取胜,最终会走出一条有态度、有格调的道路。

高品质制作助力大屏内容升级

在小屏当道的当下,传统电视媒体坚守大屏是否还有意义?王立俊对此有自己的看法。他表示:“关键在于观众对于大屏的需求是什么,我们又能提供什么。如果观众看视频的目的仅仅是为了获取信息,那么小屏的易获得性、及时性是大屏无法比拟的。但是,如果观众看视频不仅仅是为了获取信息,还有更多的目的,比如美学熏陶、艺术修养等,那么,在构图、光线、音效、沉浸感等方面的细节丰富性和艺术享受性上,小屏也是无法和大屏比拟的。所以,我认为未来的大小屏融合,可能不是说大屏小屏谁为主谁为辅,而是看什么样的内容更适合怎样的屏。从这点而言,大屏端在纪录片上发力是有一定竞争力的。”

这种认知也让王立俊形成了自己的制作思路:有所为有所不为。在他看来,用传统工业化的制作流程去和新媒体平台竞争短视频几无胜算:首先,传统电视台的选题和短视频平台相比,多元性、及时性和“烟火气”都处于劣势;其次,在制作成本上,传统电视台已经习惯了细分化、专业化的生产流程,降低生产成本很难。“现代传媒集团就应该是系统化思维,多兵种立体作战。不是说放弃短视频阵地,但是否所有部门都要一拥而上去做短视频,这值得思考。我们应该发挥我们的核心优势,建立我们的护城河。”

王立俊所说的优势就是做制作精良的长视频,在大屏上进行极致的呈现。因为传统电视台在拍摄设备的专业性方面,在内容挖掘的宽度、广度、厚度方面,在系统性的支持方面,是个人或短视频团队无法比拟的。如上海广播电视台纪录片中心正在制作的、用8K技术拍摄的“我们的国家公园”系列,在大屏上会给观众带来极致的体验。对此,王立俊补充道,屏幕越来越大、清晰度越来越高、沉浸感越来越强,可能是未来大屏电视的发展趋势。当然,如何尽可能快地使更多观众接触、体验、接受超高清内容是整个产业需要思考的问题。

良性“赛马”带来发展活力

目前,纪录片的发展呈现出繁荣态势,王立俊认为主因有二:首先是国家政策的大力扶持;其次是纪录片行业的自身探索。“政策的助力不言而喻,而在探索方面,行业不是严守着原来传统意义上的拍摄手法,目前正在努力进行纪实+、东方美学、新技术等多方面的尝试。”

除了拍摄手法,纪录片中心内部的管理机制也在与时俱进。据王立俊介绍,上海广播电视台纪录片中心拥有13个创作团队,这些团队各自专注于纪录片创作的不同领域,涵盖各种主题,包

括主旋律、社会现实、历史文化、自然地理等。这样的分工使得每个工作室都可以在自己的领域中深耕,形成自己的核心竞争力。“我认为这是非常好的现象,每个工作室都有自己的特色和优势,能够为电视台提供丰富和多元化的纪录片内容,合在一起也为我们打造了整体的核心竞争力。”

王立俊允许并鼓励团队之间存在一定的竞争,也就是“赛马”机制。该中心通过项目内部招标的方式来“赛马”,那些成功获得项目的团队会有更多机会尝试和展示他们的创新理念。在王立俊看来,“赛马”实践非常有益。它使得各工作室能够重视市场反馈,及时调整自己的创作方式,并考虑通过好的内容形成IP。“例如,如果一家工作室在社会现实类题材屡有佳作,他们就会考虑如何打造内容IP使得品牌具有延续性,同时也会考虑自身工作室的品牌建立。”王立俊笑道,“而不具备优势的工作室也会努力进行自我调整,或者发掘新的垂类赛道。所以说,我们工作室之间的分工并不全是自上至下的指导,也是他们自身在市场中摸爬滚打的合理化选择。”

“此外,我们也鼓励团队直接面向市场开拓业务,通过直接和市场接触,他们能更好地理解观众需求,同时也有助于提高业务运营效率和市场竞争力。”王立俊补充道,“接触市场后,我们还能将一部纪录片的潜在价值尽可能地全部挖掘出来。比如纪录片《大江南》,相信它应该有很多的衍生价值,如文旅文博方面等。”

为了保证“赛马”是良性的,而不是恶意的低价竞争,该中心也出台了很多相关制度作为指引,比如“纪录片中心内容制作成本指引”等。同时,他们还把人力成本和项目总成本挂钩,规定了上限比例,杜绝了低价项目用大部分成本养人而在制作上粗制滥造。“‘赛马’是为了长期的可持续发展,绝不能出现劣币驱逐良币的情况。”王立俊表示。

加强外部合作促使价值最大化

纪录片的制作时间长、成本高,是业内公认的现实。对此,王立俊表示,纪录片是“前人栽树后人乘凉”,时间不但不会使其贬值,还会促其增值。“你要用一个更长的时间跨度去看待纪录片的社会价值和经济价值。如我们的纪录片《人间世》一开始卖出了3年的版权,3年之后它再卖版权价格反而更高,这种收益是持续性的,更不要说纪录片《时代相册》的社会价值。”

不过高昂的制作成本与时间成本,还是行业必须面对难题,而引入合作机制就显得尤为重要。对此,王立俊采取的策略是将一个项目的各种权益细分,然后通过吸引投资的方式寻求合作伙伴。“我们会告诉他们所有的流媒体播放权都可以给他们,然后看他们愿意投资多少、要求占多少比例的IP。我们可能会保留电视权益,比如卫视独家播放权。然后IPTV、OTT权益,衍生品权益等可以继续谈。这个有点像众筹,只不过是机构间的众筹。”该中心现在已经有了不少长期的战略合作伙伴,比如B站和百视通。

这种众筹的方式保证了大型纪录片的顺利落地。最近一部反映乡村振兴题材的纪录片《田野之上》即将上线,它由中国外文局国际传播发展中心、腾讯视频、上海广播电视台、福建省广播影视集团、学习出版社等共同出品。“我们很多纪录片都是按照这样的模式进行合作的。通过这种方式,我们可以在保证纪录片质量的同时,也能确保其经济可行性。同时,我们的伙伴们也各取所需,确保了他们想要的权益。这样可一起来发掘纪录片的价值,使其最大化。”