



■本期关注：第29届上海电视节

“三谈”纪录片高质量发展：

守正创新并重 内外兼修为美

□本报记者 张君成

纪录片是记录时代、传承文化、促进交流的重要艺术形式，同时也是时代的镜像、文化的载体，更是连接不同文化、不同民族的桥梁。在全球化的今天，其以独特的艺术魅力和深刻的文化内涵，成为推动文明交流互鉴的重要力量。在不久前闭幕的第29届上海电视节白玉兰纪录片论坛上，众多一线纪录片人汇聚一堂，围绕“新时代纪录片的文化使命与文明互鉴”主题，探讨如何通过纪录片推动中华优秀传统文化的发展，实现文明互鉴，走高质量发展的道路。在与会者看来，谈论纪录片的高质量发展时，不仅要看到其背后的技术进步和手段创新，更要关注其内容的深度、叙事的艺术以及对社会文化的影响，进而承担起新时代纪录片应有的责任。

谈特色 创作要有中国气质

据中国视听大数据统计，在去年全年上星频道播出的电视节目中，纪录片的播出时长排名第三，紧随电视剧和新闻节目之后。中国纪录片正愈发呈现出喜人的发展态势。

在中国教育电视台副台长、中国视协纪录片学术委员会常务副会长兼秘书长陈宏看来，新时代下纪录片高质量发展呈现出三大特点：首先是题材丰富，过去的题材主要集中在政论等主题上，而现在的题材更加多样化，涵盖了生态、文旅、民生、环境保护等多方面，其中文史类纪录片更是形成了体系。其次是形式多样，过去的纪录片更多以叙事和政论为主，如今各种艺术形式层出不穷，诸如游记等，这些新形式拓宽了纪录片的表现手法，也丰富了其内容。再次是国际传播交流密切，如今不仅中国纪录片走向了世界，世界其他国家和地区的纪录片也进入国内，实现了优秀纪录片的交流互鉴。

这种背景下，纪录片制作越来越多地呈现出大国视野与风范。2023年随着大型纪录片《大江南》启动制作，上海广播电视台（SMG）也正式开启江南历史影像全球征集。上海广播电

视合纪录中心主任王立俊认为，整个西方社会对中国的认知是刻板而僵化的，对此，纪录片从业者应致力于创作内容的丰富性、多元性，让世界了解真实的中国。“从我内心来说，我希望我们的纪录片能够体现中国的人文气质与中国式的美学，让国外观众感受到中国人的价值观、文明观，看到一个多元而精彩的中国。正所谓古往今来是中国、天辽地阔是中国、人间烟火也是中国。”

从业者对纪录片制作的高质量追求，也让他们跳出原有视野，承担起更多的社会责任。截止到2023年年末，江苏广电纪录传媒有限公司总经理曹海滨和他的团队制作了包括《外国人眼中的南京大屠杀》在内的12部关于南京大屠杀题材的纪录片。他们从加害者、受害者和第三方的视角切入，深入挖掘历史资料，访问了美国耶鲁神学院图书馆、哈佛燕京图书馆、德国外交部档案馆、以及日本防务省档案馆和横滨图书馆等，从国外收集了大量的历史资料。曹海滨认为，作为江苏本地媒体人，无论是从传统文化还是历史人文的角度来看，自己都有责任去传承和传播

这段历史。“地方特色，是我们对选题地域文化的要求；国家视野、国家高度，是我们对选题格局的把握。”

近年来，中国纪录片人逐渐认识和回归中国纪实美学的本体性，走出了属于自己的特色之路。中国纪录片学会副会长、纪录片导演、国家一级编剧夏蒙表示，“纪录片创作像是画山水画，用什么工具不重要，关键看我们能否用东方的审美来构建我们的纪录片话语体系。”

这种体系呈现出不同于西方的特色。夏蒙发现，不少中国导演在拍摄人文类、历史类纪录片时，往往很难控制自己的情绪和情感，比如《东京审判》《南京大屠杀》，观众能强烈地感受到创作者投注到其中的情感。“对于很多西方导演来说，纪录片应该是冷静客观的记录，创作者不要把自己的感情投入到片子里。但有时我们很难做到，尤其面对这样一段让人刻骨铭心的岁月时，我们没有办法忘记民族的苦难。所以主创往往会忍不住在解说词中或者在拍摄中把自己的倾向性地表达出来，这也恰恰构成了中国部分纪录片的特色。”

谈技术 灵活运用新质生产力

当前，技术发展日新月异，改变着行业格局。如何紧扣时代发展脉搏，主动拥抱科技创新，也成为从业者思考与实践的重点。去年底，优酷就公布了大型历史纪录片《中国史》、沉浸式科幻纪录片《月球旅店》，这两部纪录片均实现了对AIGC（生成式人工智能）技术的有效应用。

阿里大文娱优酷纪录片频道总监韩芸认为，借助AIGC的力量，制作者可以探索更多未知的空间。首先，AIGC可以重构纪录片的影像标准。“在历史、未来和科幻等题材项目中，通过AIGC可以无限接近所知的人和场景。今天的AIGC能够做到精致的影像化，其拟人程度和真实程度已经超乎想象，这种技术为纪录片带来了普通实拍难以企及的效果。”

其次，AIGC不仅是一种创作工具，更是一个生产工具。通过AIGC，人们可以以极低的成本快速生产具有纪录片特色的知识科普内容。“AIGC在产品化方面有着广阔的发展空间。比如它可以通过视频化的方式，让晦涩难懂的历史书籍变得易于理解。再比如，它在日常制作中能起到重要的辅助功能。像优酷已经获得了赵忠祥老师的声音授权，未来可以使用AIGC模拟他的声音，应用在自然类纪录片中。”韩芸说。

AIGC对纪录片创作流程和生产方式的变革，体现了新质生产力在行业的应用和发展。对此，陈宏表示，新质生产力不仅在技术上带来了革命性

的变化——如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、混合现实（MR）等新技术的应用，还通过大数据和云计算为创作者提供了精准的用户画像。这是过去难以实现的。“新质生产力推动纪录片创作更加真实，同时，也推动技术和艺术的进一步融合与创新，使纪录片这一传统艺术形式焕发出新的生命力。”

此外，陈宏还强调，新质生产力是继承和创新了马克思主义生产力理论，对纪录片行业的要求就是推陈出新和守正创新。“我们必须处理好继承和发展的关系，不能忘记纪录片的本质，即真实是其生命。要平衡好艺术表达和题材真实之间的关系，使纪录片更加贴近真实、接近真理。”

心已经形成以工作室为核心的生产机制，以加快提升创作能力。在王立俊看来，成立工作室的初衷就是简单的三个字——“活下去”。“尽管谈钱敏感，但对于纪录片中心和整个行业来说，只有通过不断创新和市场化运作，才能实现长远发展。”

过去，上海广播电视台纪录片中心依靠频道广告收入维持运营，但近年来，广告收入仅占全年收入的20%，这迫使该中心通过其他方式筹集资金。尽管中心尚未完全实现盈利，但亏损已减少了75%左右。王立俊表示，“中心的改革成果不仅体现在团队的成长和作品质量的提升上，还在于经济效益的显著改善。希望通过不断学习和改进，最终实现可持续发展的探索。”

中国《雨林秘境》等，则提升了中国文化的国际影响力。”

他强调，IP的形成不仅依赖于作品的质量，还需要多元化的传播策略；过去，一部纪录片在电视台播出一次即可，但现在，纪录片的传播平台多元化和长尾效应对IP的形成起到了重要作用。“即便是几年前的优秀纪录片如《中国通史》《河西走廊》等，在互联网平台上的点击率依然排名靠前，这显示了长尾效应的重要性。因此，IP的形成需要在播出期间通过多元化产品打造，持续培养用户。”

打铁还需自身硬。精品纪录片的打造需要较大的人力与财力投入，这也迫使不少从业者危中思变，探索新路径。比如上海广播电视台纪录片中

影视+文旅：新“搭子”双向赋能

□本报记者 齐雅文

近年来，在电视剧行业高质量发展的背景下，各类影视题材作品层出不穷、百花齐放，同时，涌现出一批影视推动文旅消费的典型案例，以“影视+文旅”的方略构建行业发展新格局，探索电视剧领域发展新蓝图。

近日，在以“影像引领 文旅共融”为主题的第29届上海电视节开幕论坛上，电视剧主创代表、专家代表、文旅行业代表及平台代表，从文旅融合、影视IP赋能城市文化、文化创意开发、影视产业+等多个角度，共同探讨了新时代中国电视剧的发展方向与趋势，以促进影视与文旅的双向奔赴。

一部剧带火一座城

今年年初，剧集《繁花》成为现象级作品。与此同时，“繁花热”从线上延伸到线下，黄河路成为网红打卡地，上海小吃“排骨年糕”重新走红，“宝总泡饭”“繁花套餐”层出不穷，“沪语热”延续至今。与此同时，《去有风的地方》带动云南大理古镇“出圈”；《长安十二时辰》让古都西安的主题街区真正做到了“梦回长安”；《我的阿勒泰》更是让新疆迎来了旅游旺季……近年来，“影视+文旅”成为一种令人关注的现象，在有了实景体验、产生文旅消费之后，影视作品的生命力更加旺盛，线下反哺线上的长尾效应更加显著。

浙江华策影视股份有限公司总裁傅斌星回忆起《去有风的地方》的创作过程时提到：“在《去有风的地方》开拍前，我们的编剧走访了全国很多城市，当时去云南一座小村庄，那时候那里还是一个贫困村，但给了编剧很多灵感。我们刚去的时候，那个村的游客日流量小于20人，等到《去有风的地方》播出，日流量已经呈现几何级增长。”

今年上半年，由华策影视出品的《承欢记》播出成绩亮眼，也实现了剧方和地方的双向奔赴，互相引流导流。“和承欢记一起乐游上海”（“承欢记Citywalk&Citybus”）活动，让游客在实地实景中深入剧情，体验到上海丰富的历史文化和温馨的人间烟火，为游客提供了一次难忘的亲情之旅。傅斌星也期待，创作者能够走进更多美丽的地方，通过这种创作方式把中国的美好生活以及文化元素，带到更广阔的国际舞台上，让全世界观众看见。

完美世界高级副总裁、完美世界影视业务负责人曾映雪透露，《追光的日子》在广州惠州拍摄，播出后获得了很好的反响。据统计，这部剧为惠州带来的旅游消费金额已达到了18亿元，实实在在地推动了惠州的经济发展。

从小产业到大载体

剧火了，城也热了，但是如何把一时的流量变成长久的质量，还需要有关部门进行深挖。上海社科院应用经济研究所副所长汤蕴懿认为，随着影视剧质量的提升，有两种效应在放大。其一是集聚效应，无论是城市还是特色区域，原来的建筑等硬件部分，通过影视剧能够迅速集聚起更多的关注，形成影响力；其二是溢出效应，原先地方可能更多的是从自己的固有产业出发，而现在影视产业、文创产业的社会效益、经济效益都在放大。“我们不要把影视看成一个小产业，我们要把它看成一个大载体。影视能够带来迅速的吸引力，但我们要把它更好地、可持续地发展下去，形成长尾效应。我们要对这些价值持续挖掘，以探索影视作品与城市在共生、共创、共融方面的更大空间。”汤蕴懿说。

在影视IP与文旅产业的双向赋能上，“作品还是硬道理”，腾讯在线视频影视内容制作部副总经理、腾讯视频总编辑张恒认为，不管后期有多少创新和融合，影视+文旅的核心还是精品内容，只有创作出了精品内容，给予观众艺术的穿透力，才能带来其他行业的生命力。

创作者需要坚持长线主义，一定不能短视。湖南卫视党委委员、芒果超媒党委委员、副总经理周海也表示：“我们希望的不是昙花一现，而是长久地释放魅力。不少人看到了《繁花》和其他作品的成功，就觉得每个项目都能做到文旅结合，但其实地域不同、文化不同、观众的接受程度不同，影视内容对观众情绪影响的持久力是不一样的。每个地方都应该因地制宜、量身定制，这可能才是文旅融合真正走向长期、走向长远的根本。”



《繁花》剧中至真园的原型圣圣园前，有不少游客拍照留念。本版图片均为资料图片

