

融合与传播



2021年 10月刊
第010期 / 总第178期
www.cmmrmedia.com

CONVERGENCE & COMMUNICATION

大数据技术创新驱动的领先传媒咨询公司
北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司主办

进击中的 人文/文化类纪录片



探源中华文明

书简
阅中国

第一季

10月15日起 每周八中午25:00更新X集
腾讯视频 全网独播 会员尊享

院書麓嶽
大型历史人文纪录片

首部人物纪传体-剧情式传奇纪录片

Dunhuang
Edge of the World
敦煌

导演	李
编剧	李
制片	李
出品	李

10

2021年十月刊 / 总第178期
www.cmmrmedia.com



进击中的 人文/文化类纪录片



M 美兰德咨询
CMMR 融合传播研究服务商

主 编：崔燕振
责任编辑：张诗贤
编 辑：陈 洲 金桂娟 周 捷 王瑞香
美术编辑：王瑞香
编辑发行：北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司

如果您对本刊有任何要求或有任何信息愿意分享，欢迎与我们联系。

投稿邮箱：editor@cmmrmedia.com

公司网站：www.cmmrmedia.com

本刊版权归北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司所有，如有转载请注明出处。

目录 Contents

01 行业洞察 / View

- 媒介融合视角下谈中国文化纪录片对中国文化传承的意义
- 历史人文纪录片的叙事创新与意蕴营构——以《书简阅中国》为例
- 国际视域下国产剧情纪录片创作研究——以《敦煌：生而传奇》为例
- 不看《岳麓书院》，不识湖湘文化，不知中国文脉

13 月度聚焦 / Focus

- “南汉北青”，总台和全国对农媒体全面深化合作开启崭新篇章
- 湖南卫视“青春中国”：从跨地域到跨代际，全面诠释青春向正能量

21 数说新闻 / News

- 中宣部、总局、总台等六部门：开展“百城千屏”超高清视频落地推广活动
- 广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划正式发布
- 第二届中国广电媒体融合发展大会在北京举行
- 5G科技冬奥项目亮相首钢园
- “国家文化大数据华东区域中心建设成果展”亮相融交会
- “学习强国”电视端“强国TV”在上海上线

媒介融合视角下谈中国文化纪录片对 中国文化遗产的意义

文 / 文化产业杂志 邓若蕾

人类社会进入二十一世纪，信息技术已渗透到经济发展和社会生活的方方面面，信息传播的各种媒介也在不断融合。从媒

介融合视角来看，中国文化纪录片作为记录和传播中国社会生活的艺术形式，起着提纲挈领、具体深入的重要作用。因此，文

章试图在媒介融合视角下探讨中国文化纪录片对中国文化遗产的意义。

一、媒介融合是中国文化纪录片对文化信息创造性构建的基石力量

随着二十一世纪信息化高度发展，传播媒介对各种信息尤其是文化信息的传播起到了很大的推动作用。各种新兴媒介的创造和媒介之间的融合，强化了媒介本身和社会大众之间的信息流动和认知互动，拓宽了人们获取信息的数量、质量和稀有程度的媒介途径。从媒介融合的视角层面来看，媒介在不同载体间的组合结构，信息的构建模式，对民众认知影响的深度、广度和角度信息传播在时间和空间的跨越等，各方面都在不断发生着重大的改变。

（一）媒介融合与纪录片的基本概念

媒介融合的基本定义是传播者将信息通过印刷、音频、视频、互动性数字媒介进行战略性、可操作性、文化属性的组合，构建成一个多种媒介的命运共同体，完成将信息完整记录、主旨传播的重要使命。各种媒介之所以能进行最大程度的匹配性融合，从根本上来看，离不开加拿大学者麦克卢汉对传播媒介本质的认知逻辑，这种逻辑高度概括了各种传播媒介在人类社会中的地位和作用，即“媒介即讯息”。

所有的媒介都是对人、对生活的思考、行为、目的、意义的延伸，所以所有的媒介

本身就包含着人本身的最大信息量，更何况媒介的融合可以实现对各种文化信息的记录、传播和留存。

纪录片是一种取材于现实世界，对现实世界的各种信息包括文化传统等进行记录、保存、传播的重要信息构建模式。通过纪录片完成对信息的构建需要传播媒介的大力发展和支撑，如果没有传播媒介的存在和发展，很多信息构建模式如纪录片都将不复存在，或不能够对社会文化进行创造性地记录和传播。



(二) 媒介融合下的中国文化纪录片

在媒介融合的时代潮流和发展背景下,以互联网、信息技术为底层框架的新媒体渗透到人们的生产、生活、文化、休闲等各个环节当中,不断地颠覆着传统的信息构建和传播模式,不断地提高着人们对信息的获取程度和降低着人们对信息的获取成本。中国文化纪录片从传播媒介层面来说,起源于传统的电视媒体,其选题设计、制作方式、信息构建模式、传播受众都扎根于传统媒体的权威性、不可互动性、单向度传播等特性。而在媒介融合的新时代背景下,中国文化纪录片需要不断地尝试,改变过往主流媒介为主题的传播模式,将各种媒介进行创造性地融合,积极地挖掘和认知新时代的民众对信息的获取和构建模式,以新的信息构建模式组织融合媒介,降低民众的认知、记忆、理解成本,将中国文化的最大价值最大程度地传播到人民群众中去。

(三) 媒介融合背景下中国文化纪录片对中国文化传播高度具体化的落实

近年来,中国文化纪录片通过媒介创新型融合和信息创造性构建方式在新信息语境下获得了极为快速的发展,在信息传播所影响的民众主体的视角方面不断地多元化,在创作的题材类型方面也不断地多样化,如在纪录片传播媒介方面也加入了互联网、移动视频平台、电影院线、直播、文创等融合性的媒介体系。这种多媒介、多视角、多群体的纪录片也使中国文化在国内外的传承、传播的范围和影响力进一步扩大。

1. 落实层面

随着媒介融合背景下中国文化纪录片的飞速发展,中国文化在纪录片的构建模式和传播影响层面都有了极大的改变。首先,利用媒介间的有效融合,中国文化纪录片可以通过创造性的方式对中国文化的内容进行具象化、趣味化、互动化,让文化内容能以更低成本、更高信息量的形式进入到民众的记忆、视野和认知中,比如《国家宝藏》系列通过明星演员对与文物相关的历史人物、故事脉络、精神内涵进行小巧精

悍的演绎,使得中国优秀文化在人们的精神层面得到了巩固和嵌入;其次,利用多媒介的有效融合,可以最大程度地扩大文化信息的传播量和时间长度,并使之不断地暴露在民众的视野中。

2. 具体策略

媒介融合背景下的中国文化纪录片将中国文化的传承落实在了民众中的日常生活、精神文化认同、旅游文化融合等多个层面对各种题材的文化内容进行多样化、差异性的创造,从而开创出了不同的利用纪录片进行文化传承的具体策略。这些策略将会有利于我们对纪录片传承文化的创造力进行借鉴和创新。

(1) 中国文化纪录片的类型角度的创新

中国文化纪录片的题材类型在媒介融合的背景下,纪录片的选题可谓涉及了各个层面如动物、美食、天文、历史、服饰等,正是这种题材的丰富性,使纪录片得以从不同的角度对中国文化进行传承。如《国家宝藏》系列,通过明星演员等重新对相关文物形象、故事、历史、精神等进行挖掘和演绎,通过不同的博物馆推出不同的文物及其配套的故事演绎,将中国文化从精神认同落实到了具体的文物、演员、故事、博物馆等象征符号身上,而这些符号也是我们具体感知、认知到的,离我们的日常生活和精神生活较为接近,所以这种文化的主动性、积极性、开放性极大地获得了民众的关注和注意力,扩大了文化的传播力度和宣传力度。



(2) 中国文化纪录片的信息构建模式的创新

中国文化纪录片的题材,随着媒介融合带来的技术突破,为文化纪录片的创造

和传播在资金、技术、时间、素材挖掘、信息构建等方面的束缚找到了突破的切口,为文化纪录片的题材的选择和拍摄的数量创造了极为有利的条件。

(3) 中国文化纪录片的展示技术的创新

河南卫视推出的《端午奇妙游》节目,通过网综+漫画+追剧+水下舞+皮影等形式,以四位唐朝姑娘的视角,连接起四条平行且交错的故事线,通过将中国文化纪录片的文化内涵与综艺节目的实时互动性的结合,将中国文化的《洛神水赋》《丽人行》《祈》《兰陵王入阵曲》《唐印》等以热搜的形式传播到了年轻的群体中,以一种绝美的文化视觉、听觉和感觉渗透到了人们的审美记忆中,再一次传承了中国优秀文化。

(4) 中国文化纪录片对中国文化具体细节的深度还原

在综艺纪录片《上新了·故宫》中,制作团队对故宫文物的细节还原和求证都十分用心,对每一个嘉宾的表演环节、出场人物的着装、任务的举止礼仪都根据历史尽可能地还原,即使在镜头放大的情况下,也能经得起考究。同时在文物文创产品的制作方面,也是尽可能地、最大程度上让购买者能够认真仔细地

接触到文创产品所能传达的文物文化细节。

(5) 中国文化纪录片将中国文化与群众的关系连接在互动中

比如《上新了·故宫》的播出渠道包含北京卫视、爱奇艺网站、微信公众号、微博明星转发互动、文创产品售卖等,将多种媒介融合在一起,将中国文化内容从线上、线下两种主要渠道传播出去,以线上视频、文字、明星等形式进行一次传播,通过文创创新产品进行二次传播,通过人与人的口碑推荐、文化旅游、生活实践等进行再次传播,将中国文化的精神符号烙印在人民心中,落实到人们具体的行为中。

历史人文纪录片的叙事创新与意蕴营构

——以《书简阅中国》为例

文 / 中国电视杂志 王璐

中华民族五千年的深厚文化积淀,为历史人文纪录片的创作提供了天然的沃土。早在1980年,我国第一部大型系列纪录片《丝绸之路》便切准了历史人文题材,而后《话说长江》《话说运河》《唐蕃古道》等早期作品凭借其全景视野和文学性极强的解说词,奠定了我国历史人文纪录片知识性与艺术性并重的传统。进入20世纪90年代后,《望长城》横空出世。这部具有里程碑意义的纪录片,秉承“声画合一”的理念,通过长镜头、同期声和大量实景拍摄,将纪录片的诗性

语言与人文情怀推向了极致。近年来同类题材的优秀作品,如《本草中华》系列、《故宫100》《茶,一片树叶的故事》《此画怎讲》等,在选材上日趋精细化,总体量和单集片长呈现出浓缩趋势,主题从有形的历史遗迹向文化技艺本身转移;在叙事模式上,平凡人物被纳入叙事对象,情景再现和故事化叙事手法成为主流,常以CG动画、AI特效技术作为辅助。《书简阅中国》便是这样一部兼具纪实理念与艺术情怀,赓续传统与进取创新并重的人文历史纪录片。



一、厚重与飘逸：史实基础上的艺术真实建构

《书简阅中国》并非传统书信文化在电视荧屏上的首次显影。文化类综艺《见字如面》《信·中国》《朗读者》皆注重对书信文本内容的阐释,以嘉宾朗读与交流的极简模式,还原了书信载体纸短情长的人文魅力。《典籍里的中国》也涉及书简、书信元素,但更加偏重于电视声光画面的氛围营造,以“演绎”“再现”的形式,让岁月尘封的历史文献鲜活起来。而《书简阅中国》兼取二者之长,精选30封承载着人文情怀的古人书信,通过文字符号与影像画面的相辅相成,构建起纪录片的艺术真实,让观众在轻松明快的节奏中感悟书信文化的多重价值。

艺术真实涵盖了事真、情真和理真三个层级:事真是艺术真实来源于客观现实,但具有更加鲜明的典型特征;情真是艺术作品凝结着创作者的真实情感;理真则是所体现的道理真实可信,符合客观发展规律,显示出生活的本质,艺术形象与社会生活的内在逻辑相吻合。

《书简阅中国》的“事真”主要体现在叙

事对象的精心遴选上,30封揭开尘封历史的书信,在文本体裁、创作年代、作者身份、内容口吻上各不相同,涵盖了帝王将相、文人墨客、平民百姓等不同阶层,历史罅隙中看似少有关联的个体,却共同使用书信这种方式定格了自己鲜活的生命瞬间。纪录片采用宏观与微观相结合的选材思路,以人为本,重建真实可信的“人”的历史。此外,《书简阅中国》还注重实物史料与历史文献的对照,将考古发现和传世文物中与书信有关的素材进行筛选利用。黑夫与惊、粟特女子米薇等段落都是以相关文物为蓝本进行再创作,实物资料为纪录片还原小人物的历史篇章提供了客观参照。

纪录片“情真”则体现在整体叙事框架上,除第一集拆解书信与历史的关联外,其余五集都落笔于一个“情”字上。爱情之信、友谊之信、勇者之信、家风训导之信、报国

的谆谆教诲,更有华夏儿女血荐轩辕的气魄。书信在片中是中国人传情达意的载体,也是五千年沧桑华夏悠久的历史符号,其情之真切、深挚,皆从深厚的民族历史积淀中来。



《书简阅中国》的“理真”在于古与今的互补叙事。纪录片在叙述历史、表现书信文化的过程中,始终没有忽视当下视角,注重今人的审美心理与精神趋向,在卷帙浩繁的史料中找寻到了许多认识超前、具有哲思的内容。《孤独的路,勇敢的心》一集中,李贽的信中主张男女平等,反对封建礼教对女性的束缚与压迫;袁枚信中明确了教

育之本,将“不求立志成才、只求取得功名”的行为批为舍本逐末;范蠡信中道尽了“免死狗烹,鸟尽弓藏”的世间悲凉,却又不失以退为进的智者远见;郑板桥信中流露出悲天悯人的人文情怀,以及对贪官污吏的鄙夷,对农民、农事发自内心的尊重。这些曾经超迈时代的观点已被而今的社会所广泛接纳,体现了历史洪流向前发展的客观

趋势。

“事真”“情真”“理真”的三重追求,让作为本片叙事主题的书信文化,能够承历史记忆与民族精神之重,却又不失文字飘逸纵横之轻,实现了纪录片艺术真实的审美表达。

二、主观与客观：叙事视角转换下的人文情怀显现

近年来,我国历史人文纪录片大多受新历史主义的影响。“新历史主义视逸闻为真实生活遗留下来的‘踪迹’,并用它来表达其对真实的追求。”《书简阅中国》将宏观的“大历史”化整为零,拆分成无数侧重点各异的“小历史”,在浩如烟海的历史文献资料中,筛选具有时代价值的趣闻轶事,以此实现民族历史的多样化表达。为了更好地切入重点,让观众在极为有限的时间内汲取有分量、有温度、有情怀的历史知识,本片采用了情景再现的叙事手法,以讲故事的口吻将书信背后的人生经历娓娓道来。

情景再现是历史人文纪录片中常用的一种手法,该片导演此前的许多作品,如《玄奘之路》《大明宫》,都大量使用了情景再现的创作手法,从专业演员对历史人物的演绎中,提炼出一份厚重深沉的历史感性。“历史感性表现在根据各种未加工的毫无意义的‘事实’编造看似真实的故事的能力。”《书简阅中国》在历史感性和场景氛围的营造上,可谓与导演的前作一脉相承,片中的角色服装发式、道具布景

极为考究,展现了不同时代、不同阶层人物的生活图景。人与景的气度和鸣,更显现出纪录片创作者深厚的传统文化积累。范蠡告别朝堂时眼前的山高水长,勾勒出一幅“五湖烟雨独忘机”的隐逸之感;嵇康与山涛相会相谈时,背景中常有青山绿竹相伴,一片“绿竹猗猗”的灵秀青绿,恰好映衬出嵇康“有匪君子,如切如磋,如琢如磨”的形貌品性,寄寓了二人君子之交的淡泊致远。

人文历史纪录片常用模拟人物的主观视野的方式完成情景再现。《书简阅中国》增设了“信上人”的概念,在情境还原过程中演员全程无台词,无现场声,而是由音乐和配音演员站在历史人物的第一视角传达其心境。声音“对于激发人们的内心情感有着独特的魅力,它既可以被耳朵听到,也可以被心灵听到”。在写信人的自述中,既有人物内心情感的自我倾诉,又有对事件经过和收信人关系的交代,讲述者通过揣度语气、语势、音色,用充满流动性的声音将信件上古老的文字变得富有生趣。二娘子嬉笑怒骂、泼辣风趣,文天祥心如磐石、沉稳坚毅,

粟特姑娘的异域风情,刘邦的豪放激昂……

《书简阅中国》还原的不止是人物外貌与历史画面,更有有生命的文字与声音,激发了观众对真实历史的无限想象。

除第一人称的限知视角外,纪录片中还穿插着少量的全知视角,将寄信人与写信人置于同一画面中,或是利用蒙太奇手法,制造出时空穿梭、重叠的梦幻之感,以此来暗喻人生的聚散离合、漂泊不定。李商隐写《夜雨寄北》时周遭万籁俱寂,唯有雨声淅沥、灯火昏黄,加以人物愁眉不展、深陷思绪中的神态,观众从旁观察,仿佛如临其境般走入了写信者愁肠百结的内心世界。第一人称与第三人称的交替,从不同视角点明了书信在古人生命中所扮演的重要作用,在“与作家书意万重”“家书抵万金”的过往岁月,书信真切地融进了古人的情感与人生经历中。因此,经由纪录片的情景再现和声画演绎,书信背后的故事能够激荡出如此震撼人心的人文情怀,在微观个体与整个时代的巨幅画卷间形成巧妙的共振,让千年后的观众产生一种奇妙和真切的在场感。

三、博大与精微：大众意识主导下的叙事风格变迁

《书简阅中国》能够在豆瓣平台上取得高达9.4分的成绩,离不开纪录片在影像表达方式上的创见。相比该片导演在21世纪初的几部重要作品——《复活的军团》《大明宫》《圆明园》,此次的《书简阅中国》

一改沧桑凝重的艺术格调,转向寻找与大众意识契合的“轻盈感”。本片采用开门见山、单刀直入式的叙事方式,省去了诸多用以渲染氛围的空镜头、长镜头,还结合动画和CG特效技术,构建了许多具有历史

穿越感的奇观画面。近年来许多历史人文纪录片,如《我在故宫六百年》《故宫100》《如果国宝会说话》等作品,也都从大处着眼、小处入手,采用短、平、快的叙事方式,注重纪录片的科普性与教育性。



（一）深入浅出的人文科普

《书简阅中国》篇幅短小精悍，每集划分为五个彼此独立却又有着微妙联系的故事单元，每组人物的出场时间也仅在10分钟上下，叙事框架明朗清晰、节奏紧凑，几乎无一处废笔，这种独立单元式的叙事模式迎合了观众在线上移动终端观看的需要。本片时长精简，但故事体量充盈，涉及许多大众不甚了解的历史细节和“冷知识”，这就要求叙事者化繁为简、深入浅出地对观众进行科普，将故事的历史背景、写信人身份、信件的具体内容交代清楚。

《书简阅中国》传达知识的手段可谓独具匠心，它应用了大量妙趣横生、动感潮流的动画。例如在介绍秦朝的军功授爵制时，使用了经典RPG游戏超级马里奥的界面，并将游戏画面处理成颇具古风的水墨质感，以“战斗杀敌，通关升级”的游戏概念来诠释古代制度。纪录片对中国古代邮驿制度、边疆戍卒制度，以及许多历史大事件的介绍也结合了动漫元素。这种趣味浓厚的科普方式直接改写了传统历

史人文纪录片“画面+解说词”的形式，充满“网感”，让晦涩难解的历史条目“动”起来，符合青年观众群体的观看偏好。纪录片在每个故事小标题的编写上也别具一格，结合了歌名、网络用语，如卓文君的《当爱已成往事》、秦嘉的《小确幸》、王献之的《那时我们还年轻》。大众耳熟能详的流行语，消解了古人与今人间的隔膜疏离之感，标题与内容的恰到好处，又不至于削减历史事件的严肃性，历史与潮流的奇妙碰撞，道出了古往今来国人亘古不变的一份深情。

（二）现代技术与古典意象淬炼

《书简阅中国》以古典意蕴为本，以现代电视动画技术为辅，营造出了一幕幕构思精巧、意蕴深长的画面，将古代诗书典籍中的许多经典意象符号，与书信文化相联系，透过特效技术在视听感官上的冲击力，在画幅有限的荧屏上建立起“言有尽而意无穷”的艺术境界。

纪录片每集的开头动画和尾声部分常被观众所忽略，许多观众认为开篇动画

无关正题，而结尾则是对正文千篇一律的复述。该片恰好在这两处难以突破的部分上别出心裁，配合特效技术，打造出令人耳目一新的观感。纪录片开头动画分别选取了三种动物——驿马、鲤鱼、大雁，再结合我国传统折纸艺术、书法艺术，用黑白两色的极简手法，再现了诗中“驿寄梅花，鱼传尺素”“云中谁寄锦书来，雁字回时，月满西楼”“车，马，邮件都慢”的深邃意境。驿马颠簸、鲤鱼随波游去，鸿雁排成一行寄来远方愁绪，这些意象既有视觉影像的表意功能，更兼有深厚的传统文化积淀。每集尾声部分的微缩景观，以巨幅的信纸，笔走龙蛇、潇洒飘逸的墨迹，映衬着被特技缩小后穿梭于笔墨间的人物，处于不同时空的五位主人公，终将重逢于同一张信纸上。微缩景观颠覆了现实情境，让纪录片“信上人”的概念传达得更为深入灵动，也暗示了每集的几位人物有着内在的相似、相通之处，让观众在赏心悦目之余，拥有全方位、沉浸式的古典文化氛围体验。

结语

纪录片《书简阅中国》采用大众化、年轻化的叙事语态，辅以戏剧性极强的故事情节，让历史与传统文化的宏大主题不

再冰冷晦涩。它以动静结合、虚实相生的解读方式，开启了书信主题与电视纪录片图文声像的深层共鸣，实现了作品在视听

感官和深层内涵上的统一，是我国历史人文纪录片转型阶段的一次成功尝试。

国际视域下国产剧情纪录片创作研究 ——以《敦煌：生而传奇》为例

文 / 中国电视杂志 王璐

2021年3月25日,纪录片《敦煌:生而传奇》在腾讯视频播出。作为一部剧情式纪录片,《敦煌:生而传奇》选取了敦

煌历史上赫赫有名的五位人物,以纪传体的体裁从人的视角将这个丝路明珠的传奇故事娓娓道来,豆瓣评分8.2分,腾

讯视频播放量达4694.6万次,引发了学界和业界热议。

一、全球潮流：国产剧情纪录片的发展溯源

剧情纪录片,又称纪录剧情片。关于这类纪录片的定义学界曾争论不休,后来逐渐达成共识,以简尼特·斯泰森的表述为代表——“纪录剧情片,就如同它的名字所表示的那样,是一种将‘纪录片’与‘情节剧’混合在一起的再现模式。”与“搬演”有所区别的是,剧情纪录片中的历史再现不再仅仅是一种方式,而是成为影片的结构本身。

剧情纪录片的影像实践肇始于BBC的战争纪录片。20世纪初的BBC战争纪录片普遍采用剧情重构,呈现出较为整齐的美学形态。“二战”给了剧情纪录片繁荣起来的契机,使得它成为官方纪

录电影采用的形式。此后BBC推出的《庞贝古城:最后一天》《金字塔》《失落的文明》《失落的城市》等历史文化纪录片,《敦刻尔克大撤退》《诺曼底登陆》等战争纪录片都可以视作剧情纪录片的代表。BBC之后,美国历史频道、Discovery探索频道等多个国际电视台均有所涉及。

剧情纪录片的诞生离不开后现代的文化语境。无深度、无中心、消解一切的后现代主义对真实与虚构的区别提出了质疑,追求享乐和消遣的消费主义孕育出了人们对于戏剧性的消费需求。改革开放让西方后现代主义思潮得以进入国内,

也为国产纪录片提出了新的挑战。21世纪初,国内大量引进BBC纪录片,在国际纪录片剧情化风潮的影响和国内市场需求呼唤下,众多国产纪录片如《复活的军团》(2004)、《圆明园》(2011)、《外滩》(2011)都开始注重对戏剧冲突的强化。2010年初,国内首部剧情纪录片《迷途》在央视播出,采取了国际流行的剧情式纪录片手法,以“演”的方式还原了国民党高级特务郑蕴侠的一生。

总之,国产剧情纪录片的发展受到国际纪录片创作潮流的外部影响和国内新型文化语境的内部驱动。

二、国产剧情纪录片的创作指向

纪录片《敦煌:生而传奇》由腾讯视频、五洲传播中心以及IFA MEDIA联合制作,艾美奖跨国团队精诚制作,中外学者共同解读,并推出了中英两个版本,从策划之初就是一部瞄准国际市场的商业纪录片作品。

(一) 挖掘历史文化,探讨国际命题

敦煌,一颗丝绸之路上的明珠。作为中国古代西域的重要交通枢纽,敦煌不仅沟通中西贸易,更汇聚了世界文明的精粹。敦煌的石窟、壁画、雕塑等文物处处展示着西方宗教思想艺术与中国古代文化的碰撞与交融。光绪二十六年,道

士王圆箎偶然发现了莫高窟藏经洞。之后,几乎没有任何保护措施藏经洞受到了英、法、俄、日等多个国家的劫掠,敦煌文物流落至世界各地,这一“我国学术之伤心史”也在另一方面意味着敦煌研究国际化的发端。

正如季羨林先生在1988年提出“敦煌在中国,敦煌学在世界”的重要论断,敦煌学已成为一门全球显学。目前,世界上不少国家均已建有较稳定的关于敦煌学的研究机构,包括开设相关讲座与系、科,培养新老交替代代相承的研究人才。近年来,随着国家文物保护措施的强化、

“一带一路”倡议的实施、文博产业的改革创新,以我国为研究中心、汇聚全球智慧的敦煌学愈加勃发起来。

在这样的情况下,敦煌的影像生产已不仅具有本土意义,更是一种国际语境下的历史文化探讨。纪录片《敦煌:生而传奇》邀请了历史作家马伯庸、兰州大学敦煌学研究所所长郑炳林、前大英图书馆中国馆负责人吴芳思(Frances Wood)、大阪大学名誉教授森安孝夫等中外学者在同一空间内进行同主题辨析,在全球范围内拓展了敦煌的话语空间。



(二) 适应移动传播，突出戏剧叙事

研究调查公司 WeAreSocial 和加拿大社交媒体管理平台 Hootsuite 于 2021 年 1 月联合发布的一份报告显示，全球互联网用户总额达 46.6 亿（社交媒体用户达 42 亿），其中 92.6% 的人通过移动设备连接网络，而每位用户平均每天使用网络 6 小时 54 分钟。全球移动互联网化势不可挡。

移动互联网时代快节奏、碎片化的阅读习惯决定了故事性的叙事更容易引起关注。于 2018 年项目动议的《敦煌：生而传奇》是一部瞄准网生代的纪录片。该片第一集《烽烟骤起》讲的是班超的故事，冯小刚在开头解说道：“天下大势，浩浩汤汤，鲜有以一人之力而定夺乾坤者。”而后话锋一转，“公元 90 年，西域出班超”“浴血重写大汉史册”，拉满了悬念感。班超出使鄯善国成为本集的高光片段。鄯善国在东汉与匈奴的夹缝中生存，国王设宴款待班超，匈奴则在帐外埋伏。帐内歌舞升平与帐外刀光剑影交叉剪辑在一起，平行蒙太奇的叙事手段充满了张力，将观者代入剧情、跟随剧中人物一起紧张起来。最终，班超的勇士们歼灭匈奴杀手，鄯善

国国王当下立誓效忠大汉，此情节在班超背手而立的一个拉镜中落下帷幕。

本集让不少网友大呼过瘾，以“爽文”“大男主既视感”评价此集及其纪传体主角班超。其余的《祸起萧墙》《长夜孤星》《永生花》《经阁珍宝》一以贯之，用颇具颗粒感的手段讲述传奇人物的故事，“把历史落到人的头上”，让历史同片中人物一样有血有肉。

(三) 跨越文化背景，减少文化折扣

跨文化交际受到语境的影响。霍尔将语境分为高语境和低语境，高语境文化的信息依赖于语境和交际者本身，很少存在于清晰的语码中，低语境文化反之。许多亚洲文化如中国文化都属于高语境文化，美国、加拿大、德国等国家则是低语境文化的代表。在全球化深入发展的当下，文化产品在高低语境传播时遭遇文化折扣的窘境愈发凸显。

纪录片被看作是跨文化传播中文化折扣最小的媒介形态。但是历史文化类题材因为涉及不同收视群体的文化环境、历史传统、核心价值认同等方面，不被以跨文化传播为目的的纪录片青睐。而剧情化有助于解决这一困境。1990 年美国

Discovery 频道播出的《秦始皇》是由加拿大和中国合拍的一部剧情纪录片，第一次向西方介绍了中国第一位皇帝，纪录片对秦始皇杀吕不韦、荆轲刺秦王等历史事实，秦始皇设郡县制、统一货币等政治方略都采取了戏剧化的演绎，秦始皇的权谋和功绩给西方观众留下了深刻的印象。

同样是根植于中国历史厚重的题材，纪录片《敦煌：生而传奇》基于历史真实的剧情化处理，在未来的跨文化传播中，将有可能跨越文化背景的差异，减少文化折扣，甚至获得文化增值的可能。



三、国产剧情纪录片的创作特色

纪录片《敦煌：生而传奇》以真实为根基，强调纪录片历史呈现的戏剧冲突，为顺应新型文化语境下的纪录片传播进行了大胆的形式创新。

（一）根基：真实第一

真实是纪录片的根基。巴赞在《摄影影像的本体论》中追溯了影像的起源，人类存在着一种“与时间相抗衡”的“木乃伊情结”，造型艺术、绘画、照相、摄影无不源于这种心理。而比之绘画，摄影的独特性在于客观性，它的美学潜在特性在于揭示真实。

然而纪录片自诞生以来，就面临着“真实”与“虚构”的争议。弗拉哈迪的《北方的纳努克》也曾因为片中涉及“扮演”而受到质疑。随着纪录片的影像实践和理论研究的深入，演员表演、数字技术、动画等虚拟性质的艺术手段渐渐被接纳，纪录片得以突破历史设置的时空限制，从而大大拓展了自身的边界。从某种意义上来说，纪录片就是运用艺术形式，或者说通过艺术真实，来表达对于哲学真实的认知和把握。

纪录片《敦煌：生而传奇》分为5集，每集讲述一位命运与敦煌紧密勾连的传奇人物。作为一部剧情纪录片，起承转合的剧情成为该片的结构本身。在演员演绎的同时，也有来自各国的权威学者、历史作家进行情节解读，做到有史可证、有史可依。除了邀请历史学者常或作为学术顾问之外，该片还得到了来自敦煌研究院、兰州大学敦煌学研究所、社科院历史研究所等国内高校与研究机构，大英图书馆、大阪大学等国外学术机构共32位专家学者的学术支持。另外，本片的服化道团队具有丰富的影视经验，保证影片细节与时代风貌相吻合。全球性视野、多向度解读，以剧情演绎为主，兼具纪实拍摄、专家访谈，《敦煌：生而传奇》建构了强大的符号系统，以影像的艺术真实不断叩问、追寻哲学意

义上的真实。

（二）内核：戏剧冲突

纪录片《敦煌：生而传奇》将重点落到“传奇”二字。大漠黄沙、戈壁驼铃、地域特性已给敦煌蒙上一层神秘的面纱；政权交替、朝代更迭、中西交流，历史流变让敦煌成为说不尽道不完的传奇符号。用富含戏剧冲突的剧情纪录片来诠释“传奇”，纪录片的可看性大大增强。

《敦煌：生而传奇》第二集《祸起萧墙》的开头即以悬念引入，老者若有所思地抚琴、女子对着佛像祈祷，影片用平行蒙太奇的手法将其剪接在一起，营造出紧张气氛。原来女子是奔赴敦煌的粟特人商队领队莎恩，老者是敦煌有名无实的新任太守仓慈。一场对商队的抢劫，引出了敦煌城内的种种矛盾——太守与当地豪强的矛盾、当地豪强与外来商队的矛盾。原来这是仓慈与莎恩的计谋，以商队重宝为诱饵，暗中追踪，并训练囚犯以增加兵力，最终抓出幕后黑手竟是当地都尉。最后，仓慈夺权成功、平定了乱局，敦煌由萎缩期的混乱中走出，重新焕发丝路明珠的华彩。在这里，剧情的起承转合巧妙地组织起来，以戏剧冲突激发高潮，以冲突的成功解决刻画敦煌史上最有名望的太守形象，从而以人的视角牵出敦煌的一段传奇历史。

（三）新变：微观视角 + 微观体量 + 电影质感包装

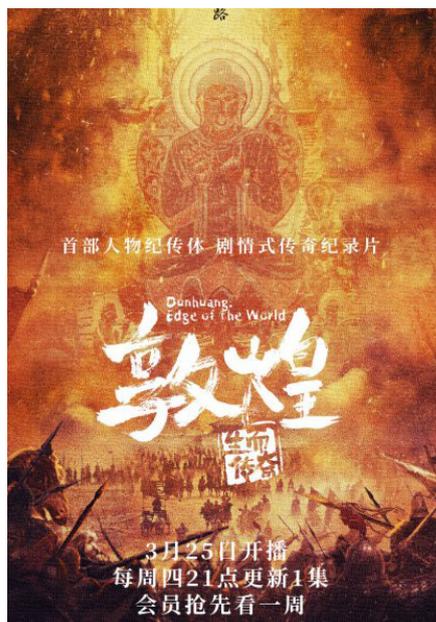
和央视同题材纪录片《敦煌》(2010)、《敦煌画派》(2016)相比，《敦煌：生而传奇》显得更加微观，创新体现在三个方面。

一是微观视角。纪录片《敦煌》好似一本敦煌的百科全书，从西方对敦煌的劫掠讲起，十集里涵盖敦煌的千年历史、藏经洞的形成、敦煌壁画与彩塑艺术、敦煌的研究与保护等内容，对敦煌的观察体现出全方位、多层次的特点。而《敦煌：生而传奇》以纪传体为体裁，以人物为切入点

来铺开敦煌的传奇史诗。在个人化的微观叙事下，观众可跟随故事线将自身代入人物命运，增加了亲历感，与人物产生深层的情感共鸣，触发对历史的感怀。

二是微观体量。纪传体的纪录片向来不少，但多为集数多、片长长的大体量，如《百年恩来》(12集)、《梁思成与林徽因》(8集)。《敦煌：生而传奇》共5集，每集选择一位人物，时长在25分钟左右，短时间内起承转合完整铺陈开来，观众的注意力短时高度集中，戏剧性也因时间的压缩得到了增强。

三是电影质感的包装。基于市场的驱动，商业常常对于媒介技术有着敏感的嗅觉和高效的运用能力。例如，AR、VR、人工智能等技术已经被广泛运用到媒体生产与分发、品牌营销推广领域中。从包装制作的角度上来讲，纪录片《敦煌：生而传奇》堪比电影大片。该片由曾为电影《八佰》调色的专业团队采用杜比视界格式进行调色，主题曲由爱尔兰作曲家写作，国际爱乐乐团演奏，在金牌拍摄团队的基础上，色调、音乐等方面的努力进一步保证了纪录片的质感。





四、结语

近年来,以《我在故宫修文物》《如果国宝会说话》为代表的历史文物纪录片,以《国家宝藏》《上新了故宫》为代表的历史文化类综艺节目,打开了传统文化走近观众的正确方式。纪录片《敦煌:生而传奇》聚焦于敦煌文明,但它未曾多言壁画、彩塑、他国劫掠等传统议题,而是关注宏大历史下的微观个体,以人的视角牵出一座城的传奇历史,而这些正是借助了纪传体剧情纪录片的外在表征。该片的问世一方面是把握国际趋势、顺应时代需求的主动选择,另一方面也表现了我国在新时代下弘扬传统文化的不懈追求。

再回溯《敦煌:生而传奇》的诞生,可以发现与历来的中外合拍纪录片相比,无论是前期的调研、策划、剧本撰写,还是

后期的剪辑、解说、音乐音效、调色、旁白配音等流程,中方在这次合拍中始终占据着主导权。可见,从20世纪初大量引进国外纪录片到如今国产纪录片的“逆向流动”趋势,我国纪录片产业获得了充分的激活和发展,纪录片行业整体实力发生了历史性飞跃。

中外合拍纪录片天然地带有进入双方市场的预期,兼备全球化议题和国际制作优势的《敦煌:生而传奇》也在与Netflix(奈飞)等国外平台积极沟通。纪录片在走向国际的过程中,不得不注意吸取历史教训。例如,有学者就指出,纪录片流向国际的过程中,容易在全球市场上被改头换面,被国外机构进行话语重塑和“二次编码”。如《故宫》化身《解密紫禁城》,《春晚》变脸为《透

视春晚:中国最大的庆典》,诸如“解密”“透视”的字眼,反映了中国的被奇观化,我国处于被窥视、被建构的地位,本质上是被简化为一种符号的传播。奇观化固然容易提高市场回报率,但中国故事长期处于西方价值观主导下的话语建构,无疑将会陷入文化帝国主义的陷阱中。可以说,诞生于纪录片“造船出海”时代的《敦煌:生而传奇》融中国文化价值观于国际化表达中,用中外皆宜的方式实现了用中国话语讲述中国故事,掌握了国际传播的内容基础。在国际渠道的搭建时,还应把握好纪录片摄制主体的地位,避免一切内容、价值歪曲的可能性,最大程度减少文化折扣。

不看《岳麓书院》，不识湖湘文化，不知中国文脉

◎ 文 / 传媒1号公众号 丘灵

岳麓书院，早已不仅仅是一个书院，而是湖湘文化的一个根基，中国文脉的一个符号。不懂岳麓书院，也就不懂湖湘文化，亦不懂中国文脉。

但是，这很难懂。没有皓首穷经的

考究，没有苦心孤诣的钻研，普通人很难真的懂。庆幸的是，有人用了7年策划、发起3次全国研讨、书写30余万字学术台本，终于以大型历史文化纪录片的形式，以纪录片《岳麓书院》让岳麓书

院从千年历史中活起来，让懂岳麓书院的人，不再只是皓首穷经的专家、学者、文人，也是每一个中国的普通人。而这，恰恰对应了“岳麓精神”中很重要的一个思想——传道济民。



一、文化自信：从自知到自信

透过这部纪录片，我们才知道，岳麓书院千年以来形成的文化世界观是实事求是、躬行务实的经世情怀。

《岳麓书院》不但要去纪录岳麓书院的这个特质，也要在《岳麓书院》中做出同样的特质——它要让不同的人，都能在《岳麓书院》中有所得。不同的人，会看到《岳麓书院》的不同层次、不同功用。

最表一层，对于曾经、现在或者未来，到访岳麓书院实地游览的人们而言，《岳麓书院》是一部无法超越的导览大片。笔者曾经拜访岳麓书院，但是，直到近日观摩湖南卫视《岳麓书院》，记忆中的那些

细节才鲜活起来——原来，门匾的岳麓书院四个大字，是宋真宗亲笔，距今千年历史，这也是中国历史上皇帝第一次召见书院山长，此后，岳麓书院名声大噪，成为中国四大书院。



原来，书院讲堂后面墙壁上的《岳麓书院记》，出自影响岳麓书院至深的大儒

张栻之手，它奠定了书院的教学宗旨，不是为了功名利禄，也不是为了雕琢文辞，而是培养真正的人才，以“传道济民、知行并发”作为主要教学原则，注重实用技能；而六君子堂供奉的朱洞、李允则、周式、刘珙、陈钢、杨茂元，原本只是浮光掠影地知道前三位是书院草创时的奠基者，后三位是荒废时的重振者；而当在纪录片中了解了李允则是怎样一步一步奠定了岳麓书院讲学、藏书、祭祀、学田四大规制，陈钢又是如何拒绝吉王赏赐，只愿求赏建造王府材料修建岳麓书院之时，你才真正意义上理解了何为君子。



以及,千年以来,岳麓书院是如何一步一步从小到大,一次一次格局变化,最终形成中轴文脉、左庙右学的格局,并嵌入到整个长沙城中,成为长沙文化地理

的高地。

所以,这第一层,满足的是观众们的求知欲、好奇心。而我们所在谈的文化自信,尤其是全民层面的文化自信,首先基于文化自信。

岳麓书院,作为中国文脉的重要所在,每年都有千万级游客来访,那么就是一个最佳的中国文化科普圣地,如果仅限于走马观花、打卡拍照,就失去了它文教的功用、价值与意义,而复合上《岳麓书院》

这样一部深度又生动地科普岳麓书院的作品后,当人们再参观岳麓书院之时,看到的就不再只是死物的建筑,而是活物的文化。

而在你知道这一砖一瓦背后,有多少鲜活生命的承载,有多少潸然泪下的故事,你才会感受到一所能够传承千年的书院,甚至比在西方誉为“世界大学之母”的意大利博洛尼亚大学超前112年就建立完整的大学体系,多么值得我们文化自信!

二、文化基因：霸蛮的传承

一个人能长寿,可能是有长寿的人体基因;那么,一个书院能长存,是否也有长存的文化基因?

因此,岳麓书院就是一个文化体,所谓传承,就是这个文化体的生长——公元958年,因为有了二僧办学,岳麓书院有了一颗“胎心”,五代时期,战乱频仍,二僧发愿“士得屋以居,得书以读”,在战争年代,消灭一些戾气,留存一些火种;公元976年,战乱之后,崇文之风兴起,继承二僧办学衣钵,潭州知州朱洞要在潭州建立一个不是官学也不是私学的书院,正式起名岳麓书院,终于,有了一个“名字”;公元999年,新一任潭州知州李允则继续继承二十年前朱洞的衣钵,只是,他希望比朱洞再多走一步,不让书院因人而兴、因人而废,于是奠定岳麓书院讲学、藏书、供祀、学田四大规制,类似现代大学教学楼、宿舍、礼堂、图书馆、校史馆、基金会,至此,岳麓书院有了一套“制度”;然而,李允则没有完成的是,岳麓书院的文化世界观到底是什么?而在随后的近千年,周敦颐、张栻、张元忬等等的思想大儒,一代一代地丰富与修正它的文化世界观,直到今日,岳麓书院有了一个“文化世界观”——实事求是。

这个“文化体”,之所以能够穿越千年地生长,因为它有比任何一个人人都强大

的自我修复能力,一次又一次地摧毁,一次又一次地重生。那么,这个旺盛生命力、强大修复力的文化基因,究竟是什么?

看完这部作品,笔者悟了,是中国文脉传承到湖湘之地,韧性的国土之风与霸蛮的湖湘之气的融合,形成了一种“霸蛮的国土之风”,所以,才有血气方刚的岳麓诸生以命对抗元军,所以,才有七毁七建的岳麓书院总有来人霸蛮地接棒着它的传承。这种特质,保护了岳麓书院的千年传承,也在千年中成为湖湘之地的文化基因。因此,在这部作品中,笔者仿佛也看到了一副湖南电视人的自画像。

湖南的电视文化,其实就是在千年岳麓文化福泽之下生长出来的一支脉络,所以,它也重传承、重理想、重使命,一代又一代的湖南电视人之间,不断延续。曾经有湖南电视人这么告诉笔者,湖南广电有某种内在传承,这是一种敢想敢拼、比较超前的精神追求和职业追求,用湖南话说,就是霸蛮。

影视批评中常说,作品的背后都是作者,都能看到作者的影子、故事、痕迹。这部作品背后,笔者看到了湖南卫视,既是一种自画,也是一种自勉——继续吧,霸蛮地传承下去。



三、文化自觉：鉴古而知今

如果说，第一层看到文化自知与文化自信，第二层看到文化基因，那么，第三层我们将在《岳麓书院》看到的，就是文化自觉与文化自省。

鉴古而知今，《岳麓书院》以千年文化史为镜，映照则是当下文化生态的是与非。不知道你有没有看懂，这部作品的一条主线是**文明的起落与文教的兴衰之间的辩证关系**。

千年以来，岳麓书院的兴衰始终与朝

代的起落紧密关联。它的第一次兴起，是在北宋结束战乱，崇文风气蔚然之时；它的第一次大毁，是在北宋灭亡、金军南下之际。

明朝之初，打压书院，于是文化凋敝、政治僵化；明中以后，开放书院，于是文化又再次拥有了弹性，出现了心学与理学的交锋，成为文明的另一个高峰。文教之所以重要，因为它与国祚、国风、国力紧密相关。

湖南广播影视集团（湖南广播电视台）党委副书记、总经理、台长、总编辑龚政文用举旗帜、兴文化、展形象概括创作《岳麓书院》的初心，笔者能够理解，这部作品的背后，是湖南卫视希望以这样一部作品，提示文教之于国于民的意义，所以龚政文说，打造《岳麓书院》，是湖南广电的宿愿，也是我们义不容辞的文化责任和历史使命。



这其实就是一种具有强大自省力的文化自觉意识，所以，我们在《岳麓书院》中，其实能品到很多具有自省意味的表达——比如，岳麓书院的第一次大毁伴随的是北宋灭亡，张栻认为，北宋灭亡，是因为学子求学只为了功名利禄，成为精致的利己主义者，失去了血气、责任、担当，因此，他认为，需要重建的不仅是院落，收复的不仅是失地，更需要重建和收复的是文教，以文兴国；又如，岳麓书院的一次思想大冲撞是在心学与理学交锋

之时，当时心学走向歧途，务于空言而忽躬行之实，空谈心性、放纵自我，忘却经世情怀、自我约束和社会责任，而在张元忞的匡扶下，岳麓书院重整正脉坚守务实践履、束身守礼的教育传统，没有走向虚妄与空疏。

你会看到，这些人、这些事、这些话，似乎在说千百年前的过往，却有似乎在点千百年后的当下，在我们如今的社会中，是否也要警惕精致的利己主义者之风，警惕年轻人误入歧途，失去血气、责任、

担当？在我们如今的文化圈中，是否也入了空谈心性、放纵自我的怪圈，忘却了经世情怀、自我约束和社会责任？

所以，《岳麓书院》才要提正脉，就是在中国文化有可能走向歧途的时候，有人能自省、有人能批评、有人能斧正。这才是岳麓书院留给今时今日的我们最大的精神财富，用它千年文化史间的得与失、起与落、兴与衰，提示后人如何守住正脉。

“南汉北青”，总台和全国对农媒体全面深化合作 开启崭新篇章

文 / 美兰德传播咨询 市场运营部

近期，由中央广播电视总台农业农村节目中心主办的“乡村振兴 一起同行”对农宣传合作沟通会在武汉成功举办，会议

专注于打造“全媒体融合发展”与“探讨对农媒体深入合作”的核心价值，行合趋同，共话创新。对农宣传合作沟通会武汉会议

的召开，标志着总台和全国对农主流媒体全面深化合作翻开崭新篇章。

据悉，总台农村农业节目中心对农宣传合作沟通会系列活动将于10月22日

在山东青岛召开，从武汉到青岛，总台和全国对农媒体全面深化合作将更进一步。

一、亮点提要

“乡村振兴一起同行”对农宣传合作沟通会（武汉）由中央广播电视总台农业农村节目中心主办，湖北广播电视台垄上频道、北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司提供支持，中视传媒股份有限公司北京分公司承办，此次活动是总台建立区域媒体统筹协调、互联互通机制，搭建全国涉农节目交流交换平台，探索内容生产传播、品牌经营推广

合作模式的开篇。

武汉会议中，来自湖北、四川、安徽、河南、广西、广东等全国18家对农媒体、传媒集团、媒体传播策略公司、湖北广电、湖北长江云新媒体集团(IPTV)的众多嘉宾代表参加了会议。

总台湖北总站召集人刘智力先生表示，荆楚大地在“三农”改革发展，特别是“三农”宣传报道方面有丰厚的资源

和题材。湖北总站将致力于与农业农村节目中心在重大选题策划、联合采访报道、扩大落地覆盖、产业经营拓展、品牌形象推广以及联合建立乡村振兴观察点等方面进一步加强合作，致力于做好农业农村节目中心与湖北对农媒体交流合作的桥梁枢纽。



湖北广播电视台副台长岑卓先生在发言中表示，湖北广电坚持“高举旗帜，开放融合，以实干打造特色鲜明的地方大台”战略定位，将乡村振兴作为宣传工作的重

中之重，垄上集团作为湖北精准服务三农的媒体，从“频道+渠道、内容+产业”的模式创新着手，全力打造服务乡村振兴的全媒体综合服务平台，主动扛起了乡村振

兴宣传及服务重任，探索富有湖北特色的媒体服务三农的体制机制。



作为会议主讲嘉宾，总台农业农村节目中心副主任王晓斌以《深耕厚植行稳致远——总台农业农村节目中心成立以来

发展情况介绍》为主题，从频道开播历程与传播覆盖情况、中心高质量发展亮点、频道融合传播成就与亮点、频道“CCTV

强农品牌计划”四个方面深度解析农业农村节目中心发展的历程、思路与成就。



主题发言还分享了首个乡村振兴观察点的落地情况,乡村振兴观察点既是总台农村农村节目中心宣传报道的采编实践基地,也是中心“我为群众办实事”实践活动

的联络点,中心宣传报道人员将以此为依托,记录、参与、助推乡村振兴发展进程。

下一步,总台农业农村节目中心将进一步提升“三农”宣传报道水平,加强重大

品牌项目的推出,深化和各地的交流合作,形成以宣传内容提升服务水平、以服务推动合作升级、以合作反哺节目创作的良性循环,助力乡村振兴。

嘉宾:四川广播电视台...
安徽广播电视台农业科教频道...
河北广播电视台农民频道副...
广西广播电视台广西卫视副...
广东广播电视台广东卫视制...
台农业中心社会交...



二、分享与讨论

沟通会现场,湖北长江垄上传媒集团党委书记、董事长邓海、湖北长江云新媒体集团副总经理代卓,美兰德传播咨询董事总经理崔燕振,分别以“全力打造湖北乡村振兴全媒体综合服务平台”、“发挥长江云平台优势 助力‘数字乡村’建设”、“农业农村频道全国落地推广情况及湖北地区

专项汇报”为主题进行了分享。

会议还设置了圆桌论坛环节,由总台农业农村节目中心新闻部副主任李庆庆主持,以“如何加强涉农融合传播的内容创新和涉农宣传的全媒体传播矩阵的互通互联”为主题与发言代表进行深入探讨。安徽广播电视台农业科教频道总

监袁卫东、四川广播电视台四川乡村频道总监申振华、河北广播电视台农民频道副总监范天彦、广西广播电视台广西卫视副总监阳华等六位媒体代表分别就三农宣传、全媒体发展、落地经营推广等内容进行了分享,对新形势下全媒体节目制作、资源共享进行了广泛讨论。



三、主题发言

作为专业传播咨询公司，北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司董事总经理崔燕振先生从农业农村频道构建全国第一对农传播覆盖网络和大小屏联动，打造全域影响力以及融媒体时代智慧广电在服务乡村振兴大有可为三个维度探索“如何融合连接，打造中国对农传播协作体”。

崔总表示，2021年在中央政策支持下，乡村振兴带动中国最广大消费群体的市场活力，上半年农业农村经济发展稳中向好。数字经济加速驱动乡村产业振兴，多场景驱动乡村产业发展。各地纷纷落实智慧广电服务乡村振兴行动，打通信号覆盖最后一公里，广电机构也深化开展智慧广电消费帮扶，拓展智慧“广电+”模式。

在内容向，乡村振兴背景下涌现大批乡村振兴题材优质文艺作品。继扶贫题材影视作品掀起荧屏热潮后，一大批乡村振兴题材优质文艺作品陆续涌现，节目类型设计影视剧、纪录片、综艺节目等，精准

在建立视听融合传播矩阵的同时，创新打造涉农音视频内容IP集群，涉农内容营销供给力不断增强。总台农业农村

创作谱写乡村振兴画卷。

总台农业农村节目中心作为提升“三农”宣传报道水平、打造涉农宣传的“国家队”“主力军”，通过构建广域对农立体传播网络及融媒体全矩阵，已经成为中

国对农传播第一流量入口。美兰德数据显示，CCTV-17农业农村频道大屏端可触达12.17亿电视观众，构建强大的对农覆盖传播网络，同时深耕各经济圈，覆盖传播实力不断增强。

CCTV-17农业农村频道大屏端可触达12.17亿电视观众 构建强大的对农覆盖传播网络



节目中心逐渐发展成为中国对农传播第一媒体平台，形成了最稳固的用户认知与最强大的多维流量池。美兰德数据显示，

CCTV-17农业农村频道拥有互联网粉丝超3000万人，多档涉农节目布局新媒体平台，传播效果显著。

湖南卫视“青春中国”：从跨地域到跨代际， 全面诠释青春向正能量

文 / 美兰德传播咨询 市场运营部

9月30日，湖南卫视正式启用“青春中国”全新口号，以全新面貌展现在观众面前。湖南卫视以“青春”为鲜明特质，第四季度湖南卫视多档综艺新品聚力升级，

把握高品位和高格调，聚焦铸就伟大的普通人和来自人民的真英雄，强化正能量和合家欢的氛围输出，更是在节目中升格青年文化表达，释放青春与国家共振的情感

温度。之后的整个10月，湖南卫视都在用节目诠释“青春中国”这个口号的含义。



一、每日不缺席的正能量、无处不闪光的温暖向

10月，湖南卫视相继推出《欢唱大篷车》《向你致敬》《再次见到你》《今天你也辛苦了》《时光音乐会》等多档节目。《欢唱大篷车》走进全国12个城市，与当地居民欢乐合唱，跨越城市打造真正记录中国乡镇最朴实幸福生活之声的温暖向节目，在《风度中国》带领观众领略中国大美山川之后，此节目在“一缕清风”之中混入烟火气，走进平凡人的生活中。

《再次见到你》《今天你也辛苦了》两档全新暖综均定位周中档，从周一到周四，温暖陪伴不缺席。两档节目均将镜头视角聚焦于普通人物，跨时代人物回访暖综《再次见到你》回访48位具备不同时代精神的榜样人物，引发集体情感共鸣的同时以主流价值的引导，启发当代青年；《今天你也辛苦了》以10分钟微纪录片形式，探寻、发现当下日常生活中普通人的温暖

故事和感动瞬间，回望过去和探寻当下相辅相成，对青年成长提供正确价值引导与精神陪伴！

公益类节目《向你致敬》以歌咏志，用歌声致敬时代英雄；《时光音乐会》通过分享不同年代经典金曲的创作故事，带

领观众了解、感悟不同时代独有的记忆，用音乐开启跨时光的代际对话。从跨越中国到跨越代际，每日不缺席的正能量，无处不闪光的温暖向，是10月份湖南卫视用新上综艺对“青春中国”这个新口号最直接和朴实的诠释。



二、升格青年文化表达、引爆全域传播力

美兰德传播咨询数据显示,10月1日-10月24日新上首播综艺(不含晚会)中,《时光音乐会》《欢唱大篷车》《向你致敬》《今天你也辛苦了》相关网媒报道量均突破1000条,占据此维度榜单TOP4,引发众多媒体转发关注。

湖南卫视新上节目引爆全域流量,截

至10月25日《时光音乐会》首期内容芒果TV播放量6717.9万次;《欢唱大篷车》自开播起截至25日,芒果TV播放量达8537.0万次;《向你致敬》芒果TV播放量2075.0万次;《再次见到你》节目官方账号的短视频播放量达927.6万次,节目内容相关短视频自来水传播优势明

显,抖音#再次见到你主话题视频播放量4415.7万次,快手#再次见到你主话题视频播放量1273.5万次。



湖南卫视发挥平台在高品质音乐综艺创新方面的优势基因,探索户外音综新模式。其中《时光音乐会》开启户外音乐会模式,唯美的自然场景、顶尖实力派歌手、蕴含在音乐背后的温情故事,由《声入人心》《谁是宝藏歌手》专业班底团队倾力打造,将户外纪实类节目的真实性和

高品质音乐综艺节目的观赏性巧妙融合,探索出户外音综新模式,还原音乐艺术本质,呈现节目社会价值。

《时光音乐会》开播当晚便占据晚间黄金档电视节目融合传播指数榜第一, #张杰如何走出emo#、#张杰再唱这就是爱#、#许茹芸再唱独角戏#等话题引发

全网热议并登上微博热搜。截至24日,《时光音乐会》播出后新增相关微博话题超30个,累计阅读6.1亿人次,节目主话题#时光音乐会#阅读量达2.2亿人次,讨论34.7万条。



短视频传播方面，截至26日发稿前，《时光音乐会》快手主话题播放量2564.9万次抖音主话题播放量1.2亿次，郁可唯再唱《路过人间》、谭咏麟再唱《朋

友》等视频内容片段引得网友落泪。节目以音乐和音乐背后的故事，将不同年代的独有记忆、美好与价值呈现给年轻观众，在户外大自然环境下，让音乐回归纯粹，

让音乐艺术的价值更加凸显，给了更多人积极、治愈的力量。



《人民日报》客户端文章评价节目“唱响时代之声，传递音乐的温暖与力量”；《广州日报》评论节目开辟音

乐综艺市场新路径，节目中歌曲“将曾经听过这首歌的我们紧紧联结在一起，创造了不孤单的回响”，“广电时评”“传

媒一号”等行业媒体亦纷纷点赞节目治愈力。



《时光音乐会》在节目播出之前就打造了“亲朋踏歌来，重逢张家界”主题旅游推荐活动，助力张家界自然文化遗产宣传。即将开播的《云上的小店》更是

扎根乡村，在乡村振兴的“新坐标”上，把农副产品与文娱产业相结合，展现乡村振兴建设成果，呈现新农村文化自信与美好生活，并打造“云上小店”，助力乡村

好物推广，通过综艺让更多观众特别是青年群体感受新农村生活。不难看出，湖南卫视将关注影视文化内容的社会责任刻在了这几档节目的DNA中。

三、结语

如果“青春中国”是湖南卫视升级青春品牌、深耕青春基因、领航青春生态，架起新时代和年轻人沟通桥梁，以主流媒体姿态高扬社会主义核心价值观旗帜的决

心，那么《再次见到你》《时光音乐会》《云上的小店》等节目便是湖南卫视升格青年文化表达，以丰富影视文化内容构建起社会人文生活服务节目带呈现的第一份

作品，彰显湖南卫视作为主流媒体愈发重视“青春中国”社会价值的责任感。

中宣部、总局、总台等六部门：开展“百城千屏”超高清视频落地推广活动

10月19日，工业和信息化部、中央宣传部、交通运输部、文化和旅游部、国家广播电视总局、中央广播电视总台等六部门联合发布通知，决定开展“百城千屏”超高清视频落地推广活动。通知指出，活动以“点亮百城千屏炫彩超清视界”为主题，支持有条件的城市设立超高清公共大屏，通过展播社会主义核心价值观、党的建设、北京冬奥会、文化旅游等优质超高清4K/8K内容，充分发挥时事政策宣传、公益发布和弘扬社会主义核心价值观主阵地、主渠道、主力军作用，弘扬民族精神，呈现中国文化，提升超高清视频产业的渗透性。

[来源：工业和信息化部]

广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划正式发布

10月20日消息，国家广播电视总局正式发布《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》。《规划》回顾了“十三五”期间广播电视和网络视听科技领域取得的成绩，分析了当前面临的形势，提出“十四五”广播电视和网络视听科技发展的指导思想、原则、目标、任务和保障措施。《规划》提出，到2025年，科技创新驱动智慧广电业务能力和服务能力显著提升，智慧广电建设取得突破性进展，媒体融合深入推进，形成布局合理、竞争有序、特色鲜明、形态多样、可持续发展的智慧广电新发展格局。

[来源：国家广电总局]

第二届中国广电媒体融合发展大会在北京举行

10月13日上午，第二届中国广电媒体融合发展大会在北京国际饭店会议中心举行。大会由国家广播电视总局、北京市人民政府指导，中共北京市委宣传部、北京市广播电视局主办，以“视听引领融合未来”为主题。国家广播电视总局副局长、党组成员朱咏雷，北京市委常委、宣传部部长莫高义，中华全国新闻工作者协会党组成员、书记处书记吴兢出席开幕式并致辞。全国26个省、自治区、直辖市的局台网领导和相关负责人，以及专家学者、媒体记者、企业代表等近500人参加大会。

[来源：中广互联]

5G科技冬奥项目亮相首钢园

10月21日，2022年北京冬奥会合作伙伴中国联通在首钢园集中展示了基于5G技术研发的一系列创新应用成果，车路协同、无人零售车、云转播系统等科技冬奥项目亮相。联合奥林匹克转播服务公司、北京冬奥组委开展5G视频回传创新业务，中国联通将助力奥运史上利用5G网络进行视频转播的首次商用。北京国际云转播科技有限公司总经理苏航表示，基于联通5G大上行和云网协同技术的云转播服务，可有效降低现场人员投入和转播成本。

[来源：北京日报]

“国家文化大数据华东区域中心建设成果展”亮相融交会



10月21日上午，2021中国（南京）文化和科技融合成果展览交易会（简称“融交会”）在南京国际展览中心开幕。其中“国家文化大数据华东区域中心”由江苏有线与上海、浙江等六地广电网络公司携手共建，融合各地底层关联集成系统，实现红色基因库资源在云端的“物理集中、逻辑分散”，并通过广电网络与互联网延伸至终端；TV终端通过嵌入千家万户的电视大屏，成为永不落幕的红色基因教育基地，移动终端支持数以亿计的互联网用户进行三维全景实时在线观看与互动，实现红色基因库数字化内容+场景+体验的深度融合，党建工作站依托国家文化大数据资源，运用VR技术打造线下沉浸式、交互式新体验。

[来源：江苏有线]

“学习强国”电视端“强国TV”在上海上线



10月21日，“学习强国”电视端“强国TV”在上海正式上线。作为“学习强国”的电视端平台，“强国TV”延续了学习平台结构设计人性化、海量权威学习资源等优势，涵盖学习、电视台、百灵、电台4个板块，实现与手机App端、电脑端的功能通、内容通、积分通、账号通。用户除了可以观看新闻，学习新思想、新政策，还可以通过更高清的方式观看“学习强国”平台中的电影、文艺、旅游、奇趣自然等节目，包括4K超高清节目。

[来源：文汇报]

湖南卫视：《快乐大本营》升级改版、更新换代，《天天向上》强化行业高端精品访谈节目定位



10月9日消息，以“青春中国”为号角，国庆后，湖南卫视多档品牌综艺节目聚力升级，一批原创精品新鲜面世：关注身边各行业普通人情感的《今天你也辛苦了》；展现时光流逝、温情长存的《再次见到你》；关注乡村振兴、共赴美好生活的《云上的小店》；回归自然、返璞归真的《时光音乐会》；以平凡人物的不平凡事迹，彰显榜样引领作用的《向你致敬》；与大众一起欢唱、将镜头对准普通老百姓的《欢唱大篷车》等。

[来源：界面新闻]

安吉县融媒体中心如何打造“安吉样本”？体制机制上的融合是根本



10月22日消息，广电独家访问优秀县级融媒体中心负责人祝青。“安吉样本”由安吉新闻集团自2014年开始探索形成，经过7年的融合发展，在深度参与社会治理、发展产业、为民服务等方面构建起多层次多元化服务保障体系。对此，安吉县融媒体中心（安吉新闻集团）党委书记、主任、董事长祝青表示：“融媒体中心建设，尤其是县级融媒体中心建设的根本是体制机制上的融合。对县级融媒体中心来说，必须坚持新闻、文创、智慧产业等多元发展，走市场化路子，这样才能以众多业态、广泛服务在最大程度上黏合县域受众。”

[来源：广电独家]

西瓜视频联合火山引擎发布经典中视频4K修复计划，未来一年修复百部老动画



10月20日，西瓜视频联合火山引擎在北京举办“重修旧好”经典中视频4K修复发布会。西瓜视频总裁任利锋表示，未来一年，双方将共同修复《舒克与贝塔》《西游记》等100部经典动画。此次修复计划的首批合作伙伴包括央视动漫集团和上海美术电影制片厂。目前，《哪吒传奇》《葫芦兄弟》《黑猫警长》等六部经典动画作品的4K修复版已在西瓜视频上线。任利锋表示，修复经典，是传承，也是用新技术最大化还原作品，带来新感受和新认知。此外，西瓜视频也将开放修复入口，为普通用户免费提供AI修复支持。

[来源：和讯网]

预测：2021年全球5G业务收入将达730亿美元



10月22日消息，据英国知名新兴市场市场调查与研究机构Juniper Research近日发布的一份研究报告预测，到2021年底，全球5G业务收入将同比增长250%，总额达到730亿美元（约合633亿欧元），该数字在去年仅为200亿美元。Juniper Research预测，截至今年年底，5G业务将占当前运营商总收入的8.5%，全球各大移动网络运营商正在寻求前期的巨额投资回报。报告预测，到2026年，全球因5G业务产生的蜂窝网络数据流量将增加至150万PB——相当于2.14亿小时的4K流媒体视频。

[来源：广播与电视技术]

大数据解密 电视媒体视频化生态打造

▶ 大视频时代

@ 互联网+

媒体融合

VR、AR

网剧井喷

T20发展



M 北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司
CMMR CHINA MAINLAND MEDIA RESEARCH CO.,LTD.

主页: www.cmmrmedia.com 新浪微博: @美兰德媒体传播策略咨询
总机: +86-10-85653636 传真: +86-10-85653022
地址: 北京市朝阳区朝外大街26号朝外MEN财贸中心A2105