



第26届上海电视节

特别报道

“白玉兰”云上绽放带来新思考系列报道之二

《中国医生》《但是还有书籍》等超高分网络纪录片,用创意表达助力人文精神乘风破浪

青春、日常、专注、轻巧, “网感”让“真实”更具情感穿透力

■本报记者 张祯希

在昨天举行的上海电视节白玉兰论坛现场,来自电视台、各大视频网站的嘉宾,分析了青年一代网络审美趣味对纪录片的重塑,这个选题也是近日互联网影视峰会现场的热议话题。

此前《中国纪录片发展研究报告2020》显示,2019年中国纪录片年生产总值达66.6亿元,同比增长3.3%。其中,人局不久的新媒体纪录片表现尤为抢眼,而相关视频网站后台数据指向市场新趋势——纪录片的核心受众,已经向年轻化方向发展。

在学者看来,当下纪录片正在经历一场基于青年审美、网络审美的创作、营销理念升级——高浓度的人文情怀与文化含量,被植入日常化的新颖表达之中,相伴而来的,还有越来越多与内容特性匹配的营销、联动策略。以爆款纪录片《中国医生》《但是还有书籍》为例:这两部在网络平台播出的纪录片,分别获得豆瓣9.3与9.2的超高分。独特的网络审美趣味或者说“网感”鲜明,让纪录片中的真实表达更具情感穿透力,也促进了年轻一代文化自信与民族认同感的强势回归。

用青春化、日常化视角开启当代“英雄叙事”

“每个人都是自己的英雄。”在介绍《中国医生》的创作理念时,总导演张建珍曾特别强调了这样一句话。这也是《中国医生》最打动观众的地方:创作者用长期的蹲点拍摄,记录下医务工作者救死扶伤的同时,也烛照了



高浓度的人文情怀与文化含量,被植入日常化的新颖表达之中,当下纪录片正在经历一场基于青年审美、网络审美的创作、营销理念升级。(均纪录片海报) 制图:李洁

白衣之下的血肉之躯。那些迷茫、纠结、苦痛、欢欣,自我疗愈的时刻,让英雄可亲可爱,也让观众意识到英雄并非天生,只脱胎自一个个勇于担当、自我突破的时刻。

张建珍将这种日常化的视角,视作对纪录片本质的回归,但在当下的网络纪录片市场中,这种回归恰恰成为类型突围的关键。最明显的案例,莫过于人文纪录片题材从宏大历史符号向热腾腾日常感的惊艳“转场”。近年深受青年人喜爱的《生活如沸》《人生一串》等网络美食纪录片,让火锅、烤串等特色美食成为主

角,用奇观化的美食呈现与地方饮食习惯博人眼球的同时,也探讨了“围炉”“撸串”等饮食习惯背后的中国式人情百态。愈发浓郁的生活气息,来自对生活的“真”的探寻执着,也是网生代审美的自发抉择。本次入围上海电视节白玉兰奖最佳系列纪录片的《大城无小事——派出所的故事》,便在年轻人云集的哔哩哔哩网上收获了大量弹幕。通过对出警日常的扎实跟拍,一群基层民警成为观众心中有血有肉的平凡英雄,有的民警甚至还有了大批粉丝。“所有纪录片最终都是关于人的故事,镜头中的文化自信,往

往都是通过我们身边最实实在在的人所决定的。”在《大城无小事——派出所的故事》总导演蔡征看来,积极拥抱网络,拥有文化自信的青年一代,更乐于在日常体验中感知文化发展、城市建设等重大命题。

网络审美也让纪录片短起来。针对当下年轻人忙得没空吃早餐的现象,一档名为《早餐中国》的纪录片应运而生。有意思的是这档以青年人目标受众的纪录片,形式上也采用了青年人喜爱的短视频方式——五分钟一集内容,上下班时等一地铁就能刷完。“轻巧”的表达让《早餐中

国》获得不错的网络传播。“当下抖音等短视频网站十分流行,短视频为何会撬动如此广泛的市场关注,这值得纪录片人借鉴。”爆款纪录片《航拍中国》导演余乐认为,当下纪录片创作者更应该跳出传统观念,去研究短视频中蕴藏的网络趣味。

产品体验从“平面”到“立体”,纪录片正成为人文景观

除了内容表达的年轻化、日常化,网络

纪录片的生产理念也在晋级。业内人士指出,在前期调研、拍摄、播出的基础流程之外,网络纪录片在营销策划、发行、品牌打造等方面进行了拓展。也就是说,互联网纪录片相较于传统类型,更具产品思维与产业布局的雄心。灵活的IP联动,让纪录片从纯观赏性的“平面”产品,晋级为线上线下体验丰富的“立体”人文景观。

基于平台特质,围绕优质内容的产品矩阵,正在不断丰富,拓展产品玩法与用户体验。美食人文纪录片《日出之食》就曾与线下购物平台合作,推出节目同款美食。数据统计,在节目播出期间,与其合作的购物平台销量比以往同期提高不少,而线下的同款产品也成为了节目的宣传广告。眼下,纪录片《江湖菜馆》又将与外卖平台合作,开启“边走边吃”模式。纪录片中出现的的美食,通过网络下单,30分钟内便可被送至观众手中。已形成品牌效应的纪录片《人生一串》,更是借力网红经济,推出了实体店。由纪录片官方授权的线下体验店,选址在青年人聚集的区域,将纪录片中呈现的各类烧烤产品汇集起来。门店一开,就成为了全国各地青年争相“打卡”的网红景点。

除了对新消费的促进之外,网络纪录片的“文化带货”能力也不容小觑。《但是还有书籍》上线后,片中提到的一些冷门书籍纷纷破圈。以第一集中提到的某纯文学小说集为例,节目上线三天内便在官方旗舰店卖出700多册,在当当网上更是直接断了货,临时紧急加印8000册。在文化学者看来,带货能力往往比收视率数据,更能体现一部作品对观众的影响程度,而这也是人文纪录片社会价值的进一步提升。

2019年我国网络视听收入1738.18亿元,同比增长111.31%

三大产业重磅报告发布:网生内容量减质增,向精品化发展

本报讯 (记者张祯希)在昨天举行的2020年上海国际电影节互联网影视峰会主旨论坛上,《中国视听新媒体发展报告(2020)》《2019网络原创节目分析发展报告》以及《中国网络视频精品研究报告(2020)》三大产业重磅报告正式发布。报告显示,我国网生内容量减质增,向精品化发展的趋势明显。

《中国视听新媒体发展报告(2020)》显示,截至2020年3月,我国网络视频用户规模达8.5亿,较2018年底增长1.26亿。去年一年,我国网络视听收入1738.18亿元,同比增长111.31%。业内人士分析,当前我国精品网生内容正在经历自我升级,在满足受众多样化精神需求的同时,逐步承担起引领价值观的时代责任。

《2019网络原创节目分析发展报告》对网络剧、网络电影、网络综艺三个门类,分别进行了研究分析。报告显示,2019年我国共上线网络剧202部,相比2018年的215部略有下降。其中,现实题材网络剧创作比例明显

提升,占比超过80%,古装剧比例明显下降,约为13%;2019年网络电影上线数量由2018年的1437部降至638部,锐减56%,但新上线获得《电影片公映许可证》选择首先在互联网播出的“龙标网络电影”高达137部,出现大幅提升;在网络综艺方面,2019年,新上线网络综艺221档,相比2018年的241档略有下降。围绕热门综艺制作的衍生节目达

到186档,其中158档需付费观看。《中国网络视频精品研究报告》则进一步验证了网生内容从“逐量”到“竞质”的良性发展趋势。以网络剧为例,2019年,全网连续剧累计有效播放达5082亿,同比增长4%。尤其是2020年一季度,网络剧有效播放量比去年同期增长58%,网络首播剧的影响力媲美电视首播剧;网络电影方面,

2019年,网络电影投资成本整体上涨,投资成本300万以上的影片数量占比48%,成本达1000万的达18部。全年累计正片播放同比增长24%,正片播放量超过5000万的影片数量达9部;随着题材类型更加多样化,网络综艺口碑相比去年整体有所提升,网络评分超过6.9分的节目比去年增加了20档,低分节目数量则大幅下降。

北京大学视听传播研究中心主任陆地分析了数据背后传递出的行业信息:“回顾过去一年的网络视频精品项目,可以明显看出,网络剧口碑逐步提升,精品内容不断涌现;网络电影看齐院线,在题材多元的同时传播面也逐步扩大;网络综艺质量稳中有升,垂直综艺表现亮眼,更多节目在内容创制上充分彰显社会责任。”

“2019年网络原创节目已走出了原来

的一方‘小天地’,‘大制作’自觉聚焦时代感命题、生活贴近性显著增强。”国家广播电视总局监管中心副主任肖党荣分析,眼下“网生”现实题材作品比例大幅提高,“套路化”“快餐式”作品减少,“标题党”“擦边球”等创作沉疴已不多见,更多节目通过内容和选题的创新自觉拥抱优秀传统文化、传递正向价值。

全国规模最大密度最高剧场群激活演艺产业链 亚洲演艺之都正在黄浦江畔崛起

中小型节目,成为专业剧场的有益补充。

上海戏剧学院教授荣广润非常认可多样生态链对于演艺之都建设的重要性,其意义不仅在于满足消费者多样的观演需求,更有助于形成稳定的产业金字塔。正如托举起纽约百老汇剧场的,是500多家散落在外百老汇、外外百老汇的中小演出场所一样,支撑一座演艺之都的剧目孵化、驻场演出和人才培养功能,需要大量中小型的演出空间来共同承担。在7月底上海大世界的首场夜市上,韩国小剧场音乐剧《阿波罗尼亚》宣布将成为大世界首部长档期驻演的音乐剧,制作人表示很大一部分原因就在于这里的演出空间不同于传统意义上的专业剧

场,有着更多的可能性。

人们看到,近年来,依托布局完备的演艺空间,上海在搭建“码头”平台和打造“源头”佳作上双轮并进,在不断活跃文化交流的同时,持续提高创新能力。借助中国上海国际艺术节、第十二届中国艺术节和国际戏剧邀请展、上海国际音乐节、上海国际喜剧节等国际化专业艺术节展,一大批国内外优质剧目在上海完成亮相。2019年,上海成功举办第十二届中国艺术节,51台节目在全市19座剧场上演,吸引了十万观众进场观看;第21届中国上海国际艺术节举办期间,来自65个国家和地区的1.5万余名艺术家带来350多项演艺活动。尤其值得一提的是,在此过程中,上

打开审美的广角,看见国际电视风尚

的背景下,但不同的视角、画风、剪辑手法,都突围常规的制作度量衡,探索着影像可以抵达的无限边界。

1945年8月,一大群孩子来到温德米尔湖畔的卡尔加思庄园,他们是纳粹大屠杀中的儿童幸存者。在大人们的帮助下,他们渐渐摆脱战争阴影。而在温德米尔建立起的友谊,成为他们往后通往丰硕未来的生命线。《温德米尔儿童》之殊异,不只是儿童视角,还在于现实与虚构的互文。剧中的主要角色都采用了真实人物的本名,并在片尾穿插真实人物的镜头,致敬那些曾存活于战争、见证了历史的人们。仿纪录片的镜

头画面,在这则温情的救援故事里平添了纪实的冷峻质感。《战火浮生》第一季视线下落二战初期,从德国入侵波兰直至不列颠战役作结,呈现世事动荡中的爱情与亲情。战争与情感的碰撞,已为剧集供给了巨大张力。在讲述战争重塑人生航向的故事基础上,该剧最特别之处,是借用了多个国家平民百姓的视线来打量人类战争带来的时代之伤。被战火侵袭的波兰人民、参

战德国人的普通百姓等,他们被战争裹挟的生活,都被剧集诚实记录。对于中国观众,以全球金融危机为背景的美剧、英剧如果是常客,那么类似题材的德国作品则是稀客。《坏银行》第二季“潜水”金融危机后的德意志全球投资银行,为观众展开人性的浮世绘,作为一部金融行业剧,它有高浓度的专业案例分析,被不少观众誉为“可以边看边长知识”而和人们印象中情感内敛的德系风格迥然不同,《坏银行》画风有点“叛逆”,从相关部门到银行内部,整个体系都“坏”透了,被网友评价称“德国人自黑起来,满世界昏天黑地”。

主创制作的《遁迹匿影》有个特别的主人公,他避开尘世,钻进个人不在家的森林木屋,可他从不认为自己是小偷,离开时还会将小屋还原成无人打扰的样子。一年冬天,他热衷的生活方式被打破了,他被迫与一个真正的小偷同行,又遇见躲避丈夫的女主和她的孩子,看似奇幻的故事叠加了,实则一桩骗局就在眼前。英国、奥地利合制片《维也纳迷

个月,沉浸式剧场《秘密影院:007大战皇家赌场》将亚洲首演放在了演艺大世界,并且针对中国观众对情节逻辑作了优化和改善。

如果说世界级优质剧目的汇聚,彰显了上海作为文化码头的辐射力,那么从本土文化中生根发芽的优质剧目的打造和亮相,则体现了上海作为文化源头的原创力。去年,上海有两部原创剧目先后揭幕中国艺术节和中国上海国际艺术节,那就是后来获得业内无数好评的舞剧《永不消逝的电波》和杂技剧《战上海》。两部作品都根植于上海的海派文化,又在具体表现形式上展现了海派舞蹈和海派杂技的艺术特点,刷新了大众对于舞蹈和杂技这两种艺术样式的认知,《永不消逝的电波》还先后获得了文华大奖和“五个一工程”奖。此外,还有芭蕾舞剧《闪闪的红星》、沪剧《一号机密》以及上昆在今年启动的“元曲四大家”经典打造工程,都是上海文艺院团根据不同艺术样式的创作规律和院团自身优势,从红色文化、海派文化、江南文化的沃土中结出的果实。

(上接第一版)故事里,爱情是人类相似的情感,婚姻却无可避免掺杂了彼时德国政治社会生活甚至战争。

在类型剧的制作度量衡里,探索影像的表达

放眼世界,悬疑、历史、行业剧等是如今电视剧的创作大势。类型剧的制作有没有固定的模式,从展映的这些新剧中可见一斑。英剧《战火浮生》和英德合拍的《温德米尔儿童》都将叙事摆到了世界大战