

来自现场的声音

“大视听”未来可期

卢蓉

艺文观察

核心阅读

新的平台、新的连接，激发新的空间生产，“大视听”不再是简单的文本生产，而成为一种开放的社会实践。由此，现代媒体对大众想象力的引导不断增强，城市文明的新形态也被涵养出来。

在全球数字经济大潮中，“大视听”成为重要引擎。基于技术与应用场景的全面创新，“大视听”通过新的内容生产、运营与消费，重塑视听想象与媒介生态，为经济社会数字化转型提供支持。

联动的传播力量，正在改变人们对现实世界的感知与体验。

如果说，国内外一些著名城市的形象是由传统影视作品塑造的，今天的“大视听”则在超高清视频与5G、人工智能、虚拟现实、区块链技术等新一代信息技术助力下，催生大量新场景、新应用、新模式，带来一个增强版的全新景观。

不断流动的信息生产和故事消费，正在重塑城市文化IP。

剧集《去有风的地方》《狂飙》《繁花》《我的阿勒泰》《追光的日子》等热播，带动了拍摄地的文化旅游热。通过热门影视剧、微短剧引流，衍生影视园、体验工坊等创意经济持续升温，各类文旅“网红新品”“文化爆款”不断上新。

各级文旅部门出台的“软性”城市项目，进一步助推了“大视听”快速发展。沉浸式唐风文化生活街区——西安的“长安十二时辰主题街区”，成为新视听与商业结合的典范。《京城十二时辰》让北京城与综艺节目形成互动，节目设置了“十二时辰”故事会、“时辰任务”，用真实温暖的人生故事，讲述商圈及其中的百姓生活，通过潮流商圈的精气神和烟火气，描绘北京城日新月异的文化景象。“潘家园文化体验季”以图文、音视频、直播、多媒体互动等形式，打造“古韵文化带”，丰富多彩的展览展会、文化夜市、拍卖鉴定、琴书展、读书会等相继开展。

视听媒介与其他产业的跨界融合与业态创新，在潜移默化中形塑新的城市精神内涵。航拍系列片《最美北京——我的家》通过社交媒体、视频网站、短视频平台开展矩阵式传播。《老外眼中的新北京》每集时长三四分钟，以“轻体量”“外视角”贴近时下热点，通过四合院、无人驾驶、传统手工艺等多维场景的融合，展现一个多元丰富、充满现代科技感的北京。互动剧《京城拍卖会》沉浸式演绎曲剧片段，吸引青年人亲近“京味文化”。系列活动《胡同四季歌》以胡同四季风景、古建筑、城市地标做舞台，形成聚落式、策展型、流动开放式的文化展演范式。

广泛连接社会生活 内容生产运营迎来升级换代

新的平台、新的连接，激发新的空间生产，“大视听”不再是简单的文本生产，而成为一种开放的社会实践。由此，现代媒体对大众想象力的引导不断增强，城市文明的新形态也被涵养出来。

热门影视剧、短剧、微短剧让故事里的地理空间产生特殊吸引力，激发人们把当下的文化消费、流行时尚跟情感需求联系起来，带来社交互动，形成方兴未艾的影视文旅经济。这种传播落点随内容扩张而扩散的产业模式，显示文娱生产与社会生活日益发生广泛的连接，其本质是通过内容营销，构造大众经验与生活轨迹的泛叙事行为。在一个更大的叙事场域中，媒介正在重新测绘、设计当代社会的文化感知模型。

“大视听”展现出强大的构造力量，因为其空间生产背后有一个隐形叙事：建筑、环境都是“剧场性”的，承载人们的生活经验与真实愿望。来自多主体、多视角、多层次、多重时间点的信息增值，不仅是技术现象、媒介景观，更是一套表意机制，把特定的社会、心理、符号和物质关系结合在一起。

进入数智时代，视听内容的生产运营迎来整体升级换代。电影、剧集、纪录片、短视频、网络直播、有声书、旅行视频日记、播客等

不同类型的内容，在创作、制作、分发等环节上彼此呼应，IP系列产品在不同渠道多态多栖、互补共生。短视频、“二创”、Vlog(视频日志)、直播等UGC(用户生成内容)新型媒介生态，促进用户生产的规模化与集群性，其生产、接受和传播始终处于开放性的结构，无数个点和点之间联结、交织、互渗，重构话语体系，新的媒介生态与媒介秩序正在建立。

以剧集《风起洛阳》为样板，爱奇艺围绕IP开发综艺、剧集、游戏、衍生品、舞台剧、动画、纪录片、漫画、商业地产、VR(虚拟现实)全感剧场、电影和文学12个项目，以期实现IP价值和生命周期的延长。如今在洛阳，剧本娱乐已从早期局限于单一固定场馆的室内桌游，升级为与景区、博物馆、电影院、书店、旅行社等跨界融合的“剧本娱乐+文旅”新模式。依托《斗罗大陆》，腾讯视频以小说、漫画、动画、电视剧、衍生品等多种形式，不断与观众见面。2023年，线下实景主题空间“斗罗大陆嘉年华”落地成都宽窄巷子。优酷则将实景娱乐开发前置——定位再现宋代文化，携手周庄筹建数字梦工厂，建造规模宏大的实景基地。首个项目《清明上河图密码》力图通过宋文化内容IP，带动整个园区设计及景区经济的发展。

叠加情感与价值观 放大叙事共情的传播力

文娱业态的串联、IP价值的深挖、聚合效应的显现，标识“大视听”内容生产与社会互动的深度、广度以及情感嵌入模式走向深入。

如果把城市形象塑造与文明建设视为当代媒介实践的关键任务，文本生产、流通模型、技术赋能及其社会应用等每个环节，都与叙事设置密切相关。借助影像叙事建构地理空间形象，媒介以具体的、嵌入社会的方式，实现传播信息和确立意义的统一，通过情感和价值观的叠加，将特定空间构造成人们心向往之的“地方”。

热门影视剧在大众审美中扮演翻译乃至导游的角色，独特的自然景观、文化历史与共同经验、社会记忆等被编织成联通大众情感的纽带。如《我的阿勒泰》中广袤的牧区草原，《西出玉门》中浩渺无垠的塞外沙漠，《司藤》里神秘的原始森林，《长安三万里》中盛世长安的诗词气韵，《山海情》里西海固的扶贫记忆，《繁花》中改革开放初期上海独有的风土人情，等等。热播剧《玫瑰的故事》借助亦舒文学改编，加载北京20年的发展变化，赋予城市及周边200多个独特地标全新的讲述视角与鲜明的当下色彩。剧中的一句台词意外引发社会共情，激发互联网二创热潮，众多出圈视频显示叙事共情对传播力的放大。

在全球数字经济大潮中，“大视听”成为重要引擎。基于技术与应用场景的全面创新，“大视听”通过新的内容生产、运营与消费，重塑视听想象与媒介生态，为经济社会数字化转型提供支持。作为一种新兴的视听生态，“大视听”领域的拓展，同时也是产业新阶段、媒介新周期的扩展。分析了解这一领域变革，将帮助我们认识未来媒介的语言特征和叙事机制，了解一个更大场域中的文化建构，让内容的供给与传播更加健康蓬勃，推动构建现代化“大视听”发展格局。

(作者为中国传媒大学教授)

左图为在阿勒泰举办的《我的阿勒泰》旷野音乐会现场。 片方供图 版式设计：沈亦伶



图为电视剧《幸福草》剧照。 片方供图

“小小一株草，情接万里长。”中国菌草技术在中国脱贫攻坚和国际减贫中发挥了积极作用。2021年是菌草援外20周年，五洲传播中心策划推出电视剧《幸福草》，讲述原型人物林占培教授离开闽宁镇之后的新征程，从闽宁镇走向南太平洋岛国。在电视剧《山海情》的基础上讲述林占培教授的故事是巨大挑战，我们感到不小的压力。

跨越千山万水，要把“扶贫状元”林占培的“转身”写好不易。在生活真实的基础上跳出生活，把生活逻辑编织成艺术逻辑，是讲好故事的第一要务。导演白涛从一开始就要求我和另一位编剧陆胜震要跳出原型人物，写好“关系”。

林占培说，我们是一个“吃大苦、耐大劳、顾大局、干大事、成大器”的民族。我被这句话“点燃”，这“五个大”就成为剧本创作最初的起点，也是我们生活驶向戏剧的航标。

只有感动远远不够，获取丰富的生活细节乃至探索新的表达路径，都离不开深入采风。2022年3月19日，我们第一次采访林占培。他向我们娓娓道来，诸多的艰辛、挫折、困难，带着客家人的倔强和坚韧，从他的言语中传递出来，酸甜苦辣咸交织在一起。他品味出科研的本质和生活的味道，我们收获了全身心的投入和乐在其中的享受。主要人物黎长欢和基本戏剧结构，由此奠定。

某种意义上说“人物即结构”，主要人物决定故事的走向。几乎每个周末，我们都与菌草团队开视频会议、做远程采访、核准剧本的方向，最终确定从家庭切入，建构人物关系。家庭是中国文化的集中展现，是人物思想、戏剧矛盾极具张力的空间，父女关系又是叙事体系中容易引发受众共情的一种表达。聚焦黎长欢的大家族，剧情围绕黎长欢客家文化的身份认同和菌草团队构建的现实困境展开。参考中国古典文学《西游记》的基本布局 and 结构，我们用“一支师徒四人取经小分队经历九九八十一难”，构建基本的叙事脉络。菌草带出不同国家和地区的诸多人物，当地的警察部长、部落酋长、普通农户等。这些角色都在剧中发挥一定的戏剧功能，从一个侧面呈现菌草抵达的不同地域人民的日常生活、风俗文化。这些内心丰富的人物构成《幸福草》的情感关系、创业历程、命运变迁，串联起人物与观众之间的情感连接。

《山海情》拍得细腻，《幸福草》也力图做到小切口，用细节呈现真实。某种程度上，创作也是说服观众的过程，如果不能让观众相信讲述的一切，哪怕只在一两个关键点上不真实，也会让观众出戏。这要求剧本必须扎实丰满，通过丰富的细节刻画，表现生活的本质。2023年1月到3月底，主创人员先后赴云南、福建甚至是斐济实地采风、勘景，找寻剧本定位的风格路线，深挖客家文化、闽南文化等的丰富内涵。

走进泥土的实地调研和采访，考验我们对生活的洞察。热气腾腾的生活，让我们对“把论文写在大地上”有了切身的理解。对文化碰撞的体验，让我们找到细节展示与幽默风格结合的手法。走进万家灯火，让我们把菌草的浪漫诗意与现实观照叠加在一起。

近3年来，几易其稿，大家满怀敬意，力求既保留农业科技工作者和援外人员的工作生活，又努力使这个故事更加丰富，真实再现共建“一带一路”倡议下的历史生活，观照跌宕的人生命运，成为一出带着泥土芬芳的温情戏剧。

(作者为电视剧《幸福草》编剧)

通过丰富的细节刻画，表现生活的本质

李九红

塑造城市文化IP 催生新场景、新应用、新模式

现象级传播效应与日益扩大的内容经济，成为“大视听”发展的重要维度。带“风景”“地标”特征的影视剧、综艺节目，对旅游行业产生前所未有的影响，其线上、线下产业



在孩子们心中洒下阳光和爱

张锋

夜幕降临，暑气渐消，江苏省南通市通州区九圩港村的孩子们早早吃过晚饭，三五成群结伴来到村新时代文明实践站。围坐在银白色的幕布前，孩子们静静等待着，一双眼眸闪烁着兴奋和期待的光芒。幕布亮起，一大朵水墨描绘的向日葵徐徐绽开，随着光亮逐渐增强，向日葵的色彩明亮起来，孩子们渐渐沉浸在故事中。他们正在观看儿童电影《向日葵中队》。

一个人在童年接触到的文艺作品，不仅关乎审美趣味的养成，还可能影响人的一生。《向日葵中队》表达了新时代儿童电影创作的新追求，在这部电影中出现的每一个角色都是有“光”、有爱的。电影中的主角莫离是一个患有孤独症的儿童。帮助和陪伴莫离一步步成长的张小西、吴萌萌、马一飞、罗佳以及五(3)班的全体同学，细心守护孩子们心灵家园的米兰老师、林校长等，这些真实可感的人物角色汇聚在一起，让小观众们产生强烈共鸣，同时让这部儿童电影拥有了充满阳光、充满真善美的明亮艺术

风格和美学气质。

创作反映特殊儿童生活题材的电影难度较大，我们不刻意强调人与人、人与社会的矛盾冲突，而是选择正面表达。影片以儿童的行为和意志作为情节展开的第一动力，用一种正向的、诗意的、鲜亮的表现方式，传达对儿童个体的肯定、尊重、包容和爱护，传递积极向上的情感力量，努力体现善意、温暖和美好。

电影摄制完成后，除了在城市院线上映外，我们将着重选择将中小学作为影片放映的主阵地，陆续深入江苏、北京、河北、上海、浙江、河南、安徽、广东、吉林等地的校园、社区、村民活动中心，放映了1000多场，受到广泛欢迎。

来自各地学生写的上万份观后感，说出了孩子们观影后内心真实的声音。“我也要成为张小西，勇敢地帮助别人”“给孤独一个爱的拥抱”“像向日葵一样，面朝阳光绽放”，当这些真情真切又朴实无华的语句从孩子们内心生长出来，也验证了儿童电影“播种”的成功。尽管不曾谋

面，但是通过作品，我们获得了孩子们的信任，得以走进他们的内心世界，这是属于我们的幸福，也是对我们的鼓励和鞭策。

我们欣慰地看到，《向日葵中队》在孩子们心中撒下了一颗颗“向阳而生”的种子，在他们心中开出一片片灿烂的向日葵花海，让他们的成长之路铺满阳光。

近年来，儿童电影的样态不断丰富，发展欣欣向荣。我们将继续坚持儿童本位，努力创作更多展现新时代风貌、体现新时代脉动和精神气象的优质儿童电影作品。

(作者为电影《向日葵中队》制片人)



电影《向日葵中队》剧照。 张锋供图

影視