

坚持“两创”
关注新时代文艺

从“可看”到“好看”，AIGC短剧要努力

梁君健

使用。

人工智能正在从“产品标签”迅速成为影视行业的“基础设施”。人工智能技术带来的工作流程和创作思路革新,使视听内容生产力得到极大解放,更低成本、更大规模、更快速度的制作,成为短剧行业新常态。据从业者介绍,在确保基本品质的前提下,借助最新人工智能应用,人均一天可以出产1—2集短剧,生产效率提升10倍以上,成本则降低到实景拍摄的1/10以下。

可以说,随着技术进一步迭代和行业内更广泛应用,人工智能生成的视听内容,已经基本达到“可看”“可接受”的质量标准。而如何从“可看”变为“好看”,行业主体和创作主体仍面临挑战。

对行业主体来说,需要迅速摆脱快消品思维,有效整合相关资源,主动建立适应AIGC生产力的生产关系。今年2月,国家广播电视总局发布《关于进一步统筹发展和安全 促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》,倡导探索微短剧创作与人工智能等技术以及网络文学、网络游戏等业态深度融合。诸多机构和平台也发布了AIGC激励政策。芒果TV面向制作机构、高校、个人等全球创作者,启动

释了。学习AI提示词的过程,实际上也可能被其束缚思路。越是擅于使用AI工具,创作者越需要提醒自己:从鲜活的生活中发现与捕捉,而不只是在大量数据资产基础上模式化地输出。

技术发展始终是为创作服务的。在电影诞生以来的130年间,从无声到有声,从宽银幕到3D,从胶片到数字……每一次技术革新都会给创作者带来不同程度的震动,但其最终结果,都是影视艺术质量的不断提高。面对AIGC带来的新一轮技术革新,创作者需要适应和拥抱人与技术的共生形态,克服技术壁垒、学习新的创作逻辑,但更重要的是,不断发掘专业创作者的独特价值

（作者为清华大学新闻与传播学院副教授）

艺海观澜

视听内容是当下文化生活的“刚需”,也是文艺创新最富活力的板块之一。日前在京举办的2025中国广播电视精品创作大会上,业界人士热议新时代视听精品进阶之路。本版摘编部分观点,以饕读者。

——编者

创作者的职责是把日子拍出花来

长视频的荣光,在于让更多人重新拾起价值理性,再次确定情感追求。我们在创作中,既要给观众生活的陪伴,也要让观众找到生命的意义。《生万物》就是把当下很多人不相信的人与人之间的情感,通过“俺爹俺娘”,通过“金牛庙村的村民”,让你再次相信。没有价值理性,没有情感追求,就没有影视行业的未来。影像能否给现代人安慰,是这个行业兴与衰的锚点。我们创作者的职责就是:把日子拍出花来。

——王晓晖(爱奇艺首席内容官)

精品剧集不是文化“孤岛”

精品剧集不是文化“孤岛”,而应成为驱动大文化产业发展的核心IP。构建IP生态产业系统,放大“内容+N”的价值,是讲好故事创作的前提也是必然。近年来,精品剧集的IP运营已超越单部作品的成功,朝着“长线化、系列化、宇宙化”的方向迈进。《甄嬛传》彰显了经典内容穿越周期的长尾价

值,《长安十二时辰》《国色芳华》开启了“剧集+文旅”的新模式,《莲花楼》与《逆水寒》影游联动实现热度流量的相互转化。这些多元化实践,共同构成了精品剧集从“一次性消费”向长效价值体系转型升级的生动图景。

——赵依芳(中国电视剧制作产业协会常务副会长)

让套路为剧情服务,而不是相反

同质化的从来都不是题材,而是剧情。不能让观众觉得,一说家庭矛盾就是婆媳关系。要把同样的题材讲出新意。套路不一定是坏事,重要的是让套路为剧情服务,不能本末倒置,变成剧情为套路服

务。我们的传统文化中,有许多值得挖掘的元素,以好的立意、选题、创意、故事去融合丰厚的传统文法,这是避免同质化的可行路径。

——李鸿坚(山海星辰集团联合创始人)

叙事要从容且富有诗意

创作时,我们不妨学习一下中华民族最引以为傲的诗歌。诗歌拥有完整的结构,也有高远的境界。经典叙事不必一味强调环环相扣、强化冲突,从容且富有诗意,同样能给观众很强的代入感。学会停下来

写剧,写出人物的人生态度,探寻命运背后的时代特点,才能丰富作品的内涵,提升叙事的深层意义。《山花烂漫时》《我的阿勒泰》等现实主义剧作就是这样做的。

——刘和平(编剧)

别让畏惧困住创作

在流量、效率、算法成为流行词的当下,一种挥之不去的焦虑似乎伴随着我们每一个创作者。我们怕“不一样”,怕创新带来的风险,怕不被大数据认可;我们怕无“爽感”,怕“人设”不够极致,怕情节不够有冲击力;我们怕不“出圈”,怕被流行

和时尚抛弃……当我们因为各种“怕”而止步不前时,不妨回归最原始的对故事、对人、对时代、对生活、对艺术表达的挚爱,在“爱”中去探究和创造。不要让畏惧成为囚笼,艺术的世界比我们想象的更宽广。

——梁振华(编剧)

内容的价值必须被重新衡量

在这个内容极度饱和的时代,一张“合格证”,并不能保证你的作品被看见、被记住、被讨论。中国剧集创作正在进入一个“精品的深度进化”阶段。一部作品必须有一个能够定义它,并能与观众建立强情绪连接的记忆点。“极致长板”成为生存必然。因而,内容的价值必须被重新衡量。精品剧这条

路要想走得通、走得远,需要商业模式的重塑,需要生产模式的创新。最终都指向一个起点——人。一个行业最有活力的标志,就是永远有新鲜的血液在涌动,永远有带着新想法的年轻人,敢于站出来,挑战创作的惯性。

——郑林(伴山(上海)文化传媒有限公司董事长)

新作速评

宏大历史也可轻量化叙事

王亚芹

作为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年的文艺新作,横屏微短剧《怒刺》近日全网上线,凭借迥异于传统影视剧的讲述方式,收获不少网友尤其是年轻人的好评。

该剧以1937年天津沦陷为历史背景,讲述叶清轩、白鸽、丁姗姗等一群青年投身抗战,历经叛徒出卖、亲人反目、队友被捕等生死考验,不断成长和成熟,最终粉碎日寇阴谋的故事。作为一部主旋律微短剧,《怒刺》塑造的主人公并非“高”“大”“全”的完美英雄,而是有血肉、有迟疑、有缺陷、有转变的普通人形象。

男主角叶清轩表面看是浪荡不羁的风流公子,实际是勇敢抗日、让敌人闻风丧胆的“书生杀手”。他参加抗日活动,开始只是为师傅报仇,参加锄奸团后,也偶尔会在信仰与亲情之间徘徊,直到被民族大义感召激励。从有钱人家衣食不愁的大小姐,到抗日锄奸团里的热血青年,丁姗姗的转变也非凭空顿悟,而是现实生活将其惊醒。家产被日本人侵吞,父亲被日本特务暗杀,一个又一个血淋淋的事实让她醒悟,最终投身抗日战线。剧中人物情感变化的弧线自然,逻辑可信,让观众从角色身上看到家国沦陷后挣扎前行的真实个体。

作品对抗战历史的讲述,选择了以往不太被大家关注的“经济战”角度。片中没有宏大悲壮的战争场面,也没有谍战剧的惊心动魄,而是聚焦当时天津物资短缺、货币贬值、粮食价格起伏过大、抵制日伪政府“联银券”等百姓日常生活,进行微观式描述。这种以小见大的轻量化叙事,让沉重的历史以更加符合当代观众生活经验的方式被接受。

在情绪价值成为短剧必备要素的趋势下,《怒刺》在情感设计层面也呼应了“密度高、冲突强、情绪爽”的模式。剧中所构设的叶清轩、白鸽与丁姗姗三人的情感线,成为主题叙事的一个软性支点,使观众在剧中角色共情的同时,自然地接受了他们所传递出的正向价值观。从这个意义上来说,《怒刺》的探索不啻主旋律微短剧的一个实验样本。

（作者为北京语言大学教授）

国风音乐剧唱好“融合”曲

陈宁

前不久闭幕的第四十七届东盟峰会期间,中国原创音乐剧《南孔》亮相新加坡、马来西亚,演绎儒学历史与江南风华。10月初,第四届上海音乐学院国际音乐节上,音乐剧《长安十二时辰》的乐声再次响起,如何用音乐构建“跨越时空的长安”引发讨论。就在9月,历经一年巡演的音乐剧《锦衣卫之刀与花》宣布将于今年底重返上海舞台,开票当日再次秒空,不少剧迷在社交平台晒出追剧旅行地图……

这几部热门作品,无一例外都以传统文化为题材,在叙事、音乐与舞台呈现上凸显中华美学精神,力图将丰厚历史内涵与现代舞台形式、传统文化底蕴与音乐剧艺术特色相结合,是当下国风音乐剧创作演出热潮的集中体现。

国风兴起,既是文化自觉的产物,也是产业发展的必然选择。回顾国内音乐剧产业起步期,作为舶来品,音乐剧难免“水土不服”,创作依赖于复刻国际IP,热衷于推出国外经典剧目的中文版。与此同时,观众又执着于原版的“原汁原味”,对改编版并不十分买账。得益于最近10余年来产业、艺术、人才三方面的持续积淀,扎根本土文化才日益成为创作共识,中国音乐剧才迎来原创内容特别是中国风表达的多元探索。

观众审美需求的变化同样不可忽视。根据中国演出行业协会数据,2025年上半年,全国音乐剧市场增长持续,票房同比增长15.1%,其中25岁至29岁群体占比30%,成为音乐剧的核心受众。年轻观众热情拥抱传统文化,更期待在舞台上看到传统文化的现代表达,国风音乐剧因而成为话题性产品,凭借口碑效应广泛传播,年轻人在社交媒体上的“种草”、剧评分享等,显著扩大了国风音乐剧的影响力。

所谓水涨船高,需求端的“看好”倒逼创作生产端的提升。国风音乐剧创作从早期的元素简单嫁接,到如今深入传统文化内核进行现代转译,越来越见“融合”功夫。音乐剧《赵氏孤儿》强化旋律、歌词与剧情的契合度,赋予家国大义的主题更多情感色彩,演绎出中国文化的情义之美。音乐剧《南孔》巧妙将宋韵文法融入戏剧语言,将《论语》中的箴言智慧融入台词,使得南孔故事、南孔文化以更鲜活的方式走近大众。音乐剧《长安十二时辰》以琵琶、笛、箫、埙、中国鼓等构建东方音色基底,又融入秦腔韵味、陕西民歌,通过丰富的音乐层次还原



微短剧《怒刺》海报。

资料图片

文艺评论

本版邮箱:wenyipl@peopledaily.cn
本版责编:胡妍妍 版式设计:沈亦伶

专家评价和大众评价,谁说了算

沈赓

一部文艺作品问世,总要面临来自专业 and 大众不同层面的接受与评价。本来,专家评价在研讨会上,属于专业圈内的褒贬臧否,大众评价在读者观众心里,是阅读与观看过程中油然而生的感受,二者井水不犯河水。但现在,情况正在发生变化。

随着互联网新媒体的兴起,人们表达感受与意见的途径与方式日益多元,社交平台上的“观点池”越来越大,不同观点的交锋也更直接更及时。一部电影上映,专家好评接连出现,但票房惨淡;一部新戏公演,观众跨城奔赴、蜂拥而至,但专家这厢避而不谈,或者欲言又止。特别是在一些评奖评优活动中,专

家认可度高、观众评价低,或者市场反应热烈、最终评选失利的情况,频频引发关注讨论。

一方面,出现“不一致”,并不意味着“一致”不可能。客观地看,专业标准和群众趣味并不矛盾,专家评价和大众评价完全可以一致,可以并驾齐驱。文艺史上叫好又叫座的作品太多了,文艺创作恰恰应该奔着这个目标而去。

另一方面,我们要乐见其变。专家评价和大众评价不一致,说明了作品的传播接受范围在扩大,不再只是“墙里开花”,说明了文艺生态的活跃——人们看完一个剧,还愿意去听听意见,看看和自己想的是不是一致,品一品未尽的滋味。

专家 and 观众之间这种感受的流动,意见的映照,各种评价、趣味、思想的参差互鉴,恰恰说明了文艺生活的活力涌动。

有了“不一致”,有了讨论,也会倒逼着专家和大众反躬自省,进一步修正和完善自己的观点。看看这专家意见里,究竟有多少是公平而论的真知灼见,有多少是以艺术之名的削足适履、刻舟求剑,或者有多少是红包评论、人情评论;反过来,大众的评价里,也要看到到底是发自内心的感受,还是为了传播量、点击量而起的噱头,是个体心声还是平台意见,抑或背后是粉丝经济在推动。

无论是从专业角度出发,还是

注重个体感受,只要真实、真诚,专家有专家的含金量,大众有大众的真肺腑,就都有价值,其意见都能为有心的创作者所借鉴吸收。

近年来一个重要的趋势是,专家和大众之间有了越来越多的互动。以专家为主体、面向大众开展的艺术导赏,以及形式多样的演后谈、映后谈,搭建起了普及和提升大众艺术素养的桥梁;社交平台上风生水起的艺术自媒体中,既有资深专家“下场”演示,也有“十级爱好者”倾情品评,多种视角、多种审美趣味沟通互鉴。这样的生态是文艺的幸事,从中也可看到文艺评论的更多可能。

锐见