

数智时代，重新思考真人表演的独有价值

锐见

古装偶像剧「预制味」，究竟是什么味

卞芸璐

近年来，一股“预制”风正在刮向荧屏。尤其是在流量逻辑主导的古装偶像剧领域，从“传”“记”“今”“行”一类剧名的泛滥，到相似的人设、桥段、海报，同质化几乎渗透到创作的方方面面。

这种同质化，不能简单地用“创作懒惰”来解释。无论是国内市场表现还是“出海”成绩，古装偶像剧都处在高商业价值赛道。各大长视频平台，往往会为“种子”项目匹配优质创作生产力。客观来看，由于一线导演、编剧团队的不断入局和制作投入的提升，古装偶像剧的制作精良度也在逐年攀升。

如此资源倾斜，为何一些作品还会给观众“预制爆款”之感？这需要审视“预制味”评价背后的真实所指。

所谓人物关系和情节上的“预制味”，表面看是指人设、桥段层面的跟风，本质上反映的是对观众现实情绪和心理诉求的滞后认知。一些作品为了追求商业目标，盲目复制、升级爆款剧的“名场面”，全然不顾其背后映射的、彼时彼刻的观众情感需求和价值诉求，让观众在反复、过度甚至无效的迎合中失去耐心。

比如，某部仙侠剧一反当时盛行的“权力的游戏”风，凭借充沛的情感表达和轻喜剧风格，取得不错口碑。它呼应的是当时观众对轻松、平等爱情关系的想象，被观众亲切地称为“宝宝仙侠”。随后上马的一批仙侠剧，迅速把该剧男女主角互换身体、男主反派化等设置当作“成功配方”，刻意弱化仙侠叙事的史诗感与世界观架构，把复杂的戏剧冲突降格为撒糖卖萌就能化解的儿戏。结果，剧集只剩甜度超标的恋爱，观众口中的“宝宝仙侠”，也从爱称演变成了讽刺。

至于视觉风格上的“预制味”，表面看是妆造、场景的似曾相识和古风“滤镜”的滥用，本质上是古装偶像剧在视觉呈现上日益严重的“空心病”。

电视剧作为长篇叙事的代表，其故事空间本该是社会性、网状铺开的。观众通过影像空间，“脑补”出一张逻辑自洽的认知地图——主角合情合理地生活在其中，又能容得下社会群像。古装偶像剧即便大多架空朝代，也不能像短剧那样把空间切碎，只追求局部美感。然而，一些作品却有向短剧“东施效颦”的倾向，把造型感放在了首位。每一帧画面都“好看”，连起来的故事空间失去了真实感，甚至连最基本的连续性与合理性也很难保证。

同样的情况也体现在妆造上。近来，某古装偶像剧因男主角的造型，引起广泛争议。这反映的正是观众对古装偶像人物造型过度严重依赖妆造的反感。当极具造型感的美术妆造、奇观化的镜头调度，与一望便知的因果、羸弱的冲突、过度的巧合、符号化的人物并存，“空心病”就愈发显眼了。

还有选角上的“预制味”，表面看是流量明星的资源垄断，根源在于粉丝经济对剧集的反向重塑。如今古装偶像剧的选角，常被网友戏称为“95后小生、小花的‘换乘’恋爱”。青年流量演员的粉丝群体，与古装偶像剧主要受众重合度相当高。他们既是观众，也是剧集网播数据的重要贡献者、相关社交话题的主体参与者。由此，迎合粉丝的选角成为平台和制作方的安全牌。粉丝消费最看重的，不是真正的叙事创新，而是偶像的颜值、角色的“嗑点”以及制作精良度。这也反过来固化了剧集在叙事和制作上的保守选择。

总的来看，古装偶像剧的“预制味”，源于平台竞争中对商业确定性的过度追求。以数据支撑的迎合创作姿态，在取悦观众的同时，有可能窄化创作边界。“预制味”或许能成就一时的热度，但不能以创作胆识的退场和受众圈层的固化为代价。

(作者为山东师范大学新闻与传媒学院副教授)

会思考，在新的行业环境里，自己的安身立命之本究竟是什么？

其实，表演的底色，永远是真实的生活。演员要塑造一个可信的人物，首先自己得做一个热爱生活、观察生活的人。要学会把自己从聚光灯下的身份中抽离出来，走进真实的人间烟火，看市井里的人情往来，看不同境遇下人的生存状态，在更广阔的天地里，体验不同的心境变化。这些从真实生活里攒下的体察与感悟，是塑造角色最丰富的养分，也是演员创作最坚实的底气。

表演的终极课题，依然还是吃透人性、表达人性。演员对人性的理解深度，决定了表演的高度。所有的表演技巧，最终都要为人物服务，而对人性的洞察与诠释，恰恰是表演创作中最难走也最没有捷径的路。它高度依赖演员的生命体验与主观感知，不同的演员，会演绎出人性不同的层次与侧面。

当然，面对AI技术，我们最好的姿态，是学会驾驭它为己所用，与技术共生。演员可以借助AI完成对角色的基础梳理，尝试开拓不同的表演方向，完成前期的创作准备；也可以借助技术手段，更好地进入角色状态，探索表演的更多可能。

技术永远是服务于创作的工具，真正的创作主导权，必须始终掌握在创作者自己手中。学会与技术共生，借由技术拓展创作的边界，不断提升自己的专业素养，才是演员面对AI时代该有的姿态。唯有那些走进生活、读懂人性、饱含热忱、传递真情的表演，才能穿越时间的浪潮，长久留存于观众心间。

(作者为中国电视艺术家协会副主席、东阳正午阳光影视有限公司董事长)

侯鸿亮

创作的过程更顺畅、更高效。

正因如此，2026年3月，我们把已举办了两周的正午阳光“光合”影视人才扶持计划，正式升级为“三峡光合青年影像周”。这一次，我们同时向真人实拍短片和动画AI技术短片开放招募，两类创作并行不悖、不设高下。最终入选的8组创作者，不仅会获得创作资金、导师指导、制作资源，作品还会正式上线主流视频平台。

本次扶持计划的主题是“奇点”，因为影视行业正站在新旧范式转换的临界点上，旧的规则正在松动，新的可能还在生长。我们不想急着给未来下定论，不去预设真人创作和AI创作谁高谁低、谁输谁赢，而是搭建一个平台，让擅长不同创作方式的年轻创作者，在此碰撞、试错、自由生长。

我们始终相信，真人创作与AI创作不是敌人，而是并行探索、互补共生的两条创作路径。给真人表演提供土壤，给技术尝试留足空间，让不同类型的创作者都能找到适合自己的表达方式，这或许才是面对技术奇点应有的心态。

而AI技术的广泛应用，也让我们更清晰地看到了真人表演的独有价值，那就是藏在表演背后，独属于人的生命体验、情感共鸣与现场共创的鲜活感。表演的魅力，正是那些带着演员独特生命印记、充满现场感的创作瞬间。

我们常说，演员与演员之间的对手戏，是互相成就的。在拍摄现场，演员们对角色的理解会互相碰撞，对情绪的感知会互相感染，往往能生发出剧本里没有写、却无比贴合人物的精彩内容。这种创作者之间的同频共振，是表演艺术最动人的部分，也让每一次拍摄、每一条表演，都成为独一无二的创作。而这些鲜活的、带着温度的创作会穿过屏幕，让观众与角色之间产生真实的情感连接，这也是为什么，那些经典的表演，总能在多年后依然打动观众。

AI时代，演员的安身立命之法

当AI技术深度融入影视创作，很多演员

坚持“两创” 关注新大众文艺

学会与技术共生，借由技术拓展创作的边界，不断提升自己的专业素养，才是演员面对AI时代该有的姿态

影视行业的发展，始终伴随着技术革新起伏。当下，生成式人工智能在影视领域强势入场、快速渗透，催生出AI真人短剧等新的内容形态，为影视创作打开了全新的想象空间，也引发了行业对表演艺术未来的深度思考。当AI可以快速生成流畅规整、符合范式的表演片段，真人表演是否仍有不可替代的独特价值？影视演员该如何面对与AI共生的未来？从业者要打磨哪些艺术能力，才能守住表演的生命力？

好表演源于融入，成于共创

好的表演，是观众打开一部作品时最朴素的期待。它塑造可信的人物、传递真挚的情感，既能让观众在其中找到自我投射，也能照见生活的本真。

融入角色，不只是做到表面的形似，更是真正走进角色的人生轨迹，让自己的语言节奏、情绪底色、行为逻辑，完全贴合人物的身份与心境，最终让表演脱离“演”的痕迹，变成角色生命的自然流露。这背后，需要演员在镜头之外付出无数的笨功夫、硬功夫。

拍《生死线》时，廖凡为了诠释好地下党员欧阳山川，拍摄前就把自己完全沉浸在人物的绝境与坚韧里，为了一场撤离高沽宁城后报警的戏份，他硬生生熬了两天三夜没睡觉，最终镜头

里眼泡红肿、布满血丝的状态，不是化妆营造的效果，而是他把自己活成角色后的真实流露；《父母爱情》是顺着拍的，置景和妆造都顺着岁月变化，两位演员从青年演到老年，为角色设计了诸多贴合人生轨迹的细节，精准捕捉人物不同人生阶段的状态变化，以至于拍完很久，郭涛和梅婷都无法跳出角色，感觉那4个月就像真的过完了江德福和安杰的一辈子。

当然，好的表演从来不是演员的孤军奋战，而是完整创作体系共同托举的成果。演员的“入戏”，离不开剧本提供的支点，离不开导演对故事节奏的精准把控和对演员表演空间的全力保护，也离不开摄影、服化道、置景等各个环节的支持。导演和剧组，必须能接住演员的这份信任，用心去承接、去捕捉他们每一次出色的演出。

导演孔笙说，只要演员的创作没有走歪，就要给他们最大的发挥空间，而剧组要做的，就是用每一个环节的用心，为演员的这份投入托底。拍《生死线》时，为了还原真实的战争环境，剧组提前半年就种好了一片玉米地，只为给演员提供最贴合剧情的拍摄场景；为了拍好龙文章阻击日军自杀式战机的经典戏份，剧组专门拉出一个摄制组，两台机器分A、B两组同步作业，演员、武术导演、电脑特技人员提前开会反复推演拍摄方案，用了整整3天才完成这场戏的拍摄，最终呈现出的效果，连演员都感慨“为了一场戏，拍电影也就这样了”；《大江大河》专门搭建了完整的小雷家村实景，小到宋运辉背心上的盐渍，大到雷东宝身形的变化，所有细节都在真实的场景与时间里自然完成，这份对真实的坚守，最终都沉淀在了演员的表演里，让人物的成长有了扎实的根基。

AI让我们更加看清表演的独有价值

在与年轻创作者的交流中我们发现，越来越多人开始尝试用AI技术辅助创作，无论是前期的角色梳理、剧本阅读，还是拍摄中的镜头预演、画面调试，AI都能提供切实的助力，让

纪录片《陆游的乡村世界》——古今相融的乡土之美

顾亚奇

一场跨越800年的影像对话，在江南的田垄与市集之间悄然展开。纪录片《陆游的乡村世界》以真实影像为媒介，通过24个当代乡村样本，将宋代中国人的农耕智慧与当代中国的生态建设编织成一幅流动的山水长卷。

镜头下的绍兴水乡，桑基鱼塘与河港水网交错延展；桑树固岸、鱼塘蓄水、蚕桑养殖与渔业生产相互依存，构成一套高效的生态系统。这种将生产效能与生态环境融为一体的智慧，表明在中国，实用性审美早已密不可分，审美意识深植于对生存环境的优化之中。纪录片还通过平行剪辑，将宋代诗意图画与当下乡村生态实践并置：一边是诗画中的山水意象，一边是村民清理河道、修复湿地、维护古树的日常劳动。时光流转中，乡村是承载生存功能的现实家园，也是浸润着历史文化与审美价值的诗意图画。

从浸种、育秧到插秧，有条不紊的农事实践顺应着自然节律；在青山村的端午

游龙会中，全村人合力将龙舟抬入水中，锣鼓声与水花声此起彼伏；崇仁古镇的古戏台上，越剧唱腔在暮色中回荡……纪录片将农耕、节俗与地方戏曲等乡村生活元素，转化为可看、可听、可理解的影像叙事，让观众对“天人合一”、人与自然交融共生的关系有了感性体认。

人际关系、生活节奏与文化记忆共同构成了乡村这一充满人情温度的生命共同体。片中，在荻港古镇的“一元茶馆”，83岁的潘平福与茶客们日复一日地带着茶叶与茶杯而来，其意义远不止一杯清茶的买卖，他们交换的是信息、情感与信任。茶馆作为一处公共空间，持续编织并巩固着当地人的关系网络。文化记忆在日常生活中的延续，情感关系在公共空间中维系，生命经验在代际传递中不断积累。纪录片所呈现的，正是这种扎根于“土”、依托于人情与礼俗、生生不息的乡村生命形态。

片中还有两组人物的并置，一组是以成国毛、徐永康为代表的老一代农人，他们作为乡土知识与传统秩序的守护者，还



纪录片《陆游的乡村世界》海报。资料图片

艺海观澜

技术越是发达，我们越需要守护那些只能由人心抵达的艺术高地，越要有迎向时间考验的倾情投入

如今，打开音乐平台，爆红单曲里很多都是“4A歌曲”——AI作词、AI谱曲、AI演唱，甚至连歌曲MV都由AI生成。在全球乐坛，AI歌曲也频频登上权威榜单。腾讯音乐“启明星·AI创作”项目累计生成作品超2600万首，播放量超10亿，其中非专业用户创作的歌曲平均播放量已达到专业制作歌曲的65%。技术打破了音乐创作的可能。业内人士预测，很快我们将迎来曲库指数级扩容和AI音乐视频大爆发。

与此同时，技术也带来了创作与唱功的“超人化”。通过深度学习专业歌手数据，AI能精准复刻颤音、气声、转音等细节化表达。专业创作者还可以提取乐器轨道，为曲目添加多轨和声、伴唱，高效完成二次编曲、后期混音，轻松打造“满分歌手”——在音准、音色稳定性等纯技术维度上完美无瑕，永不翻车。AI歌手“大头针”就以降B到High C的宽广音域与极致稳定

产能扩容，为何金曲依然稀缺

高唱

的高音表现，在网上赢得大量关注。

然而，技术突破、产能爆发之下，始终没有解决的是金曲稀缺的问题。爆红歌曲的确有，但保鲜期短，风靡一阵便销声匿迹。许多歌曲“网红感”强，网友评价“适合听，不适合仔细听”。AI创作加剧了这一现象。大部分AI音乐大模型的VAE(变分自编码器)会将具有相似风格的音乐样本映射到该空间的邻近区域，便于检索或插值生成新样本，由此带来标准化审美的反复循环。还有不少团队采取“批量生成—测试反馈—聚焦爆款—批量复制”的策略，先是广撒网，再找到成功的“鱼苗”不断克隆。雷同歌曲狂轰滥炸，让观众审美疲劳，也侵蚀了创作的丰富性与多样性。

一首《葬花吟》，作曲家王立平坦言动感情最多、写得最苦最累，整整耗费了21个月的时间。直到有一天，歌词中的“天尽头，何处有香丘”让他顿悟，林黛玉既是在低头葬花亦是在昂首向天，这里有痛苦有遗憾，也有控诉有追问，更有曹雪芹对人物倾注的炽热感情，旋律由此

流淌开来……这是音乐生命力的根源——创作者与作品的血肉共情，高度依赖于创作者对人类情感、生命体验和社会文化的深刻理解。AI可以学会“歌唱”，但只有人心懂得“咏怀”；AI可以生成技术精湛的乐曲，却无法穷尽丰富有趣的灵魂。而“咏怀”与灵魂，也是决定音乐生态丰富性与多样性的关键。

前不久的一场音乐论坛上，春晚歌曲《你我经历的一刻》原唱及词作者马懿表示，“作品并非流水线生产的今天，‘风格’决定着我和别人的区别，决定着能否真正被人听到。”风格的形成，需要付出时间，付出心血，“如果你想要换得一颗心的话，必须先付出一颗心”。技术越是发达，我们越需要守护那些只能由人心抵达的艺术高地，越要有迎向时间考验的倾情投入。

同样的，作为听众，我们寻找和播放自己喜爱的歌曲，也不仅仅是为了打发时间，而是为了安放情绪，找到被理解与共鸣的心灵出口。当旋律可以被无限量产，“好听”变得唾手可得，我们反而更应清楚自己在寻找什么——不是被反复播放的流行，而是那个真正能打动自己的独特声音。

(作者单位：中国传媒大学)

当非遗以鲜活之态走进生活

评文化节目《非遗里的中国》

冷峻



文化节目《非遗里的中国》海报。资料图片

“十五五”规划纲要提出“推进文旅深度融合”“大力发展文化旅游业”，《非遗里的中国》正是践行这一理念的实践成果。该节目与各地文旅深度融合，以匠心视角展现非遗技艺魅力，诠释了新时代非遗文旅焕发的蓬勃生机。

作为中央广播电视总台与文化部和旅游部联合打造的文化IP，节目以每集90分钟的深度视听呈现，将非遗项目与当地的山水人文、民俗风情水乳交融。从甘肃甘南藏族门州载歌载舞的锅庄舞，到福建厦门市精雕细琢的漆线雕，观众透过屏幕直观领略匠心之美，感受自然人文景观背后丰富的文化内涵，有助于各地打造兼具审美价值与体验质感的特色文旅线路。

媒介技术的更新迭代，拓展了节目的表达空间。运用“5G+4K/8K+AI”等前沿技术，《非遗里的中国》细腻描摹非遗技艺的工序与细节，精心打造非遗创意秀，让原本静态的非遗技艺，转化为可感知、可触摸、可欣赏的生活美学，吸引了年轻群体的关注与参与，推动非遗传承从小众坚守走向大众共享。

经持续深耕，“非遗里的中国”已成为具有影响力的文化IP，构建起“晚会聚势造势、展馆落地生根、国际传播破圈”的多元矩阵，使非遗文化的社会认知度与大众认同感愈发深厚，促进了非遗技艺的创造性转化、创新性发展。

连续举办两年的非遗晚会，成为集中展示非遗技艺、传递非遗魅力的年度文化盛宴。如节目《月圆花好》融合了昆曲雅韵与电子潮音，碰撞古今之美。晚会通过“非遗+科技”“非遗+时尚”等方式，将传统非遗与当代审美有机结合，使非遗成为连接过去与现在的情感纽带。

线下陈列馆的创办，为非遗传承搭建起物质载体，实现了非遗从屏幕光影到现实生活的落地转化。2024年开馆的“非遗里的中国”陈列馆，以“浓缩版中国非遗”为定位，打造了序厅、非遗长街、非遗工坊三大板块，成为非遗活态传承的文化空间，百日时间客流突破10万人次。依托节目资源，馆中还展陈了81位非遗代表性传承人的160余件精品，“线上看片、线下打卡”，推动非遗文化传播从被动观赏转为大众主动参与。

2025年，节目全球巡展首站在意大利罗马开幕，国家级非遗代表性传承人的陶瓷微书和景泰蓝作品，凭借精湛的技艺、深厚的文化底蕴，成为文明交流的纽带，让国际友人近距离感受中华非遗魅力，进一步读懂中国文化。

在“十五五”开局之年，从政策层面的指引，到实践层面的创新，非遗正以更加鲜活的姿态融入现代生活。随着规划纲要深入实施，期待非遗IP持续发力，让非遗魅力触达更广泛的社会领域，为中国式现代化注入更强大文化动能。

(作者为中国社会科学院新闻与传播研究所研究员)



本版邮箱：wenyipl@peopledaily.cn 本版责编：张明瑟 版式设计：张芳曼