

视听作品“出海”有亮点

本报记者 张鹏禹



近年来，越来越多优秀影视剧、纪录片、综艺节目走出国门，登陆海外电视台和流媒体。国产视听作品“走出去”，既有制作精良、易与海外观众产生共情的原因，也与日益持续、广泛、深入的国际交流分不开。纵观近年来视听作品的“出海”成绩，一些新亮点更是引人注目。

现实题材表现抢眼

长期以来，历史剧一直是国产剧“出海”的一大主力。近年来，随着《山海情》《在一起》《超越》等反映中国普通人生活的剧集在海外产生广泛影响，现实题材视听作品“走出去”步伐不断加快，中国影视作品以历史题材为主的输出格局正在发生改变。

“脱贫攻坚真不容易，但闽宁镇做到了。中国东西部扶贫协作的经验值得我们学习。”越南网友州琼观看电视剧《山海情》后留言说。柬埔寨国家电视台一位负责人表示：“《山海情》让更多观众了解到，中国脱贫攻坚是个伟大的工程，虽然过程艰辛，但道路正确，成果丰硕。”

《山海情》登陆海外视听平台后，受到外国观众欢迎。其在YouTube的播放总量超过4500万次，首集播放量突破140万次，在该平台同期上线剧目中排名第一。目前，《山海情》已在全球50多个国家和地区播出，成为海外观众了解中国社会的一个窗口。

抗疫题材时代报告剧《在一起》也表现不俗，先后在蒙古国、肯尼亚、巴基斯坦、阿尔巴尼亚、缅甸、伊朗、哈萨克斯坦等国家电视台以及马来西亚Astro电视台、迪士尼旗下电视台、北美iTalkBB和ODK等视频平台播出。其走入伊朗观众视野的故事，尤其值得一提。

过去十多年间，一些韩国电视剧在伊朗热播，但当地引进的中国影视剧寥寥无几。2020年，中国驻伊朗大使馆与伊朗国家电视台沟通版权引进事宜，《在一起》令伊方产生兴趣。他们认为，该剧取材于抗击新冠肺炎疫情的真人真事，既表现了中国人民在抗击疫情过程中勇于奉献的精神，也能从中看到中国政府的先进经验。在国家广电总局国际合作司协调下，《在一起》出品方之一耀客传媒将该剧播出权无偿赠予伊方。伊朗国家电视台不到3个月就完成了该剧译制，于2021年4月在该台第五频道播出。《在一起》成为伊朗国家电视台第一次获得中国版权方授权播出的中国电视剧。

2021年，现代都市题材剧《三十而已》在日本、韩国、蒙古国等国播出，广受好评，韩国、越南还购买了该剧翻拍权。青春爱情剧《冰糖炖雪梨》《99分女朋友》《蜗牛与黄鹌鸟》等在阿拉伯国家、中亚俄语地区吸引了大量粉丝。

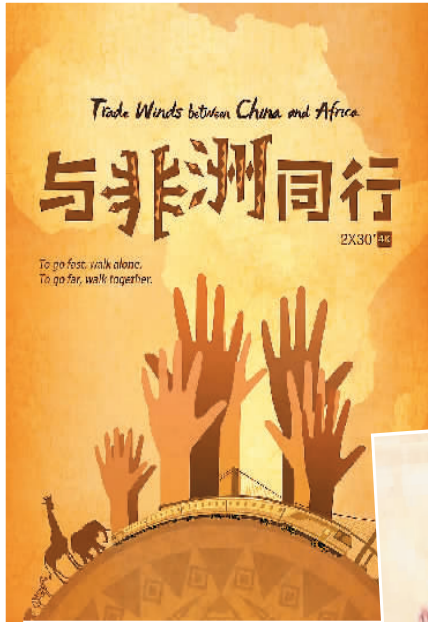
文化是民族的精神命脉，文艺是时代的号角。文艺工作者要坚持以人民为中心的创作导向，挖掘中华优秀传统文化的思想观念、人文精神、道德规范，把艺术创造力和中华文化价值融合起来，把中华美学精神和当代审美追求结合起来，用光影艺术还原历史、观照时代，推动文艺创作高质量发展。

作为一名影视导演，我特别关注每个时代的细节，这也是我最初被《风起陇西》剧本吸引的原因。这是一部三国

戏，但没有把故事聚焦在观众熟悉的刘备、曹操等大人物身上，而是从普通人的视角，展现了陈恭、荀诩等被裹挟在时代洪流中的平凡人物的坎坷命运。

《风起陇西》对我来说是一次有挑战的尝试，24集的体量可以承载丰富的内容表达，也提供了足够的创作空间。剧中有个场景是陈恭与翟悦的婚礼，我们专门请了礼仪指导给演员示范那时的婚礼流程，让观众感受中国传统文化中礼仪习俗的讲究。看起来极其朴素的仪式和场景，却让人感到幸福和满足。一个个简单而温馨的细节，构成了那个时代人们真实的生活状态。

在拍摄过程中，我也会不断和主创们探讨如何更好地呈现人物形象以及人物之间的关系。每个角色都有自身的诉求和需要，人物的性格和立场会决定他



近年来登陆海外电视台和流媒体的部分国产优秀视听作品 出品方供图

今年第一季度，又有19部优秀国产视听节目陆续在法国、英国、俄罗斯、比利时、西班牙等国家的6家电视台播出。其中，英国Latest TV播出《温州一家人》等6部节目，《温州一家人》还在2月获评该平台最受欢迎节目。

跨国合拍助推传播

纪录片被称为“时代影像志”，因其真实性成为传播中国声音、讲好中国故事的有力载体。2021年，中国纪录片进一步加大国际合拍力度，以建党百年、脱贫攻坚、“一带一路”、北京冬奥等为主题的跨国合拍纪录片不断在国际主流媒体播出，让海外观众更全面、更直观、更便捷地了解当代中国。

围绕中国共产党成立100周年，中国教育电视台等机构联合法国合拍的纪录片《重返红旗渠》在新西兰KORDIA电视台播出；五洲传播中心、腾讯视频与美国探索频道联合制作的红色之路探险体验纪录片《勇敢者的征程》在探索频道国际电视网播出。围绕脱贫攻坚，上海广播电视台纪录片中心与英国雄狮电视制作公司联合制作的纪录片《行进中的中国》，中国外文局、腾讯视频与美国探索频道等联合制作的纪录片《柴油盐之上》，广西电视台与泰国、缅甸、老挝等联合制作的纪录片《家在青山绿水间——更好的日子》等，均在对象国主

流电视频道播出。展示生态文明建设成果的中外合拍纪录片，因其优美的自然风光、可爱的动植物和鲜活生动的故事，在国际传播中自带“流量”。中央广播电视总台与美国广播公司BBC Studios联合出品的《国家公园：野生动物王国》真实记录中国国家公园中妙趣横生的动物故事，罕见奇妙的自然场景和人与动物的温情互动，潜移默化地诠释了中国人的生态智慧。该片已发行至全球100多个国家和地区，BBC以36万英镑购买了该片首映权，并代理除大中华区以外地区的发行权。中英合拍纪录片《米尔斯探秘生态中国》也在英国独立电视台播出，覆盖英国全境。

乘着冬奥的东风，相关题材纪录片也受到海外观众关注。2021年12月，五洲传播中心、吉林省互联网传媒股份有限公司与法国France Mont Blanc 8联合制作的纪录片《粉雪奇遇》在该台黄金时段播出，受到法国观众欢迎。

专家认为，中外合拍、合作传播已成为纪录片“走出去”的流行范式。

线上+线下搭建平台

打开“中国联合展台”官方网站首页，《人世间的埃博拉前线》《功勋》等电视剧、《智慧冬奥》《熊猫王国》等纪录片以及各种动画片和综艺节目等，丰富多彩，琳琅满目，向海内外外相关机

展示着中国最新最热的优秀视听作品。

自2004年设立以来，“中国联合展台”已成为中外影视业交流合作的重要平台，以“组团出海”的形式，携手中国影视机构及企业集中参加戛纳电影节、新加坡亚洲电视论坛及市场、北美国际电影节等10多个国际电影节展，助力中国视听作品走入海外同行视野。

今年2月，印尼语和韩语版《艾米咕噜大自然小课堂》通过亚洲付费电视娱乐频道旗下的儿童频道和当地小朋友见面。这部由上海左袋文化传播有限公司制作的中国原创动画，通过勇敢、富有创造力的5岁小女孩艾米和她的大朋友咕噜对话的方式，向孩子们普及科学知识，展示魔法森林里的奇妙景象，其中不乏大熊猫等独特的中国元素。借助“中国联合展台”的力量，《艾米咕噜大自然小课堂》自2014年首次参加戛纳秋季电视节并获当年国际儿童项目竞赛冠军后，多次亮相国际电影节展，目前已在海外约70个国家和地区播出。

借助“中国联合展台”，东方卫视打造的音乐综艺节目《我们的歌》在2020年、2021年亮相戛纳秋季电视节和新加坡亚洲电视论坛及市场，引起海外买家广泛关注。2021年，“中国联合展台”组展单位尚世五岸就按该节目的原创模式与索尼影视德国公司签署协议，授权其在德国、奥地利、瑞士等德语地区进行《我们的歌》“德语版”的发行、制作。未来，德语地区的歌手将按照上海研发的节目模式完成竞演。

2021年，中国国际电视总公司、上海五岸传播公司、江苏广电国际传播有限公司、中国（浙江）影视产业国际合作实验区4家组展单位在北美电视节、俄罗斯电视节、戛纳春季电视节、法国昂西国际动画节、戛纳秋季电视节、新加坡亚洲电视论坛及市场6个重点国际节展的线上展会设立“中国联合展台”，向世界推介了631部中国视听节目。

针对疫情阻隔下全球影视文化交流受到冲击的情况，“中国联合展台”因势利导，于2020年上线中英双语网站，设立国际影视节展专区，为出口型影视机构搭建起参与国际市场的云平台。

“近年来，我们不断加强国际传播渠道建设，打造‘中国联合展台’‘网络中国剧场’‘电视中国剧场’和新媒体国际传播示范基地，树立中国影视品牌形象，提升中国广播影视和网络视听机构的海外营销能力，向世界传递中国主流价值，展现当代生活，讲述百姓故事。”国家广播电视总局国际合作司司长闫成胜对本报记者说。

应该看到，目前国产视听作品还缺乏现象级海外爆款。培育市场、观众细分、锻造精品、拓展渠道仍是进一步推动国产视听作品“走出去”到“走进来”的必由之路。

时代不同，但生活的本质是相通的。和如今相比，剧中人所处的时代可谓艰难时世，但是他们依然抱有积极的心态，鼓舞观众加倍珍惜今天的美好生活。

当下世界范围内的文艺创作都在寻找英雄与普通人之间的共性，努力让英雄“落地”。在三国故事里，人们心目中的诸葛亮似乎总是英明神勇、足智多谋的，其实他在蜀国并不总是能呼风唤雨，有时也会面对阻力和质疑。通过这部剧，我想让观众看到诸葛亮作为普通人的一面，看到他有时也会疲惫、无奈。而他之所以能为世人所敬仰，正是因为他能够在关键时刻坚持自己的信念，实现自己的抱负，兑现自己的承诺，同时也给予他人精神力量。

博大精深的中华文明是中华民族独特的精神标识，是当代中国文艺的根基，也是文艺创新的宝藏。三国人物和故事具有独特的文化魅力，与历史上每个时代的文化发展成果一起，共同形成了中国优秀传统文化的精神内涵。我也期待《风起陇西》能够吸引更多海外观众，让他们对中国历史文化产生兴趣，更加了解中国和中国人民。

(作者系电视剧《风起陇西》导演)



于蕾(左)和张艺谋一起工作 受访者供图

在今年来自全国各条战线的966名全国五一劳动奖章获得者中，仅有4名媒体从业者，于蕾是其中之一。

于蕾现为中央广播电视总台文艺节目中心《开门大吉》制片人、《国家宝藏》总导演，曾多次担任央视春晚的总撰稿、歌舞类节目导演和总体设计。2022年春，于蕾身兼2022年央视春晚副总导演和北京2022年冬奥会开闭幕式文学总撰稿，她难以想象的工作强度服务于两个国家级项目，并在双轨并行下取得了丰硕成果。

“春晚和北京冬奥会上，其实有很多和我一样付出艰辛努力的同事和战友，我只是他们中的一分子。”谈及获得全国五一劳动奖章，于蕾说得最多的就是感谢：“感谢我的团队和所有并肩作战的伙伴、帮助过我们的朋友，因为我的创作没有一个是能靠一己之力完成的；感谢中央广播电视总台，我在这里工作了整整20年，站在巨人的肩膀上，才有机会拥有更高的眼界和格局，看到更壮美的风光；更要感谢这个伟大的时代，时代给了创作者生动丰富的素材和舞台，我们才可能创作出优秀的、美好的作品。我作为参与者和见证者，幸甚至哉，与有荣焉！”

“所有的荣誉和鼓励都是对自身岗位和职责的再一次自我审视和鞭策，会让我更坚定地知道我是谁、我应该做什么、怎样做。”于蕾说。正所谓“功崇惟志，业广惟勤”，她把自己定义为“电视文艺战线的一名勤奋奋进的普通劳动者”，认为过往的每一次成功、每一个佳作，都是在勤奋奋进中取得的。

于蕾是谦虚内敛的，但每谈到《国家宝藏》，她的话语中就流露出自豪。“从创意设计到节目落地，历时整整两年半。一开始谁也不知道节目会是什么样子，我们就像在四面荆棘的道路上或茫茫大海上前进，指引我们的是创新的意识、创作的直觉和坚持的信念。”2015年《国家宝藏》的创意产生时，文博行业还基本局限在较少人问津、对大众缺乏吸引力的学术圈层。2017年末《国家宝藏》的开播，对文博节目、传统文化综艺节目产生了深远影响。截至今年4月，《国家宝藏》第一、二、三季和展演季创造了40.9亿视频点击量，覆盖了45亿人次受众。今天，整个文艺创作领域对文博、历史和中华优秀传统文化的关注度及相关作品量都发生了翻天覆地的变化。“这一景象，是当年的愿景；如今的盛况，是我们初心得偿。”于蕾的欣慰溢于言表。

作为文学总撰稿，于蕾是最早进入北京2022年冬奥会开闭幕式组的少数几个核心主创之一。从零起点到落地，将近3年的时间，一切和文字相关的事，都在她的工作范畴之内。她的电脑里有一个名为“2022大好河山”的文件夹，里面有近600个文档，相当于两万本电子书的容量。从开幕式的“二十四节气倒计时”到闭幕式的“折柳寄情”，从各种汇报方案到会议纪要，从媒体手册到执行脚本……事后回顾，于蕾自己都惊讶于如此庞大的文字工作量。对此，于蕾却觉得自己很幸运地感受到一个创作者最大的幸福。“这世上没有一份工作不需要辛苦付出。我们的作品不但被大家认知、喜爱，还能更进一步去影响一个行业、一个领域的发展，甚至影响一代人的理想和价值观，还有什么比这更让人骄傲和满足呢？”

2018年早春，《国家宝藏》第一季收官时，于蕾曾在媒体撰文说：“无论何时，中华优秀传统文化从不缺少知音和追随者，而是需要能讲中国故事的‘说书人’。”或许从那时起，做一名讲好中国故事的“说书人”，就成为她坚守的使命。作为创作者，如今的于蕾因中华优秀传统文化在冬奥会开闭幕式和央视春晚的彰显和挥洒，感到前所未有的充实和满足。说到将来的打算，于蕾表示：“中国从来就不缺少故事。我们一定会把中国故事继续讲下去。”



于蕾(前排中)和同事们 受访者供图

做讲好中国故事的「说书人」

访二〇二二年度全国五一劳动奖章获得者于蕾

本报记者 苗春

