

联合摄制纪录片中国故事国际表达的 创作路径研究

王雪梅 胡 森

内容摘要：近年来，联合摄制纪录片由于创作主体的多元性，具有更强的跨文化生存能力以及低语境传播的优势，日益成为讲好中国故事、传播好中国声音的重要载体。本文以联合摄制纪录片为研究样本，在回顾近几年联合摄制纪录片的创作现状和创作特点的基础上，进一步明晰中国故事国际表达的时代需求和创作路径。

关键词：联合摄制纪录片；国际传播；中国故事；创作路径

作者王雪梅系四川传媒学院研究员、国家级一流本科专业建设点带头人、全国广播电视和网络视听行业青年创新人才，胡森系四川传媒学院教师；本文系教育部2022年国家级大学生创新创业训练计划项目重点支持领域项目“从‘主旋律’到‘新主流’的影视作品创作创新”（项目编号：202213669007）的阶段性研究成果

近年来，中国纪录片迈进了全新的发展阶段，联合摄制纪录片由于创作主体的多元性，具有更强的跨文化生存能力以及低语境传播的优势，日益成为讲好中国故事、传播好中国声音的重要载体。

所谓联合摄制纪录片，是指邀请国际团队参与创作、与国际知名纪录片生产机构联合摄制，由两国或多国联合制作的纪录片，因合作国别的多元性往往具有跨文化、跨地域的传播特点，也形成了共同讲述“中国故事”的丰富图景。本文主要从国内视角出发，探究近年来中国与外国联合摄制纪录片的创作路径，将以文本分类和细读的形式，浅析联合摄制纪录

片中国故事国际表达的创新与发展。

一、近年来联合摄制纪录片创作概述

在中国，联合摄制纪录片并不是一个新鲜概念。早在20世纪50年代，反映中国革命历史进程的彩色纪录片《中国人民的胜利》就是由中苏两国合拍完成的。在此之后，几乎每一个重要历史时期均产生过具有标志性意义的中外合拍纪录片作品。^①如20世纪80年代中日合拍的《丝绸之路》、20世纪90年代中日合拍的《望长城》、2008年中英合拍的《美丽中国》等。新时代以来，中外联合摄制纪录片涉及题材更为广

泛,合作国别也更加多元,如由中法合作的艺术设计题材纪录片《中国设计》、中荷合作的体育题材纪录片《飞越冰雪线》等。2017年,由中国五洲传播中心、美国探索频道、英国子午线制作公司联合制作的《习近平治国方略:中国这五年》,全面、系统地解读了习近平总书记治国理政的实践和成就,这也是联合摄制纪录片中国故事国际表达创作的一次成功探索。

纵观近几年的联合摄制纪录片创作,虽然疫情给跨国合作造成了一定的困难,导致联合摄制纪录片的数量相对减少。但联合摄制纪录片仍然在国家力量和市场动能的协同发展中,把握住了关键节点和重要事件,并利用媒介融合环境进行了更广范围的传播。通过合作合拍、联合摄制等形式,多元主体的互动日益加强,不断促进内容的创新和传播的有效落地。

由表1可看出,近年来联合摄制纪录片在合作主体、播出平台的拓展上做出了一定探索。具体而言,合作频次较高的英美两国团队既能为联合摄制纪录片的国际传播提供相对便利的传播平台,又在一定程度上丰富了跨文化语境下我国纪录片的叙事经验。除英美两国之外,我国与荷兰、法国、日本、韩国、柬埔寨等国家的合作,也有助于打造更为立体化的国际传播格局。比如广西广播电视台利用接近东南亚的地缘优势,与柬埔寨国家电视台合作摄制《一湾一世界》,并实现了就近传播。

在题材内容上,“国家叙事”通常指通过讲述国家故事、塑造国家记忆,增强公民对国家的归属感、依赖感、自豪感,培育公民对国家的认同与忠诚。^⑥近几年来,联合摄制纪录片紧贴国家叙事,从政治、经济、文化、历史、生态等多个维度回应时代发展,将细微故事融汇于家国形象的建构之中,以多维度的题材矩阵塑造当代中国的大国形象。具体来说,一方面,抗疫、脱贫攻坚与乡村振兴、北京冬奥会等涉及国计民生的重大事件构成了“国家叙事”的重要内容。以表现北京冬奥会的联合摄制纪录片为例,

《飞越冰雪线》讲述了来自不同国家的七名冰雪运动员备战冬奥的故事;《粉雪奇遇》通过中法两名运动员交换体验的“双城奇遇”展现两国冰雪文化的交流互鉴;《智慧冬奥》将镜头对准冬奥科技和中国方案;《盛会》记录了北京冬奥会开幕式的幕后故事。另一方面,展现中国独特的生态景观和生态文明建设成就,也是联合摄制纪录片近年来新的发力方向。如《国家公园:野生动物王国》通过精细捕捉野生动物的“生活”,讲述人与自然和谐共生的温情故事,并以国际化的视角展现中国在生态文明建设上的成果;《雪豹的冰封王国》通过长时间的跟踪拍摄,记录了野生雪豹族群的隐秘生活,呈现中国的生态多样性。

借助国家力量、市场动能和公众消费力构成的多元驱动力,联合摄制纪录片在类型融合和商业模式创新等方面,也在进行着新的尝试。在类型融合上,《走近大凉山》以“纪实+视频日志”的形式记录大凉山的巨大变化;《勇敢者的征程》由“纪实+真人秀”的探险视角重新进入中国革命的历史现场。在商业模式探索上,《行进中的中国》等通过系列化作品推进品牌建设,显现出联合摄制纪录片在商业化开发上的尝试。

二、联合摄制纪录片中国故事国际表达的时代需求

“讲好中国故事”的提出,让联合摄制纪录片既有了更加明确的方向,也具备了更充足的动力。与此同时,联合摄制纪录片既能在叙事方面主动讲述中国故事,也能在传播方面推动构建国际化、市场化的对外传播格局。一定程度上,运用联合摄制纪录片进行中国故事的国际表达,是与当下的时代需求相契合的。

(一) 联合摄制纪录片对中国故事的主动讲述

无论是作为一种话语机制,还是作为一种传播

表1 2020—2022年部分联合摄制纪录片制作情况

续表

序号	纪录片名称	联合摄制单位	主要播出平台及传播效果
1	《从长安到罗马》 第一季、 第二季 (2020)	中国、意大利两国导演联合打造,中国国际电视总公司、社教节目中心与西安广播电视台、爱奇艺等联合出品	第一季: 国内:中央广播电视总台科教频道、综合频道、纪录频道、农业农村频道、西安广播电视台、上海纪实频道、福建东南卫视等。 国外:英国、荷兰、阿联酋、柬埔寨、马来西亚、印度等地海外媒体。 仅总台四个频道累计观众规模就超过2亿人,爱奇艺、YouTube、Facebook等网络平台点击观看量超过5000万。 ^② 第二季: 国内:中央广播电视总台科教频道、西安广播电视台等。 国外:意大利国家广播电视台公司历史频道Rai Storia和新媒体平台RaiPlay同期播出
2	《与古为友》 (2020)	Discovery、人民日报新媒体中心、腾讯	国内:腾讯视频、咪咕视频等
3	《丝路美食之探寻米踪》 (2020)	五洲传播中心、韩国希杰娱乐集团	国内:云南卫视等。 国外:马来西亚ASTRO电视台4K频道和韩国tvN电视台东南亚频道
4	《中国的宝藏》 (2020)	中央广播电视总台影视剧纪录片中心出品,央视纪录国际传媒、BBC世界新闻频道、英国野马制作公司合作	国内:中央广播电视总台纪录频道等。 国外:英国广播公司世界新闻频道
5	《国家公园:野生动物王国》 (2020)	中央广播电视总台、中国国际电视总公司、英国太阳影业、英国牛津科学影业	国内:中央广播电视总台中文国际频道等。 国外:“BBC以36万英镑购买了该片的首映权”“节目发行已覆盖全球104个国家和地区,其中包含多个G7、G20国家的主流媒体”“在中文国际频道播出后,百度相关搜索8000多万个,微博综艺纪录片实时榜TOP1,话题词总阅读量近1亿” ^③
6	《杜甫:中国最伟大的诗人》 (2020)	中央广播电视总台、BBC	国内:哔哩哔哩等。 国外:BBC
7	《世界遗产漫步》 (2021)	中央广播电视总台影视剧纪录片中心、日本放送协会NHK	国内:中央广播电视总台纪录频道等。 国外:NHK电视台4K频道、BS精品频道
8	《行进中的中国》 (2021)	上海广播电视台纪录中心、英国雄狮电视制作公司	国内:东方卫视、纪实人文频道、上海外语频道、百视TV移动端等
9	《米尔斯探秘生态中国》 (2021)	五洲传播中心、英国独立电视台(ITV)、英国Tin Can Island影视制作公司	国内:爱奇艺等。 国外:英国独立电视台。 全球累计播放量超过130亿次 ^④
10	《重返红旗渠》 (2021)	中国教育电视台等机构联合法国	国内:中国教育电视台一频道等。 国外:新西兰KORDIA电视台
11	《柴米油盐之上》 (2021)	柯文思执导,深圳市委宣传部会同中国外文局国际传播发展中心解读中国工作室、腾讯视频、福建省广播影视集团出品	国内:中央广播电视总台农业农村频道、海峡卫视、东南卫视、腾讯视频等。 国外:Discovery探索频道等

序号	纪录片名称	联合摄制单位	主要播出平台及传播效果
12	《走近大凉山》 (2021)	中国外文局中国日报社解读中国工作室、日本纪录片导演竹内亮执导	国内:中央广播电视总台、凤凰卫视、哔哩哔哩等。 国外:日本朝日新闻网、日本每日新闻网。 “首播当天冲上快手热搜榜第一名、哔哩哔哩热搜榜第四名、微博实时热搜榜第七名”“节目多语种版本在脸书、推特、优兔等海外主要视频社交网站观看次数累计超过1000万” ^⑤
13	《东方医学》 (2021)	五洲传播中心、法国TV5 Monde电视台	国内:学习强国、央视频、人民号、新华号、腾讯视频、爱奇艺、优酷等。 国外:法国TV5 Monde电视台
14	《雪豹的冰封王国》 (2021)	中央广播电视总台发起,联合全球多个野生动物组建国际团队共同投入制作	国内:中央广播电视总台纪录频道等
15	《勇敢者的征程》 (2021)	五洲传播中心、腾讯视频、Discovery	翻译成多种语言,在Discovery探索频道国际电视网面向全球播放
16	《行进中的中国》 第二季 (2022)	上海文化广播影视集团(SMG) Discovery	中文版:东方卫视“新纪实”时段播出,五周蝉联全国省级卫视22点档后节目收视排名冠军。浙江、安徽、江苏多家电视台在晚间黄金时段联动播出。 英文版:Discovery平台主要国家和地区的周末黄金时段,5集整体首播收视率超过节目播出前四周时段平均收视率为70.6%,重播收视率超过节目播出前四周时段平均收视率为103.75%
17	《舞台上的中国》 (2022)	五洲传播中心、BBC、哔哩哔哩、英国雄狮制作公司	国内:哔哩哔哩等。 国外:BBC世界新闻频道(BBC World News)以及其他主流媒体在海外上线播出
18	《飞越冰雪线》 (2022)	中央广播电视总台、荷兰洞察电视公司	中央广播电视总台纪录频道等
19	《盛会》 (2022)	北京广播电视台、Discovery	英文版:东南亚、印度、日本、韩国等地区和国家探索频道播出,随后转向欧美地区的探索频道播出
20	《粉雪奇遇》 (2022)	五洲传播中心、吉林省人民政府新闻办公室、法国France Mont Blanc8	中央广播电视总台纪录频道等
21	《最美中国:四季如歌》 (2022)	五洲传播中心、优酷视频、逆光映像影视制作公司、英国子午线影视制作公司	国内:优酷等。 国外:英国广播公司(BBC) Earth Asia在1月31日除夕播出
22	《一湾一世界》 (2022)	柬埔寨国家电视台、中国广西广播电视台	柬埔寨国家电视台综合频道播出
23	《智慧冬奥》 (2022)	中央广播电视总台社教节目中心、咪咕文化、美国A+E电视网(亚洲)	国内:中央广播电视总台CGTN英语纪录频道、央视频等。 国外:多语种版本在日本、俄罗斯、英国等主流媒体、YouTube、Facebook等全球新媒体平台播出

(资料来源:网络)

行为,“讲好中国故事”都涉及了两个命题,一个是“中国故事”为核心的内容,另一个则是建立在前者基础之上的“讲述方式”,即承载“内容”的载体。^⑦而“讲好中国故事”的要旨就是选取适用且有效的“讲述/呈现方式”,最大限度地实现“中国故事”的成功传播,推动中华文化更好地走向世界。

纪录片常被视作“讲好中国故事”的重要媒介,其原因部分在于其本身的属性与功能适配于上述提到的两个命题:其一,纪录片将现实生活作为素材来源,而现实生活本身的多元丰富性决定了纪录片可以凭借源源不断的灵感来源和创作素材,为提取与凝练“中国故事”提供便利条件,这是纪录片在内容层面上与“中国故事”相匹配的体现。其二,“讲好中国故事”立足国家立场,蕴含着传播国家声音、塑造国家形象的诉求,其所涉及的是政治、经济、文化的交叉领域,一方面需要宏大、磅礴、权威的话语讲述方式,另一方面,细腻、具体、个性化能够“将日常生活故事融汇于家国形象的建构当中,更加关注和尊重细微叙事及其背后那些生动的人生、那些社会自身所拥有的活力”^⑧的言说方式,也是“讲好中国故事”的题中应有之义。纪录片作为兼具纪实性和艺术性的传播媒介,在陈述方式上的克制和务实,以及善于把握宏观和微观之间的平衡,也正好与此需求相宜。

在“讲好中国故事”的对外传播实践中,联合摄制纪录片又是一种较为特殊的纪录片类型。这种“特殊性”一方面在于其由多元主体参与完成的形式以及此形式背后的意义。不同主体通常指向不同文化和不同话语,从某种程度上来说,联合摄制的过程本身就是多元视角、多元文化的交流过程,是对外传播的一种实践形式。另一方面,联合摄制纪录片的“前历史”也具有特殊性。萨义德在《东方学》一书中指出:“对东方事物富于想象的审查或多或少建立在高高在上的西方意识——这一意识的核心从未遭到过挑战,

从这一核心中浮现出一个东方的世界——的基础上,首先依赖的是谁是东方或什么是东方的一般性观念,然后依赖的是具体的逻辑,这一逻辑不仅受制于经验的现实,而且受制于一系列抽象的欲念、压抑、内置和外化。”^⑨在萨义德看来,西方带着由来已久的优越感一直在审视“东方”,后者始终作为“西方”视角下的“东方”而被客体化。过去很长一段时期里,由西方国家拍摄的中国题材纪录片都将视线聚焦于中国的边缘人群与社会问题,经由西方媒体筛选、组织过后的“东方”形象,也在一定程度上强化了国际社会对“东方”的刻板印象,如2011年的纪录片《中国人来了》,以中国经济贸易为切入点,走进非洲和南北美洲,用游记的形式探访中国企业和商品涌入当地后的变化和现状,并让主持人抛出诱导性问题、通过影像灌输“中国威胁论”,力图让不了解中国的国际社会对中国形成消极看法。为了摆脱此种已经固化的刻板印象,我国创作者也曾经一度陷入“去纠正”“去改变”的被动姿态。

然而,随着我国越来越重视中国文化的海外传播效果,“中国故事”这一概念的提出,象征着过去单向度的宣传路径已逐渐转向积极传播、主动讲述,并且这种“转向”越来越显性地体现在联合摄制纪录片的创作方面,这是在“讲好中国故事”背景下联合摄制纪录片在创作路径上最大的创新。

(二)联合摄制纪录片有助于国际化、市场化的对外传播格局

从某种意义上说,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象,既需要强大的自塑力量,又需要“他塑”的“合奏”。联合摄制纪录片作为中外合作创作的成果,集中了“自塑”和“他塑”的力量,从创作到传播的各个环节遵循国际化标准和市场化规律,助推了国际化、市场化对外传播格局的形成,成为“文化出海”的重要代表。

具体而言,联合摄制纪录片是分属不同文化的主

体在影视创作领域的合作。其中，其他合作国家作为“他者”，为作品注入了多元视野和国际表达，更新了联合摄制纪录片的国际叙事能力，助力高语境文化的低语境化传播。霍尔曾指出：“高语境的互动特色是预制程序的信息贮存在接受者身上和背景之中，此时传达的讯息中只包含着极少的信息。低语境互动则与之相反：大多数的信息必须包含在传达的讯息之中，以弥补语境（内在语境和外在语境）中缺失的信息。”^⑩在霍尔看来，高语境文化通常指信息传播依赖于语境的文化，在低语境文化中，交际目的的达成则主要依赖语言。从这一理论延伸，联合摄制纪录片经由中外双方甚至多方合作拍摄，借助合作方的文化背景和文化经验，原本需要语境进行补充理解的影像信息（如中华传统文化），就转换成为单靠语言就能理解的信息，有助于提升国际传播的效果。

在合作对象的选择上，我国的创作者不仅与其他国家的主流媒体开展合作、推动联合摄制纪录片的精准落地，同时也与新媒体平台进行合作，借助新媒体的垂直和下沉特点，扩大传播覆盖面，将联合摄制纪录片推向更广的受众群体。此外，与国外导演开展合作也是联合摄制纪录片的重要创作方式。从传统媒体到新媒体，从机构到个人的多元合作路径，都有助于联合摄制纪录片吸收国际化的叙事方式和传播模式，不断拓宽对外传播平台，并逐渐形成国家主导、市场运作、多主体协同的传播格局。

三、联合摄制纪录片中国故事国际表达的创作路径

整体而言，近几年来联合摄制纪录片在创作路径上呈现出“转向”的特点，具体到纪录片文本中，这种“转向”又主要表现在以下三个方面。

（一）由“被符号化”转向“符号建构”

纪录片作为承载着编码和解码行为的传播媒介，其本身也是一套符号表意系统，在传播实践中不

断进行着意义建构。国外媒体早期制作的中国题材纪录片，常常会将“东方”与“西方”进行对比，并在与“东方”有关的影像中选择符合“西方”政治框架和主观想象的“符号”，拼凑形成特定的符号系统。在这个过程中，“中国”始终面临着被符号化、被对象化的困境，处在“他者”视角之下。

新时代以来，纵观中外联合摄制纪录片的国际传播实践，可以看到主动提取和组织符号、建构属于自己的符号表意系统的创作路径。例如《杜甫：中国最伟大的诗人》提取诗人杜甫这一文化符号进行跨文化解读，让杜甫成为“国际网红”；《最美中国：四季如歌》将“最美中国”具象化为二十四节气，以一种娓娓道来的方式展现中国独特的风土人情和历史文化传统，在国际社会引起热议。

（二）由“他者叙事”转向“互动叙事”

纪录片中的“他者叙事”，即指由占据主导位置的叙事者去“看”和“讲述”处于被动位置的客体，“他者”不断僭越真正的“主体”，加重主客体之间的不对等地位。

一些由国外拍摄的中国题材纪录片，是用“他者叙事”讲述中国内容，透过“他者”视角，在主观预判下，携带着特定的叙事框架进行素材的收集和组织，具有满足西方臆想、投合西方某种政治诉求的特点。如《中国是如何愚弄世界的》即西方媒体在立场先行的情况下对“他者”内容进行创作的案例，创作者将中西方制度的对比嵌套在叙事结构中，并带着自我优越感，对前者进行主观评判和审视。“他者”视角的异质性，使其无法与真正的主体实现重合，“他者叙事”也会带有无法避免的盲区和偏见。

但是，“他者”其实并不是一个刻板的概念，而是一个流动的“主体”，近年来，联合摄制纪录片的重要创作策略即是利用“他者”讲述“自我”，在“自我”与“他者”之间找到平衡，并在与“他者”的互动中进行自我叙事。

首先,一些联合摄制纪录片会安排外国主持人参与纪录片的解说、串联,以及行程中的相关活动,或是邀请其作为受访者对某个话题或事件表达自我观点,以“在场”形式参与叙事,这是“经由他者讲述中国故事”的一种主动尝试。如《米尔斯探秘生态中国》由英国学者雷·米尔斯担任主持人,带领观众去探索中国的自然环境和野生动物,当主持人通过参与式观察向观众讲述中国的生态文明时,“他者”与“自我”便产生交集,形成互动。

其次,以“人”为媒介,借助空间交换的形式让观众近距离观察不同文化之间的交流和碰撞。例如《粉雪奇遇》里安排中法两国的滑雪达人分别前往对方国家的粉雪胜地(阿尔卑斯山和长白山)探访。长白山与阿尔卑斯山纬度相当,阿尔卑斯山的最高峰勃朗峰在法语里有“白色的山”之意,也与“长白山”近似,除此之外,两地在环境、文化以及生活方式等方面同样具有相似性,这些近似之处为两国之间的交流互鉴提供了对话的切入点。

再次,影像文本所展现出来的“他者”与“自我”的关系,还表现在两者的“共处”。与“空间交换”不同的是,“共处”更直接地将“他者”与“自我”放置于同一空间,以两两互动和共同体验的方式,实现更深层的文化和对话。比如《走近大凉山》中,日本导演竹内亮深入大凉山,与当地居民进行面对面交流,探讨交通、住房、收入、卫生等民生问题。在同一空间中,作为“他者”的竹内亮和作为“自我”的当地居民,互为特定空间中的“主体”,在交流互动中共同诠释脱贫攻坚的意义。

(三)由“他”话语转向“我”话语

长期以来,在国际传播场域中,西方国家一直占据着舆论制高点,并且在不断运作中巩固着现有体系。较典型的例证有国际节展的设置,如欧洲三大国际电影节均为西方背景,并通过其中的奖项设置和授予,以认可符合西方价值的影像的方式,进行特定

价值观的巩固与输出。在这种“他”话语的主导下,场域外围的“中国”始终是被凝视的客体。

在纪录片的国际传播场域,“中国”被对象化、被客体化有以下几处表现。首先,在由国外拍摄者创作的中国题材纪录片中,“中国”是在其政治框架下被筛选的客体,如BBC早期拍摄的中国题材纪录片,带着政治体制的隐形比较,对合乎“西方”视角的内容进行着聚焦和放大。其次,在这些纪录片中,被展演的“中国”往往带着遥远国度的“神秘”,但这种“神秘”背后,其实质却是与“西方”对立的“东方”大国之“落后”,与“工业文明”对立的“农耕文明”之“粗俗”。

近年来,随着中国越发注重对“自我”的表达,由“他”话语到“我”话语的转向也顺势出现。在联合摄制纪录片中,对于“我”的阐释主要体现在叙事层面。

其一,联合摄制纪录片常常以主人公个体身份的“小我”来投射民族身份的“大我”。如《柴米油盐之上》将镜头对准扶贫干部、女货车司机、杂技演员、民营企业家等普通人,通过讲述他们柴米油盐的日常生活,来展现乡村发生的巨大变化,更为生动地诠释脱贫攻坚的时代主题,以“小我”寄寓民族和国家层面上的“大我”。

其二,将“小我—大我”的关系进一步升华到“国家—世界”的层面,诠释人类命运共同体的理念。如《飞越冰雪线》跟踪记录来自中国、荷兰、美国、英国、墨西哥等多个国家的运动员,直观展现每位运动员备战奥运的具体过程,一方面通过他们的运动生涯和心路历程来呈现备战背后的艰辛,另一方面通过具体的个体经验来阐释奥林匹克精神的内涵。

其三,联合摄制纪录片在强调“和”的同时,也注重呈现各国文化、国情的“不同”。例如《从长安到罗马》第二季采用“双城记”式的平行视角,深入西安和罗马两座城市,既呈现了两座古城因为贯通其中

的丝绸之路而拥有的相似性，又展现出各自在经贸、文化、社会、音乐、美术、建筑等方面的不同。“和而不同”中的“不同”其实来源于两个方面，一是根植于本土环境、区别于“他者”的独特历史，二是在历史回望中注入时代价值的创新。

结语

在“讲好中国故事”的背景下，联合摄制纪录片具有更充足的动力和更明确的方向，同时也凭借自身特点和优势成为讲好中国故事的重要载体。近几年，联合摄制纪录片在题材内容上更加聚焦国际叙事，在形式上更为注重类型融合和商业模式创新，从题材、内容、形式和传播能力等各方面进行多维度提升。在主动讲述中国故事的同时，也助力推动构建国际化、市场化的对外传播格局。在中国故事国际表达的实践中，联合摄制纪录片从“被符号化”转向“符号建构”，由“他者叙事”转向“互动叙事”，由“他”话语转向“我”话语三大方面探索创作路径的创新。可以看出，主动建构、互动创新、自我表达，仍然是未来联合摄制纪录片的发展方向，也是讲好中国故事、实现跨文化传播的要义所在。

注释：

①王庆福、翁嘉昕：《中外合拍纪录片的历史经验与现实问题》，《电影艺术》2020年第3期。

②中央广播电视总台：《百集4K微纪录片〈从长安到罗马〉第二季中意两国开播》，[https://1118.cctv.com/2020/11/10/ARTIrhXx9GYMg1tgbFMTi8D5201110.shtml#:~:text=](https://1118.cctv.com/2020/11/10/ARTIrhXx9GYMg1tgbFMTi8D5201110.shtml#:~:text=,2020年11月10日), 2020年11月10日。

③王永利：《总台外宣纪录片《国家公园》以国际一流水准震撼彰显中国生态和谐之美》，<https://column.chinadaily.com.cn/a/202107/23/WS60fa686da3101e7ce975b2f4.html>, 2021年7月23日。

④五洲传播中心：《〈米尔斯探秘生态中国〉〈智慧中国：前沿科学〉获评2021年第一、二季度优秀对外传播纪录片》，http://www.cicc.org.cn/html/2022/yszx_0104/7028.html, 2022年1月4日。

⑤澎湃新闻：《日本导演竹内亮新作〈走近大凉山〉，感动了千万中外网友》，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_13161316, 2021年6月16日。

⑥曾水英、殷冬水：《国家认同何以形成？——以爱国主义教育

中的“国家叙事”为分析中心》，《江汉论坛》2020年第10期。

⑦王雪梅、王家福：《电视节目讲好中国故事的探索与创新——以文化节目〈典籍里的中国〉为例》，《四川戏剧》2022年第7期。

⑧孙鑫：《话语叙事视野下的中韩合拍纪录片释读——以〈超级中国〉和〈超级亚洲〉为例》，《传媒》2019年第1期。

⑨[美]萨义德：《东方学》，王宇根译，生活·读书·新知三联书店1999年版，第11页。

⑩[美]爱德华·霍尔：《超越文化》，何道宽译，北京大学出版社2010年版，第101页。

（责任编辑：李璇）