

# 纪录片“讲好中国故事”的国际传播 路径研究

## ——以2022年部分中外联合摄制纪录片为例

文/王雪梅 胡森

**摘要：**联合摄制纪录片由于多国联合制作的特殊性，在消弭文化裂痕中更具优势，成为国际传播语境下讲好中国故事的重要媒介。本研究以2022年中外联合摄制纪录片为研究样本，在回顾2022年中外联合摄制纪录片的创作现状和创作特点的基础上，探析中外联合摄制纪录片在绘制“讲好中国故事”丰富图景中的国际传播实践与创新。

**关键词：**中外联合摄制纪录片 中国故事 国际传播

近年来，中外联合摄制日益成为纪录片创作的重要方式，中国纪录片围绕时代发展，迈入全新的发展阶段，涌现出诸多优秀作品。在主题内容方面，中国纪录片的题材类型呈现出更加多元的发展特点。在创作形式方面，中国纪录片也在进行多种尝试，国内自制、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等，是纪录片创作的重要方式。新时代纪录片的创作，一方面，有责任记录党和国家的历史性变革，用纪录片“讲好中国故事，传播好中国声音”；另一方面，纪录片作为国际传播的重要载体，要思考如何更好地向全世界展现国家的历史性成就。因此，本研究以2022年部分中外联合摄制纪录片为研究案例，探究纪录片“讲好中国故事”的创新实践。

### 一、2022年部分中外联合摄制纪录片创作概述

自2021年起，中宣部和国家广播电视总局联合实施中国纪录片对外传播推优扶持项目，激发了纪录片国际传播的积极性。在

政策支撑和项目涵养下，不少中外联合摄制纪录片精品成功产出，这些作品向世界呈现了中国的大国形象和民族精神，为中外联合摄制纪录片的创作与国际传播积累了经验。下表是2022年部分中外联合摄制纪录片的制作与播出情况。

2022年，中外联合摄制纪录片在题材内容层面把握重

表 2022年部分中外联合摄制纪录片制作情况

序号	名称	联合制作单位	主要播出平台
1	《行进中的中国》 (第二季)	SMG、Discovery	中文版：东方卫视以及浙江、安徽、江苏多家电视台 英文版：全球Discovery频道周末黄金档
2	《舞台上的中国》	五洲传播中心、BBC、哔哩哔哩、英国雄狮	国内：哔哩哔哩 国外：BBC世界新闻频道等
3	《飞越冰雪线》	中央广播电视总台、荷兰洞察电视	中央广播电视总台等
4	《盛会》	北京广播电视台、Discovery	英文版：东南亚、印度、日本、韩国、欧美等地区和国家探索频道
5	《粉雪奇遇》	五洲传播中心、吉林省人民政府新闻办公室、France Mont Blanc8	中央广播电视总台等
6	《最美中国：四季如歌》	五洲传播中心、优酷、逆光映像、英国子午线	国内：优酷视频 国外：BBC
7	《勇敢者的征程》	五洲传播中心、腾讯、Discovery	探索频道国际电视网
8	《跨越》	中央广播电视总台、CGTN、阿根廷英特格拉文化传媒集团	CGTN、阿根廷美洲电视台
9	《一湾一世界》	柬埔寨国家电视台、广西广播电视台	柬埔寨国家电视台
10	《宝藏》	云南省人民政府新闻办公室、中国新闻社、日本大富电视台	日本大富电视台
11	《智慧冬奥》	中国国际电视总公司、美国A+E电视网(亚洲)	国内：中央广播电视总台等 国外：日本、俄罗斯、英国等主流媒体；优兔、脸书等全球新媒体平台

要事件与关键节点，在合作主体与传播平台方面也有新突破，实现了创作的创新和国际传播的有效落地。总体来说，在内容选题方面，既有“中国”，也有“故事”，集中在两大主题发力创作。一是围绕2022年国家大事冬奥会进行主题创作，从多角度以多形式阐释主题，打造视听感受与视觉冲击。例如，《飞越冰雪线》《盛会》《粉雪奇遇》《智慧冬奥》等围绕冬奥题材，与美国、法国、荷兰等不同国别主体联合创作。二是持续注重国家叙事，以“中国”命名，向国际社会展现大国形象，传播中国声音。例如，《行进中的中国》（第二季）、《舞台上的中国》和《最美中国：四季如歌》三部作品名称都以“中国”为题眼，以系列片的形式，多侧面的内容补充，塑造多元立体的国家形象。

在国际传播路径方面，2022年联合摄制纪录片更是多渠道地进行中国故事的国际表达。一是传统媒体联动新媒体传播，借助新媒体有效连接年轻受众的传播优势的同时，借助传统媒体的黄金时段和特殊节点进行仪式传播。例如，《舞台上的中国》在新媒体平台哔哩哔哩播放，《一湾一世界》在柬埔寨国家电视台综合频道播出。二是通过国内平台、国外平台的交叉播放、同步播放，达到“讲好中国故事，传播好中国声音”的目标。例如，《最美中国：四季如歌》《智慧冬奥》同步在国内外平台播放，《宝藏》在日本大富电视台黄金时段首播。三是除中文版本纪录片以外，英文版本、多语种版本纪录片也拓展了纪录片“传播好中国声音”的广度。例如，《盛会》英文版在东南亚、印度、日本、韩国等地区和国家探索频道播出后，随后转向欧美地区探索频道播出，《智慧冬奥》多语种版本在日本、俄罗斯、英国等主流媒体及优兔、脸书等全球新媒体平台播出。

## 二、2022年部分中外联合摄制纪录片“讲好中国故事”的创作特点

客观地说，面对媒体融合、社会转型、民族复兴等重大现实问题，新时代纪录片更应以新思维记录中国社会发展的多元性、丰富性和复杂性，找准题材，拍出精品。而中外联合摄制纪录片因为主体的多元性，其创作形式自带“讲好中国故事，传播好中国声音”的基因，更加容易找到中国故事与国际潮流的结合点，进行国际传播。中外联合摄制的创作形式，从深度上挖掘了适合国际传播的“中国故事”的纪录片题材，从广度上拓宽了纪录片国际传播的地域边界，从高度上提升了纪录片国际传播的传播效能。2022年中外联合摄制纪录片在合作主体、内容表达和传播效能三方面展现出新的阶段特点。

1. 主体协同：在合作层面坚持重点合作对象，拓展周边合作国家。从总体来看，2022年中外联合摄制纪录片

已基本构建生产主体的多元协同机制，所涉及的合作国别较为多元，使得联合摄制纪录片通过“借船出海”所实现的传播范围越来越广。一方面，合作主体仍以欧美国家为主，这表明联合摄制纪录片在衡量对象国经济实力与拍摄水准基础上，与以往重点合作对象继续加强合作；另一方面，合作国别中逐渐增加的周边国家，说明联合摄制纪录片在有意识地拓展与周边国家的合作，推动周边传播与国际传播的结合。

具体来说，在合作对象中，来自英国的团队较多，如BBC、英国雄狮、英国子午线等。与此同时，也逐渐出现来自日本、荷兰、法国、阿根廷、柬埔寨等国的拍摄团队。事实上，合作对象的广泛，生产主体的多元协同，将推动联合摄制纪录片在后期传播中获得更多可利用的传播平台，最大限度撬动国际市场资源，减少流通成本，实现更广泛范围传播，并为后续合作牵线搭桥，实现更长远的国际传播。

2. 内容表达：在生产层面进行国家叙事，结合国家大事与国家政策。国家叙事是2022年部分中外联合摄制纪录片在内容表达层面呈现出来的突出特点。通过讲述国家故事，塑造国家记忆，向外塑造大国形象，向内增强公民对国家的认同感，这种叙事方式正是纪录片“讲好中国故事”的重要路径之一。

在2022年部分中外联合摄制纪录片中，国家叙事在影像中又细化为两方面。一是以史料记录与视听塑造相结合的方式诠释国家大事，主要集中表现在冬奥题材纪录片中。该类纪录片以纪实镜头为北京冬奥留存影像档案，每部纪录片又选取不同角度，对同一主题进行多维度诠释，丰富“冰雪故事”。例如，《智慧冬奥》在赛事呈现中解读中国科技与中国方案；《粉雪奇遇》以交换体验形式，由中法运动员视角呈现两国的冰雪文化。二是以故事化与人文化的方式解读国家政策。主要表现在以国家建设为主题的人文纪录片，以故事化的口吻解读中国政治、经济、文化、生态。例如，《行进中的中国》（第二季）通过第三方视角展现中国的基础建设以及作为全球主要经济体的发展现状；《最美中国：四季如歌》聚焦生态文明建设，诠释人与自然和谐共处的理念。

3. 传播效能：在传播层面多措并举，全面升级传播能力。2022年部分中外联合摄制纪录片积极培育多元传播主体，联动线上+线下、国内+国外传播渠道，建立多维稳定的传播矩阵，多措并举，全面升级传播能力，尤其是在传播平台的选择与使用上，整体呈现出协同和联动的特点。总体而言，一方面，协同中央媒体和地方媒体，借助各媒体平台的地理位置实现物理空间上的全区域覆盖；另一方面，联动传统媒体和新媒体以实现媒介空间的全覆盖。在区域媒体层

面，联合摄制纪录片联动中央媒体与地方媒体、国内媒体与国际媒体，从多个维度推动物理空间上的覆盖式传播。

中央广播电视总台、五洲传播中心、北京广播电视台、SMG等作为主流媒体代表，为纪录片国际传播提供充足动力。此外，吉林省人民政府新闻办公室、云南省人民政府新闻办公室及广西广播电视台也加入联合摄制纪录片实践，发挥地域优势，拓展传播空间的覆盖面。在媒介属性层面，联合摄制纪录片联动传统媒体和新媒体，借助新媒体拓展网络空间连接年轻用户的同时，也利用传统媒体的黄金时段和时间节点推动仪式传播，覆盖更多受众群体，从而发挥不同媒体的特定优势，最大限度推动纪录片的传播落地。例如，《最美中国：四季如歌》通过BBC在除夕这一特殊时间播出，后上线优酷平台，下沉到年轻用户群中。

### 三、中外联合摄制纪录片绘制“中国故事、国际表达”的丰富图景

纪录片兼顾纪实内容与视听要素，在内容与形式上找到平衡，这种较为特别的大众传播属性，让纪录片在讲好中国故事、塑造国家形象方面更具无可比拟的优势，绘制而成当下“中国故事、国际表达”的丰富图景。

1. 彰显中国特色：从“硬宣传”到“讲故事”。在叙事模式方面，纪录片国际传播历史进程在整体上经历了从“硬宣传”到“讲故事”的转变。

早期中国纪录片往往陷于“硬宣传”“说教”困境里，一方面受限于起步阶段对于国际环境和跨文化传播技巧的不完全认知，另一方面则是受制于中国长期处于被西方所建构所想象的客观环境，从而形成被动式证明的固定姿态。

随着国家实力增强，加之对国际传播认知的深化，纪录片人才逐渐认识到，能引起全人类共鸣并产生整体性回响的好故事，才能跨越文化语境差异，成为消弭文化裂痕的关键要素和沟通纽带。因此，中外联合摄制纪录片以具象化的中国故事为抓手，将中国故事意涵嵌入国际化叙事，引起文化共鸣和情感共情。中外联合摄制纪录片的出现，标志着中国纪录片从单向度的宣传路径逐渐转向主动陈述和积极传播。当下，中外联合摄制纪录片所绘制而成的“中国故事、国际表达”的图景越发丰富，更应破解“中国故事”的价值内涵。

一是在叙事空间层面，纪录片作为影像话语，更依赖于空间叙事。纪录片里“中国故事”的表达路径，具体来说是由影像中“地方—世界”的空间建构，映射“中国—国际社会”的关系，从而传递出地方与世界、中国与国际社会构成共同体的深层意涵。例如，《行进中的中国》（第二季）、《舞台上的中国》、《最美中国：四季如歌》此类以

“中国”为题眼的纪录片，在空间叙事上选择具体的地方城市，通过城市缩影以小见大地呈现世界整体面貌，如世界经济、文化、生态等，借此体现地方与世界的组合连接。最后再通过主题升华，点明中国与整个国际社会的连接，以此传达中国与世界构成一体并相互影响的深层含义。

二是联合摄制纪录片所关注的叙事内容是具体的人，注重人文性，探索社会伦理和人文价值。从这个角度而言，纪录片中的“中国故事”，其本质仍然是人的故事。2022年部分中外联合摄制纪录片始终围绕人的视角和生活进行内容建构，以故事化的叙事方式，通过人的口吻来叙述政治、经济、文化、生态、习俗等更大层面的内容，继而通过小写的人的组合，构成大写的人，乃至整个民族。纪录片的叙事方式，沿着从人至群体至民族的上升路径，由人的故事至国家故事和民族故事的上升进行内容构建和意义表达，这是中外联合摄制纪录片里“中国故事”的建构方式。

2. 掌握国际传播话语权：从“他说”到“我说”。在中外联合摄制纪录片“讲好中国故事”的历程中，整体上经历了从“他说”到“我说”的转变。长期以来，西方国家占领舆论制高点，中国始终是被建构的对象，被“他说”的客体。这种权力关系在影像中体现为“凝视”，即占据主导位置的叙事者去“看”和“描述”处于被动位置的客体。早期他国拍摄的中国题材纪录片即“他说”中国内容，在“他者”的叙事框架中，设下主观预判，进行素材收集和组织，充斥着西方臆想。

当下，中外联合摄制纪录片则呈现出“我说”的特点，强调自我表达。但“我说”并不是单自我言说，而是包含着多层次的自我表达。第一层次的“我说”是一种主动姿态，积极形塑和传递自我形象。在联合摄制纪录片实践中，中方始终占据主导地位，掌握内容终审权，把关纪录片创作方向，并以国家动能的形式在资金、制作和传播各个环节为纪录片国际传播保驾护航。例如，《行进中的中国》作为中宣部“纪录中国”传播工程项目、国家广播电视总局“十四五”纪录片重点选题、上海市文化发展基金扶持项目，背后的国家力量为纪录片的制作和传播提供了充足的动力来源。第二层次的“我说”则是兼顾“他说”与“我说”有机互动的表达方式，运用交叉叙事、转换叙述等与国际接轨的叙事策略积极表达。不同文化语境下的“他者”视角对于“中国故事”的话语解读，构成纪录片全球化叙事情境的重要组成部分。当下，外国人眼中的中国故事与中国形象成为中国故事落地的有效方式。例如，《舞台上的中国》中荷兰华裔徐丽东和来自美国的Jeff Grosby作为主持人串联节目，借他者视角呈现中华文化；《粉雪奇遇》则采用交叉叙事，以中方代表前往法国阿尔卑斯山，法方（下转59页）

面支持网络视听媒体采取有效的市场化手段进行海外布局，支持成功出海的市场主体结合国际投资与贸易规则，切实维护自身权益，充分释放新媒体互动性、开放性、便捷性等优势效能，为中国音乐产业提升全球竞争力提供有力支持。

## 二、加强多维交融，强化海外贴合

目前，中国流行音乐在国际传播方面缺乏相关经验，很多音乐人在传播方面面临重重困难。然而，随着网络技术的飞速发展和国际交流的日益频繁，中国流行音乐有机会通过多维交融的内容创作方式来提升其在海外市场的接受度。

1. 加强国际合作完成音乐制作。流行音乐的创作可以通过加强国际化合作、借助国际化力量来完成。例如，纪念迈克尔·杰克逊的单曲*Let's shut up & dance*，集结了杰森·德鲁罗、张艺兴、NCT127、戴维·梅耶斯等世界顶级音乐人和导演。德鲁罗曾获美国公告牌单曲榜冠军，担任该单曲的作曲和作词。这首单曲在发行短短一周内就登上了33个国家的iTunes榜单，为中国流行音乐的国际合作提供了全新思路与范式。中国风的说唱音乐或许可考虑择优选择海外创作者共同参与Beat伴奏的制作，并与中国音乐人合作创作歌词。在这样的合作过程中，歌词的创作者、Beat的设计者以及上传者都可以通过网络和音乐平台的协同作用，实现对流行音乐的高品质赋能，使作品既具有国际化元素，又保持中国风格。

2. 注重中国元素的巧妙融合。巧妙融合中国元素是中国流行音乐国际传播的一个关键手段。中国音乐要坚持对外开放，加强文化创新与融合，通过中外文化的深层交融形成独特的“中国风”，从而提升中国流行音乐的艺术感召力和价值引领力。只有那些兼具民族个性和审美共通的音乐作品，才能激发海外受众的共鸣和共情，形成具有普适性的审

美诉求。中国流行音乐制作必须扎根中华文化，通过创造性符号转化来消除与其他国家音乐文化之间的隔阂，这是中国流行音乐出海的重要路径。以张艺兴的歌曲《莲》为例，该作品探索了中式乐器音色与西式节奏型音乐的深层融合，再次推动M-Pop (Mix-Mandarin-Pop) 走向世界。该作品的创作灵感和故事题材源于中国传统文化，有着鲜明的“中国风”气质，同时在创作和制作思路上更贴近当下的欧美流行音乐，成功实现了中西流行音乐的巧妙平衡。在2020年上线首周，同名专辑《莲》就登上了53个国家和地区iTunes专辑实时榜，并在海外平台iTunes世界专辑榜上取得第五名的成绩。

因此，在中国流行音乐的制作中，政府、唱片公司等主体要加大对具有民族特色作品的扶持引导力度，积极总结“中国风”音乐创作的经验，注重制作和内容层面的中西融合，以提高中国流行音乐的创新力和传播力，增强其与海外市场的贴合性，夯实长效传播的根基。

## 三、完善数据平台运营，增强传播精准性

在国际市场竞争中，数据是核心资源。但就实际情况来看，许多走出国门的音乐因缺少权威的数据评估，导致其影响力的范围和受众缺少充分的数据分析，难以准确评估是否真正实现了国际化传播效应。因此，从中国流行音乐发展的角度来看，完善音乐数据平台运营，提高传播的精准性，可以从以下两个方面入手

1. 加强数据完善和收集。除了传统的音乐演出渠道外，网络音乐平台可以提供优质、完善的数据统计和分析服务。通过对权威数据的收集、记录、分析以及呈现，不仅能够为广大受众提供精准的歌曲排行和推荐，还能够及时反馈受众在音乐认知和喜好方面的特点和趋势。这不仅有助于引导和规范中国流行音乐的发展方向，还能够探索国际传播中

(上接57页) 代表去往中国长白山的形式，交叉呈现两者在环境、文化、生活方式等方面的相似性，找到彼此联结点以表达两国情谊的深层意涵。

## 四、结语

2022年中外联合摄制纪录片呈现出新阶段的新特点，同时彰显着联合摄制纪录片在叙事模式上从说教到故事的转变，以及在叙事方式上从他说到我说的转变。在国际传播实践中积极掌握对外传播话语权，这是“讲好中国故事”背景下，联合摄制纪录片的创新体现与意义彰显。

本文系四川传媒学院2023年校级科研项目研究类重大培育项目“中外联合摄制纪录片现状与发展研究”(项目编号: X20230101)的研究成果。

### 参考文献

- [1]施蕾蕾. “主体”与“他者”交融:人文纪录片国际化叙事策略[J]. 未来传播, 2022(03).
- [2]王雪梅, 胡森. 联合摄制纪录片中国故事国际表达的创作路径研究[J]. 中国电视, 2023(04).
- [3]朱超亚. 共同价值与文明互鉴——2020年以来中外合拍中国题材纪录片选题研究[J]. 电影文学, 2022(23).
- [4]范高培. 中外合拍纪录片形塑中华文明叙事研究[J]. 电影评介, 2022(12).

作者单位 四川传媒学院

【编辑: 杭丽坤】