

长江传媒实战丛书

名誉主编 刘光全 郑旭煦 尹长征

主 编 殷 俊 耿晓东 朱 洁

长江传媒实战丛书

真实就是力量 纪录创造价值

ZHENSHI JIUSHI LILIANG
JILU CHUANGZAO JIAZHI

主编 雷 卫



四川大学出版社

目 录

前 言 长江之水天上来·····	(1)
------------------	-------

第一编 纪录片的基础理论知识

第一章 从涓涓细流到汪洋大海——发展中的纪录片·····	(3)
------------------------------	-------

纪录片的兴起，是电视媒体的成人礼。纪录片的人文气息逐渐浓厚，其独有的真实感和对事物的洞察力，正成为新一代纪录片的标签。

概 述 当纪录片成为主流·····	(3)
-------------------	-------

第一节 纪录片的内涵和功能·····	(4)
--------------------	-------

第二节 国际纪录片的发展·····	(9)
-------------------	-------

第三节 中国纪录片的发展·····	(13)
-------------------	--------

第四节 中国纪录片现状·····	(15)
------------------	--------

第二章 纪录片创作流派·····	(22)
------------------	--------

独特的城市文明孕育了风格鲜明的渝派纪录片。它已由时间、影像、作品和一批代表人物构建起来属于自己的江湖。

概 述 伦敦之前没有雾·····	(22)
------------------	--------

第一节 纪录片流派的缘起·····	(23)
-------------------	--------



第二节	国家眼光与胡同文化的融合——“京派”	 (25)
第三节	商业文明与大众特征——“海派”	 (28)
第四节	在自然中记录与展示——“川派”	 (31)
第五节	石缝中的黄桷树——“渝派”	 (33)
第六节	四大流派的变迁和未来	 (53)
辅 文	号子一声两岸响——记渝派纪录片研讨会	 (55)

第二编 纪录片编导的实战操作

第三章 好的开头是成功的一半——纪录片前期策划..... (63)

“长期的、自觉地、坚持不懈地训练和保持自己的职业敏感，使之更敏锐、更深刻。”从这个意义而言，《远祖之谜》的诞生就是寻找选题的典范。

概 述 三颗牙齿化石牵起的传奇..... (63)

第一节 历史与现实的对话——纪录片的选题..... (64)

第二节 与他人对话亦是与自己对话——纪录片的采访
..... (98)

辅 文 编导手记：与《出山》《漆》有关的时间、地点和人物——记渝派纪录片的一次早期实践
..... (109)

第四章 如何讲好故事——纪录片后期创作..... (115)

时间一天一天过去，成叠的笔记本上终于出现了六个龙飞凤舞的大字——“剑、舞、虎、盐、钟、船。”他再想了想，用笔在“剑”字上画了一个大大的圈。

概 述 青铜剑背后的巴人命运轨迹..... (115)

第一节 纪录片的叙事与结构..... (116)



第二节 纪录片的解说词创作·····	(146)
辅 文 《远祖之谜》第一集剧本·····	(166)

第三编 纪录片的市场化管理

第五章 管理是门精妙的艺术——纪录片项目管理·····	(183)
-----------------------------	-------

如何以市场为基准，将钓鱼城拍摄成具有国际视野和水准的大型纪录片，成为十几年来萦绕在心中的一个情结。

概 述 龙水湖畔的明月·····	(183)
第一节 何为项目管理·····	(185)
第二节 项目拍摄的前期准备·····	(187)
第三节 纪录片项目的实施·····	(197)
辅 文 电视纪录片《钓鱼城》方案 ·····	(204)

第六章 一个好栏目是如何形成的——纪录片的栏目打造 ·····	(220)
------------------------------------	-------

从栏目的节目构成来看，我们倾向于黄金比例，即将近 70% 的节目，采用通行的风格；将近 30% 的节目，允许创新。

概 述 一个周二的下午·····	(220)
第一节 好栏目经久不衰·····	(221)
第二节 纪实栏目的策划·····	(223)
第三节 栏目管理中的基本概念和原则·····	(228)
第四节 栏目管理的方法·····	(234)
第五节 栏目管理中的几点注意事项·····	(249)
辅文一 《真实》栏目节目生产流程·····	(252)
辅文二 《真实》前期拍摄的要求·····	(254)



第七章 平台运营的奥秘——纪录片的频道运营…………… (257)

犹如地基是一座大厦的基础，核心理念则是频道运营的基础。有了明确的定位和方向，一切运营才能依次展开。

概 述 一份报告…………… (257)

第一节 频道定位与频道风格…………… (258)

第二节 管理模式的确定…………… (288)

第三节 纪录片频道品牌的打造…………… (300)

辅 文 “重庆科教频道邀您免费看电影”活动方案
…………… (307)

第八章 纪录片是门生意——纪录片产业化经营…………… (311)

任何一种行业，在最初总是作坊式的，然而要取得大发展，最后都将无一例外地走上专业化分工、规模化操作的道路。纪录片这种精神产业也是不能例外的。

概 述 戛纳的培训…………… (311)

第一节 纪录片产业化的基础…………… (312)

第二节 纪录片的商业化运作…………… (314)

第三节 纪录片的营销…………… (320)

第四节 国内几种纪录片产业经营模式…………… (334)

辅 文 全球主要国际纪录片市场…………… (339)

后 记 巴山夜雨涨秋池…………… (342)

共创传媒美好未来

刘光全

在媒体大爆炸的时代背景下，如何让汗牛充栋的传媒理论回归实战的原貌？如何让传媒教育与传媒实践更紧密地结合？重庆广播电视集团（总台）与重庆工商大学的一群志同道合者做了一些思考和探索，并于 2009 年合作创建了传媒艺术学院，迈出了实质性的积极步伐！

在合作过程中，产学研模式实现了“一举多赢”，其中最大的受益者当然是学生。合作双方按照省级电视台演播大厅标准在重庆工商大学共建了 500 平方米的演播室和 700 平方米的编辑室、录音室，于 2011 年 9 月 19 日正式启用。重庆卫视大型政论节目《共富大家谈》、重庆电视台都市频道《凡人有事》、重庆电视台旅游娱乐频道等逐步入驻重庆工商大学传媒艺术学院演播大厅录制节目。传媒艺术学院让本科生、研究生以编导、摄像、灯光、切像、录音等专业技术岗位助理身份参与学习实训。这样一来，共建在大学校园内的演播大厅使学生能以重庆广播电视集团（总台）“子弟兵”的身份参与真实的媒介工作。重庆电视台各个资深传媒工作者对学生手把手地师徒相授，再结合每日审片、每周点评等多种方式，和大学教师共同指导学生深入掌握电视节目生产制作的核心规律。重庆电视台先后邀请了清华大学崔之元教授、中国社会科学院尹韵公研究员、重庆工商大学校长杨继瑞教



授、重庆市公租房局郭唐勇局长等嘉宾到共建演播大厅录制节目。传媒艺术学院构造的真实传媒制播环境，不仅使学生接触到电视节目生产的真实环境、播出级高端设备、优秀的节目主持人和主创人员，还可以经常性地让他们与来自全国的著名学者、高端嘉宾面对面交流。这样的培养模式为提升学生的实作能力、开阔视野提供了大量机会。

其次，重庆工商大学和重庆广播电视集团（总台）还积极出台一系列激励政策，互聘资深记者、教授挂职，共同打造实战理论相结合的“传媒工作者——学者”双师型师资队伍。双方的合作在培养学生的同时，缓解了重庆广播电视集团（总台）演播室资源的压力，促进了一线节目编导理论素养的提升，锻炼了干部队伍。

传媒办学，利国利民。我们期望传媒艺术学院作为国家教育体制改革的主载体和主平台，在创新人才培养模式等领域切实推动传媒集团和高校的发展，并希望这种模式能在国内得到进一步的推广。

为了呈现更多传媒实战的原貌，我们推出了这套《长江传媒实战丛书》。这套丛书凝聚了传媒人的热情、责任和深沉的思索，其中既有实作经验的提炼和总结，又有实作过程的反思和顿悟；既有基于重庆传媒实践之上的思考，也有学者的多年积淀，更是“传媒工作者——学者”双师型专家的优秀成果。其目的是给已经和即将走上传媒工作岗位的人员一种有别于传统传媒理论的视野和眼光。

在这套丛书中，读者可以看到重庆电视新闻中心多位记者编辑制片人共同创作完成的《新闻 新观察》，书中既有构建电视新闻频道竞争力过程中的精彩案例，也有“当电视遇到微博”、“3G 直播浪潮来袭”等新闻新趋势的探讨。在《真实就是力量 纪录片创造价值——长江传媒实战丛书·纪录片卷》一书中，渝



派纪录片的创作者们，用他们拍摄纪录片、创办纪录片栏目、经营纪录片频道的实践，告诉读者“真实就是力量”。《阳光重庆》《追寻感动》等重庆广播电视的品牌栏目，都曾在听众观众中产生重大影响。这些品牌栏目的创作者们将他们经历的一个个幕后故事呈现在这套丛书中，和读者分享职业传媒人在长期传媒实践中积累的方法、产生的感悟以及得到的教训。

2011年12月，我到传媒艺术学院为同学们开设“共创传媒的美好明天”的讲座，看到同学们一双双求知的眼睛，我倍感欣慰！从2009年起，重庆广播电视集团先后有50多位资深编辑、记者、制作人直接到学院讲学授课，给传媒艺术学院的同学带去了许多传媒实战经验。由一线传媒人编撰的这套实战丛书，相信一定能给同学们和读者呈现更生动、更鲜活、更丰厚的传媒画卷。

我们期望重庆传媒集团与高校携手合作培养的学生，以及编撰的这套《长江传媒实战丛书》，能够为中国传媒的美好明天贡献一份心力。

（本文作者系重庆广播电视集团总裁，重庆工商大学传媒艺术学院院长，重庆视协主席）

前言 长江之水天上来

雷 卫

在第一次扛起摄像机准备拍片之前，我的身份依次是军人、医生。部队生涯给我烙上了鲜明的主流意识形态色彩，我有着比同代人更强烈的历史使命感和责任感，做事总是充满热情；而医院工作则教会我客观、理性地看待世界、看待人。现在看来，激情与理智犹如两股河流，交织在一起，成为我二十多年来对纪录片迷恋、追求、探索的心理写照。

二十多年前，渝派纪录片已经开始对纪录片进行较深的思考和探索。和西南大学合作的三集纪录片《西南民族教育思考》，虽然画面质朴，但是在今天看来，它依然充满了浓厚的思辨色彩，其中对教育的现状、困境、成因和解决方式的探索都鞭辟入里。然而重庆人豪迈的个性、注重实干的精神，让我一直注重于对纪录片作品的生产，而忽略了在理论上的建树——在很长一段时间内，我们重庆电视台的纪录片编导（包括广大的区县编导）都在埋头做片子、做栏目，我们有《社会瞭望》《都市写真》《巴渝人家》《记录重庆》《人文天下》等栏目，我们有《进城》《武士》《旅馆》《三个月亮》《远祖之谜》《淹没》《江上风清》《主战大西南》《巴人之谜》《石根之谜》等片子……然而，我们这样一支庞大的创作队伍，虽然生产出了具有鲜明地域特色的一批作品，却没有发表一篇文章和相关学术研讨作品。

等我意识到这样一支队伍，这样一批作品应该有人梳理其“血统”，思考其富于标志性意义的理念及其系统时，我的身份已



经从摄像、编导变成了纪录片的管理者。我眼见着大量优秀的作品一经播出便静静地放在带库；眼见着纪录片编导做着“精英的节目”，拿着“清贫的收入”；眼见着重庆获奖率最高、收视率最高的纪录片栏目《巴渝人家》收视率日渐下滑，影响式微，作为一名对纪录片有着深刻情结和理想的老纪录片人，我忧心如焚。在无数次疑问和思索、求证与重构后，使命感让我义无反顾地举起了渝派纪录片的大旗，当“渝派”在众多声音中自报家门时，已带着金属的质感、亮度与重量。

终于，在重庆广播电视集团（总台）领导的支持下，我们有了纪录片部，有了重庆广电纪实传媒有限责任公司。我们开始用公司化的方式运营纪录片，系统培养纪录片专业队伍，开拓出了纪录片发展运营的新起点。

可以说，近二十年来，纪录片和非故事片类影片的制作发生了巨大的变化。这些变化涵盖了题材、形式以及制作纪录片的手法和方式。然而，尽管影视院校和有关专业不断涌现，纪录片理论的书籍汗牛充栋，但对纪录片制作的实战书籍，对纪录片管理方面的著作却难得一见。特别是纪录片理念，呈严重老化状态。因此，基于现代传媒业的发展趋势，结合信息时代的传媒规律，融合大量实战案例，探索新一代的纪录片理念和方法，正是编写此书的目的。

全书分为三编：第一编讲述纪录片的基础理论知识，例如纪录片的历史演变、纪录片的基本属性和功能等。第二编讲述纪录片编导的实战操作，在这一部分中，我和渝派纪录片工作团队将花大量篇幅告诉读者我们的亲身经历——纪录片如何创意、选题，故事如何结构，采访如何进行。更关键的是，在第三编“纪录片的市場化管理”中，我们将告诉读者有关纪录片栏目管理、纪录片项目管理、纪录片频道打造和纪录片产业化经营等的内容，这都是国内纪录片的空白处。我们并不认为我们的管理优谁一等，毕竟在管理上不同的企业有不同的特色；我们也不认为专



业的论著能优于诸多学者专家的著述，但我们只是用自己的实际经历，告诉读者一个他们所不知道的纪录片，以及我们的探索，我们的困难，我们如何调整与解决。在第一编和第二编中，我们强调的是纪录片的社会属性和媒体价值；而在第三编里，读者将看到被称为“电影的长子、故事片的穷兄弟”的纪录片的经济属性和人文价值。

有一句话说得好：优秀的作品从来都是痛苦的产物。如果你没有受伤，你就没有尽力。但这种痛苦应该是有回报的，就是自己创作完成一部优秀的纪录片而产生的深切满足感。纪录片人一直承担着一种责任，我们既是事实的提供者，更是故事的讲述者。如果我们没做好这两件事，不会有人理睬我们的作品。是的，我们接受过良好教育，用电脑写作，用非线性编辑软件来编辑节目，但我们和古希腊那些从一个村庄云游到另一个村庄，用奥德修斯海上探险故事来吸引大量村民的说书人没有区别。无论在哪个时代，这个行业的要求从来没有改变过。纪录片制作者永远在思考怎样讲述一个故事，如何在瞬间吸引观众的注意力，如何安排故事情节，让故事具有持久的吸引力，以及如何让故事深深刻在人们记忆中而不触犯真实的底线。读者在本书第二编中可以找到这些问题的答案。

长期跟踪、用心打造的纪录片精品，的确拥有人文气质浓郁、个性特征突出的特点，但审美型作品的打造，难以推广为一种工业化生产的模式，其市场空间也并不稳定。为适应生存，占领市场份额，栏目管理、项目管理、纪录片营销和产业化经营已经成了发展纪录片的新兴课题。在市场中的摸爬滚打，在体制内和体制外的应对和经营，都是我年过半百时才开始学习和探索的内容，而我仍然像当初第一次扛起那台笨重的摄像机一样兴奋而激动。

我常常用沃尔特·李普曼的一段话来勉励自己，这位美国传媒史上最伟大的记者在他的 70 岁生日宴会上说：“我们以由表及里、由近及远的探求为己任，我们去推敲、去归纳、去想象和推



测内部正在发生什么事情，它的昨天意味着什么，明天又可能意味着什么。在这里，我们所做的只是每个主权公民应该做的事情，只不过其他人没有时间和兴趣来做罢了。这就是我们的职业，一个不简单的职业。我们有权为之感到自豪，我们有权为之感到高兴，因为这是我们的工作。”^①

李普曼说得真好——因为这是我们的工作。因为纪录片是我们的工作，是我们的事业，是我们的理想。

我想我是快乐的。

回想二十多年前开始进入纪录片领域的时候，当我第一次从取景框看到画面时，我感觉，我在记录历史，这就是我对纪录片的真实的感觉。二十多年的纪录片实践，从单部纪录片的拍摄到一个纪录片栏目的打造，再到一个频道的构建，其间经历了无数的反复曲折和世界变化，小到家长里短、柴米油盐，大到对人类文明的祖先的追寻，如此林林总总构成了一幅长长的用胶片刻下的记忆。

最后想为各位读者提几句忠告：首先，每位纪录片制作者都不同，我们的方法不一定适合你，我们只是提供其中一条路径；其次，此书不是宝典，也不是理论著作，对纪录片人而言，更多的时候需要自己动手去实践。

希望读者读完此书有所受益，并不断创新，突破常规，创作出更优秀的作品，探索出更高效先进的管理方法来。

长江的源头是青藏高原，源自唐古拉山的涓涓细流从天上而来，顺流而下，融合了大小溪流，汲取了各种人文养分，终成江声浩荡、大气磅礴之势。

此为渝派，此为长江！

谨以此为长江传媒实战丛书记。

^① 沃尔特·李普曼在70岁生日宴会上的演讲词。

第一编

纪录片的基础理论知识

第一章 从涓涓细流到汪洋大海

——发展中的纪录片

本章重点

- 纪录片的内涵和功能
- 国际国内纪录片的发展
- 中国纪录片现状

概 述 当纪录片成为主流

纪录片的兴起，是电视媒体的成人礼。

从国外电视媒体的发展来看，它经历了娱乐类节目的喧嚣和纪录片节目的起落沉浮，经过了多年的反复曲折，现在基本上形成了稳定的节目比例，其中，纪录片是主要的电视节目类别。而中国的电视节目在经历了多年娱乐至上的发展后，现在正在发生悄然的改变，而这个改变居然始于一档讲座类节目。

2005年，一档讲座类节目悄然兴起，迅速成为收视热点，很多人中午吃饭的时候都要抽空看一下，作为午休的消遣。这档节目就是《百家讲坛》。经过了刘心武《说红楼》的预热之后，它在易中天的《讲三国》中大放异彩，由此成为最受欢迎的讲座类节目。生涩的人文历史经过他们的演绎，变得生动、有趣、有



用。很多人不知道的是，这个节目是在中央电视台科教频道播出的，这是一个以纪录片为主的频道。

而后几年，重庆科教频道、上海纪实频道相继成立，这可以作为纪录片频道成为一个独立电视平台的标志，而这也意味着，纪录片开始成为电视节目的主流。

经过纪录片人多年的努力，纪录片的人文气息逐渐浓厚，其独有的真实感和对事物的洞察力，正成为新一代纪录片的标签。有人说，纪录片就是平面媒体里的深度报道，靠内在的力量打动人。

第一节 纪录片的内涵和功能

一、纪录片的内涵：对真实的创造性处理

“纪录片”、“电视纪录片”两个名词是电影电视发展的产物。

纪录片本身是现代电影艺术的母体，在发展过程中陆续分化出故事片、新闻片、科教片、动画片等类别。纪录片的英文为 documentary film，汉语译为纪录影片或纪录电影。纪录片之父约翰·格里尔逊将纪录片定义为“对真实的创造性处理”。

电视产生以后，纪录片在荧屏上获得了空前发展，诞生了“电视纪录片”一词，它既是电影纪录片新的发展趋势，又是电视节目的一个种类。随着专为电影院拍摄的纪录片越来越少，各种纪录片主要用于电视播出，“纪录片”与“电视纪录片”又趋于合二为一。

纪录片是非虚构、非表演的影视纪实艺术，然而，电视时代的纪实节目越来越多，何为纪录片又成了问题。要说明纪录片是



什么，各种相关的主张、理论，见于著述者颇多，却是众说纷纭。而纪录片的发展史，正是一个对其定义不断质疑又不断澄清的过程。时至今日，这个过程仍远未结束，仍在继续向前延伸。

有人按历史上的艺术学派将其分为4种：画面加解说的“格里尔逊式”、写实的真实电影、访谈式和个人追述式。

有人按题材内容将其分为时政片、文化片、历史片、科技片，统称纪录片。

有人按体裁将其分为报道片、政论片、文献片、艺术片和跟踪纪实片。

7个发达国家业内代表人物对纪录片的理解可能对我们有参考价值。

日本。纪录片：报道特辑、社会性纪实片；自然类纪实片，科学类纪实片，历史、美术类纪实片；纪行片、经济专题纪实片、剧本类纪实节目等以特辑形式播出的节目。

美国与加拿大。纪录片：新闻节目、时事节目、时事类纪实片；专题纪实节目、其他类纪实片。

英国。纪实节目：新闻片、时事节目、时事类纪实片、纪实片、其他类纪实片。

德国。纪录片：通讯报道节目、时事类纪实片、纪实节目、其他类纪实片。

法国。纪录片：通讯报道节目、时事类纪实片、纪实片、其他类纪实片。

澳大利亚。总名称未定。新闻节目、时事节目、时事纪实片、纪实片、其他类纪实片。^①

虽然以上所述未必就是某个国家的业内统一定论，但也是一些权威机构和权威人士的见解，其共同特点是赞成广义纪录片概

^① 参见日本NHK广播文化研究所部分资料，转引自《世界广播电视参考》，1993。