新媒体时代纪录片的融合范式与转型路径

牛光夏　成亚生

【摘　　要】伴随着互联网从数字化的Web2.0向以媒体智能化为表征的Web3.0进阶，大数据、云计算、5G、VR、AR、AI等不断涌现的新媒体技术正在改写既有的纪录片生态景观，促使其逐渐步入以内容融合、渠道融合、平台融合及文化融合为方向，以跨领域创作、全媒体传播为格局的立体式融合阶段。随之兴起的微纪录片、VR纪录片、交互式纪录片等兼具互联网基因和个性化、互动性特点的新品类也在这些智能科技的赋能与助力下，呈现出多元发展趋势和对传统固有形式的突破与转型。

【关 键 词】新媒体时代；智能化；纪录片；融合；转型

【作者简介】牛光夏，山东艺术学院传媒学院教授，北京大学访问学者；成亚生，山东艺术学院传媒学院硕士研究生。

【原文出处】《电影艺术》（京），2020.3.120～125

【基金项目】本文系国家社科基金艺术学一般项目“新媒体语境下纪录片类型与风格的多元发展研究”（批准号：16BC036）阶段性成果。

美国社会学家丹尼尔·贝尔(Daniel Bell)在其著作《后工业社会的来临》中将人类社会的发展历程概括为“前工业社会”“工业社会”“后工业社会”，在以信息革命为代表的“第三次浪潮”冲击中，互联网从数字化的Web2.0阶段迈向了以媒体智能化为表征的Web3.0阶段，人类社会随之进入气象万千的智能化信息时期，技术的驱动和赋能使得人们的思维模式、传播手段及感知世界的方式不断发生变化。正如传播学者曼纽尔·卡斯特尔(Manuel Castells)所预言：“我们的社会正经历着一场革命，这就是信息技术革命。在这场革命中，信息技术就像工业革命时期的能源一样重要，它重组着社会的方方面面。而根植于信息技术的网络，已成为现代社会的普遍技术范式，它使社会再结构化，改变着我们社会的形态。”①

被誉为“社会发展的晴雨表”②的纪录片也日益体现出智能化、场景化、移动化、社交化等全新发展趋向，大数据、云计算、5G、AI等网络新媒体时代层见叠出的新兴传媒技术都在一定程度上改变了传统纪录片的视听技巧、类型样式及整体生态版图，使其逐渐步入以内容融合、渠道融合、平台融合及文化融合为方向，以跨领域创作、全媒体传播为格局的立体式融合阶段。在此语境下出现的微纪录片、VR纪录片、交互式纪录片等兼具互联网基因和个性化、定制化、互动性等特点的新品类也为传统纪录片在新媒体时代的转型和产业链的完善注入新动能，提供新思路。而处于以“万物皆媒、人机共生、自我进化”③为主要特征的智能新媒体时代，以映射现实和观照社会为诉求的纪录片能否利用方兴未艾的高科技智能手段迎来属于自己的春天和进入所谓的“黄金时代”，在群雄逐鹿的激烈市场环境中实现社会意识、文化品格和市场价值的共赢，值得我们拭目以待。本文以近些年出现的各种新兴智能科技为切入点，探讨上述纪录片在媒体融合背景下的多元发展趋势和对传统固有形式的突破与拓展，并以它们为蓝本来具体阐释纪录片在新媒体时代的融合范式与转型路径。

深化融合：跨越媒介壁垒的全媒体传播图景

20世纪70年代，美国麻省理工学院教授尼古拉斯·尼葛洛庞蒂(Nicholas Negroponte)曾预言“媒体融合”(media convergence)的发展设想。20世纪80年代，同为该校传播学者的伊契尔·索勒·普尔(Ithiel

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

De Sola Pool)首次在《技术自由》一书中明确提出“传播形态融合”(the convergence of modes)的概念,他认为:“媒体之间点对点的传播与大众传媒点对面的传播之间的界限,由于一种传播形态融合过程的出现,已经逐渐变得模糊。”④20世纪90年代初期出现的可以进行文字、图片、音频及视频等简单融合的计算机证实了他的推论,彼时的理论界以“竖井式倒塌”这一概念来形容报纸、广播、电视等传统垂直类媒体边缘的模糊趋势和融合现象的初现。2014年8月,中共中央全面深化改革领导小组会议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,从硬性规章上指出媒体融合要以互联网思维为基础、以先进技术为出发点、以内容建设为根本,推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台等方面深度融合。这一指导意见的出台将“媒体融合”上升至国家战略层面,也使我们意识到当前的媒体融合还属于比较浅层次的战术性融合,而这样的融合并不利于纪录片等传媒产品在新媒体时代的长远发展,因此需要向更深层次的组织结构性融合迈进,⑤即将“融合”的层面由原先的内容融合、渠道融合、终端融合等表层扩展至包含创制思维、文化内涵、市场需求等多维深层融合。

在媒体融合遍地开花的现实语境下,“纪录片产业已经构建起传统媒体、新媒体和线下活动相结合的立体传播网,覆盖大屏、小屏、院线和移动端等众多终端,互联网已经成为立体传播体系中不可或缺的传播平台,成为纪录片的新主场”⑥。过去传统媒体、新媒体、民营公司等各自为战、资源分裂的割据状态正在被融合互通、协同发展的跨媒体运作趋势所取代,其中基于互联网平台的新媒体更是在纪录片的生产发行全程中占据重要一席。而在跨越媒介壁垒的同时,构造自由开放、分工合作的全媒体传播格局也是未来纪录片在万物皆媒、人机交互的智能网络时代进一步发展的重要方向。正如学者所言:“构建全媒体传播体系是一场不容回避的自我革命,特别是在新一代信息技术、新型数字经济、网络社会和新兴数字文化日益颠覆式创新的时代,尤其具有紧迫性。”⑦在2019年1月25日中共中央政治局于人民日报社举行的集体学习中,习近平总书记强调推动媒体融合发展、建设全媒体已然成为现阶段我们面临的一项紧迫课题。这就要求央视纪录频道、北京纪实频道(现改为冬奥纪实频道)、上海纪实频道、湖南金鹰纪实频道等兼具公信力、权威性和话语权的专业纪录片传统媒体,优酷、爱奇艺、腾讯等互动性强、时效性高、受众范围广的新媒体网站,五洲传播中心、东方良友、三多堂、大陆桥、雷禾等民间制作机构,一条、二更、梨视频、快手、抖音等自媒体平台,乃至B站、A站等二次元小众社群,以内容分销、专区合作、多屏互动等多种方式来实现连接和融合,进而打造纵横联合的全媒体纪录片文化带和网状传播格局。

各媒体平台也在进行相关作品播映和举办系列活动,为构建纪录片全媒体传播格局做出有益探索和尝试。如江苏卫视与凤凰视频于2014年合作推出的首个运用全媒体投资运营的纪录片《你所不知道的中国》,观众在观看节目的同时还可通过江苏网络电视台、“荔枝新闻”客户端、凤凰视频PC端、微博、微信等参与线上线下互动;2018年腾讯视频出品的全产业链运营的纪录片《风味人间》衍生出《风味实验室》《风味原产地》等两档网络节目,进一步深化“风味”品牌效应;央视纪录频道从2018年起将节目时长从原来常规的25分钟和50分钟两种,增加了5分钟左右的短视频和90分钟的纪录电影,实现了PC屏、App屏、大屏的“三屏合一”;2019年6月,央视网联合中国纪录片网、中国互联网电视及中国广电IP-TV推出“秧纪录”智能大屏纪录院线,并定期举办名为“秧纪录放映厅”的线下主题放映交流活动,其以央视网的全媒体传播矩阵为基点来进行宣传推广,通过播映国内外优质纪录片资源来培养用户的智能大屏观影习惯,拓展纪录片的传播渠道和媒介边界。

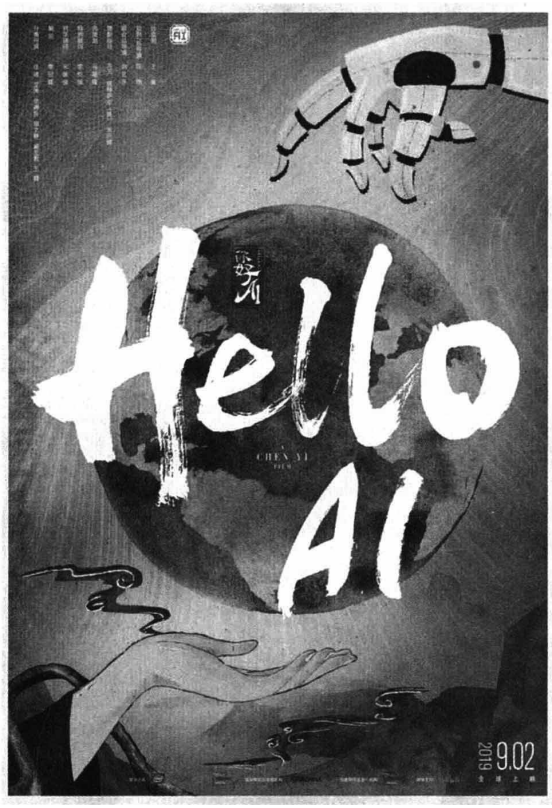
此外,优酷视频网站于2019年9月首播其与Intel联合出品的中国第一部全8K变形宽银幕纪录片《你好AI》,它用2.40:1的画幅比例、超高清影像画质、变形宽银幕镜头和高科技CG制作等视听手段再现了15个关于AI技术应用于不同领域的故事片段,如火星智能机器人测试、长城修复工程、敦煌壁画数字采集等,全方位展示了人工智能技术给人类社会带来的巨大影响与变革,给观众带来一场科技感十

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

足的视听盛宴。该片也在2019年国庆节期间登录B站和其他7家上星卫视，并制作国际版本以构建覆盖全国乃至全球范围的全媒体播出矩阵。

借“微”转型：纪实短视频促进多元文化交融

在2017年首届西湖国际纪录片大会上，业内人士明确提出未来纪录片的发展转型模式要像“沙漏”一样具备“大小两端”的特点，其中的“大”指大投入、大体量、大传播的鸿篇巨制，“小”则指轻操作、低成本、接地气的微型纪录片。[8]而处于海量信息充斥于人们日常生活的新媒体时代，后者由于具备话题性强、互动性高及短小、主题单一、视角微观的特点更受到作为网生代群体的年轻人青睐和喜爱，契合了他们移动化、碎片化、非线性的观看方式、快消式的内在观看心理，及高效获取信息的接受习惯。其实，各大媒体平台自本世纪的第一个十年开始就尝试布局微纪录片领域，如人民日报的《我们都是追梦人》，央视的《故宫100》《资本的故事》《人间有味》，北京电视台的《中国梦365个故事》，腾讯视频的《焦点人物》《早餐中国》，凤凰视频的《重返风沙线》《甲乙丙丁》，



《你好AI》

湖南知了青年文化的《了不起的村落》等。与此同时，新媒体时代各类智能高科技手段的融入也拓展了微纪录片的内容涉猎和表达方式，如荣获2019年中宣部“五个一工程”特别奖的系列微纪录片《如果国宝会说话》引入了高清3D数字扫描、平面信息采集、初始影像复原、表面微痕提取等智能技术，极尽真实地还原了国宝文物的精美外观和绚丽色彩。该片第二季还运用VR技术和电影全景声手法制作了耳机定制版音频，令听众感受到身临其境般的环绕立体音效，以创造专属于受众个体的私人化观影空间。

作为微纪录片范畴中一种主要由非专业人士创作、具有互动性、娱乐化和“网感”的新兴艺术形式，兼具“制作周期短、个人化程度高、生产成本低、手机拍摄、实时传输、实时话题”[9]等特性的纪实短视频正日益成为新媒体时代用户进行网络社交的一种基本语汇，它改变了以往借助图文进行信息单向传递的交流方式，极大地促进了视频制作者与接受者之间的即时互动和双向传播，增强自身话题度和用户黏性。因此，纪实短视频的崛起和蔓延也被戏称为“一场自下而上的新文化运动”。据统计，2018年我国网络短视频用户高达6.48亿，市场规模467.1亿元，同比上年增长744.7%。[10]一条、二更等PGC(Profession-generated Content，专业生产内容)平台和抖音、快手等UGC(User generated Content，用户生产内容)自媒体App都将短视频作为内容承载和互动交流的主要手段。此外，部分正能量、年轻态、个性化的纪实短视频也有利于提升纪录片的社会价值、拓展受众范围和挖掘长尾市场。在互联网时代全面来临之前，传统电视媒体为人们创造了温馨的家庭共处情境，即全家人可以围在一起观看某档电视节目，而纪实短视频则充当了网络新媒体时代家庭凝聚剂的角色，具体表现为越来越多年轻人乐于同父母、长辈一起拍摄和欣赏家庭主题的短视频、Vlog(video blog，视频博客)。

自2010年国家广电总局颁布《关于加快纪录片产业发展的若干意见》后，中国纪录片开始步入产业化、市场化发展的征程，纪录片创制主体和传播渠道愈加多元丰富，受众的审美趣味和收视习惯也随之发生改变，这就要求纪录片的文本内容、样式结构及

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

文化底蕴等做出相应调整。2012年《舌尖上的中国》成为当年的现象级文化事件,收视率超过同期热播电视剧和综艺节目,被视为“纪录片从高端走向大众”[11]的标志,也预示了原本曲高和寡的纪录片领域出现了主流文化、精英文化、大众文化等交融互渗的发展趋势。在这样的文化演进和融合背景下,纪实短视频这一具有大众文化、民间文化及草根文化属性的泛纪实品类亦开始越来越多地进入大众视野。更多是由用户自主创作和通过个人账号、自媒体平台传播的短视频使得纪录片的主导话语权不再只掌握在代表主流文化、精英阶层的“意见领袖”“行业精英”手中,促进多元文化交融的同时也助推了新媒体时代纪录片的全民共创态势的形成。

科技赋能:受众导向思维下的新型创作范式

在各类新兴技术层出不穷的智能互联网时代,纪录片的“受众不仅是接受者,同时成为参与者、创作者和传播者,纪录片的创作与传播融合,纪录片实践往往成为一场行动主义的社会活动”[12]业已成为现实。而新的传媒科技对纪录片的赋能尤其体现为VR纪录片、交互式纪录片等极具沉浸感、互动性和想象性的新品类的诞生。其中,作为弥补以往仅将受众当作信息接受者的单向传播模式的“补偿性媒介”,VR纪录片的叙事空间从传统的线性二维空间转变成三维立体空间,它借助3D、CGI、AI等技术“复原某些历史中曾经存在的场景、事物,打破时间、空间和一切外部限制,轻而易举地消除某些叙事断点”[13],同时以360度的全景视野摒弃带有创作主观性和刻意引导意味的“画框”与蒙太奇技巧,增强受众的参与感和主观能动性,让他们参与到纪录片的场景设置和叙事表达中而产生一种身临其境般的沉浸式观影体验。如由财新传媒于2015年出品的中国首部VR纪录片《山村里的幼儿园》就真实还原了贵州松桃及湖南古丈农村留守儿童的生存环境,以及他们和进城务工的父母、乡村教师志愿者之间所发生的故事。2016年圣丹斯电影节上展映的VR系列纪录片《游牧民族》(*Nomads*),通过数字虚拟来建构极尽真实和具象的原始淳朴的游牧民族生活场景,使观众置身于其中而感受到较强烈的“存在感”和临场感。此外,《最美中国》《盲界》《触摸清华》《制胜!中国海军陆战队》等VR纪录片均以新颖炫酷的高科技形式强化受众在片中的主动性和选择权,改变了纪录片的整体样貌和生态景观。

交互式纪录片(interactive documentary)在VR纪录片需佩戴特制眼镜才能参与内容建构的基础上,借用文本超链接、移动计算机设备及AR等高科技手段使观众以角色扮演的方式进入影片界面,而“去中心化”、自发性、游戏化的叙事特性又改变了以往“你说我听、你播我看”的单线传播模式,形成“‘人人发言’的状态,迎合了当今时代一种基于平等和‘感性的再分配’的政治和美学机制”[14]。如由雷德利·斯科特(Ridley Scott)和凯文·麦克唐纳(Kevin Macdonald)召集汇编、与YouTube合作出品的《浮生一日》,一部被称为真正意义上“全民电影”的纪录片,创作者以“爱”和“恐惧”为主题向192个国家的网友众筹2010年7月24日这一天的生活影像,最终搜集了8万多个囊括战争、婚礼、旅行等不同题材的素材片段;记录2011年阿拉伯人起义的《在埃及的18天》也通过观众上传视频的方式组成影片的全部内容;在讲述现代城市极速化发展的《窗外》中,观众还可以自主选择查看制作者预先拍摄好的故事段落。总之,这类纪录片的出现印证了法国思想家罗兰·巴特(Roland Barthes)所提出的“作者之死”的论断,即传统意义上创作者与作品之间的“父子关系”的神话趋渐瓦解,完全由创作者主观操纵的局面开始向更加自由开放的互动式传受关系转变。

随着科技手段的高度发达和表现形式的日渐丰富,坚守“内容为王”的基本准则、注入人文意识和人性关怀以实现对AI、VR、AR等新兴智能技术的“驯化”就成为纪录片在新媒体时代取得进一步发展的核心要义。即使在VR纪录片这类注重实验探索而轻叙事的以科技驱动的影片中,对优质内容的打造和深度意义的挖掘也能够引起生活在快节奏、商业化物质世界中的现代观众产生强烈的情感带入和心理认同。如被公认为全球第一部真正意义上的VR纪录片,由VR/AR内容制作工作室“龙出没”(Here Be Dragons)于2015年推出的《锡德拉湾上空的云》(Clouds Over Sidra),以12岁叙利亚女孩锡德拉(Sidra)的故事为叙事主线来展现叙利亚难民营窘迫艰难的

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

生活情境，引发人们对战争、暴力及人类生存价值的反思；VR纪录片《摆渡人》则将镜头聚焦于名为松堂的中国首家临终关怀医院，通过呈现其中感人而又温馨的病患日常来促使观众重新思考生命的真谛；而在《我到新疆去》《印象乌鲁木齐》《西湖》等描摹祖国美景和地域风光的VR纪录片中，壮观宏阔的鸟瞰视角和秀丽旖旎的青山绿水的感染力、震撼力更易勾连起中国观众内心的自豪感。

边界拓展："纪实+"格局中深耕垂直领域

20世纪90年代末至21世纪初，收视率逐渐成为衡量电视台节目质量和攫取广告收入的唯一杠杆，迫于生存压力的纪录片不得不与电视剧、电视综艺等高人气和高收视的节目样式同台角力以获得有限的市场份额。这样的尴尬处境导致某些纪录片栏目制片人喊出了"在坚持非虚构的美学底线的前提下"，"突破纪录片与专题片的界限、纪录片和社会报道的界限、纪录片和故事片的界限、纪录片和文艺片的界限"[15]的呼声。而在信息庞杂海量的智能新媒体时代，运用VR、CGI、AI等智能科技来拓展传统类型边界以满足愈发多元化、个性化及差异化的受众收视需求和审美趣味，也不失为纪录片在当下更为竞争激烈的传媒市场环境中寻求广阔发展空间、提升自我竞争砝码的一个可行之策。如上文提到的VR纪录片、交互式纪录片等。与此同时，作为集多情节、快节奏、明显矛盾冲突等现代观众注意力吸引点于一体的跨媒介艺术品类，"纪录剧情片这种于虚实之间跨越彼此边界的融合与坚守，相较于纯粹纪实的纪录形态而言，从受众接受心理层面更符合人类爱听故事的天性，是亲近更多观众、赢得更大市场的一种选择"[16]。

在纪录片边界拓展和外延突破的过程中，"纪实+"的产业格局雏形渐显，它"将纪录片的文化属性和文化成果作为生产要素与经济领域的相关部门、行业相结合，产生1+1＞2的经济收益"[17]。如"纪实+真人秀"的《爸爸去哪儿》《奔跑吧》；"纪实+电商"的《舌尖上的中国》《日食记》等泛纪实化作品均收获了较高话题度和可观的经济收益。央视纪录频道的《如果国宝会说话》则以"纪实+"创作模式为基础实现了纪录片市场价值和社会价值的共赢，体现为五洲传播出版社于2019年8月出版发行了该片的中文、英语、法语等多语种同名图书，其间增加了相关文物的制作过程讲解来帮助读者清晰解读原节目中每件国宝背后的故事，在拉长纪录片衍生产业链的同时还提升了节目的知识普及性和文化涵养性以助推口碑持续发酵。而腾讯视频也在2018年顺势提出"泛纪录片"思路和"品类焕新"的概念，并制作了一系列"纪实+"作品，荣获第十九届中国视频榜——年度真人秀奖的《奇遇人生》就是其中反响热烈的代表，节目一反同类纪实性真人秀中常见的人设、台本、煽情等套路设置，借用具备电影大片级质感的视听语言和真实自然的创作技巧凸显出嘉宾的真性情。此外，近几年口碑与收视俱佳的央视综合频道的《客从何处来》、腾讯视频的《风味人间》、央视财经频道的《青春季》皆尝试采用了"纪实+"的生产模式。

从另一方面讲，在媒体全面融合后纪录片类型边界日益模糊和彼此跨越的同时也开始注重往类型化、精细化及定制化的方向发展，出现了诸如《舌尖上的中国》《老广的味道》《风味人间》等美食类纪录片、《我在故宫修文物》《寻找手艺》《百心百匠》等工匠类纪录片、《人世间》《手术两百年》等医疗类纪录片、《探寻人工智能》《AI·未来》《大数据时代》等智能科技类纪录片。这些引起一定话题度和收视率的纪录片助推了新媒体时代观众个性化、差异化消费需求的日渐成型，也对纪录片创作者和生产平台走垂直化、专业化和深度化的发展道路提出要求，即利用大数据、云计算等智能传媒技术来提炼用户画像与追踪核心受众群体，在对他们的行为数据和偏好进行详细分析的基础之上深耕垂直内容领域，最终实现精准传播和建立有效的用户连接。如以ACG等二次元文化追捧者为主体用户的B站在2017年年末推出"寻找计划"，并与专业纪录片制作机构合作出品了《人生一串》《历史那些事》等受亚文化青年群体喜爱的轻量化、精品化、小而美的优质纪录片。

结语

正如马歇尔·麦克卢汉所言"媒介即人的延伸"，新媒体时代VR、AI、大数据等技术手段的发明运用进一步延伸纪录片创作者的感官和智慧，给纪录片的生产构思、营销发行等环节带来了极大便利。而

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/

高歌猛进、瞬息万变的智能科技也可能裹挟着现代社会中潜藏着的低俗思想和冷漠情感，将纪录片引向“技术乌托邦”和繁琐美学的窠臼，并带来技术迷恋、算法偏见、信息茧房等一系列隐患。与此同时，在信息社会获取信息手段的多元和信息内容真实性的失真也极易导致用户隐私泄露，并构筑起米歇尔·福柯所言的“全景敞视监狱”。即言之，在新媒体时代纪录片的创制和播映中仍需要发挥创作者的艺术品位、审美认知和价值判断等主观情感，积极拥抱媒体融合大环境和善用各种智能技术来拓展纪录片的传统边界和类型外延，开发微纪录片、VR纪录片、交互式纪录片等颇具先锋探索精神和网络质感的新兴品类，以顺应当下网络新媒体时代纪录片类型样式、表现手段、视听技巧等不断多元化、科技化、智能化的现实格局。

注释：

①谢俊贵.当代社会变迁之技术逻辑——卡斯特尔网络社会理论述评.学术界，2002，(4)：191—203.

②何苏六.开启中国纪录片的新纪元.传媒，2012，(8)：13—16.

③彭兰.智媒化：未来媒体浪潮——新媒体发展趋势报告(2016).国际新闻界，2016，(11)：6—24.

④Ithiel De Sola Pool. Technologies of freedom. Cambridge. MA: Belknap/Harvard University Press, 1983. 23.转引自：邵鹏.媒介融合语境下的新闻生产.杭州：浙江工商大学出版社，2013.1.

⑤孙平，张国飞.纪录片产业媒介融合的实践现状、特点及问题分析.现代传播，2015，(2)：103—106.

⑥樊启鹏，李瑞华，任伯杰.2018年中国纪录片产业发展研究报告.电影艺术，2019，(3)：118—122.

⑦胡正荣.构建全媒体传播体系：内涵与层次.新闻与写作，2019，(8)：1.

⑧王剑.“沙漏”模式、融合传播、产业营销——融媒体时代中国纪录片发展新趋势.浙江传媒学院学报，2017，(5)：48—51，144.

⑨何苏六，李宁.2012中国纪录片行业盘点.电视研究，2013，(4)：18—20.

⑩周结.2019中国网络视听发展研究报告.https://www.sohu.com/a/316802357_728306，2019-05-27.

⑪张同道，胡智锋.2012年中国纪录片发展研究报告.现代传播，2013，(4)：81—89.

⑫孙红云.数字时代纪录片形态及美学嬗变分析.北京电影学院学报，2016，(3)：46—51

⑬黎小锋，贾恺.纪录片创作北京：中国国际广播出版社，2017.214.

⑭侯洪，宁珂，王卓尔.交互式纪录片的现实建构与发展症候及其反思——基于媒介研究“实践范式”的视角现代传播，2018，(4)：114—118.

⑮何苏六.中国电视纪录片史论.北京：中国传媒大学出版社，2005.148.

⑯牛光夏，成亚生.论纪录剧情片对“虚实”的跨界与坚守.中国文艺评论，2019，(6)：39—46.

⑰王一丽.浅析“纪录片+N”产业发展模式.品牌研究，2018，(4)：160—161.

The Convergence Paradigms and Transformation Path of Documentary Films in the New Media Age

Niu Huangxia　Cheng Yasheng

Abstract: With the development of Internet from digital Web 2.0 to Web 3.0, newly emerging media technologies such as big data, cloud computing, 5G, VR, AR, Al etc. which have rewritten the documentary ecological landscape, and have gradually prompted it to develop towards the three-dimensional convergence stage of content convergence, channel convergence, platform convergence and cultural convergence, and as well as the Stereoscopic convergence phase of cross disciplinary creation and media-wide communication. The upsurge of micro-documentaries, VR documentaries, interactive documentaries which have Internet genetics, individualization and interactive features, also present a diversified development trend and a breakthrough and transformation of the traditional inherent forms with the empowerment and assistance of these intelligent technologies.

Key words: new media era; intelligent; documentary; convergence; transformation

China Social Science Excellence .All rights reserved. https://www.rdfybk.com/