

现实题材剧成海外传播热点 国产剧加速扬帆远航

张啸涛

2022年伊始，改编自梁晓声同名小说、展现中国人在大时代中不断奋斗的电视剧《人世间》，被美国华特迪士尼公司预购了海外独家发行版权。同时，讲述中国军人成长故事的军旅题材电视剧《王牌部队》宣布于6月29日在日本电视台播出。4月1日，将“时空循环”与本土叙事巧妙结合的悬疑剧《开端》在网飞（Netflix）上线，上线国家和地区是新加坡、越南、马来西亚、文莱和中国台湾等。另外，韩国娱乐视频平台也购入了展现中国特警和医生职业精神的偶像剧《你是我的城池营垒》的播出版权。从年初到现在，国产现实题材电视剧以多元的类型、高品质的制作和贴合时代精神的表达日益受到海外市场的关注，呈现出国产电视剧海外传播的新趋势。

表现人类情感共同需求

作为最具影响力和传播力的大众文化之一，电视剧是当代社会价值观、文化感召力和文明形象的重要载体。电视剧既展现了流行文化，也是国家叙事的表征，通过通俗易懂的美学形式和便利日常的大众传媒，电视剧在全球跨文化传播和对话中具有重要的地位。

由于文化背景差异，古装剧和历史题材以鲜明的审美辨识度，成为最早进入国际传播的国产电视剧类型。近些年，随着产业升级，中国影视工业化水平的提高，特别是温暖现实主义美学在电视剧创作中的发展，反映当代中国社会精神面貌、人民生活并且形成多元类型的现实题材电视剧，逐渐成为国际传播的热点。

中国是电视剧生产和消费大国，2021年国产电视剧备案部数为498部，制作发行194部，共计6736集。其中，发行现实题材剧目计4777集，约占比71.92%；历史题材剧目计1508集，约占比22.39%；重大题材计437集，约占比6.49%。由此可见，现实题材已经成为国产电视剧创作的主流，所以，现实题材电视剧的海外传播是建立在类型成熟和产业发展基础之上的。

2021年，在全球50多个国家播出，同时在海外视频平台优兔（YouTube）热播剧场频道上线的现实题材电视剧《山海情》，展现出普通劳动者用昂扬和乐观的精神改变大西北贫困面貌的历史。同样，《人世间》通过北方一户普通工人家庭及其周围一群人的生活经历，表现中国跨越半个世纪的社会变迁。当代军旅题材电视剧《王牌部队》通过对中国军人形象的塑造，讲述超过40年时间跨度的强军雄心。《开端》在超现实叙事的外壳下，包裹着强烈的人文关怀，描摹出普通人的懦弱与勇敢、善良与温情，展现出人性之光。《你是我的城池营垒》将特警与医生尽忠职守守护生命的热血故事，融入甜蜜的爱情，真实动人。

无论身处任何文化语境中的人们都会向往美好生活，希望从艺术作品中感受情感温度，获得生活启示，激发精神力量。这几部在海外受到关注的电视剧，无一例外都采用了普通人的视角，着力发掘人性的善良、生活的美好，表现人们对光明未来的追求，彰显了温暖现实主义的美学风格。表现人类



情感的共同需求，将情感与想象力融合，是国产电视剧在海外传播的过程中消除文化壁垒的关键所在。这几部作品以几个家庭或一个群体为时代截面，或关注脱贫话题，或聚焦时代进程，或呈现人物的成长，或表现人性的光芒，让不同文化背景的观众都能沉浸在现实生活丰富而复杂的生命状态与生活状态，有悲伤、有喜悦、有感动，将认知与情感协同，使天地万物有情化，从内心深处感受到深深的共鸣。

海外传播实现多重突破

现实题材作品创作一定要坚持多元化的原则，开拓题材选择维度、探索多样性的叙事手法，才能推陈出新，不断涌现精品力作。今年以来，类型多元的现实题材电视剧创作，在海外获得关注和传播，实现了国产电视剧海外传播的新突破。

首先是类型、题材的突破，表现普通人奋斗历史的电视剧在好莱坞大型影视公司播出，现实主义军旅题材电视剧在日本主流电视台播出都是首次，“无限流”叙事电视剧的创作并登录网飞在国内也属首次。其次是传播范围的进一步扩大，这些作品不但在亚洲地区的电视台和视频平台播出，还进入到美国的主流媒体。再次是温暖现实主义美学、认知与情感的协同表达，实现了国产电视剧价值观的输出，并且得到普遍认同和传播。

国产电视剧在海外传播的过程中，曾经一度受制于技术条件的掣肘、创意思维的局限和产业链条的缺失，但在国家政策的积极推动和创作者的持续努力下，国产电视剧的海外传播已经形成多维、立体的传播形态。目前，国产电视剧的海外传播除了依靠中国国际电视总公司与各国电视台进行官方合作外，还在国际流媒体平台上线播出。同时，由于作品制作精良以及对价值观和情感认知的认同，海外商业媒体也不断加强与国内影视企业合作，使国产电视剧建立起更完整的发行渠道。此外，国内具备实力的视频平台和流媒体平台也在全球建立播出渠道。腾讯视频WeTV、爱奇艺国际版、芒果TV国际版等平台正逐步扩展海外的影响力。

此外，国家广播电视总局自2019年起实施的大型国际传播活动“视听中国”，已在海外建立58个电视中国剧场，推动了《超越》《功勋》等近百部优秀节目在100多个国家和地区的电视和网络媒体播出。由国新办对外推广局和国家广播电视总局国际合作司共同支持的“中国联合展台”，助推不少热播国产电视剧在海外亮相，如《在一起》《光荣与梦想》《山海情》等作品分别在2021年春季戛纳电视节、新加坡电视节在线活动上推广。“中国当代作品翻译工程”“中非视听共享”等重点项目提供译配支持，帮助国产剧传播突破语言障碍和文化壁垒。类型多元、品质精良、展现当代中国风貌的现实题材国产电视剧，正以崭新的姿态触达更多海外受众。

（作者为中国艺术研究院电影电视研究所副研究员）



近百名外籍专家感受中国非遗

程潇潇

从仿古牌楼进入，仿佛穿越到宋代街市，角楼檐下错落悬挂着丝竹灯笼，街道两侧商舖林立，街上人山人海，耳边传来此起彼伏的吆喝声，只见一位位传统匠人把工作台搬到了现场，向观众展示温州漆器、瓯塑、泰顺木偶雕刻、乐清细纹刻纸等多项非遗制作技艺，指尖上的精彩让往来游客不禁驻足翘首。

6月2日至3日，由温州市文化广电旅游局主办的“宋韵非遗·千年瓯风”——2022年温州市“文化和自然遗产日”活动举行，8大类50余项温州非遗代表性项目在当地集中亮相。逼真的场景再造，以及结合线上直播矩阵打造的非遗购物节，重现诗韵风雅与市井烟火并存的宋时繁华集市，带给广大市民全方位、沉浸式的非遗体验。

浙江省非遗项目“夹纻漆器”代表性传承人、龙港何氏夹纻漆器第五代传人何必阔将多件风格各异的作品带到集市现场，这种素髹漆器造型简约、色彩单一，是宋代流行的风格。在宋朝，温州是全国漆艺制造中心，有着“温州漆器，两宋第一”的美誉，出产自温州的漆器曾是古代海上丝绸之路上的热销品。近年来，随着大众对传统文化审美复苏，非遗及其衍生品市场渐渐打开。如今，何必阔在漆器研发时更加注重实用性和艺术性的结合，“只有让漆器重新走进更多人的生活，古老工艺才能更好地传承下来”。

64岁的传承人王钊巧展示的是瑞安东源木活字印刷术。这是一项入选世界非遗，迄今有800多年历史、中国已知唯一保留下来且仍在使用的活字印刷技艺。“你看，这枚木活字毕业印章，可以按照不同姓名、班级、学校进行定制……”据王钊巧介绍，除了传承传统技艺，他们还研发了蒲扇、刻章、华容道玩具、拼图等多种木活字文创产品。

“中国传统文化有着极为迷人的魅力，我们应该持续大力发扬。”集市现场，热衷中国文化的意大利学者唐云说。唐云曾在意大利出版《发现瑞安非物质文化遗产》一书，专题介绍了木活字印刷术等多种中国古老非遗。

6月3日恰逢端午节，包括唐云在内的近百名在温外籍专家，在相关部门组织下畅游集市。“木偶变脸太神奇了！”来自美国的阿尔弗雷多·奥多多惊叹。他刚到温州数月，一直都知道中国有着非常丰富的传统文化，如今身临其境，更是被浓郁的中国传统节日氛围所感染。来自肯恩大学艺术设计方向的教授毛里齐奥·弗雷纳在短短的两个小时里，见识到了许多独具魅力的中国传统工艺，也结识了多位温州民间艺术家，“希望今后有机会与他们达成一些合作”。

千百年来，积淀深厚的瓯越大地孕育出了绚丽多彩、魅力独具的非物质文化遗产。目前，温州市列入联合国教科文组织的世界非遗项目4项、国家级非遗代表性项目35项、浙江省级非遗代表性项目145项、温州市级非遗代表性项目779项，项目数居全国设区市前列。

近年来，温州市秉持“见人见物见生活”的理念，在非遗保护传承方面取得累累硕果——2020年，温州“非遗在社区”工作被文化和旅游部列为全国八个试点城市之一；2021年，温州在全国率先打造“非遗百家坊”品牌，创新实践城镇社区非遗传播的新途径、新空间、新方式；首次举办中医药非遗发展国际论坛。此外，温州市还推出“让世界看见温州非遗”系列外宣短视频，创排东亚文化之都开幕式“非遗一台戏”等，让温州非遗真正走上了国际舞台。

上图：外籍专家在温州畅游非遗集市。

下图：外国儿童在温州体验非遗习俗。主办方供图

纪录片《惠安女》面向海外华人播出

本报电（夏文）以独特服饰、奇异婚俗和勤劳精神闻名遐迩的惠安女，是福建文化的一张名片，也是各类文艺作品中经常出现的美丽风景。近日，历时10年拍摄剪辑的公益纪录片《惠安女》在美国中文电视台播出，让美国华侨华人领略了惠安女美丽、贤惠和勤劳的风采，也增进了人们对福建惠东渔村风土人情的了解。

纪录片《惠安女》从《服饰》《婚俗》《兴趣》《海韵》《石魂》5个篇章展现了惠安女服饰、婚俗、精神生活以及在山海之间形成的对万物的包容和吃苦耐劳的品格。该片投资制片人、导演和摄影哈克对惠安女群体的关注由来已久，早在2009年就出版《惠安女服饰和刺绣》画册，论述了惠安女服饰和刺绣的特点及其历史沿革。此前，纪录片《惠安女》曾在国内多家电视台播出，获得广泛好评。

出品方供图

“中国制造”亮相美国乐器展

谭晶晶

一年一度的美国乐器展日前在美国加利福尼亚州阿纳海姆会展中心举行。“中国制造”乐器在展会上亮相，吸引众多观展者目光。

美国乐器展从1901年开始举办，逐渐成为全球规模最大以及历史最悠久的国际音乐产业盛会之一。去年展会因新冠肺炎疫情取消，今年恢复举行，全球3500多家音乐产业展商参展。中国企业一直是美国乐器展上的重要力量，2020年约有220家中国企业参展。受疫情影响，今年参展中国企业数量大幅减少，但不少企业从国内运送乐器、配件等来美参展，并派代表在展会上介绍。

广州珠江钢琴集团在展会上设了一个独立展厅，展示多款钢琴供观展者弹奏，包括珠江钢琴技术团队与欧洲钢琴设计名家合力研发打造的专业级别“恺撒堡”钢琴。一些音乐爱好者在展厅里边弹边唱，迎来阵阵掌声。

珠江钢琴集团海外营销总监蔡能说，北美是很重要的海外市场之一，集团此次从国内运来40台钢琴参展，希望在展会上接触更多消费者和经销商，提高品牌知名度，继续拓展海外市场。

山东山石麦乐乐器有限公司在展会上亮相的十余把电吉他造型新颖，设计独特，前来洽谈的顾客络绎不绝。来自美国加州锡米瓦利市的珍妮弗·普赖斯表

示，自己经营一家名为“Music Music”的乐器店，因疫情停业两年后最近重开，店里有很多中国乐器，这次计划在展会上订购更多中国制造的吉他。她说：“中国手工吉他质量上乘，音色好，性价比也很高，一直是店里的畅销货。”

来自深圳的卓乐科技有限公司展示了多款电吉他和吉他效果器、音箱等产品，展区里不时挤满前来试用的吉他爱好者和客商。公司代表艾克白说，参加展会将有助于将公司新产品推广到北美市场，扩大“中国制造”乐器的影响力。

（据新华社电）



《古韵新声》再“上新”

吕帆

父》与改编歌曲《沧浪行》相映成趣，AR虚拟技术带领观众一览楚地江畔；舞蹈《飞龙在天》将文物《九龙图》“一键激活”，生动呈现华夏民族对龙腾崇拜的悠久历史与自强不息的精神；杂技《五色缕》结合古画《瑞阳故事图·系彩丝》中的“放大版”五彩绳，体现出人们祈福纳吉、长命百岁的良好愿望。“谢安赠扇”的故事引出舞蹈《扇舞仁风》，展现赠扇扬仁风的品质与精神。节目尾声，一场跨越时空的创新呈现让很多观众顿时“泪目”。节目组设计“楚辞之祖”与“乡愁诗人”同台对话，共诉《归乡》。这份延绵2000

余年的家国情怀让观众感叹：“曾熟读的诗句，今天才真正读懂”。

文物和文化遗产承载着中华民族的基因和血脉，是不可再生、不可替代的中华优秀传统文化资源。如何让更多文物和文化遗产活起来？如何营造传承中华文明的浓厚社会氛围？此前，《古韵新春》、《古韵新声》清明节目“文化访谈开先声，古风乐舞叙风貌”的创新模式已获观众点赞，“赏歌舞、提审美、长知识”成为年轻观众的共识。此次《古韵新声》深入挖掘端午节的文化底蕴，结合文艺节目生动、唯美的表达优势，再次做出了文化传播的有益探索。

文明传承不是简单的复古，而要“以古人之规矩，开自己之生面”。小到香囊里装什么香料，大到文脉赓续、民族气节，《古韵新声》聚焦传统节日的文化内核，将传统文化中的家国情怀与当今的时代精神对接，让观众在潜移默化中深刻地理解：包括端午在内的传统节日既奔涌着数千年的文化传承，也不断注入着新的时代内涵，具有跨越时空、超越国度的永恒魅力。

图为《古韵新声》端午节目中，“楚辞之祖”与“乡愁诗人”同台对话。

出品方供图