

# 现实题材电视剧地域特色的新时代表达

## ——以浙产现实题材电视剧为例

黄竞天<sup>1</sup>, 戚鸿峰<sup>2</sup>

- (1. 浙江传媒学院文学院, 浙江杭州 310018;  
2. 浙江传媒学院播音主持艺术学院, 浙江杭州 310018)

**摘要:**新时代的中国现实题材电视剧正在面临“当下性”与“真实感”的双重挑战。浙产现实题材电视剧善于呈现地域特色,通过地域符号的现代化展现而保持了“当下性”,通过普世情感的中国式表达营造了“真实感”,为现实题材电视剧建立了“讲好中国式现代化故事”的成功样板。

**关键词:**现实题材;浙产电视剧;地域特色;转型;中国式现代化

**中图分类号:** J905.2

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-8418 (2023) 03-0109-09

关于电视剧地域特色的研究,曾在20世纪90年代兴起,<sup>①</sup>又在千禧年后式微。近年来,电视剧业界出现不少如《狂飙》《山海情》《去有风的地方》等地域色彩浓厚的现实题材作品,学界也从本土性、民族性、地方性等各个切入点,重新兴起了对电视剧地域性表达的讨论。<sup>②</sup>这一趋势,与国产电视剧“走出去”、中华文化“走出去”、中国形象“走出去”的时代大命题有着密不可分的关系。步入“讲好中国式现代化故事”的新时代,弘扬文化自信成为文艺工作者的重要使命。人们必须重新认识地域特色的表达在现实题材电视剧创作中的重要性。

## 一、问题的提出:现实题材电视剧的发展困境

### (一) 现实题材电视剧的“当下性”与“真实感”特征

自党的十九届五中全会提出建设“社会主义文化强国”的重要目标后,“加强现实题材创作生产”成为了文艺界的主要任务。现实题材电视剧因其贴近生活、与时俱进的风格,成为展现新中国形象、展现新中国老百姓形象的重要艺术形式。

“现实题材电视剧”是一个产业概念而非学理概念。它时常出现在影视产业的相关政策、分析和数据中,对于电视剧产业的重要性不言而喻,但在理论的界定上却存在分歧。陈友军认为,现实题材电视剧应指新中国成立以来,以中国人的当代生活为背景,以反映当代人的思想感情和社会情状为主的一种电视剧艺术形态。<sup>[1]</sup>胡智锋认为,只要是发生于当代、当下社会现实的内容,均在现实题材的概

**基金项目:**浙江省哲学社会科学规划课题“网络剧伦理体系重构研究”(22NDJC117YB),杭州市文联文艺精品工程扶持项目“新时代杭产现实题材影视作品的内容突围路径研究”,浙江传媒学院青年教师科研提升计划项目“新时代现实题材影视作品的内容突围路径研究”(ZC21XJ018)。

**作者简介:**黄竞天,女,讲师,博士研究生;戚鸿峰,男,副研究员,硕士。

① 1990年12月,北京、天津、上海三市电视艺术家协会在天津联合召开了“全国第一次地域特色电视剧学术研讨会”,钟艺兵、梁嘉琦、高鑫等四十余人曾对“地域特色”电视剧的界定展开讨论。

② 参见:段鹏,张斯充.北京现实题材电视剧的本土化生产与国际化传播[J].中国电视,2022(12):22-27.刘阳.新时代现实题材电视剧的民族认同与文化记忆研究[J].中国电视,2022(5):34-39.杜志红,张璐阳.“地方”与人的价值支点:一种解析电视剧的视角[J].当代电视,2022(2):54-59,108.肖翔.地域特色音乐在现实题材电视剧中的应用[J].中国电视,2021(10):101-105.

念范畴之中。<sup>[2]</sup> 操慧等提出,现实题材电视剧源于人们对自身所处的现实社会、现实情况的认知、表现、思考及审美需求。<sup>[3]</sup> 周星认为,宽泛来看,非历史、非过去的题材都可以进入现实题材范畴。狭义而言,现实题材的主题是表现创作当时的社会状况和人们生活感受,直面创作当下的社会问题,揭示社会生活的矛盾。<sup>[4]</sup> 学者们的不同观点,足以说明现实题材电视剧的概念包容性强、范围大、较复杂。但就如饶曙光总结,关于现实题材的争议主要是为创作实践提供更广阔的渠道,故对其的解读与定义要从实践创作的促进角度出发,宜宽不宜窄,宜全面不宜片面。<sup>[5]</sup>

上述学者的观点不尽相同,但都表达了现实题材电视剧的“当下性”与“真实感”两个特点。一方面,“现”即“当下”,现实题材电视剧是一种具有时代性的文艺作品,应着墨于社会当下情境的描绘。唐朝白居易在《与元九书》中云“文章合为时而著,歌诗合为事而作”。1200 多年后,习近平总书记引用了这句话来阐述文艺与时代之间的关系,并提出倡议,文艺只有植根现实生活、紧跟时代潮流,才能发展繁荣。<sup>[6]</sup> 另一方面,“实”即“真实”,现实题材电视剧虽是一种具有虚构性的电视形态,但应追求真实的审美感受。真实感是影视艺术的重要内核之一,如巴赞的真实美学所述“画面首先不是为了给现实增添内容,而是为了揭示现实真相”<sup>[7]</sup>,亦如 1921 年我国第一份影视刊物《影戏杂志》的发刊词所言,“影戏最是逼真,所以代表生活状态的能力,最是充足不过的”<sup>[4]</sup>。

为了表达现实题材电视剧的真实感与当下性,创作者应通过艺术化的方式,以现实生活为原型,创作聚焦社会核心、贴近人民情感的故事。紧跟时代,表达真实,这就是现实题材电视剧的独特之处。

## (二) 失去“当下性”与“真实感”的现实题材电视剧

近年来,我国现实题材电视剧产业发展迅速。从政策层面来看,国家广电总局通过开展“中非创新合作提升工程”、建立“电视中国剧场”等形式,对现实题材电视剧创作与国际传播提供了引导与支持;从市场角度而言,《鸡毛飞上天》在国内外拿奖无数,《媳妇的美好时代》从中国火爆到了非洲,成为现象级作品。在政策和市场的双重刺激下,现实题材电视剧已经成为我国当前国产剧市场的主流创作方向。现实题材电视剧在我国电视剧总产量中的占比,实现了从 2013 年 54.88% 到 2022 年 80.63% 的爆发式增长。<sup>[8]</sup> 然而,在现实题材电视剧数量“井喷”的背后,却存在“内容悬浮”“原创度低”“不接地气”等质量问题。<sup>[9]</sup>

内容落后于时代,会使得现实题材电视剧失去“当下性”。现实题材电视剧理应在市场选择与政策引导的动态博弈中寻找共融地带,但在电视剧的发展过程中,政府规制与市场机制时常呈现出矛盾难融的状态,要兼容官方导向与市场需要并非易事。<sup>[10]</sup> 从政策角度而言,官方政策往往带有政治命题的性质,引导正能量、主旋律。制作方为求“过审”,在情节与内涵上往往倾向保守,角色千人一面,故事空洞套路,从而导致观众对传统主旋律电视剧的审美疲劳。而从市场角度而言,电视剧制作方以市场经济效益为原动力,追求利益最大化的结果就是采用“保守战略”,迷信 IP、忽视原创、热衷翻拍,导致国产剧不得不面对“炒冷饭”的质疑。

缺乏与观众的情感联结,令现实题材电视剧失去“真实感”。近年来,时有打着“现实题材”旗号,却虚有日常布景、生活底蕴严重不足的问题剧。《心想事成》中的打工女孩能轻松买下皇城脚下的四合院,《南辕北辙》中动辄住豪宅、开豪车的角色设定均引起了观众的吐槽,认为创作者不接地气、虚假浮夸。观众对于剧情的感受与他们自身的情感认知是分不开的。人们在电视剧内容中寻觅情感共鸣,电视剧内容亦应向观众提供他们在社会中进行情感沟通的素材。<sup>[11]</sup> 由于部分现实题材电视剧没能深入挖掘观众真实的情感需要,没能满足观众的情感需求,故难以给观众带来情感共鸣。这也是现实题材电视剧剧情“悬浮”的症结所在。

内容重复套路则落伍,缺乏情感联结则虚假,这就是现实题材电视剧正在遭遇的时代困境。这一困境的深层诱因,是电视剧流水线、模板化的生产模式。过度的工业化发展不仅使得电视剧的内容“千

人一面”、难出精品,也造成国产剧在国内与国际市场上缺乏辨识度,难以与制作工艺更先进、风格更鲜明的日韩剧、英美剧相抗衡,导致观众不断流失,口碑陷入低谷。身处时代环境剧变的当下,我国在经济、科技、综合国力等各个方面均有飞跃,但在现实题材电视剧领域,剧集的质量发展却远不如其数量的增加,亟需突围破局。本文认为,重新回归地域特色,将为新时代的现实题材电视剧提供有效的破局思路。

浙产现实题材电视剧发展早、规模大,无论在产量还是质量方面都处于全国前列,且在长达数十年的发展中,一直坚持“现实主义”与“地域特色”双重表达,故而,可以成为具有参考价值的成功案例。在展开进一步论述前需要说明,本文所讨论的浙产电视剧概念,包括在浙江省广电局备案、审核,并最终取得“浙”字号发行许可证的电视剧,也包含由浙江企事业单位主导、参与创作制作的电视剧,以及讲述浙江故事、体现浙江精神,最终实现增强浙江地域影响力的电视剧,是囊括了出品、创作、制作等一系列产业环节的广义概念。

## 二、案例的分析:浙产现实题材电视剧的地域特色

### (一)“当下性”的塑造:地域文化的动态表达

自诞生以来,浙产现实题材电视剧一直紧扣时代命脉、贴近当下现实,随着时代环境改变来挖掘地域符号、调整地域特色表现策略。

回溯到20世纪70年代,早期的浙产现实题材电视剧关切本地事件与社会现实,擅长从普通本地人的视角来描述百姓事、百姓情。<sup>[12]</sup>第一部浙产剧《约会》(1978年)就描述了两个青涩的浙江青年人在公园第一次见面约会的现实场景,此外,还有描述浙江在城市发展过程中住房紧张特殊时期的《洞房》(1980年)、以1988年流行于江浙沪地区的甲肝事件为原型的《甲肝·1988》(1989年)等。<sup>[13]</sup>这些优秀电视剧为浙江电视剧产业的早期发展奠定了基础,也极大程度地促进了浙产现实题材电视剧以本地素材为切入点、以本地人物为视角的叙事风格。

20世纪90年代,学界兴起了关于现实题材电视剧“地域特点”的讨论,“浙派”电视剧作为发展最快的电视剧流派之一,广受关注。相较于道地亲民的“京派”、腔调时髦的“海派”、深沉雄厚的“西北派”等更具视听辨识度的电视剧流派,<sup>[14]</sup>“浙派”电视剧的地域特色表达虽算不上最吸引眼球,但却以“润物细无声”的姿态走入千家万户。那一时期的浙产现实题材电视剧依然保持着“见微知著”的叙事特点,将宏大的时代主题融入具有本地特色的微观题材中,透过生动的故事与鲜明的人物,以小见大地展现时代变迁与社会浪潮。一方面,浙产现实题材电视剧充分挖掘本地景观,利用城市、运河、山水等江南场景,营造了独特的叙事空间。在1993年的电视剧《喂,菲亚特》中,几千辆出租车在温州市区狭窄复杂的街道巷弄间鱼贯而出,展现了浙江城市蓬勃发展的景观。另一方面,浙产现实题材电视剧善于描绘与塑造具有本地特色的人物形象,从具有代表性的个体出发,用他们的视角以点及面地讲述宏大的时代话语。例如,被称为“中国三部曲”的《中国神火》(1990年)、《中国商人》(1993年)、《中国空姐》(1995年),就分别描述了我国“两弹”研制发射历程中的科学家、改革浪潮中命运沉浮的江南商人、现代中国民用航空工作人员,并用他们的不同视角来描写改革开放后的中国人和中国事。

千禧年后,随着国有电视台的民营化改革,国产剧以高速发展的势头迅速走向产业化。在流水线式、资本主导的环境中,电视剧的风格和题材呈现出了高度的一致性。在类型化与全球化的双重打击下,地域主义的发展空间受到极大的削减与打击,学者们开始质疑,人们基于共同生活的地域所产生的共同关心是否已失去了“有效性”?<sup>[15]</sup>在学界与业界对电视剧“地域特点”的关注日渐式微的背景下,浙产现实题材电视剧依旧没有放弃对自身地域特色的进一步挖掘。在这一阶段,浙产现实题材电



视剧将地域性表达的创新性方向,从视听符号的重现转化为精神意向的塑造。其中最具代表性的,莫过于“浙商精神”。<sup>[16]</sup>浙产现实题材电视剧尤为擅长讲述在改革开放后蓬勃发展的浙江商业模式。江南多富贾,温州外贸、义乌小商品、绍兴制酒等本地商业模式是浙江得天独厚的创作素材,如讲述温州商人创业路的《温州人在巴黎》(2007年)、《温州一家人》(2012年),描述在全球化挑战之下积极求变的宁波帮商人的《十万人家》(2008年),讲述从“鸡毛换糖”到“走出去”发展的义乌商贸模式的《航班几点起飞》(2007年)与《鸡毛飞上天》(2012年)。浙江商人的聪明才智与奋斗精神亦为浙产电视剧提供了真实动人的人物原型。以飞跃集团的董事长邱继宝为原型的《海之门》(2006年),以服装老字号“同义昌”第四代传人张天云为原型的《红衣坊》(2006年)等经典作品,塑造了浙江商人勇于开拓新疆域、新市场,在面对利益诱惑时内外兼修,注重科学发展与承担社会责任的形象。浙商的真实人物事迹,为电视剧主人公增添了狼性、勇气和韧劲。电视剧主人公不畏艰苦,在国内乃至全球迁徙闯荡,顺应改革开放浪潮做大做强故事,就是浙商精神的最佳体现。

近十年来,随着国家的不断发展与开放,浙产现实题材电视剧的“地域特色”塑造呈现出了包容、多元的新趋势。电视剧中的本土元素从传统向现代转变,题材和表现手法也呈现出浓郁的新时代气息。

一方面,新时代的浙产现实题材电视剧会对传统地域符号,如江南景观,进行时代性诠释与开发。江南的地域特色在于“温湿多水,河网纵横,使人性柔”,江南生产方式“种植水稻,养蚕缫丝,精细细密,使人心细”,江南是文人墨客汇聚之地“自古多艺术,有‘江南人文薮’之称,使人气质文雅。”<sup>[17]</sup>江南水乡的景观符号自带柔雅与精致,却也曾因市井气息浓厚而被边缘化,被质疑不足以承载民族审美与时代格局。<sup>[18]</sup>在新时代浙产现实题材电视剧中,依旧可以寻见青山绿水、桑园稻田、灰瓦白墙等江南影像,但在具体立意的设计上,却有了时代性变化。江南的水乡景致,虽然在承载宏大题材时显得过于柔和,但若运用在以爱情、家庭为主题,或以女性为主角的电视剧中,却能体现诗意与柔美。

例如,已入选广电总局脱贫攻坚重点项目的电视剧《我们在梦开始的地方》(2020年),取景于清新自然的水乡——杭州淳安千岛湖。电视剧画面中,温婉的江南图景与脏乱无序的贫困村形成鲜明对比,同时呼应了故事的女主角视角,一个毫无农村生活和工作经历、突然成为纠纷不断的贫困村“第一书记”的年轻女性小科员。故事用女性的温柔却不乏果断、细致却充满力量的叙述声音,将浙江乡村振兴工作细致而全面地娓娓道来。而在2022年8月的CCTV-1黄金档一播映就获得全国收视率第一的《运河边的人们》(2022年)亦采用了“老景新说”的模式。该片聚焦浙江的“运河”这一地域名片,在浙江湖州、南浔古镇等地均有取景。片中的运河,既有“风静千艘稳”“大野入苍穹”的传统意蕴,又在新时代影视工作者们的刻画与演绎中,增添了不少现代风貌:男主角路长河作为基层干部,驾驶快艇追违规货船、督促产生污染的运河沿线印染厂转型发展,为运河的水域治理献策献力;女主角梁子言,投身运河周边的历史街区改造工作,并为建设大运河博物馆而在全世界范围内收集文物……该剧通过运河人家的日常烟火气,展现了运河边的居民搬迁、运河申遗等重要历史事件,用百年运河的新风貌诠释了“诗画江南”的浙江省域品牌。

另一方面,浙产电视剧会不断挖掘与开发符合时代精神与审美的新地域符号。文化是随着社会形态的变化而不断更新的,而社会形态的变化会带来新的文化符号的出现。浙江是商业之都、创业之都,新的商业形态自然也带来了新的地域特色元素。

以电视剧《在远方》(2019年)为例,该剧讲述了一个从“黑快递”起家的草根物流产业创业者的故事,剧中展现了邮政系统、物联网、快递、非典等充满时代与地域特色的元素,反映了浙江民营快递行业从无到有、颠簸发展的真实创业路。再比如,《创业时代》(2018年)以浙江省互联网产业为原型,男主角郭鑫年致力于移动通信应用的开发与互联网科技企业创业,展现了浙江互联网产业的蓬

勃发展和创新活力。而在电视剧《奔腾岁月》(2018年)中,主角周小强与刘立夏创建自营服装品牌的艰难创业路,正是浙江的主要经济支柱产业之一——时尚产业蓬勃发展的缩影。电视剧《奔跑的高跟鞋》(2020年)将新能源汽车元素融入剧情,充分展示了浙江省在新能源与汽车产业的投入与布局。电视剧《一枝一叶总关情》(2020年)则聚焦浙江基层派出所的以大数据技术为支撑的社区“网格化”管理方法,展现了浙江在推进城市治理现代化方面所做出的积极探索与尝试。电视剧《梦想城》(2023年)更是以新兴的大数据产业作为故事背景,描绘了中国创业者面临外资的“降维打击”,坚守初心,从零开始打造“中国硅谷”的故事。

电商、直播、大数据、新能源……这些带有时代与地域特色的符号均来自当下人们的日常生活与社会生态。这些“新地标”的存在,不仅为浙产剧的观众们带来了更加生动、丰富、有意义的视听体验,同时也展现了浙江在经济、文化、社会等各个方面的发展与成就,彰显了浙江的新时代地域风貌,丰盈了浙江地域文化品牌的内涵。

## (二)“真实感”的由来:从地域归属感到文化认同感

浙产现实题材电视剧中的地域元素不仅仅呈现为本地景、本地人、本地事等具体的视听符号,也涵盖了以地域为单位、以本地生活为根基而产生的地域归属感。

一方面,浙产现实题材电视剧通过真实重现本土观众们熟悉的本地生活与文化元素,成功地刺激观众的感官、调动观众的记忆,营造地域归属感。

味觉调动是浙产剧营造地域归属感的一种有效手段。在剧中,经常会出现江南特色的菜式、小吃等。在《运河边的人们》中,男主角的母亲在运河边开了一家面馆,里面有着片儿川、爆鳝面、拌川等浙江人所熟悉的江南面食。电视剧《梦想城》中,主人公在招待竞争对手时在运河游船上举办了别致的江南式宴席,为戏剧设计增添了别致的江南意境。《鸡毛飞上天》则用“鸡毛换糖”的桥段,将很多浙江人童年的舌尖记忆融入到剧情之中。这些在电视剧中出镜的美食,不仅作为道具增添了空间叙事的真实性,更能透过镜头调动观众曾经的味觉体验,让人们回忆起家乡味道的温暖和亲切。

此外,浙产剧还巧用方言乡音来重塑真实的地域空间。电视剧《温州一家人》讲述了20世纪80年代温州商人走出故乡、走出国门,在世界范围内开创事业的故事。在本剧的普通话版本登录央视首播的同时,其温州话版本也在温视新闻综合频道同步推出,亲切乡音引发了本地观众追剧热潮。剧中的温州一家人背井离乡,从温州到杭州、上海、大西北,再到欧洲,一路闯荡。虽然他们走南闯北,但始终没有忘记故乡的“根”。即便他们周围的环境早已有了不同风貌,但当熟悉的乡音从小荧幕那头传来的时候,观众仍然能够感受到,他们始终是最初的那一家质朴、勇敢、坚韧的温州人。

从味觉调动到方言乡音的应用,本地观众在市井烟火气中看到了自己熟悉的故乡面貌。剧中人是身边人,剧中事是邻家事。他们很容易代入自身体验,理解相同的生活氛围,获得真实感。而对于异地观众来说,电视剧中具有鲜明地域性特征的景观、方言、习俗等元素会带来强烈的视觉与思维冲击,为他们展现浙江的文化底蕴、社会变迁与百姓生活。这在满足了人们好奇心的同时,也引导了观众从文化情感上对浙江产生认同感。例如,《鸡毛飞上天》造成社会轰动后,各地观众纷纷来浙江旅游。人们坐上“义新欧”号列车,体验“一带一路”的沿路风光,感受浙江商人用自己的脚步踏出的“新丝绸之路”。又比如,随着电视剧《运河边的人们》的播映,剧中主人公的同款安吉白茶也受到了全国各地消费者的青睐。外地的游客来到运河,乘舟品茶,体验“剧中同款”,感受浙江文化。

另一方面,浙产现实题材电视剧也不断超越地域特色带来的地理局限,通过展现民族认同、文化自信、爱国主义等重要集体价值观,让观众产生跨越地域,形成群体认同感。

笔者整理了近五年浙产现实题材电视剧的内容关键词,发现微观词汇和宏观词汇高频交替出现。微观关键词如小人物、情感、创业和成长,展现了“微观视角”;宏观关键词如时代、变迁和改革开

放,再现了“宏大时代”。两者共同作用,让观众代入剧中人物,从角色的悲欢离合进入电视剧所塑造的认知圈层,再通过角色的个体视角对时代的观察,受到情感动员,唤醒人们对于民族、国家的集体情感。这是浙产现实题材电视剧叙事的核心目标,也是观众对剧情产生真实感的心理根源。

“中国梦”是浙产现实题材电视剧中的常见主题,也是电视剧向观众传递普世价值观的重要载体。在电视剧《鸡毛飞上天》中,有这样一句台词:“鸡毛很贱,但是它养活了我们的祖祖辈辈,鸡毛也很轻,但只要有点儿风,它就能飞上天。”如这句台词所述,本剧的主人公陈江河就是个看似不起眼,但通过个人努力扶摇直上的“鸡毛”。他从家乡小镇开始创业,逐渐将产业做大,并拓展了西班牙、韩国、西伯利亚等海外市场。在陈江河“鸡毛飞上天”的背后,是千千万万个“陈江河”数十年来的努力,是中国制造业自20世纪改革开放以来不断发展的艰辛道路,是“中国制造”如何“走出国门,走向世界”的宏大命题。

而另一部浙产现实题材电视剧《我们这十年》(2022),则用11个发生在不同地区、不同文化背景的故事展现新时代“中国梦”群像。《唐宫夜宴》讲述了河南地方舞团如何将传统文化编入舞蹈,并给予其新时代表达;《热爱》中的年轻师范生赴新疆支教,并用运动跨越民族,为当地的孩子们带来了关于未来的更多可能;《前海》讲述了香港青年跨越家庭阶层、跨越地域障碍,最终在深圳建立芯片创业公司,并与导师一同开启了创业历程;《一日三餐》描写了广东地区的一个普通肠粉摊老板,数十年如一日地坚守口味、坚守平价、坚守服务街坊;《心之所向》中的“杭漂”女孩回乡创业,获得水稻培育新技术,带动乡亲们共同致富;《理想生活》以义乌这个国家化商贸中心为舞台,描绘了不同年轻人或是成为网红、或是返乡、或是出国,但最终追随初心的人生选择;《沙漠之光》讲述了中国光伏公司在北非苏布拉沙漠建设光伏电站,并促进了当地社区的发展与进步的故事;《西乡明月》讲述了基层人民警察扫黑除恶,与村霸父子进行斗争的艰险过程;《砺剑》中的基层部队团长在低迷的环境下重振队伍,在对抗演习中一举夺冠;《未来已来》以中国移动研究院为背景,讲述了中国5G网络技术如何冲破西方技术“天花板”的异常艰难但又振奋人心的过程;《坚持》则展现了社区基层党委书记,在疫情期间带领被封控在商场中的众多工作人员和顾客们,共同度过封控、团结抗疫的故事。这11个故事,分别发生在不同的城市、省份,甚至国家,分别讲述了风格迥异的当地景、当地人、当地事。这些故事的主人公,或是求职的大学生、或是面朝黄土的农民、或是与城管斗智斗勇的肠粉摊主、或是与外国商人谈笑风生的外贸商人,他们都用“小人物”的微观视角,来展现非遗传承、乡村振兴、“一带一路”、科技兴国等宏大时代命题。在这样的叙事模式下,剧情中的地域特点不再是文化理解的障碍,反而成为时代缩影,成为不同地域观众之间产生集体认同感的媒介。

纵观近年来获得“飞天”“金鹰”“白玉兰”等国家级奖项的浙产现实题材电视剧,如《在远方》《猎场》《创业时代》《麦香》等作品,都能看到电视剧通过真实而细腻故事情节,将地域文化和时代背景紧密联系在一起。观众通过剧中小人物的命运变迁,从微观层面去感受和理解大时代的变化和进步。这样的创作方式不仅能够本土观众中引发共鸣和情感动员,也能够为全国甚至全球观众提供有价值的文化内容,让更多人了解和认识我们所生活的地域和国家。而这也正是浙产电视剧赢得观众喜爱和认可的重要原因。

高鑫曾界定:地域特色是动态的、可变的、发展的;地域特色是具有民族性的,也是具有世界性的。<sup>[19]</sup>浙产现实题材电视剧表现地域特色的主要思路,正是用动态的地域文化表现方式来充实内容,用本土情怀的普世性表达来抒发情感。

### 三、地域特色的新时代表达

针对现实题材电视剧面临的时代困境,浙产现实题材电视剧提出了一份以“地域特色”为思路的



答卷: 浙产现实题材电视剧紧跟时代发展潮流, 选取社会热点话题, 突出本地特色文化元素, 既能满足受众的审美需求, 又能让观众深入感受本地的发展变革, 通过地域符号的不断更新与升级来解决现实题材电视剧的“当下性”缺失问题。同时, 浙产现实题材电视剧塑造通过刻画真实生活中的本地人与本地事, 让观众在真实自然的剧情中产生地域归属感和文化认同感, 以此解决“真实感”问题。在浙产现实题材电视剧中, “现实”与“地域”形成了一种相辅相成的紧密联系, 地域特色或以视听符号、或以地域文化、或以地域精神的形式出现, 为现实题材的人物呈现、情节刻画与主题表达提供了有力的支撑。地域文化的历史沉淀辅助了现实主义表达, 现实主义的表现手法又不断地为地域文化塑造新时代意义。这种紧密的“现实—地域”联系, 不仅丰富了电视剧的文化内涵和表现方式, 也让观众更容易与故事产生共鸣和情感连接。

在“写好中国式现代化故事”的新时代命题下, 我们必须回到传统的、经典的, 具有中国特色、本土特色、地方特色的文艺中去。如王一川所说, 中国式现代化绝不是一个突如其来的当前新命题, 而是中国现代化进程的曲折探索和实践的一个结晶。<sup>[20]</sup>中国式的呈现要植根本国、本民族历史文化沃土, 要深入挖掘本土传统经典, 但同时, 也要做到中华传统的现代化塑造。在现实题材电视剧领域, 中国式现代化故事的表达就需要创作者们推陈出新, 将经典故事写出新时代特色, 同时, 也需要兼顾国际化需求, 将中国特色与普世价值相融合, 打造出兼具中国本土气息和国际影响力的作品。浙产剧对地域特色的表现模式能够为现实题材国产剧的创作提供借鉴与启示, 即如何通过巧妙运用地域元素和符号, 将地方特色和现实命题相融合, 使得电视剧在呈现现实生活的同时, 也能运用电视剧艺术对时代进行深度解读与诠释, 从而调动观众的情感, 培养文化自信。

### (一) 保持“当下性”: 地域素材的现代化转型

地域是人们生活的环境, 是人们理解世界的基础, 亦是现实题材电视剧永恒的素材来源。在传统观念中, 造成地域性差异的主要原因是早期人类社会的地理局限导致的信息隔离与交流闭塞。如若简单套用传统的影视表现形式, 则会产生落伍、狭隘、封闭的负面效果。在早已实现信息化、全球化的现代社会, 经典的地域符号更需新颖的表达方式, 在保留且强调其差异化与独特性的基础上, 摆脱观众的刻板印象。浙产剧不断变化地域符号的表现形式, 使得“地域性”不再受限于传统的物理区域屏障, 而是与时俱进、融入了现代化的生产生活中。通过对浙产剧如何保持“当下性”的观察, 我们可以总结出地域符号现代化转型的三大思路。

第一, 传统文化符号与现代产业的结合。随着中国经济、文化和社会的快速发展, 许多地域特色正在经历着转型和升级, 电视剧在选用传统文化的同时, 也应注重挖掘当下现代产业的特点和发展趋势, 通过将传统文化与现代产业相结合的方式, 在电视剧中呈现出更加丰富和现代化的地域符号。例如, “红船”“农村”“水乡”等浙江本地传统地域文化符号, 在新时代的浙产现实题材电视剧中, 被赋予了自我革命、可持续发展创新、环境保护等新时代命题。现实题材电视剧通过挖掘传统地域文化元素的新时代表现方法, 能够展现出新中国极具历史厚度又富含时代深度的精神文化面貌。

第二, 地域性特质与全球化视野的融合。随着全球化的不断深入, 地域特点非但不再是出行与交流的局限, 而是跨文化交流的重要名片。在创作中, 创作者需要敏锐地捕捉全球化的趋势和潮流, 结合本土的地域符号和文化元素, 打造出具有本土特色和全球价值的故事情节, 从而实现情感的跨文化表达。浙江地区的地理位置独特, 汇聚了来自不同文化背景的人群和文化元素, 呈现出多元化的文化特色。《温州一家人》《鸡毛飞上天》等电视剧中, 主人公的创业范围涵盖了西班牙、韩国、西伯利亚等海外市场, 展现出浙江地区经济发展与全球化的紧密联系。通过地域符号与全球化元素的融合, 现实题材电视剧能够赋予本土故事以全球视野, 为观众带来更为广阔的文化体验。

第三, 本地经验对政策号召的呼应。鉴于影视内容审查的产业特殊性, 现实题材往往包含时代重大

题材,需要面对更为严格的官方审查与管理。以地域元素为主题或特色的电视剧,不仅能够契合官方政策对现实题材的主旋律正能量要求,还能够统合电视剧产业的审核、制作、传播等多个层面的纵向力量。无论是上层审查者,中层制作者,再到下层观众与传播者,皆对自己生活的地域环境有着天然的熟悉与亲切感,故在官方审核或市场传播环节,都将以最快速度达到审美与认知的一致,大幅度简化不必要的误解与损耗。一直以来浙产电视剧紧跟“八八战略”“乡村振兴”“枫桥经验”等重要时代政策,发展出了多样性的现实题材内容,推出一系列既叫好又叫座的现实题材作品。近年来,浙江电视剧的备案通过率均超过85%,远高于全国70%的备案通过率,足以说明以时代审美开发与运用地域符号,可以满足不断变化的市场需求,平衡政策与产业的双重要求,带来市场的高效运转。

在新时代语境中,现实题材电视剧应立足现今,对地域历史中的经典符号进行新的提炼与表达,对地域文化中的人文精神进行真诚观照,这样才能创作符合现代化审美需求的优秀作品。

## (二) 营造“真实感”:普世情感的中国式表达

地域符号包含了自然符号与文化符号,前者随人类社会的生活生产而变化,需要电视剧创作者不断地对它进行挖掘和创新;而后者与当地人们的认知是分不开的。因此,创作者在埋首创作的同时,必须回归观众,只有理解观众的认知,才能通过地域符号表达普世情感和价值观,实现文化的交流和传承。浙产现实题材电视剧正是以观众的地域归属感与文化认同感为情感纽带,唤起了超越地域文化背景的情感共鸣。

在“讲好中国式现代化故事”的时代背景下,中国现实题材电视剧面临着更大的国际化传播需求,电视剧既要通过普世的情感表达来吸引来自不同文化背景的观众,让他们理解剧情、产生共鸣;又要展现出中国的文化特色和国家形象,以塑造文化自信、实现文化输出。我们可以通过浙产剧对“真实感”的营造方法,总结出电视剧中国式跨文化情感表达的“两步走”方案。

第一步,以“人”为出发点,在地域故事中挖掘普世情感的价值内涵。人是所有情绪和情感的来源,人性中的七情六欲是与生俱来的,是不受地域、国别和文化背景所影响的,是能够跨越文化和语言的差异,打动不同国籍、种族和文化背景的观众的。在浙产剧的创作中,就尤为注重如亲情、友情、爱情、责任、信任、奉献等普世情感的表达。观众通过对普世情感的共同经验与认知,共享了相似的理解与审美方式,由此跨越文化壁垒,对电视剧内容产生了具有一致性的认知、信念和价值。<sup>[21]</sup>观众在电视剧中获得了共性,再通过宣传、口碑、剧评、弹幕等社会交往活动进一步获得了人际共性关系,形成文化认同。在中国式现代化的影像表现过程中,观众文化认同将会成为一种重要的无形资产,促进我国国家形象的建立与民族文化的传播。

第二步,将具有中国特色的地域元素融入到普世情感的表达之中。就如同“鸡毛换糖”的地域习俗可以用来演绎商人以小博大、一飞冲天的拼劲和闯劲一样,在电视剧创作中,创作者可以将具有中国特色的地域元素融入到普世情感的表达之中,让观众在感受到情感的共鸣的同时,更深入地了解中国的文化和精神内涵。中国拥有着悠久的历史 and 深厚的文化底蕴,其中,就有很多具有经典的中国文化习俗与情感符号,如年夜饭的背后是家族团聚,红包的背后是对家人、亲友的祝福,清明节的背后则是对先人的敬仰和怀念。这些地域元素既蕴含着中国人特有的情感和价值观,也是中国式情感表达的重要组成部分。创作者可以通过具有中国特色的细节塑造,来营造出更为真实的情感氛围。

综上所述,巧妙运用本土元素,能够突破现实题材的局限性,产生跨地域、跨文化传播的实际效果。以地域为思路,便是将地域作为故事的载体,去表达具有世界性的人文精神。当本土化做到极致时,就有可能实现全球化。这从浙产电视剧频频出海的成功案例中便可窥见一斑。《鸡毛飞上天》《在远方》《下一站是幸福》等剧被翻译成英、泰、韩、日、西等多个外语版本,在全球90%以上的地区热销。浙江还成立了中国(浙江)影视产业国际合作区,这是全国唯一一个以文化“走出去”为导向的



国家级影视产业园, 被商务部、中宣部、广电总局、文旅部四部委联合授予国家文化出口基地。浙产电视剧能够成功跨越文化壁垒、走向世界的过程恰好验证了鲁迅先生的话, “有地方色彩的, 倒容易成为世界的”<sup>[22]</sup>。

## 四、结 语

天生百鸟, 各鸣其嘴; 地育万物, 各成其形。上下五千年, 悠久文明史, 中国故事并不缺乏精彩的地域素材, 但需要创作者用更加具有时代性、普世性的目光去观察、去演绎。现实题材电视剧的地域特点曾因产业化发展一度成为内容创作与传播的限制因素, 而在“讲好中国式现代化故事”的时代背景下, 地域特色的表达又将以一种更为灵活、更为广阔的方式回归, 并成为新时代现实题材电视剧的重要突围路径。

### 参考文献:

- [1] 陈友军. 现实题材电视剧艺术真实形态论 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2007: 4.
- [2] 胡智锋. 中国电视策划与设计 [M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2004: 92.
- [3] 操慧, 刘亚峰. 韩剧启示录——兼论国产现实题材电视剧走向世界的借鉴意义 [J]. 中国电视, 2004 (1): 66-69.
- [4] 周星, 栗牧. 百年背景下的新世纪中国电影现实题材分析 [J]. 中州学刊, 2006 (2): 232-236.
- [5] 饶曙光, 张卫, 李道新, 皇甫宜川, 田源. 电影照进现实——现实主义电影的态度与精神 [J]. 当代电影, 2018 (10): 14-25.
- [6] 习近平. 习近平总书记在文艺工作座谈会上的重要讲话学习读本 [M]. 北京: 学习出版社, 2015: 7.
- [7] [法] 安德烈·巴赞. 电影是什么? [M]. 崔君衍, 译. 北京: 中国电影出版社, 1987: 69.
- [8] 国家广电智库. 现实题材剧创作播出态势、趋势及启示 [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1758270223257758161&wfr=spider&for=pc>.
- [9] 最高检影视中心. 现实题材电视剧创作面临的挑战和政策引导 [EB/OL]. <https://new.qq.com/omn/20211214/20211214A0BW1E00.html>.
- [10] 杨旦修. 电视剧产业化进程及其发展 [J]. 重庆社会科学, 2011 (11): 73-77.
- [11] 王宁. 情感消费与情感产业——消费社会学研究系列之一 [J]. 中山大学学报 (社会科学版), 2000 (6): 109-113.
- [12] 邵清风. 浙江电视剧发展史——基于时代语境与地域风格的视角 [J]. 浙江传媒学院学报, 2014 (2): 61-66, 160.
- [13] 张嫔. 浙江现实题材电视剧创作研究 [D]. 上海: 上海戏剧学院, 2009.
- [14] 高鑫, 吴秋雅. 二十世纪中国电视剧史论 [M]. 北京: 学苑出版社, 2002: 252-254.
- [15] 陈立旭. 当代文化的一种走向: 地域性的消融 [J]. 社会科学, 2004 (3): 123-128.
- [16] 李文冰. 浙商题材电视剧影像建构与传播策略 [J]. 中国广播电视学刊, 2019 (4): 72-75.
- [17] 董楚平. 吴越文化概述 [J]. 杭州师范学院学报, 2000 (2): 12.
- [18] 赵建飞. 重返江南——中国电影中的江南影像 [M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2014: 127.
- [19] 高鑫. 电视艺术学 [M]. 北京: 北京师范大学出版社, 1998: 326-331.
- [20] 王一川. 通向中华型传统引导的现代文艺 [J]. 中国文艺评论, 2023 (3): 17-28, 125.
- [21] 张凤琦. “地域文化”概念及其研究路径探析 [J]. 浙江社会科学, 2008 (4): 63-66, 50, 127.
- [22] 鲁迅. 致陈烟桥 [A]. 鲁迅. 鲁迅全集 [C]. 北京: 人民文学出版社, 2005: 81.

[责任编辑: 华晓红]