

苏产电视剧在地域文化传播中的 现状调查和对策研究

◎ 谭松枝 潘政治

中国幅员辽阔，丰富多元的天候地貌特征和历史悠久的差异化发展形成了多姿多彩、特色鲜明的地域文化。依托不同的文化载体，各地文化交相辉映，构成了我国百花齐放的文艺风貌。电视剧作为广受欢迎的当代大众文艺样态，在广泛深入吸收地域文化滋养的过程中，也形成了极富地方文化特色的地域性流派和品牌。一些地域特色鲜明的电视剧代表作成为宣传地方文化，展现地方形象，加深地域认同的优质文艺载体，产生了突出的宣传价值和社会效益。江苏在历史演进和时代发展的进程中，形成了浩瀚独特的历史文化、革命文化和时代文化，既为江苏电视剧创作提供了丰富的题材创意，也赋予江苏电视剧更多承载、传播地域文化的时代责任。对苏产电视剧在地域文化传播中的价值与实践进行调研，梳理发展脉络、把脉经验不足、形成提优思路，从而助力我省加强本土题材电视剧创新创优，是开展此次调研的主要目的。

一、研究背景

近年来，中国电视剧市场已经形成了相对稳定的电视剧派别，比如京派、海派、浙派、闽派、湘派、陕派、东北派等地域特色鲜明的电视剧，呈现出百花齐放的局面。地域文化滋养着电视剧的创作，电视剧也以影像的方式传播着地域文化。江苏电视剧自改革开放以来历经40多年的发展，涌现出许多优秀的作品，给中国电视剧市场带来了蓬勃的生机。但是，外界对于影视剧中的江苏地域文化特色却一直没有清晰的印象。这既有江苏地处南北交汇地，苏南、苏中、苏北历史文化各具特色，经济

社会发展梯度明显的客观原因，也有文艺领域对江苏文化特色研究提炼不够充分，影视创作观照地域文化特色的主观意识不强等因素影响。

1. 他山石

我国地大物博，在悠久的发展中形成了各有风味的地方地域文化。一直以来电视剧创作注重体现文化元素，大量具有地域文化色彩的电视剧出现在荧屏上。纵观各省电视剧创作，许多作品都表现出鲜明的地域文化色彩。比如，以《茶馆》《我爱我家》《编辑部的故事》《渴望》《正阳门下小女人》等为代表，反映北京地区人们的日常生活、价值追求以及独特的风俗人情与审美模式的京派电视剧；以《上海一家人》《儿女情长》《十六岁的花季》《孽债》《欢乐颂》《上海的早晨》等为代表，凸显上海大都市城市意向、商业气息，以及体现上海独特的融汇中外文化的生活方式及价值追求的海派电视剧；以《温州一家人》《温州两家人》《鸡毛飞上天》《春风又绿江南岸》等为代表，凸显浙商文化与奋斗历程的浙派电视剧；以《篱笆·女人和狗》《大年初一》《野雪》《刘老根》《马大帅》《插树岭》《希望的田野》《乡村爱情》《福喜临门》等体现东北风情、东北人幽默爽直、单纯善良、憨厚耿直等性格的东北派电视剧，等等。地域文化融进电视剧创作，一方面突出了电视剧文化内涵的独特质感，强化了大众文艺的亲切感，实现了深入人心的传播效果，另一方面也有效展现了这些地域的风土人情、文化风貌，为地方文化形象的塑造与宣传发挥了重要作用。

2. 来时路

梳理江苏改革开放以来的电视剧创作，其中不乏可以表现江苏地域独特风俗审美的作品。从电视剧创作的产业格局来看，江苏电视剧创作一直处于全国领先地位，体现江苏地域文化的电视剧也一直较受关注。就地域文化而言，江苏地域文化是一种内涵丰富、独具特色、影响深远的文化，是中国文化不可分割的重要组成部分。她经历了上千年历史的洗练和变革，在自然环境、语言、风俗以及品格等方面都具有鲜明的地域特色。但江苏作为全国经济大省、文化大省之一，在运用影视媒介传播地域文化方面还有所欠缺，没有形成鲜明的文化品牌。相较其他地域文化影像建构中，体现湖湘文化、中原文化、海派文化的影视作品，江苏本土电视剧的影像特征并不鲜明。江苏文化的特点和优势没有得到有效传播，与江苏在中国区域文化传播中的重要地位不相符，也与江苏经济体量和文化影响力有一定的差距。所以，江苏电视剧的区域文化传播已然成为江苏省文化品牌建设的重要议题。

二、基本情况

对我省呈现明显江苏文化特征的电视剧进行简要梳理，可以为进一步分析江苏电视剧在本地题材创作、本土文化推广方面存在的问题和对策提供研究基础。

1. 产量：整体占比较少，阶段性变化明显

从改革开放以来江苏电视剧创作生产的整体情况来看，反映江苏文化特征的电视剧在各个时期占比较少。虽然江苏电视剧创作的总量在2000年以后得到了大幅度提升，但是体现江苏文化特征的电视剧数量并未随之增长。反而，出现了阶段性下降。究其原因：一方面，在电视剧创作早期，题材相对匮乏，江苏的历史文化与风土人情成为电视剧创作的重要来源，这恰恰说明了本土文化对于电视剧创作的重要性；另一方面，电视剧市场化程度相对较弱的背景下，本土电视剧创作者更专注于从文化、艺术本身出发，创作具有文化气息、本土色彩的电视剧作品。进入21世纪以后，随着电视剧市场化、专业化程度的提升，电视剧创作机构需要权衡多方

面的因素进行市场竞争，加之，随着电视剧创作环境的变化，一些新型题材和创作手法出现，使得创作者对于江苏文化内涵的挖掘不够深入。2012年以来，江苏电视剧创作越来越自觉地摒弃过度商业化带来的浮躁功利，沉静下来的创作更多地趋向于文化使命的担当。传承传播地方优秀传统文化和革命文化、社会主义先进文化成为越来越多电视剧创作主体的自然选择。很多优质的本土文化题材进入创作者的视野，进而走入荧屏，成为电视剧观众的心头好，反映江苏文化特征的电视剧创作日益活跃起来。

2. 题材：挖掘特色题材创作，地区表现差异明显

体现江苏文化特色的电视剧，注重挖掘江苏传统文化，并结合江苏地区丰富的党史资源和社会主义建设的生动实践，创作出一系列兼具思想内涵和独特地域风情的作品，打开了一条江苏地域文化传播的有效通道。如《青果巷》《大清盐商》《推拿》《春天里》等作品，在全国范围内产生重要影响，成为江苏电视剧的文化品牌。

但另一方面，从电视剧所表现的地区文化分布来看，江苏电视剧在吴文化、淮扬文化以及楚汉文化三个维度均有涉及，并且较为鲜明地展现了江苏的文化特色。但是，吴文化相关特征电视剧占比较多，且题材较丰富，反映淮扬与楚汉文化的只有寥寥几部，且题材较为单一。这导致了苏南、苏中、苏北在文化表达层面的不均衡，容易使观众对江苏文化形象产生不完整的认知。

3. 机构：国有民营并驾齐驱，基地助力产业发展

截至2021年底，江苏具备电视剧制作资质的机构1700多家，近年来实质性开展电视剧制作业务的机构约50家。这些创作生产主体中，国有和民营机构双轮驱动，老牌和新兴企业齐头并进，构成了我省电视剧创作生产的基本格局。体现江苏文化特征的电视剧，其创作主体也是国有和民营机构兼有。国有创作主体把社会效益放在首位，创作的《大清盐商》《幸福院》《江河水》《春天里》等在地域文化传播方面发挥了积极有效的作用。民营创作机

构依托地域文化的滋养实现了成长，也创作出一批颇具地方文化特质的优秀电视剧作品，如《激战江南》《风雨雕花楼》《局中人》《我的助理六十岁》等等。江苏电视剧创作中传播本土文化的自觉意识得到了一定程度地实现。

江苏影视文化基地为电视剧创作提供了有效支撑。截至目前，江苏共有省级广播电视和网络视听产业基地7家。其中以影视拍摄制作为主业的扬州、常州、南京石湫等基地各具优势，正逐步成长为具有江苏文化特色的集聚式影视产业基地。更多影视创作机构进驻发展，更多影视项目拍摄制作，为江苏电视剧呈现和推广本土文化提供了良好的产业支撑。

三、存在问题

1. 地域文化洞察不足，传播意识不强

江苏文化底蕴深厚，源远流长，但是江苏电视剧对江苏文化的挖掘和反映还远远不够，尚未形成区域属性的创作环境和氛围，尚未构建起文化特色鲜明的“苏剧”概念。截至2022年9月，江苏共创电视剧约570余部，但是取材于江苏或是反映江苏文化的电视剧却只有48部。本土化题材占比偏低，反映出江苏电视剧创作缺乏对江苏文化的充分观照，利用电视剧传播江苏地域文化的意识有待增强。

2. 文化特色提炼不精，传播功能偏弱

由于地域文化形成的历史原因，江苏省内苏北地区和苏南地区的文化特质很难形成能够兼容的文化评价。对于电视剧创作而言，也就难以形成诸如东北派、京派、海派等地区电视剧相对鲜明、统一的区域风格。甚至，由于历史上的楚汉文化在现今跨越多个行政区域，吴文化也辐射到整个江浙沪地区，一些拍摄于江苏地区的电视剧容易被误读为其他地区的电视剧。因此，地域文化的多元性给江苏电视剧形成鲜明的文化特色与风格增加了难度。江苏电视剧的创作从早期的人物传记为主到后来的农村乡土题材为主，再到当前以当代都市题材为主，题材偏好过于单一，缺乏整体推进的自觉和规划，在较大程度上也影响了传播地域文化的价值和效果。

3. 地域文化开发不均，南北差异较大

江苏经济发展长期以来处于南高北低的状态，这也影响了文化产业的发展格局。目前为江苏电视剧创作和产业发展提供资源集聚和公共服务的影视基地、广电和网络视听产业基地，如无锡国家数字电影产业园、江苏（国家）未来影视文化创意产业园、常州西太湖影视产业基地、扬州影视基地，都分布在苏南、苏中地区；电视剧产量和精品率较高的重点制片机构，如幸福蓝海影视文化集团股份有限公司、南京广播电视台、江苏稻草熊影业有限公司、捷成星纪元影视文化传媒有限公司、启蒙影业（无锡）有限公司、苏州蓝白红影业有限公司等，也都集中在苏南、苏中地区，呈现出南北创作体量差距甚大的局面。反映江苏文化特征的48部电视剧中，苏北题材电视剧只占9部，并且集中于侠义传奇题材和当代农村题材，对苏北文化发展全貌的展现严重不足。对苏南、苏北地区文化开发的不平衡，限制了电视剧创作对江苏地区文化形象的全面展现。

4. 艺术表现水平欠佳，影响文化传播

受地域语言传播的区域性限制，面向大众传播的影视作品往往需要进行必要的迁就，在一定程度上消减了地域文化的真实性和特色性。一些电视剧作品，因为过于迎合商业化的市场偏好或是受制于有限的艺术创作能力，不仅未能有效地传播地方优秀传统文化，展现地方独特发展风貌，反而因为人物塑造、故事讲述的失当，产生地域偏见的副作用。由于上述江苏地域文化传播的客观难度，本土电视剧创作难以形成传播地方文化或是嵌入地方文化的自觉意识，即使有所实践，也只是在视听元素的应用方面意象性地表达江苏气息，难以形成地域品牌和文化形象的系统表达。反而是省外机构创作的《都挺好》《乔家的儿女》有效地传播了苏州、南京的当代文化形象，为江苏加强相关题材创作提供了宝贵借鉴。

四、对策建议

1. 立足多元特色文化，打造苏剧品牌

近年来，江苏电视剧坚持高品质发展道路，

着力推进“记录江苏攀峰行动”，《人世间》《大考》《妈妈在等你》《王牌部队》《猎手》《玫瑰之战》等多部电视剧在央视、重点卫视黄金时段播出，形成了强烈的社会反响和突出的社会效益。

“苏剧崛起”正在成为行业和社会的共识。但也要看到，江苏电视剧还没有形成具有特色的地域流派，更多独具特色并且能为时代主题提供注解的地域文化仍然有待挖掘，需要众多创作机构凝聚共识，合力打造电视剧的江苏品牌。这就是要扎根“本土文化”，从江苏文化、江苏故事、江苏人物、江苏成就中精准锁定题材创意，强化文化产业思维，既立足于全面展现江苏的人文风貌、时代风采和文化精神，又充分融入影视文化产业的宏观格局，加强地域特色电视剧的研发和创作。通过充分有效的创作实践，深挖“苏剧”品牌的内涵，拓展“苏剧”品牌的外延。“十四五”期间，江苏将重点打造极具地域特色的电视剧精品，如反映运河文化新时代表达的《北上》，长江大保护司法实践的《江河之上》，近代民族实业家张謇生平及其企业家精神的《张謇》，不同年代传承发扬革命精神的《百年军号》，经济社会发展进程中的江苏创造和江苏精神的《沸腾的血脉》等。

2. 推动行业协同发展，做强发展主体

经济社会发展是文化发展的决定性因素，但片面地将文化发展与经济社会发展捆绑在一起，就容易忽视文化自身的发展逻辑，固化文化发展失衡问题。就江苏电视剧创作而言，苏南、苏中、苏北应该立足于电视剧创作生产全链条的重点环节，充分发掘各自优势，加强题材资源、创作资源、媒体资源、政策资源等多维度的协同合作，合力把苏剧这盘大棋下好。此外，开发江苏本土题材电视剧，实现良好的传播效果和社会效益，还需要加强与传统电视播出机构、网络视听平台的协同合作，加强广播电视和网络视听产业基地有效对接电视剧创作的研究探索，从而构建起更加有序有利、可持续的电视剧创作播出格局。

3. 推动优秀剧本创作，全面提升品质

剧本是一剧之本，是电视剧产业链的源头，是决定电视剧能否准确深入反映江苏文化和时代风

貌的重要前提。加强本土题材电视剧创作要以打造质量过硬的剧本为前提。可以通过剧本创意大赛等方式发掘优秀人才，通过具体项目主动对接优秀编剧，为江苏题材剧本创作提供人才支撑；通过围绕党和国家重大主题宣传、重大发展战略、重要时间节点，加强本土题材的发掘，前瞻性组织优秀力量加强剧本创作，提升江苏特色题材主流性作品的创作效率和传播效果；为价值突出的本土题材创意协调优质创作资源，提升剧本开发水平，避免低水平开发造成文化资源虚耗和浪费。通过对本土题材优秀文学作品的发掘和转化，进一步丰富电视剧题材创意来源，探索形成文学影视化改造的便捷路径。

4. 融入文化美学元素，提升传播效果

通过电视剧传播地域文化，需要我们根据江苏特有的文化形态，展现出与众不同又引人入胜的文化气质，给受众提供具有吸引力的视听体验。同时还应该把握好地域性与普适性、特殊性与普遍性之间的关系，将视觉文化与美学相融合，打造既有“苏味”又适宜广泛传播的优质作品。这需要创作者深入生活，在人物、声音、画面等方面对富有生活质感的文化元素进行有机整合，对所传达的文化意图进行更加细腻、准确的视听语言表达，并且通过各种独特文化元素的有效呈现，丰富作品的视听价值，优化受众的视听体验。

5. 加大政府扶持力度，优化政策环境

充分发挥行政主管部门、行业协会等方面的服务潜力，健全公共服务体系，从电视剧创意挖掘、创作规划、资源对接、政策辅导、论证研讨等多方面入手，探寻电视剧传播地域文化的运作机制，优化电视剧制片的成长环境。加强对电视剧文化企业经济效益与社会效益的综合评定，提升影视文化企业管理水平，增强影视文化创新能力，从而调节文化资源配置，刺激和强化影视产业科技研发，优化产业结构，延伸影视产业链。此外，在文艺评论方面，组织各类媒体开展积极健康的文艺评论，为优秀地域文化电视剧的宣传推广提供更加丰富、权威、有效的渠道。■

(作者单位：江苏省广播电视局电视剧处)

(责任编辑：刘白)