

# 海外剧在国内的竞争生态及其启示

姜柯如

辽宁大学, 中国·辽宁 沈阳 110000

**【摘要】**影视艺术作为新型的大众化传播媒介,是当代最广泛、最具群众性的艺术。影视创作也是一项企业化和商品化生产运作的文化产业,是拥有极大经济效益的艺术商品。在我国,境外剧是电视剧市场中的一大亮点,自我国鼓励境外剧的引进以来,日本、泰国、韩国、英国、美国等海外剧争相进入我国市场,在我国取得了优异的成绩。对此,本文将从传播学的角度分析美剧、韩剧和日剧在我国的传播历程,以及在范围、内容和效果三个层面的竞争生态,以期为我国影视剧对外传播寻求值得借鉴的地方。

**【关键词】**海外剧;竞争生态;传播历程

通过分析海外剧在国内的受欢迎程度及其影响,能够给国内的电视剧在制作与传播的过程中提供参考和启发,提高国内影视剧在内容和画面制作上的整体质量,从而推动国内影视剧行业的发展,为其注入生机活力。同时,不同题材的影视剧所传达的思想对于国人价值观的影响也不容小觑,需要国内影视剧加强正面引导。在此,以海外剧为分析对象,通过分析海外剧的竞争生态来总结影视剧的成功因素和其影响来总结经验,优化国产剧对外传播的路径与策略。

## 1 由受众群体决定的影视剧主题

众所周知,美剧在全球都享有一定的口碑,并且跌宕起伏的剧情完美抓住了受众的心。比如在犯罪迷踪《CSI》这部美剧中,每集都设立了独立的案件,并且剧情环环相扣十分紧凑,甚至还有十分经典的喜剧题材《破产姐妹》,一位破产的白富美和社会底层出身的打工妹在餐厅发生的种种事件,吸引了诸多粉丝。可见,美剧的选题并不局限于某一类,任何题材都可以做到风格多变,情节曲折让人意想不到,各种主人公的形象也符合关注的喜好。

而韩剧作为“浪漫爱情”的代表,其本国的三大电视台的目标受众群体也是女性,上至家庭主妇下至学生群体,题材大部分都是日常生活。在内容上,韩剧经常将故事编织得曲折,人物在一步步接近目标和幸福时,往往会经历与初衷完全背道而驰的大的逆转,经历困难和障碍,最后才能实现理想。此外,为了营造唯美氛围,韩剧中常常可以见到富有想象力的细节创意如《浪漫满屋》中李英宰为了表达对韩智恩的爱,提出要在屋外的楼下搭帐篷野营等等。

日剧的主题表达在各类型的电视剧中都可以用两个词语来概括,深刻和细腻。比如,知名日剧《东京女子图鉴》,就是描述了一个平凡的乡下女生一步步踏入东京白领的历程,和她的心理变化,此外还有一些犯罪和探析伦理道德的电影。但是无论如何变幻,大部分影视剧都是依托于现实环境和真实的生活,来塑造出日剧独有的细腻感,直达观众内。大部分影视剧都没有过快的情节,主人公感情细腻的表达,常常带给了人们身临其境的感觉。

## 2 海外剧的特点与受众的情感诉求

总体来看,美剧的大部分题材都是科幻和悬疑片。而美剧最大的特点就是它的播出形式,几乎所有的美剧都采用季播的形式,在每年的9月份和4月份进行上映,并且还会出现一次性全部上架的情况,十分符合观众的观看需求。而美剧在叙事时,大多都会采用跨时空后者小段落衔接的模式,以复杂的叙事方式引发观众思考,一步步推动观众继续收看,在最后经常会给人意想不到的反转。

韩剧作为受众范围最为广泛的海外剧,在影视剧的传播过程也下足了功夫。几乎所有的韩剧都是依托于韩国当下的社会生活,可以有效的植入更多宣传本土文化和特色的内容,从而向海外观众推广本土文化,促进了自身的旅游业。而在剧情上,大部分都是以情感为主题,给女性带来极强的代入感,让观众很容易被剧情中的思想观念所影响,进而自互联网上发表自己的观点。

大部分日剧在题材的选择上,都与社会问题和某一种心理相

互关联,往往会带给我们极大的震撼,也经常被人说是“自己的真实写照”,引发人们对剧情和现实的思考。还有很多压抑沉重的题材,需要观众自行分析和思考。

## 3 海外剧在华传播情况对我国电视剧对外传播的启示

近几年,《隐秘的角落》、《太子妃升职记》等网络剧的大火,并且纷纷在国外平台上映,可以看出网络自制剧潜力十分大。同时,自制剧在题材上的自由程度,也改善了现下商业剧泛滥的市场现状,促进了我国电视剧行业的蓬勃发展,同时也提供了全新的思路。由此可以看出,网络自制剧不失为一个好的发展方向。

美国学者C·布莱克曾经说过,“现代化是传统的制度与价值观念在功能上对现代性的要求不断适应的过程。”我国应该积极将传统文化作为影视及发展的基础,宣传儒家文化,让更多人了解属于我国文化的魅力,而不是被他人所用,创造出属于自己的名声。因此,在电视剧传播的过程中也要注意融合多元文化,弘扬本国传统文化。

## 4 结语

纵观海外剧在我国的传播形态,无论是在传播模式还是制作方式中,都有值得我们借鉴的地方。美国、日本和韩国所彰显出来的文化本就是多民族融合的成果,因此,在对外传播中占据了一定的优势地位。而我国虽然拥有数上千年的经典传统文化,但是在国际中一直处于弱势,如果我们可以探索出极具个性特色,却又符合其他国家人民认知的文化,那么一定会加速我国本土文化的传播,也会为我国电视剧的发展带来全新的领域,提升电视剧的品质。

## 参考文献:

- [1] 贺柳嘉. 日剧翻拍剧的本土化改编研究[D]. 暨南大学, 2019.
- [2] 姚羽婷. 中国电视剧国际传播研究[D]. 山东师范大学, 2019.
- [3] 林意桥. 日剧粉丝选择观剧平台的现状和原因研究[D]. 浙江大学, 2018.
- [4] 曹紫焯. 韩国偶像剧及其在中国的传播研究[D]. 中国艺术研究院, 2018.
- [5] 陶威. 英剧在中国的跨文化传播研究[D]. 华中师范大学, 2018.
- [6] 聂仕倩. 新媒体环境下美剧在中国电视平台的传播策略[D]. 郑州大学, 2017.
- [7] 陈洁. 国内视频网站海外剧引进模式分析[J]. 齐鲁艺苑, 2016(03): 107-112.
- [8] 李捷. 当前美剧在中国的网络传播研究[D]. 黑龙江大学, 2016.
- [9] 高一萍. 面向海外的中国电视剧生产与传播[D]. 武汉大学, 2015.

## 作者简介:

姜柯如,女,汉族,辽宁省沈阳市,硕士,辽宁大学,新闻与传播。