

Explore the intercultural empathy communication mechanism of the domestic period drama The World

Jiayi Zhang

Beijing Institute of Printing, Beijing, 102600, China

Abstract

As an important part of socialist culture, Chinese TV series is an important carrier to convey Chinese voice. In recent years, family period drama bearing the profound brand of The Times and social temperature has become one of the popular creative themes of domestic TV dramas. The shaping of characters group images can better reflect the social dynamics and market life, stimulate the audience's value identification, arouse the memory of history, see the big from small, and arouse emotional resonance. Realistic drama "the world" from historical perspective in the early 1970s about weeks three siblings life trajectory, with individual feelings show home country feelings, with historical real cultural empathy, through the image and empathy in the form of interweaving narrative effect, in the era change image, in order to realize the TV cross-cultural transmission contribution effective path.

Keywords

cross-cultural communication; cultural empathy; TV series; The World

探究国产年代剧《人世间》的跨文化共情传播机制

张佳谊

北京印刷学院, 中国·北京 102600

摘要

中国电视剧作为社会主义文化的重要组成部分,是传递中国声音的重要载体。近年来,承载着深刻时代烙印和社会温度的家庭年代剧成为国产电视剧的热门创作题材之一,人物群像的塑造也更能体现社会动态和市井生活,激发观众价值认同,唤起对历史的记忆,以小见大,引发情感共鸣。现实主义题材电视剧《人世间》从历史纵深视角下讲述20世纪70年代初周家三兄妹的人生轨迹,以个体情怀展现家国情怀,以历史真实引发文化共情,通过影像与共情形式的交织提升叙事效果,在反映时代变迁中形塑家国形象,为实现我国电视剧的跨文化传播贡献出有效路径。

关键词

跨文化传播; 文化共情; 电视剧; 《人世间》

1 引言

党的二十大报告指出,在加强国际传播能力建设的同时,要深化文明交流互鉴,推动中华文化更好走向世界。电视剧作为一种偏大众化的文化产品,在跨文化传播中占据重要地位。如今,我国电视剧“出海”类型已慢慢从古装剧扩大到悬疑、青春、现实、奇幻等多元化类型,也为彰显中华文化软实力提供有力支撑。

电视剧《人世间》2022年1月28日播出,仅播出一周,在平台主话题阅读总量超过20亿,单集最高收视率高达3.38%,一举刷新了央视一套黄金档剧集近八年来的收视新高。^[1]且在该剧刚开机不久后,迪士尼便买下了《人世间》的海外播映权。该剧以共情传播为主要机制,实现了人文精

神和现实主义精神的有机统一,为我国国产电视剧的进一步传播拓展了新思路。

本文以国产剧《人世间》为例,分析其海外传播策略,并基于“文化共情”理论,探讨符号、渠道与互动方式的应用与实践,为新时代传递中国声音提供有效支持。

2 国产电视剧的共情研究现状

习近平总书记在主持十九届中央政治局第三十次集体学习时的讲话中强调,要着力提高国际传播“五力”,分别是国际传播影响力、中华文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力和国际舆论引导力。^[2]20世纪50年代,美国心理学家卡尔·罗杰斯把“共情”这一源自德语的单词从美学范畴引入到心理学领域,为心理学的学科研究与发展做出了极具创新性的拓展。^[3]而共情传播的概念还未达到统一,学者李玲从民主互嵌的视角认为共情传播是个体与群体间形成新的情感共同体。学者李成家、彭祝斌认为“跨文化

【作者简介】张佳谊(2000-),女,回族,中国河北承德人,在读硕士,从事新媒体研究。

共情传播”分为两个阶段：一是自我的情感共鸣，二是“他者”的行动反馈。^[4]而无论是何种概念，共情即是人的共情，共情传播大致可认为是主体与客体之间心灵上的情感共鸣。早年，共情传播的应用范围主要集中在国家公共事件，如大型赛事、活动等，2008年奥运会作为典型例子，不仅对内推动了经济、社会、文化事业的发展，更重要的是对外传播友谊，促进国际交流与互动，展现我国综合实力，形成全球记忆。

而题材丰富的电视剧作为重要的文化产品，通过展现社会生活和时代烙印，以动人情节和鲜明的人物触发情感共鸣，成为文化创作热门方向。本文结合共情传播，研究国产剧《人世间》，探讨其通过情感输出和符号互动向海外展现中国时代变迁与形象的传播策略。

3 研究方法

本文以各年龄段电视剧受众为研究对象，探讨观看过程中的情感变化，并分析哪些类型的电视剧更易引发共鸣，从受众视角揭示情感共振的规律。笔者采用深度访谈的研究方法，共采访三位不同年龄及地区受众，年龄层次为80后~00后，其中包含一位在华国际留学生，三位目前处于上学和工作状态。每位受访人的访谈时间为一个半小时左右，围绕个人日常喜爱观看电视剧的类型，对哪类电视剧类型处于排斥状态以及更容易对哪类型电视剧产生情感共鸣等话题进行访问。鉴于国内受众与海外受众的不同文化基础，本文将从探究二者之间共鸣产生原因为切入点，挖掘不同背景状态后的情感表现。

4 《人世间》跨文化共情传播策略

电视剧《人世间》以20世纪70年代的中国北方城市为时代背景，讲述周家三兄妹及周边人民大众的生活踪迹，并以此展现中国的时代变迁。故事平实、真实，在国家形象、符号意象、多元互动上有力展现出中国的、社会的、人的巨变。

4.1 个体生活影射国家形象

国家形象构建离不开国际传播。从大层面讲，国家形象是一个国家在国际大舞台的整体面貌，包含经济、政治、文化、军事等各方面特征。公众对一个国家的认知受到多方面的影响，一方面是公众自身所处的时代环境，另一方面也与价值观、意识形态不同等挂钩。我国正处于发展的关键时刻，在展现国家实力，塑造国家形象上尤为重要。在过往，我国跨文化传播常以宏大视角展现中国故事，如打造大规模的国家形象宣传片，虽能彰显经济、科技、文化等成就及丰富自然风光、民俗风情，但过于宏大易流于表面，难以塑造立体国家形象。

如今，影视创作更注重真实日常与多维叙事，以鲜明人物展现时代沧桑与历史厚重，凸显中国时代变迁与人文精神。电视剧《人世间》的时代背景是20世纪20年代，在剧

中周家三兄妹拥有不同的人生轨迹，老大周秉义响应国家号召成为第一批下乡知青，长女周蓉追随丈夫远赴贵州乡村教书，小弟周秉昆则留在家中与母亲相依为命，在平凡的岁月里三人各自完成着自身的使命。《人世间》对“光字片”进行了细致入微的描摹，全方位展现了一个充满时代质感的东北平民街区热气腾腾的生活细节。20世纪六七十年代“光字片”的老街旧道、大众浴室、各种工厂，还有一排排的普通住家和“低头不见抬头见”的亲密街坊关系……如此精心构筑的年代环境，为故事的铺陈提供了令人信服且扎实可靠的背景，剧中的主人公便于此开始故事。剧中周秉昆经历了下岗的痛苦和“下海”的挑战，这两点都是当时年代具有代表性的印证，海外受众在观看过程中，不仅可以代入时代背景感受当下的人物情节，也可以对早年间中国东北城市的发展脉络进行了解。在跨文化传播中，《人世间》这种以小见大的叙事方式，能够打破文化隔阂，让不同国家和地区的观众产生情感共鸣。剧中所传递的家庭观念、价值追求以及对美好生活的向往，是全人类共通的情感。它让海外观众在了解中国百姓生活的同时，也对中国的国家形象有了更直观、更深入的认识，为中国文化的传播和国家形象的塑造做出了积极贡献。

4.2 符号意象激发共情

符号互动论认为，事物本身不存在客观的意义，而是人在社会互动过程中赋予其意义。^[6]符号意象是一种通过不同物品、形象、场景和动作等元素传递情感和意义的表现手法，可以塑造角色形象，如《乱世佳人》中，斯佳丽高高扎起的头发象征着她坚强独立的性格，头上的蝴蝶结则代表着她保留的年轻女性气质和妩媚。也代表着隐喻和象征，如《活着》中的皮影象征着主角福贵被命运操纵的一生，反映出那个时代人们的无奈和无力。符号意象基于二者间的文化共识，能够表达出特定文化群体间的情感，并引发共情。^[1]过往的跨文化传播多以功夫、大熊猫等独有传统元素为文化标识，虽引发符号共鸣，但重复输出易致审美疲劳，难以全面展现立体中国形象。

《人世间》中的“光字片”作为符号意象，展现了东北平民街的生活环境与社会风貌，承载着独特的生活记忆与情感纽带。通过细致描摹，“光字片”呈现了时代变迁中普通人的生活细节与命运沉浮，引发观众对往昔岁月的追忆与感慨。同时，其具体的视听情节对海外受众也具有代入感，促发情感共鸣。剧中的物象如大众浴池、木材厂、布票、粮本、军大衣等，不仅是道具，更是时代印记和历史内涵的承载者。周秉昆骑的老式自行车则体现了当时普通人的出行方式，其怀旧意味能唤起观众的情感共鸣。这些具体物件通过细腻呈现，再现了特定年代的社会生活与文化记忆，让观众更深刻感受到历史的厚重与真实。此外，剧中的情节也着力表现了中国特有的“熟人社会”和根深蒂固的“家文化”等文化符号。通过周秉义后期从政的情节可以看到“熟人社会”是中

国传统社会的一个特点,能让观众产生共鸣并移情,而周家表现出来的“家文化”,则是重孝道、须读书、朴实善良等家风的体现,不仅反映了中国式家庭一脉传承的特点,也在一定程度上唤醒了现代人对家庭的关注,有利于中国文化的传播与他国观众的理解认同。这些符号意象的运用,使得《人世间》可以更好地突破语言和文化的障碍,让不同文化背景的受众都能够真正地参与到剧中所处年代中,感受中国早年间时代变迁和社会生活,让精彩的年代剧和中国精神相碰撞,更好地讲述中国故事。

4.3 多元互动助推破圈

李普曼在《公共舆论》中认为:“图画一直是最有保证的思维传递方式,其次是唤起记忆的文字。”近年来,视觉符号产生着越来越重要的作用,新媒体的发展也为影视传播提供更为直接的平台。如今影视剧与观众互动方式多元,主创团队通过线下路演、线上直播、媒体角色号等形式宣传。《人世间》因角色鲜明、剧情动人,主演雷佳音、殷桃、辛柏青、宋佳频频登上微博、抖音热搜,如“秉昆被捕”“周楠考上清华”“父子吵架破防”等,引发观众对剧情的热议与关注。这种热度不仅加深了情节传播力,更成为跨越时空的情感对话,拉近了影视作品与观众的距离。此外,一些网络达人通过剖析时代背景、人物对话、叙事方式等,多层次解析作品,弥合观众知识鸿沟,同时,这种科普类视频也帮助海外受众了解中国历史,体会叙事情感,实现情感共鸣。

自2015年起,Netflix开始引进中国影视剧,成为国产剧依靠流媒体平台于海外进行传播的标志性实例。^[5]一些国内爆火剧,如《三生三世十里桃花》《甄嬛传》《白夜追凶》等剧集都在陆续通过Netflix引入海外。而在YouTube、VIKI、Dramafever等国际视频网站上也对我国文化作品的传播起到了重要作用。不仅一些资源聚合型频道会发布获得正版授权的电视剧资源,一些粉丝UGC视频输出,如粉丝推广、剧迷推荐、二度创作也起到了良好作用。《人世间》在播出后,各类有关话题迅速发酵,多个片段备受热议,如剧中“周秉昆教育儿子”的一个片段,海外网友热评“为什么贫穷年代有真挚的感情和爱,而现在却少了很多”“亲情、爱情、友情、人性,演出很真实,谢谢用心的编剧和演员,太让人感动了”,展现出了海外网友突破时空界限对该片段的情感共鸣。同时,剧中人物的命运与国家的发展紧密相连。周秉义投身城市建设,致力于改善民生;周蓉奉献青春,专

注教育事业;周秉昆坚守平凡岗位,默默付出。他们的坚持与守望,正是改革开放以来无数普通人奋进拼搏的缩影。剧中个体故事折射出国家在经济、社会、文化等方面的深刻变革与进步。凭借鲜活的人物与动人的叙事,电视剧通过多元互动“破圈”,在国内外赢得口碑,为中国电视剧发展与文化传播提供了宝贵经验。

5 结论

《人世间》作为国产年代剧,以温情讲述人物故事,展现浓郁的中国时代变迁氛围,并荣获第28届上海电视节白玉兰奖最佳中国电视剧奖。通过平实的叙事手法,以小见大,深刻体现家国情怀。剧集借助主流媒体和社交平台的广泛传播,不仅迅速吸引国内观众,还成功走向国际舞台,成为文化交流的重要媒介。《人世间》以鲜活的叙事、真实的情感和有效的传播方式,为国产年代剧的国际化传播提供了成功范例,也探索出一条创新的文化传播路径,推动中国电视剧迈向更广阔的国际视野。

跨文化传播中文化共情是重要方面,在我国影视剧的传播过程中,也会面临一些挑战和问题,如文化差异可能导致部分复杂情节和价值观的理解偏差,以及语言翻译的准确性和文化适应性,这些都需要根据情况进一步提高,比如增加海外版本的配音和字幕,以更加适应海外受众的需求,同时,如何在保持本土特色的基础上满足国际观众的审美和文化期待,也是需要关注的重点。无论如何,我国影视剧传播已展现积极作用,未来将有更多国产剧登上国际舞台,促进文化理解与交流。

参考文献

- [1] 罗瑜,王圣华.现实主义题材电视剧的共情传播策略探究——以《人世间》为例[J].科技传播,2024,16(08):99-101.
- [2] 习近平.习近平谈治国理政(第四卷)[M].北京:外文出版社,2022.
- [3] 祝莹莹.文化共情在国际传播中的实施策略[J].哈尔滨师范大学社会科学学报,2022,13(06):160-167.
- [4] 徐明华,李虹.国际传播中的共情层次:从理论建构到实践路径[J].对外传播,2022(08):53-57.
- [5] 许航,赵雪梅.流媒体时代中国电视剧的国际传播[J].传媒,2022(15):15-18+20.
- [6] 史哲宇,俞渝翰.近年来现实题材电视剧的共情表达叙事策略探析[J].吉林艺术学院学报,2023(04):81-85.