

《我的阿勒泰》海外热播,更多现实题材国剧“出海”

哈萨克斯坦观众追着中国商人“求剧透”

本报记者 庄小蕾

“我叫巴合提别克!”哈萨克族少年巴太的草原之风,终于吹到了哈萨克斯坦。

7月7日晚,电视剧《我的阿勒泰》在哈萨克斯坦7频道(tv7)播出大结局。短短八集,温暖治愈,收获了不少当地“剧粉”。之后,该剧还将登陆哈巴尔电视台、31频道等当地主流电视台及流媒体平台。

除了《我的阿勒泰》,《好事成双》《女士的品格》《欢乐颂3》《伊犁河》等都市剧及纪录片也将在哈萨克斯坦陆续“上新”。

此前,古装剧一直是国剧“出海”的超级“大户”。近年来,都市剧、年代剧甚至悬疑题材“出海”的份额大幅度提升,受到包括新加坡、泰国、日本、伊朗、哈萨克斯坦等多国观众的喜爱。多样化的中国文艺作品化作文化交流的桥梁,更多中国当代故事正在海外被看见和讲述。



《我的阿勒泰》哈萨克斯坦版海报。剧方供图

一边被逼着“剧透” 一边感到“小骄傲”

从7月1日起,做电商的哈萨克斯坦姑娘阿利雅总会特别期待晚上七点。哈语配音版的《我的阿勒泰》正是这个时段在哈萨克斯坦7频道播出。

“广袤的草原、雄伟的山脉还有澄澈湖泊,每一帧画面都美得像画。”阿利雅是个“00后”,她告诉本报记者,自己平时喜欢看像《权力的游戏》《绝命毒师》这样的美剧,而《我的阿勒泰》如一首抒情散文诗,按理说并不是她的“菜”,但剧中那种洒脱又带点淡淡哀伤的味道,紧紧抓住了她的心。“我看到了哈萨克族和汉族文化的碰撞与交融,剧中展现的节庆、习俗和音乐,都是文化碰撞的精彩体现。”

哈萨克斯坦观众对剧中阿勒泰地区及其文化非常熟悉,看剧时没有什么隔阂。哈语版配音更是让两国间的文化交融更亲、更近。

哈里亚是在新疆维吾尔自治区伊犁哈萨克自治州长大的哈萨克族人,现居哈萨克斯坦做外贸生意。她告诉记者,目前当地讨论度最高的电视剧就是《我的阿勒泰》。因为之前在国内已经追完了全剧,哈里亚经常被哈萨克斯坦的朋友追问剧集的后续发展,“每次‘被逼’给他们‘剧透’时就觉得有点小骄傲,这也是种‘文化自信’吧。”哈里亚说。

正如哈萨克斯坦7频道总裁伊尔哈姆·伊布拉吉姆所言,《我的阿勒泰》具有鲜明的民族风格,作品讲述的故事和展现的文化共通性,也进一步促进中哈两国的民心相通。

多样化国剧纷纷出海 展示生动立体的当代中国

事实上,在畅游“阿勒泰”之前,许多哈萨克斯坦观众就已经通过一些视听作品了解和喜爱中国。

“《西游记》和《红楼梦》很早就在当地电视台播出过译制版,尤其是《西游记》,当地的老人和小孩都很喜欢。”阿利雅跟本报记者聊起,以前自己对中国电视剧的印象,主要停留在古装剧上。《甄嬛传》《琅琊榜》等剧更是以精致的服化道、扣人心弦的情节吸引了众多哈萨克斯坦观众;哈里亚则说,身边的不少女性朋友喜欢看中国的仙侠剧,因为剧情充满想象力,服装也很好看。

“电视中国剧场”是由广电总局主办的品牌项目,旨在通过与各国电视媒体和新媒体合作,在固定频道、固定时段、固定栏目,常态化播出中国优秀视听节目,目前已经在40多个国家和地区落地。目前,“电视中国剧场”之“Bawrsak(包尔萨克)剧场”正通过哈萨克斯坦7频道和阿拉套电视台持续“上新”。除了电视剧《我的阿勒泰》《好事成双》、纪录片《山河新疆》外,接下来的两个月还将陆续播出电视剧《女士的品格》《欢乐颂3》《无所畏惧》、纪录片《伊犁河》《查干萨依的八月》等。

除了哈萨克斯坦外,在肯尼亚本土影视剧频道BlissTV开播的“电视中国剧场”,也将常态化播出中国视听作品。其首批计划播出的电视剧中包括《以家人之名》《欢迎光临》《对你的爱很美》《乔家的儿女》等——几乎都是现实题材。

由井柏然、周依然主演的悬疑剧《新生》也交上了一份亮眼的成绩单——今年5月6日才登陆优酷白夜剧场,5月7日就在全球流媒体平台奈飞上线。反转多多、直戳人性的剧情,让该剧一度登顶了奈飞日榜,超过了霸榜多日的韩剧《眼泪女王》。

在今年6月举行的第29届上海电视节电视市场上,新丽传媒、西嘻影业、韩国KOCCA、Kansai TV、KAKAO Entertainment等海内外影视制作、发行公司展台前人头攒动,交易洽谈活跃。除了古装剧之外,海外买家对中国的都市剧、悬疑剧都表现了浓厚的兴趣。

这些中国视听作品不仅能让更多海外观众了解中国历史文化,更向他们展示了丰富多彩、生动立体的当代中国。

现实题材成新宠 对点和细分是共识

分析近年来“出海”的国剧,不难发现一个现象——古装剧为王的局面正悄然改变,现实主义题材日益成为新宠。

究其原因,一方面,近年来国剧制作越来越精良。尤其是一些中等体量的剧集,包裹在青春、悬疑等“国际化叙事框架”中,更容易被海外观众理解和接受。“这些年,在剧本、拍摄、后期等诸多方面,国产剧集的质量正在显著提升,这成为国剧在海外市场通行的硬实力。”阅文集团旗下新丽副总裁王乔表示。

另一方面,现实题材也成为海外观众发现“真实中国”的窗口。尤其是当“China Travel”(中国游)红遍短视频平台时,现实题材的中国剧集正好能满足海外用户的好奇心。

那么,国剧如何吸引更多的海外观众?什么才是出海破圈的新密码?

在第29届上海电视节上,成功“输出”了《烟火人家》《梦中的那片海》《好事成双》等剧的西嘻影业副总裁傅文婕就认为,只要能找到引发观众情绪共鸣的切入点,就能在国际市场上占有一席之地。其中,“女性成长”正是内容制作方面的“关键词”。

如今的市场,对点和细分已经成内容出海的共识。最经典的例子莫过于《庆余年2》。今年,这部腾讯大制作同步上线Disney+,实现了海内外真正的同步追剧。针对不同的区域用户的喜好,《庆余年2》制作不同的海报和预告等宣传物料,也成了Disney+有史以来播出热度最高的中国大陆剧。

电视剧《风声》总制片人王怀宇告诉本报记者:“以前做项目,卖到海外是一个‘附加项’,但现在我们会预先考虑作品不具备‘世界性’,是否能够被其他语境的受众所理解。”

即便是同一内容,针对不同地区观众,制作和宣传上也会有不同的侧重点,例如印尼、泰国、越南的观众多为年轻女性,对甜宠剧有偏爱;而日本、新加坡的观众则更能对观照现实、反映当代人内心世界的的内容产生共鸣。

抱团出海、动态增长,光影助力、文化交流……在中国影视出海的下一个篇章,更多的中国故事正在精彩上演。