

■ 王乙涵

从 2019 年前三季度热播剧看中国电视剧创作的发展与方向

提 要 2019 年，中国的电视剧行业在经历了严寒与动荡后进入良性发展，生产创作投资趋于理性。在政策与市场的合力作用下，出现了一批富有时代内涵的电视剧。网台互动播出模式，为中国电视剧发展提供了新的空间。电视剧作为拥有最广大受众群体的文化领域，对当今中国文化的价值与意义正在开始被重新定义。

关键词 电视剧创作 参与式文化 价值引导 审美转向

从 2018 年到 2019 年，中国的电视剧行业经历了严寒与动荡，税收风波、资本退潮加上政策监管的合力作用下，创作者更加关注现实，同时在题材类型上不断探索，出现了一批富有时代内涵的电视剧。网台互动播出模式，为中国电视剧发展提供了新的空间。据统计，2019 年上半年电视剧的播出和收视量仍然处于上升趋势，播出比重达到 29.5%，收视比重已经达到 33.3%，占整个收视市场的三分之一，观众平均每天收看电视 251 分钟^①，观众忠实度保持着稳定的态势。这样的市场份额，向人们证明了电视剧在价值引领上的重要性。本文试图通过对 2019 年前三季度中国电视剧创作领域的梳理与分析，解读电视剧的文化内涵与审美趋势，探讨中国电视剧创作的发展与方向。

一、政策的引领

创作和市场永远离不开政策的引领。主管部门始终十分重视电视剧在价值导向上的重要作用，在对行业秩序进行规范的同时，逐步加强对电视剧生产的方向性引导。

2018 年 4 月 8 日，在国家广播电视总局“全国电视剧创作规划会议”上，主管部门对电视剧创作规划提出了以现实主义为主体，市场价值要服从于社会价值，优化产业结构，淘汰冗余产能，坚持创新，统筹网台等要求。

自 2018 年 5 月“阴阳合同”等一系列乱象被暴露在公众视野下以来，影视圈的税务问题受到全社会的广泛关注。在天价片酬等负面因素的影响下，影视行业税收政策收紧。管理部门为规范行业发展，出台了相关监管措施和

^① 《上半年电视收视观察：电视剧收视上升，综艺节目略有下降》，搜狐网（http://www.sohu.com/a/340706456_720993）。

规定。6月27日，中宣部等五部门联合印发《通知》重申电视剧片酬“执行标准”：每部电视剧全部演员的总片酬不得超过制作总成本的40%，主要演员片酬不得超过总片酬的70%。2018年10月2日，国家税务总局新出台《关于进一步规范影视行业税收秩序有关工作的通知》，提出要加强对于影视行业税收秩序的整顿力度，组织各地区税务机关督促影视公司、明星工作室、高收入影视从业人员进行2016年以来申报纳税的自查自纠工作。税收政策的收紧让很多原计划上马的项目停摆，影视公司面对业绩的压力开始更加审慎地面对每一个项目。其最直接的结果是2018—2019年度电视剧产量减少，并进一步趋近于理性。

同时，近几年来，主管部门持续加大了对电视剧行业的内容监管力度。2018年以来，国家新闻出版广电总局多次发文强调规范电视剧和综艺节目题材内容，对内容题材的限制也更加明确和细化。在电视平台和视频网站都有多部古装剧遭遇撤档或台转网播放。主管部门多次强调“守住底线”，讲好中国故事。所谓的底线，就是2010年3月26日颁布的《电视剧内容管理规定》（63号令）中有关电视剧不得出现的11方面的内容，如下：

（一）违反宪法确定的基本原则，煽动抗拒或者破坏宪法、法律、行政法规和规章实施的；

（二）危害国家统一、主权和领土完整的；

（三）泄露国家秘密，危害国家安全，损害国家荣誉和利益的；

（四）煽动民族仇恨、民族歧视，侵害民族风俗习惯，伤害民族感情，破坏民族团结的；

（五）违背国家宗教政策，宣扬宗教极端主义和邪教、迷信，歧视、侮辱宗教信仰的；

（六）扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；

（七）宣扬淫秽、赌博、暴力、恐怖、吸毒，教唆犯罪或者传授犯罪方法的；

（八）侮辱、诽谤他人的；

（九）危害社会公德或者民族优秀传统文化传统的；

（十）侵害未成年人合法权益或者有害未成年人身心健康的；

（十一）法律、行政法规和规章禁止的其他内容。

这些规定内容不仅适用于台播剧，同样也适用于网剧。虽然网剧诞生之初就是依靠与传统电视剧的差异化而存活，但当越来越多的网剧靠着擦边球、恶趣味与非主流价值观来博取关注，就已经失去了良性发展的土壤，需要政策进一步的规范与引导。

早在2016年国家新闻出版广电总局就提出了网剧要与电视剧同样审查标准，电视剧不能拍的题材网剧也不能拍。并从2016年12月19日起，开始实行网络剧备案登记制度，规范网络剧审查与生产。但是，还有一部分网剧怀着侥幸心理，冒着被下架和封杀的风险，游走在红线边缘。2018年11月9日，新闻出版广电总局发布了《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，强调“网上与网下要坚持统筹管理、统一标准”，并“探索建立网台联动的有效管理机制”。传统电视台和视频网站播出内容的审核流程和监管口径趋于实质性统一。2019年，国家广播电视总局再次就网络剧审查印发通知：自2019年2月15日起，重点网络影视剧的备案系统升级，相关信息报备方式也进行调整。重点网络影视剧（包括网络剧、网络电影、网络动画片）开始制作前，制作机构需登录“重点网络影视剧信息备案系统”登记节目名称、题材类型、内容概要、制作预算等规划信息。“重点网络影视剧”

包含投资总额超过 500 万元的网络剧（网络动画片）、超过 100 万元的网络电影。网络视听内容管理新规，在一定程度上会降低网络剧生产的灵活性和创造性，但也提高了行业准入门槛，净化了电视剧市场，让更多优质内容占据主导地位，从而推动电视剧产业的良性发展。

在主管部门的整顿和引导下，天价片酬、收视率作假、阴阳合同、偷漏税等问题得到了一定的遏制和规范。这些政策性的引导直接影响了 2019 年的电视剧创作，电视剧生产创作投资趋于理性，产量得到缩减。与此同时，对于剧集长度的要求也让电视剧注水的情况得到明显好转。经过涤荡之后的电视剧市场，再次焕发出了生机与创造力。

二、内容的春天

过去的一年被人们称为行业的寒冬，市场在大环境的影响下整体下滑，以流量明星和大 IP 为导向的时代将要终结。然而，市场的冬天却带来了内容的春天。当寒冬袭来，电视台与视频网站从僵持走向合作，以期实现台网互动，共赢相生。在主管部门以现实主义为主体创作的精神指导下，他们意识到优质的内容才是决定播出效果的最重要条件。但是，不同播出渠道对于题材的偏好呈现出明显的差异，网台头部剧重合度较低，不论是电视台还是视频网站都需要找到既符合平台风格定位又能够引发网台同频共振的作品。制作方与创作者也重新认识到内容的重要性，并将生产重心回归到创作本体上来，直观而显著的变化是玄幻仙侠、古装宫斗题材明显减少，现实题材作品强势回归。而这种大规模的回归也催生了现实题材作品类型的垂直细分和多元化发展，都市情感、家庭伦理、行业职场、国安刑侦、青春励志等越来越多，占据着电视剧屏幕。视频网站在政策引导下，也调整了剧的播出比例，网络剧逐步精品化，让更多的现实主义作品进入网

络平台，成为一种网剧类型。一些“既有市场，又有价值；既有意思，更有意义”的作品脱颖而出。

（一）献礼剧

2019 年是中华人民共和国成立 70 周年，献礼剧是播出平台必不可少的节目。献礼剧通常指在国家重大时间节点前后排播，以反映时代特色，弘扬社会主旋律为特征的剧集。在以往的印象里，献礼剧虽未局限某种题材类型，但大多是以传统手法拍摄的革命题材和红色题材。随着影视产业的发展，献礼剧不再是千篇一律的应景之作。献礼剧不仅在题材范畴上不断拓展，甚至从生产方式到创作姿态乃至叙事策略都有所转变，实现了整体创作格局的升级。2019 年的献礼剧除了《在桃花盛开的地方》《特赦 1959》等红色题材，还有表现当代军旅生活的《陆战之王》《空降利刃》，表现少数民族题材的《父亲的草原母亲的河》，表现市井民生的《老酒馆》，表现女排体育精神的《青春抛物线》，表现都市生活的《正青春》《山月不知心底事》等。这些作品关注着不同时代、不同民族、不同行业的普通人，从侧面表现了时代的精神风貌，在引起观众情感共鸣的同时，实现了社会认知和价值引领功能。同时，这些作品在审美样式上涵盖了年轻一代主流受众，为主旋律电视剧的年轻化传播打开了新局面。



《陆战之王》海报

（二）家庭伦理剧

家庭伦理剧是影视剧中最常见的类型，也

因为反映当下、贴近现实、与观众共情而最容易成为爆款。在 2019 年的热播剧中，反映原生家庭关系的《都挺好》与表现子女教育和升学问题的《小欢喜》都十分引人关注。

《都挺好》改编自阿耐的同名小说，讲述了从小在重男轻女家庭长大的苏明玉与原生家庭不断撕裂弥合最终回归的故事。该剧立足当代女性的视角，设置了“原生家庭”“重男轻女”“养老”等社会议题，对于原生家庭问题的讨论突破了该类型电视剧家长里短的老套路，实现了题材类型上的突破。但该剧在表现中国家庭样貌的同时，过于夸大家庭矛盾，剧中三个男性家庭成员整天作妖、虚荣自大、做人无下限，而女主角苏明玉却始终充满委屈和仇恨，这样的情节和人物设置引起观众的不适，认为该剧过度“贩恶”、传播负能量。令人遗憾的是，在电视剧的结尾，虽然勉强地给出了一个团圆的结局，但是并没有给观众建立起一个有说服力的新的家庭伦理关系，也没有给剧中提出的社会问题一个合理的解决方案。

与主人公全程“都不好”的《都挺好》一样，另一部名为《小欢喜》的剧中主人公则始终处于心酸和焦虑之中，它的主题是“高考”。该剧集中展现了三个备战高考的中产家庭，面对各种问题共同成长的故事，从教育作为切入点，探讨当代都市家庭教育与亲子关系等命题。其成功之处在于真实地展现了高考家庭的样貌和中年夫妻的焦虑与困境，并与观众一起探讨高考这一改变社会阶层、实现人生理想的教育体制。

随着观众审美需求的不断变迁，家庭伦理剧呈现出多元发展的态势，不再一味粉饰太平，而开始更加关注现实，敢于反映痛点，干预生活，并在作品中注入更多的审视、批评和探讨，同时勇于承担使命，解答问题。让这一题材类型不仅停留在浅层娱乐消费，而是参与到了引导社会观念的转变和进步中来。

（三）涉案剧

2019 年 5 月，聚焦我国缉毒干警的现实题材作品《破冰行动》在央视八套播出。该剧取材于 2013 年广东公安机关开展“雷霆扫毒”专项行动的真实案例，播出后持续掀起收视高潮，并获得巨大社会反响。被称为是一部思想精深、艺术精湛、制作精良、激荡正能量、弘扬主旋律的现实主义精品力作。

20 年前，涉案剧曾是国产电视剧的重要类型和卫视黄金档的主流题材，因情节悬疑刺激而受到观众的喜爱，但其存在的问题也十分显见。很多涉案剧不可避免地表现犯罪过程以及出现血腥暴力场面。2004 年开始，涉案剧因大量题材同质和质量普遍偏低而退出黄金档。此后十余年，涉案剧、反腐剧渐渐淡出主流视野，虽在网络平台求一席之地，也因频频触及红线而时刻面临下架整改。近两年，涉案剧终于开始向主流平台回归，《人民的名义》等电视剧的热播，似乎预示着涉案剧、反腐剧的回暖。此次的《破冰行动》更加验证了这一点。

作为涉案剧，《破冰行动》在内容创作上进行了有益的尝试，摒弃了传统涉案剧对于案情细节和侦破手段的猎奇性呈现，而是在环环相扣、悬念迭起的案情推进中突出表现了李飞、李维民、蔡永强、马云波等公安干警的个人信仰和精神追求，塑造了英雄的集体形象。不仅正面人物性格丰富、形象饱满，反面人物也复杂而立体。除了在叙事结构和人物塑造上有所突破，该剧还直面现实问题，深入剖析毒品问题的社会根源和内在逻辑，揭示了人性的复杂。此外，该剧摆脱了非黑即白的道德评判，以均衡而克制的视角来表现公安干警和塔寨村民，实现了类型化的创作升级和主旋律的创新表达。可以说，《破冰行动》有力地表现了正义战胜邪恶、光明驱散黑暗，实现了价值引导和正能量的传递，为主旋律电视剧特别是涉案剧树立了典范。



《破冰行动》海报



《长安十二时辰》海报

(四) 古装剧

2019年初,多部古装剧改档延期。古装剧一直以来都是最受观众喜爱的电视剧类型,但由于很多古装剧在内容上歪曲历史,在制作上粗制滥造、张冠李戴,在思想价值上缺乏正面的引导,因此成为内容审查的重灾区。事实上,古装剧应该是传承民族文化、重塑传统美学和弘扬中国精神的重要载体。2019年7月,古装反恐剧《长安十二时辰》在优酷上线,播出后得到业内外的一致好评。该剧改编自马伯庸的同名小说,讲述了唐代主管侦缉逮捕的“不良人”张小敬为戴罪立功,需要在十二时辰之内,与靖安司李必共同侦破混入唐城的可疑人员,解救黎民百姓的故事。该剧主创本着现实主义的创作方法,在历史真实的基础上编织剧情。在故事层面,该剧看似纷繁复杂,其实却只围绕着一个大事件展开,在24小时内一个事件又可以裂变成多个小事件,牵连出很多小人物。每一个出场人物都有相对饱满的设计,以小人物历经磨难百折不回表现民族精神和价值导向。在制作上,该剧极力还原大唐盛世的绮丽恢宏,对唐代的典章制度、职官礼仪,长安城的人文地理、饮食起居、言行风貌极尽考究,将中国传统文化之美融入剧集之中,试图以此唤起现代人对传统文化的关注。

从2019年的电视剧创作来看,以现实主义为主体的创作方向并未影响电视剧创作的多元化。无论是古代题材还是现实题材,原创还是改编,只要尊重创作规律,尊重观众,紧扣时代主题,展现社会问题,提供正确的道德标准和价值取向,就能够创作出现实主义的精品力作。

三、参与式文化传播

随着政策的逐步放开,电视剧的终端开始共享内容和平台,电视台播出的电视剧,绝大多数都会在网络播出,网络独播剧也反哺电视平台。终端的合作融通,为传播带来了巨大的变化,跨屏传播让内容更容易在市场竞争中突围,释放出更大价值。

而媒体融合不仅是媒介的融合,更是全方位的文化融合。输出终端观念的改变,让媒体形态的边界逐渐消融,用户界线不再清晰。新的融媒体平台激发出受众的主观能动性,观众不再满足于被动接受,而热衷成为积极的传播者与参与者,也就出现了“参与式文化”这一以网络为平台,网民共同参与的文化现象。“参与式文化”最初由美国传播学家亨利·詹金斯(Henry Jenkins)于1992年提出。^①主要表现为网民通过某种身份认同,在网络平台主动、自由、公开、

^① 百度百科(<https://baike.baidu.com/item/参与文化/3947753?fr=aladdin>)。

共享地创作媒介文本、传播媒介内容。交互性和多样性的特征很容易将个体力量构建为群体的力量，进而演变成文化狂欢。

与几年前相比，当下电视剧的传播已经发生了重大改变。观众不再只是被动观看，除了关注剧情本身，他们还会介入电视剧宣传推广的各个环节配合电视剧的传播。以优酷网络剧《东宫》为例，该剧经过两次撤档，最终在 2019 年 2 月 14 日播出。因为起用新人演员，很多观众开始并不看好，但播出不久就验证了“真香定律”，不仅口碑和热度上升，豆瓣评分也从 6.6 升至 7.6。这其中，“东宫女孩”功不可没。“东宫女孩”是因《东宫》而聚集在一起的观众群体，他们自我认知度高，有独立和封闭的小群体。她们不满出品方宣发的“不作为”，想方设法在公共平台安利《东宫》，紧盯微博热搜见缝插针宣传推广；自发制作容易传播的表情包和 GIF 动图；将相关评分及热度数据做成折线统计图每天分析。最值得一提的当属弹幕，据骨朵数据显示，截至 3 月 13 日，播出 27 天的《东宫》共有 403 万条弹幕，开播以来多次蝉联骨朵数据单日剧集弹幕数排行第一。可以说是“东宫女孩”推动了该剧热度的发酵。《东宫》根据同名网络小说改编，东宫女孩最初主要由原著“书粉”构成，她们基于对剧情的了解，积极参与弹幕和社区的讨论。但随着剧情的发展，很多没有看过原著的观众看了小说，也开始进入由“书粉”主导的讨论和粉丝产物创作中，成为“东宫女孩”的一员。他们将此剧称为“话梅剧”，一边期待男女主角甜蜜撒糖，一边等待心酸虐恋结局。

另一方面，作为互联网平台，优酷具备着与用户产生交互的能力。他们可以通过数据分析，掌握用户的喜好和取向，并满足用户需求。在《东宫》第 10 集播出后，有网友吐槽“跳忘川”的名场面没有背景音乐。平台迅速反应，为这一场景加上主题音乐，并在 24 小时内重新上线。此举引发好评，《东宫》“宠粉”也被刷上热搜。此后，网友反馈的滤镜、配音和字幕等细节

一一得到了调整。

以大量用户数据为基础的互联网平台意识到以流量明星和大 IP 为导向的时代即将终结，只有重视内容、善待观众才能走得更远。他们与受众群体紧密互动，引导受众的参与热情，最终实现超出预期的播出效果。



《东宫》剧照

2019 年，另一部因“参与式文化”传播爆火的是在卫视与视频网站双平台播出的《亲爱的，热爱的》。该剧的网络受众多为“网生代”，他们通过观看剧集时形成的身份认同，在社交平台上共同分享参与话题，形成浓厚的参与式氛围，在网络公共空间内彼此影响、互动，进而产生了强烈的情感共鸣和强大的聚合力。该剧从首播收视仅 0.7%，短短几天内的第十集就双台收视破一，网络播放量和热度不断蹿升。在社交网站和短视频网站的助攻下，该剧热度日渐高涨，男女主演李现和杨紫不断被送上热搜，并霸占了各大榜单和指数，出现了“上头姐妹”“现男友”等网络流行语汇和各种表情包、网络段子、混剪视频等重构与解构的亚文化作品。“参与式文化”这一不可忽视的文化力量，让《亲爱的，热爱的》这样一部小众甜宠剧成功出圈。

相对于视频网站，传统电视平台剧的传播也毫不示弱。家庭伦理剧《都挺好》开播后，收视率和讨论度不断攀升，成为 2019 年首部卫视双台收视破两亿的电视剧。该剧从题材选择到营

销传播，都很好地运用了议程设置理论。该理论是美国传播学家 M. E. 麦库姆斯和唐纳德·肖于 1972 年提出的^①，他们认为大众媒介往往不能决定人们对某一事件或意见的具体看法，但是可以通过提供信息和安排相关的议题来有效地左右人们的关注点。

《都挺好》在题材上选择了“重男轻女”“原生家庭”“啃老”能够引起社会广泛关注和共鸣的话题，实际上就是为观众设置了某种议程。在电视剧播出阶段，跟随剧情的发展主动设置话题、制造热度，无论剧中大小演员都积极在个人微博与粉丝互动，话题炒热之后，各种自媒体、短视频都开始自发宣传。同时，网友的创作热情被激发出来，他们的创作内容在社交媒体上形成了二次传播。这种融合多种传播手段构建的受众参与文化，有效掌控了观众的追剧节奏，延宕着观众的追剧热情。很长一段时间内，剧中苏家出现的各种问题和话题占据着各种社交平台的话题榜，可见《都挺好》所设置的议题触及了普遍的社会问题，真正贴近了人们的现实生活，让观众产生了共鸣。在观众共情与讨论的同时，该剧也得到了有效和广泛的传播。



《都挺好》海报

四、价值引导与审美转向

在消费主义文化语境下，电视剧曾一度陷入过度娱乐化的怪圈，彻底成为大众的娱乐工具。因为受众群体普遍低龄化，制作公司为了迎合年轻观众的消费心理，生产了大量审美格调不高、缺乏文化内涵的精神快消品。经过政策与市场的调控，当高价购买的 IP 和流量明星不能掩盖作品的苍白廉价，观众对同质化的内容不再买账，电视剧行业也渐渐由盲从转向理智，由一味讨好满足向引导和启迪转向。电视剧不仅仅要迎合受众审美，更重要的是以娱乐化的审美表象传递主流价值体系，提高和引导大众审美，这也正是电视剧的文化价值所在。

20 世纪 70 年代，E. 卡茨提出了“使用与满足”理论，从受众角度出发，通过分析受众的媒介接触动机以及这些接触满足了他们的什么需求，来考察大众传播给人们带来的心理和行为上的效用。^②该理论提出的背景是针对美国收音机家庭进行的调查数据显示，那些以启蒙、教育和修养为目的的“好”节目并不拥有很多听众，反而是“格调低俗”的轻喜剧、肥皂剧以及猜谜游戏等娱乐节目的收听率高得出奇。基于这一理论，我们可以推论观众观看电视剧的目的同样是为了满足自己的需要，以实现四种基本类型效用：心绪转换、人际关系效用、自我确认效用、环境监测效用。

90 后、00 后为主体的主流观众，很难与传统的价值观理念产生共情，他们感性大于理性，追求新奇刺激的感官体验和契合的精神表达，同时他们的审美素养尚待有使命感的文艺作品去塑造和引导。我们的电视剧作品，需要在满足受众的各种需求基础上，潜移默化的引导，并最终实现大众审美的转向。

《亲爱的，热爱的》由网络小说《蜜汁炖鱿鱼》改编，暑期登陆东方卫视、浙江卫视，并在

① 百度百科 (<https://baike.baidu.com/item/议程设置理论>)。

② 百度百科 (<https://baike.baidu.com/item/使用与满足理论/204817?fr=aladdin>)。

爱奇艺、腾讯视频同步播出，讲述了一个高智商少女与热血青年一见钟情，二人在相处中不断碰撞、相互支持，共同成长爱情故事。这部制作谈不上精良，剧本尚显稚嫩的甜宠言情剧不仅征服了广大电视观众和网络群体，还获得主流官媒的点赞，实现了价值引导和审美转向的功能。《亲爱的，热爱的》被细分为甜宠剧。所谓“甜宠剧”，就是故事简单欢快，演员时尚养眼，剧中男女主角在恋爱中甜蜜宠溺，让观众产生甜蜜的观赏感受。甜宠剧既能满足女性观众对于理想化对象的情感代入，又能在高压力快节奏的现实中用最低成本的方式达成情感宣泄，贴合很多年轻女性观众的审美偏好。但大部分的甜宠剧因为逻辑混乱、肤浅悬浮，长期居于电视剧鄙视链的底端，很难得到主流的认可。《亲爱的，热爱的》用好了这把双刃剑。

该剧在人设上将男主人公韩商言的职业设定由原著中的“电竞”改为 CTF（网络安全）大赛，尽管本质仍是一种“电竞”形式，但在今天十分重视网络安全的大环境下，网络安全大赛的设定显然更易被主流市场接受；同样，女一号佟年不仅是高智商美少女、二次元网络歌手，更是现实中的学霸，在大学实验室为公安和医院设计人脸识别系统，是为国家建设做出贡献的高科技人才。男女主角的人设既充满网感，符合当下“网生代”观众的审美习惯，又与现实接轨。



《亲爱的，热爱的》海报

在剧情设置上，该剧没有将爱情作为唯一主题，在甜蜜的爱情之外，用一半的比重关注了人物的蜕变与成长，用正能量与主流价值观展现了 80 后、90 后追逐梦想的精神与爱国情怀。从剧名可以看出，“亲爱的”指的是爱情线，“热爱的”则是指热血励志的事业线。在事业线中，该剧集中强调了国家荣誉和个人梦想。韩商言是 CTF 大赛的传奇人物，战绩显赫，梦想身披国旗站在冠军的领奖台上，却在十年前与队友分道扬镳，遗憾退场。十年后，他背负着不能和解的过去，披着一副冰冷坚硬的外壳带领着“K&K 战队”的年轻队员们继续追逐冠军梦。在与佟年相爱的过程里，韩商言学会了爱与原谅，终于与过去的自己和队友和解，完成了精神的蜕变与成长。而他带领的“K&K 战队”也在刻苦的训练和不懈的努力后，代表中国向冠军进发。无论是个人的冠军梦还是团队的夺冠路，他们为祖国争光的信念始终未变，这条为梦想拼搏的事业线充满正能量，足以激起观众的国家荣誉感和爱国热情，对于“网生代”年轻人更是很好的爱国主义教育和引导。

在爱情的主线上，该剧没有残酷青春也没有无病呻吟，而是从纯纯的一见钟情开始，展开了一段精神平等、心灵互倚、行动支持的爱情，二人在碰撞与摩擦中体悟爱情、获得成长，而这种“发乎情止于礼”的恋爱，也向年轻的观众们示范了年轻人应该有的样子。

《亲爱的，热爱的》在一定程度上符合了“小成本、大情怀、正能量”的原则，通过与流行文化的组合、换装，将爱情故事与时代和社会相关联，从内部将观众的消费心理中的负能量转化为正能量^①，实现了文艺作品的审美转向功能，体现了作品的文化价值。作为一部现实题材作品，《亲爱的，热爱的》尽管还需要提升其艺术水准，更多地从生活中汲取养分，记录时代、观

① 王坤：《全媒体时代国产电视剧的审美特征与转向》，《电影文学》2018 年第 19 期。

照现实，但该剧的成功依然为当下电视剧生产创作树立了一个范例——如何在满足观众感官与心理需求的同时，引导观众的审美转向，以优质的价值导向帮助观众更好地面对现实生活，感受时代面貌。

结 语

2019年，行业的降温还在持续，众多上市影视公司业绩下滑，小公司关门，只有身体素质好的才能活下来。2019年，中国电视剧的创作在政策严管之下出现了新的契机和方向。电视剧的产量和长度得到了控制，电视剧的题材

和类型呈现出多元发展的态势。随着观众审美需求的不断变迁，电视剧作为拥有最广大受众群体的文化领域，对当今中国文化的价值与意义正在开始被重新定义。创作者在创造市场价值的同时也开始着力提升电视剧的审美趣味、精神内涵和价值高度，以提高作品的社会价值。2019年对整个电视剧行业来说是一次浴火重生，如果能抓住机遇、根治痼疾、实现升级，电视剧行业的春天不久就会到来。

（作者单位 中国艺术研究院电影电视艺术研究所）