

当代中国影视剧对埃及传播的问题及对策研究

王瑞丰

宁夏大学 宁夏银川 750001

摘要:自“一带一路”倡议以来,中埃在影视领域的交流合作不断加深,中国影视剧在埃传播数量、类型、渠道等方面都取得一定成就。中国影视剧在埃及的广泛传播,不仅推动中华文化“走出去”,也使埃及人民以更加生动、亲民的方式看到了一个鲜活和与时俱进的中国,进一步夯实中埃合作的民意基础和社会基础。但是,中国影视剧在埃传播也面临着一些挑战。因此,本文在梳理中国影视剧对埃传播现状的基础上,分析传播中存在问题并提出中相应策略,推动中国影视剧更好地对埃传播,提升埃及民众对中华文化的了解与喜爱。

关键词:中国影视剧;埃及;传播策略

Research on the Problems and Countermeasures of the Communication of Contemporary Chinese Film and Television Drama to Egypt

Ruifeng Wang

Ningxia University, Yinchuan, Ningxia 750001

Abstract: Since the “the belt and road initiative” initiative, the exchanges and cooperation between China and Egypt in the field of film and television have been deepened, and Chinese film and television dramas have made certain achievements in the number, types and channels of communication in Egypt. The wide spread of Chinese film and television dramas in Egypt has not only promoted Chinese culture to “go out”, but also enabled the Egyptian people to see a lively and advancing China in a more vivid and intimate way, further consolidating the public opinion and social foundation of China-Egypt cooperation. However, the spread of Chinese TV dramas in Egypt also faces some challenges. Therefore, on the basis of sorting out the present situation of Chinese film and television dramas' communication to Egypt, this paper analyzes the existing problems in the communication and puts forward corresponding strategies, so as to promote the better communication of Chinese film and television dramas to Egypt and enhance the Egyptian people's understanding and love of Chinese culture.

Keywords: Chinese TV plays; Egypt; Communication strategy

一、中国影视剧在埃及的传播状况

自2013年“一带一路”倡议以来,中国影视剧对埃传播迎来新机遇,数量不断攀升、类型逐步丰富、渠道不断创新。

在2015年“中国剧场”栏目、2016年中埃文化年、2018中国电影展映周开罗中国电影之夜等一系列平台活

动的助力下,多部中国影视剧走向埃及,如:《金太狼的幸福生活》、《父母爱情》、《媳妇的美好时代》、《北京青年》、《医者仁心》、《辣妈正传》、电影《逃出生天》等,受到埃及观众的广泛喜爱与关注。在观看中国电视剧次数前十的阿拉伯国家中,埃及、伊拉克、沙特阿拉伯观看次数位于前3,其中,埃及观看次数占总次数的25%。^[1]此外,在埃传播中国影视剧类型也由单一向多样化转变,其中埃及电视台播放的中国影视剧多为都市伦理剧,励志剧与年代剧。相较而言, Youtube、iqiyi、WeTv等视频网站播放的中国影视剧类型更多元丰富,包括青春校

作者简介:王瑞丰(1997-),女,回族,单位:宁夏大学阿拉伯学院阿拉伯语语言文学专业,在读研究生,研究方向:阿拉伯语文化。

园、都市爱情、古装历史、军旅战争等题材，如：《夜空中最闪亮的星》、《知否知否应是绿肥红瘦》、《麻雀》等，其中都市剧、青春剧和家庭剧最受埃及观众欢迎。但同时受中埃观众影视审美与偏好等主观因素，社会文化、影视市场发展等客观因素影响，中国影视剧对埃传播过程中存在一定效果差异。就中国影视剧对埃传播渠道而言主要分为两种，一是埃及国家电视台，如：埃及国家电视台第二频道、埃及尼罗河电视台（NileTV）以及其他私营卫星频道；二是视频播放网站，如：YouTube、CGTV、iqiyi等。三是线下传播渠道。

二、中国影视剧对埃及传播存在的问题

虽然中国影视剧在埃及的传播取得一些成就，但在传播受众、渠道、影视剧内容方面仍面临着许多困难与问题。

（一）传播主体与传播受众单一

近些年，中国各地方在推动我国影视作品走向埃及的过程中发挥了关键性作用。但是现行中国影视剧对埃传播模式仍然以官方性质的话语主体为主，未能充分发挥我国其他各类话语主体和民间力量与优势，同时，各类传播主体对于我国在中国影视剧对外传播方面政策文件的执行力与落实度不够。如在埃留学生、海外华侨、在埃中国企业、中埃文化机构、孔子学院等，都是中国影视剧对埃传播过程中的关键主体，但这些主体面临凝聚力不足、参与性不强、自觉性不够、创新性不强等问题，未能系统的、有组织的主动承担中国影视文化对埃传播的责任，充分发挥优势与联动性。

（二）中国影视剧对埃传播效果不佳

尽管线上、线下传播渠道极大地推动中国影视剧对埃传播，但整体而言，存在传播效果不加的问题。首先，受种种因素影响，中国影视剧在埃电视频道播放时段不稳定，播放频率较低，一定程度上限制了中国影视剧在埃电视频道的传播。其次，Youtube平台上的中国影视剧的阿拉伯语主页推荐较少，缺乏预告或片花宣传且新速度相对较慢，影视剧的播出渠道也分散在数个专推送各类剧集的“独播”频道中。再次，埃及影视市场海外进驻影业中，欧美国家占据多数，如：StarzPlay、Netflix、亚马孙等，域外节目在埃及的影响力较强，一定程度上削弱了我国影视剧在埃及民间的关注度和讨论度。最后，中国影视剧的主要传播渠道集中于埃及文化部门。中埃民间文化机构与社会团体在中国影视剧对埃传播过程中处于协办地位，真正由民间文化机构与社会团体主办的影视文化活动数量较少、规模较小、影响力较弱。

（三）中国影视剧对阿传播中存在“文化折扣”现象

中国影视剧对埃传播过程中的“文化折扣”主要体现在三方面。首先，在影视剧题材方面。关于都市喜剧、爱情等类型的中国影视剧较容易被埃及观众接受认可。但关于年代、历史等影视类型，蕴含着较深厚历史性、纪实性、综合性等多种特点的中国影视剧，在Youtube、CGTV等平台上数量占比、浏览次数与评论都较低，埃及观众的反响也稍显平淡。其次，在故事情节方面。埃及观众不熟悉中国影视剧故事发生的社会背景和文化，较难理解故事逻辑与情节，导致埃及观众对影视剧的兴趣逐渐降低。最后，在影视剧台词方面。埃及观众对中国影视剧中出现成语、谚语、等较高深的台词语句的不理解，导致认知偏差，容易出现文化误读现象。

三、中国影视剧对埃及传播的对策

中国影视剧对埃传播，需拓宽主体传播范围、加快外宣旗舰媒体建设、促进中国影视剧对埃传播“本土化”，推动中国影视剧更深入地走进埃及。

（一）发挥引导作用，挖掘传播主体优势

中国影视剧对埃及的传播离不开各地方的支持与引导，以及企业、团体与个人的共同努力。因此中国影视剧对埃传播需在各地方的大力支持下，引导民间团体，聚集民间力量与智慧，使中国影视剧更广范围、更深层次地走入埃及民间。

一方面，充分发挥各地方统筹与引导作用。加强对埃传播中国影视剧的质量与数量的审查力度；鼓励从事影视行业的人员、新闻传媒领域的学者、中埃两国大学之间开展跨文化影视交流活动；加强对埃传播中国影视重点项目的资金支持，为不同传播主体宣传中国影视剧提供物质与精神支持。另一方面，挖掘传播主体群体优势，最大化寻求共识、弥合分歧，拉近中埃人民距离的连接点。第一，利用开罗中国文化中心文化中心在埃的影响力与地缘、文化优势，通过文化中心牵线搭桥，形成中小型文化机构联络网；第二，邀请各地、各行业具有一定影响力的在埃华侨华人和埃及民众参与中埃影视文化展映活动；第三，中国影视企业与Youtube、Facebook、Ins等视频或社交媒体建立社媒宣传矩阵，与埃及制作公司、平台建立合作，搭建双向交流平台，积极推进本土化原创内容制作。第四，留学生、汉教老师通过影视放映、舞台表演、影视片段配音赛等多种方式助推中国影视剧走进埃及大学校园。

（二）利用网络媒体优势，加快外宣旗舰媒体建设

中国影视对埃传播亟需创新传播方式和路径，加紧

外宣旗舰媒体建设,满足埃及民众碎片化、移动化、个性化的收视需求。

第一,提高对Facebook、Twitter、YouTube的利用率。建立依附于Facebook影视剧主页的社区和小组,适当展示用户发布的关于中国影视剧的内容,同主页的埃及粉丝进行互动和讨论,增加埃及观众对中国影视剧的兴趣;将较受埃及民众欢迎的中国演员、明星参演的影视剧精彩片段制成合集,通过“粉丝效应”吸引埃及观众对自己所喜欢明星参演的相关影视剧的兴趣。第二,加大与埃及本土影视平台或公司的合作。中国可作为主要技术提供方,发挥中国在新媒体、3D拍摄等技术上的优势,对埃及的影视制作机构进行协作,拍摄的主动邀约。^[2]同时,不断加强和埃及当地专业播音员、记者、编辑及节目制作人团队的深度交流借鉴,并学习中国和埃及影视工作室合作的成功经验,以“振动”、埃及O2公司等优秀埃及影视工作室或者企业为合作中心点和关键点,形成以点带面式的“水波效应”,为中国影视译制剧提供更多译制平台。第三,与埃及重要媒体渠道平台建立良好的合作关系,丰富落地播出平台资源;找到比较优势,从利基点开始,打造竞争者一时无法匹敌的独有领域。找到专属的内容优势。^[4]

(三) 促进中国影视剧对埃传播的“本土化”

实现中国影视剧对阿传播的“本土化”,需深度挖掘聚焦中国精神、中国价值、中国力量的影视题材,提升中国影视的辨识度,围绕“坚定以我为主的内核,求同存异,同时适应埃及本土化表达,灵活多样讲述中国故事”挖掘中埃影视共同点。

对内——提升影视剧译制水平。一是注重中国影视剧台词译制,在保证影视剧中台词含义准确、通俗易懂基础上,利用解释性翻译、内涵性直译等对中国影视剧中难理解的台词进行适当的删改解释。此外,由于埃及民间多使用方言,所以,影视剧翻译需借力中埃双方翻译人才与机构了解埃及本土文化习俗、语言特点,融入埃及俗语、谚语,对中国影视译制剧台词翻译加以润色。二,巧妙处理中国影视译制剧内容与剧情。在中国影视剧中适当增加分镜头,对出现的重要人物进行补充解释,对剧中较难理解的部分加以旁白介绍故事发生的时间背

景,弥补中国影视剧高语境中缺失的背景信息,完善整个故事线的内在逻辑。第三,完善中国影视作品配音工作。需要翻译、专业配音、剧本编辑等专业人才的参与和共同协作。^[3]使影视作品中人物的形体、动作、情绪等画面与人物台词更好地结合。对外——增强中国影视剧在埃市场考察,了解影视文化方面法律法规。中国影视企业不允许独资埃及文化产业,须有埃及本地的合伙企业,才可控股或参股。此外,必须取得运营许可证(一般由埃方合伙企业持许可证)。此外,2018年埃及颁布了《反网络及信息技术犯罪法》,提高了网络监管的精细化法制化水平,因此在涉及相关领域投资时也需注意遵守埃及法律法规与公序良俗。^[1]才能更合理合法地助推中国影视剧走进埃及。

四、结语

总书记指出,要推进国际传播能力建设,讲好中国故事,向世界展示一个展现真实、立体、全面的中国。因此,推动中国影视作品“走出去”符合我国国家战略与现实需求。目前,在各地地方引导下中国影视剧对埃取得一定成就,但仍受到许多主客观因素的影响与干扰。但不可否认,在各地方的统筹规划,引导与支持下,随着我国影视传媒产业的壮大发展,国际传播能力的提高,对外传播体系的不断完善以及中埃文化交流加深,合作领域不断拓展,必将使我国影视剧对埃传播打开更广阔的局面。

参考文献:

- [1]对外投资合作国别(地区)指南:埃及(2020年版)商务部国际贸易经济合作研究院,中国驻埃及大使馆经济商务处,商务部对外投资和经济合作司。
- [2]马致远.中国影视在非传播:路径、问题与对策[D].北京:中央民族大学.2020.
- [3]谢卓华.国产电视剧在东盟的译配传播研究——以广西电视台为例[J].文化传播研究,2018(09):38-41.
- [4]周庆安,钱晶晶,叶斯琦.主流电视媒体对外传播的新媒体策略[J].新媒体,2013(06):46-48.
- [5]中国好剧 中东热播[EB/OL].中阿合作论坛,2021-11-05, http://www.chinaarabcf.org/zagx/rwjl/202111/t20211105_10444599.htm,最后访问:2022-3-24.