



## A brief analysis of the current situation and future trends of China's audiovisual communication in the Arab region As the CGTN Arabic channel an example

AN NING<sup>1</sup>, Dr.Shaimaa Mohammed Mohammed<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Institute for African and Asian Studies, Suez Canal University

<sup>2</sup>Faculty of Al-Alsun, Suez Canal University

**Abstract:** Since the 19th National Congress of the Communist Party of China, audio-visual exchanges between China and the Arab region have entered a new stage of development. The form of external communication of domestic mainstream media has gradually developed from secondary production of translated films to large-scale film and television projects based on original Arabic lines. Conditions allow direct simultaneous communication at home and abroad, forming a "one-stop co-production" model. This may become the future trend of audiovisual communication in China and the Arab region. In the era of integrated media, the types of communication have gradually evolved from traditional film and television works to new media products such as podcasts and short videos. The author will briefly analyze the current situation and causes of audio-visual communication in China's mainstream media (taking the CGTN Arabic channel as an example) and the Arab region, and look forward to its future development trends based on his own practical experience and theoretical research data.

**Key Words:** Arabic channels; audiovisual communication; current situation and future trends



## 浅析中国对阿拉伯地区视听传播的现状与未来趋势

### ——以 CGTN 阿拉伯语频道为例

**摘要：**“十九大”以来，中国与阿拉伯地区的视听交流迈进崭新的发展阶段。国内主流媒体的对外传播形式，从二次制作的译制片逐渐发展为以阿拉伯语原版台词为前提打造的大型影视项目，有条件直接进行国内外同步传播，形成“一站式合拍”模式，这或许会成为中阿视听传播的未来趋势。融媒体时代下，对于传播的类型，也从传统影视作品逐渐发展为播客、短视频等新媒体产物。作者将浅析中国主流媒体（以 CGTN 阿语频道为例）与阿拉伯地区的视听传播现状与原因，结合自身实践经验与理论研究数据展望其未来发展趋势。

**关键词：**阿拉伯语频道；视听传播；现状与趋势

自 2014 年中阿共建“一带一路”倡议提出，阿拉伯国家热情响应，历经数载，双方在各领域的务实合作成果丰硕。2022 年 12 月 9 日，首届中国—阿拉伯国家峰会在沙特阿拉伯隆重召开。以“一带一路”为契机，中阿友谊正迈向更高水平的发展，双方应当加强合作，携手构建新的中阿国家命运共同体，为双方的美好未来奠定坚实的基础。

虽然中阿双方有着历经千年、跨越山海的友好关系，阿拉伯世界“向东看”趋势也日益加强，但阿拉伯世界的知识精英和普通民众对中国国情、文化、立场还缺乏必要与客观的认知，故中国对阿国际传播工作任重道远。（刘欣路 2017：61-72）<sup>1</sup>我国对外使用阿拉伯语传播的主流媒体应依托文缘、地缘、人缘等优势，承担起加强中阿视听交流的历史使命。近年来，国内各类题材的广播影视作品在阿拉伯各国受到广泛欢迎，国际视听文化交流合作也逐渐成为了推动中阿民心互动发展的重要纽带。随着互联网技术的高速发展，传统媒体和新兴媒介的融合与发展已成为必然趋势，CGTN 阿拉伯语频道作为聚焦互联网视听传播行业的中央媒体旗舰平台，在中国—阿拉伯广播影视合作（下文均简称中阿视听交流）中被予以重任，必须在国家传播发展与变革的事业中发挥先锋引领作用。因此，在媒体融合发展成为普遍共识与发展趋势，原有的单一发展路径已不能满足新时代要求的背景下，分析新时代中国对阿视听交流发展的现状与趋势，即为本文的研究重点。

中国国际电视台阿拉伯语频道（频道呼号：CGTN-العربية）2019 年正式开播，原属中央电视台国际频道。2016 年后，该频道归属 CGTN 旗下并改名为“中国

<sup>1</sup> 刘欣路. 融媒体时代中国对阿拉伯世界的国际传播[J]. 新丝路学刊, 2017(02): 60-71.



环球电视网阿拉伯语频道”。

<sup>2</sup>CGTN 阿拉伯语频道以新闻为核心，文化、服务和娱乐节目为辅助，主要有《综合新闻》、《对话》、《电视剧》、《纪录片》和《中国之旅》、《动画世界》等。CGTN 阿拉伯语频道开播后，22 个阿拉伯国家的 5 亿左右的收视观众，可以使用家用卫星天线收看节目。

国际传播力是一个国家软实力的重要组成部分之一。融媒体时代下，以 CGTN 阿语频道为传播矩阵圆心，辐射出的中国与阿拉伯地区的视听交流形态深入人心。视听节目是中华文化传播的主要载体，是中华文化交流传承交流中不能忽略的重要环节，对国际影视文化交流合作计划有着深远意义，有助于民众增进对跨文化的了解与鉴赏，同时为展现与传递文明之美，创造文化交流互鉴机会。

该论文研究以国际传播学中“狭义的国际传播”为指导，即以“以大众传播为支柱的国与国之间的传播”，站在国家外宣传传播的功能和实践的角度上考虑，将研究重点放在中国对阿的视听传播产品上。

本文将主要采取两种分析方法对 CGTN 阿拉伯语频道进行研究。其一，笔者将自身经验和实践定性分析，并根据对国际视听传播知识进行总结和提炼；其二，通过该频道关于广播影视节目的各项数据信息展开定量分析，较为清晰直观地体现其对外传播节目的现状，并以此为基础展望发展趋势。

### 一、CGTN 阿语频道对阿输出的视听传播现状

视听传播是泛指通过声像的现代技术，使文章作品得以与广大听众观众见面的综合传播渠道<sup>3</sup>，也是视听交流的重要途径之一。近年来，作为中阿文化交流主要媒介的阿拉伯语频道向阿拉伯各国宣传的内容越来越丰富、方式越来越多元、覆盖面越来越广阔，不少优质的视听节目获得了阿拉伯民众的青睐。尽管如此，中国对阿的主流媒体在国际传播过程中仍存在一些弊端，亟待应对后疫情、融媒体时代下的挑战与变革，本文将重点分析探究在 CGTN 阿拉伯语频道及其海外视频网站的官方账号播放的视听作品（电影、电视剧、纪录片、动画片、非新闻访谈类电视节目、新媒体产品）。

#### 1. 中阿视听传播概述

传统的中阿视听交流与合作主要涉及电影、连续剧、动画片、纪录片等影视与电视节目，通过举行电影展、电视台放映等方式进行全球推广。而随着新媒体的应运而生、迅速发展、广泛应用，其衍生出的以短视频、微综艺、播客电台为主的传播产品如迅速跻身中阿视听交流新行列。

#### 2. 中阿视听作品类型

<sup>2</sup><https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%9B%BD%E9%99%85%E7%94%B5%E8%A7%86%E5%8F%B0%E9%98%BF%E6%8B%89%E4%BC%AF%E8%AF%AD%E9%A2%91%E9%81%93/20452370> 中国国际电视台阿拉伯语频道. 百度百科. [访问日期 2023-2-6].

<sup>3</sup><https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%A7%86%E5%90%AC%E4%BC%A0%E6%92%AD> 视听传播[访问日期 2023-5-18]

#### (1) 基础影视<sup>4</sup>

中国电影作品早在新中国成立初期就进入了阿拉伯市场，1982 年，中国电影代表团就曾带《二泉映月》多部影片参加了第二届开罗国际电影节(司马 1982: 20)。<sup>5</sup>21 世纪后，中阿影视交流与合作总体密切，但电影方面的对阿传播或遇瓶颈期。翻译为阿拉伯语的中国电影题材多为剧情、历史、喜剧、爱情这几大类，影片供应量并不算少，其中也不乏高质精品，但笔者在国内 CGTN 阿拉伯语频道官网上并未找到相关电影资讯板块及可引导的关键词信息，仅能在 CGTN العربية的 YouTube 账号中查阅到 6 部体现民族大团结的小众影片，并集中在 2022 年 2 月期间发布，影片译制过程仅实现字幕贴片。事实上，中国电影在被翻译为阿拉伯语后，传入阿拉伯地区的方式通常是在央视国际频道、阿拉伯语频道、埃及国家电视 2 台等诸如此类的卫星电视频道播放，只有少数电影是通过电影院的荧幕方式呈现给阿拉伯民众的，例如《中国机长》《流浪地球》等就是在阿联酋(迪拜 Roxy 影院)播放的。<sup>6</sup>

通过收集资料可以发现翻译为阿拉伯语的中国电视剧并不在少数，本文只聚焦 CGTN 阿拉伯语频道。该频道在 2017 年至 2019 年共完整播出阿拉伯语配音版国产电视剧 16 部，阿拉伯语贴片字幕版中国电视剧 8 部。<sup>7</sup>2023 年开年电视剧<sup>8</sup>((ثلاثون ربيعاً فقط))正火热播出。2016 年，中国政府发表的《中国对阿拉伯国家政策文件》中明确提出加强双方广播影视行业交流合作。国内各大影视集团运营的海外社交媒体平台阿拉伯语频道订阅量庞大，已上线百余部中国影视剧。截至 2021 年 3 月下旬，华策影视集团运营的海外社交媒体平台阿拉伯语频道订阅用户达 50.7 万，总观看时长达 5300 万小时。以此观之，国产电视剧的对阿传播一路向好，但笔者将其与 CGTN 阿拉伯语频道对比，最大的差异点即为前者上线剧目数量远超后者，但制作目标仅限于字幕贴片，而完整的中国电视剧的阿拉伯语译配工作只有后者可以长期实现。因为阿拉伯观众基本都是使用自设卫星接收机的方法观看电视节目，所以目前还无法确切了解在 CGTN 阿拉伯语频道电视端上播放的电视剧具体收视信息，而在国内的官方 app 中截至 2024 年 2 月，只显示出 5 部电视剧。但伴随着新传媒科技的迅速成长，可通过研究国内电视节目在该视频社交网络平台上的播出状况了解播出质量。目前由于在 YouTube 视频网站上许多剧集无法正常播放及显示，笔者通过文献资料获得截至 2019 年该频道可点播的 7 部剧目，观看量集中在<sup>9</sup>((وحي الحياة))((حياة جديدة))((الرجل المثالي))等

<sup>4</sup> 影视是以拷贝、磁带、胶片、存储器等为载体，以银幕、屏幕放映为目的，从而实现视觉与听觉综合观赏的艺术形式，是现代艺术的综合形态，包含了电影、电视剧、节目、动画等内容。

<https://baike.baidu.com/item/%E5%BD%B1%E8%A7%86/158962?fr=aladdin>[访问日期 2023-5-18]

<sup>5</sup> 司马. 中国电影参加埃及开罗国际电影节[J]. 电影评介, 1982(01): 20。

<sup>6</sup> 刘馨瑶. 中国与阿拉伯国家影视交流与展望[J]. 流行色, 2020(06): 81-82。

<sup>7</sup> 数据来源 <https://arabic.cgtn.com>[访问日期 2023-2-6]

<sup>8</sup> 《三十而已》

<sup>9</sup> 《恋爱先生》、《中国式关系》、《生活启示录》



都市生活剧中。

优秀纪录片因其独具魅力的人文品格和对现实的索引性，容易为不同文化背景的人们理解与接受，因而成为文化交流的重要载体和国际传播的重要渠道（王立俊 2022：53-60）。<sup>10</sup> CGTN 阿拉伯语频道早期，曾播出《一带一路》《超级工程》《孔子》等中国纪录片，后发展到版权采买阶段，将国外大型制作公司拍摄的中国纪录片翻译成阿拉伯语字幕版进行栏目化循环播放。近年来，CGTN 阿语频道进一步增强对海外的宣传力量，讲好党和国家的发展历史及其所取得的令人瞩目的成绩，并着力塑造精品力作，成功打造了《敢教日月换新天》《大国外交》《我们的十年》等一批优秀资料专栏片、纪录片。当然，CGTN 阿拉伯语频道也对焦普通民众的人文交流，其拍摄制作的人文纪录片《中阿友谊之桥》，讲述了中国与阿拉伯人民之间的生动故事，该片入选国家广播电视总局 2019 年第三季度优秀国产纪录片（杨莹 2021：13-14）。<sup>11</sup> 面对融媒体报道的快速发展，阿语部顺应时代潮流，积极推出原创纪录片，以选题新颖、体量轻盈为特色，发布了原创职业体验类纪录片《今天您辛苦了》，纪实跟拍阿拉伯体验官与各行各业的平凡工作者的一天，以“外眼”见证专业、职业与敬业。

翻译为阿拉伯语的中国动画片数量相较前三者较少，由 CBM 影视译制机构<sup>12</sup>译制、配音的《小鲤鱼历险记》，在 CGTN 阿拉伯语频道播出，开创了央视动画片中译外角色配音的先河。随后《哪吒传奇》《新大头儿子和小头爸爸》等中国人耳熟能详的动画片也制作成阿拉伯语版，现 CGTN 阿拉伯语频道可点播 7 部动画片。值得一提的是，<sup>13</sup>《(حكيم وكونغ شيلاو شي)》是首部中阿合拍动画片，这意味着影视作品的互译已不再是中阿视听交流唯一的方式，其深化合作进入了一个新的发展节点。

## （2）新媒体衍生

上述曾提及 CGTN 阿拉伯语频道的固定栏目，除去时事类新闻访谈节目《综合新闻》《对话》《面对面》《财经中国》，以及已进行分类的《电视剧》《动画世界》和以播放纪录片为主的《话说中国》《中国中东》，还有下面将要介绍的《中国之旅》《活力中国》与《中国文艺》。

《中国文艺》主打文艺晚会，在中国传统佳节之际会推出特别节目。而《中国之旅》《活力中国》同为文化旅游类节目，旨在从风土人情的角度讲述中国故事，也是为数不多有外景主持人的沉浸互动式节目。如果说《中国之旅》是传统的电视栏目，那么《活力中国》则是新潮的小型综艺。而节目培养的主持人形象

<sup>10</sup> 王立俊. 新传播时代海派纪录片如何提升国际传播效力[J]. 上海广播电视研究, 2022(04): 53-60.

<sup>11</sup> 杨莹. 在融媒体时代向阿拉伯世界讲好中国故事——以 CGTN 阿拉伯语频道为例[J]. 声屏世界, 2021(23): 13-14.

<sup>12</sup> 一家专业从事影视节目译制与摄制的媒体传播运营机构，是国家新闻出版广电总局中非影视译制工程及电影卫星频道的合作单位，是中央电视台阿拉伯语频道、西班牙语频道、法语频道、俄语频道以及电影卫星频道等十几个中央电视频道的合作单位。

<sup>13</sup> 《孔小西与哈基姆》

亲切温柔，具备多年外宣媒体工作经验和粉丝基础，也成为将传统旅游栏目移动化、新媒体化的关键要素。

2019 年起，CGTN 阿语频道打造“一千零一日”网红工作室，在海外社交平台开设个人账号。旗下新媒体产品种类繁多、内容高质，有 1 分钟的节日祝福等多语种 Shorts（秒拍）、5 至 15 分钟的生活 vlog（视频记录）、30 分钟的微综艺、60 分钟的真人秀等等，涵盖了文旅、脱贫等时代主题，融合时下最火热的探店打卡、扮装表演、任务游戏、模仿复刻、搞笑反应（reaction）等元素，以年轻视角展现中国形象。（(حيوية المدن الصينية)）（(قد التحدي)）《ChinaView》<sup>14</sup> 频频“出圈”，广受阿拉伯粉丝的喜爱。

### （3）广播声讯

随着网络信息技术的发展，广播从早期的电台节目升级为网络声讯节目，依托播客数字广播技术，实时收听、制作声音节目。CGTN 阿拉伯语频道入驻播客，现上线<sup>15</sup>（(العرب في الصين)）（(لماذا نحب أسرة تانغ)）等 10 档节目。阿拉伯语频道在播客上搭起一座桥梁，为世界范围内对中国历史、中国文化感兴趣的听众提供丰富的感知方式，专业的文化讲述。用声音传达细腻的情感，链接中阿友好交流。

## 二、中阿视听传播发展概述及其原因导向

综上所述，近年中阿视听交流呈现直线型国际传播全媒体矩阵，具体表现为一线有电视剧、纪录片等传统电视栏目深入人心、二线有新媒体产品显露蓬勃潜力、三线有电影、广播产品温和发展。对此，笔者将用传播学理论中的传播过程五要素<sup>16</sup>进行以下分析。

### 1. 传播主客体

2021 年，习近平总书记指出：“讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国，是加强我国国际传播能力建设的重要任务。”为达到这一要求，就需要根据我国的经济社会发展实际情况和社会主义核心价值观，立足中华民族生生不息的日常生活文化与人文传统，提炼代表中华民族精髓、打动“他者”的文化语言，紧跟时代步伐，对接世界格局，逆转“他塑”为“自塑”。连续剧的高戏剧性、电影的非虚构性，形象而生动地用多面视角描绘中国道路、体现中国精神、表达中国价值、形成中国语言，有助于塑造更优秀的国际形象，从而提高中国在全球的宣传力与知名度，并提高世界阿拉伯各国民众对中国社会发展水平的认同。故而，近五年我国对阿交流集中于电视剧、纪录片的译制放映，目前 CGTN 阿拉伯语频道的每日排播，除了 7 小时新闻访谈类节目，均为本文所提及的视听作品，其中 13.5 小时播出纪录片为主的各类节目，2 小时播放电

<sup>14</sup> 《活力中国》、《了不起的你》、《微观中国》

<sup>15</sup> 《我们为什么爱唐朝》、《泊客中国》

<sup>16</sup> 一个基本的传播过程，应包括传播者、受传者、讯息、媒介、反馈五要素。

<https://baike.baidu.com/item/%E4%BC%A0%E6%92%AD%E8%BF%87%E7%A8%8B/1195094?fr=aladdin> [访问日期 2023-5-18]



视剧。

此外，阿拉伯文化中有看故事片的习惯，因此电视连续剧则是视听项目的重中之重。CGTN 阿拉伯语频道官网目前可播放的面向所有阿拉伯语国家的中国连续剧共有 18 部，其中都市生活情感类剧目有 12 部，占比约为 75%。<sup>17</sup>这类戏剧的观众比例偏重，很大的根源在于阿拉伯观众“好奇”与“共情”的特点，伴随着我国的发展演变，具有相同历史进程的阿拉伯观众对我国当代社会经济情况、百姓生活状况等方面有进一步了解的欲望，追剧便成为了一种喜闻乐见的方式，能极大程度地满足观众对剧情的代入需求。特别是每到斋月，收看电视剧更是许多家庭共同的选择。再者，基于共情理论，中阿社会的普世价值具有共通性，都将“爱人”作为核心价值观的内容。

## 2. 传播讯息

而中国文化与阿拉伯文化差异较大，这些区别在思考方法上更加突出，阿拉伯人对新时期涌现出的新奇现象普遍持有保守看法，对视听艺术作品的欣赏与爱好也比较保守。而影视剧、纪录片等类型因自身承担了对国家外宣的任务，主题重复性也很强，因此容易引起国外受众对国内影视剧内容的审美疲劳。这种由于文化背景的差异而使想要传递的信息减少，进而导致其价值被“打折”，就是文化折扣现象（胥琳佳、刘建华 2014：8）。<sup>18</sup>

除了跨文化的背景差异，还有译制配音过程中的语言障碍。许多视听作品的字幕制作和配音无法与本土语言环境良好适应，我国大部分影视作品仅被翻译成标准语，而每个阿拉伯国家均有各自的方言，标准语的生活使用率有限；且翻译后的对白较为冗长且拗口，含义通常无法被完整理解，也缺乏语言韵味，无形中增加了传播阻碍。笔者曾在上述提及的 CBM 影视译制机构的多语种制作部阿拉伯语组实习，参与多个电视剧、纪录片等视听项目的译制全流程，与专业的配音员沟通录音，并完成字幕贴片工作。发现有些作品制作中的阿拉伯语声音相应地较为生硬，人物的声音往往和戏剧角色的人物形象与情感相违和，尤其是中文名字的口音问题，在短期内都很难调整好，导致本来就不易把握的制作周期一再推迟，原创作品的观赏价值也进一步下降。

## 3. 传播媒介及反馈

虽然阿拉伯国家整体上经济、科技发展水平不高，但阿拉伯国家的互联网覆盖率已经超过了全球平均水平的 50%，阿拉伯国家的互联网已全面进入移动时代，这在很大程度上改变着阿拉伯世界传统的媒体习惯（刘欣路 2017：60-71）。

<sup>19</sup> CGTN 阿拉伯语频道从 2019 年开始，陆续在国外的社交网络平台推出了官方主帐号，Facebook 成绩突出，它也成为了最受阿拉伯人民喜爱和影响力最高的社区网络平台，截止 2023 年 2 月，其帐号的粉丝数已达到了 1597 万，超过 BBC、CNN

<sup>17</sup> 数据来源 <https://arabic.cgtn.com> [访问日期 2023-2-7]

<sup>18</sup> 胥琳佳，刘建华. 跨文化传播中的价值流变：文化折扣与文化增值 [J]. 中国出版，2014(8):8。

<sup>19</sup> 刘欣路. 融媒体时代中国对阿拉伯世界的国际传播 [J]. 新丝路学刊，2017(02):60-71。





等媒体的阿语帐号,成为了世界上第一大非阿拉伯语国家的阿语媒体帐号。因此,依托强大社交媒体平台而产生的新媒体产品已经锋芒毕现。非可视性是播客节目发展缓慢最重要的原因,尽管这类产品制作简单,乘着互联网技术之风,相比有时空限制、保存不易的传统电台直播,已经进行一定程度的正向发展,但听众范围是较为固定的少数人群,因此未来可以应用多媒体组合焕发以音频为主的视听作品,扩大受众群体并维护固定的现有用户。

传播渠道是视听作品能够有效且广泛传播的关键性工具。我国视听作品在阿拉伯国家的国际传播属于初期阶段。阿拉伯电影市场大多由西方国家等影视出口大国占据,再加上已经颇具规模的印度、土耳其等国,我国对阿电影的国际传播渠道较于单一,倾向于参加中东地区的一些区域性电影电视节的展播活动。2022年迪拜中国电影周一共放映了《我和我的父辈》《峰爆》等7部影片,但仅依靠此宣传和推动中国影视作品是远远不够的。

播放策略是视听作品能够实现表达价值的市场性手段。而目前 CGTN 阿拉伯语频道是用一个完全相同的电视频道去覆盖一个有几十个国家的地区,将所有阿拉伯国家视为整体,作品未能实现精准投从而限制了传播的效果。

效果监测是视听作品规划未来发展走势的风向性指标。阿拉伯各国人民一般采用家庭自架卫星天线的方法接受信息,这使得电视端收视率无法被精确捕获和监控。而对于部分通过网络和新媒体终端播放的节目,尽管其收看效率能够量化为宣传关键数据并加以统计分析,但由于观众获取电视剧类长视频内容的意愿主要受制于各地网速水平和资费标准,而22个阿拉伯国家的具体情况也不尽相同,这就使得宣传有效数据覆盖范围不够宽,准确度也不够高,从而无法为制订宣传战略提供精准参考指标(周行、万泽群 2019: 84-86)。<sup>20</sup>因此 CGTN 阿拉伯语频道未来需要思考与挖掘的问题还有很多。

### 三、中阿视听传播趋势与展望

近几年,随着中国与阿拉伯国家合作的进一步深化,开办“中国—阿拉伯国家广播电视合作论坛”“中国影视节目联合展播”“阿拉伯广播电视节”等多项交流活动。而在融媒体时代的浪潮下,传统媒体稳步发展,融合新媒体实现转型,或将重新构造未来传媒格局。笔者将从传播要素角度简要阐述中阿视听传播新趋势。

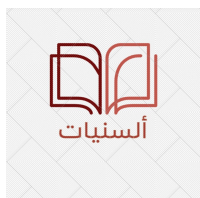
#### 1. 平台化

2022年中国—阿拉伯媒体合作论坛的重要成果《中国与阿拉伯国家深化媒体交流合作倡议》,倡导中国与阿拉伯国家媒体机构加强互鉴互学,畅通媒体传播渠道,即搭建传播媒介的桥梁,接收传播效果的反馈。根据党的十九届四中全会提出的构建网上网下一体、内宣外宣联动的主流舆论格局(田香凝、曾祥敏 2022: 23-28),<sup>21</sup>笔者认为未来将着眼“台网并重、中外合作”的平台化发展。

<sup>20</sup> 周行,万泽群. 中国电视剧在阿拉伯国家的传播现状分析[J]. 电视研究, 2019(11): 84-86.

<sup>21</sup> 田香凝,曾祥敏. 媒体深度融合背景下我国主流媒体的国际传播平台建设[J]. 中国编辑, 2022(07): 23-28.





目前，国内的双平台播放机制已趋向成熟，“上星+网播”将大大程度提高传播效能。越来越多中国视听作品在各方的推动和努力下逐步实现从“借船出海”到“造船出海”的过渡，并取得了瞩目的成果。埃及国家电视台开办固定栏目“中国剧场”，播出的阿语版电视剧创下了 3.2% 的收视率；2022 年 11 月，由 CGTN 阿语部制作的阿拉伯语配音版《(بائع المنازل)》<sup>22</sup>《(ألحان المرامي)》分别荣获第 22 届阿拉伯广播电视节电视剧二等奖、纪录片一等奖。2023 年 10 月，CGTN 阿语部与阿联酋达夫拉电视台 (Aldafra) 联合制作的大型国际合拍融媒报道《寻味丝路》发布预告片，阿语部主持人徐薇与达夫拉电视台主持人 Salem Mohammed 沿着古代陆上丝绸之路，从西安出发重走丝路。中阿联合拍摄组经过 9 个城市，历时 30 天完成拍摄，行程超过 3800 公里。他们以美食为媒，探寻中阿文化的交点，在烟火人间中遇见多元风情，游览中感受中国式现代化成就。适逢“一带一路”国际合作高峰论坛期间，融媒报道《寻味丝路》在 CGTN 阿拉伯语频道与阿联酋达夫拉电视台同步播出，收获了海内外网友的满满好评。而阿联酋达夫拉电视台现已开设“中国时间”栏目，在黄金时段播出阿拉伯语频道的原创纪录片。笔者相信未来我国将发起更多网络联合展播项目，同当地电视台紧密合作，打造中国视听的海外推广平台。

## 2. 社文化

中国媒体产品走进阿拉伯市场有两种主要方式：一是参加区域性电影展播活动和文化节产品展销；二是通过 CGTN 阿拉伯语频道播出媒体产品。而前者的象征意义远大于其实际意义，因此 CGTN 阿拉伯语频道具备很大的潜力，更需要培养优秀的传播主体，维护稳定的传播对象。截止 2021 年，CGTN 阿拉伯语频道已成功孵化 5 位女主播，海外粉丝超 600 万。

占人口总数 70% 的阿拉伯青年青睐社交媒体，其传播声量大，是影响中阿视听交流未来走向的重要传播客体。胡智锋<sup>23</sup>等专家学者则认为，国际文化传播理念的状态不应该是中国官方的地位强势，CGTN 阿拉伯语频道也肯定了“去官方化”的对阿宣传叙事形式，主持人们利用自身语种优势和对阿拉伯语文化内涵的深刻理解，以图文、短视频、直播等方法，进行简单生动的口语化表述和个性化呈现，与粉丝们展开更深层次的社交式互动。

现阶段有不少国内主流媒介开始挖掘培养“洋 KOL<sup>24</sup>”，用以向外宣介中国故事，而实际上，他们的受众人群多是本土公民，对国外网民作用很小。由此可见，在中国未来的海外宣传进程中，单靠以“外眼”看中国是不够的，更需要强调“自塑”，运用“异性相吸”的方式，特别是针对阿拉伯地区的青少年市场，要培育来自民间的中国青年作为本土 KOL，面向海外传播有温度、有观点、有力度的声音。

<sup>22</sup> 《安家》、《马背上的家园》

<sup>23</sup> 中国广播电视艺术学学科创始人之一，北京电影学院党委副书记、副校长。

<sup>24</sup> 关键意见领袖 (Key Opinion Leader) 是营销学概念，也指在网络公共平台上有话语权的人，例如网红。

[https://easylearn.baidu.com/edu\\_page/hotWord?wd=kol](https://easylearn.baidu.com/edu_page/hotWord?wd=kol) [引用日期 2023-2-6]。

势必会在一定意义上降低国外网民对中国主流传媒的偏颇与刻板印象，吸引更多阿拉伯受众关注“中国特色”与“世界意义”。

### 3. 品牌化

从一定程度上，视听作品就是世界了解一个国家气质的载体，其品牌建设旨在强化观众的认知、期待和记忆，使他们自然地接纳了作品背后的语言习惯、生活环境，以及所处时代的背景和价值观念。截至目前，CGTN 阿拉伯语部已制作<sup>25</sup>《(جسور المحبة)》《(شعر بلا حدود)》等系列微视频，将原本中长纪录片轻量化，现已初见品牌规模。未来以“内容为王”的传播信息品牌化将持续发展，不断创新和升级，推动中国原创故事的对外输出，展现可亲、可爱、可敬的中国形象。2023 年 11 月，CGTN 纪录片《当法老遇上三星堆》阿拉伯语版在埃及国家电视台首播，中国的视听品牌形象不再以“功夫”“美食”等作为老生常谈的经典切口，而是将触角精确延伸至对象国，以立体三维构建专属品牌形象，找寻双方民族文化的深度链接，是中阿视听交流的开创性作品。

考虑到中国本土影视作品在海外发行上存在的风险性，中外合拍是我国视听作品走向海外市场的关键途径。长期以来，中国影视作品对外传播的模式基本是对已有的国产影视作品进行译制，然后再进行海外播出、发行或出售。而中外合作则是在影视作品的制作中就针对国际市场进行创意、拍摄、制作、翻译和播出，可谓“订制出口”（王雪梅、郝雯婧 2021）。<sup>26</sup> 例如电影《万里归途》、电视剧《我们这十年之沙漠之光》以及正在阿拉伯地区实景拍摄的电影《家园行动》，皆是将该地区作为原型背景，以阿拉伯语为原音台词的视听作品，可以直接进行国内外同步传播，像大受欢迎的抖音海外版，它与传统影视宣传推广的结合模式就有待挖掘，其广阔前景大有可为。诸如此类，可形成“一站式合拍而非二次译制”的品牌模式，这或许会成为中阿视听交流的未来趋势。

CGTN 阿拉伯语频道作为中国对阿拉伯世界国际传播的主力军、车把頭，一直肩负着引领中国主流媒体向阿拉伯受众传播好中国声音的重大使命。目前中阿视听交流项目主要以二次译制为手段，各类影视作品在只需借字幕贴片中规中矩地实现出海传播。但笔者认为最新出现的阿拉伯语原音台词电影是中国对阿影视项目的新晋势头，是中阿视听交流的进步之举，更是本土作品实现“造船出海”的重要一步，或将成为未来影视作品制作的突破口和新机遇，推动中阿视听传播发展进入新阶段。

2019 至 2025 年，在中阿合作论坛的支持下，以连续剧、纪录片为主的影视交流带动电影、广播等传统媒体的原有局面，虽遭遇寒冬仍保持较为稳定的发展，新媒体产品应运而生、错峰成长。9 月 3 日，2025 “金熊猫”国际文化论谈在中

<sup>25</sup> 《诗印初心》《诗约万里》

<sup>26</sup> 王雪梅、郝雯婧. 影视作品“讲好中国故事”——国际传播篇

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1704079912894713563>. [访问日期 2023-2-6].

国成都举行。阿拉伯埃及共和国文化部长艾哈迈德·福阿德·汉诺在现场发表了《埃及与中国：源远流长的文化交流》主题演讲。这彰显了文化与艺术在搭建不同文明沟通桥梁方面的重要作用，特别是在电影、纪录片、动画和电视剧等方面，因为这些艺术形式是一门世界通用语言，是塑造认知、增进相互理解的重要载体，尽管世界各地的语言和习俗不同，但视听作品拥有将我们凝聚在一起的力量，渴求真理和美、反抗不公的命运、传播和平与创新的价值。

中阿双方对文明对话的坚定信念传递出文明间的交流与对话的重要性和独特性，是人类共同面对全球性挑战的必然选择，是全人类迈向更加和平与包容的未来的必由之路。这也激励我们共同展望、进一步拓展和深化中阿之间丰厚而深远的文化与人文交流。而根植在文化沃土、网络语境与技术灌溉下，一大批中国优秀传统视听节目层出不穷，媒体转型融合机制也随之成熟。由此可预，新媒体产品必将成为视听传播的矩阵圆心，形成辐射影视广播等传统媒体的发展新格局，拥抱融媒体时代，畅通传播平台，丰富传播内容，创新传播方式。

### 参考文献

#### 外文文献

- [1] محمد عبد الحارس عبد العال محمد، ((استخدام مقاطع الأفلام والمسلسلات لتنمية مهارات الاستماع لدى دارسي اللغة العربية الناطقين بغيرها في ضوء احتياجاتهم))، رابطة التربويين العرب، البحث السادس.
- [2] د/ جمال عبد الحى، ((الفنون البصرية ودورها في الحفاظ على الثقافة والهوية))، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية.
- [3] سامية عواج، ((الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي))، مجلة الحكمة للدراسات الإستراتيجية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
- [4] محسن فرجاني، ((العلاقات العربية - الصينية: مسارات الحوار الحضاري بين العرب والصين في العصر الوسيط))، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية.
- [5] عمر إبراهيم بوسعدة، ((صناعة الإشاعة وترويجها عبر الصورة التلفزيونية))، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالات.

#### 中文文献

- [1] 程曼丽. 《国际传播学教程[M]. 北京大学出版社，2006 年。
- [2] 丁淑红. 中国阿拉伯语电视节目传播的时度效浅析[J]. 中国广播电视刊，2016(11):89-91。
- [3] 蒋丽. 《社会主义核心价值观的对外话语体系建构和国际传播[M]. 人民日报出版社，2018 年。
- [4] 刘沫潇，李虹. 中华优秀传统文化的国际传播策略研究——基于共情理论的视角[J]. 中华文化与传播研究，2022(01):94-102。
- [5] 刘欣路. 融媒体时代中国对阿拉伯世界的国际传播[J]. 新丝路学刊，2017(02):60-71。
- [6] 刘滢，张紫彤. 从“走向世界”到“融通中外”：中国国际传播十年回顾[J]. 现代视听，2022(09):18-23。



- [7] 田川. 从阿拉伯语频道看央视的海外战略[J]. 新闻窗, 2010(01):60-61。
- [8] 田香凝, 曾祥敏. 媒体深度融合背景下我国主流媒体的国际传播平台建设[J]. 中国编辑, 2022(07):23-28。
- [9] 田智辉、黄楚新. 《新媒体环境下的国际传播》[M]. 中国传媒大学出版社, 2011年。
- [10] 吴俊杰. 中央电视台阿拉伯语频道在中东地区的经营战略研究[D]. 上海外国语大学, 2014年。
- [11] 翁磊. 媒体融合背景下 CGTN 国际传播力的提升策略[J]. 视听界, 2022(04):113-115。
- [12] 王立俊. 新传播时代海派纪录片如何提升国际传播效力[J]. 上海广播电视研究, 2022(04):53-60。
- [13] 王润珏, 张若溪. “Z 世代”与国际传播格局的新动向[J]. 对外传播, 2022(11):18-21。
- [14] 杨莹. 在融媒体时代向阿拉伯世界讲好中国故事——以 CGTN 阿拉伯语频道为例[J]. 声屏世界, 2021(23):13-14。
- [15] 周行, 万泽群. 中国电视剧在阿拉伯国家的传播现状分析[J]. 电视研究, 2019(11):84-86。
- [16] 章洁颖, 苏九兰. 中国影视在阿拉伯国家的跨文化传播[J]. 今传媒, 2021, 29(04):110-113。