

中国话语体系的影像构建与传播策略

——以主流纪录片出海欧美为例

马纶鹏

(浙江传媒学院电视艺术学院, 浙江杭州 310018)

摘要: 新时代以来, 主流纪录片在提升中国国际传播影响力方面取得长足进步, 在构建中国话语体系方面更是可圈可点。主流纪录片对外传播的国际价值在于展示中国式现代化成就, 以影像呈现方式助力中国话语体系构建。在国际合作摄制和对外传播过程中, 主流纪录片坚持开放性和全球视野, 注重题材系列性和文化交融力, 组建制播一体的国际团队, “借船出海”多平台展映。以《习近平治国方略》为代表的中国主流纪录片, 不仅是欧美传播及二次传播方面的成功典范, 而且具象地向全世界展示出中国特色社会主义创造的“人类文明新形态”。

关键词: 中国话语体系; 主流纪录片; 欧美传播; 《习近平治国方略》

中图分类号: J952

文献标识码: A

文章编号: 2096-8418 (2024) 02-0111-06

在百年未有之大变局的语境下, 如何在各个方面、各个领域构建中国话语体系, 并提升其国际传播影响力, 是一项非常重要的战略性任务。面对中国共产党领导中国人民“创造了中国式现代化新道路, 创造了人类文明新形态”^[1]的现实, 党的二十大报告提出要加快构建中国话语和中国叙事体系。中国主流纪录片(以下简称主流纪录片)参与其中。主流纪录片的概念和实践经历了改革开放、世纪之交前后以及党的十八大以来三个主要阶段。^[2]主流纪录片创新发展的重要维度就是加强国际合作和拓宽海外传播。新时代以来, 主流纪录片的制作、发行、传播呈新兴趋势, 话语体系加强, 媒介融合突出, 海外传播的效能和层级都得到了显著提升。笔者认为, 就影像艺术传播来看, 主流纪录片比商业大片和电影节上的艺术片的海外传播更加现实可行而客观深入, 也更容易见成效, 其“出海”“出圈”在欧美国家引起了很大反响。笔者努力挖掘和整合多部主流纪录片欧美传播情况, 希望能为中国话语体系的影像构建与对外传播提供理论思考与实践建议。

一、主流纪录片构建中国话语体系的独特意义

话语(Discourse)是福柯知识考古中的重要概念, 话语体系是人文社科领域的重要概念, 而影像是话语体系中的关键表达之一。话语指的是可以通过语言表达的思考方式, 在社会学中更指代一种意义赋予的过程, “个体通过各种形式的实践赋予现实意义”^[3]。福柯将话语嵌入知识生产和政治斗争, 揭示话语与权力、国家的密切关系, 因为对话语的控制其本质即对现实本身的掌控。^[4]所以话语蕴含理论意义和价值选择, 话语体系是文化软实力的重要体现。福柯在其“知识的考古学”的谱系中, 举了书籍在意义网络中的例子。书籍并不存在于个体对象之中, 而是作为知识结构的一部分存在, 它是“参考其他书籍、其他文本和其他句子的一个系统”^[5]。同理, 作为新媒体时代最有效率、最具代表性

的影像作品也非独立存在，也是意义网络中重要一环，是构建话语体系的核心表达。话语是一个沟通媒介，而影像则是媒介传递的内容。^[6]

话语体系作为特定意识形态形式，有其独有的历史基因和鲜明的社会特征。“现在是构建当代中国话语体系的最好时期，要正确理解构建当代中国话语体系‘何以必要’‘何以可行’‘何以实现’等问题。”^[7] 中国特色话语体系既是一种符号表征体系，反映了社会主义新时代的价值诉求，也是国际传播中发出中国声音和讲述中国叙事、中国方案的理论支撑。^[8] 中国特色话语体系的建设和完善与加强我国国际传播能力建设息息相关，互为因果。

党的二十大提出要加快构建中国话语和中国叙事体系，这有利于巩固中国在国际话语体系中的地位，有利于中华话语的世界表达与沟通。其中，主流媒体的影像作品，尤其是针对海外观众和社群的主流纪录片，在构建话语体系中具有重要作用。“中华民族共同体叙事传播，有助于真实、立体、全面展示中国作为统一的多民族国家建设的伟大成就”。^[9] 《习近平治国方略：中国这五年》（以下简称为《习近平治国方略》）作为新时代创新的政论纪录片代表，通过国际联合的创作模式，依靠“借船出海”平台以及“二次传播”，在欧美主要国家引起了很大反响。推而广之，诸如《习近平治国方略》（2017）、《前线之声：中国脱贫攻坚》（2019）、《武汉战疫纪》（2020）、《中国抗疫志》（2020）、《和平使命》（2021）这样的主流纪录片，也是意义理解中的重要节点，更是中国话语体系中的影像表征，体现时代精神和文化范式，是海外传播的代表作品。

在中共中央政治局 2021 年 5 月就“加强我国国际传播能力建设”进行的集体学习中，习近平同志指出，“要加快构建中国话语和中国叙事体系，用中国理论阐释中国实践，用中国实践升华中国理论，打造融通中外的新概念、新范畴、新表述，更加充分、更加鲜明地展现中国故事及其背后的思想力量和精神力量”^[10]。会议强调的“利用外国主流媒体等平台 and 渠道发声”“增强国际传播的亲和力和实效性”“要创新体制机制”，对应的正是主流纪录片《习近平治国方略》中呈现的国际拍摄合作、展映借船出海、新媒体二次传播等成功的战略决策和路径选择。

总结《习近平治国方略》等主流纪录片在欧美的传播经验，能为主流纪录片乃至新主流影视剧的海外传播提供更好的国际化方案，从而更好地服务于中国话语体系的构建与完善。

二、作为对外传播中国话语体系经典范例的《习近平治国方略》

以《习近平治国方略》为代表的众多中国主流纪录片，不仅是欧美传播及二次传播方面的成功典范，而且具象地向全世界展示出中国特色社会主义创造的“人类文明新形态”。系列纪录片《习近平治国方略》分为 3 集，分别是《人民情怀》《大国治理》及《合作共赢》。该系列纪录片通过深入展现习近平总书记领导下的中国新变化和新契机，不回避改革中出现的障碍，以一种国际化的话语表现现实中国独特政治制度、发展道路及世界意义。剧集展现的“反腐败”“中国梦”“脱贫攻坚”“一带一路”“人类命运共同体”等现代化路径，引发了对人类发展新模式和文明新形态的深入思考。

国内现有的研究多关注该片的“他者”叙事策略，平民视角展现、传播渠道创新等，^[11] 数据多来源于二手资料，分析多局限于国内视角，内容分析多过传播实践。本文用第一手资料，搜集海外舆论，并综合国内外理论与分析，挖掘该片欧美出海的成功经验和传播价值。作为现象级的主流纪录片出海，当时的传播奇迹和之后该片在欧美各大新媒体平台二次传播的成绩，可提供比较客观全面的传播途径和效果分析。国内学术界提到：“该纪录片于 2017 年 10 月 14 日起在美国探索频道亚太电视网首播，连播 3 天，覆盖日本、韩国、澳大利亚、新西兰、印度、马来西亚等 37 个国家和地区的逾 2 亿收视人

群。”^[12]这其中，传播的范围、渠道、效果和影响如何，有必要细查《习近平治国方略》在欧美世界的真实传播情况。

据笔者不完全统计，除了探索频道亚洲网自有网上播出渠道之外，欧美新媒体网站中还能持续搜索到《习近平治国方略》并有稳定播放量的是：亚马逊 Amazon Prime 网络视频渠道，《人民日报》Facebook 频道和 Youtube 频道，欧洲视频分享网站 Dailymotion，以及 CGTN 在 Facebook 频道和 Youtube 渠道。此外，在美国著名社交问答网站 Quora 也有该片和中国发展的讨论。就 Youtube 平台数据显示，《习近平治国方略》第一集在《人民日报》Youtube 渠道上的播放量是 15000，点赞量是 300+，有 29 条评论；第二集在《人民日报》Youtube 渠道上的播放量是 6800，点赞量是 100+，有 4 条评论；而第三集在 CGTN Youtube 渠道上的播放量是 188000，点赞量是 1700，有 274 条评论。^①我们并不清楚为什么该片一、二集只在人民日报 Youtube 平台展映，而第三集只有 CGTN 能看到。但现有的数据和评论说明，CGTN 的二次传播效能是最高效的（其 Youtube 平台订阅数量达到 300 万，而《人民日报》只有 40 万）。综合三集的评论来看，大部分受众并不是中国人，而是来自世界各地，而他们的态度大多积极，不仅赞赏影片的质量、故事和美学，更对中国自新世纪以来取得的伟大成绩予以肯定。

三、主流纪录片对外传播中国话语体系的策略

以《习近平治国方略》为代表的主流纪录片在构建中国话语体系方面最成功的策略就是中外合作，让作品更具开放性和全球视野。中国话语体系的内涵不仅仅是中华民族和中国人民的叙事，更是这种叙事的海外传播和共鸣，即所谓的共同体叙事。

（一）制片主导，合作共赢

《习近平治国方略》的国际拍摄合作策略是值得研究的。该片国际合拍经验的第一条就是制片主导，合作互赢。《习近平治国方略》由美国探索频道出品（Discovery Networks Asia-Pacific），英国子午制作公司（Meridian Line Films）承制，五洲传播中心（CICC，China Intercontinental Communication Centre）制片。其背后核心是中国主导、欧美制作、全球发行的模式。这三者的密切合作缺一不可，尤其是负有承制功能的子午制作公司的作用更是不容小觑。它特别强调“外国人看中国”的事实，并且也懂得制作符合外国人诉求的“中国化内容”。该公司注册在英国，办公室分部在约克（York）和北京。虽然有西方的“独立”性质，但公司网站强调和中国的合作关系，甚至可以帮助国外团队对接中国拍摄工作，“为节目制作者提供一条龙的咨询服务”^②。在五洲传播中心的监制下，子午制作团结并凝聚了世界最顶级、最专业的团队来实现，其中不乏来自英国电视五台（Channel 5）、探索频道、国家地理（National Geographic）这样的机构。^③合拍在电影和电视行业很常见，中国政府当然可以参与其中。^[13]而且，“自 2011 年以来，五洲传播中心通过国际合拍伙伴关系在文化节目方面取得了长足的成功……合拍模式允许中国国家宣传机构依托海外相关国家或地区的传媒公司已经建立的受众信任和可信度”进行广泛而有效的传播。^[14]

（二）题材成系列，深度交融

国际拍摄合作成功经验的第二条，则是系列题材与深度交融。英国子午制作公司与五洲传播中心的跨国跨文化合作注重全方位、立体式和题材的系列性，不仅“深耕深挖”中国主题，而且实现了深

① 数据来源于 <https://www.youtube.com/watch?v=poyUybn4iYM>，数据统计截至 2023 年 5 月。

② 介绍来自子午公司：<https://www.meridianlinefilms.tv/contact/>。

③ 介绍来自运营方：<https://www.thetalentmanager.com/tv-companies/2543/meridian-line-films>。

度交融并逐渐形成品牌效应。2015 年成立以来,英国子午制作公司就专注于帮助带有中国特色话题的影像作品走向世界。其公司网站陈列了所有作品,18 部中有 17 部与中国相关,比如纪录片《做客中国》《中国:变革故事》《智慧中国》《世界上最大的生日庆典》《生活在世界屋脊》。^① 其中的国内外播放平台包括探索频道、英国发行公司 TVF International、美国维亚康姆集团(Viacom)旗下的哥伦比亚广播公司(CBS)、新加坡的国际发行与制片公司 Bomanbridge Media、国家地理、联合国开发计划署(UNDP)、CCTV9、CCTV4、优酷、B 站、网络在线播放等。境外媒体学者认为,“相比其他类似的纪录片,《习近平治国方略》系列创造了一个新的政治纪录片‘讲好中国故事’的范例……纪录片是传播国家形象的重要媒介。”英国子午制作公司承制的《习近平治国方略》系列,运用悬疑、多点呈现、由细到大等手法,以客观的视角呈现中国,扩展了“讲好中国故事”的广度。^[15]

全方位组建包含采访对象在内的国际团队,是确保主流纪录片欧美传播成功的重要经验。《习近平治国方略》采用了国际化的主持团队和采访对象,比如美国知名电视主持人丹尼·福斯特 Danny Forster,采访了澳大利亚前总理陆克文 Kevin Rudd、新加坡国立大学东亚研究所所长郑永年等,使得该片拥有多个最强“国际大脑”。该片创意总监和执行制片人是 Elizabeth Helen McLeod(国内很多采访用的是 Liz McLeod)。她从 20 世纪 90 年代就深耕亚太,长期和探索频道亚洲网、国家地理、CCTV-9 合作,一直努力为中国搭建国际文化传播与沟通的桥梁。她对想进入内地市场的欧美影视人建议是“长途漫漫,且行且看”(get ready to play the long game)。^[16] 该片的导演印度裔魏克然(Vikram Channa)是美国阿纳海姆大学影视学教授,也是探索频道亚太区制作与开发副总裁,导演、编剧和制片过的纪录片超过 1200 部(集)。从 1995 年起就为探索频道服务的他所策划制作的品牌活动和纪录片曾赢得无数奖项,包括声誉卓著的 Promax 国际大奖和奥斯卡金像奖。^[17] 如此国际化和专业化的决策队伍,制作和出品的纪录片自然能适应海外观众的认知习惯、欣赏水平。

(三) 平台国际化,借船出海

一部优秀作品成功走向国际舞台、跨越文化差异,传播平台至关重要。《习近平治国方略》的成功也得益于此。该系列纪录片的诞生,缘起 2015 年 3 月美国探索频道亚太电视网与五洲传播签署的为期三年的协议,具体是两者合作为亚太电视网合办的“神奇的中国”(Hour China,也有国内媒体翻译为“华彩中国”)提供一小时节目内容。《运行中国》(How China Works, 2015)就是该节目首期推出的纪录片。^② 早在 2004 年,双方就合作打造了《魅力中国》《中国建筑奇观》《上海世博园》《崛起的希望》等近 65 小时的中国题材节目。这是中国故事在欧美传播的重要尝试,也是商业合作共赢的基本模式。“由美国国家地理频道与五洲传播中心合办的《华彩中国》栏目于 2017 年先后播出了《寰行中国:一带一路》《21 世纪海上丝绸之路》等纪录片,通过美国国家地理频道亚洲区、欧洲区、非洲区、拉美区共计 41 个频道播出,覆盖全球 170 多个国家逾 3 亿有线电视用户”。^[18] 因为有了美国探索频道亚太电视网这样国际化、专业化和市场针对性强的播出平台,才会取得这样的骄人成绩。借助美国探索频道亚太电视网播出的中国主流纪录片还有《中国:变革故事》《这,就是贵州》《港珠澳大桥》《行进中的中国》等。

这种对外传播模式正是我们强调的“借船出海”。这里的“船”,指的是国际舞台中诸如探索频道这样的专业开放、受众面广的传播平台和渠道,而出海正是借船的目的和成效。国际合作制片与借船

① 介绍来自子午公司: www.meridianlinefilms.tv/。

② 介绍来自五洲传媒: https://www.cicc.org.cn/html/2015/wzbb_0324/1751.html。

出海展播看似都与国际化息息相关，但模式与特征不尽相同。前者强调合作双方风险分担，利益共享，侧重制片内容面向海外观众；而后者则更依赖海外原有的更专业、更细化，更纯粹的展播平台，内容反而不是必要元素。国外学界也承认“borrowed boat”（借船出海）的高效，还援引了中国和越南合作拍摄和播出的另一个例子：2017 年，在习近平主席出席越南主办的亚太经合组织峰会前后，五洲传播、广西电视台和越南国家电视台（Vietnam Television, VTV）先是联合制片，合拍完成了纪录片《光阴的故事》（*The Story of Time*），通过在广西的越南师生的美好回忆，来讲述中越之间深厚的友谊。完成之后，又分别在中越两国官方渠道播出，保证了越南本土较高的收视率和普及度。^[19]

借船出海之船不仅有专业日常性的海外播出渠道（就像上文提到的探索频道和越南电视台），还有主题性的国际电影节。据《人民日报·海外版》报道，《习近平治国方略》在德国法兰克福举办的第四届金树国际纪录片节（the Golden Tree International Documentary Festival）展映，许多欧洲国家的电视台代表、国际纪录片专家学者等出席活动并观看了这部纪录片。金树节由北京华韵尚德国际文化传播有限公司的德国全资子公司 DCM（Deutsch Chinesische Medien）创建，其目的“主要为政府、协会和个人提供专家交流、宣传、规划和商务咨询服务”，而且它还是商务部指定的“国家文化出口重点企业”。据国内学界不完全统计，《习近平治国方略》已在德国、法国、希腊、波兰、黑山、克罗地亚等国家主流媒体平台播放^[20]，在阿尔巴尼亚（2019 年 10 月 19 日）、摩洛哥（2019 年 10 月 29 日）、希腊（2019 年 11 月 1 日）、土耳其（2019 年 11 月 5 日）、缅甸（2020 年 1 月 16 日）陆续展开了展映推介会和首播仪式^[21]。这些成功案例“显然已经彰显了官方‘借船出海’”的战略及成功，又证明了“讲好中国故事的官方口号”^[22]正在不断落地生根。

四、结 语

中国主流纪录片制作坚持开放性和全球视野，注重系列题材和文化深度交融，组建制播一体的国际团队，成为构建中国话语体系的成功路径之一。从国际传播角度分析，以《习近平治国方略》为代表的主流纪录片，坚持国家制片制度主导的国际拍摄合作，充分利用海外展映平台的借船出海，多渠道全矩阵的新媒体二次传播，体现了行之有效的国际传播策略。《习近平治国方略》等主流纪录片本质上都指向了构建中国话语方式的命题。认真分析与总结相关经验，才能为主流纪录片乃至新主流影视剧的出海提供更好的国际化方案，从而更好地服务于中国话语体系的影像构建与海外传播。

参考文献：

- [1] 习近平：在庆祝中国共产党成立 100 周年大会上的讲话 [N]．人民日报，2021-7-2.
- [2] 姚争．中国主流纪录片创新发展的历史路径探析 [J]．当代电视，2023（12）：68-71.
- [3] Ruiz, J. R. (2009). Sociological discourse analysis: Methods and logic. *Forum: Qualitative Social Research*. 10 (2): 1-26.
- [4] Foucault, M. (1970). *The order of things*. New York: Pantheon Books.
- [5] Foucault, M. (2008). *The birth of biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978-1979*. New York: Palgrave MacMillan.
- [6] Strega, S. (2005). The view from the poststructural margins: Epistemology and methodology reconsidered. In Leslie, B. & Susan, S. (eds.). *Research as resistance: Revisiting critical, Indigenous, and anti-oppressive approaches*, Toronto: Canadian Scholars Press, 199-235
- [7] 段光鹏．构建当代中国话语体系：时代际遇与路径探讨 [J]．中共福建省委党校（福建行政学院）学报，2022（01）：47.
- [8] 洪晓楠．中国特色话语体系与国际形象构建 [J]．人民论坛，2021（31）：17.
- [9] 陈伟军．中国话语体系建设与中华民族共同体叙事传播 [J]．新闻论坛，2023，37（1）：87.

- [10] 中国政府网. 习近平主持中共中央政治局第三十次集体学习并讲话 [EB/OL]. http://www.gov.cn/xinwen/2021-06/01/content_5614684.htm?_lsRedirectHit=20481191.
- [11] 田龙过, 张芳. 《习近平治国方略: 中国这五年》的叙事与传播创新 [J]. 中国广播电视学刊, 2020 (5): 75-78.
- [12] 陈璐明, 闻搏. 外宣纪录片中国故事跨文化传播研究——以《习近平治国方略: 中国这五年》为例 [J]. 电视研究, 2020 (9): 50-52.
- [13] Yan, S. British company found to be making slick propaganda films for China. Retrieved January 14, 2024, from <https://www.telegraph.co.uk/world-news/2022/02/12/british-company-found-making-slick-propaganda-films-china/>
- [14] Bandurski, D. Documenting China's influence. Retrieved June 21, 2023, from <https://madeinchinajournal.com/2018/10/18/documenting-chinas-influence/>
- [15] Bandurski, D. Propaganda success stories. Retrieved January 14, 2024, from <https://chinamediaproject.org/2021/11/06/propaganda-success-stories/>
- [16] Ravindran, M. The dealmakers: Four execs shaping the Asian TV landscape today, Retrieved January 14, 2024, from <https://tbivision.com/2018/12/04/the-dealmakers-four-execs-shaping-the-asian-tv-landscape-today/>
- [17] Anaheim University, Experience Anaheim University's online education. Retrieved January 14, 2024, from <https://www.anaheim.edu/415-about/faculty-and-staff/film-school-faculty/1733-vikram-channa.Html>
- [18] 张梦晗. 国际媒体视野中的“中国故事”——以《习近平治国方略: 中国这五年》为例 [J]. 中国电视, 2018 (12): 68-72.
- [19] Tan, H. China's Xi preaches “openness” and “cooperation” after Trump comes out swinging. Retrieved November 10, 2023, from www.cnn.com/2017/11/10/chinas-xi-delivers-speech-at-apecsummit-in-vietnam.
- [20] 黄立安. 《习近平治国方略: 中国这五年》: 国家形象的国际“共塑” [J]. 当代广西, 2020 (21): 58-59.
- [21] 赵静, 郝雯婧. 纪录片的“走出去”与“走进去”——以纪录片《习近平治国方略》为例 [J]. 传媒, 2021 (12): 44-46.
- [22] Bandurski, D. Propaganda success stories. Retrieved January 14, 2024, from <https://chinamediaproject.org/2021/11/06/propaganda-success-stories/>

[责任编辑: 华晓红]