



从《良渚》全球展播试析 地方外宣“主流发声”策略

顾 中

今年9月，浙江电视台国际频道（以下简称“浙江国际”）在2020中国国际服务贸易交易会浙江主题日活动上第一个亮相，与俄罗斯、意大利、希腊等多国主流电视台在线签署大型纪录片《良渚》展播合作协议，从而使加入该片全球展播计划的国家达到了八个。这是浙江国际近一年来开展《良渚》纪录片对外合作传播的“高光时刻”，也为新时期地方外宣紧密围绕国家总体外交战略、省域对外开放大局，依托内容精品、拓展主流渠道、推进多元合作、建立长效机制，更好实现中华文化与我方核心价值观对外传播“走上去”“走进去”提供了有益借鉴。

良渚古城遗址在2019年7月第43届联合国教科文组织世界遗产大会上获准列入《世界遗产名录》，意义深远，既实证了中华5000年文明史，又使中国的世界遗产总数增加到55个，位居世界第一，受到全球广泛关注。由浙江广播电视集团创制的三集大型纪录片《良渚》，以大量珍贵的历史素材、惟妙惟肖的视觉效果，向世人生动展现了这一璀璨人类文明的积淀与传承。浙江国际在申遗成功

之日首播即获好评的基础上，精心策划启动《良渚》纪录片全球展播计划，以优质文化精品内容为抓手，积极对接海外主流媒体圈层资源，并努力协调外方做好本土化译配制作与全媒化发布推介，效果斐然、反响热烈。

一是紧扣国家战略、立足省域优势，从国家、语种等维度做好项目的顶层设计。

精选国家。鉴于我国与欧盟日趋紧密丰富的外交关系与双边、多边合作机制，以及我省践行“一带一路”交流合作实际，《良渚》全球展播计划将欧洲作为主攻方向。例如，中东欧16+1合作框架内的匈牙利、义新欧货运班列终点站西班牙、陆上与海上丝绸之路的交汇点希腊、首个加入“一带一路”的G7国家意大利、辐射欧洲中部广大德语区的奥地利以及新时代全面战略协作伙伴俄罗斯等。在其他方向，浙江国际重点选取了近两年承办第四届中阿广电合作论坛、浙江省首届国际友城媒体合作传播论坛等重大活动而全新开拓、填补布局空白的外宣渠道，如埃及、巴西、马来西亚、新加坡等国的媒体。

扩展语种。由于《良渚》全球展播计划较

广的覆盖面，纪录片除翻译成英语外，还增加了俄、德、西、葡、匈、阿、日等多个语种，以提升在不同地区展播推介的贴近性与实效性。在选择译制语种时，除对应国家外，以小成本撬动大市场是一个重要考虑。比如，德语和匈语版纪录片虽只在奥地利、匈牙利媒体播出，但却能延伸覆盖周边德、匈语区数千万受众；对于西、葡、阿等全球性大语种，参与合作的相关国家媒体通过行业协作网、新媒体平台可辐射至中南美洲、中东、非洲等广大地域。

二是充分整合外媒资源优势，提升本土化译配制作、主流化多元传播水平。

优质内容的海外投放，其传播效果、圈粉能力很大程度上取决于译配水准的高低。《良渚》纪录片运用了大量深入浅出的专家解读、制作精良的动画特效，具备较强的观赏性与艺术性，同时题材特点又决定了其具有一定的学术性与专业性。为使该片的各语种版本都能传神达意、展现精髓，此次全球展播计划在许多地区采取的方式是，由浙江国际提供精准的英文译本，再由外媒组织自己的节目团队、主持人完成译配工作，双方确认效果后再行播出。这既可最大限度避免纪录片干货信息的丢失，又能因地制宜，以亲切的语境、地道的表述传开叫响、深入人心。与此同时，融媒发布成为此次与外媒合作的“标配”。《良渚》纪录片除在电视平台展播外，还通过外媒旗下脸书、优兔、推特等官方社交账号，自建APP等各类新媒体平台，以图文、短视频、点播等方式广泛推送、多元呈现，尽可能多地延伸海外传播链条，尽可能长地延续内容影响与话题热度，尽可能广地触达主流人群，尤其是高知群体与年轻用户。

上述做法深度绑定了外媒，让“借筒传声”的效果最大化，也使《良渚》这部浸润着中华文化哲理与传承的优秀纪录片在海外传播时掀起涟漪、打动人心。在已展播的国家中，以匈牙利为例，该国最大商业电视台ATV在其旗下两大主力频道展播《良渚》，并

通过官方社交账号做重点推介，观看与点击用户达到数百万。今年7月6日，在良渚古城遗址申遗成功一周年之际，该台专门向浙江国际发来部分观众及总经理Tamas Kovacs的感谢信函与视频。对方表示：“以前从未见过如此详细准确介绍中国历史的纪录片在匈牙利播出，非常独特、非常享受”。ATV也希望中方能提供更多反映良渚考古与文化传承的优秀纪录片。

三是费效比高、可持续性強，对于疫情之下媒体对外交流合作“新常态”具有积极意义。

《良渚》全球展播计划涉及国家广泛、语种多样，但总体成本却并不高。对于每家参与外媒，浙江国际向其支付的费用基本包括译配、占频、宣推等几部分，平均为3-5万元。相较以往，此次外媒普遍开出了“良心价”、打出了“友情牌”。究其原因，既是因为《良渚》纪录片精湛的创制水准与重大的题材意义受到广泛认可，也源于外媒对推动双边合作越来越迫切积极的态度。

另外，随着海外疫情持续蔓延，国与国之间的媒体人文交流合作受到极大冲击和影响。近年来，我省多次赴海外开展旨在推广省域形象、提升国际影响的“美丽浙江”电视展播活动虽卓有成效，但疫情之下却难以持续，“隔空握手”“云端发力”或将成为双边及多边交流合作的新常态。《良渚》全球展播做到了本土化呈现、大小屏联动、主流化传播、广地域发力，花小钱办大事，费效比高且具可持续性，可成为现阶段地方外宣积极作为、精准施策、巧妙发声的有效途径。

《良渚》全球展播计划实施一年多来，以传播实效为导向，创新方式、广交朋友、着重长远，从某种意义上说，在对外传播如何提质增效、贴地飞行、入脑入心上下了一步“先手棋”，也为地方外宣的长远发展带来了一些思考与启迪。

首先，探寻中外文化交融与文明互鉴、反映中国人文底蕴与发展密码的优质内容正日益受到海外主流媒体的青睐，也是我方开展

对外合作的重要砝码。随着中国国力持续提升、“一带一路”倡议框架内国际交流合作深入推进，许多国家从官方到民间对中国发展、大国担当给予了更多理解与赞同，对中国的文化传承、经济飞跃、科技进步、制度优势、社会稳定、创新创业等领域极为关注。同时，知华友华的海外主流媒体无论是数量、地域还是实力、层次都较以往有所提升，展映中国题材的节目内容有助于满足国内受众需求、提振收视份额。浙江拥有“三个地”的独特政治优势，更是联接中外、沟通世界的“重要窗口”，浙江国际作为地方外宣平台近年来抢抓机遇、乘势而上，除《良渚》外，还与海外主流媒体合作展播了《爱上中国》《锦程东方》《小镇故事》等一批制作精湛、感染力强的优秀纪录片，这些作品注重故事化表达、人性化展现、本土化关联，在潜移默化渗透影响海外主流社群、有效提升国家及省域形象方面成效显著。因此，继续集中力量做好精品创制、千方百计寻求主流化合作传播，这是浙江电视台国际频道承担好中国对外传播重要方面军角色定位的一项重大任务。

其次，加强与海外有实力的地方性外媒的交流合作，依托外方在地域影响、覆盖范围、延伸渠道方面的优势，实现从局部突破、辐射整体的外宣效果。《良渚》全球展播的合作伙伴大多为所在国地方性媒体，但却都属于“实力派”。比如，巴塞罗那电视台是西班牙富庶之地加泰罗尼亚自治州的首府台，在全国拥有大批受众粉丝；奥地利OKTO电视台是维也纳市政府建立的社区台，但通过地方电视合作联盟覆盖了全奥及德国北部数州；希腊Attica大区电视台以雅典首都圈为基本盘，用户超过500万，占希腊全国人口半数以上；巴西TVT电视台是圣保罗最大的公共电视台，在该国政商界拥有丰富的人脉资源。走“地方”路线，主要是因为海外不少国家在意识形态管控上内紧外松，如选择与国家级媒体合作，联络对接要耗费大量资源精力；在议题设置、合作形式、成本利益等关键环节上，地方外宣也不具备足够的“议价”资

本。相较而言，地方性外媒为提升品质、拓展市场、获取收益，与我方合作的意愿往往更加强烈，也乐意投入资源确保双边项目落实到位。此次不少外媒虽受疫情持续蔓延影响无法正常运作，但依然尽力调集力量进行译配、剪辑、编排、宣推工作，基本保证了《良渚》纪录片按期播映。可以说，持续、广泛、深入地与有实力的地方性外媒交朋友、求合作、话愿景，这是一项颇具成长性、延展性、费效比高的工作。

再次，以相对易行的优质内容合作展播为先导，打开局面、求得突破后，要把握机遇、顺势而为，尽快提升双边合作水平，构建长效机制，在更广领域、更深层次开展互惠交流合作。一直以来，我方提供内容、外方有偿播出是常见的外宣合作方式，打法成熟、易于操作，但如后续缺乏跟进项目，这类合作就会流于“一次性消费”，付出了代价却站不稳脚跟，好不容易建立起来的关系只好沉底无声。为避免这样的资源浪费，浙江国际通过实施《良渚》全球展播计划，先期以优质内容和高价值项目体现我方实力、推动双边互信、畅谈多元合作愿景，之后围绕外方“刚需”“痛点”，积极设置议题，主动邀约合作，寻机开展以纪录片、短视频为主要形态的联合制片，努力推动与外媒在各类平台上紧密捆绑、协作发声。同时，还可以版权分销、省内外宣项目境外投放等商务盈利项目，激发对方意愿，以更深层次、更多元化、更有持续性的方式与我方开展合作。

综上所述，《良渚》全球展播计划无论是海外受众反馈、合作外媒评价，还是拓展渠道的成功率、构建长效机制的有效性，都有可圈可点之处。明晰战略、凸显定位、合理布局、创新打法、多元发力、捆绑利益、注重长远，以着力打造高品质内容供应链为内核，以持续激活外媒融合渠道发布力为外延，以优化完善双边或多边长效互惠机制为保障，这些不失为地方外宣做好提质增效、实现“主流发声”的有效策略。

（作者单位：浙江电视台国际频道）